

e



Laporan Tahunan 2013
2013 Annual Report



years
80
unilever indonesia

**Bersama, kita wujudkan
masa depan yang lebih cerah**
Together for a brighter future



Untuk memperingati 80 tahun perjalanan Unilever di Indonesia, kami meluncurkan “Project Sunlight” yang menginspirasi masyarakat untuk bergabung bersama kami menciptakan masa depan yang lebih cerah.

Celebrating Unilever Indonesia’s 80-year journey in Indonesia, we launched “Project Sunlight” to inspire people to join us in creating a brighter future.

Project Sunlight Ulang Tahun Unilever Indonesia ke 80

Selama ini, *brand-brand* Unilever Indonesia melalui program-programnya yang bermisi sosial telah menggandeng masyarakat untuk mempromosikan gaya hidup yang lebih sehat dan lebih lestari: sabun Lifebuoy membantu melindungi jutaan anak-anak dari penyakit yang terkait dengan sanitasi; Molto Sekali Bilas membantu keluarga menghemat air; dan Kecap Bango mendukung para petani kedelai hitam untuk menumbuhkan tanaman mereka secara lebih lestari dan meningkatkan penghidupan mereka.

Kini kami melihat peluang untuk mengajak jutaan orang lagi untuk ikut terlibat dalam sebuah momentum berskala global untuk membuat perubahan. Kami tahu bahwa masyarakat ingin hidup secara lebih lestari, namun dengan cara-cara yang sesuai dengan gaya hidup mereka.

Di Unilever Indonesia, kami percaya bahwa sebelum mengajak orang lain untuk bertindak, kami harus memulai dari diri sendiri. Kami telah menggelar program penanaman pohon di sekolah-sekolah, mengajak karyawan berpikir kreatif mengenai bagaimana dengan uang Rp80.000 mereka bisa mulai menciptakan masa depan yang lebih cerah; dan mengadakan lomba karya seni untuk anak-anak karyawan untuk mewujudkan semangat Project Sunlight. Untuk keterangan selengkapnya, masyarakat dapat menyaksikan klip film inspirasional Unilever di www.projectsunlight.com guna melihat bagaimana keluarga-keluarga di seluruh dunia menyongsong masa depan secara lebih positif dengan cara yang optimis. Masyarakat juga bisa mengakses website untuk mengetahui atau mendapatkan info tentang cara bergabung dalam gerakan global ini, misalnya dengan membangun kebiasaan di rumah atau pola belanja yang akan membuat perbedaan nyata dalam menciptakan cara hidup lebih lestari.

Project Sunlight Unilever Indonesia 80th Anniversary

Unilever Indonesia's brands through their purpose-driven programmes are already working with communities to promote healthier, more sustainable lifestyles: Lifebuoy soap is helping to protect millions of children from sanitation-related diseases; Molto One Rinse helps families to conserve water; and Kecap Bango is helping black soybean farmers to grow their crops more sustainably and improve their livelihoods.

Now we see an opportunity to get millions more people involved to create a global momentum for change. We know that people want to live more sustainably, but need to do it in a way that fits in with the way they live.

At Unilever Indonesia, we believe that before asking others to act, we should start with ourselves. We have kicked off by planting trees in schools, challenging our people to come up with ingenious ways to start creating a brighter future with just Rp80,000, and holding an art competition for employees' children to bring Project Sunlight to life. To find out more, people can watch Unilever's inspirational film clip at www.projectsunlight.com to see how families all over the world are facing the future in a more positive and optimistic way, and look around the website at to start getting ideas on how to join this global movement, for example by adopting household and buying habits that will make a real difference in creating a more sustainable way of life.

unilever sustainable living plan

Bagi Unilever Indonesia, *sustainability* atau keberlanjutan merupakan jantung dari model pertumbuhan kami. Indonesia tengah menghadapi berbagai masalah sosial dan lingkungan, termasuk diantaranya masalah kemiskinan, kesehatan, nutrisi, sumber daya lestari, pengelolaan limbah dan perubahan iklim. Kami berupaya mengatasi tantangan tersebut secara langsung, dengan memfokuskan kembali setiap aspek yang berkaitan dengan bisnis yang berkelanjutan. Mulai dari membantu pemasok kami untuk mengadopsi praktik perkebunan lestari, mengurangi limbah dan emisi di dalam proses produksi, menyelaraskan inovasi produk dengan misi *sustainability* kami serta memotivasi konsumen untuk mengikuti gaya hidup yang *sustainable*. Di bawah ini adalah komitmen Unilever global dalam *sustainability*. Unilever Indonesia akan berkontribusi terhadap pencapaian komitmen tersebut.

MENINGKATKAN KESEHATAN DAN KESEJAHTERAAN

Improving Health And Well-Being



MENGURANGI DAMPAK LINGKUNGAN

Reducing Environmental Impact

KESEHATAN DAN HYGIENE

HEALTH AND HYGIENE



Pada 2020 kami akan membantu lebih dari satu miliar penduduk untuk meningkatkan kebiasaan hidup sehat mereka.

By 2020 we will help more than a billion people to improve their hygiene habits.

NUTRISI

NUTRItion



Kami akan terus berupaya untuk meningkatkan cita-rasa dan kualitas gizi dari seluruh produk kami pada 2020.

We will continually work to improve the taste and nutritional quality of all our products by 2020.

EFEK RUMAH KACA

greenhouse gases



Kami berkomitmen untuk mengurangi hingga separuh efek gas rumah kaca dari produk-produk kami pada 2020.

Our commitment is to halve the greenhouse gas impact of our products by 2020.

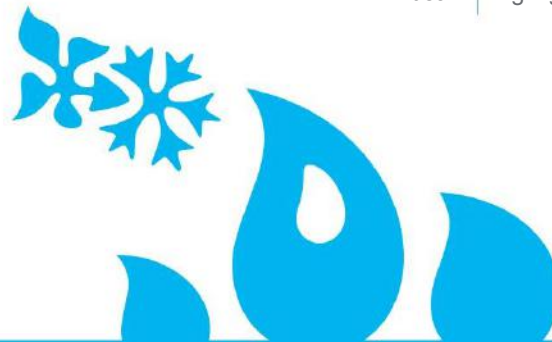
AIR

WATER



Kami berkomitmen untuk mengurangi hingga separuh limbah yang terkait dengan pola penggunaan produk oleh konsumen pada 2020.

Our commitment is to halve the water associated with the consumer use of our products by 2020.



For Unilever Indonesia, sustainability is central to our growth model. Indonesia is facing significant social and environmental challenges, notably poverty, health, nutrition, resource management and climate change. We are addressing those challenges through our supply chain, by refocusing every aspect of the business on sustainable farming practices, to reducing waste, and aligning product innovation with our customers' sustainable lifestyles. Below are the ways we contribute to the



MENINGKATKAN PENGHIDUPAN

Enhancing Livelihoods



limbah waste



Kami berkomitmen untuk mengurangi hingga separuh limbah yang terkait dengan pembuangan produk-produk kami pada 2020.

Our commitment is to halve the waste associated with the disposal of our products by 2020.

SUMBER YANG LESTARI SUSTAINABLE SOURCING



Pada 2020 kami akan mengambil 100% material pertanian kami dari sumber-sumber yang lestari.

By 2020 we will source 100% of our agricultural raw material sustainably.

KEHIDUPAN YANG LEBIH BAIK BETTER LIVELIHOODS



Pada 2020 kami akan melibatkan sekurang-kurangnya 500.000 petani rakyat dan 75.000 distributor skala kecil di dalam jaringan pasokan kami.

By 2020 we will engage with at least 500,000 smallholder farmers and 75,000 smallscale distributors in our supply network.

Kinerja usaha 2013

2013 performance highlights

Dengan fokus tanpa henti pada bisnis inti, yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, Perseroan terus tumbuh di pasar dengan mencatatkan pertumbuhan dua digit pada *top* dan *bottom line*. Dalam operasi kami sendiri dan melalui kemitraan dengan pemasok, pelanggan dan konsumen kami, kami mencatat kemajuan yang signifikan menuju tujuan keberlanjutan kami.

HOME & PERSONAL CARE

PENJUALAN BERSIH
Net Sales

Rp 22,4

Triliun Trillion

Pertumbuhan Penjualan
Sales Growth

12,5%



With a relentless focus on the core business of improving the quality of people's lives, the Company has continued to grow on the market, posting double digit growth on both top and bottom lines. In our own operations and in partnership with suppliers, customers and consumers, we made significant progress towards our sustainability goals.

FOOD & REFRESHMENT

PENJUALAN BERSIH
Net Sales

Rp 8,3

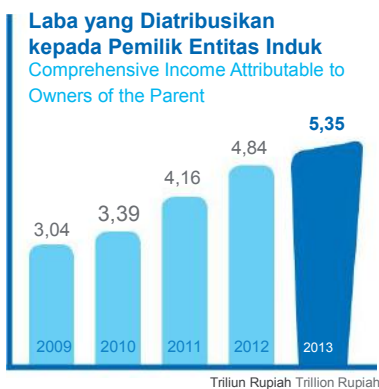
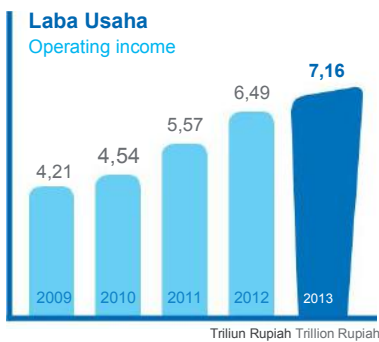
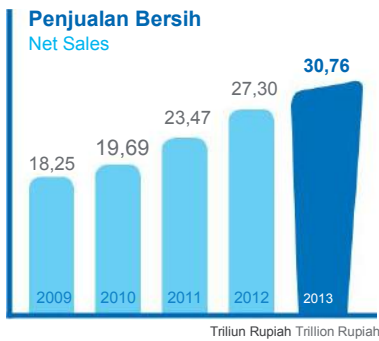
Triliun Trillion

Pertumbuhan Penjualan
Sales Growth

13,0%

IKHTISAR DATA KEUANGAN PENTING

Summary Of Salient Financial Data



(dalam miliar Rupiah, kecuali disebutkan lain)

	2013	2012
Penjualan Bersih	30,757	27,300
Harga Pokok Penjualan	(14,979)	(13,800)
Laba Bruto	15,778	13,500
Beban Usaha	(8,614)	(7,500)
Laba Usaha	7,164	6,000
Laba Sebelum Pajak Penghasilan	7,159	6,000
Laba yang Diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk	5,353	4,840
EBITDA	7,159	6,000
Aset Lancar	5,863	5,863
Jumlah Aset	13,348	13,348
Liabilitas Jangka Pendek	8,419	8,419
Jumlah Liabilitas	9,094	9,094
Ekuitas	4,255	4,255
Model Kerja Bersih	(2,557)	(2,557)
Marjin Laba Bruto	51.3%	51.3%
Marjin Laba Usaha	23.3%	23.3%
Marjin Laba yang Diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk	17.4%	17.4%
Marjin EBITDA	25.0%	25.0%
Jumlah Saham Beredar (dalam jutaan lembar saham)	7,630	7,630
Laba per Saham Dasar (dalam Rupiah)	701	701
Pembayaran Dividen per Saham (dalam Rupiah)	664	664
Jumlah Pembayaran Dividen	5,070	4,550
Laba Usaha terhadap Ekuitas	168.4%	168.4%
Laba yang Diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk terhadap Ekuitas	125.8%	125.8%
Laba Usaha terhadap Jumlah Aset	53.7%	53.7%
Laba yang Diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk terhadap Jumlah Aset	40.1%	40.1%
RASIO KEUANGAN		
Aset Lancar terhadap Liabilitas Jangka Pendek	69.6%	69.6%
Jumlah Liabilitas terhadap Ekuitas	213.7%	213.7%
Jumlah Liabilitas terhadap Jumlah Aset	68.1%	68.1%

Tabel di bawah adalah ikhtisar data keuangan penting dari Perseroan untuk lima tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2009, 2010, 2011, 2012 dan 2013 dikutip dari laporan keuangan konsolidasian Perseroan yang diaudit oleh KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (sebelum 8 Maret 2010, KAP Haryanto Sahari & Rekan) - firma anggota jaringan global PwC.

Presented below is the summary of salient financial data of the Company for five years ended 31st December 2009, 2010, 2011, 2012, and 2013 derived from the Company's consolidated financial statements which have been audited by KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (prior to 8 March 2010, KAP Haryanto Sahari & Rekan) - a member firm of PwC global network.

(in billion Rupiah, unless otherwise stated)

2012	2011	2010	2009	Description
				For the year ending
27,303	23,469	19,690	18,247	Net Sales
(13,414)	(11,463)	(9,485)	(9,205)	Cost of Goods Sold
13,889	12,006	10,205	9,042	Gross Profit
(7,391)	(6,438)	(5,662)	(4,827)	Operating Expenses
6,498	5,568	4,543	4,215	Operating Income
6,467	5,575	4,546	4,249	Profit before Income Tax
4,839	4,163	3,387	3,044	Comprehensive Income Attributable to Owners of the Parent
6,857	5,929	4,832	4,474	EBITDA
				At the End of Year
5,036	4,446	3,748	3,602	Current Assets
11,985	10,482	8,701	7,485	Total Assets
7,536	6,502	4,403	3,589	Current Liabilities
8,017	6,801	4,652	3,776	Total Liabilities
3,968	3,681	4,045	3,703	Equity
(2,500)	(2,056)	(655)	13	Net Working Capital
50.9%	51.2%	51.8%	49.6%	Gross Profit Margin
23.7%	23.7%	23.1%	23.3%	Operating Profit Margin
17.7%	17.7%	17.2%	16.7%	Comprehensive Income Attributable to Owners of the Parent Margin
25.1%	25.3%	24.5%	24.5%	EBITDA Margin
7,630	7,630	7,630	7,630	Number of Outstanding Shares (in millions of shares)
634	546	444	399	Basic Earning per Share (in Rupiah)
596	594	399	320	Dividend Paid per Share (in Rupiah)
4,547	4,532	3,044	2,442	Total Dividend Paid
163.7%	151.3%	112.3%	113.8%	Operating Income to Equity
121.9%	113.1%	83.7%	82.2%	Comprehensive Income Attributable to Owners of the Parent to Equity
54.2%	53.1%	52.2%	56.3%	Operating Income to Total Assets
40.4%	39.7%	38.9%	40.7%	Comprehensive Income Attributable to Owners of the Parent to Total Assets
66.8%	68.4%	85.1%	100.3%	Current Assets to Current Liabilities
202.0%	184.8%	115.0%	102.0%	Total Liabilities to Equity
66.9%	64.9%	53.5%	50.5%	Total Liabilities to Total Assets

IKHTISAR saham

SHARE HIGHLIGHTS

Dari 7.630.000.000 saham perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, sebanyak 15% atau 1.145.122.500 saham dimiliki oleh masyarakat sampai akhir 2013.

Of the Company's 7,630,000,000 shares listed on the Indonesia Stock Exchange, a total of 15%, or 1,145,122,500 shares, were held by the public at the end of 2013.

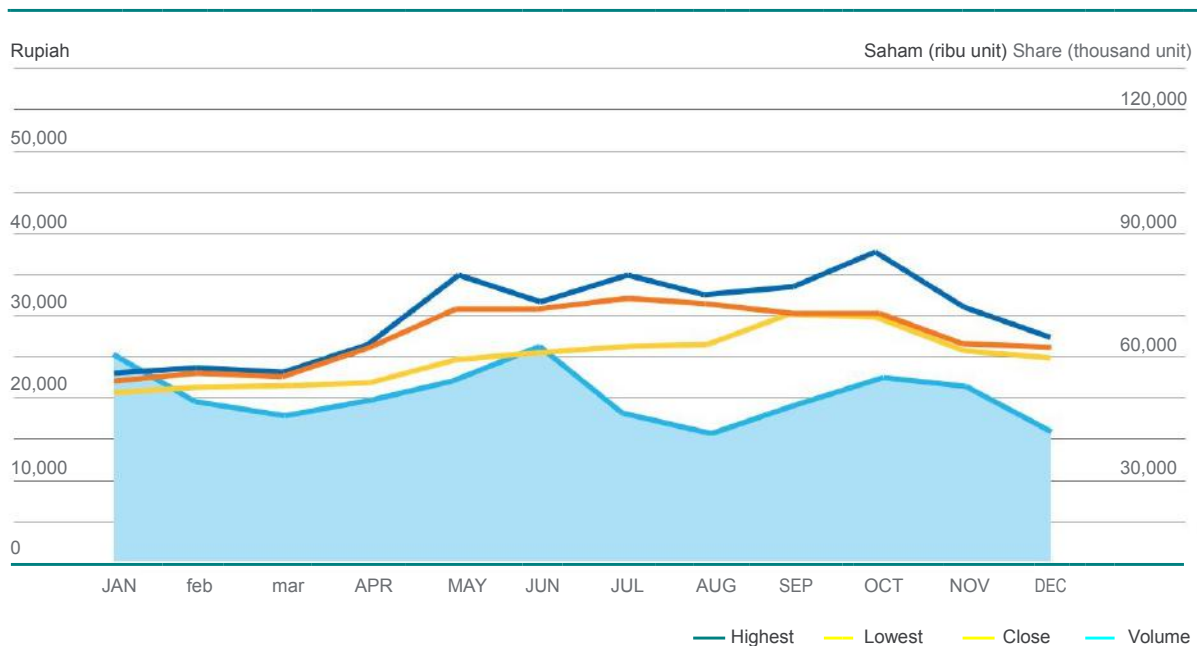
Harga Saham, Volume Perdagangan dan Nilai Kapitalisasi Pasar per Triwulan

Quarterly Share Price, Trading Volume and Market Capitalization

	2013					2012				
	Tertinggi Highest	Terendah Lowest	Penutupan Closing	Volume perdagangan (Ribu saham) (Thousand shares)	Kapitalisasi Pasar (Juta Rp) Market Capitalization (Million Rp)	Tertinggi Highest	Terendah Lowest	Penutupan Closing	trading Volume (Ribu saham) (Thousand shares)	Kapitalisasi Pasar (Juta Rp) Market Capitalization (Million Rp)
Kuartal 1 Quarter 1	23,300	20,900	22,800	137,216	173,964,000	24,450	17,500	20,000	86,870	152,600,000
Kuartal 2 Quarter 2	34,500	22,150	30,750	148,729	234,622,500	25,500	18,750	22,900	103,938	174,727,000
Kuartal 3 Quarter 3	34,600	26,000	30,150	115,744	230,044,500	28,500	22,350	26,050	93,258	198,761,500
Kuartal 4 Quarter 4	37,350	25,100	26,000	128,533	198,380,000	26,950	20,100	20,850	202,281	159,085,500
Kurs Akhir Closing Rate	37,350	20,900	26,000			28,500	17,500	20,850		
Jumlah Total				530,222					486,347	

kinerja saham 2013

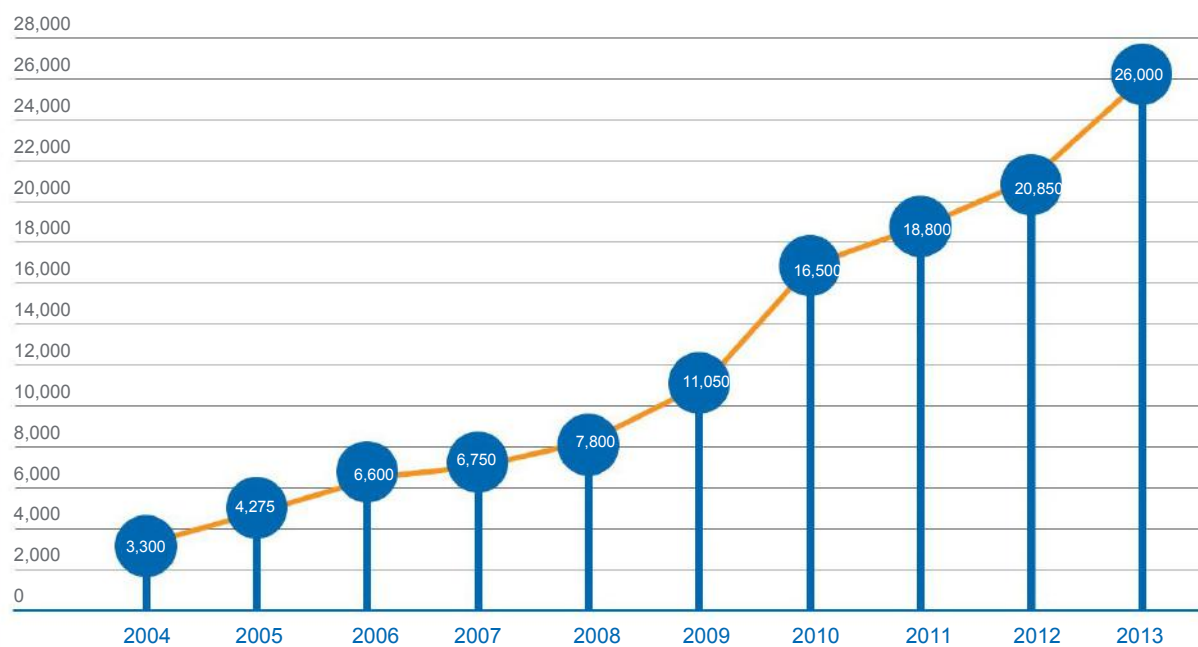
2013 share performance



harga saham selama 10 tahun terakhir (akhir tahun)

10 years share price (end of year)

Harga Saham (dalam Rp)
Share Price (Rp)



Daftar isi

table of contents

Ikhtisar

Highlights

- 1 80 Tahun dan Project Sunlight
80 Years and Project Sunlight
- 02 Unilever Sustainable Living Plan
- 04 Kinerja Usaha 2013 2013 Performance Highlights
- 6 Ikhtisar Data Keuangan Penting
Summary of Salient Financial Data
- 08 Ikhtisar Saham Share Highlights
- 10 Daftar Isi Table of Contents

Laporan Manajemen

Management Report

- 12 Laporan Dewan Komisaris
Board of Commissioners' Report
- 18 Profil Dewan Komisaris
Board of Commissioners' Profile
- 22 Laporan Direksi Board of Directors' Report
- 32 Profil Direksi Board of Directors' Profile

Profil Perusahaan

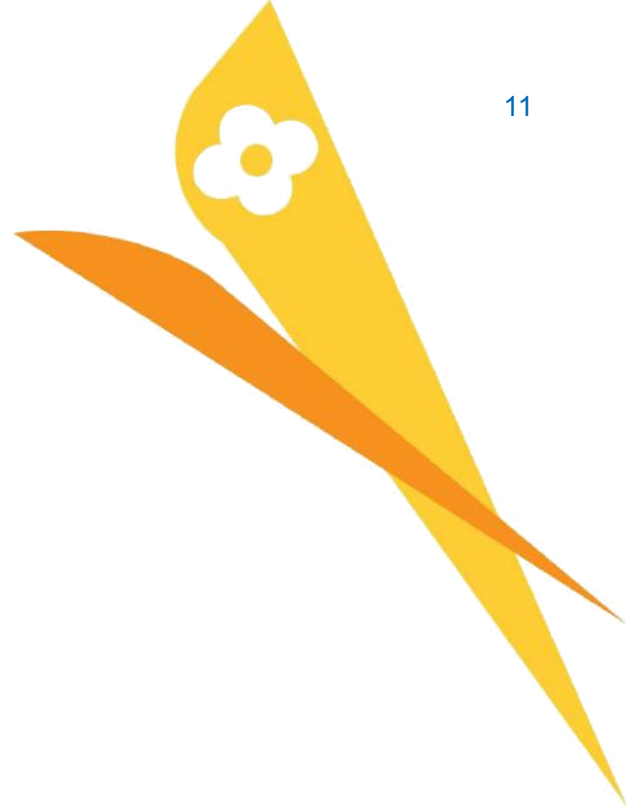
Corporate Profile

- 36 Profil Kami Our Profile
- 38 Brand–Brand Kami Our Brands
- 42 Sejarah Perseroan Company Milestones
- 44 Visi, Misi dan Nilai-nilai Kami
Our Vision, Mission and Values
- 46 Struktur Organisasi Organisation Structure
- 48 Struktur Kepemilikan Perseroan dan Entitas Anak
Company Ownership Structure and Subsidiary
- 49 Pengembangan dan Pelatihan
Sumber Daya Manusia
Human Resources Development and Training
- 50 Informasi Pemegang Saham
Shareholders' Information
- 52 Peristiwa Penting 2013 2013 Significant Events
- 54 Penghargaan 2013 2013 Awards
- 56 Lembaga dan Profesi Penunjang Pasar Modal
Capital Market Supporting Institutions
and Professionals
- 57 Alamat Kantor dan Pabrik
Head Office and Factory Addresses

Analisa dan Pembahasan Manajemen

Management Discussion and Analysis

- 58 Tinjauan Usaha Operational Review
- 59 Home and Personal Care
- 68 Food and Refreshment
- 73 Supply Chain
- 78 Safety
- 84 Customer Development
- 86 Corporate Relations
- 90 Tinjauan Keuangan Financial Review
- 91 Penjualan Bersih Net Sales
- 92 Harga Pokok Penjualan Cost Of Goods Sold
- 92 Laba Bruto Gross Profit
- 92 Laba Usaha Operating Profit
- 92 Penghasilan/(Biaya) Keuangan
Finance Income/(Costs)
- 93 Laba Sebelum Pajak Penghasilan
Profit Before Income Tax
- 93 Beban Pajak Penghasilan
Income Tax Expense
- 93 Laba Tahun Berjalan Profit for the Year
- 93 Kepentingan Nonpengendali
Non-Controlling Interests
- 94 Aset Assets
- 94 Aset Lancar Current Assets
- 95 Aset Tidak Lancar Non-current Assets
- 95 Liabilitas Liabilities
- 96 Ekuitas Equity
- 96 Kemampuan Membayar Utang Solvency
- 96 Tingkat Kolektibilitas Piutang Collectability
- 96 Ikatan Material Atas Investasi Barang Modal
Material Commitments
- 97 Arus Kas Cash Flows
- 98 Transaksi yang Mengandung Benturan Kepentingan
dan Transaksi dengan Pihak Berelasi
Transactions Containing A Conflict of Interest
and Transactions with Related Parties
- 99 Likuiditas Liquidity
- 99 Transaksi Lindung Nilai Hedging Transactions
- 99 Prospek Usaha Business Prospects
- 100 Perbandingan antara Target/Proyeksi pada Awal
Tahun Buku dengan Hasil yang Dicapai
(realisasi), Mengenai Pendapatan, Laba, Struktur
Permodalan, Atau Struktur Lainnya yang
Dianggap Penting Bagi Perusahaan
Comparison Between Target/Projection At Beginning
of Year and Result (Realization), Concerning
Income, Profite, Capital Structure, or Others That
Deemed Necessary for the Company



Laporan dewan komisaris

board of commissioners' report

Pemegang Saham Yang Terhormat,
Dear Respected Shareholders,

Sungguh merupakan kebahagiaan bagi saya untuk melaporkan bahwa Unilever Indonesia, sekali lagi, telah mewujudkan kinerja yang kuat dalam situasi yang penuh tantangan. Dengan terus berfokus pada bisnis intinya yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat, Perseroan terus tumbuh sebagai yang terdepan di pasar dengan pertumbuhan dua-digit pada penjualan serta meningkatkan pangsa pasar.

Indonesia kini tidak lagi bebas dari pengaruh ekonomi global yang tidak menentu. Paruh kedua 2013 ditandai dengan iklim makro-ekonomi yang semakin sulit di Indonesia, inflasi tinggi, kenaikan suku bunga dan melemahnya nilai rupiah secara signifikan terhadap dolar Amerika Serikat.

Dengan latar belakang kondisi tersebut, Direksi berhasil memastikan bahwa tujuan strategis Perseroan dapat dicapai melalui pengendalian biaya yang ketat serta pengelolaan harga secara bijak. Fokus pun dikembalikan lagi ke hal-hal yang fundamental – termasuk memperkuat mata-rantai distribusi dan memperkokoh bauran produk. Langkah ini telah membuahkan hasil yang nyata, yakni meningkatnya pangsa pasar serta terbukanya peluang untuk menciptakan nilai.

Keberhasilan yang diraih tahun ini secara jelas menunjukkan bahwa Perseroan telah unggul dalam berbagai hal. Kekuatan dalam inovasi telah dibuktikan secara nyata dengan peluncuran serangkaian produk dengan sukses. Di pasar, Perseroan meraih keunggulan dengan memperkuat kembali para mitra distribusinya dan mengembangkan pasar-pasar baru secara agresif. Penyempurnaan terus-menerus menjadikan Perseroan unggul dalam hal proses operasi yang efisien dan kompetitif. Perseroan pun unggul dalam pengembangan karyawan: Unilever Indonesia menjadi juara umum dalam Human Resources Excellent Award yang diselenggarakan oleh majalah SWA dan Lembaga Manajemen Universitas

It gives me great pleasure to report that Unilever Indonesia has, once again, delivered a strong performance in a very challenging environment. With a relentless focus on the core business of improving the quality of people's lives, the Company has continued to grow ahead of the market, posting double digit growth on the top line and increasing market share.

The country is no longer immune from the global economic uncertainties. The second half of the year saw a hardening of the macroeconomic climate in Indonesia, with high inflation, rising interest rates and a significant weakening of the rupiah against the US dollar.

Against this backdrop, the Board of Directors managed to ensure that the Company's strategic objectives were met through a stringent approach to cost savings and astute management of pricing. Refocusing on the fundamentals—including strengthening the distribution chain and right product mix—brought tangible gains in market share and more opportunities to create value.

The year's results clearly demonstrate that the Company is winning on several fronts. Strength in innovation was clearly evidenced by a stream of highly successful product launches. In the market place, Unilever Indonesia is winning by re-energising its distribution partners and aggressively developing new markets. Continuous improvements are giving the Company the upper hand in terms of the efficiency and competitiveness of its operations. It is winning with people: Unilever Indonesia was the overall winner of Human Resources Excellence Award organised by SWA magazine and the University of Indonesia Management Institute, topping the Recruitment & Selection, Training & Development, Talent Management,



The Company's performance in the market, posting double-digit growth and increasing market share.

Untuk tahun kedua secara berturut-turut, Unilever Indonesia memenangkan Capital Market Award sebagai Best Listed Company dari perusahaan-perusahaan dengan kapitalisasi pasar lebih dari Rp10 triliun.

For the second consecutive year, Unilever Indonesia won the Capital Market Award for Best Listed Company of companies with a market capitalisation of over Rp10 trillion.



Dari Kiri From Left:
Erry Firmansyah, Cyrillus Harinowo, Bambang Subianto, Peter Frank Ter Kulve, Hikmahanto Juwana

Indonesia, memenangkan kategori *Recruitment & Selection, Training & Development, Talent Management, Performance Management* dan *Reward Management* sebagai perusahaan pilihan utama. Perseroan juga unggul dalam praktek *sustainability*, seiring dengan pengakuan dari tingkat nasional maupun internasional untuk komitmen jangka-panjang Perseroan terhadap pertumbuhan yang bertanggung-jawab.

Dalam pertemuan berkala dengan Direksi selama tahun berjalan, kami telah membahas strategi untuk mempertahankan momentum. Kami percaya bahwa Direksi telah membuat asesmen yang jujur terhadap prospek Perseroan untuk tahun mendatang. Tantangan makro-ekonomi saat ini nampaknya akan tetap muncul, sementara adanya kegiatan pemilu berpotensi menimbulkan ketidakpastian. Kendati demikian, kami sepakat dengan Direksi bahwa dengan pertimbangan kedewasaan tingkat politik di Indonesia, risiko itu kecil. Bahkan, pertumbuhan ekonomi Indonesia diproyeksikan tetap mendekati level pada saat ini, dan kami tentu berharap bahwa Perseroan dapat memanfaatkan tingginya peluang pertumbuhan yang muncul dari situasi tersebut.

Kami terus mendapatkan bantuan dari Komite Audit dalam menampilkan pandangan kami tentang sisi finansial dari bisnis. Komite Audit mengkaji laporan keuangan untuk memastikan bahwa laporan itu telah sepenuhnya mematuhi ketentuan pasar modal Indonesia dan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK). Komite Audit juga terus memonitor pengendalian internal, manajemen risiko dan audit internal Perseroan, dan memberikan rekomendasi tentang efektivitasnya kepada kami. Seluruh hasil temuan yang signifikan telah disampaikan dan diselesaikan secara tuntas.

Laporan Keuangan Konsolidasi Perseroan tahun 2013 diaudit oleh Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana & Rekan (firma anggota jaringan global PwC). Dewan Komisaris telah melakukan kajian dan menerima hasil audit, serta laporan Direksi, sekaligus menyetujui usulan Direksi tentang pembagian laba Perseroan.

Tahun 2013 menandai 80 tahun kehadiran Unilever di Indonesia. Tonggak sejarah penting ini dirayakan bersamaan dengan peluncuran Project Sunlight, sebuah inisiatif jangka-panjang yang bertujuan memotivasi masyarakat untuk menerapkan gaya hidup yang *sustainable* dengan cara mengajak mereka melakukan langkah nyata untuk menciptakan masa depan yang lebih cerah bagi anak-anak dan generasi mendatang. Unilever Indonesia telah mewujudkan semangat ini selama bertahun-tahun melalui berbagai kampanye yang diusung oleh *brand-brand* terkemuka seperti Lifebuoy, Pepsodent, Pureit, Molto dan Kecap Bango.

Performance Management and Reward Management categories as employer of choice. The Company is also winning on sustainability, as its longstanding commitment to responsible growth earned it recognition both locally and internationally.

In our regular meetings with the Board of Directors throughout the year, we have discussed strategies to maintain this momentum. We believe that the Board of Directors has made a fair assessment of the Company's prospects for the coming year. The current macroeconomic challenges are likely to persist, and with general elections taking place, there is some uncertainty. Nevertheless, we concur with the Directors that given Indonesia's political maturity, the risks are slight. Moreover, the country's economic growth is projected to remain close to current levels, and we expect the Company to benefit from the considerable growth opportunities this will generate.

We continued to be ably assisted in discharging our oversight of the financial side of the business by the Audit Committee, who reviewed the financial statements to ensure that the report were fully compliant with Indonesia's capital market regulations and Statement of Financial Accounting Standards (SFAS). The Audit Committee has also continued to monitor the Company's internal controls, risk management and internal audit, and provided us with recommendations on their effectiveness. All significant findings have been addressed and resolved satisfactorily.

The Company's Consolidated Financial Statements for 2013 were audited by public accountants Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member firm of the PwC global network). The Board has reviewed and accepted the results of their audit, as well as the report of the Board of Directors, and agreed with proposals from the Board of Directors for the distribution of the Company's profit.

2013 marked the 80th anniversary of Unilever's presence in Indonesia. This important milestone was celebrated by the launch of Project Sunlight, a long-term initiative that sets out to motivate millions of people to live sustainably by inspiring them to take real actions to create a brighter future for children and future generations. Unilever Indonesia has embodied this spirit for years through the various campaigns associated with leading brands such as Lifebuoy, Pepsodent, Pureit, Molto and Kecap Bango.

Perbedaannya sekarang adalah bahwa Perseroan berupaya untuk menunjukkan kepada masyarakat apa yang dapat mereka lakukan dalam kapasitas pribadi untuk membuat perbedaan, dan menginspirasi mereka untuk melakukan tindakan nyata, besar maupun kecil. Dengan mengambil inisiatif dan memberikan contoh-contoh tindakan praktis yang dapat dilakukan, Perseroan tengah selangkah lebih maju dalam menciptakan masa depan yang lebih lestari.

Sejarah telah berlangsung selama delapan puluh tahun, dan komitmen yang teguh untuk bertindak secara bertanggung-jawab telah membuahkan reputasi harum bagi Perseroan dalam hal menjalankan usaha dengan integritas. Setiap pelanggaran terhadap Code of Business Principles (CoBP) atau Kode Etik Bisnis Perusahaan membawa konsekuensi yang sangat serius baik terhadap Perseroan, yakni dalam hal gangguan terhadap reputasi, maupun bagi karyawan yang terlibat, yang dapat dikenai denda yang besar hingga hukuman penjara. Untuk mencegah kemungkinan tersebut, Perseroan secara konsisten mengambil langkah-langkah tegas untuk meningkatkan kesadaran terhadap tindakan-tindakan yang tidak etis dan melanggar hukum. Sepanjang tahun 2013, sebagai contoh, Perseroan telah melaksanakan kampanye untuk memastikan bahwa setiap karyawan memahami tanggung-jawab mereka untuk memahami, mencegah sekaligus memberantas tindak penyuapan. Pada saat yang sama, Perseroan memberikan jaminan kesehatan dan kesejahteraan tingkat premium pada karyawannya. Saya berbesar hati dapat melaporkan bahwa Perseroan menerima Zero Accident Award pada 2013 dari Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi atas keberhasilannya mempertahankan rekor nihil kecelakaan kerja yang tiada terputus pada pabrik Rungkut sejak 2002 hingga batas waktu bulan Oktober 2012. Anugerah ini melengkapi peringkat 'PROPER' Emas untuk kinerja lingkungan yang dianugerahkan kepada pabrik Rungkut oleh Kementerian Lingkungan Hidup pada 2012 dan 2013.

Berkat sistem pengelolaan yang bertanggung-jawab, Perseroan juga telah memperoleh penghargaan dari regulator. Untuk tahun kedua secara berturut-turut, Unilever Indonesia memenangkan Capital Market Award sebagai Best Listed Company dari perusahaan-perusahaan dengan kapitalisasi pasar lebih dari Rp10 triliun, yang diberikan secara bersama oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia (BEI), KPEI dan KSEI. Nama-nama yang dinominasi mencakup perusahaan-perusahaan terbesar dengan reputasi terbaik di Indonesia.

The difference now is that the Company seeks to show people the possibilities of what can they do in a personal capacity to make a difference, and inspire them to take action, no matter what the scale. By taking a lead and providing practical examples of what can be done, the Company is taking another step towards creating a more sustainable future.

Eighty years on, this commitment to acting responsibly has earned the Company a reputation for conducting business with integrity. Any breach of the Company's Code of Business Principles (CoBP) has very serious consequences for both the Company, in terms of damage to its reputation, and the employees, who may face significant fines and even imprisonment. To prevent such scenarios, the Company consistently takes measures to improve awareness of actions that are unethical or illegal. Throughout 2013, for example, the Company ran a campaign to ensure that every employee understands their responsibility to recognize, prevent and root out bribery. At the same time, the Company places a premium on the health and wellbeing of its employees. I am proud to report that the Company received a Zero Accident Award in 2013 from the Ministry of Manpower and Transmigration for maintaining an unbroken zero accident record at the Rungkut factory from 2002 until the cut-off date in October 2012. This complements the Gold 'PROPER' rating for environmental performance awarded to the Rungkut site by the Ministry of the Environment in 2012 and 2013.

Responsible management has also earned the Company the respect of the regulators. For the second consecutive year, Unilever Indonesia won the Capital Market Award for Best Listed Company of companies with a market capitalisation of over Rp10 trillion, awarded jointly by the Financial Services Authority (OJK), Indonesia Stock Exchange (IDX), KPEI and KSEI. Nominees included Indonesia's largest and most reputable companies.

Sebagai penutup, saya ingin menyampaikan, atas nama Dewan Komisaris, ucapan terima kasih yang tulus kepada jajaran anggota Direksi dan seluruh karyawan atas dedikasi, visi dan komitmen terhadap standar kinerja tertinggi. Kendati kita akan menghadapi berbagai tantangan yang nyata di bulan-bulan mendatang, masa depan akan tetap cerah. Dengan berfokus lagi pada langkah penyempurnaan yang terus menerus dan inovasi di seluruh lini organisasi, saya merasa yakin bahwa Unilever Indonesia akan terus mewujudkan pertumbuhan berkelanjutan, meraih pangsa pasar yang lebih besar dan benar-benar menciptakan masa depan yang lebih cerah, setiap hari, bagi jutaan konsumen di seluruh penjuru Indonesia.

In closing, I would like to say, on behalf of the Board of Commissioners, a sincere 'thank you' to the Directors, management and employees for their dedication, vision and continued commitment to the highest standards of performance. Although we will certainly face challenges in the months ahead, the future is bright. As we refocus on continuous improvement and innovation throughout the organisation, I am confident that Unilever Indonesia will continue to deliver sustainable growth, gain a greater share of the market and genuinely create a brighter future, every day, for millions of consumers across Indonesia.

Untuk dan atas nama Dewan Komisaris
For and on behalf of the Board of Commissioners

Jakarta, 25 Maret March 2014



Peter Frank Ter Kulve

Presiden Komisaris
President Commissioner

profil dewan komisaris

board of commissioners' profile



Peter Frank Ter Kulve
 Presiden Komisaris
 President Commissioner

Warganegara Belanda, lahir di Negeri Belanda. Presiden Komisaris Unilever Indonesia sejak Desember 2011. Beliau juga menjabat EVP, SEAA Unilever sejak September 2011. Mengawali karir bersama Unilever di Belanda, beliau telah menduduki beberapa posisi senior di operasi global Perusahaan, termasuk Chairman, Unilever Benelux; President, Dutch Unilever Companies; Global Head, Ice Cream Category (EVP IC); Chairman, Iglo-Mora Group Holland; dan Chairman, Walls China. Di luar Unilever, beliau menjadi anggota dewan eksekutif VNO/NCV (asosiasi industri dan perdagangan Belanda); Co-Chairman FNLI, asosiasi FMCG Belanda; Co-chairman GS-1 Belanda dan anggota Direksi Museum Boijmans van Beuningen. Sarjana Erasmus University, Rotterdam, Belanda, lulusan 1988, dalam bidang Ekonomi Moneter dan Administrasi Bisnis.

Dutch citizen, born in the Netherlands. President Commissioner of Unilever Indonesia since December 2011. He has also been Unilever's EVP, SEAA since September 2011. Having started his career with Unilever in Holland, he has held several senior posts in the Company's global operations, including Chairman, Unilever Benelux; President, Dutch Unilever Companies; Global Head, Ice Cream Category (EVP IC); Chairman, Iglo-Mora Group Holland; and Chairman, Walls China. Outside Unilever, he is a member of the operating board of VNO/NCV (Dutch association of industry and trade); Co-Chairman of FNLI, the Dutch FMCG association; Co-chairman of GS-1 Holland and a Board member of the Museum Boijmans van Beuningen. He graduated from Erasmus University, Rotterdam, the Netherlands, in 1988, majoring in Monetary Economics and Business Administration.



Erry Firmansyah
 Komisaris Independen
 Commissioner Independent

Warga Negara Indonesia, lahir di Bandung, Jawa Barat. Komisaris Independen Unilever Indonesia sejak 2009, dan Ketua Komite Audit sejak Mei 2012. Beliau juga menjadi Komisaris dari PT Elang Mahkota Energy sejak 2009, PT Astra International Tbk sejak 2010, dan PT Pefindo (Persero) sejak 2010, serta Presiden Komisaris PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) sejak 2009. Sebelumnya bekerja pada KAP Drs. Hadi Sutanto (koresponden Waterhouse) dari 1982 hingga 1984 dan PT Sumarno Pabottinggi Management, sebuah perusahaan konsultan, hingga 1990, selanjutnya bergabung dengan Lippo Group sebagai Direktur Eksekutif. Pada 1998 ditunjuk menjadi Presiden Direktur Bursa Efek Indonesia (BEI) hingga Juli 2009, dan Presiden Direktur PT Kustodian Sentral Efek Indonesia dari 1998 hingga 2002. Aktif berperan dalam berbagai organisasi, termasuk Kamar Dagang Indonesia (KADIN) sebagai Wakil Ketua Komite Keuangan, dan anggota Dewan Penasihat IAI, IAMI and CWMA. Sarjana Akuntansi dari Universitas Indonesia, lulusan 1975.

Indonesian citizen, born in Bandung, West Java. Independent Commissioner of Unilever Indonesia since 2009, and Chairman of the Audit Committee since May 2012. He has also served as a Commissioner for PT Elang Mahkota Energy since 2009, PT Astra International Tbk since 2010, and PT Pefindo (Persero) since 2010, and has been President Commissioner of PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) since 2009. He worked for Drs. Hadi Sutanto (a PriceWaterhouse Correspondent) from 1982 to 1984 and PT Sumarno Pabottinggi Management, a consulting firm, until 1990, when he joined Lippo Group as an Executive Director. In 1998 he was appointed President Director of the Indonesian Stock Exchange (IDX), where he served until July 2009, and was President Director of PT Kustodian Sentral Efek Indonesia from 1998 to 2002. He actively contributes to several organizations, including the Indonesian Chamber of Trade (KADIN) as Vice Chief of the Finance Committee, and as a Member of the Advisory Councils of IAI, IAMI and CWMA. He graduated in Accounting from the University of Indonesia in 1975.



Cyrillus Harinowo
 Komisaris Independen
 Commissioner Independent

Warga Negara Indonesia, lahir di Yogyakarta. Komisaris Independen Unilever Indonesia sejak 2004. Sejak 2003 menjadi Komisaris Independen PT Bank Central Asia Tbk. Beliau berkarir di Bank Indonesia selama 25 tahun, termasuk menjadi Direktur - Divisi Pasar Modal dan Manajemen Moneter (1994-1998), dan menjabat Alternate Executive Director and Technical Assistance Advisor for the Monetary and Exchange Affairs Department, International Monetary Fund (IMF) di Washington dari 1998 sampai 2003. Selain memegang beberapa posisi manajerial dalam lembaga pemerintah dan non-pemerintah, beliau menjadi Asisten Menteri Perdagangan antara tahun 1988 dan 1989. Saat ini menjadi dosen di sejumlah universitas terkemuka di Jakarta dan aktif menjadi pembicara dalam seminar domestik maupun internasional, serta menulis untuk berbagai media. Sarjana Akuntansi dari Universitas Gadjah Mada lulusan 1977, dan meraih gelar Master dalam Ekonomi Pembangunan dari Centre for Development Economics, Williams College, AS (1981), dan PhD dalam Kebijakan Moneter dan Internasional dari Vanderbilt University, AS (1985).

Indonesian citizen, born in Yogyakarta. Independent Commissioner of Unilever Indonesia since 2004. Since 2003 he has been an Independent Commissioner of PT Bank Central Asia Tbk. He served Bank Indonesia for 25 years, including a term as Director of the Money Market and Monetary Management Department (1994-1998), and was an Alternate Executive Director and Technical Assistance Advisor for the Monetary and Exchange Affairs Department, International Monetary Fund (IMF) in Washington from 1998 to 2003. As well as holding several managerial positions in government and non government institutions, he was Assistant to the Minister of Trade between 1988 and 1989. He is currently a lecturer at several major universities in Jakarta and frequently speaks at domestic and international seminars, as well as writing for various media publications. He graduated in Accounting from Gadjah Mada University in 1977, and holds a Master's degree in Development Economics from the Centre for Development Economics, Williams College, USA (1981), and a PhD in Monetary and International Policy from Vanderbilt University, USA (1985).



Bambang Subianto

Komisaris Independen
Commissioner Independent

Warga Negara Indonesia, lahir di Madiun, Jawa Timur. Komisaris Independen Unilever Indonesia sejak 2005. Saat ini menjabat Chairman dan senior partner pada Arghajata Consulting. Menjadi Menteri Keuangan Republik Indonesia dari 1998 hingga 1999, dan menjadi Direktur Jenderal Lembaga Keuangan, Kementerian Keuangan dari 1992 hingga 1998. Memegang jabatan manajemen di sejumlah perusahaan terkemuka, termasuk Presiden Komisaris PT Jamsostek (2009-2013), PT Apexindo Pratama Duta Tbk (2009-2012), PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (1997-1998), Bank Bapindo (1996-1998), PT Bursa Efek Surabaya (1993-1998), PT Kliring Deposit Efek Indonesia (1991-1993), PT Bursa Paralel (1990-1993) and PT Persero Asuransi Jasa Indonesia (1988-1992); dan sebagai Komisaris dari Pertamina (1998-1999), Bank Bapindo (1992-1996) dan Bank Bumi Daya (1989-1992). Menjadi dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia dari 1974 hingga 2005 dan Direktur Lembaga Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (1986-1988). Sarjana Institut Teknologi Bandung, dan meraih gelar MBA dan PhD dari Catholic University of Leuven, Belgium.

Indonesian citizen, born in Madiun, East Java. Independent Commissioner of Unilever Indonesia since 2005. He is presently Chairman and senior partner in Arghajata Consulting. He was Indonesia's Minister of Finance from 1998 to 1999, and served as Director General of Financial Institutions at the Ministry of Finance from 1992 to 1998. He has served on the Boards of several leading companies, including as President Commissioner of PT Jamsostek (2009-2013), PT Apexindo Pratama Duta Tbk (2009-2012), PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (1997-1998), Bank Bapindo (1996-1998), PT Bursa Efek Surabaya (1993-1998), PT Kliring Deposit Efek Indonesia (1991-1993), PT Bursa Paralel (1990-1993) and PT Persero Asuransi Jasa Indonesia (1988-1992); and as a Commissioner of Pertamina (1998-1999), Bank Bapindo (1992-1996) and Bank Bumi Daya (1989-1992). He lectured at the University of Indonesia's Faculty of Economics from 1974 to 2005 and and was a Director Faculty of Economics Management Institute, University of Indonesia (1986-1988). He holds a Bachelor's degree from the Bandung Institute of Technology, and an MBA and PhD from the Catholic University of Leuven, Belgium.



Hikmahanto Juwana
Komisaris Independen
Commissioner Independent

Warga Negara Indonesia, lahir di Jakarta. Komisaris Independen Unilever Indonesia sejak Mei 2011. Saat ini juga menjabat Komisaris Independen PT Aneka Tambang Tbk (Mei 2009-sekarang), anggota Tim Ahli Hukum Kementerian Pertahanan (Februari 2010-sekarang), dan anggota Satuan Tugas Hukum Kementerian BUMN (September 2011-sekarang). Anggota Komisi Pengawas Pajak, Kementerian Keuangan (Maret 2010-Maret 2013) dan Komisi Ahli Kementerian Hukum dan HAM (2004-2005). Pernah bekerja sebagai konsultan di BAPPENAS (Penasehat Urusan Pemberdayaan Pengadilan Niaga) dari 2001 hingga 2002, dan Staf Ahli Menteri pada Kantor Menko Perekonomian dari 1999 hingga 2001. Sebelumnya bekerja dalam beragam kapasitas di sejumlah kantor hukum terkemuka di Jakarta. Beliau dikukuhkan sebagai Profesor Hukum Internasional di Universitas Indonesia pada tahun 2001, dan menjabat Dekan Fakultas Hukum mulai 2004 hingga 2008. Mengajar sejumlah mata kuliah hukum di beberapa universitas terkemuka lainnya di Indonesia dan menjadi visiting professor di University of Melbourne, National University of Singapore dan Nagoya University, Jepang. Sebagai peneliti independen beliau telah menerbitkan sejumlah buku, artikel dan makalah penelitian tentang berbagai aspek hukum internasional, hukum bisnis, dan hukum ruang angkasa. Sarjana hukum Universitas Indonesia pada 1987 dan memperoleh gelar LLM dari Keio University, Jepang (1992) dan PhD dari University of Nottingham, Inggris (1997).

Indonesian citizen, born in Jakarta. Independent Commissioner of Unilever Indonesia since May 2011. He is currently also serving as an Independent Commissioner of PT Aneka Tambang Tbk (May 2009-present), a Member of the Legal Experts Team at the Ministry of Defense (February 2010-present), and a Member of the Legal Committee at the Ministry of State-Owned Enterprises (September 2011-present). He was a Member of the Taxation Oversight Committee at the Ministry of Finance, (March 2010-March 2013) and the Expert Council at the Ministry of Justice and Human Rights (2004-2005). He worked as consultant at the National Development Planning Board (Empowerment of the Commercial Court Adviser) from 2001 to 2002, and was Senior Legal Adviser to the Coordinating Minister for Economic Affairs from 1999 to 2001. Prior to that he served in various capacities at a number of prominent law firms in Jakarta. He is inaugurated as Professor of International Law at the University of Indonesia in 2001, and served as Dean of the Faculty of Law from 2004 to 2008. He also teaches Law at several other prominent universities in Indonesia and has been a visiting professor at the University of Melbourne, National University of Singapore and Nagoya University, Japan. As an independent researcher he has published numerous books, articles and research papers on various aspects of international law, business law, and air and space law, among others. He graduated with a degree in Law from the University of Indonesia in 1987, and holds an LLM from Keio University, Japan (1992) and a PhD from the University of Nottingham, UK (1997).

Laporan direksi

board of directors' report



Kami fokus kembali pada bisnis inti - pada kategori dan produk-produk yang mendorong profitabilitas dan terbukti menghasilkan perbedaan nyata terhadap kinerja bisnis kami.

We refocused on the core business - the categories and products that drive profitability and really make difference to our business performance.

Pemegang Saham Yang Terhormat, Dear Respected Shareholders,

Di tahun yang ditandai dengan gejolak nilai tukar dan lonjakan harga, Unilever Indonesia sekali lagi mencatatkan hasil yang sangat baik pada tahun pelaporan. Kami membukukan tingkat pertumbuhan dua digit di hampir seluruh kategori sekaligus terus meningkatkan pangsa pasar. Kami juga membuat kemajuan lebih jauh dalam penerapan prinsip *sustainability*.

2013 merupakan tahun dengan dua paruh-waktu yang kondisinya berbeda, baik bagi Perseroan maupun Indonesia secara keseluruhan. Kondisi sepanjang paruh pertama relatif positif, dengan defisit dan tingkat inflasi yang terkendali serta rupiah yang stabil. Walaupun banjir bandang yang melanda Jakarta dan berbagai daerah di tanah air memengaruhi distribusi, kami mencatat hasil yang sangat kuat di semester pertama. Memasuki paruh kedua, Indonesia mulai merasakan dampak kondisi makro-ekonomi global yang sulit serta meningkatnya situasi di dalam negeri yang penuh tantangan. Kebijakan pemerintah untuk mengurangi subsidi harga BBM memicu lonjakan inflasi, sementara beberapa waktu sesudahnya, Bank Indonesia menaikkan tingkat suku bunga dalam upaya untuk mengendalikan defisit neraca pembayaran dan melemahnya nilai rupiah. Seluruh faktor tersebut membawa dampak negatif terhadap kepercayaan dan daya beli konsumen karena mereka dihadapkan pada kenaikan biaya kebutuhan sehari-hari, BBM dan bahan makanan pokok.

Dalam situasi seperti itu, konsumen dipaksa untuk membuat pilihan yang sulit dalam menentukan barang-barang belanjaan mereka. Kami berbesar hati, bahwa dalam situasi ini kami tetap berhasil mencatat pertumbuhan berdasarkan beberapa parameter penting, meningkatkan pangsa pasar di sebagian besar kategori yang kami miliki walaupun persaingan sangat ketat, dan meraih pertumbuhan dua-digit pada *top* dan *bottom line*. Kunci keberhasilan kami dalam situasi yang kurang mendukung ini adalah memastikan bahwa seluruh fundamental bisnis kokoh pada posisinya. Kami fokus kembali pada bisnis inti - pada kategori dan produk-produk yang mendorong profitabilitas dan terbukti menghasilkan perbedaan nyata terhadap kinerja bisnis kami.

In a year characterised by exchange rate volatility and rising prices, Unilever Indonesia posted another year of strong results. We recorded double digit growth across almost all our categories and continued to make gains in market share, and we made further progress towards our sustainability objectives.

It was a year of two distinct halves, both for the Company and Indonesia as a whole. Conditions remained relatively positive throughout the first semester, with the deficit and inflation under control, and a stable rupiah. Although severe flooding in Jakarta and many other parts of the country impacted distribution, we recorded very strong first half results. As we moved into the second half, Indonesia began to feel the onslaught of global macroeconomic challenges while domestic challenges also mounted. The government's reduction of fuel price subsidies triggered high inflation, while later in the year, Bank Indonesia raised interest rates in an attempt to control the current account deficit and a weakening rupiah. All these factors had an adverse impact on consumers' confidence and purchasing power as they were confronted with the escalating cost of utilities, fuel, and basic foodstuffs.

Under such conditions, consumers are forced to make hard choices between the items they put in their shopping baskets. We were delighted, therefore, to record growth on several important measures, winning market share in most of our categories despite intense competition, and posting double digit growth on both our top and bottom lines. The key to our success in a less than favourable climate was making sure that all the fundamentals of the business are in place. We refocused on the core business - the categories and products that drive profitability and really make a difference to our business performance.



Untuk melindungi kategori dan produk unggulan ini, kami merasionalisasi jumlah SKU kami dari 1.200 menjadi 1.000, menghilangkan SKU yang kinerjanya tidak bagus. Kami juga membuat terobosan lebih jauh di pasar baru maupun yang sudah ada dengan meningkatkan jumlah Perfect Store — sebuah program yang saling menguntungkan dimana kami berbagi keahlian dalam penjualan bersama para pengecer untuk membantu mereka menjual produk-produk kami secara lebih efektif.

Strategi global Unilever didasarkan pada keunggulan melalui *brand* dan inovasi, keunggulan di pasar; keunggulan melalui penyempurnaan terus-menerus; keunggulan bersama karyawan; dan keunggulan dalam implementasi prinsip *sustainability*. Unilever Indonesia memanfaatkan pemahaman lokalnya yang mendalam dan *positioning* yang unik di Indonesia untuk melaksanakan strategi ke depan.

To protect these core performers, we rationalised the number of our SKUs from 1,200 to 1,000, cutting out any non-performing items. We also made further inroads into new and existing markets by increasing the number of Perfect Stores — a mutually beneficial initiative through which we share our expertise on selling with retailers to help them move our products more effectively.

Unilever's global strategy is built around winning with brand and innovation; winning in the market place; winning through continuous improvements; winning with people; and winning on sustainability. Unilever Indonesia leveraged its in-depth local knowledge and unique positioning in Indonesia to take all these strategies forward.



Tujuan kami adalah menciptakan nilai yang tak tertandingi bagi para konsumen dengan menyesuaikan kualitas dan harga produk untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka.

Our goal is to create unbeatable value for our customers by tailoring quality and price to match their needs and preferences.

Dari Kiri From Left:

Ira Noviarti, Maurits Daniel Rudolf Lalisang (duduk), Sancoyo Antarikso, Ramakrishnan Raghuraman, Debora Herawati Sadrach (duduk), Enny Hartati Sampurno, Vishal Gupta, Ainul Yaqin, Tevilyan Yudhistira Rusli, Hadrianus Setiawan.

Keunggulan melalui *brand* dan inovasi

Keberhasilan bisnis kami bergantung pada kemampuan kami untuk menawarkan proposisi yang menarik bagi konsumen kami, khususnya di saat daya beli mereka terbatas oleh kenaikan harga-harga. Tujuan kami adalah menciptakan nilai yang tak tertandingi bagi para konsumen dengan menyesuaikan kualitas dan harga produk untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka, sehingga kami dapat memberikan manfaat yang optimal untuk setiap konsumen di tingkat daya beli yang berbeda. Inovasi kami didukung oleh sains dan teknologi yang paling mutakhir dan didasarkan pada *insight* mendalam terhadap gaya hidup pelanggan, selera dan budaya mereka di seluruh penjuru tanah air.

Pertumbuhan Indonesia yang konsisten kuat selama lima tahun terakhir telah membangkitkan pertumbuhan kelompok berkecukupan serta menumbuhkan segmen

Winning with brand and innovation

The success of our business rests on our ability to offer our customers compelling propositions, particularly when their spending power is constrained by rising prices. Our goal is to create unbeatable value for our customers by tailoring quality and price to match their needs and preferences, so that we can deliver optimal benefits at every price point. Our innovations are driven by the latest advances in science and technology, and informed by our deep insights into our customers' lifestyles, tastes and cultures all over the country.

Indonesia's consistently strong growth over the past five years has generated growing affluence and a rapidly expanding middle income segment. Indonesia's

kelas menengah secara pesat. Penduduk Indonesia juga relatif muda. Kelas menengah muda Indonesia dengan penghasilan yang terus meningkat ini menginvestasikan lebih banyak waktu, perhatian dan uang mereka pada rumah, penampilan pribadi dan kesejahteraan mereka. Hal ini mendorong peningkatan permintaan terhadap produk-produk premium di berbagai kategori. Pada Home Care, sebagai contoh, kami meluncurkan Molto Aroma Essence Gold, sebuah varian baru yang lebih aspiratif pada *brand* pelembut kain kami yang mengandung esens minyak aromatherapy.

Salah satu kontributor utama untuk pertumbuhan kategori Hair Care di 2013 adalah shampo Sunsilk Black, favorit lama yang diluncurkan kembali dengan formula baru ciptaan penata rambut Hollywood terkemuka yang membuat produk ini semakin relevan dengan konsumen masa kini. Sementara itu, rangkaian perawatan rambut Tresemme terus menunjukkan kinerja yang kuat, berkat tingginya eksposur sebagai sponsor rambut resmi pada *reality show* populer, Asia's Next Top Model.

Inovasi utama dalam Skin Care mencakup Pond's Luminous Finish BB+ cream, sebuah terobosan baru yang mengkombinasikan pelembap, pencerah, penutup noda dan tabir surya – sebuah pilihan praktis dan menarik bagi perempuan Indonesia yang semakin peduli terhadap dampak negatif paparan sinar matahari terhadap kulit.

Memenuhi permintaan yang semakin meningkat terhadap produk-produk perawatan tubuh untuk pria, kami meluncurkan Pond's Men, sebuah terobosan berupa rangkaian produk perawatan kulit wajah dengan tiga varian yang berhasil meningkatkan penjualan di kategori ini. Axe Apollo, sebuah varian baru dalam seri produk *body care* Axe, diluncurkan di Indonesia sebagai bagian dari aktivasi global yang menawarkan para pelanggan di seluruh dunia, termasuk Indonesia, kesempatan untuk dipilih mengikuti *space academy* dan, pada akhirnya, mengikuti penjelajahan ke ruang angkasa. Aktivasi ini menghasilkan pemberitaan dan liputan yang besar bagi *brand* tersebut di media massa.

Inovasi lain yang menonjol dalam Personal Care adalah Lifebuoy Clini-Shield 10 dengan teknologi 'ActivNaturol Shield', yang menawarkan perlindungan lebih lama dan lebih efektif terhadap kuman namun lembut di kulit. Clini-shield 10 telah memperoleh akreditasi dan pengukuhan dari British Skin Foundation dan pertumbuhannya saat ini kuat berkat kampanye kami bekerjasama dengan PERSI (Persatuan Rumah Sakit Indonesia). Kampanye ini bertujuan menanamkan kebiasaan cuci tangan pakai sabun di rumah-rumah sakit guna mencegah penyebaran kuman dan infeksi di kalangan paramedik, pasien maupun pengunjung. Kolaborasi kami dengan para ahli di bidang kesehatan melalui Lifebuoy dan Pepsodent membawa

population is also relatively youthful. These young, middle class Indonesians with rising discretionary incomes are investing more time, care and money in their homes, personal appearance and wellbeing, which is driving demand for premium products in many categories. In Home Care, for example, we launched Molto Aroma Essence Gold, a new, more aspirational variant on our brand-leading fabric softener that contains essential aromatherapy oils.

One of the key contributors to category growth in Hair Care in 2013 was an old favourite, Sunsilk Black shampoo, relaunched with a new formula created by a leading Hollywood hairstylist that has made it more relevant to today's consumers, while the Tresemme range continued to perform strongly, benefitting from strong exposure as the official hair sponsor of the popular reality show, Asia's Next Top Model.

Key innovations in Skin Care included Pond's Luminous Finish BB+ cream, a breakthrough, time-saving combination of moisturiser, brightener, concealer and sunscreen that appeals to Indonesian women who are increasingly concerned about the damaging effects of sun exposure.

Catering to the increasing appetite for male grooming products, we launched Pond's Men, a breakthrough facial skin care range whose three variants have helped to drive sales in this category. Axe Apollo, a new variant of the Axe range of body care products, was launched in Indonesia as part of global activation that offered customers from around the globe, including Indonesia, the chance to be selected to attend space academy and, ultimately, take a voyage into space. This generated a considerable media buzz for the brand.

Another standout innovation in Personal Care was Lifebuoy Clini-Shield 10 with 'ActivNaturol Shield' technology, which offers longer lasting and more effective protection against germs while being gentle on skin. Clini-shield 10 has been accredited and endorsed by the British Skin Foundation, and we are seeing strong growth driven by our campaign, in cooperation with PERSI (the Association of Indonesian Hospitals) to embed the hand washing habit in hospitals to prevent the spread of germs and infection among medical personnel, patients and visitors. Our collaborations with the health profession through Lifebuoy and Pepsodent

manfaat ganda, yakni memastikan bahwa *brand-brand* kami memberikan manfaat nyata bagi konsumen dan di waktu yang bersamaan kredibilitas *brand* juga meningkat.

Inovasi dalam Foods and Refreshment selama tahun pelaporan mencakup penambahan rasa baru dan ukuran baru—Mini Magnum—ke dalam seri Magnum *ice cream* yang sangat populer. Dua *top brand* kami juga bergabung dalam sebuah produk *co-brand* yang telah sukses diluncurkan, yakni Walls Buavita Smoothiez.

Keunggulan di pasar

Kami meningkatkan pangsa pasar dengan memastikan bahwa *brand-brand* kami selalu tersedia dan dipajang secara jelas di toko-toko. Selama tahun 2013 kami berinvestasi untuk meningkatkan kinerja pada distribusi dan pengembangan pasar. Produk kami dijual di jalur ritel moderen maupun tradisional.

Outlet-outlet perdagangan tradisional yang mencakup pasar tradisional dan warung masih tetap menjadi komponen penting dalam sektor ritel di Indonesia. Selama tahun berjalan kami melakukan penyempurnaan distribusi ke *outlet-outlet* tradisional di kota-kota besar melalui kerjasama dengan para distributor untuk memastikan cakupan yang lebih dalam di area sasaran. Kami juga memperkuat kemampuan penjualan para distributor melalui program pelatihan dan dengan cara memangkas jadwal perjalanan harian mereka untuk menciptakan jalur yang lebih cepat dan lebih efisien.

Minimarket terus berkembang luas di seluruh Indonesia dan kami berupaya memperkuat kinerja di jalur ini dengan cara meningkatkan penampilan produk di rak, khususnya untuk produk-produk Personal Care dan dengan menambah lebih banyak Perfect Store dalam jaringan kami. Selain memberikan manfaat bagi toko-toko yang bersangkutan, Perfect Store memberikan kesempatan yang berharga bagi kami untuk melibatkan diri dengan para pengecer dan memperoleh *insight* tentang cara mereka berinteraksi dengan *brand-brand* kami.

Unilever Indonesia meraih banyak penghargaan untuk *brand-brand* pada 2013, bukti nyata dari kekuatan dan popularitas *brand-brand* kami serta tempat khusus yang mereka miliki di hati dan rumah jutaan masyarakat Indonesia. Untuk membangun *brand-brand* kami sekaligus mendorong pertumbuhan lebih lanjut, kami semakin memanfaatkan jangkauan luar biasa dari jalur komunikasi digital dan media sosial untuk semaksimal mungkin mendekati diri dengan konsumen. Pada 2013, 19 *brand* utama kami di seluruh kategori berhasil memenangkan Social Media Awards dari Majalah Marketing.

ensure that the brands deliver genuine benefits while enhancing brand credibility.

Innovations in Foods and Refreshment during the year included the addition of a new flavour and a new size—Mini Magnum—to the hugely popular Magnum ice cream range. Two of our top brands united on a co-branding effort to deliver another successful ice cream launch, Walls Buavita Smoothiez.

Winning in the marketplace

We win market share by ensuring that our brands are present and prominently displayed in stores, and throughout 2013 we invested in driving better performance on distribution and market development. We sell through both modern and traditional retail channels.

Traditional trade outlets include traditional markets and small independent stores or 'warung' and are still an important component in the Indonesian retail sector. During the year we targeted improvements in distribution to traditional outlets in major cities by working with distributors to ensure deeper coverage within a given area, and strengthening their sales capability through training and by rationalising their daily itineraries to create faster, more efficient routes.

Minimarkets continue to proliferate throughout Indonesia and we sought to strengthen this channel by improving shelf visibility, particularly for Personal Care products, and by adding more Perfect Stores to our network. Apart from the benefits to the stores concerned, Perfect Stores offer a valuable opportunity for us to engage with retailers and gain insights on how they interact with our brands.

Unilever Indonesia received numerous brand awards in 2013, attesting to the power and popularity of our brands, and the special place they have in the hearts and homes of millions of Indonesian people. To build our brands and drive further growth, we are increasingly harnessing the incredible reach of digital communications and social media to engage more closely than ever before with consumers. In 2013, 19 of our leading brands across all categories topped Marketing Magazine's Social Media Awards.

Keunggulan melalui penyempurnaan terus menerus

Dengan meningkatnya inflasi pada paruh kedua tahun pelaporan yang mendorong kenaikan biaya, kami mengintensifkan upaya untuk efisiensi, penghematan biaya dan peningkatan margin operasi. Kami secara konstan mengupayakan pertumbuhan, sekecil apapun, yang akan meningkatkan efisiensi dan kecepatan organisasi kami seraya mendorong pertumbuhan selanjutnya. Sebagai antisipasi atas permintaan yang semakin meningkat, kami telah mengembangkan kapasitas setiap pabrik kami, sementara penambahan *ice cream cabinet* di toko-toko pada 2013 diharapkan mampu memacu pertumbuhan penjualan dalam kategori ini.

Kami juga memperkuat strategi untuk melindungi bisnis kami dari guncangan ekonomi di masa depan, misalnya dengan merevisi strategi untuk menyikapi depresiasi mata uang.

Keunggulan bersama karyawan

Unilever Indonesia bertujuan menciptakan lingkungan kerja yang menantang, dinamis dan memuaskan bagi karyawannya. Sebaliknya, kami pun mengharapkan—dan berhasil mendapatkan—komitmen, kepercayaan dan kreativitas dari para karyawan. Kami terus berinvestasi untuk pengembangan keterampilan dan keahlian serta kualitas kepemimpinan mereka guna memastikan bahwa kami memiliki cukup banyak talenta dengan kapabilitas yang kuat untuk mengimplementasikan strategi pertumbuhan bisnis. Merupakan suatu kebanggaan bagi kami untuk meraih gelar juara umum dalam HR Excellence Award 2013 dari Lembaga Manajemen Universitas Indonesia dan Majalah SWA; bukti keunggulan kami dalam pengembangan sumber daya manusia.

Para karyawan kami bangga menjadi bagian dari sebuah organisasi yang menjunjung tinggi integritas dan transparansi dan setiap tahun mereka ikut serta dalam program pelatihan dan lokakarya tentang berbagai aspek etika perilaku bisnis. Pada 2013 kami mengusung tema pencegahan tindak suap dan korupsi dan melakukan serangkaian kampanye yang dirancang untuk membantu para karyawan mengenali, menyikapi dan melaporkan praktek-praktek yang terlarang tersebut.

Winning through continuous improvements

With escalating inflation in the second half of the year driving up our costs, we intensified efforts to identify efficiencies and cost savings and to improve operating margins. We are constantly looking for even marginal increments that will improve our organisational efficiency and speed while driving further growth. In anticipation of growing demand, we have expanded capacity of each of our factories, while the deployment of an additional ice cream cabinets in stores in 2013 is expected to drive sales growth in this category.

We are also strengthening our protection against future economic shocks, for example by revising our strategies for covering currency depreciation.

Winning with people

Unilever Indonesia aims to create a challenging, dynamic and rewarding work environment. In return, we expect—and get—commitment, trust and creativity, from our dedicated workforce. We continue to invest in developing their skills and expertise as well as their leadership qualities to ensure that we have a strong pool of talented people who are capable of executing the Company's growth strategies. We were proud to be named by the University of Indonesia Management Institute & SWAMagazine as the overall winner of the 2013 HR Excellence Award; proof that we are winning with people.

Our employees take pride in being part of an organisation that places a high premium on integrity and transparency, and every year they take part in training and workshops on various aspects of ethical business behaviour. In 2013 the theme was stopping bribery and corruption, and we ran several campaigns designed to help employees recognise, confront and report such practices.

Komitmen Unilever Indonesia terhadap *sustainability* dan tanggung jawab sosial diakui secara internasional pada 2013 dalam bentuk penganugerahan berbagai penghargaan.

Unilever Indonesia's commitment to sustainability and social responsibility was internationally recognised in 2013.

Keunggulan dalam *sustainability*

Pertumbuhan berkelanjutan merupakan jantung dari model bisnis kami. Banyak tantangan yang dihadapi Indonesia saat ini, seperti masalah kemiskinan, kesehatan, kelestarian sumber daya dan perubahan iklim, adalah tantangan yang, apabila tidak diatasi, dapat membawa dampak bagi kelangsungan bisnis kami. Kami menyikapinya dengan Unilever Sustainable Living Plan, sebuah komitmen jangka panjang untuk meningkatkan kesehatan, memperbaiki penghidupan sekaligus mengurangi dampak lingkungan. Pada 2013 kami telah membuat kemajuan dalam pencapaian ketiga sasarannya.

Selain menyampaikan pesan mengenai cara hidup yang *sustainable* melalui kampanye *brand* kami, kami pun melibatkan diri secara langsung dengan para pemangku kepentingan untuk hal-hal yang berkaitan dengan *sustainability*: kami terus bekerja sama dengan sejumlah pemasok utama kami—petani kedelai hitam, petani gula kakao dan petani teh—untuk meningkatkan hasil panen melalui praktik-praktik perkebunan yang lestari, seraya pada saat yang sama meningkatkan penghidupan melalui proyek-proyek penciptaan sumber pendapatan dan pemberdayaan di kalangan komunitas perkebunan. Sebagian besar perkebunan teh pemasok kami saat ini telah disertifikasi oleh Rain Forest Alliance, dan kami tengah menyiapkan penyelesaian proses sertifikasi untuk lahan-lahan perkebunan lainnya.

Lifebuoy telah menjalin kemitraan dengan sebuah desa di Nusa Tenggara Timur untuk meningkatkan fasilitas sanitasi yang dapat membawa manfaat besar bagi kesehatan masyarakatnya. Domestos pun telah berkolaborasi dengan sekolah-sekolah untuk meningkatkan kebersihan lebih dari 1.000 toilet sekolah.

Kami percaya bahwa sebelum kita dapat membuat perubahan pada tingkat global, pola - pikir pribadi harus berubah terlebih dulu. Itu sebabnya inisiatif baru kami, Project Sunlight, yang diluncurkan bersamaan dengan ulang tahun Unilever Indonesia ke-80, ingin menginspirasi masyarakat untuk membuat langkah-langkah kecil secara pribadi, karena itulah yang akan membuat perbedaan.

Komitmen Unilever Indonesia terhadap *sustainability* dan tanggung jawab sosial diakui secara internasional pada 2013 dalam bentuk penganugerahan berbagai penghargaan, antara lain Stevie Awards untuk program bank sampah (Emas), edukasi kesehatan dan *hygiene* di usia dini (Perak) serta pertanian lestari (Perunggu); Green Leadership award dari Asia Responsible Entrepreneurship Awards; dan Best CSR Company in Asia Award dari AIM dan Intel, serta sejumlah penghargaan dan anugerah tingkat nasional.

Winning on sustainability

Sustainable development is at the core of our business model. Many of the challenges facing Indonesia today, such as poverty, health, resource sustainability and climate change, are challenges that, if not addressed, could impact the continuity of our own business operations. Our response is the Unilever Sustainable Living Plan, a multi-year commitment to improving health, enhancing livelihoods and reducing environmental impact. In 2013 we made progress towards all three goals.

As well as delivering messages on sustainable living through our brand campaigns, we engage directly with stakeholders on sustainability issues: we continued to work with some of our key suppliers—black soybean farmers, coconut sugar farmers and tea farmers—to improve yields through sustainable farming practices, while at the same time improving livelihoods through income generation and empowerment projects in the farming communities. Most of our tea estates supplier are now certified by the Rain Forest Alliance, and we are preparing the remainder for certification.

Lifebuoy has partnered with a village in East Nusa Tenggara to improve sanitary facilities, which can have an enormous positive impact on health; likewise, Domestos has collaborated with schools to improve more than 1,000 school toilets.

We believe that before transformation can happen on a global level, individual mindsets have to change. That's why Project Sunlight, our new initiative launched to coincide with Unilever Indonesia's 80th anniversary, seeks to inspire people to take action at the personal level, because this does make a difference.

Unilever Indonesia's commitment to sustainability and social responsibility was internationally recognised in 2013 in the form of Stevie Awards for our waste bank (Gold), early childhood health and hygiene (Silver) and sustainable farming programs (Bronze); a Green Leadership award from the Asia Responsible Entrepreneurship Awards; and the Best CSR Company in Asia award from AIM and Intel, and we earned several domestic awards and citations as well.

Unilever Indonesia juga mempunyai komitmen yang sama besarnya untuk manajemen bisnis yang bertanggung jawab dan terus memegang teguh standar tata kelola korporasi yang tinggi. Selama tahun pelaporan, kami mencatat kemajuan pesat dalam pengendalian internal dan secara khusus perencanaan kontinjensi dengan memperkokoh tim manajemen krisis dan memperbaharui strategi kami untuk menjaga keberlangsungan bisnis, keselamatan dan keamanan.

Pandangan ke depan

Kami akan kembali menghadapi iklim operasional yang tidak mudah pada 2014, seiring pergulatan Indonesia menghadapi defisit neraca pembayaran, kenaikan tingkat bunga dan berlanjutnya volatilitas nilai rupiah. Pemilihan umum untuk anggota legislatif akan diselenggarakan pada April 2014, yang diikuti dengan pemilihan presiden pada bulan Juli. Dengan makin matangnya Indonesia sebagai negara demokrasi, kami percaya bahwa risiko kerusuhan yang terkait dengan pemilu adalah kecil, namun kami tetap harus waspada, dan kemungkinan kami bahkan akan melihat kenaikan tipis pada pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sebagai akibat meningkatnya jumlah pengeluaran yang terkait dengan pemilu. Untuk jangka panjang, pesatnya pertumbuhan kelas menengah Indonesia dengan peningkatan jumlah penghasilan yang dapat mereka belanjakan dan banyaknya penduduk usia muda membuka peluang besar untuk pertumbuhan.

Mempertimbangkan situasi dan kondisi tersebut, Perseroan akan terus melanjutkan fokus perhatian pada bisnis inti, dengan peluang terbesar untuk penciptaan nilai. Kami memiliki rangkaian berbagai produk baru siap luncur yang menarik bagi konsumen dan kami akan terus memanfaatkan *insight* konsumen untuk mendorong inovasi yang menarik bagi konsumen sekaligus memberikan manfaat yang nyata. Kami secara cermat memonitor peluang-peluang untuk ekspansi ke area yang belum terjamah (*white space expansion*), khususnya pada pasar-pasar yang berkembang di Indonesia, yang daya beli masyarakatnya semakin meningkat. Penyempurnaan dalam *supply chain* juga tetap menjadi prioritas kami seiring upaya kami untuk memberikan layanan pelanggan yang lebih baik dan lebih cepat. Strategi pengendalian finansial dan biaya secara taat-azas yang kami laksanakan selama tahun 2013 akan tetap dilaksanakan secara disiplin.

Perubahan anggota Direksi

Setelah menjabat lebih dari empat tahun sebagai CFO Unilever Indonesia, Bapak Franklin Chan Gomez memutuskan untuk membangun karir diluar Unilever. Kami menyampaikan terima kasih kepada beliau atas kontribusi yang telah diberikan kepada Perusahaan. Menempati posisi tersebut, kami menyambut baik Bapak Tevilyan Yudhistira Rusli, yang secara resmi telah diangkat sebagai CFO pada Rapat Pemegang Saham Luar Biasa pada 24 Oktober 2013.

Unilever Indonesia is equally committed to responsible business management, and we strive to uphold high standards of corporate governance. We made good progress during the year towards strengthening internal controls and in particular, contingency planning, by strengthening the crisis management team and updating our plans for business continuity, safety and security.

Outlook

We will continue to face a challenging operating environment in 2014, as Indonesia grapples with a current account deficit, high interest rates and continued volatility in the rupiah. A general election for the legislature will be held in April 2014, followed by a presidential election in July. As Indonesia has now become a mature democracy, we believe that the risk of unrest associated with the election is small, but we will remain vigilant, and it is possible that we will even see a slight uptick in Gross Domestic Product (GDP) growth due to increased spending around the elections. Over the longer term, Indonesia's fast-growing middle class with rising disposable incomes and a young population offer substantial opportunities for growth.

Given these conditions, the Company will continue to focus on the core business that offer the best opportunities for value creation. We have a broad and compelling pipeline of new products and will continue to leverage our consumer insights to drive innovations that will excite consumers and deliver tangible benefits. We are carefully monitoring opportunities for white space expansion, particularly in emerging markets in Indonesia, where affluence is growing. Improvements to our supply chain will also remain high on the agenda as we seek to serve customers better and faster. The disciplined financial and cost control strategies that we executed in 2013 will remain in place.

Change in BOD

After more than four years as CFO of Unilever Indonesia, Mr. Franklin Chan Gomez decided to pursue a career outside Unilever. We would like to thank him for his contribution to our Company. In his place we welcome Mr. Tevilyan Yudhistira Rusli, who was formally appointed as CFO at the Extraordinary Meeting of Shareholders on 24 October 2013.

Langkah Unilever Indonesia memasuki 2014 ditandai dengan peningkatan pangsa pasar dan pertumbuhan pesat di hampir seluruh kategori. Hal ini menunjukkan bahwa kendati berada di tengah situasi dimana kepercayaan konsumen masih lemah, *brand-brand* kami tetap menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari konsumen Indonesia. Kami percaya bahwa dengan rangkaian inovasi yang unggul, jumlah konsumen baru akan terus bertambah, sementara loyalitas konsumen yang sudah ada akan semakin diperkokoh. Bahkan, kami meyakini bahwa dengan berkembangnya jumlah penghasilan dan pertambahan penduduk di Indonesia, masih terbuka luas peluang untuk penciptaan nilai di pasar. Kami telah berinvestasi untuk meningkatkan kapabilitas di seluruh lini organisasi guna memastikan bahwa kami dapat menangkap peluang tersebut. Kami siap berkarya di tahun berikutnya untuk terus menciptakan manfaat yang berkelanjutan dan nyata bagi seluruh pemangku kepentingan kami.

Unilever Indonesia goes into 2014 on the back of market share gains and robust growth in almost all categories, indicating that even in a climate of subdued confidence, our brands are still a part of everyday life for the Indonesian consumer. We are confident that our compelling innovation pipeline will continue to win new consumers while strengthening existing brand loyalties. Moreover, we believe that with an increasingly affluent and growing population, there are still tremendous opportunities for value creation in the Indonesian market, and we have invested in improving capabilities across the organisation to ensure that we can capture them. We look forward to another year of bringing sustainable and tangible benefits to all our stakeholders.

Untuk dan atas nama Direksi
For and on behalf of the Board of Directors

Jakarta, 25 Maret March 2014



Maurits Daniel Rudolf Lalisang

Presiden Direktur
President Director

profil direksi

board of directors' profile



Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Presiden Direktur President Director

Warga Negara Indonesia, lahir di Makassar. Presiden Direktur Unilever Indonesia sejak Mei 2004. Bergabung dengan Unilever Indonesia tahun 1980. Sejumlah posisi senior yang dijabatnya meliputi Corporate Relations Director, Foods Director, Home Care Director, dan Sales Director. Sarjana Administrasi Niaga dari Universitas Indonesia, dan mengikuti Advanced Executive Programme di Kellogg Graduate School of Management - University of Chicago, Amerika Serikat, tahun 2001.

Indonesian citizen, born in Makassar. President Director of Unilever Indonesia since May 2004. Joined Unilever Indonesia in 1980. Previous senior posts include Corporate Relations Director, Foods Director, Home Care Director, and Sales Director. He graduated from the University of Indonesia with a degree in Business Administration, and attended the Advanced Executive Programme at the Kellogg Graduate School of Management of the University of Chicago, USA, in 2001.



Tevilyan Yudhistira Rusli
Direktur Director

Warga Negara Indonesia, lahir di Jakarta. Finance Director dan Chief Financial Officer sejak Oktober 2013. Bergabung dengan Unilever Indonesia pada 2000. Sejumlah posisi senior sebelumnya meliputi Commercial Manager - Food, Financial Planning & Analysis Director Unilever Vietnam, Global Corporate Audit Director yang berbasis di Singapore dan Regional Finance Director untuk Asia Africa Food Solutions. Sarjana Akuntansi dari Chung Yuan University di Taiwan.

Indonesian citizen, born in Jakarta. Finance Director and Chief Financial Officer since October 2013. Joined Unilever Indonesia in 2000. Senior posts include Commercial Manager - Food, Financial Planning & Analysis Director of Unilever Vietnam, Global Corporate Audit Director based in Singapore and Regional Finance Director for Asia Africa Food Solutions. He graduated from Chung Yuan University in Taiwan holding bachelor's degree in Accountancy.



Ainul Yaqin
Direktur Director

Warga Negara Indonesia, lahir di Lamongan, Jawa Timur. Foods Director sejak Desember 2011. Bergabung dengan Unilever Indonesia tahun 1995. Serangkaian posisi senior sebelumnya mencakup Marketing & Sales Operation Manager, Kimberly-Lever Indonesia; Business Unit Head, Laundry; dan Marketing Director, HPC Unilever Malaysia/Singapura. Sarjana Ilmu dan Teknologi Pangan dari Institut Pertanian Bogor.

Indonesian citizen, born in Lamongan, East Java. Foods Director since December 2011. Joined Unilever Indonesia in 1995. Senior posts include Marketing & Sales Operation Manager, Kimberly-Lever Indonesia; Business Unit Head, Laundry; and Marketing Director, HPC Unilever Malaysia/Singapore. He graduated from the Bogor Institute of Agriculture, majoring in Foods Science and Technology.



Eddy Hartati Sampurno
Direktur Director

Warga Negara Indonesia, lahir di Rembang, Jawa Tengah. Human Resource Director sejak Desember 2011. Bergabung dengan Unilever Indonesia tahun 1991. Beberapa posisi senior sebelumnya mencakup General Manager, Supply Planning; Commercial Manager, HPC; Commercial Manager, Customer Development; Senior Finance Business Partner; dan Manager, Customer Development. Sarjana Akuntansi dari Universitas Parahyangan, Bandung.

Indonesia citizen, born in Rembang, Central Java. Human Resource Director since December 2011. Joined Unilever Indonesia in 1991. Previous senior posts include General Manager, Supply Planning; Commercial Manager, HPC; Commercial Manager, Customer Development; Senior Finance Business Partner; and Manager, Customer Development. She holds a bachelor's degree in Accountancy from Parahyangan University.



Debora Herawati Sadrach
Direktur Director

Warga Negara Indonesia, lahir di Sukabumi, Jawa Barat. Personal Care Director sejak Desember 2001. Bergabung dengan Unilever Indonesia tahun 1988. Posisi-posisi senior sebelumnya meliputi Home & Personal Care Director; General Manager, Marketing Services Department; Marketing Controller, Personal Care Division; Marketing Manager, Hair Care; dan Marketing Manager, Oral Care. Sarjana Kedokteran Gigi dari Universitas Trisakti University dan memperoleh gelar S2 dari Boston University School of Education.

Indonesian citizen, born in Sukabumi, West Java. Personal Care Director since December 2001. Joined Unilever Indonesia in 1988. Previous senior posts include Home & Personal Care Director; General Manager, Marketing Services Department; Marketing Controller, Personal Care Division; Marketing Manager, Hair Care; and Marketing Manager, Oral Care. She holds a bachelor's degree in Dentistry from Trisakti University and a postgraduate degree from Boston University School of Education.



Vishal Gupta
Direktur Director

Warga negara India, lahir di Sunam, India. Home Care Director sejak Mei 2011. Bergabung dengan Unilever tahun 1995. Serangkaian posisi senior sebelumnya meliputi Regional Brand Director, DIG SEA - Singapura; Regional Brand Director, Top Clean, Everyman and Local Jewels - India; dan Global Brand Manager, Lux - Brazilia. Memperoleh gelar MBA dari Indian Institute of Management di Bangalore, India, dan Sarjana Teknologi dari Indian Institute of Technology, Delhi, India.

Indian citizen, born in Sunam, India. Home Care Director since May 2011. Joined Unilever in 1995. Previous senior posts include Regional Brand Director, DIG SEA - Singapore; Regional Brand Director, Top Clean, Everyman and Local Jewels - India; and Global Brand Manager, Lux - Brazil. He holds an MBA from the Indian Institute of Management in Bangalore, India, and a Bachelor of Technology degree from the Indian Institute of Technology, Delhi, India.



Ramakrishnan Raghuraman
Direktur Director

Warga Negara India, lahir di Chennai, India. Supply Chain Director sejak Mei 2013. Bergabung dalam operasional Unilever India pada 1997. Telah menduduki jabatan-jabatan senior di Unilever India dalam bidang Manufacturing, Projects, Planning dan Logistics serta menjadi anggota berbagai tim global di kantor-kantor Unilever untuk mendorong penyempurnaan proses. Seorang Insinyur Mekanik dengan sertifikasi CPM dari APICS.

Indian citizen, born in Chennai, India. Supply Chain Director since May 2013. He joined Unilever's Indian operation in 1997. He has worked in senior roles in Unilever India in Manufacturing, Projects, Planning and Logistics and has been a part of various global teams across Unilever to drive process excellence. He is a qualified Mechanical Engineer with CPM certification from APICS.



Ira Noviarti
Direktur Director

Warga Negara Indonesia, lahir di Jakarta. Ice Cream & Marketing Services Director sejak Mei 2011. Bergabung dengan Unilever Indonesia pada 1995. Sejumlah posisi senior sebelumnya meliputi Marketing Manager, Face & Body Care; Marketing Manager, Foods; Marketing Manager, Ice Cream; dan SEAA & NEA Regional Senior Brand Manager untuk Pond's. Sarjana Akuntansi Keuangan dari Universitas Indonesia lulusan 1995.

Indonesian citizen, born in Jakarta. Ice Cream & Marketing Services Director Since May 2011. Joined Unilever Indonesia in 1995. Previous senior posts include Marketing Manager, Face & Body Care; Marketing Manager, Foods; Marketing Manager, Ice Cream; and SEAA & NEA Regional Senior Brand Manager for Pond's. She graduated from the University of Indonesia in 1995 majoring in Financial Accounting.


Hadrianus Setiawan

Direktur Director

Warga Negara Indonesia, lahir di Jakarta. Customer Development Director sejak 2010. Bergabung dengan Unilever Indonesia tahun 2000. Berbagai posisi senior yang dijabatnya di Unilever Indonesia mencakup Foods Director and Marketing Manager, Snack and Beverages. Memperoleh gelar PhD dari University of London, Inggris.

Indonesian citizen, born in Jakarta. Customer Development Director since 2010. Joined Unilever Indonesia in 2000. Previous senior posts in Unilever Indonesia include Foods Director and Marketing Manager, Snack and Beverages. He holds a PhD from the University of London, United Kingdom.


Sancoyo Antarikso

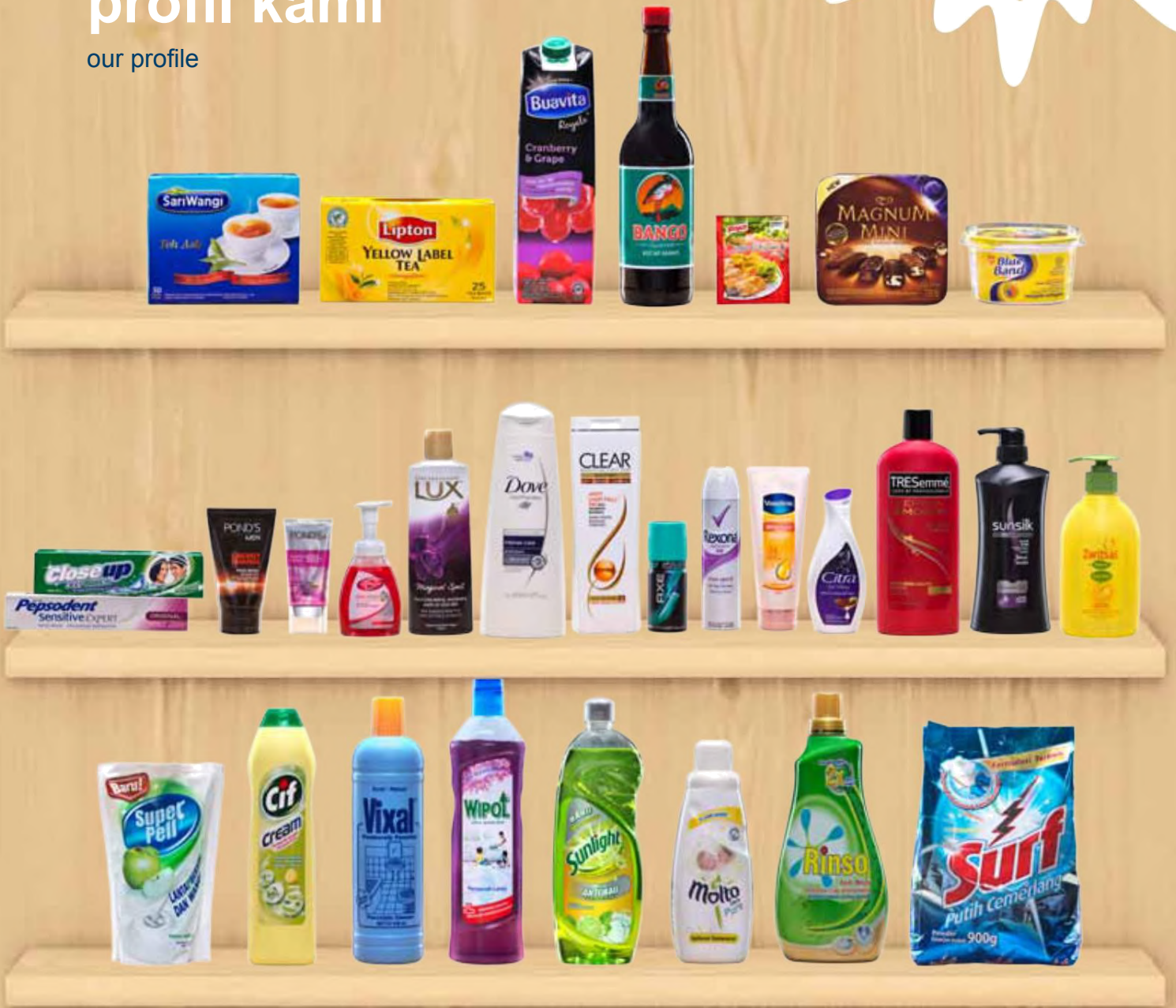
 Direktur & Sekretaris Perusahaan
 Director & Corporate Secretary

Warga Negara Indonesia, lahir di Yogyakarta. External Relations Director sejak Mei 2012 dan Corporate Secretary sejak 2010. Bergabung dengan Unilever Indonesia tahun 1990. Beragam posisi senior sebelumnya di Perusahaan meliputi Financial Controller; Group Audit Manager; Commercial Manager, Home Care; Commercial Director, PT Kimberly-Lever Indonesia; dan International Project Manager, Ice Cream (Take Home) Innovation Centre, Unilever Europe, Inggris. Saat ini juga menjabat Ketua Umum APPINA (Asosiasi Perusahaan Pengiklan Indonesia), Sekretaris Jenderal APJP (Asosiasi Perusahaan Jalur Prioritas) dan Wakil Ketua Bidang Perdagangan & Distribusi PERKOSMI (Persatuan Perusahaan Kosmetik Indonesia). Sarjana Akuntansi dari Universitas Gadjah Mada dan memperoleh gelar Master bidang Manajemen dari IPMI serta MBA dari Monash University's Mt. Eliza Business School di Australia.

Indonesian citizen, born in Yogyakarta. External Relations Director since May 2012 and Corporate Secretary since 2010. Joined Unilever Indonesia in 1990. Previous senior posts in the Company include Financial Controller; Group Audit Manager; Commercial Manager, Home Care; Commercial Director, PT Kimberly-Lever Indonesia; and International Project Manager, Ice Cream (Take Home) Innovation Centre, Unilever Europe, UK. He is currently the Chairman of APPINA (Association of Indonesian Advertising Companies), Secretary General of APJP (Association of Corporate Priority Line) and Vice President of Trade & Distribution Affairs of PERKOSMI (Indonesian Cosmetics Association). He graduated from Gadjah Mada University with a degree in Accountancy, and holds a Master's degree in Management from IPMI and an MBA from Monash University's Mt. Eliza Business School in Australia.

profil kami

our profile



FAKTA PENTING KEY FACTS

80 40 133 8 6.719

Tahun Unilever
di Indonesia
years of unilever
in indonesia

Brand
Produk
PRODUCT
BRANDS

Penghargaan
di 2013
awards in 2013

Pabrik yang
dimiliki
OWNED FACTORIES

Karyawan di 2013
Employee in 2013

PT Unilever Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan Fast Moving Consumer Goods (FMCG) terkemuka di Indonesia. Rangkaian produk Perseroan mencakup produk Home and Personal Care serta Foods and Refreshment ditandai dengan *brand-brand* terpercaya dan ternama di dunia, antara lain Wall's, Lifebuoy, Vaseline, Pepsodent, Lux, Pond's, Sunlight, Rinso, Blue Band, Royco, Dove, Rexona, Clear, dan lain-lain.

NAMA

PT Unilever Indonesia Tbk

BIDANG USAHA

Produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi yang meliputi sabun, deterjen, margarin, makanan berinti susu, es krim, produk-produk kosmetik, minuman dengan bahan pokok teh dan minuman sari buah.

kepemilikan

Penanaman Modal Asing

TANGGAL PENDIRIAN

5 Desember 1933

DASAR HUKUM PENDIRIAN

Akta pendirian dan perubahannya:

- Notaris Tn. Andriaan Hendrik Van Ophuijsen No. 23 tanggal 5 Desember 1933.
- Notaris Ny. Kartini Muljadi, S.H. No. 171 tanggal 22 Juli 1980.
- Notaris Tn. Mudofir Hadi, S.H. No. 92 tanggal 30 Juni 1997.
- Notaris H. Syarif Siangan Tanudjaja, S.H. No. 2 tanggal 9 Juni 2011.

PENCATATAN DI BURSA

11 Januari 1982

kode sAHAM

UNVR

KANTOR PUSAT

Graha Unilever
 Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15
 Jakarta 12930, Indonesia
 Telepon: (62-21) 526 2112 (hunting)
 Faksimili: (62-21) 526 4020
 Email: unvr.indonesia@unilever.com
 Website: www.unilever.co.id

PT Unilever Indonesia Tbk is one of Indonesia's leading Fast Moving Consumer Goods (FMCG) companies. The Company's portfolio of Home and Personal Care, as well as Foods and Refreshment products is distinguished by many of the world's best known and most trusted brands, including Wall's, Lifebuoy, Vaseline, Pepsodent, Lux, Pond's, Sunlight, Rinso, Blue Band, Royco, Dove, Rexona, Clear, and others.

NAME

PT Unilever Indonesia Tbk

line of business

Manufacturing, marketing and distribution of consumer goods including soaps, detergents, margarine, dairy based foods, ice cream, cosmetic products, tea based beverages and fruit juice.

OWNERSHIP

Foreign Direct Investment

DATE OF ESTABLISHMENT

5 December 1933

legal basis

Deed of Establishment and amendments:

- Notary Mr. Andriaan Hendrik Van Ophuijsen No. 23 dated 5 December 1933.
- Notary Mrs. Kartini Muljadi, S.H. No.171 dated 22 July 1980.
- Notary Mr. Mudofir Hadi, S.H. No. 92 dated 30 June 1997.
- Notary H. Syarif Siangan Tanudjaja, S.H. No. 2 dated 9 June 2011.

STOCK EXCHANGE REGISTRATION

11 January 1982

STOCK CODE

UNVR

HEAD OFFICE

Graha Unilever
 Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15
 Jakarta 12930, Indonesia
 Telephone: (62-21) 526 2112 (hunting)
 Facsimile: (62-21) 526 4020
 Email: unvr.indonesia@unilever.com
 Website: www.unilever.co.id

brand-brand kami

our brands

Home & Personal Care

Dari ikon nasional sampai inovasi besar, 26 *brand* yang ada di Home and Personal Care *line-up* kami memberikan kualitas dan nilai yang tiada bandingnya untuk membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup.

From national icons to game-changing innovations, the 26 brands in our Home and Personal Care line-up deliver unmatched quality and value to help consumers to feel good, look good and get more out of life.





brand

our brands

-brand kami

2013

Total

2013



foods and refreshment

Didorong oleh pemahaman kami yang tak tertandingi tentang gaya hidup, selera dan tradisi konsumen kami, 14 *brand* Foods and Refreshment kami memberikan pilihan yang lebih enak dan bergizi serta menang di pasar.

Driven by our unrivalled understanding of our consumers' lifestyles, tastes and traditions, our 14 Foods and Refreshment brands deliver tastier, more nutritious options that are winning in the market.



sejarah perseroan

company milestones

1933

Unilever didirikan dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V. di daerah Angke, Jakarta.

Unilever was established under the name Lever's Zeepfabrieken N.V. in Angke, Jakarta.

1980

Nama perseroan diubah menjadi PT Unilever Indonesia. Presiden Direktur berkewarganegaraan Indonesia pertama, Yaman Hasan, dilantik.

The Company is renamed as PT Unilever Indonesia. Yaman Hasan is the first Indonesian citizen to be appointed as the Company's President Director.

1990

Mendirikan pabrik Personal Care di Rungkut, Surabaya. Memasuki bisnis teh dengan mengakuisisi SariWangi.

The Personal Care factory is opened in Rungkut, Surabaya. The Company enters the tea business with the acquisition of SariWangi.

1936

Margarin Blue Band dan sabun mandi Lux dipasarkan di Indonesia.

Blue Band margarine and Lux soap are marketed in Indonesia.

1982

Unilever Indonesia menjadi perusahaan terbuka dan melepas saham ke publik dengan mendaftarkan 15% saham di Bursa Efek Indonesia.

Unilever Indonesia goes public, listing 15% of its shares on the Indonesia Stock Exchange.

1992

Pabrik es krim Wall's dibuka di Cikarang. Conello dan Paddle Pop muncul di pasar.

The Wall's ice cream factory opens in Cikarang. Conello and Paddle Pop appear on the market for the first time.



2000

Memasuki bisnis kecap dengan mengakuisisi Bango.
The Company enters the soy sauce business, with Bango acquisition.

2008

Membangun pabrik perawatan kulit (Skin Care) terbesar se-Asia di Cikarang. Memasuki bisnis minuman sari buah dengan mengakuisisi merek Buavita dan Gogo. SAP diimplementasikan di seluruh Unilever Indonesia.
Asia's largest Skin Care factory is built at our Cikarang site. The Company enters the fruit juice business by acquiring the Buavita and Gogo brands. SAP is implemented throughout Unilever Indonesia.

2012

Unilever Indonesia berhasil melipatgandakan bisnis dalam kurun waktu lima tahun dan mencatat omset lebih dari 2 miliar euro.
Unilever Indonesia succeeded in doubling the business within five years and recorded a sales more than 2 billion euro.

2004

Mengakuisisi Knorr Indonesia dari Unilever Overseas Holding Ltd dan menggabungkannya dengan Unilever Indonesia. Memindahkan pabrik produk perawatan rambut dari Rungkut ke Cikarang.
Knorr Indonesia is acquired from Unilever Overseas Holding Ltd and merged with Unilever Indonesia. The hair care factory relocates from Rungkut to Cikarang.

2010

Memasuki bisnis permurnian air dengan meluncurkan Pureit.
The Company enters the water purification business by launching Pureit.

2013

Unilever Indonesia memperingati 80 tahun perjalanan Unilever Indonesia, dengan meluncurkan "Project Sunlight" untuk menginspirasi masyarakat agar bergabung dalam menciptakan masa depan yang lebih cerah bukan hanya bagi anak-anak, tetapi juga bagi generasi masa depan.

Unilever Indonesia celebrate its 80-years journey in Indonesia, by launching "Project Sunlight" to inspire people to create a brighter future not only for our children, but for future generations as well.



Nilai-nilai kami
our vision, mission & values

Visi dan misi perseroan telah disetujui oleh Dewan Komisaris dan Direksi
The corporate vision and mission were approved by the Board of Commissioners and the Board of Directors

Visi Vision

Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari masyarakat Indonesia dengan menyentuh kehidupan sehari-hari.

To earn the love and respect of Indonesia by touching the lives of every Indonesian every day.

Nilai-Nilai Kami our values

Integritas integrity

Kami berkomitmen terhadap integritas karena hal itu membangun reputasi kami, karena itu kami tidak pernah mengenal kompromi. Integritas menentukan bagaimana kami berperilaku, dimana pun kami berada. Integritas memandu kami melakukan tindakan yang benar untuk keberhasilan jangka panjang Unilever.

We are committed to integrity because it creates our reputation, so we never compromise on it. It defines how we behave, wherever we are. It guides us to do the right thing for the long-term success of Unilever.

respek respect

Kami berkomitmen untuk saling menghormati karena setiap orang harus diperlakukan secara hormat, jujur dan adil. Kami menghargai keberagaman dan kami menghormati orang atas dasar siapa mereka dan apa yang mereka lakukan.

We are committed to respect because people should be treated with dignity, honesty and fairness. We celebrate the diversity of people, and we respect people for who they are and what they bring.

tanggung jawab responsibility

Kami berkomitmen terhadap tanggung jawab karena kami ingin menjaga konsumen, lingkungan dan masyarakat dimana kami beroperasi. Kami mengemban tanggung-jawab tersebut secara pribadi dan senantiasa melaksanakan apa yang kami katakan.

We are committed to responsibility because we want to take care of our consumers, customers and employees, as well as the environment and the communities in which we operate. We take this personally and always do what we say we will do.

SEMANGAT KEPELOPORAN pioneering

Kami berkomitmen untuk menjalankan semangat kepeloporan karena hal itulah yang awalnya membuat bisnis kami ada, dan hal itulah yang sampai saat ini masih menjadi penggerak kami untuk terus tumbuh. Semangat ini memberi kami gairah untuk menang dan untuk menciptakan masa depan yang lebih baik. Artinya, kami senantiasa siap untuk mengambil risiko secara cerdas.

We are committed to the pioneering spirit because it created us and still drives us as a business. It gives us the passion for winning and for creating a better future. It means that we are always willing to take intelligent risks.

Misi mission

Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
We work to create a better future every day.

Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui *brand* dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
We help people feel good, look good and get more out of life with brands and services that are good for them and good for others.

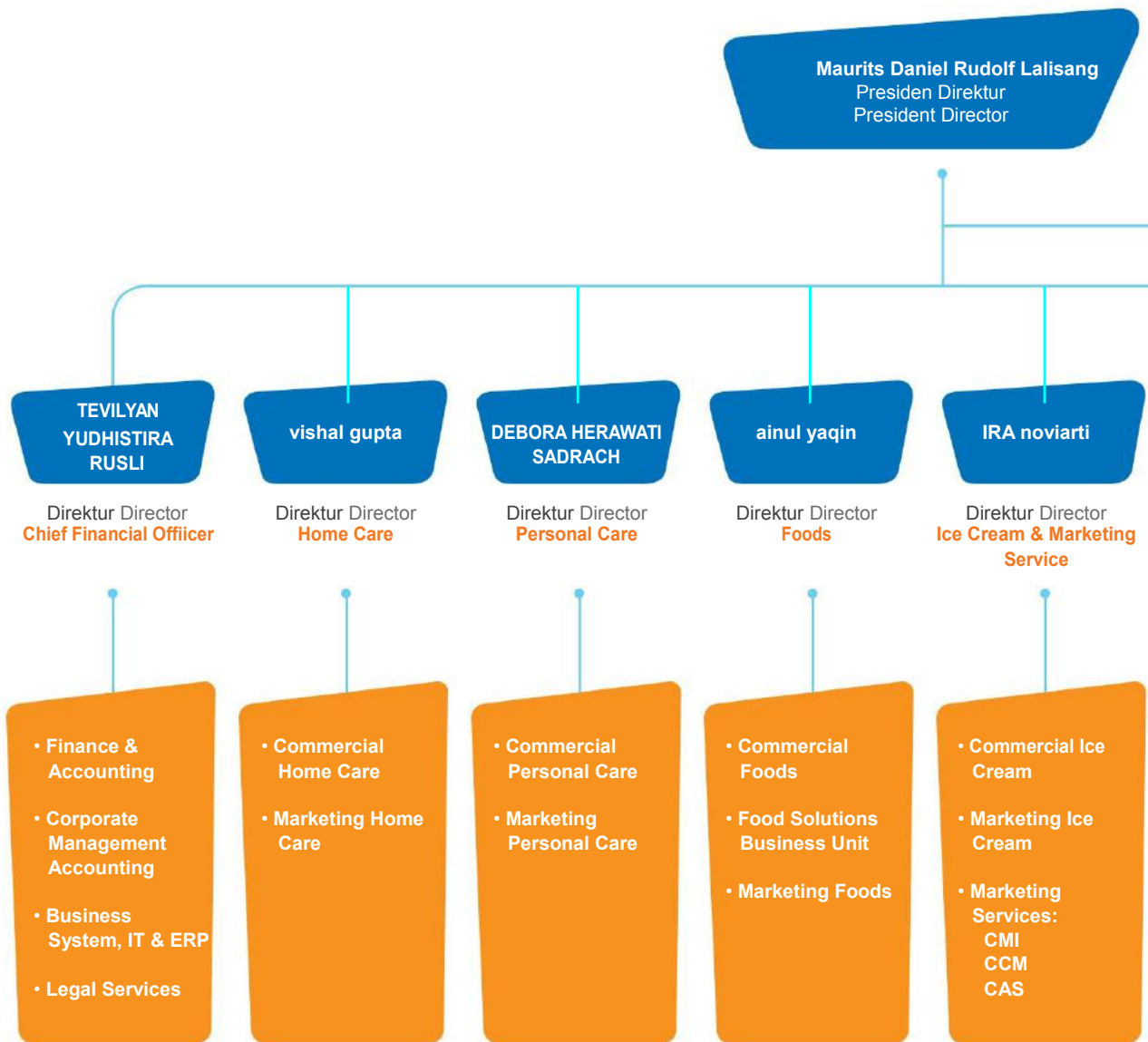
Kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah-langkah kecil yang digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.
We will inspire people to take small every day actions that can add up to a big difference for the world.

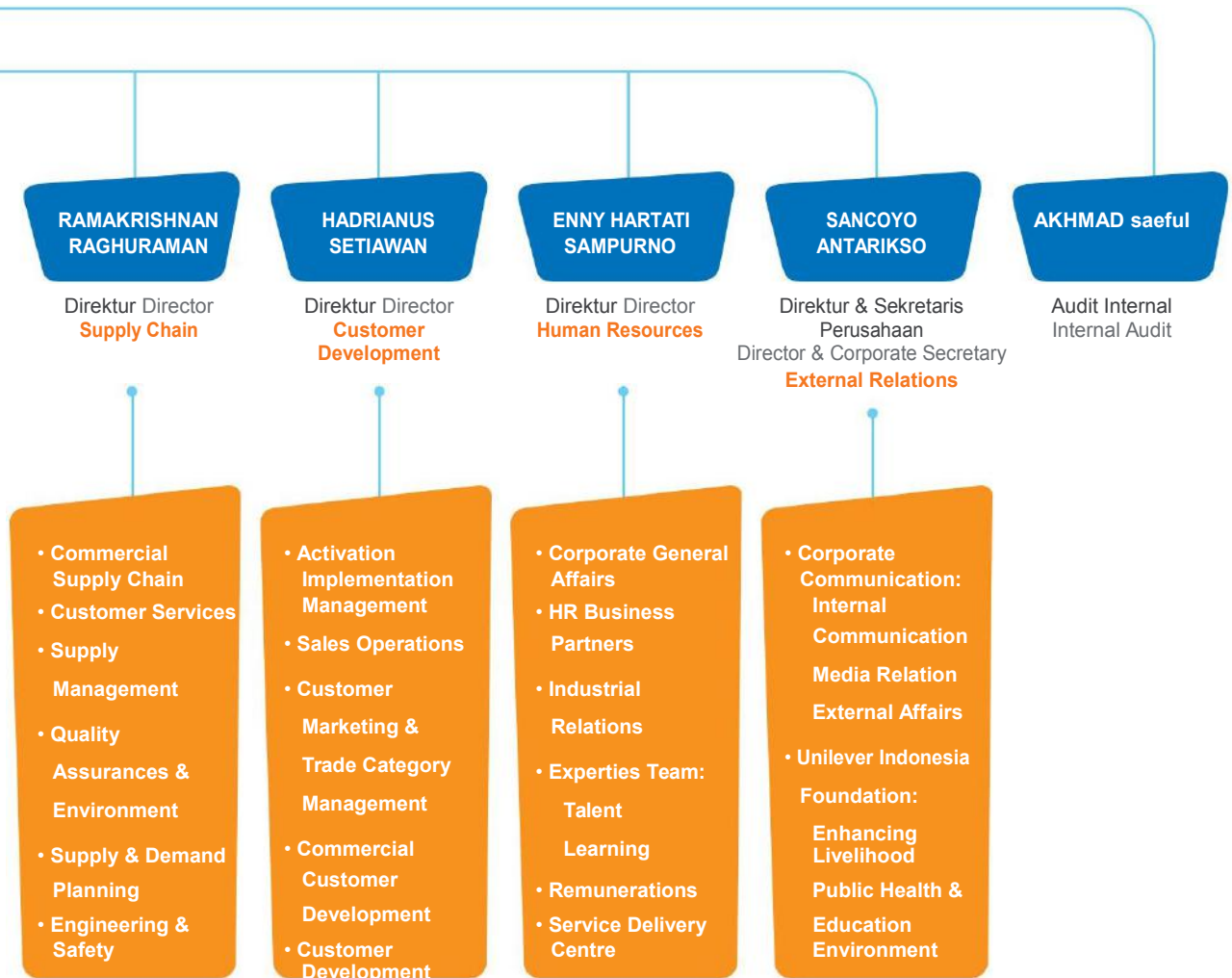
Kami senantiasa mengembangkan cara-cara baru untuk berbisnis yang akan memungkinkan kami tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak lingkungan kami.
We will develop new ways of doing business that will allow us to double the size of our company while reducing our environmental impact.



struktur organisasi

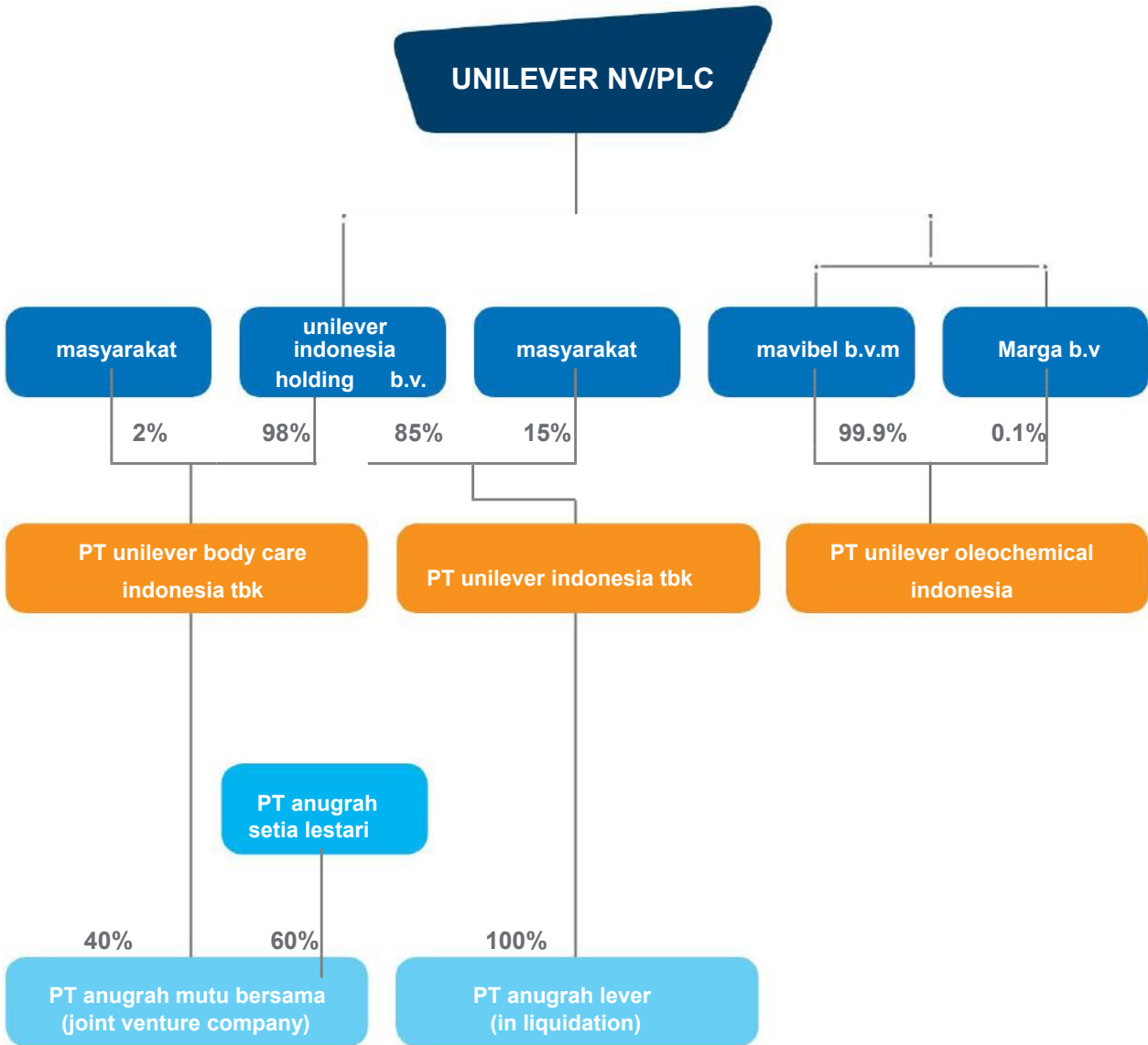
organisation structure





struktur kepemilikan perseroan dan entitas anak

company ownership structure and subsidiary



— Indirect Ownership

Pengembangan dan pelatihan sdm

human resources development and training

Membangun kompetensi teknis serta keterampilan manajemen dan kepemimpinan adalah prioritas utama. Jumlah karyawan permanen perseroan pada tanggal 31 Desember 2013 adalah 6.719 karyawan (2012: 6.447 karyawan)

Jumlah modul training di 2013 sebanyak 2.188 modul, naik dibandingkan tahun sebelumnya 2.046.

Jumlah pelatih internal juga naik dari 1.416 pelatih menjadi 1.575 pelatih. Jumlah aktivitas training mencapai 12,705 training.

Program pelatihan antara lain adalah:

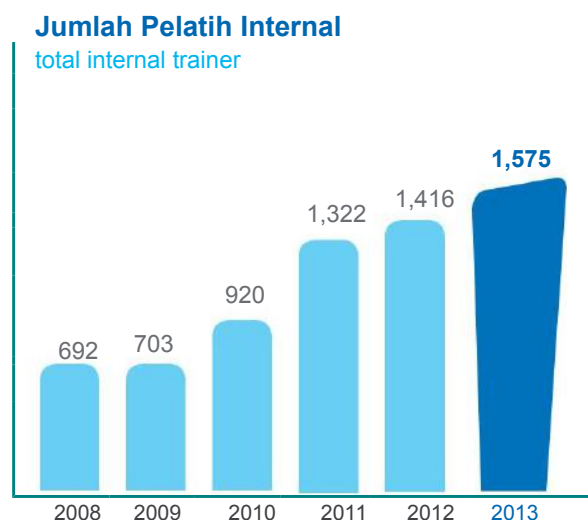
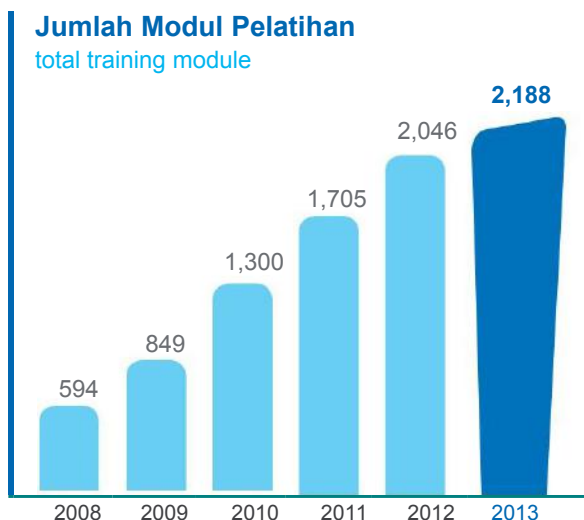
Building technical competencies as well as management and leadership skills is a top priority. The number of permanent employees of Company as at 31 December 2013 was 6,719 employees (2012: 6,447 employees)

There were 2,188 training modules in 2013, up from 2,046 in the previous year.

The number of internal trainers also rose, from 1,416 to 1,575. The number of training activities reached 12,705.

Training programs included the following:

Training	Programme
General Skills	General Skills
Leadership Skills	Gold Programme Performance Culture with Heart Talent 101
Professional Skills	Employer Branding Talent Plus Online Reward Session 7 Habits CPMA Review Training PSAK-IFRS
Sharing session	Gaining & Appreciating Momentum of Life with Marteen Van Deer Weidjen Simplify Life! Take Complexity Out Achieve The Impossible Goals with Franklin Chan Gomez Up Close and Personal with Harish Manwani Building Talent and Team with Indra Sjafr

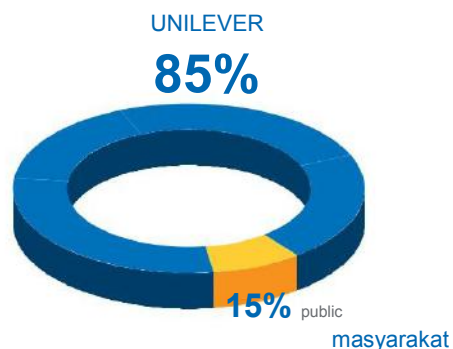


informasi pemegang saham

shareholders' information

UNILEVER INDONESIA HOLDING B.V.,
the netherlands
6.484.877.500
Jumlah Saham Number of Shares
Rp64.848.775
(nilai nominal dalam ribuan)
(nominal values in thousand)

masyarakat PUBLIC
1.145.122.500
Jumlah Saham
Number of Shares
Rp11.451.225
(nilai nominal dalam ribuan)
(nominal values in thousand)



Modal saham perseroan berjumlah 7.630.000.000 lembar saham terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
The company's share capital is 7,630,000,000 shares and listed on Indonesia Stock Exchange.

Per tanggal 31 Desember 2013, satu-satunya Direktur yang memiliki saham publik Perseroan adalah Bapak Ainul Yaqin, dengan jumlah kepemilikan tidak lebih dari 0,001% dari jumlah modal dasar, yang ditempatkan dan disetor penuh Perseroan.

As of 31 December 2013, the only Director who held the Company's public shares was Mr. Ainul Yaqin, with the ownership of not more than 0.001% of the authorised, issued, and fully paid-up shares of the Company.

pencatatan saham di bursa efek indonesia

registration of shares on indonesia stock exchange

tanggal date	tindakan korporasi corporate action	jumlah penambahan/ pengurangan saham total increase/ decrease in shares	jumlah akumulasi saham total shares
11 January January 1982	Penawaran Umum Initial Public Offering	9,200,000	
15 Desember December 1989	Saham bonus Bonus shares	9,200,000	
22 September September 1993	Saham bonus Bonus shares	1,533,334	
2 Januari January 1998	Saham pendiri Company listing	10,733,334	
6 November November 2000	Pemecahan saham Stock split Nilai nominal Rp1.000 menjadi 100 Par value Rp1,000 to 100	717,891 11,451,225	
3 September September 2003	Pemecahan saham Stock split Nilai nominal Rp100 menjadi Rp10 Par value Rp100 to 10	64,848,775	76,300,000
12 November November 2008	Pengalihan kepemilikan saham dari Mavibel (Maatschappij voor Internationale Beleggingen) B.V., Rotterdam, the Netherlands kepada Unilever Indonesia Holding B.V., the Netherlands Transfer of share ownership from Mavibel (Maatschappij voor Internationale Beleggingen) B.V., Rotterdam, the Netherlands to Unilever Indonesia Holding B.V., the Netherlands	686,700,000 6,867,000,000	763,000,000 7,630,000,000

- 7,630,000,000

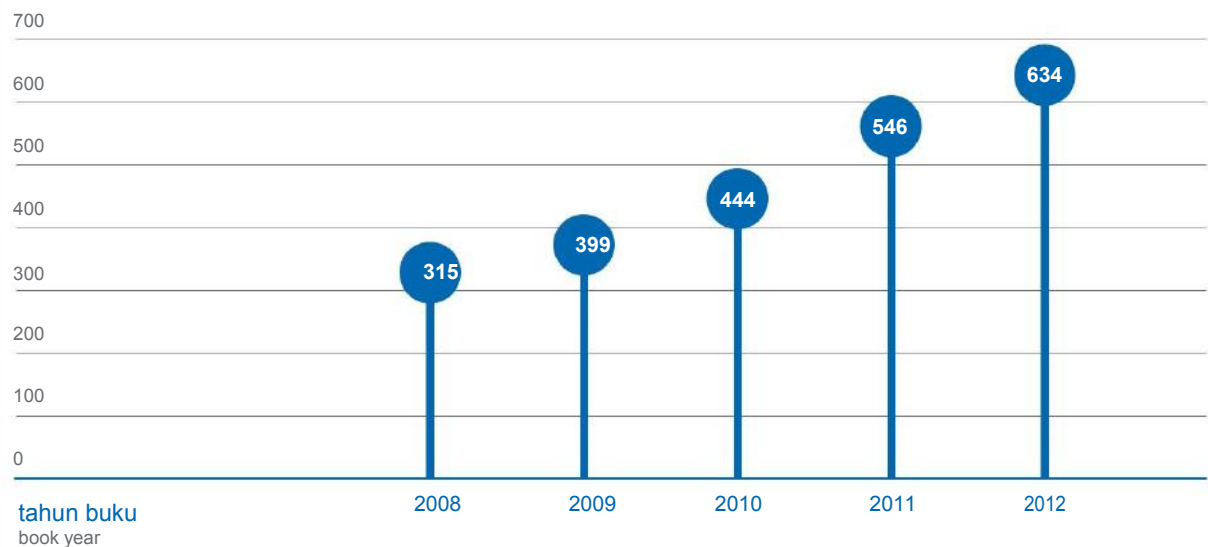
Pembayaran Dividen Dua Tahun Terakhir
Two Years Dividend Payment

Pembayaran dividen di tahun 2013 dan 2012 adalah sebagai berikut:
Details of dividend paid in the years 2013 and 2012 were as follows:

tahun year	tanggal pembayaran payment date		tahun buku book year	dividen/saham dividend/shares	jumlah dividen dalam juta Rp total dividend in million rp
2013	16 Juli July	Final	2012	334	2,548,420
	12 Desember December	Interim	2013	330	2,517,900
Jumlah Total				664	5,066,320
2012	13 Juli July	Final	2011	296	2,258,480
	20 Desember December	Interim	2012	300	2,289,000
Jumlah Total				596	4,547,480

sejarah pembayaran dividen
dividend history

Dividen Tunai (Rp/Saham)
Cash Dividend (Rp/Share)



rasio pembayaran dividen (%) dividend payout ratio (%)	100%	100%	100%	100%	100%
---	------	------	------	------	------

peristiwa penting 2013

2013 significant events



JANuari january

Memperkenalkan teh baru SariMelati dengan menggelar Festival Kuno Lan Kini SariMelati di Yogyakarta.

We marked the introduction of our new tea, SariMelati, with the Kuno Lan Kini SariMelati (SariMelati Then and Now) Festival in Yogyakarta.

Unilever Indonesia dan Serikat Pekerja menandatangani Perjanjian Kerja Bersama (PKB) ke-20 (periode 2013-2014).

Unilever Indonesia and the Labour Union signed the 20th Collective Labour Agreement, covering the period 2013-2014.

Wipol Ultra Protection menggelar Aksi Anti Kuman di sejumlah wilayah yang terkena banjir dengan membersihkan rumah warga, fasilitas umum seperti puskesmas dan sekolah yang tersebar di beberapa titik di Jakarta dan sekitarnya.

We carried out Wipol Ultra Protection's Anti-Germ Action in several flood-hit areas in Jakarta and the surrounding areas by cleaning up residents' homes and public facilities such as primary health centres and schools.

MARet march

Peluncuran program Smarter Greener Living (SGL) untuk meningkatkan partisipasi aktif seluruh karyawan ULI dalam melaksanakan program Unilever Sustainable Living Plan (USLP) yang berkaitan dengan pilar Reducing Environmental Impact.

We launched the Smarter Greener Living (SGL) program to step up the active participation of all ULI employees in the Unilever Sustainable Living Plan (USLP), particularly the Reducing Environmental Impact pillar of the Plan.



mei may

Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Mengunjungi Pabrik Rungkut Surabaya dalam rangka peringatan Hari Buruh Sedunia.

President Susilo Bambang Yudhoyono visited the Rungkut Factory in Surabaya to commemorate International Workers' Day.

AXE meluncurkan kampanye AXE Apollo Space Academy (AASA) yang mencari orang Indonesia pertama untuk dikirim ke luar angkasa.

AXE launched the AXE Apollo Space Academy (AASA) campaign, which set out to find the first Indonesian to be sent into space.

Peluncuran Magnum Mini di Magnum Café, Grand Indonesia, Jakarta.

Magnum Mini was launched at the Magnum Café, Grand Indonesia, Jakarta.



juni june

Peresmian 10 tahun Daycare Unilever Indonesia oleh Kepala BKKBN Prof. dr. Fasli Jalal, Ph.D, Sp.GK, sekaligus pencanangan Program 1000 Corporate Daycare.

We celebrated the 10th anniversary of Unilever Indonesia Daycare with the Head of BKKBN (the National Population and Family Planning Board) Prof. dr. Fasli Jalal, Ph.D, Sp.GK, and launched the 1000 Corporate Daycare Program.



JULI july



November november

Unilever secara global meluncurkan Project Sunlight, dimana Unilever mengajak jutaan orang untuk memulai gaya hidup berkelanjutan. Peluncuran Project Sunlight ini bertepatan dengan Hari Anak Universal.

Unilever held the global launch of Project Sunlight, through which Unilever is inviting millions of people to embark on a new, sustainable lifestyle. The launch of Project Sunlight coincided with Universal Children's Day.

september september

Unilever Indonesia berpartisipasi dalam parade simpatik Hari Pelanggan Nasional (Harpelnas) 2013 di Jakarta, sebagai bentuk apresiasi dan tanda terimakasih kepada para pelanggan setia.

Unilever Indonesia participated in the National Customer Day 2013 parade in Jakarta, as a mark of our appreciation and thanks for our loyal customers.

desember december

Memperingati hari jadi yang ke 80 tahun Unilever Indonesia menggelar beragam acara, seperti tanam pohon sebanyak 80 ribu pohon di 30 lokasi di Indonesia serta Marathon 8K "Run for a Tree" dimana tiap pelari yang berhasil menyentuh garis *finish* akan menyumbangkan satu pohon untuk Indonesia.

To celebrate its 80th anniversary, Unilever Indonesia held a variety of events, such as planting 80 thousand trees in 30 locations in Indonesia and an 8K "Run for a Tree," in which each runner who crossed the finish line donated one tree to Indonesia.

penghargaan 2013

2013 awards

Unilever Indonesia meraih penghargaan baik nasional maupun internasional untuk kinerjanya di berbagai kategori pada tahun 2013, yang menghasilkan 133 penghargaan.

Unilever Indonesia won national and international acclaim for its performance across a wide range of categories in 2013, earning a total of 133 awards.

BRAND

- **Top Brand 2013 (24 brands)**
MARKETING Magazine & Frontier Consulting Group
- **Consumer Choice 2013-Indonesia Middle Class (Pond's and Citra)**
SWA & Inventure Indonesia
- **Indonesia Most Favorite Youth Brand 2013 (15 brands)**
Marketeer Magazine
- **Customer Satisfaction Awards (5 brands)**
Roy Morgan Research
- **Social Media Awards (19 brands)**
Marketing Magazine
- **Indonesia Customer Satisfaction Award 2013 (12 brands)**
SWA
- **Top Brand For Kids 2013**
Marketing Magazine



COMPANY

1. 2013 Asian MAKE Award

Teleos

2. Stevie Awards:

- **Gold - Environment (Social, Economic and Environmental Innovation of Waste Bank)**
- **Silver - Saving the Golden Age (Health)**
- **Bronze - Farmers' Field School in Java (enhancing livelihoods)**

Stevie

3. Capital Market Award 2013 Best Listed Company with Market Capitalization of Rp10 trillion and above

Otoritas Jasa Keuangan (OJK),
Bursa Efek Indonesia (BEI),
Kliring Penjaminan Efek
Indonesia (KPEI) dan Kustodian
Sentral Efek Indonesia (KSEI)

4. HR Excellence 2013

Winner (overall winner)

- **Recruitment & Selection (1st place)**
- **Training & Development (1st place)**
- **Talent Management (1st place)**
- **Performance Management (1st place)**
- **Reward Management (1st place)**

LPM UI & Majalah SWA

5. Zero Accident Award 2013

**Penghargaan Kecelakaan
Nihil Pabrik Rungkut**

Menakertrans

6. Indonesia Most Admired Companies 2013

Warta Ekonomi

7. Most Admired Companies 2013

- **Peringkat I kategori
barang Konsumsi**

Fortune Indonesia

lembaga dan profesi penunjang pasar modal

Capital Market Supporting Institutions
and Professionals

Biro Administrasi Efek

Share Registrar

PT Sharestar Indonesia

Citra Graha Building, 7th Floor
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36
Jakarta 12950
Indonesia
Tel. +6221 527 7966
Fax. +6221 527 7967
Email: customer-relation@sharestar.co.id

Akuntan Publik Perseroan

External Auditor

KAP Tanudiredja, Wibisana, dan Rekan

(a member firm of PwC global network)
Jl. H. R. Rasuna Said Kav. X-7 No. 6
Jakarta 12940
Indonesia
Tel. +6221 521 2901
Fax. +6221 5290 5555
www.pwc.com/id

BURSA

Stock Exchange

PT Bursa Efek Indonesia

Indonesia Stock Exchange
Building Tower I, 6th Floor
Jl. Jend. Sudirman Kav. 52 -
53 Jakarta 12190, Indonesia
Tel. +62 21 515 0515
Fax. +62 21 515 0330
callcenter@idx.co.id
www.idx.co.id

ALAMAT KANTOR DAN PABRIK

Head Office and Factory Addresses

Kantor Pusat Head Office

Graha Unilever

Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15
Jakarta 12930, Indonesia
Tel. +6221 526 2112
Fax. +6221 526 4020

Kantor Offices

Unilever Food Solutions

Jl. H.R Rasuna Said Kav. B-9, 4th Floor
Kuningan, Jakarta 12910, Indonesia
Tel. +6221 520 1010
Fax. +6221 520 0164

Customer Services & Key Account Management

Wisma Aldiron Dirgantara
Jl. Gatot Subroto Kav. 72
Pancoran, Jakarta 12780
Tel. +6221 791 81880
Fax. +6221 791 96951

pabrik factories

Skin Care

Jl. Jababeka V Blok U No. 14-16
Cikarang, Bekasi 17520, Indonesia
Tel. +6221 2863 8000

Foods & Ice Cream

Jl. Jababeka IX, Blok D 1-29
Cikarang, Bekasi 17520, Indonesia
Tel. +6221 893 4453
Fax. +6221 898 30068

HPC Liquid & Powder

Jl. Jababeka Raya Blok O
Cikarang, Bekasi 17520, Indonesia
Tel. +6221 893 4886/7
Fax. +6221 893 4884

Personal Care

Jl. Rungkut Industri IV/5-11
Surabaya 60291, Indonesia
Tel. +6231 843 8297
Fax. +6231 843 9159

Suara Konsumen

• 0800 1 55 8000 (Toll Free) • 021 5299 5299 (Regular)

website: www.unilever.co.id

Bahasan

Analysis



Dengan
activ naturol shield

10x Lebih Baik

perlindungan dari kuman dibandingkan
sabun mandi antibakteri terkemuka*



clini-shield 10TM



*Standard up to 1000 CFU (colony forming units) per ml. **Lifebuoy clini-shield 10 antibakteri terkemuka

Tinjauan usaha Operational Review

Home & Personal Care

Melalui *brand-brand* Home & Personal Care, kami bertekad mewujudkan misi kami membantu masyarakat merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati kehidupan.

Through our Home and Personal Care brands, we set out to achieve our mission of helping people feel good, look good and get more out of life.

Tahun lalu – yang sekali lagi merupakan tahun yang sangat baik bagi Unilever Indonesia – divisi Home and Personal Care berhasil mempertahankan momentum tahun-tahun sebelumnya dengan meraih pertumbuhan di hampir semua kategori, meluncurkan berbagai inovasi gemilang ke pasar dan menggunakan kekuatan *brand* untuk menciptakan perubahan nyata di masyarakat melalui misi sosial kami.

Divisi Personal Care terus memperkuat posisinya di tengah tekanan persaingan yang ketat di hampir seluruh kategori, dengan sebagian besar *brand* kami sukses mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar. Kategori Deodorant, Baby Care dan Male Grooming memimpin tren pertumbuhan, yang sebagian besar merupakan pertumbuhan volume – hasil dari penetrasi pasar yang lebih dalam berkat pengembangan pasar yang terus menerus dan inovasi berbasis *insight*. Peningkatan penjualan tertinggi dicapai oleh Skin Care, yang merupakan kontributor terbesar walaupun kategori ini adalah salah satu yang paling sulit.

Serangkaian kinerja cemerlang telah berhasil dicapai sepanjang tahun 2013; dan Lifebuoy menjadi yang terdepan berkat keberhasilannya untuk terus unggul dalam kompetisi dengan mencatat peningkatan penjualan

In another great year for Unilever Indonesia, our Home and Personal care portfolio maintained the momentum of the previous years, delivering growth across almost all categories, bringing some bold innovations to the market and using the power of our brands to drive real change in society through our social missions.

The Personal Care division continued to gain ground amid the intensely competitive pressure in almost all of our categories, with most of our brands either maintaining or growing market share. The Deodorant, Baby Care and Male Grooming categories led the growth, which was largely volume-driven on the back of deeper market penetration through sustained market development efforts and insight-driven innovation. The highest incremental sales, meanwhile, were driven by Skin Care, which is our highest contributor despite being one of the toughest categories.

There were some stellar performances during the year, and leading the way was Lifebuoy, which continued to outpace the competition with gains in both sales and market share. Aiming to win the hearts of Indonesia's

dan pangsa pasar. Pond's dengan rangkaian produk *masstige*-nya, yang ingin merebut hati konsumen kelas menengah yang aspirasional, telah meraih pertumbuhan yang istimewa setelah meluncurkan varian-varian baru berupa krim malam, BB *cream* dan kemasan baru berukuran 10ml. Dove dengan produk pembersih kulit dengan pelembab serta deodoran yang dapat mencerahkan kulit ketiak terus menambah konsumen baru berkat efektivitasnya yang terbukti setelah konsumen mencobanya. Tresemme, yang semakin memperkokoh posisinya dengan mensponsori 'Asia's Next Top Model', mengalami pertumbuhan volume penjualan diatas perkiraan dengan peluncuran Keratin Smooth. Dan salah satu *brand* paling ikonik di dunia, Vaseline, tetap berada di puncak dengan meluncurkan format baru, Vaseline Body Serum, sekaligus menambahkan varian baru ke dalam seri Healthy White *body lotion*, Insta Fair. Bersama-sama, kedua produk ini memimpin pertumbuhan dalam produk perawatan tubuh.

Sejumlah terobosan baru dalam produk Personal Care telah diluncurkan selama tahun pelaporan, yang menghasilkan peningkatan omzet yang sangat baik. Pada Hair Care, penambahan terbaru dalam seri Tresemme, yaitu Keratin Smooth yang telah disebutkan sebelumnya, memperoleh sambutan hangat dari konsumen, sedangkan peluncuran *sachet* jumbo Dove merupakan sebuah cara inovatif untuk membuat produk perawatan rambut premium seperti Dove yang menawarkan banyak manfaat kecantikan, menjadi lebih terjangkau bagi lebih banyak konsumen.

Pond's merupakan *brand* andalan kami lainnya yang telah mempertahankan popularitas dan statusnya yang ikonik berkat inovasi yang terus menerus. Rangkaian produk *skin lightening* yang merupakan seri utama Pond's telah diperbaharui pada 2013 dengan penambahan bahan baru yakni ginseng korea dan saffron. Selain itu, diluncurkan pula rangkaian pembersih dan pelembab Pond's Men yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan pria Indonesia modern. Seri ini melengkapi seri Vaseline Men yang sudah ada. Vaseline juga tampil dengan sejumlah inovasi produk perawatan tubuh, yang menawarkan berbagai khasiat, salah satunya di antara berbagai manfaat lainnya, memberikan efek cerah seketika pada kulit yang menjadi dambaan banyak konsumen Indonesia.

Pepsodent mengukuhkan posisinya sebagai pemimpin pasar *oral care* di Indonesia dengan meluncurkan formula baru yang paling mutakhir untuk membersihkan dan melindungi gigi secara menyeluruh, dengan varian Pepsodent Expert Protection untuk membantu mengatasi problem gigi sensitif yang makin banyak ditemui. Axe tampil dengan inovasi aroma memikat lainnya, Axe Apollo. Produk ini memicu imajinasi konsumen melalui kegiatan aktivasi besar-besaran, dimana pengguna Axe Apollo

aspirational middle class consumers, Pond's range of 'masstige' skin care products delivered outstanding growth after introducing new variants in the form of a night cream, a BB cream and a 10ml pack size. Dove's moisturizing skin cleansers and skin-lightening deodorants continued to win over new consumers simply by being very effective products, as consumers realized once they tried them. Tresemme, going from strength to strength as the official hair sponsor of 'Asia's Next Top Model', went way above volume growth expectations with the launch of Keratin Smooth. And one of the world's most iconic brands, Vaseline, remained at the top of its game by introducing a new format, Vaseline Body Serum, and adding a new variant to the Healthy White body lotion range, Insta Fair. Together, these two products led the growth in body care.

Several breakthrough Personal Care products were launched during the year, generating good incremental turnover. In Hair Care, the latest addition to the Tresemme range, the aforementioned Keratin Smooth, got a great reception from consumers, while the launch of the Dove jumbo sachet represented an innovative way of getting a premium hair care product like Dove, which offers significant beauty benefits, to more consumers at an affordable price.

Pond's is another of our enduring brands which has retained its popularity and iconic status through continuous innovation. The Pond's skin lightening core range was rejuvenated in 2013 with new ingredients, Korean Ginseng and Saffron. Meanwhile, the introduction of the Pond's Men range of cleansers and moisturizers, was specifically designed to meet the needs of the modern Indonesian man, and complements the existing Vaseline Men range. Vaseline was also behind a number of innovations in body care, which among many other benefits, deliver an instant skin lightening effect that is much in demand by Indonesian consumers.

Pepsodent reinforced its position as the market leader in oral care in Indonesia by launching its most advanced formulation yet for complete cleaning and protection with Pepsodent Expert Protection variants to help overcome the widespread problem of sensitive teeth. Axe came up with another exciting fragrance innovation, Axe Apollo. The product caught the public's imagination with a high energy activation campaign that invited Axe Apollo users to take part in the search for the first Indonesian traveller



Rangkaian pembersih dan pelembab Pond's Men dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan pria Indonesia modern.

The Pond's Men range of cleansers and moisturizers is specifically designed to meet the needs of the modern Indonesian man.

diundang untuk mengambil bagian dalam upaya mencari penjelajah luar angkasa pertama dari Indonesia. Aktivasi ini memperoleh sambutan luar biasa, dengan Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah pendaftar terbanyak di dunia.

Teknologi TT terbaru dari Lifebuoy, yang diformulasikan untuk memberikan daya bersih anti-bakteri yang lebih efektif, diluncurkan dalam tiga format: sabun batangan transparan, sabun mandi cair dan sabun cuci tangan yang 'berbusa sendiri'. Teknologi ini telah menempatkan Lifebuoy selangkah di depan para pesaing melalui *positioning*-nya sebagai salah satu *brand* sabun kesehatan paling terpercaya; serta menjadi inspirasi untuk diluncurkannya kampanye baru untuk menghentikan penyebaran kuman di rumah-rumah sakit.

Produk-produk baru ini mengingatkan kami bahwa inovasi merupakan pendorong pertumbuhan Unilever Indonesia. Meski demikian, tanpa inovasi dalam setahun pun, sebuah *brand* tetap bisa menghasilkan penjualan yang kuat apabila memiliki *marketing campaign* yang inspirasional, relevan dan dan menyentuh hati konsumen. Sunsilk Black dengan kampanye 'Black Shine' nya

to outer space. This generated a tremendous response, with Indonesia putting forward the highest number of applicants in the world.

Lifebuoy's new TT technology, formulated to provide more effective anti-bacterial cleansing, was launched in three formats: a transparent soap bar, a body wash and a self-foaming hand wash. This has kept Lifebuoy steps ahead of its competitors in its positioning as one of Indonesia's most trusted health soap brands and was the inspiration for a new campaign to stop the spread of germs in hospitals.

These new products are a tangible reminder that innovation drives Unilever Indonesia's growth. Nevertheless, with a smart, inspiring marketing campaign that touches a chord with the public, a brand can deliver a strong sales turnover even in a year without product innovation. The Black Shine campaign did as much for

membuktikan hal tersebut dengan membangkitkan kembali kebanggaan perempuan Indonesia terhadap rambut hitam kemilau mereka. Kampanye ini membuat perbedaan yang nyata terhadap kinerja pertumbuhan *brand* tersebut pada 2013.

Brand-brand kami secara berkelanjutan mempertahankan kekuatannya. Dengan membantu jutaan manusia untuk merasa nyaman dan berpenampilan baik, *brand-brand* kami berkontribusi terhadap kualitas kehidupan mereka secara menyeluruh. Di skala yang jauh lebih luas, *brand-brand* kami juga membantu menciptakan masa depan yang lebih cerah dengan mengajak masyarakat menerapkan perilaku yang akan membawa dampak berkelanjutan terhadap kelestarian lingkungan dan kesehatan masyarakat. Melalui misi sosial yang diusung *brand-brand* Personal Care, kami melanjutkan sinergi jangka-panjang dengan kaum profesional di bidang pendidikan dan kesehatan serta pemerintah untuk menanamkan kebiasaan hidup bersih sejak dini. Hal ini, walaupun sederhana, dapat mengubah kehidupan. Kolaborasi yang kuat ini membawa manfaat yang tak terhingga bagi semua pihak terkait: *brand-brand* kami terangkat kredibilitasnya, yang pada akhirnya meningkatkan kemampuannya untuk mempromosikan hal-hal yang bisa membawa perubahan yang positif di masyarakat.

Sunsilk Black by reigniting Indonesian women's pride in their black shiny hair, and made a significant difference to the brand's growth performance in 2013.

Our brands are a powerful force for good. By helping millions of people to feel good and look good, they contribute to their overall wellbeing. But on a much broader scale, our brands are also helping to create a brighter future by driving changes in habits that could have a lasting impact on Indonesia's environment and health. Through our brand social missions in Personal Care, we continued our long-standing synergy with education and health professionals and the government to embed good hygiene habits early in life that, while simple, can be life-transforming. These strong collaborations sustain a virtuous cycle of mutual benefits: they boost the credibility of our brands, which in turn leverages the brands' power to lead the way in promoting positive change.

Dental Expert Centre Pepsodent yang baru di Gandaria City, Jakarta, memberikan layanan pemeriksaan gigi gratis kepada lebih dari 5.000 orang selama 6 bulan pertama.

Pepsodent's new Dental Expert Centre in Gandaria City, Jakarta, provided free dental check-ups for more than 5,000 people in its first 6 months.



Pada Februari dan April, Pepsodent melanjutkan kegiatannya di sekolah-sekolah, memberi contoh cara sikat gigi yang benar kepada anak-anak dan membekali mereka dengan kemampuan untuk mempromosikan kesehatan gigi dan mulut di dalam komunitas mereka. Di tahun ke 20 sejak program ini mulai digelar, kami telah menjangkau 8 juta siswa di lebih dari 250 kota diseluruh Indonesia. Bulan Maret, Pepsodent merayakan Hari Kesehatan Gigi dan Mulut Sedunia dengan memberikan layanan pemeriksaan gigi gratis kepada 45.000 orang di kota-kota besar. Layanan ini juga tersedia di Dental Expert Centre Pepsodent yang baru di Gandaria City, Jakarta. Lebih dari 5.000 orang telah memanfaatkan layanan ini selama 6 bulan pertama. Seperti tahun-tahun sebelumnya, Pepsodent juga merayakan Bulan Kesehatan Gigi dan Mulut Nasional pada bulan September bekerja sama dengan Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI) dan Asosiasi Dekan Fakultas Kedokteran Gigi seluruh Indonesia dalam kegiatan promosi dan layanan preventif perawatan kesehatan gigi dan mulut.

Berbarengan dengan peluncuran Clini-Shield 10, sabun cuci tangan anti-bakteri baru yang ampuh, Lifebuoy bermitra dengan PERSI (Persatuan Rumah Sakit Indonesia) untuk mengkampanyekan kebiasaan cuci tangan dengan sabun di rumah-rumah sakit guna mengurangi kemungkinan infeksi *nosocomial*, yang berdampak hingga 10% dari jumlah pasien secara global. Aturan cuci-tangan yang benar di rumah sakit bukan hanya merupakan *hygiene* yang baik; pola tersebut dapat menjadi penyelamat hidup.

Sayangnya, bagi mereka yang mengalami kesulitan akses ke air bersih, menjaga *hygiene* menjadi masalah rumit. Menyadari tingginya kebutuhan untuk akses air bersih, Lifebuoy telah melakukan upaya untuk memperbaiki keadaan di Bitobe, sebuah desa terpencil di Nusa Tenggara Timur, dengan meluncurkan sebuah kampanye untuk mendukung pembangunan akses air bersih bagi masyarakat. Kami mengharapkan upaya ini akan membuka jalan bagi peningkatan *hygiene* dan kualitas kehidupan yang lebih baik secara menyeluruh. Lebih dari 7 juta orang berpartisipasi dalam ikrar bersama, yang berhasil menggalang pengumpulan dana lebih dari Rp700 juta untuk mendukung Bitobe.

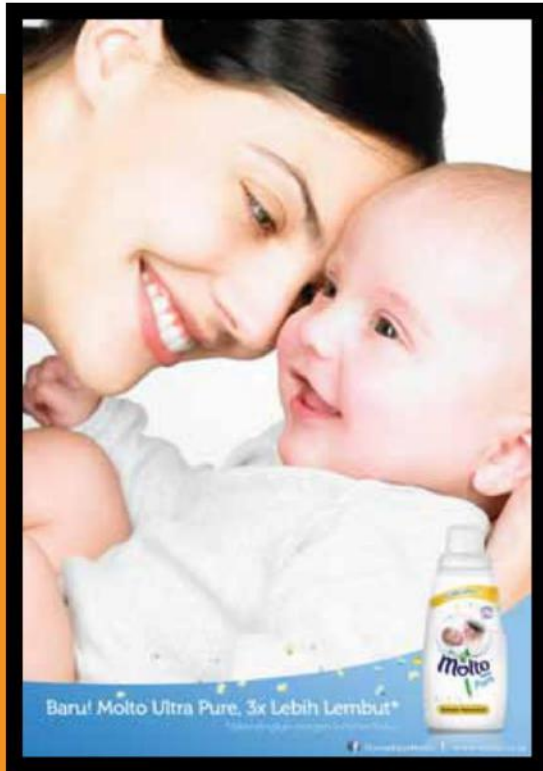
Tantangan utama di bisnis Personal Care di tahun 2013 adalah kompetisi yang makin ketat. Menghadapi kenaikan biaya pengeluaran pada media tradisional dan *in-store promotion* serta sejumlah program diskon yang agresif oleh para kompetitor, kami memilih untuk mempertahankan harga produk dan mendukungnya dengan meningkatkan ekuitas *brand*, memastikan ketersediaan dan penampilan produk di toko serta memberikan kualitas produk yang unggul untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Strategi ini terbukti efektif, membuahkan pertumbuhan yang kuat dan membuat kami bisa tetap berada selangkah di depan para pesaing.

In February and April, Pepsodent continued its work in schools, demonstrating proper tooth brushing to the children and giving them the skills to promote better oral hygiene in their communities. In the 20 years since this program began, we have reached 8 million students in more than 250 cities nationwide. In March, Pepsodent celebrated World Oral Health Day by reaching out to 45,000 people in key cities with free dental check-ups, which were also provided by Pepsodent's new Dental Expert Centre in Gandaria City, Jakarta. More than 5,000 people took advantage of this service in its first 6 months. As in previous years, Pepsodent also celebrated National Oral Health Month in September by partnering with the Indonesian Dental Association (PDGI) and the Association of Deans of Dental Schools in Indonesia on promotive and preventive oral care treatment.

Coinciding with the launch of Clini-Shield 10, its powerful new anti-bacterial hand wash, Lifebuoy partnered with PERSI (Association of Hospitals in Indonesia) to campaign for consistent hand washing in hospitals to reduce the chances of nosocomial infection, which affects up to 10% of hospital patients globally. Proper hand washing in hospital settings is not just good hygiene; it can be a lifesaver.

Unfortunately, maintaining good hygiene is more complicated for those who lack access to clean water. Recognizing this huge need, Lifebuoy has been working to improve conditions in Bitobe, a remote village in East Nusa Tenggara, by initiating a pledge campaign to support the development of clear water access for the community, which we hope will pave the way for improved hygiene and a better quality of life overall. More than 7 million people participated in the pledge, generating more than Rp700 million to support Bitobe.

The principal challenge in Personal Care in 2013 was the intense competitive pressure. In the face of rising spending on traditional media and in-store promotions as well as some aggressive discounting by the competition, we opted to maintain our pricing, backing it up by leveraging our brand equity, maintaining a strong in-store presence and delivering superior product quality to retain our customers' trust. This strategy paid off, leading to strong growth and enabling us to stay ahead of the competition.



Berkat formula **hypoallergenic** yang inovatif, Molto Ultra Pure bisa membuat pakaian tiga kali lebih lembut dibanding pelembut cucian biasa bahkan cukup lembut untuk pakaian bayi.

Molto Ultra Pure's innovative new hypoallergenic formula makes clothes three times softer than regular fabric conditioners and is gentle enough for baby clothes.

Pada saat yang sama kami mempertajam fokus kami pada periklanan, khususnya mendaya-gunakan kekuatan dari media digital dan *mobile* non-konvensional. Kami percaya bahwa beriklan melalui *platform* media sosial seperti Twitter, Facebook dan Youtube akan lebih efektif untuk kelompok yang lebih muda ketimbang media tradisional, serta dan memiliki potensi yang dahsyat untuk mendukung pertumbuhan *brand-brand* tertentu.

Indonesia merupakan salah satu kekuatan ekonomi yang paling cepat berkembang di dunia, dengan kelas menengah yang berkembang pesat diperkirakan mencakup sekitar 125 juta orang. Untuk bisnis Home Care, hal ini merupakan peluang yang sangat besar untuk mengembangkan bisnis, karena sebagian besar kelompok ini masih menggunakan produk-produk alternatif untuk merawat rumah mereka, atau bahkan ada yang belum menggunakan produk Home Care sama sekali. Kami memanfaatkan *insight* yang kami gali dari konsumen di Indonesia untuk mengembangkan pasar ini dan membantu lebih banyak rumah tangga menikmati manfaat dari rumah yang bersih, higienis dan sehat.

Divisi Home Care sekali lagi menjadi yang terdepan dalam kompetisi pada 2013 dengan laju pertumbuhan yang kuat di seluruh kategori dan penguatan pangsa pasar. Pertumbuhan ini terutama merupakan hasil

At the same time we sharpened our focus on advertising, in particular tapping the power of non-conventional digital and mobile media. We believe that advertising through social media platforms such as Twitter, Facebook and Youtube resonates more strongly with younger audiences than traditional media, and has enormous potential to support growth in certain brands.

Indonesia is one of the world's fastest growing economies, and its rapidly expanding middle class is estimated to comprise some 125 million people. For the Home Care market, this represents an enormous growth opportunity, as a significant proportion of these people are still using proxy home care products, or—in some cases—no products at all. We are leveraging our insights into Indonesian consumers to develop this market and help more households enjoy the benefits of a clean, hygienic and healthy home.

The Home Care division once again emerged ahead of the competition in 2013 with robust growth across all categories and market share strengthened. The growth was largely the result of sustained efforts to strengthen

dari upaya berkelanjutan untuk memperkuat ekuitas *brand* dan mengembangkan pasar dengan mengedukasi konsumen dan memastikan bahwa produk-produk kami memenuhi kebutuhan mereka. Pada saat yang sama, pesatnya urbanisasi di berbagai kota di tanah air makin memacu kebutuhan karena konsumen mendambakan rumah mereka semakin indah dan makin higienis. Hal ini membuka lebih banyak jalan untuk pengembangan pasar.

Salah satu kontributor utama pertumbuhan selama tahun berjalan adalah *brand* pelembut cucian kami, Molto. Untuk meningkatkan daya-saing dalam kategori yang sangat kompetitif ini kami memfokuskan diri pada penyempurnaan produk dan peluncuran varian baru Molto Ultra Pure. Molto Ultra Pure berbeda dengan yang lain berkat formula *hypoallergenic* yang inovatif, yang bisa membuat pakaian tiga kali lebih lembut dibanding pelembut cucian biasa - bahkan cukup lembut untuk pakaian bayi. Peluncuran ini membantu mendorong pertumbuhan produk pelembut cucian kami.

Hubungan kami dengan konsumen yang mendalam dan sudah berlangsung lama membuat kami mampu mengembangkan produk-produk yang memenuhi kebutuhan dan selera beragam konsumen dengan berbagai tingkat daya beli. Kami pun mencermati bahwa para konsumen di seluruh segmen penghasilan semakin tertarik untuk menggunakan produk-produk premium, baik untuk perawatan tubuh maupun rumah mereka. Kecenderungan ini mendorong kami untuk berinovasi dalam ukuran kemasan. Peluncuran produk Cif dan Domestos dalam kemasan *pouch*, merupakan salah satu contoh inovasi dalam kemasan yang berkontribusi terhadap pertumbuhan kami yang kuat sepanjang tahun.

Kami terus memperkaya rangkaian produk premium melalui peluncuran produk pemurni air premium baru kami, Pureit Marvella. Menyasar pada kelompok konsumen berpenghasilan lebih tinggi, produk inovatif baru ini memiliki fitur hemat-waktu dan ruang. Unit yang menempel di dinding ini dihubungkan langsung dengan keran dan otomatis 'mengisi-sendiri'; memiliki sistem sinyal mutakhir dan alat penutup otomatis untuk memastikan bahwa filternya tidak lagi digunakan setelah lewat masa efektifnya. Sistem yang inovatif ini menggunakan teknologi *ultra-violet* untuk melenyapkan kuman-kuman serta *carbon* dan *sediment filters* untuk membasmi parasit dan kotoran-kotoran lainnya. Hasilnya adalah air minum yang lebih aman dan lebih ekonomis dibanding air dalam kemasan botol.

Seperti halnya Lifebuoy dan Pepsodent di divisi Personal Care, sejumlah *brand* utama dari Home Care turut mengambil langkah untuk menciptakan esok yang lebih cerah. Pelembut kain Molto Sekali Bilas memiliki tujuan membantu masyarakat menghemat air sampai

brand equity and develop the market by educating consumers and making sure our products fulfil their needs. At the same time, rapid urbanization in many parts of the country is fuelling demand as consumers aspire to keep their homes more beautiful and more hygienic, opening up further entry points for market development.

One of the key growth drivers during the year was our fabric conditioner, Molto. To compete better in this highly competitive category we focused on product improvement and launched a new variant, Molto Ultra Pure. Molto Ultra Pure is differentiated by its innovative new hypoallergenic formula that makes clothes three times softer than regular fabric conditioners and is gentle enough for baby clothes. This launch helped to drive growth in our fabric conditioners.

Our deep and enduring engagement with our consumers enables us to develop products that address different needs and tastes over a broad spectrum of price points. However, we are seeing that consumers across all income segments are increasingly aspiring to use premium products, both for personal care and in the home. This has driven innovation in pack sizes, and our launch of the more affordable pouches for Cif and Domestos has been another strong driver of growth over the year.

We continued to build our premium offerings with the launch of a new premium water purifier, Pureit Marvella. Aimed at higher income consumers, this innovative new product has a number of time-and space-saving features. The wall-mounted unit is connected directly to the tap and is auto-filling; it has an advance alert systems and auto shut-off device to ensure that filters are not used beyond their effective date. The innovative system uses ultra-violet technology to eliminate germs as well as carbon and sediment filters to get rid of parasites and other impurities. The resulting water is safer and more economical than bottled water.

Like Lifebuoy and Pepsodent in Personal Care, some of our key Home Care brands are driving change for a brighter future. The simple concept of Molto One Rinse fabric conditioner is helping Indonesians to conserve water by saving up to two buckets of water for every wash—

dua ember setiap kali mencuci pakaian. Sebuah konsep sederhana yang bisa dilakukan setiap orang, namun bisa menghasilkan penghematan yang luar biasa apabila dilakukan oleh semua keluarga di Indonesia. Inilah inti dari Project Sunlight Unilever Indonesia – sebuah kampanye yang bertujuan mengilhami masyarakat untuk membuat perbedaan melalui langkah-langkah kecil yang dilakukan dalam kapasitas pribadi.

Melalui Rinso, kami terus mendukung tumbuh kembang anak yang sehat dengan meluncurkan 'Kisah di Balik Noda' yang kedua. Kumpulan cerita inspiratif ini bertujuan membuka mata para orang tua bahwa noda kotor pada pakaian anak akibat bermain menjelajah lingkungan bukanlah sesuatu yang harus dihindari; sebaliknya, hal itu justru merupakan tahapan penting dalam pertumbuhan fisik dan mental anak dengan membangkitkan rasa ingin tahu dan kreativitas mereka – dan bahkan dapat meningkatkan sistem kekebalan mereka. Para orang tua di seluruh Indonesia diajak untuk mengirimkan 'kisah di balik noda' mereka, dan kisah-kisah yang menjadi pemenang dimuat dalam sebuah buku yang telah diluncurkan pada awal tahun.

Sementara itu, Domestos secara aktif mempromosikan peningkatan sanitasi, yang, sama halnya dengan cuci tangan pakai sabun, merupakan faktor penting dalam mencegah penularan bakteri penyebar penyakit. Diperkirakan bahwa, di seluruh dunia, seorang anak meninggal setiap 20 detik akibat masalah sanitasi yang buruk. Sejak 2009, Domestos telah menjalin kemitraan dengan World Toilet Organization dan UNICEF untuk membantu pembangunan 'toilet bersih dan aman bagi semua' melalui berbagai kegiatan seperti Hari Toilet Sedunia dan program 1000 Toilet.

Wipol juga beraksi dengan kampanye anti-kuman berkaitan dengan kegiatan pembersihan rumah setelah banjir bandang yang melanda sebagian wilayah Jakarta di awal 2013. Salah satu dampak banjir yang lebih menakutkan adalah meningkatnya infeksi dan penyakit yang ditimbulkan oleh kuman-kuman yang terbawa air. Tim-tim yang dibentuk mengunjungi daerah-daerah yang terkena banjir untuk membersihkan sekolah-sekolah dengan pembersih lantai pembasmi kuman Wipol sekaligus mengedukasi para penduduk tentang cara menjaga *hygiene* dan kesehatan rumah-rumah mereka. Pada saat yang sama juga diselenggarakan layanan pemeriksaan kesehatan gratis.

Untuk 2014, Home and Personal Care akan tetap berfokus untuk mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar dan menang atas berbagai tantangan baru yang kompetitif. Kami memiliki *pipeline* inovasi yang kuat dan menarik untuk mendukung ambisi pertumbuhan kami. Namun, inflasi biaya akan tetap menjadi tantangan besar bagi kami; untuk mengatasinya kami menetapkan program-program efisiensi biaya dan simplifikasi yang ketat.

an individual action that, if replicated by families all over the country, represents a very significant saving. This is the essence of Unilever Indonesia's Project Sunlight initiative – inspiring people to make a difference by taking action in a personal capacity.

Through Rinso, we continued to champion healthy child development with season 2 of 'Stain Stories.' These inspiring stories aim to demonstrate to parents how getting dirty through play and exploration of their environment is not something to be avoided; rather, it represents an important stage in a child's physical and mental development by building his or her curiosity and creativity – and can even boost the immune system. Parents all over Indonesia were invited to submit their own 'stain stories', and the best were collected in a book that was launched at the beginning of the year.

Domestos, meanwhile, is actively promoting access to better sanitation, which, like consistent hand washing, is a vital factor in preventing the spread of disease-causing bacteria: it is estimated that, worldwide, a child dies every 20 seconds because of problems related to poor sanitation. Since 2009, Domestos has partnered the World Toilet Organization and UNICEF to help build 'clean, safe toilets for all' through initiatives like World Toilet Day and the 1000 Toilets program.

Wipol also went into action with an anti-germ clean-up campaign following the severe flooding in parts of Jakarta in early 2013. One of the more sinister effects of flooding is the rise in infections and disease caused by water-borne germs. Teams went to the flood-hit areas to clean up schools using Wipol germ-killing floor cleaners while educating residents on how to keep their homes hygienic and healthy. Free health check-ups were provided at the same time.

For 2014, our focus for Home and Personal Care will remain firmly on defending our market leading position and winning new competitive challenges. We have a strong and exciting pipeline of innovations to support our growth ambitions. However, managing cost inflation will remain a significant challenge, and we are putting in place rigorous cost-effectiveness and simplification programmes to address this.



Domestos secara aktif mempromosikan peningkatan sanitasi, yang merupakan faktor penting dalam mencegah penularan penyakit.

Domestos is actively promoting access to better sanitation, which is a vital factor in preventing the spread of disease.

Kampanye tematik kami yang bersifat 360 derajat niscaya akan memperkuat kecintaan konsumen terhadap *brand* dengan cara meningkatkan keterlibatan kami dengan konsumen untuk memperoleh pemahaman lebih dalam tentang cara mereka hidup, dan hal-hal yang penting bagi mereka. Profil konsumen Indonesia berkembang secara cepat: kenaikan pendapatan yang dapat dibelanjakan mendorong gaya hidup yang lebih aspiratif dan meningkatkan minat terhadap produk-produk premium, namun pada saat yang sama, para konsumen semakin berpengetahuan luas, menuntut kualitas yang bagus dan nilai tambah. Kami akan memanfaatkan *insight* kami untuk menciptakan inovasi dan mengembangkan pasar secara lebih efektif dan untuk menciptakan produk-produk yang menambah nilai, baik bagi kehidupan sehari-hari konsumen maupun bagi Perseroan, dengan peningkatan pangsa pasar pada pasar sasaran kami.

Our 360 degree thematic campaigns will spearhead a push to strengthen “brand love” by driving our engagement with our target consumers in order to gain a deeper understanding of the way they live, and what’s important to them. The profile of the Indonesian consumer is evolving rapidly: rising disposable incomes are driving more aspirational lifestyles and an appetite for premium products, but at the same time, consumers are increasingly knowledgeable, demanding quality and value. We will use our insights to drive innovation and develop markets more effectively, and to create products that add value, both to our consumers’ everyday lives and to the Company, with a bigger share of our targeted markets.

Foods and Refreshment

Divisi Foods and Refreshment sekali lagi menunjukkan kinerja yang sangat baik pada 2013, dengan pertumbuhan dua digit di hampir semua kategori dan *brand*.

Foods and Refreshment turned in another great performance in 2013, with double digit growth across almost all our categories and brands.

Seluruh kategori di dalam Foods and Refreshments—teh, margarin, bumbu masak/*savory* dan jus buah—berhasil meraih peningkatan pangsa pasar sepanjang tahun. Hal ini sangat menggembirakan, terutama mengingat tingginya tingkat inflasi bahan pangan saat itu, yang mencekik kantong para konsumen.

Kinerja yang kuat tersebut dicapai berkat diluncurkannya terobosan-terobosan besar dalam inovasi maupun pengembangan pasar. Peluncuran varian-varian yang lebih premium dari beberapa *brand* yang berkinerja baik seperti Buavita Royale dan SariMelati - teh melati yang membantu melestarikan salah satu warisan kuliner penting di Indonesia - serta varian-varian baru dari produk yang relatif belum lama diluncurkan seperti Royco Bumbu Komplit, merupakan motor pertumbuhan yang penting di tahun 2013. Sementara itu, varian-varian premium yang diperkenalkan setahun sebelumnya, seperti Blue Band Cake & Cookie margarine dan Royco Bumbu Komplit, serta teh favorit dunia Lipton, terus berkontribusi secara kuat terhadap pertumbuhan.

Sebagai pemimpin di pasar Foods and Refreshment, kami berfokus pada pengembangan pasar untuk mendorong pertumbuhan dan peningkatan pangsa pasar. Kami terus meningkatkan kekuatan ekuitas *brand* Buavita

All our Foods categories—Tea, Margarine, Savoury, Juice—gained market share over the year, which was particularly pleasing in a year when high food inflation was squeezing consumers' pockets.

Significant breakthroughs in both innovation and market development contributed to this strong performance. The launch of more premium variants of some of our best performing brands, such as Buavita Royale and SariMelati - a jasmine tea that preserves an important part of Indonesia's heritage - as well as new variants of relative newcomers like Royco Bumbu Komplit, was an important driver of growth in 2013. Meanwhile, premium variants introduced in the previous year, such as Blue Band Cake & Cookie margarine and Royco Bumbu Komplit, as well as global favourite Lipton tea, continued to make a strong contribution to growth.

As market leaders in Foods and Refreshment, we focused on market development to drive growth and gain market share. We continued to leverage Buavita's strong brand equity by revitalising the 'Be Fruitarian' campaign, which



Varian-varian baru dari Royco Bumbu Komplit merupakan motor pertumbuhan yang penting di tahun 2013.

New variants of Royco Bumbu Komplit was an important driver of growth in 2013.

dengan merevitalisasi kampanye “Be Fruitarian”, yang membantu masyarakat mewujudkan keinginannya memulai gaya hidup yang lebih sehat. Jus buah Buavita penuh dengan manfaat buah-buahan dan menawarkan alternatif yang lebih praktis untuk memenuhi kebutuhan buah sehari-hari.

Aktivitas kami untuk mengembangkan pasar didasarkan pada *consumer insights* dan dirancang untuk menciptakan momen-momen mengasyikkan yang merupakan jawaban dari keinginan konsumen untuk menikmati kehidupan yang lebih baik - khususnya dengan memanfaatkan lebih banyak waktu berkualitas bersama keluarga. Kampanye Blue Band Candy Pop Cake dan Cookie, misalnya, diluncurkan seiring dengan datangnya masa liburan. Membuat kue kering menjelang hari raya merupakan tradisi keluarga Indonesia yang terancam lenyap di tangan gaya hidup masa kini yang serba sibuk. Kampanye Candy Pop Cake dan Cookie ingin menginspirasi keluarga untuk menghidupkan kembali momen kebersamaan keluarga dengan membuat kue bersama-sama. Mirip dengan itu, SariWangi, satu-satunya merek teh yang tersedia di seluruh kepulauan

taps into people's desire to embark upon a healthier lifestyle. Buavita fruit juices are packed with the benefits of fruit and offer a more practical alternative to meet our daily fruit requirements.

Our market development campaigns, driven by consumer insights, are designed to create compelling ‘occasions’ for consumption that resonate with consumers’ deep-felt desire to get more out of life—particularly by spending more quality time with the family. Our Blue Band Candy Pop Cake and Cookie campaign, for example, was launched to coincide with the holidays. Baking cookies for the holidays is a cherished family tradition in Indonesia that is in danger of disappearing in today’s fast-paced lifestyles. The Candy Pop Cake and Cookie campaign aims to inspire families to recreate those moments of togetherness by baking together again. Similarly, SariWangi, the only tea brand consumed all over the





Kami terus mendukung terwujudnya praktek pertanian lestari melalui kemitraan kami dengan para petani kedelai hitam, yang memasok bahan mentah utama bagi kecap Bango, pemimpin pasar kecap manis di Indonesia.

We continued to promote sustainable agriculture through our partnership with Black Soybean farmers, who supply the key raw material for our market leading Bango soy sauce.



Nusantara, mendorong anggota keluarga untuk lebih akrab satu sama lain dengan menyisihkan 15 menit setiap harinya untuk bercengkerama sambil menikmati secangkir teh SariWangi.

Blue Band terus memberikan kontribusi penting bagi kami dalam mewujudkan agenda *sustainability* melalui misi sosialnya, yakni menyediakan nutrisi-nutrisi penting bagi anak. Dibuat dari minyak nabati berkualitas tinggi, Blue Band mengandung lemak dan vitamin-vitamin penting A, D dan E. Untuk pertumbuhan anak, sarapan berupa roti yang diolesi Blue Band dapat memberikan nutrisi yang mereka perlukan untuk menekuni pelajaran di sekolah.

Kami juga terus mendukung diwujudkan praktek pertanian lestari melalui kemitraan kami dengan para petani kedelai hitam, yang memasok bahan mentah utama bagi kecap Bango yang merupakan pemimpin pasar kecap manis di Indonesia. Dengan menyediakan sumber daya, bantuan teknis dan jaminan diserapnya hasil panen oleh pasar, kemitraan ini membantu meningkatkan produktivitas, penghasilan dan kualitas hidup di komunitas petani yang sebelumnya berkekurangan.

Di tahun 2014, kami akan terus berfokus untuk membangun rangkaian inovasi sambil menerapkan strategi pengembangan pasar, termasuk kampanye promosi untuk menaikkan konsumsi pada kategori dan *brand-brand* yang menjadi target.

Ice Cream

Di tahun 2013, produk-produk dengan harga terjangkau seperti Paddle Pop dan Heartbrand menjadi pendorong

Indonesian archipelago, is urging families to connect more by taking '15 minutes of family time' over a cup of SariWangi tea.

Blue Band continues to make an important contribution to our sustainability goals through its brand mission of delivering essential nutrients for kids. Made from high quality vegetable oils, Blue Band contains essential fats and vital vitamins A, D and E. For growing children, a breakfast that includes bread spread with Blue Band can provide the nutrients they need to concentrate properly at school.

We have also continued to promote sustainable agriculture through our partnership with Black Soybean farmers, who supply the key raw material for our market leading Bango soy sauce. By providing resources, technical assistance and a guaranteed market for their product, this partnership is helping them to improve productivity, incomes and livelihoods in previously disadvantaged communities.

Looking ahead to 2014, we will continue to focus on building our innovation pipeline while implementing a range of market development initiatives, including campaigns to increase consumption in targeted categories and brands.

Ice Cream

In 2013, the highly accessible mass brands such as Paddle Pop and Heartbrand were the driver of the sales growth.

pertumbuhan penjualan. Pada tahun dimana daya beli konsumen tergerus oleh inflasi yang meningkat, patut dicatat bahwa *brand-brand* di kisaran harga yang terjangkau merupakan penggerak utama pertumbuhan konsumsi dan penetrasi Ice Cream. Segmen premium, sebaliknya, terkena dampak dari pertumbuhan tak terduga pada pasar Snacking dan Ready-to-Drink (RTD), ditambah lagi dengan lebih rendahnya tingkat inovasi selama tahun berjalan.

Pesatnya pertumbuhan *mass brands* kami tercermin dalam peningkatan pangsa pasar yang diraih oleh Paddle Pop dan Populaire. Paddle Pop terus tumbuh semakin kuat, menunjukkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun-ke-tahun berkat kombinasi istimewa antara model pengembangan pasar yang kuat, kebijakan harga strategis dan aksesibilitas yang lebih luas melalui penambahan jangkauan lemari pendingin. Walls juga berhasil meningkatkan pangsa pasar, khususnya pada produk-produk *in-home*, didukung dengan peluncuran Magnum Mini.

Tiga inovasi besar diluncurkan pada 2013, dengan *jelly ice cream* dari Paddle Pop sebagai unggulannya. Jenis es krim ini, yang merupakan yang pertama di Indonesia, terbukti sangat menguntungkan. Magnum mempertahankan momentumnya dengan peluncuran Magnum Mini pada pertengahan tahun, dan dengan kemasan yang lebih praktis sukses meningkatkan konsumsi di kalangan penikmat setia Magnum. Sementara itu, segmen Tubs memperoleh dukungan signifikan dengan peluncuran Wall's Selection Oreo dengan kemasan kecil yang baru. Peluncuran ini memanfaatkan popularitas biskuit Oreo serta memperluas kemungkinan untuk diakses oleh konsumen melalui ukuran kemasan yang lebih kecil.

Dengan tingginya inflasi dan naiknya harga BBM yang memaksa konsumen untuk lebih efisien dalam membelanjakan uangnya, *brand-brand* Ice Cream kami menghadapi kompetisi yang ketat untuk merebut sebagian tempat di dompet konsumen. Hal tersebut kami siasati dengan terus meningkatkan aksesibilitas produk kami melalui penempatan lebih banyak lemari pendingin. Langkah ini berhasil memberikan kontribusi signifikan bagi pertumbuhan *brand*, dan menjaga *mass brands* kami tetap kompetitif. Pada saat yang sama kami memfokuskan pengembangan pasar pada aktivitas-aktivitas yang dikaitkan dengan momen istimewa guna mengembangkan kebiasaan menyantap es krim; serta menyiapkan saluran inovasi yang kuat untuk meningkatkan kinerja *brand-brand* premium.

Pada 2013, kami juga memfokuskan diri pada penguatan pada *supply chain* dan inovasi. Sebagai produk yang dikonsumsi secara impulsif, Ice Cream memerlukan pendekatan yang sangat strategis dengan mempertimbangkan bahwa permintaan akan melonjak di saat peluncuran dan menurun di masa berikutnya. Penting untuk memiliki rencana yang baik guna memastikan

In a year when consumers' wallets were hit hard by rising inflation, it was notable that brands in the more affordable price range were the principal drivers of Ice Cream consumption and penetration. The premium segment, on the other hand, was impacted by the unprecedented growth in the Snacking and Ready-to-Drink (RTD) markets, coupled with a lower rate of innovation during the year.

The growth of our mass brands was reflected in the market share gains made by Paddle Pop and Populaire. Paddle Pop continues to go from strength to strength, showing consistently strong growth year-on-year thanks to a winning mix of strong market development model, strategic pricing and greater accessibility through cabinet expansion. Walls also managed to seize a greater share of the market, particularly in in-home products, on the back of the launch of Magnum Mini.

Three game-changing innovations were launched in 2013, with Paddle Pop's jelly ice cream being a standout. This breakthrough format, which is a first for Indonesia, proved to be highly profitable. Magnum maintained its momentum by launching Magnum Mini in the middle of the year, and the new, more convenient sizing successfully stepped up consumption among core Magnum users. Meanwhile, the Tubs segment received a significant boost from the new small pack Wall's Selection Oreo. This offering leverages the power of the popular Oreo snack brand while providing greater access through the smaller pack size.

With high inflation and rising fuel prices forcing consumers to spend more efficiently, our brands faced tight competition in getting a share of the consumer wallet. Our response was to continue to enhance accessibility through cabinet expansion, which ultimately made a significant contribution to brand growth, and keep our mass brands competitive. At the same time we focused market development efforts on initiating occasion-based activities to develop Ice Cream habit and preparing a strong funnel of innovation to boost the performance of premium brands.

In 2013, we also focused on strengthening on supply chain and innovation. As an impulse category, Ice Cream demands a highly strategic approach that takes into account both peak demand during the initial launch period and lower demand in the sustenance period. It is



Jelly ice cream dari Paddle Pop merupakan salah satu inovasi besar yang diluncurkan pada 2013. Jenis es krim ini, yang merupakan yang pertama di Indonesia, terbukti sangat menguntungkan.

Paddle Pop's jelly ice cream being a standout innovation were launched in 2013. This breakthrough format, which is a first for Indonesia, proved to be highly profitable.

bahwa struktur rantai suplai dari hulu-ke-hilir memiliki fleksibilitas yang cukup untuk mengimbangi permintaan selama masa peluncuran sekaligus menjaga efisiensi bisnis.

Unilever Indonesia sangat berhasil dalam menerapkan kebijakan harga yang strategis dan responsif untuk mempertahankan daya saing di pasar yang sangat ketat. Sebagai contoh, untuk *brand* Walls, kami terus memberlakukan strategi pematokan harga yang berbeda untuk segmen yang berbeda—Anak-anak (Kids), Remaja (Teens), Dewasa (Adults) dan Keluarga (Family) — dan memiliki target untuk mengembangkan proposisi yang kuat serta memberikan nilai lebih untuk memastikan bahwa kami memiliki daya-saing tinggi di setiap segmen.

Kami terus berinvestasi untuk menciptakan strategi periklanan yang lebih tajam dengan fokus pada penempatan media yang lebih kuat. Hasilnya, kami berhasil mempertahankan atau bahkan meningkatkan skor Brand Equity (Ekuitas Merek) dari *brand-brand* utama kami di pasar-pasar yang menjadi sasaran utama mereka.

Di tahun mendatang kami mengantisipasi terjadinya kompetisi yang makin ketat di kategori snack dan RTD , saat produsen berlomba-lomba memanfaatkan peluang menyusul bertumbuhnya konsumen kelas menengah ke atas. Oleh karena itu, fokus utama kami untuk mempertahankan pertumbuhan di tahun 2014 adalah mengamankan bisnis inti dengan mempertahankan momentum pada Paddle Pop dan memperkuat rangkaian produk premium kami, Magnum dan Cornetto, dengan memadukan inovasi yang menarik dengan pengembangan pasar yang akan difokuskan pada strategi 'membangun momen istimewa'. Bekerjasama secara erat dengan Divisi Supply Chain, Marketing dan Customer Development, kami juga akan memperluas aksesibilitas produk kami dengan berkonsentrasi pada ekspansi toko; sambil di waktu yang bersamaan menyediakan produk unggulan dengan cara mengintensifkan inovasi yang cemerlang serta tersedia secara penuh dan tepat waktu (OTIF: On Time, In Full).

important to get this right in order to ensure that the end-to-end cold chain structure has sufficient flexibility to keep up with demand during the trial period while managing business efficiency.

Unilever Indonesia has been very successful in using strategic and responsive pricing to maintain competitiveness in the toughest markets. With the Walls brand, for example, we maintain a differentiated pricing strategy for different segments—Kids, Teens, Adults and Family—and aim to develop a strong proposition and value offer to ensure that we are highly competitive in each segment.

We continued to invest behind sharper advertising strategies with a focus on media placement, and as a result managed to maintain or even increase the Brand Equity scores of our core brands within their core target markets.

In the coming year we expect to see even fiercer competition in the snacking and RTD categories as manufacturers respond strongly to the growth in medium-up consumers. Our key growth objectives for 2014 will therefore be to secure the core by maintaining the momentum in Paddle Pop and strengthening our premium ranges, Magnum and Cornetto, through a combination of compelling innovation and market development that will be centred around 'building the occasion'. Working closely with the Supply Chain, Marketing and Customer Development Divisions, we will also expand accessibility through concerted store expansion efforts while intensifying the focus on robust and OTIF (on time, in full) innovation to deliver winning products.

Supply Chain

Kami mendefinisikan *supply chain* sebagai keseluruhan cara kami menjalankan bisnis dari awal sampai akhir: mulai dari pengadaan bahan mentah sampai tersedianya produk di rak-rak toko. Keberhasilan bisnis Unilever Indonesia bergantung pada *supply chain* yang dapat diandalkan dan *sustainable*, yang dapat mendukung profitabilitas dengan cara secara efektif merespons pasar yang berubah-ubah, tidak pasti, kompleks dan ambigu (VUCA - Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous).

Dalam situasi seperti itu, salah satu tantangan terbesar *supply chain* adalah menjadikan efisiensi sebagai prioritas utama. Artinya, bagaimana biaya dapat ditekan sambil terus memenuhi dan melebihi ekspektasi pelanggan. Pada 2013 kami dihadapkan pada tingginya tingkat inflasi akibat kenaikan biaya energi dan komoditas serta perubahan nilai kurs yang tidak menentu. Kondisi tersebut mengharuskan kami untuk memfokuskan diri pada faktor-faktor yang bisa kami kontrol, sambil kami melakukan penyempurnaan di seluruh rantai *supply chain* mulai dari hulu sampai hilir serta meningkatkan antisipasi dan kesiapan kami untuk menghadapi peristiwa tak diinginkan, seperti bencana alam yang dapat mengganggu pasokan maupun permintaan. Kami melakukan investasi secara cermat di semua pabrik kami untuk secara efisien membangun kapasitas guna mengantisipasi tingkat permintaan yang tinggi. Kami menyempurnakan proses logistik dengan meningkatkan pengisian muatan dan mengoptimalkan jaringan guna mengatasi tekanan inflasi. Sementara itu, pusat distribusi kami yang baru, West Mega Distribution Centre, telah berfungsi dengan stabil sehingga dapat membantu kami menumbuhkan volume penjualan serta melayani para pelanggan secara lebih efisien.

Kami melakukan rasionalisasi terhadap jumlah SKU dengan memangkas sejumlah SKU yang kurang menguntungkan. Hal ini membantu kami menurunkan tingkat *changeover* serta mengoptimalkan biaya produksi.

Keseluruhan langkah efisiensi ini merupakan bagian dari 'Project Zero', sebuah prakarsa yang bertujuan meniadakan kenaikan biaya. Setiap minggu, tim pabrik melakukan *cost monitoring* supaya biaya produksi dapat dikontrol dengan ketat. Langkah lainnya yang diambil di tingkat perusahaan untuk efisiensi biaya antara lain mengurangi jumlah rapat dan mendorong efisiensi pemakaian barang-barang konsumsi. Untuk mengimbangi kenaikan biaya listrik sebesar 15%, kami melakukan upaya guna menekan pemakaian energi dan menanamkan pola pikir hemat energi di seluruh pabrik dan kantor kami, seraya mencari sumber energi alternatif yang lebih hemat. Hasilnya, 10 kerugian energi terbesar di pabrik-pabrik kami telah dapat kami kurangi sampai separuhnya.

Our supply chain is all about the way we do business: the end-to-end process of getting from raw materials to our products on the store shelf. The success of Unilever Indonesia's business depends on having a reliable, sustainable supply chain that supports profitability by responding effectively to a market that is characterised by VUCA: Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity.

Under these conditions, one of the key supply chain challenges is prioritizing efficiency, which means keeping the pressure on costs, while maintaining a relentless focus on meeting and exceeding the expectations of our customers. In 2013 we were confronted by high inflation as a result of rising energy and commodity costs and unfavourable exchange rates. This compelled us to focus on the factors under our control, as we drove improvements in all functions up and down the supply chain and improved our anticipation and preparedness for events—such as natural disasters—that could disrupt either supply or demand. We invested judiciously across our plants to create capacity ahead of demand in an efficient manner. We reengineered our logistics processes by improving load fills and optimizing networks to offset inflationary pressures, while the new West Mega Distribution Centre stabilized well and helped us to deliver volume growth and serve our customers more efficiently.

A robust SKU rationalization that cut a number of less profitable SKUs also helped us to reduce changeover and optimize production costs .

All these efficiency measures came under the umbrella of our 'Project Zero' initiative, aimed at ensuring zero cost increases. Factory teams conducted weekly cost monitoring to exercise strict control over production costs. Other company-wide cost efficiency measures included reducing the number of meetings and campaigning for more efficient use of consumables. To offset the 15% rise in electricity tariffs, meanwhile, we drove projects to rationalise energy consumption and internalise an energy-saving mindset across all our plants and offices, while working to find alternative, lower-cost energy sourcing. As a result, we halved our top 10 energy losses in our factory sites.

Kami berhasil mengatasi berbagai tantangan di tahun 2013 dengan berbagai penyempurnaan signifikan pada bidang perencanaan, termasuk percepatan proses dan membangun kapabilitas dalam *inventory management*, perencanaan penjualan & operasional serta *forecasting*.

Untuk memastikan kualitas produk terjaga dari hulu sampai hilir, seluruh rantai *supply chain* harus dilibatkan, mulai dari pabrik hingga ke lemari pendingin es krim. Memperbaiki satu mata rantai saja tidak cukup untuk menjamin tersedianya produk berkualitas prima di pasar. Harus ada komitmen untuk melakukan peningkatan di keseluruhan rantai. Di pabrik, kami berupaya lebih keras untuk mengurangi cacat produk melalui proyek 'Zero defect' dan dengan menganalisis semua kasus produk dengan kualitas yang tidak memenuhi syarat, agar tidak terulang lagi. Seluruh operator pabrik kami telah dilatih untuk membuat asesmen kualitas produk yang sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan. Pada 2013, kami meningkatkan praktik ini dengan meluncurkan forum Quality Communication, sebuah forum yang kami yakini akan membantu menanamkan kesadaran kualitas dan menyebar-luaskannya ke seluruh karyawan. Kami juga melanjutkan kerjasama kami secara erat dengan para pemasok sepanjang tahun, khususnya berkaitan dengan peningkatan kualitas bahan kemasan. Kualitas produk dipantau secara teratur di titik-titik penjualan melalui kunjungan pasar bulanan dan kegiatan temu konsumen atau *consumer connections*. Selain dari tempat penjualan, kami pun memperoleh masukan langsung dari para konsumen melalui jalur Suara Konsumen Unilever. Seluruh masukan ditindak-lanjuti dan ditinjau-ulang secara teratur oleh manajemen tingkat atas.

Sebagai perusahaan yang berorientasi pada inovasi, kami terus berinvestasi untuk menciptakan beragam formulasi dan kemasan baru secara cepat ke pasar sebagai respon atas kebutuhan konsumen atau munculnya suatu teknologi baru. Inovasi mutakhir berbasis teknologi di tahun 2013 meliputi sabun anti-bakteri baru, kondisioner rambut dengan teknologi *micro-sheet*, teknologi baru untuk kantong teh yang bisa dijadikan kompos, dan es krim dengan protein berstruktur es. Untuk bisa menghadirkan terobosan-terobosan seperti ini secara penuh dan tepat waktu (on time and in full / OTIF), diperlukan evaluasi risiko yang komprehensif, penilaian kapabilitas manufaktur dan jalinan kerjasama yang kuat dengan R&D.

Beberapa target bisnis kami masih terkendala oleh lemahnya kemampuan dan kualitas infrastruktur di Indonesia, dan kami terus mengupayakan berbagai alternatif moda transportasi untuk menyasati kondisi ini. Untuk menghindari keterlambatan yang panjang akibat kemacetan di sejumlah pelabuhan utama antar-pulau, kami beralih ke transportasi laut, khususnya di rute Jawa-Sumatra, sebagai jalan pintas untuk menghindari terminal-terminal feri yang sangat padat. Selain

We successfully overcame many of the challenges in 2013 with some significant improvements in planning, including enhancing processes and building capabilities in inventory management, sales & operations planning and forecasting.

Ensuring end to end product quality demands the involvement of the entire supply chain, from factory to freezer cabinet. Improving a single link in the chain is not enough to guarantee the arrival of an excellent product in the market; it has to be matched by a commitment to progress up and down the length of the chain. In the factories, we stepped up efforts to eliminate defects through 'Zero defect' projects and by analysing all cases of quality non-conformance to guard against recurrence. All our factory operators are already trained to assess product quality against quality standards on the line. In 2013, we leveraged this practice by launching the Quality Communication web, a forum that we believe will help to embed quality awareness and implementation among all employees. We also continued our close collaboration with suppliers throughout the year, particularly on improving the quality of packaging materials. Product quality is regularly monitored at the point of sale through monthly market visits and yearly 'consumer connections.' Beyond the point of sale, we get direct input from the users through our Consumer Advisory Service. All such feedback is followed up and regularly reviewed by top management.

As an innovation-driven business, we invest continuously in bringing new formulations and packaging rapidly to the market in response to an identified consumer need or the availability of a new technology. Advanced technology-driven innovations in 2013 included a new antibacterial soap, a hair conditioner with micro-sheet technology, new technology in a compostable tea bag material and ice cream with ice structured protein. Delivering such breakthroughs on time and in full (OTIF) requires a comprehensive risk evaluation, manufacturing capability assessment and a strong alignment with R&D.

Our business ambitions are to some extent bound by the poor capability and quality of the country's infrastructure, and we continued to explore various alternative modes of transportation to work around this issue. To avoid the lengthy delays caused by congestion at some key inter-island port hubs, we turned to sea transportation, particularly on the Java-Sumatra route, enabling our shipments to bypass overcrowded ferry terminals. As well as the time savings, this has also yielded a cost



menghemat waktu, cara ini juga menghasilkan efisiensi biaya. Kami juga memperkenalkan model baru lainnya, yakni pendekatan *crossdocking* guna mempercepat waktu pengiriman dan menghemat beban tenaga maupun biaya pergudangan, khususnya di gugusan pulau-pulau kecil. Langkah efisiensi lebih lanjut diperoleh dari penggunaan kapal-kapal kontainer yang lebih besar (40 kaki alih-alih 20 kaki) untuk kapasitas muat yang lebih banyak, khususnya untuk tujuan Sulawesi, Banjarmasin dan Medan, serta memperbanyak pengiriman melalui jalur kereta api dan udara untuk SKU-SKU utama.

Untuk mempertahankan posisi kami sebagai pemimpin pasar, kami harus secara konsisten memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Para pelanggan kami harus 100% yakin bahwa pesanan mereka akan terpenuhi secara tepat waktu dan sesuai dengan yang mereka perlukan. Pada 2013, kami berfokus secara intensif pada penggalakan efisiensi dari proses Pemesanan (Order) hingga Pembayaran (Cash), mengkaji dan mengoptimalkannya dari awal hingga akhir demi meningkatkan ketersediaan produk-produk kami di titik-titik penjualan. Berkat langkah tersebut kami telah secara signifikan meningkatkan pemenuhan order.

Kami juga melakukan langkah-langkah untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika permintaan, terutama selama masa-masa memuncaknya permintaan, sekaligus meningkatkan sinkronisasi pasokan dengan jumlah permintaan melalui kerjasama yang lebih erat dengan para pelanggan kami. Prakarsa-prakarsa ini telah menunjukkan hasil-hasil yang menggembirakan dan kami tengah merancang langkah-langkah lanjutan untuk tahun mendatang.

advantage. We introduced another new model, using the *crossdocking* approach, to improve delivery times and save on labour and storage costs, particularly in small groups of islands. Further efficiencies were derived from using larger containers (40 feet instead of 20 feet) to ship higher volumes, especially to Sulawesi, Banjarmasin and Medan, and by stepping up the use of rail and airfreight for premium SKUs.

Maintaining our lead in the market means delivering consistently great customer service. Our customers have to be 100% confident that their orders will be fulfilled as and when they need them. In 2013, we focused intensively on enhancing the efficiency of the Order to Cash process, reviewing and optimising it end to end to improve the availability of our products at the point of purchase. As a result, we have seen a significant improvement in our fulfilment of orders.

We also initiated measures to gain a deeper understanding of demand dynamics, particularly during peak demand festive periods, and improve the synchronization of supply with demand by collaborating more closely with our customers. These initiatives are already showing encouraging results and further work is planned for the coming year.

Di ujung lain dari rantai *supply chain*, kami pun meningkatkan keterlibatan dengan para mitra yang memasok bahan mentah, bahan kemasan dan layanan pendukung lainnya guna mencapai efisiensi biaya, kualitas dan layanan ke tingkat yang memenuhi standar kami yang ketat. Kami melaksanakan sejumlah proses untuk memonitor dan memperbaiki kualitas dan pengiriman yang tidak memenuhi syarat. Unilever Indonesia bekerja berdasarkan prinsip bahwa pertumbuhan merupakan perjalanan bersama, dan bahwa melalui perlibatan yang lebih baik dan lebih dalam bersama para mitra baik pada tingkatan strategis maupun operasional, kami akan berada di posisi yang lebih kuat untuk mengatasi tantangan di dunia yang berubah-ubah, tidak pasti, kompleks dan ambigu (VUCA – Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous).

Kami mendorong tercapainya agenda kami untuk *sustainability* secara menyeluruh, mulai dari pemilihan sumber bahan mentah sampai ke proses produksi hingga pengantaran produk ke toko. Sebagai sebuah organisasi, kami menempatkan prinsip *sustainability* sebagai dasar dari nilai yang kami anut dan praktek bisnis yang kami lakukan. Kami senantiasa memastikan bahwa kami melakukan segala yang kami mampu untuk menekan dampak yang kami timbulkan terhadap lingkungan, antara lain melalui implementasi sistem manajemen lingkungan ISO 14001 secara konsisten sejak 1999. Pada 2013, pendekatan yang sistematis dan komprehensif terhadap *sustainability* ini memperoleh pengakuan dari Kementerian Lingkungan Hidup, yang sekali lagi menganugerahkan penghargaan tertinggi peringkat PROPER Emas kepada pabrik Rungkut untuk

At the other end of the chain, we intensified our engagement with our partners who supply raw materials, packaging materials and ancillary services to build cost efficiency, quality and service to a level that meets our stringent requirements. We put in place a number of processes to monitor and correct quality and delivery non-compliance. Unilever Indonesia works on the principle that growth is a shared journey, and that through better and deeper engagement with our partners at both strategic and operational levels, we will be in a stronger position to overcome the VUCA challenges—Volatility, Uncertainty, Complexity And Ambiguity—we will face moving forward.

We are driving the sustainability agenda all the way from raw materials sourcing, through production, to delivery. Sustainability is at the core of our values and practices as an organisation, and we ensure that we are doing all we can to limit our impact on the environment, not least through our consistent application of the ISO 14001 environmental management system since 1999. In 2013, this systematic and comprehensive approach to sustainability was recognized by the Ministry of the Environment, which again awarded its highest honour, the PROPER Gold rating for good environmental management, to our Rungkut factory, making Unilever Indonesia the first



Kami senantiasa memastikan bahwa kami melakukan segala yang kami mampu untuk menekan dampak yang kami timbulkan terhadap lingkungan.

We ensure that we are doing all we can to limit our impact on the environment.

pengelolaan lingkungan yang baik. Dengan demikian, Unilever Indonesia menjadi perusahaan FMCG pertama yang meraihnya selama dua tahun berturut-turut. Pabrik Cikarang kami memperoleh peringkat Hijau (kedua tertinggi), serta penghargaan Industri Hijau dari Kementerian Perindustrian, dengan skor 4 dari nilai tertinggi 5.

Serangkaian prestasi ini menunjukkan bahwa Unilever Indonesia bukan saja telah melampaui ketentuan persyaratan manajemen lingkungan, namun juga berkomitmen untuk menjalankan upaya penyempurnaan terus menerus untuk memastikan bahwa seluruh proses produksi kami berlangsung secara efisien dan ramah lingkungan.

Target Unilever secara global berkaitan dengan penggunaan energi yang efisien, sebagaimana dirumuskan dalam Unilever Sustainable Living Plan, adalah untuk “mengurangi separuh dari dampak gas rumah kaca yang ditimbulkan oleh produk-produk kami di seluruh siklus kehidupannya pada 2020” (dibandingkan dengan tahun 2008). Target ini, sejalan dengan kebijakan pabrik kami, “Untuk menghemat pemakaian bahan-bahan mentah, energi dan air,” telah diwujudkan dalam serangkaian indikator kinerja utama (KPI: Key Performance Indicators) bagi masing-masing pabrik, dan kemajuannya dilaporkan secara teratur melalui sistem *online* Unilever. Penyempurnaan secara terus menerus pada parameter KPI ini di seluruh lini operasi kami telah membuahkan pengurangan pemakaian energi secara konsisten.

Kami telah memetakan keseluruhan emisi kami dan melakukan pemantauan secara teratur serta menggunakan hasilnya sebagai bahan untuk penyusunan strategi pengurangan selanjutnya. Sebagai wujud dari komitmen kami untuk menggunakan bahan bakar yang lebih ramah lingkungan, kami telah beralih menggunakan gas alam sebagai bahan bakar utama bagi *boiler-boiler* kami. Jumlah emisi total telah berkurang 2,75% pada 2013 dibanding 2012.

Air merupakan bahan mentah utama sekaligus bahan tambahan dalam proses produksi kami; dan harus dikelola serta dipantau sebagai bagian integral dari pengelolaan pabrik. Sepanjang tahun, kami meningkatkan sejumlah upaya berkaitan dengan penggunaan air, seperti daur-ulang air melalui pusat pengolahan air limbah (Waste Water Treatment Plant/WWTP), tadah air-hujan, peningkatan CIP, dan sebagainya. Namun, WWTP juga menghasilkan limbah berbahaya/beracun dalam bentuk endapan lumpur. Kami telah melakukan alih-daya pengelolaan endapan lumpur sejak 2009 sekaligus mengoptimalkan proses guna mengurangi keseluruhan limbah yang dikeluarkan.

FMCG company to receive the award in two consecutive years. Our Cikarang factory received the Green (second highest) rating, as well as a Green Industry award from the Ministry of Industry, scoring 4 out of a possible 5.

These achievements indicate that not only has Unilever Indonesia gone beyond the statutory provisions on environmental management, but that we are committed to making continuous improvements to ensure that our entire production process operates in an efficient and environment-friendly manner.

Unilever’s global target on efficient energy use, as defined in the Unilever Sustainable Living Plan, is to “halve the greenhouse gas impact of our products across the lifecycle by 2020” (with 2008 as the baseline). This target, alongside our factory policy, “To conserve the use of raw materials, energy and water,” has been translated into a series of KPIs (Key Performance Indicators) for each factory, and progress is reported regularly through Unilever’s online system. Continuous improvements on these KPIs across our operations have yielded a consistent reduction in energy use.

We have mapped all our emissions and monitor them regularly, using the results to inform further reduction strategies. Reflecting our commitment to more environmentally friendly fuel use, we have switched to natural gas as the main fuel for our boilers. Total emissions were reduced by 2.75% in 2013 compared to 2012.

Water is both a key raw material and an auxiliary material in our production processes, and must be managed and monitored as an integral part of factory management. Over the year, we strengthened several water-related practices including recycling water through the Waste Water Treatment Plant (WWTP), harvesting rainwater, improving CIP, etc. However, the WWTP generates its own hazardous/toxic waste in the form of sludge. We have been outsourcing sludge management since 2009 as well as optimizing the process in order to reduce the overall output.

Safety

Dalam hal *safety*/keselamatan, kami mempunyai visi untuk menjadi perusahaan dengan tingkat kecelakaan nol. Untuk itu, kami tak kenal kompromi dalam mendukung dan memfasilitasi kesehatan dan keselamatan karyawan di seluruh operasional kami, dengan cara memupuk budaya perilaku aman di kalangan karyawan dan mitra usaha.

Dengan tumbuhnya Perseroan, kompleksitas operasi kami pun akan terus meningkat, sehingga resiko kecelakaan kerja juga akan meningkat. Oleh karena itu, kesadaran akan keselamatan kerja menjadi semakin penting dalam aktivitas bisnis kami sehari-hari. Selama tiga tahun terakhir, melalui kampanye keselamatan 'From Zero to Hero' kami, kami telah meningkatkan kesadaran karyawan dalam menjaga keselamatan diri sendiri maupun orang-orang lain di sekitar mereka.

Setiap tahun kami mengusung tema berbeda-beda yang akan memotivasi dan menginspirasi karyawan untuk mengambil tanggung jawab atas kemaslahatan mereka. Tema untuk 2013, "Membuat Pilihan Tepat" ("Make The

Our vision for safety is to become a zero accident company. This requires an uncompromising approach to promoting and facilitating health and safety in all our operations by nurturing a safety culture among our employees and business partners.

As the Company grows, the complexity of our operations will continue to increase, and this will, in turn, lead to a corresponding increase in the risk of occupational hazards. Safety awareness is therefore taking on a growing importance in our day-to-day business. Over the past three years, through our "From Zero to Hero" safety campaign, we have been raising employees' awareness of maintaining their own safety and that of others around them.

Each year we adopt a different theme that will motivate and inspire our people to take responsibility for their wellbeing. The theme for 2013, "Make The Right Choice",

Kampanye safety 2013

2013 safety campaign



Right Choice”), mengajak para karyawan dan mitra kami untuk memilih cara berinteraksi yang aman dalam melaksanakan pekerjaan mereka.

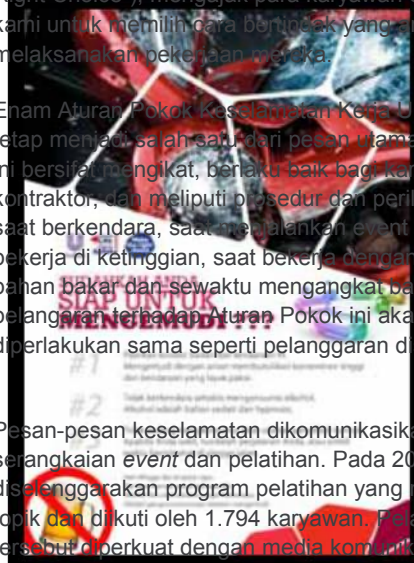
invites our employees and partners to choose to act safely in doing their jobs.

Enam Aturan Pokok Keselamatan Kerja Unilever Indonesia tetap menjadi salah satu dari pesan utama. Aturan-aturan ini bersifat mengikat, berlaku baik bagi karyawan maupun kontraktor, dan meliputi prosedur dan perilaku keselamatan saat berkendara, saat melaksanakan event bisnis, saat bekerja di ketinggian, saat bekerja dengan menggunakan bahan bakar dan sewaktu mengangkat barang. Setiap pelanggaran terhadap Aturan Pokok ini akan dianggap dan diperlakukan sama seperti pelanggaran disiplin.

Unilever Indonesia’s Six Cardinal Rules of Safety remains one of the central messages. These rules are mandatory, applying to employees and contractors alike, and cover safety procedures and behaviours while driving, while running business events, when working at heights, when working in confined spaces, when working with energy, and during lifting operations. Any breach of these fundamental Rules is considered and dealt with in the same way as a breach of discipline.

Pesan-pesan keselamatan dikomunikasikan melalui serangkaian event dan pelatihan. Pada 2013, diselenggarakan program pelatihan yang mencakup 30 topik dan diikuti oleh 1.794 karyawan. Pelatihan-pelatihan tersebut diperkuat dengan media komunikasi internal, termasuk poster, papan pengumuman dan spanduk; penyebaran pesan melalui email dan SMS blast dan PC teaser. Informasi lebih rinci disampaikan melalui prosedur dan leaflet, serta majalah internal kami. Kami juga menggunakan lebih banyak media yang bersifat interaktif seperti Facebook, Twitter, dan Safety Portal di intranet Unilever Indonesia guna menjalin dialog dua-arah tentang berbagai masalah berkaitan dengan kesehatan dan keselamatan kerja.

Safety campaign messages are communicated initially through a series of events and trainings. In 2013, training topics to a total of 1,794 employees. The trainings are reinforced through internal media, including posters, signs, bulletin boards and banners; email and SMS blasts and PC teasers. More detailed information is conveyed through brochures and leaflets, as well as our internal magazine. We are also expanding our use of more interactive media such as Facebook, Twitter, and the Safety Portal on the Unilever Indonesia intranet to maintain a two-way dialogue on a broad range of health and safety issues.



Pada 2013, kami meluncurkan BESAFE (Behaviour-Based-Safety), sebuah program yang berfokus untuk menanamkan perilaku aman/*safety behaviour* dalam diri karyawan. Pada intinya, program ini, yang mengacu pada program Behavioural Safety Excellence, mengharuskan karyawan untuk mengetahui risiko pekerjaan mereka; dan untuk selalu berperilaku aman untuk menghindari risiko atau bahaya, baik untuk diri mereka sendiri maupun orang-orang lain di sekitar mereka. Program BESAFE meliputi pelatihan bagi semua orang mulai dari pekerja pabrik hingga jajaran Direksi. Proses ini dimulai dengan pelatihan Master Coach yang merupakan program pelatihan bagi para *trainers* yang akan melakukan internalisasi program di seluruh lini organisasi, diikuti oleh Safety Perception Survey (Survei Persepsi Keselamatan), Site Assessments (Penilaian di Site), Training of Trainers (Pelatihan Instruktur), Action Planning Workshop (Lokakarya Perencanaan Aksi), dan Executive Leadership Workshop (Lokakarya Kepemimpinan Eksekutif).

Di masing-masing site dilaksanakan Survei Persepsi Keselamatan untuk mengetahui persepsi dan perilaku karyawan terhadap keselamatan, dan memberikan *insight* ke dalam budaya keselamatan organisasi dan bagaimana hal itu mampu menggalakkan upaya untuk meningkatkan kinerja keselamatan. Masukan yang diperoleh dari hasil *survey* dan penilaian di *site* digunakan sebagai bahan dalam Action Planning Workshop yang diselenggarakan di setiap *site* guna mengembangkan *action plan* di masing-masing *site* untuk 3 tahun mendatang dan mengintegrasikannya ke dalam *site business plan*, dengan tanggungjawab dan waktu-pelaksanaan yang jelas.

Membudayakan perilaku aman

Kami memahami bahwa membiasakan orang berperilaku aman tidak cukup dengan memberikan ceramah dan buku panduan. Kita harus mempunyai teladan dan perlu diingatkan terus menerus agar motivasi tetap terjaga. Materi kampanye keselamatan kami menampilkan manajemen senior, termasuk CEO, bagaimana mempraktekkan aturan dan pedoman kesehatan dan keselamatan, dan mereka pun mengikuti pelatihan berkala tentang bagaimana masing-masing dari mereka dapat ikut memperkuat komitmen perusahaan terhadap keselamatan.

Upaya kami mewujudkan hasil nyata. Pada 2012, kampanye “Keselamatan Dimulai dari Diri Sendiri” secara signifikan meningkatkan partisipasi aktif para karyawan dalam berperilaku aman, nampak dari hasil dari lebih dari 186.000 Safety Behaviour Observations/SBO, hampir dua kali lipat dari jumlah yang tercatat pada 2010. Sedangkan Total Recordable Frequency Rate/ TRFC berkurang dari 0,52 pada 2011 ke 0,49 pada 2012 dan menurun tajam hingga 0,29 pada 2013.

In 2013, we launched BESAFE (Behaviour-Based Safety), a global safety programme that focuses on improving employee safety behaviour. In essence, this programme, which follows on from the Behavioural Safety Excellence programme, requires all employees to understand the risks of their jobs, and to engage in safe behaviour to avoid risks or hazards, both for themselves and the people around them. The BESAFE programme involves training for everyone from the shop floor to the Board of Directors. The process begins with Master Coach training for the trainers who lead the cascading of the programme throughout the organisation, followed by Safety Perception Surveys, Site Assessments, Training of Trainers, Training for Leaders, Action Planning Workshops, and an Executive Leadership Workshop.

The Safety Perception Surveys, conducted at each site, capture employees' perceptions and attitudes toward safety, and provide insights into the organisation's safety culture and how it can impede efforts to improve safety performance. Using input from the surveys and site assessments, Action Planning Workshops are held at each site to develop site-specific action plans for the next 3 years and integrate them into the site business plans, with clear responsibilities and timelines.

Developing safety habits

We recognize that making safety a habit takes more than lectures and guidelines. People need to be inspired by strong role models and motivated through constant reminders. Our safety campaign materials feature senior management, including the CEO, putting health and safety rules and guidelines into practice, and they undergo regular training on how they can strengthen the corporate commitment to safety.

This is having results. In 2012, our “Safety Starts With Me” campaign significantly increased the active participation of employees in safety behaviour, as measured by more than 186,000 Safety Behaviour Observations (SBO), almost twice the number recorded in 2010, while the Total Recordable Frequency Rate (TRFR) fell from 0.52 in 2011 to 0.49 in 2012 and was dramatically reduced to 0.29 in 2013.



Tema keselamatan kita untuk 2013 adalah “Membuat Pilihan Tepat”, yang bertujuan untuk memotivasi dan mempersiapkan karyawan dan mitra kami dalam memilih cara bertindak yang aman dalam melakukan pekerjaan mereka.

Our safety theme for 2013 was “Make The Right Choice”, aimed at motivating and equipping our employees and partners to choose to act safely in doing their jobs.

Kesehatan dan keselamatan bukan sekedar mengenai menghindari bahaya dan mengurangi angka kecelakaan. Salah satu hal yang menjadi perhatian utama adalah meningkatkan kesehatan fisik dan mental secara menyeluruh dari para karyawan kami dengan membantu mereka melaksanakan gaya hidup yang lebih sehat, yang akan membantu mereka mencegah cedera dan sakit serta efektif mengatasi stres di tempat kerja dan di rumah. Di lingkungan kerja, hal ini direalisasikan antara lain dengan memastikan adanya ergonomi yang baik di tempat kerja, penyediaan fasilitas rekreasi bagi karyawan dan menggalakkan kegiatan olah raga secara teratur dan gizi yang baik.

Health and safety is not just about avoiding hazards and reducing accidents. One of our major concerns is to improve the overall physical and mental wellbeing of our employees by helping them to adopt healthier lifestyles, which will help them to avoid injury and illness and to deal more effectively with stress at work and in the home. In the work environment, this aim is supported by ensuring good ergonomics at work stations, providing recreational facilities for employees and promoting regular exercise and good nutrition.

Safety Audit

Kami melaksanakan audit untuk aspek *safety* secara teratur di seluruh *site* dan jajaran Perseroan guna memastikan bahwa kebijakan, prosedur dan proses yang berkaitan dengan keselamatan diimplementasikan sesuai dengan standar Unilever dan industri pada umumnya. Praktik terbaik di masing-masing *site* digunakan sebagai *benchmark* guna memastikan bahwa penerapan keselamatan di seluruh *site* Unilever Indonesia telah distandarisasi.

Keselamatan di luar lingkungan kerja

Perhatian kami terhadap keselamatan karyawan tidak terbatas pada lingkungan kerja. Kami percaya bahwa dengan membantu karyawan dan keluarga mereka selalu terjaga kesehatan dan keselamatannya, karyawan akan semakin kreatif dan produktif dalam bekerja. Oleh karena itu, kami telah memperkenalkan sejumlah *safety modules* untuk meningkatkan kesadaran karyawan terhadap bahaya yang dapat terjadi di rumah, di sekolah atau saat bepergian, misalnya sewaktu pulang mudik Lebaran. Informasi ini disebar-luaskan melalui poster, buklet, pelatihan, pesan video dari Direksi dan Brand Ambassador, serta aktivitas untuk anak-anak sehingga seluruh keluarga dapat terlibat. Karena sebagian Indonesia rawan terhadap bencana, maka kami juga menyelenggarakan pelatihan berkala dan informasi tentang apa yang harus dilakukan saat terjadi gempa

Safety Audits

We conduct regular safety audits at all sites and levels of the Company to ensure that safety policies, procedures and processes are being implemented in compliance with Unilever and industry safety standards, with best practices at each site are benchmarked to ensure that safety implementation across all Unilever Indonesia's sites is standardised.

Safety beyond the workplace

Our concern for the safety of our employees goes beyond the workplace. We believe that helping our employees and their families to stay healthy and safe helps them to be more creative and productive at work, so we have introduced a number of safety modules to raise awareness about hazards that can occur in the home, at school or when travelling, for example during the annual homecoming at Eid. The information is disseminated through posters, booklets, training, video messages from the Directors and Brand Ambassadors, as well as activities for children so the whole family can get involved. As many parts of Indonesia are vulnerable to disasters, we also organize regular training and information about what to do during earthquakes, volcanic eruptions, tsunamis, floods



Pesan-pesan

bumi, letusan gunung berapi, tsunami, banjir dan penyebaran penyakit menular, serta tindakan yang harus dilakukan bila terjadi kecelakaan lalu lintas, kebakaran atau kekacauan di tempat umum.

Manajemen Keselamatan Kontraktor

Sepanjang tahun kami bekerja bahu-membahu dengan kontraktor yang mendukung kami untuk meraih target pertumbuhan kami. Keselamatan mereka juga menjadi prioritas utama kami. Setiap tahun, kami mengadakan Pelatihan Keamanan Dasar bagi Kontraktor, yang memberikan panduan aman untuk bekerja di ketinggian, bekerja di ruang tertutup, keselamatan dalam penggunaan listrik, bekerja di tempat panas dan situasi darurat serta pengaturan rumah dan hygiene. Pada 2013, sekitar 300 kontraktor mengambil bagian dalam program Pelatihan Dasar Keselamatan kelas pemula dan kelas penyegaran. Lebih lanjut, para petugas keselamatan memiliki kesempatan untuk mengikuti pelatihan khusus, seperti Teknik Analisis Penyebab Sistematis (SCAT: Systematic Cause Analysis Techniques) untuk penyelidikan kecelakaan, Analisis Keselamatan Kerja (JSA: Job Safety Analysis) dan penilaian risiko.

Audit Perijinan Kerja dilakukan guna memastikan bahwa para kontraktor telah mematuhi standar keselamatan kontraktor Unilever Indonesia. Bagi yang tidak memenuhi ketentuan kepatuhan akan dikenai tindakan, mulai dari peringatan lisan sampai dengan larangan bagi kontraktor yang bersangkutan untuk pekerjaan di Unilever. Kami menunjukkan apresiasi kami atas kepatuhan melalui bentuk imbalan yang signifikan dan pemberian penghargaan tahunan bagi kontraktor yang menampilkan kinerja keselamatan yang terbaik.

and outbreaks of infectious disease, as well as what actions to take in the event of a road accident, fire or public disorder.

Contractor Safety Management

Throughout the year we work side-by-side with contractors who help us to achieve our growth objectives, and ensuring their safety is a top priority. Every year, we organise Basic Safety Training for Contractors, a course that covers working at heights, working in confined spaces, electrical safety, hot work and emergency situations as well as housekeeping and hygiene. In 2013, some 800 contractors took part in initial and refresher Basic Safety Training. In addition, safety officers have had opportunities to take part in more specific training, such as Systematic Cause Analysis Techniques (SCAT) for accident investigation, Job Safety Analysis (JSA) and risk assessment.

Permit to Work audits were carried out to ascertain whether contractors were compliant with Unilever Indonesia's contractor safety standards. Non-compliance is followed up with actions ranging from verbal warnings to barring the contractors concerned from working for Unilever. We show our appreciation for compliance through significant rewards and the presentation of annual awards to contractors who deliver the best safety performance.



Customer Development

A Better Store, Every Day, Everywhere—di tahun 2013, Customer Development terus masuk ke pasar-pasar yang belum dirambah, menambah jumlah toko yang menjual produk-produk Unilever; dan melakukannya secara lebih baik setiap hari.

Kami terus berfokus untuk bekerjasama secara lebih baik lagi dengan para pelanggan kami, sambil menemukan cara untuk bisa tumbuh bersama secara berkelanjutan, khususnya dengan menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik bagi konsumen. Melalui program Perfect Stores, kami membagi pengalaman kami dengan para pemilik toko tentang strategi yang lebih efektif untuk *merchandising*, *display* dan tata-letak toko. Program ini berlangsung sukses dengan melibatkan gerai (*outlet*) tradisional dan moderen sepanjang 2013. Kedua jalur penjualan tersebut pun menunjukkan peningkatan dalam memenuhi kaedah Perfect Store. Kemajuan yang terukur juga nampak dalam aspek On-Shelf Availability dan Share of Space, yang berarti produk kami lebih mudah ditemukan dan dibeli oleh pengunjung toko—sehingga menguntungkan bagi konsumen, bagi pelanggan dan bagi bisnis kami sendiri.

Merchandising dan program aktivasi di seluruh jalur penjualan berperan vital terhadap keberhasilan kami pada 2013. Memanfaatkan pemahaman mendalam tentang konsumen Indonesia, kami melaksanakan strategi guna menginspirasi lebih banyak konsumen untuk membeli produk-produk kami setiap hari. Tenaga

A Better Store, Every Day, Everywhere—in 2013, Customer Development continued to seize untapped markets, improve stores that sell Unilever's products, and simply execute better every day.

We continued to focus on working better with our retail customers and finding ways to build mutual, sustainable growth, particularly by improving the shopping experience for consumers. Through our Perfect Stores programme, we share our experience with retailers on more effective strategies for merchandising, displays and store layouts. The programme went from strength to strength as we enrolled in the traditional and modern trade outlets in 2013, with both channels raising their compliance level. There were measurable improvements in our On-Shelf Availability and Share of Space, indicating that we are making our products easier for shoppers to find and buy—benefitting consumers, our retail customers and our business.

Merchandising and activation across all channels were critical to our success in 2013. Using our deep understanding of Indonesian shoppers, we are executing strategies to inspire more consumers to purchase our products every day. Dedicated sales promotion and merchandising personnel provided invaluable support



Memanfaatkan pemahaman mendalam tentang konsumen Indonesia, kami melaksanakan strategi guna menginspirasi lebih banyak konsumen untuk membeli produk produk kami setiap hari.

Using our deep understanding of Indonesian shoppers, we are executing strategies to inspire more consumers to purchase our products every day.

promosi penjualan dan merchandising memberikan dukungan yang besar bagi pencapaian target utama untuk Perfect Store dan perolehan pangsa pasar. Tenaga lini depan ini merupakan mata rantai terakhir dalam *supply chain* kami, karena mereka terlibat langsung dengan para pembeli dan pemilik toko serta berperan langsung dalam meningkatkan tampilan produk di toko. Mereka memainkan peran yang sangat penting dalam strategi pengembangan pelanggan kami. Lebih jauh lagi, dengan lebih erat melibatkan dan memupuk talenta-talenta lokal dalam rantai nilai (*value chain*) kami ini, kami telah mempraktekkan salah satu agenda USLP kami, yakni 'meningkatkan penghidupan masyarakat'.

Kami sadar bahwa kami berbisnis di tengah perekonomian global yang rentan terhadap guncangan dan tekanan; dan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak selalu berjalan mulus. Kami percaya bahwa untuk bertahan, seperti yang telah dijalankan oleh Unilever Indonesia selama 80 tahun, kami harus terus berinvestasi untuk membangun hubungan dengan dengan konsumen dengan menyediakan produk yang membuat mereka nyaman serta memperkaya kehidupan mereka sehari-hari. Artinya, kami perlu terus berinvestasi meningkatkan infrastruktur dan kapabilitas kami seraya mengembangkan kemitraan dan kolaborasi dengan toko-toko dari segala ukuran, khususnya usaha-usaha kecil dan menengah lokal yang mendorong laju perekonomian Indonesia. Kemitraan yang saling menguntungkan ini, yang menjadi sarana kami untuk memanfaatkan kearifan lokal dari para mitra lokal sekaligus menumbuhkan kemampuan wirausaha mereka, telah menjadi inti dari strategi pertumbuhan berkelanjutan Unilever Indonesia selama delapan dasawarsa; dan akan terus menjadi landasan bagi pertumbuhan masa depan seiring dengan terbukanya peluang-peluang baru.

in the achievement of our key Perfect Store and market share gain targets. These front liners form the final link in our supply chain by engaging directly with shoppers and retailers and improving the visibility of our brands in stores, and they play a crucial role in our customer development strategy. Moreover, by involving and nurturing these local talents within our value chain, we are putting our USLP goal of 'Enhancing Livelihoods' into action.

We recognise that we operate within a global economy that is subject to shocks and stresses, and that the path of economic growth is not always straightforward. We believe that to endure, as Unilever Indonesia has done for 80 years, we need to continue to invest in building our relationship with consumers by giving them access to products that delight and enrich their lives every day. This means investing in our infrastructure and capabilities and expanding our partnership and collaboration with outlets of all sizes, and particularly the local small and medium enterprises that continue to drive Indonesia's economy. Mutually beneficial partnerships, through which we can make the most of our partners' local wisdom while growing their entrepreneurship capability, have been at the heart of Unilever Indonesia's sustainable growth strategy for eight decades, and will continue to be cornerstone of our future growth as new opportunities materialise.

Corporate Relations

Komunikasi korporasi memainkan peran penting dalam menjaga keselarasan pesan Perseroan — dengan visi, misi dan nilai-nilai — sekaligus memantapkan posisi kami di masyarakat. Komunikasi adalah tentang bagaimana kami mengemukakan kepada seluruh pemangku kepentingan kami, termasuk karyawan, pelanggan, konsumen, pemasok, pemegang saham dan masyarakat secara luas, bahwa kami terlibat secara efektif dan bertanggung-jawab terhadap kepentingan dan kebutuhannya. Melalui Komunikasi Korporasi, kami melindungi dan memperkokoh reputasi Perseroan sebagai pendorong pertumbuhan utama, baik secara eksternal dan internal.

Sustainability berada di jantung dari segalanya yang kami lakukan, dan tetap menjadi paparan komunikasi utama kami pada 2013, baik dari aspek bisnis maupun kehidupan sehari-hari. Program 'Smarter, Greener Living'

Corporate communications play a vital role in keeping the company on-message — with our vision, mission and values — and establishing our position in the community. Communication is how we demonstrate to all our stakeholders, including employees, customers, consumers, supplier, shareholders and society in general, that we are engaging responsibly and effectively, with their interests and needs. Through Corporate Communications, we protect and strengthen the Company's reputation as a key growth driver, both externally and internally.

Sustainability is at the heart of everything we do, and remained a key communication narrative in 2013, both in terms of business as well as in daily life. Our Growth Program 'Smarter, Greener Living' was designed to motivate



Memperingati hari jadi yang ke 80 tahun Unilever Indonesia menggelar beragam acara, seperti tanam pohon sebanyak 80 ribu pohon di 30 lokasi di Indonesia serta Marathon 8K "Run for a Tree" dimana tiap pelari yang berhasil menyentuh garis finish akan menyumbangkan satu pohon untuk Indonesia.

To celebrate its 80th anniversary, Unilever Indonesia held a variety of events, such as planting 80 thousand trees in 30 locations in Indonesia and an 8K "Run for a Tree", in which each runner who crossed the finish line donated one tree to Indonesia.

6 bulan kami dirancang untuk memotivasi karyawan guna mengadopsi gaya hidup lebih hijau di rumah maupun di kantor dan menghasilkan penghematan 50% dalam pemakaian air dan pengurangan signifikan dalam penggunaan kertas dan daya listrik, baik di Kantor Pusat maupun di *site-site* Unilever Indonesia di seluruh Indonesia. Agen-agen perubahan merupakan kelompok relawan karyawan di masing-masing *site*, yang menyebarkan pesan dan berkontribusi dalam memupuk semangat keberlanjutan di antara rekan-rekan kerja mereka.

Tiga kampanye korporasi penting pada 2013 juga terkait erat dengan *sustainability*. 'Winning Balance' dirancang untuk meningkatkan kesadaran karyawan dan melibatkan mereka dalam pembentukan budaya inklusif di lingkungan Perseroan. Hal ini berarti memastikan bahwa wanita dan pria mempunyai kesempatan yang sama untuk rekrutmen, pengembangan dan kemajuan karir, dengan mempertimbangkan tahapan-tahapan berbeda dalam kehidupan dan ragam masalah yang dihadapi pria dan wanita. Serangkaian kampanye anti suap, yang mengacu kepada Prinsip Bisnis Kami (Code of Business Principles), telah dilaksanakan untuk mendorong pemahaman yang lebih baik tentang masalah tindak-suap dan benturan kepentingan, untuk memperkenalkan bagaimana hal-hal tersebut dapat terwujud dengan sendirinya dalam transaksi sehari-hari dengan pihak internal maupun eksternal, serta meletakkan strategi tentang bagaimana cara mengatasinya. Menjelang akhir tahun, tema 'Mewujudkan Masa Depan yang Lebih Cerah' telah dipilih untuk perayaan ulang tahun ke-80 Unilever Indonesia. Para karyawan diajak untuk berbagi ide tentang bagaimana mereka, sebagai individu, dapat menciptakan masa depan yang lebih baik. Beberapa event diselenggarakan dengan mengusung tema yang sama, termasuk 'Run for Cause' 4K dan 8K, dimana setiap peserta lomba yang berhasil melintasi garis *finish* mendonasikan sebuah pohon untuk penghijauan lingkungan. Perseroan kemudian menambahnya hingga berjumlah total 80.000 pohon, untuk ditanam di sekolah dan tempat-tempat lain yang memerlukan penghijauan di seluruh tanah air.

Kami terus mengupayakan pendekatan yang bersifat unik guna menyampaikan pesan korporasi kami secara menarik, menggunakan media kreatif dan interaktif seperti lomba dongeng, kuis, *online game*, perlombaan dan aktivasi untuk menjadikan pesan-pesan tersebut mudah dicerna dan dipahami oleh para karyawan dengan latar belakang yang beragam dan pada jenjang organisasi yang berbeda-beda.

Media digital dan media sosial terus menyajikan peluang yang tak terduga sekaligus tantangan yang berarti. Yaitu menyediakan sebuah *platform* untuk sebagian dari kampanye-kampanye *brand* kami yang paling diingat, menginspirasi dan meraih juara, dan merupakan sarana yang sangat berharga untuk melibatkan langsung baik

employees to adopt a greener lifestyle at home and in the office and resulted in a 50% saving on water usage at Head Office as well as significant reductions in paper and electricity utilization there and at other Unilever Indonesia sites in the country. The agents of change were groups of employee volunteers at each site, who spread the noise and contributed to nurturing a spirit of sustainability among their colleagues.

Three other important corporate campaigns in 2013 were also closely linked to sustainability. 'Winning Balance' was designed to raise employees' awareness and engage them in building an inclusive culture within the Company. This means ensuring that women and men have the same opportunities for recruitment, development and career advancement, taking into consideration different phases of life and the different issues faced by men and women. A series of anti-bribery campaigns, linked to our Code of Business Principles, set out to promote a better understanding of bribery and conflict of interest, to recognize how these manifest themselves in day-to-day transactions with internal and external parties and to provide strategies on how to deal with them. Towards the end of the year, the theme of 'Creating a Brighter Future' was chosen to celebrate Unilever Indonesia's 80th anniversary. Employees were invited to share their ideas on how they, as individuals, could create a brighter future. Several events on the same theme included a 4K and 8K 'Run for a Cause', in which each finisher automatically donated a tree to green the environment. The Company then topped up the number to a total of 80,000 trees, which were planted in schools and other areas in need of greening throughout the country.

We continued to seek out-of-the-box approaches to convey our corporate messages in an appealing way, using creative and interactive mediums such as storytelling, quizzes, online games, competitions and on-ground activations to make the messages accessible and easy to understand by employees of different backgrounds and at different levels of the organization.

Digital and social media continued to present both unprecedented opportunities and considerable challenges. It is providing a platform for some of our most memorable and inspiring and award-winning brand campaigns, and is an invaluable means of engaging directly with both employees and consumers in an interactive, real-



Diskusi 'Winning Balance' mengundang Ratih Ibrahim, Parenting Psychologist.
 'Winning Balance' discussion featuring Ratih Ibrahim, Parenting Psychologist.

dengan karyawan maupun konsumen dalam bentuk dialog interaktif dan dalam waktu-seketika. Kesiapan ini, bagaimana pun juga, menuntut kami untuk selalu sigap dalam memastikan bahwa pesan-pesan tersebut tidak disalah-pahami atau disalah-tafsirkan, dan guna mendorong respons yang cepat dan efektif terhadap setiap isu yang timbul untuk memastikan bahwa tidak terjadi penurunan kepercayaan konsumen terhadap produk atau pun merosotnya reputasi korporasi ataupun *brand* kami.

Serangkaian program Public Relation (PR) yang efektif membantu memungkinkan *brand-brand* kami untuk mewujudkan agenda pertumbuhannya. Sepanjang tahun, Unilever Indonesia mempertahankan pangsa media yang kuat untuk publisitas tak-berbayar. Pencapaian ini merupakan yang tertinggi di antara pasar Unilever secara global, dan yang menjadi faktor penting adalah jalinan hubungan yang erat dengan kalangan media. Publisitas tersebut juga menunjukkan nilai kualitatif yang sangat baik (8,3 dari 10), yang diukur dengan berbagai parameter termasuk gaya penyampaian, peringkat media, penyusunan pesan utama dan pemilihan foto. Topik yang dominan adalah *sustainability*, diikuti dengan *brand* dan inovasi, orang-orang hebat, tempat-tempat istimewa, dan kinerja bisnis.

Untuk Komunikasi Korporasi, pihak media dan Pemerintah merupakan dua dari para pemangku-kepentingan utama kami, dan kami terus melibatkan diri dengan mereka dalam kegiatan advokasi guna membangun dukungan terhadap agenda *sustainability* korporasi dan ijin usaha kami. Pada 2013, kami bekerja sama dengan Pemerintah dalam sejumlah prakarsa yang selaras dengan prioritas kami, seperti Hari Kesehatan Nasional dan Hari Cuci Tangan Sedunia bersama Kementerian Kesehatan untuk memperkokoh pesan kami tentang pendidikan kesehatan dan higiene, dan Expo Makanan Halal Internasional

time dialogue. This immediacy, however, requires us to be vigilant in ensuring that messages are neither misunderstood nor misinterpreted, and to mount a rapid and effective response to any issues that do arise to ensure that there is no loss of consumer confidence in our products or damage to our corporate or brand reputation.

A series of effective Public Relation (PR) programmes helped enable our brands to deliver their growth agenda. Throughout the year, Unilever Indonesia maintained a strong share of the media for non-paid publicity. This was the highest among Unilever's markets globally, and a significant factor was our excellent relationship with the media. The publicity also showed very good qualitative value (8.3 out of 10), which we measured based on several indicators including tone of the story, media tier, key messages pick-up and photo pick-up. The dominant topic was sustainability, followed by brands and innovation, great people great place, and business performance.

For Corporate Communications, the media and Government remain two of our key stakeholders, and we continued to engage with them on advocacy to build support for our corporate sustainability agenda and our license to operate. In 2013, we worked closely with the Government on initiatives that are aligned with our priorities, such as National Health Day and Global Handwashing Day with the Ministry of Health to reinforce our messages on health and hygiene education, and the International Halal Expo organized by LPPOM MUI to underline our commitment to providing halal food



Acara penutupan Program 'Smarter, Greener Living'. Closing of Smarter, Greener Living' Programme.

bersama LPPOM MUI guna menegaskan komitmen kami untuk menyediakan produk-produk makanan halal. Unilever Food Solution bermitra dengan BPOM serta Kementerian Kesehatan guna memprakarsai sebuah event untuk mempromosikan keamanan makanan, yang dihadiri oleh lebih dari 500 pemilik dan manajer hotel, restoran dan café.

Kami juga telah melanjutkan kemitraan dengan pihak Pemerintah, industri dan masyarakat dalam mengatasi isu serius tentang pemalsuan. Para konsumen yang menggunakan produk-produk palsu, salah menduga bahwa barang-barang palsu tersebut adalah produk-produk Unilever, bukan saja menjadi korban dari tindak-penipuan ekonomi tetapi juga, yang lebih parah lagi, rentan terhadap potensi kerusakan fisik akibat pemakaian produk palsu tersebut. Karena keselamatan konsumen merupakan prioritas tertinggi kami, maka kami mengupayakan semua usaha guna menjamin bahwa hal tersebut tidak akan terjadi, dan melalui kerjasama dengan Masyarakat Indonesia Anti Penipuan (MIAP), untuk meningkatkan kesadaran publik di seluruh Indonesia mengenai tindak-pemalsuan dan pentingnya menggunakan produk-produk yang asli. Tenaga penjualan kami secara terus menerus memonitor pasar guna mencari bukti tentang produk-produk palsu dan mengingatkan pihak-pihak yang berwenang untuk melakukan penarikan sesegera mungkin.

Pada level industri, Unilever Indonesia melibatkan diri secara intensif melalui keanggotaan kami, dalam beberapa hal melalui fungsi dewan pengurus sejumlah asosiasi utama. Melalui asosiasi-asosiasi tersebut, kami bertujuan untuk menjadi mitra strategis bagi Pemerintah dalam rancangan sejumlah regulasi baru dengan memberikan perspektif seimbang yang dapat mengakomodasi kepentingan bisnis maupun masyarakat.

products. Unilever Food Solution partnered with the Indonesian FDA and Ministry of Health to initiate a joint event to promote food safety, which was attended by over 500 owners and managers of hotels, restaurants and cafes.

We have also continued to partner Government, the industry and the community on tackling the serious issue of counterfeiting. Consumers who use fake products, mistakenly believing that they are Unilever products are not only the victims of economic fraud but, more seriously, are exposed to potential physical harm from using such a product. As consumer safety is our highest priority, we make every effort to ensure that this does not happen, and are working through MIAP, the Indonesian anti-counterfeit association, to raise public awareness across the country about counterfeiting and the importance of using genuine products. Our sales force constantly monitors the market for evidence of counterfeit products and alerts the authorities to ensure their rapid withdrawal.

At the industry level, Unilever Indonesia engages intensively through our membership, in many cases on the governing board, of major associations. Through these associations, we aim to be a strategic partner for the Government on the drafting of new regulations by providing a balanced perspective that accommodates the business as well as the public interest.



Tinjauan KEUANGAN Financial Review

PT Unilever Indonesia Tbk (“Unilever Indonesia”) dan Entitas Anak melaporkan peningkatan laba yang diatribusikan kepada pemilik entitas induk sebesar 10,6% dibandingkan dengan tahun 2012 menjadi sebesar Rp5,3 triliun. Hal tersebut terutama disebabkan oleh meningkatnya penjualan bersih sepanjang tahun sebesar 12,7%.

PT Unilever Indonesia Tbk (“Unilever Indonesia”) and its Subsidiary reported an increase in comprehensive income attributable to owners of the parent of 10.6% from 2012 to Rp5.3 trillion. This was due largely to a 12.7% growth in net sales during the year.

Pembahasan dan analisis berikut mengacu pada Laporan Keuangan Konsolidasian Unilever Indonesia untuk tahun-tahun yang berakhir pada 31 Desember 2013 dan 2012 yang disajikan dalam buku Laporan Tahunan ini. Laporan keuangan tersebut telah diaudit oleh KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (firma anggota jaringan global PwC).

The following discussion and analysis refers to Consolidated Financial Statements of Unilever Indonesia for the years ended 31 December 2013 and 2012, which are presented in this Annual Report. The financial statements were audited by KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member firm of PwC global network).

Kinerja Keuangan

Financial Performance

(dalam jutaan Rupiah/in million Rupiah)

Kinerja Keuangan	2013	2012	± (%)	Financial Performance
Penjualan bersih	30,757,435	27,303,248	12.7%	Net sales
Laba bruto	15,778,488	13,889,126	13.6%	Gross profit
Laba usaha	7,164,445	6,498,107	10.3%	Operating profit
Jumlah pendapatan komprehensif	5,352,625	4,839,145	10.6%	Total comprehensive income
Laba per saham dasar	701	634	10.6%	Basic earnings per share

Penjualan Bersih

Selama tahun 2013, Unilever Indonesia berhasil membukukan penjualan bersih sebesar Rp30,8 triliun, meningkat 12,7% dari tahun 2012. Penjualan ini berasal dari dua segmen usaha, yaitu Home and Personal Care dan Foods and Refreshment. Kontribusi masing-masing segmen tersebut terhadap penjualan bersih tahun 2013 adalah sebagai berikut: Home and Personal Care 72,9%; Foods and Refreshment 27,1%.

Net Sales

In 2013, the Company managed to book Rp30.8 trillion in net sales, a growth of 12.7% compared to 2012. Sales were derived from our two business segments, Home and Personal Care and Foods and Refreshment. The contributions made by each segment to net sales in 2013 were as follows: Home and Personal Care, 72.9%; and Foods and Refreshment, 27.1%.

(dalam jutaan Rupiah/in million Rupiah)

Penjualan segmen	Home and Personal Care			Foods and Refreshment			Jumlah Total		Segment sales
	2013	2012	±(%)	2013	2012	±(%)	2013	2012	
Penjualan bersih	22,414,545	19,922,118	12.5%	8,342,890	7,381,130	13.0%	30,757,435	27,303,248	Net sales
Laba bruto	12,136,632	10,756,731	12.8%	3,641,856	3,132,395	16.3%	15,778,488	13,889,126	Gross profit
Hasil segmen	6,999,997	6,403,211	9.3%	1,700,857	1,486,494	14.4%	8,700,854	7,889,705	Segment result

Hasil segmen dihasilkan melalui kinerja yang kuat di kedua segmen usaha. Penjualan bersih dari Home and Personal Care, serta Foods and Refreshment meningkat masing-masing sebesar 12,5% dan 13,0% dari tahun 2012, menjadi Rp22,4 triliun dan Rp8,3 triliun pada tahun 2013. Peningkatan penjualan ini disebabkan oleh peningkatan penjualan produk-produk melalui distributor-distributor di dalam negeri dan peningkatan penjualan ekspor.

Segment results were driven by strong performances in both business segments. Net sales from Home and Personal Care and Foods and Refreshment increased from the 2012 figures by 12.5% and 13.0%, respectively, to Rp22.4 trillion and Rp8.3 trillion in 2013. The growth in sales was attributable to an increase in the sales of our products through domestic distributors as well as an increase in export sales.

Harga Pokok Penjualan

Jumlah biaya produksi Unilever Indonesia di tahun 2013 terdiri dari biaya bahan baku dari pemasok yang digunakan dalam produksi sebesar Rp12,2 triliun, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp605 miliar, biaya penyusutan aset tetap sebesar Rp349 miliar dan biaya pabrikasi lainnya sebesar Rp999 miliar. Biaya produksi tersebut ditambah dengan persediaan awal tahun dan dikurangi persediaan akhir tahun menjadi Harga Pokok Penjualan (HPP). HPP tersebut meningkat 11,7% atau Rp1,5 triliun dari Rp13,4 triliun di tahun 2012 menjadi Rp14,9 triliun di tahun 2013.

Peningkatan HPP terutama berasal dari pembelian bahan baku yang disebabkan oleh kenaikan volume pembelian.

Laba bruto

Meningkatnya penjualan bersih yang lebih tinggi dari naiknya HPP menyebabkan laba bruto Unilever Indonesia mengalami peningkatan sebesar 13,6% atau Rp1,9 triliun dari Rp13,9 triliun pada tahun 2012 menjadi Rp15,8 triliun pada tahun 2013.

Beban Usaha dan Penghasilan/ (Beban) Lain-Lain

Beban usaha terdiri dari beban pemasaran dan penjualan, serta beban umum dan administrasi. Beban pemasaran dan penjualan naik sebesar 12,5% menjadi Rp6,6 triliun sedangkan peningkatan beban umum dan administrasi juga naik sebesar 31,3% menjadi Rp2,0 triliun. Kenaikan dalam kelompok beban pemasaran dan penjualan didominasi oleh kenaikan beban iklan, riset pasar, dan promosi. Kenaikan tersebut digunakan untuk mengimbangi dinamika pasar, memperkuat brands Unilever Indonesia, dan peningkatan jumlah inovasi yang mendukung pada tahun 2013. Sedangkan mayoritas beban umum dan administrasi didominasi oleh beban jasa dan royalti kepada perusahaan induk, yaitu Unilever N.V.

Pada 1 Februari 2013, Conopco Inc., entitas sepengendali yang memiliki hak atas merek Skippy, telah melakukan penjualan merek tersebut kepada Hormel Foods Inc. Unilever PLC dan Unilever N.V. memutuskan untuk membagikan hasil penjualan tersebut kepada beberapa entitas anaknya yang memasarkan dan menjual produk Skippy, termasuk Perseroan. Alokasi hasil penjualan merek tersebut sejumlah Rp50,8 miliar dicatat sebagai keuntungan lain-lain untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2013.

Laba Usaha

Meningkatnya laba bruto menyebabkan laba usaha Unilever Indonesia mengalami peningkatan sebesar 10,3% atau Rp666 miliar dari Rp6,5 triliun pada tahun 2012 menjadi Rp7,2 triliun pada tahun 2013.

Penghasilan/(Biaya) Keuangan

Pada tahun 2013, terdapat penurunan penghasilan keuangan sebesar 61,5% menjadi Rp14,5 miliar dan juga penurunan biaya keuangan sebesar 70,8% menjadi Rp20,1 miliar.

Cost of Goods Sold

The Company's total production costs in 2013 comprised the cost of raw materials used in production from suppliers amounting to Rp12.2 trillion, direct labour costs of Rp605 billion, depreciation of fixed assets amounting to Rp349 billion and manufacturing overheads of Rp999 billion. Inventories at the beginning of the year are added to these production costs and inventories at the end of the year are subtracted to arrive at the Cost of Goods Sold (COGS). COGS increased by 11.7% or Rp1.5 trillion, from Rp13.4 trillion in 2012 to Rp14.9 trillion in 2013.

The increase in COGS was primarily from raw material purchases due to an increase in the volume of purchases.

Gross Profit

With the growth in net sales exceeding the increase in COGS, the Company's gross profit increased by 13.6% or Rp1.9 trillion, from Rp13.9 trillion in 2012 to Rp15.8 trillion in 2013.

Operating Expenses and Other Income/(Expenses)

Operating expenses consist of marketing and selling expenses and general and administration expenses. Marketing and selling expenses increased by 12.5% to Rp6.6 trillion while the increase in general and administration expenses rose 31.3% to Rp2.0 trillion. The increase in marketing and selling expenses was dominated by an increase in advertising, research, and promotional expenses. This was in order to keep pace with market dynamics, strengthen the Company's brands, and accelerate more sustained innovation in 2013. General and administration expenses were dominated by service fees and royalties to the parent company, which is Unilever N.V.

On 1 February 2013, Conopco Inc., an entity under common control, which owned the rights to the Skippy trademark, sold the trademark to Hormel Foods Inc. Unilever PLC and Unilever N.V. decided to allocate the proceeds of the sale to a number of their subsidiaries that marketed and sold Skippy products, including the Company. The allocation of proceeds from sales of the trademark amounting to Rp50.8 billion was credited to other gain for the year ended 31 December 2013.

Operating Profit

With the growth in gross profit, the Company's operating profit increased by 10.3% or Rp666 billion, from Rp6.5 trillion in 2012 to Rp7.2 trillion in 2013.

Finance Income/(Costs)

In 2013, finance income decreased by 61.5% to Rp14.5 billion and finance costs decreased by 70.8% to Rp20.1 billion.

Laba Sebelum Pajak Penghasilan

Meningkatnya laba usaha selama tahun 2013 menyebabkan laba sebelum pajak penghasilan naik sebesar 10,7% menjadi Rp7,2 triliun. Hal tersebut terutama disebabkan oleh meningkatnya volume penjualan. Marjin laba sebelum pajak penghasilan sedikit menurun dari 23,7% pada tahun 2012 menjadi 23,3% pada tahun 2013.

Beban Pajak Penghasilan

Beban pajak penghasilan tercatat naik 11,0% menjadi Rp1,8 triliun, hal ini sejalan dengan kenaikan profitabilitas secara pajak.

Laba Tahun Berjalan

Dibandingkan dengan tahun 2012, laba tahun berjalan Unilever Indonesia meningkat sebesar 10,8% pada tahun 2013, dari laba tahun berjalan sebesar Rp4,8 triliun di tahun 2012 menjadi Rp5,3 triliun di tahun 2013.

Profit Before Income Tax

The increase in operating income in 2013 led to an increase in profit before income tax of 10.7% to Rp7.2 trillion. This was mainly due to the increase in sales volume. The profit before tax margin decreased slightly from 23.7% in 2012 to 23.3% in 2013.

Income Tax Expense

Income tax expenses increased 11.0% to Rp1.8 trillion, in line with the increase in tax profitability.

Profit for the Year

Compared with 2012, the Company's profit for the year increased by 10.8% in 2013, from Rp4.8 trillion in 2012 to Rp5.3 trillion in 2013.

Rasio (%)	2013	2012	Ratios (%)
Marjin Laba (Laba tahun berjalan terhadap penjualan bersih)	17.4%	17.7%	Profit Margin (Profit for the year divided by net sales)
Imbal Hasil atas Aset (Laba tahun berjalan terhadap rata-rata jumlah aset)	42.3%	43.1%	Return on Assets (Profit for the year divided by average total assets)
Imbal Hasil atas Ekuitas (Laba tahun berjalan terhadap jumlah ekuitas)	125.8%	121.9%	Return on Equity (Profit for the year divided by total equity)

Keputusan Nonpengendali

Tidak ada transaksi keputusan nonpengendali pada tanggal 31 Desember 2013.

Non-controlling Interests

There were no non-controlling interest transactions as at 31 December 2013.

Posisi Keuangan

Financial Position

(dalam jutaan Rupiah/in million Rupiah)

posisi Keuangan	2013	2012	±(%)	Financial position
Aset lancar	5,862,939	5,035,962	16.4%	Current assets
Aset tidak lancar	7,485,249	6,949,017	7.7%	Non-current assets
Jumlah Aset	13,348,188	11,984,979	11.4%	TOTAL ASSETS
Liabilitas jangka pendek	8,419,442	7,535,896	11.7%	Current liabilities
Liabilitas jangka panjang	674,076	480,718	40.2%	Non-current liabilities
Jumlah Liabilitas	9,093,518	8,016,614	13.4%	Total liabilities
Ekuitas	4,254,670	3,968,365	7.2%	Equity
Jumlah Liabilitas dan Ekuitas	13,348,188	11,984,979	11.4%	TOTAL LIABILITIES AND EQUITY

Aset

Terdapat peningkatan nilai total aset sebesar 11,4% dari Rp11,9 triliun di tahun 2012 menjadi Rp13,3 triliun di tahun 2013. Peningkatan utama berasal dari aset lancar.

Aset Lancar

Aset lancar Unilever Indonesia meningkat 16,4% dari tahun 2012 menjadi Rp5,9 triliun tahun 2013.

a. Kas dan Setara Kas

Kas dan setara kas Unilever Indonesia terdiri dari kas, kas di bank, dan setara kas berupa deposito berjangka dengan total keseluruhan sebesar Rp261 miliar dengan komposisi 0,2% kas, 92,9% kas di bank, dan 6,9% deposito berjangka. Setara kas berupa deposito berjangka yang tidak dibatasi penggunaannya adalah sebesar Rp18 miliar. Suku bunga deposito Rupiah selama tahun berjalan sebesar 3,55% – 9,25%.

b. Piutang Usaha

Jumlah piutang usaha bersih meningkat menjadi Rp3,3 triliun pada tahun 2013 yang hampir seluruhnya menyajikan piutang usaha pelanggan baru dan pelanggan yang sudah ada atau pihak-pihak berelasi tanpa adanya kasus gagal bayar di masa terdahulu. Di tahun 2013 Unilever Indonesia mencadangkan Rp14,4 miliar. Pencadangan ini digunakan untuk menutupi kerugian yang mungkin muncul dari piutang tidak tertagih. Penghapusbukuan piutang tidak tertagih hanya dapat dilakukan setelah mendapat persetujuan dari Direktur Keuangan.

c. Uang Muka dan Piutang Lain-Lain

Pos ini mengalami penurunan sebesar 28,8% menjadi Rp171,4 miliar yang sebagian besar diperoleh dari penurunan pembayaran uang muka lain-lain, seperti uang muka non-operasional.

d. Persediaan

Persediaan sedikit meningkat sebesar 1,1% dibandingkan dengan angka tahun lalu. Termasuk didalamnya penyisihan untuk persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris yang meningkat dari Rp62,3 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp78,3 miliar pada tahun 2013. Jumlah persediaan yang relatif sama pada tahun 2013 dan 2012 menunjukkan manajemen persediaan yang baik pada tahun berjalan. Persediaan juga telah dilindungi oleh asuransi terhadap risiko kerugian karena bencana alam, kebakaran, dan risiko-risiko lainnya dengan jumlah pertanggungan sebesar Rp1,435 miliar.

e. Pajak dibayar dimuka

Kenaikan pos pajak dibayar di muka dibandingkan dengan tahun lalu disebabkan oleh PPN masukan lebih besar dari PPN keluaran pada tahun berjalan.

Assets

The total asset value increased by 11.4% from Rp11.9 trillion in 2012 to Rp13.3 trillion in 2013, derived largely from current assets.

Current Assets

The Company's current assets increased 16.4% from 2012 to Rp5.9 trillion in 2013.

a. Cash and Cash equivalents

The Company's cash and cash equivalents consisted of cash on hand, cash in banks and cash equivalents in the form of time deposits amounting to a total of Rp261 billion, of which 0.2% cash on hand, 92.9% cash in banks, and 6.9% time deposits. Cash equivalents in the form of unrestricted time deposits amounted to Rp18 billion. The interest rate on Rupiah time deposits for the year was 3.55% – 9.25%.

b. Trade Receivables

Total trade receivables increased to Rp3.3 trillion in 2013, almost all of which were trade receivables of new and existing customers or related parties with no previous default experience. In 2013 the Company allocated a provision of Rp14.4 billion to cover losses that may have arisen from uncollectible receivables. Uncollectible receivables may only be written off with the approval of the Finance Director.

c. Advances and Other Receivables

This item experienced a decrease of 28.8% to Rp171.4 billion, which was largely derived from increases in other advances, such as non-operational advances.

d. Inventories

Inventories increased slightly by 1.1% compared to the previous year's figure. This included a provision for obsolete and unused/slow-moving inventories, which increased from Rp62.3 billion in 2012 to Rp78.3 billion in 2013. Total inventories were remained relatively flat between 2013 and 2012, indicating good inventory management during the year. Inventories were also insured against the risk of loss due to natural disasters, fire, and other risks, with total coverage of Rp1.435 billion.

e. Prepaid Taxes

The increase in prepaid taxes compared to the previous year was caused by VAT in exceeding VAT out during the year.

f. Beban dibayar dimuka

Pos ini mengalami penurunan sebesar 10,5% dari Rp73,9 miliar di tahun 2012 menjadi Rp66,2 miliar di tahun 2013.

Aset Tidak Lancar

Aset tidak lancar meningkat sebesar 7,7% dibandingkan dengan tahun 2012 menjadi Rp7,5 triliun. Hal ini terutama disebabkan oleh penambahan aset tetap Unilever Indonesia.

a. Aset Tetap

Aset tetap mengalami kenaikan sebesar 9,4% dari tahun lalu. Kenaikan ini terutama berasal dari penambahan mesin dan peralatan di pabrik dalam rangka peningkatan kapasitas produksi.

b. Goodwill

Goodwill muncul dari akuisisi merek Bango. Tidak ada penambahan *goodwill* di tahun 2013. Mulai tahun 2011, sesuai dengan perubahan PSAK 22 (revisi 2010), *goodwill* tidak lagi diamortisasi.

c. Aset Tak Berwujud

Termasuk didalamnya adalah merek dagang dan lisensi perangkat lunak. Di tahun 2013 terdapat penambahan aset tak berwujud sebesar Rp5,5 miliar yang berasal dari biaya lisensi SAP. Penurunan nilai tercatat bersih aset tak berwujud dikarenakan adanya amortisasi sepanjang tahun 2013 sebesar Rp58,8 miliar. Tidak ada pelepasan dan penghapusbukuan aset tak berwujud pada tahun 2013.

d. Aset Tidak Lancar Lain-lain

Pos ini mengalami penurunan sebesar 1,7% dibandingkan tahun 2012 menjadi Rp69,3 miliar di tahun 2013.

Liabilitas

Unilever Indonesia membukukan total liabilitas di akhir tahun 2013 sebesar Rp9,1 triliun yang terdiri dari 92,6% liabilitas jangka pendek dan 7,4% liabilitas jangka panjang. Nilai total liabilitas mengalami kenaikan sebesar Rp1,1 triliun atau 13,4% dari akhir tahun 2012. Kenaikan liabilitas tersebut terutama disebabkan oleh kenaikan liabilitas jangka pendek sebesar Rp0,9 triliun atau 11,7% dari akhir tahun 2012.

Liabilitas Jangka Pendek

Di akhir tahun 2013, liabilitas jangka pendek meningkat 11,7% dari tahun 2012 menjadi Rp8,4 triliun. Komposisi dari liabilitas jangka pendek ini adalah pinjaman jangka pendek 11,6%, utang usaha 44,7%, utang pajak 5,2%, akrual 21,9%, utang lain-lain 16,2%, dan kewajiban imbalan kerja jangka panjang – bagian lancar 0,4%. Peningkatan jumlah liabilitas jangka pendek sebesar Rp0,9 triliun terutama disebabkan naiknya utang usaha untuk pembelian bahan baku.

f. Prepaid expenses

Prepaid expenses decreased by 10.5% from Rp73.9 billion in 2012 to Rp66.2 billion in 2013.

Non-current Assets

Non-current assets increased by 7.7% compared to 2012, to Rp7.5 trillion. This was largely due to an increase in the Company's fixed assets.

a. Fixed Assets

Fixed assets experienced an increase of 9.4% from the prior year. This was largely derived from the addition of machinery and equipment in the factories in relation to capacity expansion projects.

b. Goodwill

Goodwill was generated by the acquisition of the Bango brand. There was no additional goodwill in 2013. Effective from 2011, pursuant to the revision of PSAK 22 (revised 2010), goodwill was not amortised.

c. Intangible Assets

This includes trademarks and software licences. In 2013 intangible assets increased by Rp5.5 billion, from SAP licence expenses. The decrease in the net carrying value of intangible assets was due to amortisation during 2013 amounting to Rp58.8 billion. There was no disposal or write-off of intangible assets in 2013.

d. Other Non-current Assets

Other non-current assets decreased by 1.7% compared to 2012, to Rp69.3 billion in 2013.

Liabilities

The Company booked total liabilities at year end 2013 of Rp9.1 trillion, of which 92.6% were current liabilities and 7.4% were non-current liabilities. The total liabilities value increased by Rp1.1 trillion or 13.4% from the end of 2012, which was caused largely by an increase in current liabilities of Rp0.9 trillion or 11.7% from the end of 2012.

Current Liabilities

At the end of 2013, current liabilities were up 11.7% from 2012 to Rp8.4 trillion. The current liabilities composition was as follows: short-term loans, 11.6%; trade creditors, 44.7%; taxes payable, 5.2%; accruals, 21.9%; other payables, 16.2%; and long term employee benefits obligation – current portion, 0.4%. The Rp0.9 trillion increases in current liabilities were primarily due to increase in purchases of raw materials.

Liabilitas Jangka Panjang

Komposisi liabilitas jangka panjang sebesar Rp674 miliar ini adalah liabilitas pajak tangguhan 26,9%, kewajiban imbalan kerja jangka panjang – bagian tidak lancar 73,1%. Kenaikan jumlah liabilitas jangka panjang sebesar Rp193,4 miliar atau 40,2% terutama disebabkan oleh kenaikan kewajiban imbalan kerja yang meningkat akibat penambahan masa kerja.

Ekuitas

Ekuitas naik sebesar 7,2% atau Rp286,3 miliar dari Rp3,9 triliun pada tahun 2012 menjadi Rp4,2 triliun pada tahun 2013. Kenaikan ini terutama disebabkan oleh laba tahun berjalan yang menutupi pembayaran dividen interim pada tahun berjalan.

Kemampuan Membayar Utang

Terdapat kenaikan rasio liabilitas/ekuitas dari 2,02 kali pada tahun 2012 menjadi 2,14 kali pada tahun 2013, hal ini disebabkan oleh kenaikan utang usaha pihak ketiga dan utang lain-lain pihak ketiga.

Unilever Indonesia memperoleh peringkat kredit korporat dari dua institusi perbankan, yaitu Citibank dan HSBC yang masing-masing memberikan peringkat 1 (likuid). Peringkat tersebut mencerminkan kekuatan kredit Unilever yang cukup baik karena profil operasional yang semakin kuat dan posisi yang dominan dalam industri produk konsumsi.

Tingkat Kolektibilitas Piutang

Pada akhir tahun 2013, kemampuan Unilever Indonesia dalam menagih piutang (*collection period*) melemah dari 30 hari pada tahun 2012 menjadi 33 hari pada tahun 2013. Hal ini disebabkan oleh pengiriman barang kepada distributor ke luar pulau Jawa (*outer island*) yang membutuhkan waktu tempuh yang lebih lama.

Non-current Liabilities

Non-current liabilities amounting to Rp674 billion comprised deferred tax liabilities at 26.9% and long-term employee benefits liabilities – non-current portion at 73.1%. The increase in non-current liabilities of Rp193.4 billion or 40.2% was mainly attributable to an increase in employee benefit liabilities due to an increase of service years.

Equity

Equity increased by 7.2% or Rp286.3 billion from Rp3.9 trillion in 2012 to Rp4.2 trillion in 2013. The increase was caused primarily by profit for the year that covered the interim dividend paid in the current year.

Solvency

The debt/equity ratio increased from 2.02 times in 2012 to 2.14 times in 2013, as a result of the increase in third party creditors and other third party payables.

The Company was awarded corporate credit ratings by two banking institutions, Citibank and HSBC, each of which gave us a rating of 1 (liquid). These ratings reflect the strength of the Company's credit, which is driven by our improving operational profile and our dominant position in the consumer goods industry.

Collectability

At the end of 2013, the Company's collection period weakened from 30 days in 2012 to 33 days in 2013. This was caused by the dispatch of goods to distributors to the outer islands (beyond Java) which led to an increase in the delivery time.

Tingkat Kolektibilitas Piutang	2013	2012	Collectability
Penjualan bersih	30,757,435	27,303,248	Net sales
Rata-rata piutang usaha	2,847,968	2,251,163	Average trade receivables
Periode Rata-rata Penagihan Piutang (hari)	33	30	Average Receivable Collection Period (days)

Ikatan Material atas investasi barang Modal

Pada tanggal 31 Desember 2013, Unilever Indonesia memiliki ikatan material dengan beberapa *supplier* terkait pembelian bahan baku untuk produksi dalam mata uang USD, Rupiah, dan Euro.

Material Commitments

As at 31 December 2013, the Company had material commitments with a number of suppliers in relation to the purchase of raw materials for production, denominated in USD, Rupiah, and Euro.

Arus Kas

Di saat bisnis dan ekonomi yang menantang, Unilever Indonesia sukses menjaga arus kas. Jumlah kas dan setara kas sebesar Rp261 miliar pada tahun 2013 dibandingkan dengan Rp230 miliar pada tahun 2012. Dengan kinerja yang memuaskan di tahun 2013, Unilever Indonesia menunjukkan arus kas bersih positif dari penjualan barang jadi. Hal ini diimbangi dengan aktivitas pendanaan melalui pembayaran dividen kepada pemegang saham sebesar Rp5,1 triliun.

Posisi kas Unilever Indonesia tahun 2013 meningkat 13,7% atau Rp31,5 miliar dengan penjelasan sebagai berikut.

Cash Flows

While the business and economic conditions were challenging, the Company has successfully maintained its cash flows. Total cash and cash equivalents stood at Rp261 billion in 2013, compared to Rp230 billion in 2012. With this strong performance in 2013, the Company showed positive net cash flows from sales of finished goods. This was offset by financing activities through the payment of dividends to the shareholders amounting to Rp5.1 trillion.

The Company's cash position in 2013 increased by 13.7% or Rp31.5 billion, with details as follows.

	2013	2012	(%)	
Arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi	6,241,679	5,191,646	20.2%	Net cash flows derived from operating activities
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi	(1,129,148)	(1,102,030)	2.5%	Net cash flows used in investing activities
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan (Penurunan)/kenaikan bersih kas dan setara kas	(5,121,735)	(4,196,937)	22.0%	Net cash flows used in financing activities
Dampak perubahan kurs terhadap kas dan setara kas	(9,204)	(107,321)		Net (decrease)/increase in cash and cash equivalents
Kas dan setara kas pada awal tahun	40,716	868		Effect of exchange rate changes on cash and cash equivalents
Kas dan setara kas pada akhir tahun	229,690	336,143		Cash and cash equivalents at the beginning of the year
	261,202	229,690		Cash and cash equivalents at the end of the year

Arus Kas dari Aktivitas Operasi

Arus kas Unilever Indonesia dari aktivitas operasi meningkat 20,2% atau Rp1,1 triliun, yang terutama karena peningkatan pembayaran ke pemasok sebesar 6,2% atau Rp1,3 triliun, pembayaran beban jasa dan royalti meningkat sebesar 46,8% atau Rp0,4 triliun, dan pembayaran pajak penghasilan badan meningkat sebesar 21,7% atau Rp0,3 triliun, sejalan dengan beban pajak penghasilan di tahun berjalan. Sedangkan peningkatan arus kas masuk dari aktivitas operasi berasal dari penerimaan dari pelanggan sebesar 11,0% atau Rp3,3 triliun.

Arus Kas dari Aktivitas Investasi

Arus kas yang digunakan untuk aktivitas investasi meningkat 2,5% atau Rp27,1 miliar. Hal ini terutama karena meningkatnya pembelian aset tetap Rp37,2 miliar, berkurangnya penjualan aset tetap sebesar Rp12,4 miliar dan hasil penjualan merek dagang Skippy sebesar Rp57,2 miliar pada tahun 2013.

Arus Kas dari Aktivitas Pendanaan

Arus kas Unilever Indonesia yang digunakan untuk aktivitas pendanaan meningkat 22,0% atau Rp924,8 miliar yang terutama berasal dari menurunnya penerimaan

Cash Flows from Operating Activities

The Company's cash flows from operating activities increased by 20.2% or Rp1.1 trillion, which was mainly attributable to an increase in payments to suppliers of 6.2% or Rp1.3 trillion; increase in payments of service fees and royalties of 46.8% or Rp0.4 trillion; and increase in payments of corporate income tax of 21.7% or Rp0.3 trillion, in line with the current year's income tax expense. The increase in incoming cash from operating activities was due largely to receipts from customers of 11.0% or Rp3.3 trillion.

Cash flows from investing Activities

Cash used for investment increased by 2.5% or Rp27.1 billion. These cash flows were mainly due to an increase in the purchase of fixed assets of Rp37.2 billion, decrease in the sale of fixed assets of Rp12.4 billion and proceeds from the sale of the Skippy trademark of Rp57.2 billion in 2013.

Cash flows from financing Activities

The Company's cash flows that were used for financing activities increased by 22.0% or Rp924.8 billion, which was largely due to a decrease in receipts from short-term

pinjaman jangka pendek (setelah dikurangi pelunasan pinjaman jangka pendek tahun berjalan) sebesar 118,5% atau Rp0,4 triliun. Pada tahun 2013, terdapat peningkatan pembayaran dividen sebesar Rp0,5 triliun. Adapun komposisi pembayaran dividen di tahun 2013 adalah 49,7% pembayaran dividen interim 2013 dan 50,3% pembayaran dividen final 2012.

Transaksi yang Mengandung benturan Kepentingan dan Transaksi dengan Pihak berelasi

Transaksi yang mengandung benturan kepentingan. Di tahun 2013, Unilever Indonesia tidak memiliki transaksi yang mengandung benturan kepentingan dengan pihak manapun.

Transaksi dengan pihak berelasi

Yang termasuk dalam pihak berelasi dengan Unilever Indonesia adalah perusahaan-perusahaan afiliasi serta entitas anak. Berikut transaksi dengan pihak berelasi di tahun 2013:

- Unilever Indonesia memiliki piutang dari transaksi antar perusahaan sepengendali atas penjualan barang jadi, penggantian biaya riset regional, *training*, *meeting*, dan sebagainya.
- Unilever Indonesia memiliki utang dari transaksi antar perusahaan sepengendali atas jasa regional, pembelian bahan baku, barang jadi, biaya lisensi sistem, biaya training, dan sebagainya.
- Unilever Indonesia membayarkan royalti dan dividen kepada perusahaan induk.

loans (less short-term loan payments during the year) of 118.5% or Rp0.4 trillion. In 2013, there was a Rp0.5 trillion increase in dividend payouts. Of the total dividend payment in 2013, 49.7% was paid out as the 2013 interim dividend and 50.3% as the final 2012 dividend.

Transactions Containing a Conflict of Interest and Transactions with Related Parties

Transactions containing a conflict of interest. The Company was not involved in any transactions that contained a conflict of interest with any other party in 2013.

Transactions with related parties

Related parties include affiliated companies and subsidiaries. Our transactions with related parties in 2013 were as follows:

- The Company has receivables from companies under common control on the sale of finished goods, reimbursement of regional research, training, meetings, et cetera.
- The Company has payables to companies under common control for regional services, purchases of raw materials, finished goods, system licensing costs, training costs, et cetera.
- The Company paid a royalty and dividend to the parent company.

Pihak berelasi Related parties	Sifat hubungan dengan pihak berelasi Nature of the relationship	Jenis transaksi Type of transaction
Unilever N.V.	Entitas induk utama Ultimate parent entity	Pembayaran royalti Royalty payments; Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Business Group Services B.V.	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Pembayaran jasa-jasa regional/penagihan atas biaya riset regional yang dikeluarkan oleh Perseroan Payments for regional services/ reimbursements of regional research costs paid by the Company
Unilever Asia Private Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
PT Unilever Oleochemical Indonesia	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Industries Private Limited	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever U.K. Central Resources Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever South Afrika (pty) Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements

Pihak berelasi Related parties	Sifat hubungan dengan pihak berelasi Nature of the relationship	Jenis transaksi Type of transaction
Unilever Philippines, Inc.	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Hindustan Unilever Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever China Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk AS	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Kenya Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever United States, Inc.	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
PT Anugrah Mutu Bersama	Entitas dengan pengendalian bersama Entity under common control	Penjualan aset tetap Sales of fixed assets
Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya Other related party	Pembayaran kontribusi Grup atas program manfaat pasti Payment of contribution for the Group's defined benefit plan
Dana Pensiun Iuran Pasti Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya Other related party	Pembayaran kontribusi Grup atas program iuran pasti Payment of contribution for the Group's defined contribution plan
Dewan Komisaris dan Direksi Board of Commissioners and Directors	Personil manajemen kunci Key management personnel	Kompensasi dan remunerasi Compensation and remuneration

Likuiditas

Unilever Indonesia memiliki likuiditas yang cukup kuat dengan nilai kas dan setara kas sebesar Rp261 miliar. Rasio lancar Unilever Indonesia pada tahun 2013 tercatat sebesar 69,6%.

Transaksi Lindung Nilai

Transaksi lindung nilai yang dimiliki oleh Unilever Indonesia di tahun 2013 adalah kontrak lindung nilai terhadap perubahan nilai tukar mata uang.

Prospek Usaha

Tahun 2013 merupakan tahun penuh tantangan. Paruh kedua 2013, perekonomian Indonesia kembali diuji dengan inflasi yang tinggi (setelah pengurangan subsidi BBM), naiknya suku bunga dan pelemahan Rupiah. Faktor-faktor tersebut memberikan dampak yang kurang baik bagi konsumen kami. Penjualan tumbuh 12,7%, melemah dibandingkan dengan pertumbuhan tahun lalu sebesar 16,3%. Pertumbuhan yang cukup bagus mengingat kondisi penuh tantangan yang harus kami hadapi. Laba tetap baik mencapai Rp5,4 triliun, tumbuh 10,6% dari tahun lalu.

Liquidity

With cash and cash equivalents of Rp261 billion, the Company has reasonably strong liquidity. The Company had a current ratio of 69.6% in 2013.

Hedging Transactions

The Company's only hedging transactions in 2013 were hedging contracts against exchange rate fluctuations.

Business Prospects

2013 was a challenging year for us. In the second half of the year, the Indonesian macro economy experienced another test with high inflation (post fuel subsidy cut), increased interest rate and weakening of the Rupiah. The aforementioned factors had an adverse impact to our consumers. Sales growth for the year was 12.7%, lower than previous year growth of 16.3%. Good growth despite the challenges that we faced. Profit was still strong at Rp5.4 trillion, a 10.6% growth.

Perbandingan antara Target/ Proyeksi pada Awal Tahun Buku dengan Hasil yang Dicapai (Realisasi), mengenai Pendapatan, Laba, Struktur Permodalan, atau Lainnya yang Dianggap Penting bagi Perusahaan

Tahun 2014 kembali merupakan tahun yang penuh tantangan. Tekanan dari sisi biaya masih tetap akan kami hadapi. Untuk menunjang pertumbuhan, pengelolaan biaya dan harga jual harus dilakukan dengan hati-hati .

Target/Proyeksi yang Ingin Dicapai Perusahaan Paling Lama untuk Satu Tahun Mendatang, mengenai Pendapatan, Laba (Rugi), Struktur Modal, Kebijakan Dividen, atau Lainnya yang Dianggap Penting bagi Perusahaan

Brands dan inovasi yang kuat akan berperan penting dalam mencapai rencana pertumbuhan kami. Investasi yang tinggi kami benamkan untuk meningkatkan *equity brand-brand* kami, mencari hubungan antara konsumen dan produk yang mereka beli, dan kemudian memperkokoh.

Aspek Pemasaran atas Produk dan Jasa

Secara berkesinambungan kami terus memperbaiki *brand-brand* kami, mengembangkan produk unggulan yang disukai konsumen yang kemudian akan mendorong pertumbuhan yang *profitable*.

Kebijakan Pembagian Dividen

Berdasarkan Anggaran Dasar Unilever Indonesia, pembayaran dividen interim dapat ditetapkan dalam rapat Direksi untuk kemudian bersama-sama dengan dividen final disahkan dalam RUPS Tahunan. Dalam enam tahun terakhir pemegang saham melalui RUPS tahunan memutuskan untuk membagikan dividen tunai sebesar 100% dari laba bersih.

Pada tanggal 12 Desember 2013 Unilever Indonesia telah membagikan dividen interim sebesar Rp330 per lembar saham. Dividen interim ini akan diperhitungkan dalam penetapan dividen final dalam RUPS Tahunan Unilever Indonesia untuk tahun buku 2013.

Comparison between Target/ Projection at Beginning of Year and Result (Realization), Concerning Income, Profit, Capital Structure, or Others that Deemed Necessary for the Company

2014 will be another challenging year. Pressure from costs side will still be mounting. We have to be very careful in managing the costs and pricing while driving the growth.

Target/Projection at Most for The Next One Year, Concerning Income, Profit, Capital Structure, Dividend Policy, or Others that Deemed Necessary for the Company

Strong brands and innovation will play central roles in our growth plan. We are investing heavily in the equity of our brands, seeking to find the connections between consumers and the products they buy, and so to strengthen them.

Marketing Aspects of the Products and Services

We are continuously improving our brands, developing superior products which consumers will prefer, driving profitable growth.

Dividend Policy

According to the Company's Articles of Association, a BoD meeting can determine the payment of an interim dividend, which is then endorsed, together with the final dividend, at the Annual General Meeting of Shareholders (AGMS). For the last six years, the shareholders, through the AGMS, have decided to pay out a cash dividend of 100% of the net income.

On 12 December 2013 the Company paid out an interim dividend of Rp330 per share. This interim dividend will be taken into account in the determination of the final dividend at the AGMS for fiscal 2013.

dividen	2012	2011	2010	dividend
Laba Bersih (dalam miliar Rupiah)	4,839.3	4,163.4	3,386.9	Net Income (in billion Rupiah)
Persentase Dividen	100%	100%	100%	Dividend Percentage
Dividen yang Dibagikan (dalam miliar Rupiah)	4,837.4	4,165.9	3,387.7	Dividend Payout (in billion Rupiah)
Dividen per Saham	634	546	444	Dividend per Share

Penggunaan Dana Hasil IPO

Dana hasil IPO pada tahun 1982 digunakan seluruhnya perluasan usaha dan investasi pada barang modal.

Informasi Material

Tidak ada transaksi material yang harus dilaporkan.

PERUBAHAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN YANG BERPENGARUH SIGNIFIKAN TERHADAP PERSEROAN

Tidak terdapat perubahan peraturan perundang-undangan yang berpengaruh signifikan terhadap Perseroan.

Kebijakan Akuntansi

Laporan Keuangan Konsolidasian disusun berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia dan peraturan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) (sekarang menjadi Otoritas Jasa Keuangan atau OJK). Sepanjang tahun 2013, tidak terdapat perubahan kebijakan akuntansi, kecuali yang diwajibkan oleh SAK revisi terkini. Untuk revisi standar yang efektif diterapkan untuk tahun buku yang dimulai pada tanggal 1 Januari 2013, dapat dilihat pada Catatan 2 di Laporan Keuangan Konsolidasian.

Perubahan pada pernyataan standar akuntansi keuangan dan interpretasi pernyataan standar akuntansi keuangan

Revisi atas PSAK 38, "Kombinasi Bisnis pada Entitas Sepengendali", PSAK 60, "Instrumen Keuangan: Pengungkapan", dan pencabutan atas PSAK 51, "Akuntansi Kuasi-Reorganisasi" yang berlaku efektif sejak 1 Januari 2013 tidak menghasilkan perubahan kebijakan akuntansi Grup dan tidak memiliki dampak terhadap jumlah yang dilaporkan periode berjalan atau tahun sebelumnya.

Standar baru, revisi dan interpretasi yang telah diterbitkan, namun belum berlaku efektif untuk tahun buku yang dimulai pada tanggal 1 Januari 2013 adalah sebagai berikut:

- ISAK 27, "Pergalihan Aset dari Pelanggan"
- ISAK 28, "Pengakhiran Liabilitas Keuangan dengan Instrumen Ekuitas" *)
- PSAK 67, "Pengungkapan Kepentingan dalam Entitas Lain"*)
- PSAK 68, "Pengukuran Nilai Wajar" *)
- PSAK 1 (revisi 2013), "Penyajian Laporan Keuangan" *)
- PSAK 4 (revisi 2013), "Laporan Keuangan Tersendiri" *)
- PSAK 24 (revisi 2013), "Imbalan Kerja" *)

ISAK 27 dan 28 berlaku untuk tahun buku yang dimulai sejak 1 Januari 2014, sedangkan revisi dan standar baru lainnya akan berlaku efektif pada tahun buku yang dimulai 1 Januari 2015.

Use of IPO Proceeds

All the proceeds from the IPO in 1982 were used for the expansion of the business and investment in capital goods.

Material Information

There were no material transactions that should be reported.

Change in legislation that had a significant impact on the Company

There were no change in legislation that had a significant impact on the Company.

Accounting Policy

Our Consolidated Financial Statements were prepared in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards and the Capital Market and Financial Institutions Supervisory Agency (BAPEPAM-LK)'s Regulation (currently Indonesian Financial Services Authority or OJK). There were no changes in our accounting policy in 2013 other than those required by recent revisions of the Financial Accounting Standards. For the revised standards which are effective for financial statements beginning on 1 January 2013, please refer to Note 2 to the Consolidated Financial Statements.

Changes to the statements of financial accounting standards and interpretations of statements of financial accounting standards

The revisions to SFAS 38, "Business Combinations on Entities under Common Control", SFAS 60 "Financial Instrument: Disclosure", and withdrawal of SFAS 51, "Quasi Reorganisation" with an effective date of 1 January 2013 did not result in changes to the Group's accounting policies and had no effect on the amounts reported for the current period or prior financial years.

New standards, amendments and interpretations issued but not yet effective for the financial year beginning 1 January 2013 are as follows:

- IFAS 27, "Transfer of Assets from Customers"
- IFAS 28, "Extinguishing Financial Liabilities with Equity Instruments" *)
- SFAS 67, "Disclosure of Interests in Other Entities"*)
- SFAS 68, "Fair Value Measurement" *)
- SFAS 1 (revised 2013), "Presentation of Financial Statements" *)
- SFAS 4 (revised 2013), "Separate Financial Statements" *)
- SFAS 24 (revised 2013), "Employee Benefits" *)

IFAS 27 and 28 will become effective for annual periods beginning on or after 1 January 2014 while the other new and revised standards will become effective for annual periods beginning on or after 1 January 2015.

Perusahaan



Unilever Indonesia menerima penghargaan "Indonesia Most Admired Companies 2013" dari Warta Ekonomi.

Unilever Indonesia receive Indonesia Most Admired Companies 2013 award from Warta Ekonomi.



Uraian singkat TATA KELOLA GCG Objective

Komitmen Unilever Indonesia terhadap manajemen yang bertanggung jawab, tidak hanya terhadap bisnis namun juga terhadap dampak yang kami timbulkan di lingkungan secara fisik dan sosial, merupakan salah satu nilai utama yang kami junjung dan komponen penting dalam membangun kepercayaan antara Perseroan, para investor dan pemangku-kepentingan kami.

Unilever Indonesia's commitment to responsible management, not only of our business but of our impact on our physical and social environment, is one of our core values and an essential component in building trust between the Company and our investors and stakeholders.

TUJUAN TATA KELOLA

Kami mempunyai prioritas untuk mengembangkan dan mempertahankan sistem, mekanisme dan praktik yang efektif untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik diterapkan dalam setiap aspek bisnis.

Perseroan telah menetapkan pranata tata kelola perusahaan yang mengatur hubungan antara Perseroan dengan pemegang saham dan para pemangku kepentingan lainnya, serta hubungan antara Rapat Umum Pemegang Saham, Dewan Komisaris dan Direksi. Tata kelola ini juga mencakup sistem dan kebijakan yang mengatur pengelolaan aset dan risiko untuk mendukung kesehatan finansial dan pencapaian tujuan pembangunan; kepatuhan terhadap ketentuan perundang-undangan; pengembangan sumber daya manusia; praktik manajemen keselamatan dan lingkungan; serta pengembangan budaya korporasi. Pranata ini didukung oleh serangkaian pedoman dan sarana pengendalian, termasuk sistem kontrol internal, sistem manajemen risiko, audit internal, Prinsip Bisnis (Code of Business Principles/COBP), Pedoman Mitra Bisnis Unilever (Unilever Business Partner Code), Pedoman Pertanian Berkelanjutan (Sustainable Agriculture Code), sistem manajemen mutu, serta proses bisnis dan standar

GCG Objective

We have made it a priority to develop and maintain effective systems, mechanisms and practices that ensure that the principles of good corporate governance are applied in every aspect of the business.

The Company has put in place a corporate governance framework that defines the relationship between the Company and its shareholders and other stakeholders, and the relationship between the General Meeting of Shareholders, the Board of Commissioners and the Board of Directors. It also incorporates systems and policies that govern the management of assets and risks in support of the Company's financial soundness and achievement of its growth objectives; our compliance with statutory provisions; the development of our human resources; our safety and environmental management practices; and the development of our corporate culture. The framework is supported by a series of guidelines and controls, including the internal control system, the risk management system, the internal audit, the Code of Business Principles, the Unilever Business Partner Code, the Sustainable Agriculture Code and our quality management systems, as well as our business processes and standard operating

prosedur operasi (SOP) guna memastikan bahwa tata kelola yang baik telah diterapkan secara efektif dan konsisten di seluruh lini organisasi.

Untuk dua kali berturut-turut, Perseroan memperoleh Capital Market Award sebagai Best Listed Company dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia (BEI), KPEI dan KSEI, di mana kami berkompetisi dengan sejumlah perusahaan lain dengan nilai kapitalisasi pasar lebih dari Rp10 triliun. Penghargaan tersebut menunjukkan pengakuan kalangan eksternal atas kuatnya komitmen kami terhadap tata kelola yang baik.

Struktur Tata Kelola

Sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas ('Undang-Undang Perseroan') dan Anggaran Dasar Perseroan kami, Perseroan memiliki tiga organ pokok korporasi; Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris dan Direksi. Dewan Komisaris dan Direksi, bersama-sama dengan Sekretaris Perusahaan dan Komite-Komite di bawah Dewan Komisaris, memimpin implementasi dari tata kelola perusahaan yang baik. Dengan demikian, terdapat pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas antara masing-masing organ independen ini.

Rapat Umum Pemegang Saham

Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) merupakan instansi tertinggi dalam organisasi Perseroan. RUPS mengangkat dan memberhentikan para Komisaris dan anggota Direksi dan berwenang untuk meminta pertanggungjawaban mereka atas pengelolaan Perseroan. RUPS juga mengambil keputusan tentang masalah-masalah penting yang berkaitan dengan bisnis dan operasional Perseroan termasuk jumlah remunerasi para Direktur dan Komisaris, pembayaran dividen dan pembagian laba Perseroan, persetujuan Laporan Tahunan, penunjukan auditor independen, perubahan Anggaran Dasar, dan pendelegasian wewenang kepada Dewan untuk menindak-lanjuti hasil-hasil keputusan yang telah disahkan dalam RUPS.

Berdasarkan Undang-Undang Perseroan Indonesia, RUPS harus diselenggarakan paling lambat enam bulan sesudah akhir tahun fiskal. Pemberitahuan rapat harus diumumkan melalui surat-surat kabar utama paling lambat empat belas hari sebelum rapat, menjelaskan mengenai peserta yang berhak hadir dan tata cara pemilihan melalui perwakilan. Dewan Komisaris dan Direksi, auditor independen dan penasehat hukum Perseroan ikut hadir di dalam RUPS.

Pada RUPS terakhir kami, yang diadakan pada 21 Mei 2013 di Hotel Crowne Plaza, Jakarta, laporan keuangan yang telah diaudit untuk tahun fiskal 2012 telah disahkan dan Laporan Tahunan 2012 telah disetujui. Para pemegang saham juga menyetujui pembayaran dividen final dan

procedures to ensure that good governance is applied effectively and consistently throughout the organisation.

For the second year in succession, the Company received a Capital Market Award for Best Listed Company from the Financial Services Authority, the Indonesia Stock Exchange, KPEI and KSEI, for which we competed against other companies with a market capitalisation of more than Rp10 trillion. That award provide external validation of our strong commitment to good governance.

GCG Structure

Pursuant to Law No. 40 year 2007 regarding Limited Liability Companies ('the Company Law') and our Articles of Association, the Company comprises three principal corporate organs: the General Meeting of Shareholders (GMS), the Board of Commissioners (BoC) and the Board of Directors (BoD). The BoC and BoD, together with the Corporate Secretary and the Committees under the Board of Commissioners, lead the implementation of good corporate governance. There is a clear division of responsibilities between each of these independent organs.

General Meeting of Shareholders

The Annual General Meeting of Shareholders (AGMS) holds the highest authority in the Company. It appoints and terminates the Commissioners and Directors, and is authorised to request their accountability regarding the management of the Company. The AGMS also decides on other critical matters pertaining to the Company's business and operations including the amount of the Directors' and Commissioners' remuneration, the payment of dividends and distribution of profits, the approval of the Annual Report, the appointment of the independent auditor, amendments to the Articles of Association, and the delegation of authority to the Boards to follow up matters discussed and agreed at the AGMS.

According to Indonesia's Company Law, the AGMS must be convened no later than six months after the end of the fiscal year. Notice of the meeting must be posted in major newspapers no less than fourteen days prior to the meeting, specifying who is entitled to attend and the procedures for voting by proxy. The Board of Commissioners and Board of Directors, company's independent auditor and legal advisor attend the AGMS.

At our last AGMS, held on 21 May 2013 at the Crowne Plaza Hotel, Jakarta, the audited financial statements for fiscal year 2012 were ratified and the 2012 Annual Report was approved. The shareholders also approved the payment of the final and interim dividends for 2012; confirmed

Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPS) memegang kewenangan tertinggi dalam perusahaan. Dewan Komisaris dan Direksi, auditor independen perusahaan dan penasihat hukum hadir dalam RUPS.

The Annual General Meeting of Shareholders (AGMS) holds the highest authority in the Company. The Board of Commissioners and Board of Directors, company's independent auditor and legal advisor attend the AGMS.

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM TAHUNAN PAPARAN PUBLIK PT UNILEVER INDONESIA Tbk Jakarta, 21 Mei 2013



interim tahun 2012; mengukuhkan pengangkatan kembali para anggota Dewan Komisaris dan Direksi serta menyetujui penambahan penunjukan seorang Direktur; memberi kewenangan kepada Presiden Komisaris untuk menetapkan remunerasi bagi para anggota Dewan Komisaris dan Direksi untuk tahun 2013; dan memberi kewenangan kepada Dewan Komisaris untuk menunjuk kantor akuntan publik yang bertugas mengaudit laporan keuangan Perseroan untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2013. Para pemegang saham telah memberikan persetujuan atas hal-hal sebagai berikut:

1. Mengesahkan laporan keuangan Perseroan dan menyetujui Laporan Tahunan, termasuk Laporan Hasil Pengawasan Dewan Komisaris dan Laporan Tanggung Jawab Sosial Perseroan (CSR) untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2012.

Membebaskan para anggota Direksi dari seluruh tanggung jawab tugasnya dan implementasi dari kewenangan mereka dalam mengelola Perseroan dan kepada para anggota Dewan Komisaris atas segala tindakan yang berkaitan dengan pengawasan Perseroan selama tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2012.

the re-appointment of the members of the BoC and BoD and approved the appointment of one additional Director; authorised the President Commissioner to determine the remuneration for the members of the BoC and BoD for the year 2013; and authorised the BoC to designate a registered firm of accountants to audit the Company's financial statements for the year ending 31 December 2013. The Shareholders agreed to the following:

1. To ratify the Company's financial statements and approve the Annual Report, including the Board of Commissioners' Supervision Report and the Corporate Social Responsibility Report for the fiscal year ended on 31 December 2012.

To release the members of the Board of Directors from all responsibility for their actions and the implementation of their authority in managing the Company and to the members of the Board of Commissioners for all actions taken with regard to the supervision of the Company during the year ended 31 December 2012.

Untuk membagikan dividen final untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2012 sebesar Rp334 (tiga ratus tiga puluh empat Rupiah) per lembar saham, atau sejumlah total Rp2.548.420.000.000 (dua triliun lima ratus empat puluh delapan ribu empat ratus dua puluh juta Rupiah) ("Dividen Final"), kepada pemilik 7.630.000.000 lembar saham Perseroan yang namanya tercantum dalam Catatan Pemegang Saham pada 3 Juli 2013 ("Pemegang Saham yang Sah")

Mengesahkan pembayaran dividen interim untuk tahun fiskal 2012 dari laba bersih Perseroan untuk periode yang berakhir pada 30 Juni 2012 sebesar Rp300 (tiga ratus Rupiah) per lembar saham, atau total sebesar Rp2.289.000.000.000,- (dua triliun dua ratus delapan puluh sembilan miliar Rupiah) kepada pemilik 7.630.000.000 lembar saham Perseroan.

Dengan demikian pemegang saham Perseroan akan menerima total dividen untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2012 sebesar Rp634 (enam ratus tiga puluh empat Rupiah) per lembar saham, atau jumlah total senilai Rp4.837.420.000.000,- (empat triliun delapan ratus tiga puluh tujuh ribu empat ratus dua puluh juta Rupiah). Dividen Final dibayarkan tanggal 16 Juli 2013.

2. Memberi wewenang kepada Dewan Komisaris untuk:
 - Menunjuk Kantor Akuntan Publik yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan untuk mengaudit buku-buku Perseroan untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2013; dan
 - Menetapkan besaran fee untuk Kantor Akuntan Publik yang ditunjuk termasuk ketentuan persyaratan lain yang terkait dengan penunjukan tersebut.

3. Menerima pengunduran diri Biswaranjan Sen dari Direksi terhitung tanggal 1 Juli 2012. Mengangkat Ramakrishnan Raghuraman sebagai Direktur, terhitung mulai tanggal penutupan rapat hingga saat ditutupnya RUPS berikutnya. Mengukuhkan komposisi Direksi untuk periode yang terhitung mulai saat penutupan RUPS 2013 hingga RUPS berikutnya:
 - Presiden Direktur : Maurits Daniel Rudolf Lalisang;
 - Direktur : Debora Herawati Sadrach;
 - Direktur : Franklin Chan Gomez;
 - Direktur : Hadrianus Setiawan;
 - Direktur : Ramakrishnan Raghuraman;
 - Direktur : Ira Noviarti;
 - Direktur : Vishal Gupta;
 - Direktur : Enny Hartati;
 - Direktur : Ainul Yaqin;
 - Direktur : Sancoyo Antarikso.

Memberikan kewenangan penuh kepada Presiden Komisaris untuk menetapkan jumlah honorarium bagi para anggota Dewan Komisaris untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2013 dan alokasinya bagi setiap anggota Dewan Komisaris.

To distribute a final dividend for the year ended on 31 December 2012 of Rp334 (three hundred and thirty-four Rupiah) per share, or a total of Rp2,548,420,000,000 (two trillion five hundred and forty-eight billion four hundred and twenty million Rupiah) ("Final Dividend"), to the owners of the Company's 7,630,000,000 shares whose names were listed in the Shareholders' Register on 3 July 2013 ("Entitled Shareholders")

To ratify the payment of an interim dividend for fiscal year 2012 from the Company's net profit for the period ended 30 June 2012 of Rp300 (three hundred Rupiah) per share, or a total of Rp2,289,000,000,000,- (two trillion two hundred and eighty-nine billion Rupiah) to the owners of the Company's 7,630,000,000.

Thus the Company's shareholders will receive a total dividend for the year ended 31 December 2012 of Rp634 (six hundred and thirty-four Rupiah) per share, or a total of Rp4,837,420,000,000,- (four trillion eight hundred and thirty-seven billion four hundred and twenty million Rupiah). The Final Dividend will be paid on 16 July 2013.

2. To authorize the Board of Commissioners to:
 - Appoint a firm of Public Accountants that is registered with the Financial Services Authority to audit the Company's books for the year ending 31 December 2013; and
 - To determine the fee for said Public Accountants as well as the other conditions of their appointment

3. To accept the resignation of Biswaranjan Sen from the Board of Directors as of 1 July 2012. To appoint Ramakrishnan Raghuraman as a Director, effective as of the closing of the Meeting until the close of the next AGMS. To confirm the composition of the Board of Directors for the period from of the closing of the AGMS until the next AGMS:
 - President Director : Maurits Daniel Rudolf Lalisang;
 - Director : Debora Herawati Sadrach;
 - Director : Franklin Chan Gomez;
 - Director : Hadrianus Setiawan;
 - Director : Ramakrishnan Raghuraman;
 - Director : Ira Noviarti;
 - Director : Vishal Gupta;
 - Director : Enny Hartati;
 - Director : Ainul Yaqin;
 - Director : Sancoyo Antarikso.

To give full authority to the President Commissioner to determine the amount of the honorarium for the members of the Board of Commissioners for the year ending 31 December 2013 and the allocation for each member of the Board of Commissioners.

Memberikan kewenangan penuh kepada Presiden Komisaris untuk menetapkan jumlah remunerasi bagi para anggota Direksi untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2013 dan alokasinya bagi setiap anggota Direksi.

4. Menyetujui perubahan manfaat pensiun bulanan bagi para pensiunan yang terdaftar sebagai peserta Dana Pensiun Manfaat Tetap Unilever Indonesia sebelum tanggal 1 Mei 2013.
5. Mengesahkan keanggotaan Komite Audit, sesuai dengan Keputusan Dewan Komisaris tanggal 29 Mei 2013, tetap dengan komposisi sebagai berikut:
Ketua Komite Audit : Erry Firmansyah
(Komisaris Independen);
Anggota : Benny Redjo Setyono;
Anggota : Muhammad Saleh.

Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) yang diselenggarakan pada 24 Oktober 2013 telah menerima pengunduran diri Franklin Chan Gomez dari jajaran Direksi dan mengangkat Tevilyan Yudhistira Rusli sebagai anggota Direksi.

Hubungan Antara Dewan Komisaris dan Direksi

Dewan Komisaris

Dewan Komisaris bertanggungjawab untuk melaksanakan fungsi pengawasan atas pengelolaan Perseroan oleh Direksi. Dalam menjalankan tugasnya, Dewan Komisaris melakukan komunikasi secara rutins dengan Direksi dan komite-komite di bawah pengawasannya baik melalui pertemuan melalui pelaporan. Dewan juga memberikan rekomendasi dan saran kepada Direksi mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan manajemen. Direksi melapor kepada RUPS, yang juga mempunyai kewenangan untuk memberi penugasan yang dianggap perlu kepada Dewan Komisaris.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan, Dewan Komisaris terdiri atas sekurang-kurangnya tiga anggota, termasuk seorang Presiden Komisaris dan dua Komisaris atau lebih. Komposisi Dewan Komisaris pada tanggal 31 Desember 2013 adalah sebagai berikut:

Presiden Komisaris : Peter Frank ter Kulve
Komisaris Independen : Cyrillus Harinowo
Komisaris Independen : Bambang Subianto
Komisaris Independen : Erry Firmansyah
Komisaris Independen : Hikmahanto Juwana

Komposisi ini sesuai dengan ketentuan pencatatan Bursa Efek Indonesia yang mensyaratkan sekurang-kurangnya 30% Komisaris merupakan komisaris independen.

To give full authority to the Board of Commissioners to determine the amount of the remuneration for the members of the Board of Directors for the year ending 31 December 2013 and the allocation for each member of the Board of Directors.

4. To approve a change in the monthly pension benefits for the pensioners registered as participants in the Unilever Indonesia Fixed Benefit Pension Fund (UIFBF) prior to 1 May 2013.
5. To confirm that, pursuant to a Decision of the Board of Commissioners on 29 May 2013, the membership of the Audit Committee remains as follows:
Audit Committee Chair : Erry Firmansyah
(Independent Commissioner);
Member : Benny Redjo Setyono;
Member : Muhammad Saleh.

An Extraordinary Meeting of Shareholders (EGMS) was held on 24 October 2013 to accept the resignation of Franklin Chan Gomez from the Board of Directors and appoint Tevilyan Yudhistira Rusli to the Board.

Relationship Between the Board of Commissioners and the Board of Directors

Board of Commissioners

The Board of Commissioners (BoC) is responsible for exercising oversight over the management of the Company by the Board of Directors. In fulfilling this duty, the BoC maintains frequent communication with the BoD and the committees under its supervision through meetings and reports. It also provides recommendations and advice to the BoD on management issues. The BoC reports to the AGMS, which also has the authority to entrust the BoC with other duties as deemed necessary.

According to the Articles of Association, the BoC must have a minimum of three members, including one President Commissioner and two or more Commissioners. The composition of the BoC as at 31 December 2013 was as follows:

President Commissioner : Peter Frank ter Kulve
Independent Commissioner : Cyrillus Harinowo
Independent Commissioner : Bambang Subianto
Independent Commissioner : Erry Firmansyah
Independent Commissioner : Hikmahanto Juwana

This complies with the Indonesia Stock Exchange listing requirement that at least 30% of the Board must be independent commissioners.

Anggota Dewan Komisaris diusulkan oleh Komite Nominasi dan diangkat oleh RUPST untuk masa jabatan yang berlaku sejak tanggal penetapan saat RUPST hingga waktu penutupan RUPST ketiga terhitung sesudah pengangkatan Komisaris yang bersangkutan. Dalam hal terjadi penggantian sebelum akhir masa jabatan yang bersangkutan, maka anggota Dewan Komisaris yang baru akan menjabat hingga sisa akhir masa jabatan Komisaris yang digantikannya.

Anggaran Dasar Perseroan menetapkan bahwa rapat Dewan Komisaris dapat diadakan setiap waktu. Dalam pelaksanaannya, rapat tersebut diselenggarakan setiap triwulan. Semua anggota Dewan Komisaris harus diberitahu tentang agenda, waktu dan tempat pertemuan sekurang-kurangnya satu minggu sebelum rapat. Notulen rapat dibuat sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar dan berfungsi sebagai bukti resmi mengenai rapat berikut hasil keputusannya. Sesuai dengan hasil keputusan RUPS Tahunan 2011, para Komisaris sekarang dapat mengikuti rapat-rapat Direksi melalui video atau *teleconference*.

Dewan Komisaris mengadakan empat kali pertemuan pada 2013, dengan tingkat kehadiran rata-rata 95%.

Rapat [rapat Dewan Komisaris tahun 2013](#)
boc meetings 2013

Komisaris Commissioner	Kehadiran Pada Rapat Dewan Komisaris Attendance At Boc Meetings
Peter Frank ter Kulve	100%
Cyrillus Harinowo	100%
Erry Firmansyah	100%
Bambang Subianto	75%
Hikmahanto Juwana	100%

Direksi

Direksi bertanggungjawab untuk mengelola dan menetapkan arah strategis Perseroan dan untuk mengelola, mendaya-gunakan dan menjaga aset-aset Perseroan dengan cara yang sesuai dengan tujuan dan kepentingan Perseroan. Direksi berwenang untuk mewakili Perseroan di hadapan pengadilan dan dalam setiap tindakan lainnya; untuk mengikat Perseroan dengan pihak lain dan pihak lain terhadap Perseroan; dan untuk melakukan tindakan dan semua yang dianggap perlu, yang berkaitan baik dengan pengelolaan maupun tindakan lain, dalam batas ketentuan yang diatur dalam Anggaran Dasar Perseroan. Direksi melaporkan tanggung jawabnya kepada Dewan Komisaris.

Sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar Perseroan, Direksi sekurang-kurangnya terdiri atas lima anggota, yang mencakup seorang Presiden Direktur dan empat Direktur atau lebih. Dengan pengunduran diri Biswaranjan

Commissioners are nominated by the Nomination Committee and appointed by the AGMS to serve for a term that runs from the date determined at the AGMS until the closing of the third AGMS following the appointment of the Commissioner concerned. In event of a substitution prior to the end of this term, the new member of the Board will serve for the remaining term of the Commissioner who is substituted.

The Articles of Association specify that BoC meetings may be held at any time. In practice, they are held on a quarterly basis. All members of the Board of Commissioners must be notified of the agenda, date, time and place of every meeting at least one week before the meeting. Meeting minutes are drawn up in accordance with the Articles of Association and serve as legal evidence regarding events in the meeting and resolutions taken. Pursuant to a resolution of the 2011 AGMS, Commissioners may now participate in BoC meetings via video or teleconferencing.

The BOC met four times in 2013, with an average attendance rate of 95%.

BoC Meetings in 2013

Board of Directors

The Board of Directors is responsible for managing and setting the strategic direction of the Company, and for managing, utilizing and safeguarding the Company's assets in a manner consistent with the Company's objectives and interests. The BoD is authorized to represent the Company in a court of law and in any other circumstance; to bind the Company to other parties and other parties to the Company; and to perform any and all actions, pertaining both to management as well as other affairs, within the boundaries set by the Articles of Association. The BoD reports to the BoC.

Pursuant to the Articles of Association, the BoD must comprise at least five members, consisting of one President Director and four or more Directors. Following the resignation of Biswaranjan Sen on 1 July 2013 and Franklin

Sen pada 1 Juli 2013 dan Franklin Chan Gomez pada 31 Agustus 2013, dan penunjukan para pengganti mereka yaitu Ramakrishnan Raghuraman dan Tevilyan Yudhistira Rusli, komposisi anggota Direksi pada 31 Desember 2013 menjadi seperti berikut:

Presiden Direktur : Maurits Daniel Rudolf Lalisang
 Direktur : Debora Herawati Sadrach
 Direktur : Hadrianus Setiawan
 Direktur : Ira Noviarti
 Direktur : Vishal Gupta
 Direktur : Enny Hartati Sampurno
 Direktur : Ainul Yaqin
 Direktur : Sancoyo Antarikso
 Direktur : Ramakrishnan Raghuraman
 Direktur : Tevilyan Yudhistira Rusli

Anggota Direksi diusulkan oleh Komite Nominasi dan diangkat oleh RUPST. Masa jabatan mereka terhitung sejak tanggal pengangkatan oleh RUPST hingga penutupan RUPST ketiga terhitung sejak tanggal ditetapkannya Direktur yang bersangkutan. Bila seorang Direktur diganti sebelum masa jabatannya berakhir, anggota Direksi yang baru akan menjabat hingga akhir masa jabatan Direktur yang diganti. Seluruh anggota Direksi merupakan karyawan penuh waktu Unilever.

Setiap Direktur yang baru diangkat mendapatkan Manual Direksi yang komprehensif dan orientasi penuh untuk pelaksanaan tanggung jawabnya. Direksi mengadakan rapat sekurang-kurangnya sekali dalam sebulan, dan dapat menyelenggarakan rapat tambahan setiap kali dianggap perlu. Notulen dilakukan oleh orang yang ditunjuk oleh pimpinan rapat. Sesuai dengan Anggaran Dasar Perseroan, notulen tersebut berlaku sebagai catatan resmi tentang peristiwa dan hasil keputusan yang ditetapkan dalam rapat.

Direksi melakukan total 19 kali rapat selama 2013, dengan tingkat kehadiran rata-rata 93%.

rapat direksi 2013

Rapat Direksi pada 2013
 bod meetings 2013

Maurits Daniel Rudolf Lalisang	100%
Tevilyan Yudhistira Rusli	100%
Ramakrishnan Raghuraman	84%
Debora Herawati Sadrach	95%
Hadrianus Setiawan	95%
Ira Noviarti	89%
Vishal Gupta	89%
Enny Hartati	84%
Ainul Yaqin	95%
Sancoyo Antarikso	95%

Chan Gomez on 31 August 2013, and the appointment of their respective successors, Ramakrishnan Raghuraman and Tevilyan Yudhistira Rusli, the members of the BoD as at 31 December 2013 were as follows:

President Director : Maurits Daniel Rudolf Lalisang
 Director : Debora Herawati Sadrach
 Director : Hadrianus Setiawan
 Director : Ira Noviarti
 Director : Vishal Gupta
 Director : Enny Hartati Sampurno
 Director : Ainul Yaqin
 Director : Sancoyo Antarikso
 Director : Ramakrishnan Raghuraman
 Director : Tevilyan Yudhistira Rusli

Members of the BoD are nominated by the Nomination Committee and appointed by the AGMS. The term of office runs from the date determined by the AGMS until the closing of the third AGMS following the appointment of the Director concerned. If a Director has to be replaced prior to the end of this term, the new member of the BoD will serve for the remaining term of the Director who is replaced. All members of the BoD are full-time employees of Unilever.

Each newly appointed Director receives a comprehensive Director's Manual and a full orientation to their responsibilities. The BoD meets at least once a month, and may hold additional meetings whenever deemed necessary. Minutes are taken by a person designated by the chair of the meeting. In accordance with the Articles of Association, these minutes serve as a legal record of events and decisions taken in the meetings.

The BoD held a total of 19 meetings during 2013, with an average attendance of 93%.

Peningkatan Kompetensi Direksi

Para anggota Direksi diharapkan dapat meningkatkan kompetensi, ketrampilan memimpin dan profesionalisme melalui proses pembelajaran yang terus menerus, termasuk keikutsertaan dalam program pendidikan dan pelatihan eksekutif, seminar dan konferensi. Berikut adalah sejumlah program pelatihan yang diikuti Direksi pada 2013:

Budaya Melayani dengan Hati Performance Culture with Heart	Ira Noviarti Vishal Gupta Enny Hartati Sampurno Tevilyan Yudhistira Rusli
Perlibatan dengan Kalangan Eksternal Engaging Externally	Hadrianus Setiawan Ira Noviarti Vishal Gupta Enny Hartati Sampurno Sancoyo Antarikso
Kepemimpinan Tim: Motivasi dan Mengoptimalkan Kinerja Leading Teams: Motivating and Optimizing Performance	Enny Hartati Sampurno

Enhancement of BoD Competencies

The Directors are expected to upgrade their competencies, leadership skills and professionalism through continuous learning, which may include participation in executive training and education programmes, seminars and conferences. Some of the training programmes attended by the BoD in 2013:

Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

Setiap anggota Dewan Komisaris dan Direksi menerima remunerasi sesuai dengan beban tanggung jawab dan pengalaman, pengetahuan dan ketrampilan yang mereka berikan kepada Perseroan. RUPST memberi wewenang kepada Direksi untuk menetapkan jumlah remunerasi setiap tahun, atas usulan Komite Nominasi dan Remunerasi yang mengajukan usulan paket remunerasi setiap tahunnya kepada Dewan Komisaris, yang bertindak atas kewenangan yang diberikan oleh RUPST, menyetujui jumlah final. Kompensasi untuk Dewan Komisaris dan Direksi pada 2013 berjumlah total Rp56,3 miliar (2012: Rp37,2 miliar).

Hubungan afiliasi antara anggota Direksi, Dewan Komisaris, dan Pemegang Saham Utama dan/atau Pengendali

Tidak ada hubungan afiliasi antara anggota Direksi, Dewan Komisaris dan Pemegang Saham Utama dan/atau Pengendali.

Komite-Komite

Komite Audit

Komite Audit membantu Dewan Komisaris dalam melaksanakan fungsi pengawasannya melalui pemantauan, pengkajian dan pemberian jaminan tentang integritas dan efektivitas dari laporan keuangan Unilever Indonesia; manajemen risiko dan pengendalian internal; kepatuhan dengan ketentuan hukum dan perundang-perundangan yang berlaku; kinerja, kualifikasi dan independensi auditor eksternal; dan implementasi dari fungsi audit internal. Komite Audit berkordinasi secara erat dengan Unit Audit Internal dan Auditor Eksternal.

Remuneration for the BoC and BoD

Each member of the BoC and BoD receives remuneration commensurate with their responsibilities and the experience, knowledge and skills that they bring to the Company. The AGMS authorises the BoC to determine the amount the remuneration every year, which they do Nomination and Remuneration Committee proposes a remuneration package every year to the BoC, which, acting on the authority delegated by the AGMS, approves the final amount. The total compensation for the Board of Commissioners and Directors in 2013 was Rp56.3 billion (2012: Rp37.2 billion).

Affiliation between any of the members of the Board of Directors, Board of Commissioners or Majority and/or Controlling Shareholders

There is no affiliation between any of the members of the Board of Directors, Board of Commissioners or Majority and/or Controlling Shareholders.

Committees

Audit Committee

The Audit Committee assists the Board of Commissioners in performing its oversight function by monitoring, reviewing and providing assurance on the integrity and effectiveness of Unilever Indonesia's financial statements; risk management and internal control; compliance with legal and regulatory requirements; the external auditor's performance, qualifications and independence; and the implementation of the internal audit function. The Audit Committee coordinates closely with the Internal Audit Unit and the External Auditor.



Profil komite audit audit committee profile

Erry Firmansyah
Ketua Komite Audit
Audit Committee Chairman

Profil dapat dilihat pada halaman
Profil Dewan Komisaris.

Profile can be seen in the
BoC's profile section.



Benny Redjo Setyono
Anggota Komite Audit
Audit Committee

2012. Juga sebagai Pengurus Eksekutif/Bendahara ILUNI FEUI (Ikatan Alumni FEUI) sejak 2007. Anggota Pendiri Dewan Penasehat Yayasan Bhakti ILUNI FEUI, Sarjana Akuntansi Universitas Indonesia, dan memperoleh gelar MBA dan Master dalam bidang Akuntansi dari Graduate School of Business, University of Southern California, Amerika Serikat.

Indonesian citizen, born in Makassar. In 2012, Mr. Setyono was appointed as a Commissioner of PT Cakra Tunggal Steel, a leading steel melting and rolling mill company, and as a Board Advisor to PT Argo Manunggal Internasional. He served as the Director of Finance and Administration Support at PT Toyota-Astra Motor until 2011. Prior to this he served as Director of Finance at PT Astra Otopart Tbk from 1997 to 2009 and as a Senior General Manager in the Daihatsu Sales Operation of PT Astra International Tbk from 1992 to 1997. Since 1985 he has been a lecturer in the Economics Faculty of the University of Indonesia, and is a regular speaker at seminars and forums on economics, taxation and business competition. He was Secretary General of the Association of Priority Channel Companies from 2006 to 2012. He has been Executive/ Treasurer of ILUNI FEUI (the UI Faculty of Economics Alumni Association) since 2007. He is also a Founder member of the

Warga Negara Indonesia, lahir di Makassar. Pada 2012, Bapak Setyono diangkat sebagai Komisaris PT Cakra Tunggal Steel, perusahaan peleburan dan penggilingan baja terkemuka dan sebagai Dewan Penasehat PT Argo Manunggal Internasional. Menjabat Director of Finance and Administration Support di PT Toyota-Astra Motor hingga 2011. Sebelumnya menjadi Director of Finance di PT Astra Otopart Tbk dari 1997 hingga 2009 dan sebagai Senior General Manager di Daihatsu Sales Operation, PT Astra International Tbk dari 1992 hingga 1997. Sejak 1985 menjadi dosen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, dan sebagai pembicara pada berbagai seminar dan forum ekonomi, perpajakan dan persaingan usaha. Menjabat Sekretaris Jenderal Association of Priority Channel Companies dari 2006 hingga



Advisory Board of Yayasan
Bhakti ILUNI FEUI (the ILUNI
FEUI Social Foundation). He

graduated with a degree in Accounting from the University of Indonesia, and earned his
MBA and Master of Accounting degrees from the Graduate School of Business, University of
Southern California, USA.

Warga Negara Indonesia, lahir di Palembang. Bergabung dengan Unilever tahun 1976 dan diangkat sebagai Director tahun 1998. Beragam posisi senior yang dijabatnya di Unilever meliputi Corporate Relations Director, Development Director, Technical Director Foods, General Works Manager Surabaya, General Production Manager Personal Products, General Development Manager Detergents. Sarjana Kimia dari Universitas Indonesia, yang selanjutnya meraih gelar Master dalam bidang Pembangunan Ekonomi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Indonesian citizen, born in Palembang. He joined Unilever in 1976 and was appointed as a Director in 1998. His previous senior posts in Unilever include Corporate Relations Director, Development Director, Technical Director Foods, General Works Manager Surabaya, General Production Manager Personal Products, General Development Manager Detergents. He holds a degree in Chemistry from the University of Indonesia, as well as a Master's degree in Economic Development from the Faculty of Economics and Business at Gadjah Mada University, Yogyakarta.

Tugas dan Tanggung Jawab

Piagam Komite Audit menetapkan tanggung jawab Komite Audit, yang mencakup hal-hal berikut:

- Melakukan kajian terhadap informasi keuangan yang akan diungkapkan oleh Perseroan;
- Melakukan kajian terhadap kepatuhan Perseroan dengan ketentuan pasar modal dan peraturan-peraturan lain yang terkait;
- Melakukan kajian dan evaluasi audit yang dilakukan oleh unit audit internal;
- Melakukan kajian terhadap paparan risiko Perseroan dan implementasi manajemen risiko dan pengaturan pengendalian internal oleh Direksi;
- Melakukan kajian dan pelaporan kepada Dewan Komisaris terhadap setiap keluhan mengenai Perseroan;
- Mengawasi hubungan dengan auditor eksternal dan melakukan konsultasi secara berkala dengan mereka selama masa audit;
- Melakukan kajian dan pemutakhiran Piagam Komite Audit bila diperlukan.

Piagam menetapkan bahwa Komite Audit harus mengadakan rapat sekurang-kurangnya empat kali dalam setahun, dan bisa melakukan rapat setiap kali dianggap perlu. Chief Financial Officer, Group Audit Manager, Financial Controller, Corporate Secretary dan External Auditor juga berhak untuk mengikuti setiap rapat Komite Audit.

Komposisi

Komite Audit diangkat oleh, dan melapor langsung kepada, Dewan Komisaris. Komite dipimpin oleh salah seorang Komisaris Independen Perseroan, yang memberikan jaminan tentang independensi dan obyektivitas dari Komite. Sedangkan dua anggota Komite lainnya merupakan pihak eksternal. Komposisi dari Komite Audit pada 31 Desember 2013 adalah sebagai berikut:

Ketua : Erry Firmansyah (Komisaris Independen)
 Anggota : Benny Redjo Setyono
 Anggota : Muhammad Saleh

Komite Audit bertemu empat kali di tahun 2013, dengan tingkat kehadiran rata-rata 100%.

Rapat Komite Audit pada 2013

RapatAuditKomiteCommitteeAudit Meetingspada2013 in 2013

Anggota Member	Kehadiran pada Rapat Komite Audit Attendance at Audit Committee meetings
Erry Firmansyah	100%
Benny Redjo Setyono	100%
Muhammad Saleh	100%

Duties and Authority

The Audit Committee Charter defines the responsibilities of the Audit Committee, which include the following:

- Reviewing the financial information that the Company intends to disclose;
- Reviewing the Company's compliance with capital market laws and other relevant regulations;
- Reviewing and evaluating the audits performed by the internal audit;
- Reviewing the Company's risk exposure and the implementation of risk management and internal control arrangements by the BoD;
- Reviewing and reporting to the BoC any complaints about the Company;
- Overseeing relations with the external auditors and consulting regularly with them during the course of the audit;
- Reviewing and updating the Audit Committee Charter when necessary.

The Charter specifies that the Audit Committee must meet at least four times a year, and may organize additional meetings at any other time if deemed necessary. The Chief Financial Officer, Group Audit Manager, Financial Controller, Corporate Secretary and External Auditor may also attend Audit Committee meetings.

Composition

The Audit Committee is appointed by, and reports directly to, the Board of Commissioners. The Committee is chaired by one of the Company's Independent Commissioners, which provides assurance of the Committee's independence and objectivity. The two remaining members are external parties. The composition of the Audit Committee as of 31 December 2013 was as follows:

Chairman : Erry Firmansyah (Independent Commissioner)
 Member : Benny Redjo Setyono
 Member : Muhammad Saleh

The Audit Committee met four times in 2013, with an average attendance rate of 100%.

Audit Committee Meetings in 2013

Aktivitas Komite Audit selama 2013 mencakup hal-hal sebagai berikut:

- Melakukan kajian dan penyampaian opini mengenai hasil audit Laporan Keuangan Perseroan untuk tahun fiskal 2013 oleh auditor eksternal.
- Melakukan kajian dan penyampaian opini mengenai hasil audit laporan keuangan Perseroan per semester untuk tahun fiskal 2013 oleh auditor eksternal.
- Mengevaluasi kinerja, kompetensi, independensi dan obyektivitas dari auditor eksternal dan membuat rekomendasi sebagai bahan pertimbangan Dewan Komisaris dalam menetapkan apakah auditor terkait akan diusulkan dalam RUPS sebagai auditor untuk Laporan Keuangan tahun fiskal 2013.
- Melakukan kajian terhadap laporan Audit Internal yang disusun pada 2013 dan memberitahukan setiap isu material yang memerlukan perhatian selama proses audit.
- Melakukan kajian terhadap kepatuhan Perseroan dengan undang-undang dan ketentuan peraturan pasar modal serta instrumen regulasi lain yang terkait, termasuk peraturan baru yang menyangkut penyajian laporan keuangan.

Komite Nominasi dan Remunerasi

Tugas dan Kewenangan

Tanggung jawab Komite Nominasi dan Remunerasi adalah untuk:

- Mengkaji dan memberikan rekomendasi tentang paket remunerasi untuk Dewan Komisaris dan Direksi, dengan mempertimbangkan hak, tanggung jawab dan kinerja mereka, dan menyampaikan rekomendasi tersebut untuk memperoleh persetujuan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST).
- Mempersiapkan perencanaan suksesi, dan mengusulkan nama-nama kandidat sebagai anggota Dewan Komisaris, Direksi, dan/atau Komite-komite yang terkait dengan tugas Komite. Penunjukan para anggota tersebut bergantung pada keputusan dan persetujuan organ terpisah, yaitu dalam hal Dewan Komisaris dan Direksi adalah instansi RUPS.

Komite Nominasi dan Remunerasi diangkat oleh, dan melaporkan tugasnya kepada, Dewan Komisaris. Komposisi Nominasi dan Remunerasi pada 31 Desember 2013 adalah sebagai berikut:

Ketua : Peter Frank ter Kulve
 Anggota : Maurits Daniel Rudolf Lalisang
 Anggota : Enny Hartati Sampurno

Sekretaris Perusahaan dan Hubungan Investor

Sekretaris Perusahaan bertanggung jawab atas pemenuhan kepatuhan Perseroan dengan ketentuan regulasi, memastikan bahwa para pemegang saham, otoritas pasar modal, *investor*, analis dan publik memperoleh informasi secara cepat tentang seluruh informasi material yang terkait dengan Perseroan; dan menjamin transparansi

The Audit Committee's activities in 2013 included the following:

- Reviewing and providing an opinion on the results of the audit of the Company's Financial Statements for fiscal year 2013 by the external auditor.
- Reviewing and providing an opinion on the results of the audit of the Company's half year financial statements for fiscal year 2013 by the external auditor.
- Evaluating the performance, competence, independence and objectivity of the external auditor and making recommendations for the consideration of the Board of Commissioners on whether the auditor concerned should be proposed at the GMS as the auditor of the Financial Statements for fiscal year 2013.
- Reviewing the Internal Audit reports produced in 2013 and flagging any material issues that require attention during the audit process.
- Conducting a review of the company's compliance with capital market laws and regulations and other relevant regulatory instruments, including new rules related to the presentation of financial reports.

Nomination and Remuneration Committee

Duties and Authority

The responsibilities of the Nomination and Remuneration Committee are to:

- Review and provide recommendations on the remuneration packages for the Board of Commissioners and Board of Directors, taking into account their rights, responsibilities and performance, and present said recommendations to the Shareholders for approval at the Annual General Meeting of Shareholders (AGMS).
- Lead succession planning, and propose candidates for membership of the Board of Commissioners, Board of Directors, and/or various other Committees that are subject to the Committee's oversight. The actual appointment of such members is subject to the discretion and approval of a separate body, which in the case of the Board of Commissioners and Board of Directors is the AGMS.

The Nomination and Remuneration Committee is appointed by, and reports to, the Board of Commissioners. The composition of the Nomination and Remuneration Committee as of 31 December 2013 was as follows:

Chairman : Peter Frank ter Kulve
 Member : Maurits Daniel Rudolf Lalisang
 Member : Enny Hartati Sampurno

Corporate Secretary and Investor Relations

The Corporate Secretary is responsible for tracking the Company's compliance with the regulatory framework, ensuring that the shareholders, capital market authorities, investors, analysts and the public and are informed promptly of all material information relating to the Company; and ensuring transparency in the Company's disclosures and

baik dalam pengungkapan informasi Perseroan maupun komunikasi internal dan eksternal. Tanggung jawab Sekretaris Perusahaan mencakup:

- Pemantauan kepatuhan Perseroan terhadap peraturan Perseroan dan ketentuan perundang-undangan lainnya, Anggaran Dasar Perseroan serta peraturan dan ketentuan Undang-Undang yang terkait dengan Otoritas Jasa Keuangan dan pasar modal, melalui kordinasi yang erat dengan Corporate Legal Services Department;
- Menjalin komunikasi secara teratur dengan badan regulasi pasar modal, termasuk Otoritas Jasa Keuangan dan Bursa Efek Indonesia, tentang segala hal yang berkaitan dengan tata kelola, aksi korporasi dan transaksi material;
- Memastikan bahwa para pemegang saham, media, investor, analis dan masyarakat pada umumnya senantiasa memperoleh informasi yang teratur mengenai aksi Perseroan, posisi keuangan dan masalah material lainnya;
- Mengikuti seluruh rapat Dewan dan mencatat notulen rapat;
- Memastikan bahwa kedua Dewan memperoleh informasi secara cepat tentang setiap perubahan peraturan yang relevan dan bahwa mereka memahami implikasinya.

Sekretaris Perusahaan pada 31 Desember 2013 dijabat oleh Sancoyo Antarikso.

internal and external communications. The Corporate Secretary's responsibilities include:

- Monitoring the Company's compliance with the Company Law and other statutory provisions, the Articles of Association, Financial Services Authority and capital market rules and related statutory regulations, in close coordination with the Corporate Legal Services Department;
- Maintaining regular communications with the capital market regulatory agencies, including the Financial Services Authority and the Indonesia Stock Exchange, on all matters pertaining to governance, corporate actions and material transactions;
- Ensuring that shareholders, the media, investors, analysts and the general public are kept regularly informed about the Company's actions, financial position and other material matters;
- Attending all Board meetings and recording the minutes of the meetings;
- Ensuring that both Boards are promptly informed of any relevant regulatory changes and that they understand their implications.

The Corporate Secretary as at 31 December 2013 was Sancoyo Antarikso.

PROFIL KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI Nomination and Remuneration Committee Profile



Peter Frank Ter Kulve
Ketua, Chairman

Profil dapat dilihat pada halaman Profil Dewan Komisaris.
Profile can be seen in the BoC's profile section.



Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Anggota, Member

Profil dapat dilihat pada bagian profil Direksi.
Profile can be seen in the BoD's profile section.



Enny Hartati Sampurno
Anggota, Member

Profil dapat dilihat pada bagian profil Direksi.
Profile can be seen in the BoD's profile section.

Kegiatan Sekretaris Perusahaan selama 2013 mencakup hal-hal berikut:

- Menyelenggarakan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan;
- Melaksanakan Paparan Publik, Kunjungan Analis ke Site, Pertemuan Analis, Konferensi Investor dan Pertemuan Media;
- Menjalin komunikasi dengan Kementerian yang terkait, Otoritas Jasa Keuangan dan lembaga pengatur kebijakan bursa (SRO) seperti Bursa Efek Indonesia (BEI), KSEI dan KPEI serta badan-badan terkait lainnya;
- Menghadiri setiap rapat Dewan Komisaris dan Direksi dan membuat notulen dari setiap rapat tersebut.

Hubungan Investor

Divisi Hubungan Investor mengatur pelaksanaan dialog antara manajemen Unilever Indonesia dengan para pemegang saham, analis dan investor agar mereka selalu memperoleh informasi tentang kondisi, kinerja dan pandangan Perseroan, serta merespon terhadap kepedulian dan permintaan informasi. Salah satu prioritas Perseroan adalah memastikan bahwa semua pemegang saham memperoleh perlakuan yang setara dalam memperoleh informasi material mengenai Perseroan. Divisi Hubungan Investor melakukan koordinasi secara langsung dengan Chief Financial Officer.



PROFIL SEKRETARIS PERUSAHAAN
Corporate Secretary Profile

Profil dapat dilihat pada bagian profil Direksi.

Profile can be seen in the BoD's profile section.

The Corporate Secretary's activities in 2013 included the following:

- Organising the Annual General Meeting of Shareholders;
- Organising Public Exposés, Analysts' Site Visits, Analysts' Meetings, Investor Conferences and Media Gatherings;
- Maintaining communication with the related Ministries, the Financial Services Authority and self-regulatory organisations such as the Indonesia Stock Exchange (IDX), KSEI and KPEI as well as other related organisations;
- Attending every meeting of the Board of Commissioners and Board of Directors and taking the minutes of said meetings.

Investor Relations

The Investor Relations Division maintains a dialogue between Unilever Indonesia's management and the shareholders, analysts and investors to keep them informed about the Company's condition, performance and outlook, and to respond to concerns and requests for information. One of the Company's priorities is to ensure that all shareholders are treated equally in the matter of receiving material information pertinent to the Company. The Investor Relations Division coordinates directly with the Chief Financial Officer.



Perseroan mematuhi ketentuan pengungkapan informasi dari OJK dengan memberikan laporan berkala baik kepada OJK maupun BEI. Pengungkapan informasi kepada BEI juga dilakukan melalui fasilitas *e-reporting*, IDXNet.

Perseroan melakukan kontak dengan para analis dan lembaga investasi melalui *conference calls*, pertemuan dan pertemuan selama tahun pelaporan. Minimal sekali dalam setahun kami mengadakan paparan publik secara komprehensif untuk menyajikan kinerja dan aktivitas kami kepada para pemegang saham, kalangan investor dan masyarakat umum. Presentasi ini, disertai siaran pers berkala, dapat diakses di *website* kami. Di tahun 2013, kami berperan-serta dalam sejumlah kegiatan investor eksternal, seperti Investor Summit dan Investor Day yang diadakan oleh BEI.

Tabel berikut menunjukkan aktivitas Hubungan Investor pada 2013.

The Company complies with the OJK's disclosure requirements by submitting regular reports to both the OJK and IDX. Disclosures to the IDX are also submitted through the e-reporting facility, IDXNet.

The Company engages with analysts and institutional investors through conference calls, meetings and gatherings throughout the year. At least once a year we hold a full public expose to present our performance and activities to shareholders, the investor community and the general public. These presentations, along with our regular press releases, can be accessed on our website. In 2013 we participated in a number of external investor activities, such as Investor Summit and Investor Day held by IDX.

The table shows our Investor Relations activities in 2013.

Aktivitas Kegiatan Hubungan Investor tahun 2013	Investor Relations Activities	Frekuensi 2013 Frequency
Laporan Eksternal External Reports		
• Laporan ke Otoritas Jasa Keuangan Report to the Financial Services Authority		25
• Laporan ke BEI Report to IDX		25
• Laporan ke IDXNet Report to IDXNet		37
• Pengumuman di Surat Kabar Newspaper announcement:		
- RUPST dan RUPSLB AGMS & EGMS		6
- Laporan Keuangan Financial Statement		1
Konferensi dengan Investor Investor Conferences		3
Temu Investor dan Analis Investors' and Analysts' Meetings		78
RUPST AGMS		1
RUPSLB EGMS		1
Paparan Publik Public Expose		2
Investor Summit		1
Laporan Tahunan Annual Report		1

Etika Korporasi

Etika, nilai dan praktik-praktik kepatuhan Unilever Indonesia dirangkum dalam Prinsip Bisnis Kami (CoBP: Code of Business Principles). Prinsip Bisnis ini menguraikan standar perilaku operasional yang diharapkan untuk dipatuhi oleh setiap warga Perseroan dalam berhubungan dengan pihak eksternal maupun pihak internal Perseroan sendiri. CoBP merefleksikan komitmen kami dalam mencapai keseimbangan antara kepentingan Perseroan jangka-pendek dan jangka-panjang, dan antara kepentingan Perseroan, para pemegang saham kami, para karyawan kami, para konsumen kami, para mitra bisnis kami maupun masyarakat pada umumnya.

Corporate Ethics

Unilever Indonesia's ethics, values and compliance practices are enshrined in our Code of Business Principles (CoBP). The CoBP describes the standards of operational behaviour that every member of the Company is expected to adhere to in dealings with external parties and within the Company itself. The CoBP represents our commitment to achieving a balance between the Company's short-term and long-term interests, and between the interests of the Company, our shareholders, our employees, our consumers, our business partners and the general public.



Prinsip Bisnis Unilever (CoBP) dapat diuraikan sebagai berikut:

Pedoman Perilaku

Kami menjalankan usaha kami secara jujur, penuh integritas dan terbuka, dan dengan menghargai hak-hak azasi manusia serta kepentingan para karyawan kami. Kami juga akan menghargai kepentingan resmi dari mereka yang menjalin hubungan dengan kami.

Kepatuhan terhadap Undang-Undang Perusahaan-perusahaan Unilever dan para karyawan kami diwajibkan mematuhi ketentuan hukum dan peraturan di negara tempat kami beroperasi.

Karyawan

Unilever berkomitmen menghargai keberagaman dalam lingkungan kerja dimana ada rasa saling percaya dan menghargai dan dimana setiap orang merasa bertanggungjawab terhadap kinerja dan reputasi Perseroan. Kami akan melakukan rekrutmen, penempatan dan promosi karyawan semata-mata berdasarkan kualifikasi dan kemampuan yang diperlukan untuk pekerjaan yang dilakukan. Kami berkomitmen untuk menciptakan lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi seluruh karyawan. Kami tidak akan menggunakan setiap bentuk pemaksaan, tekanan atau pun pekerja anak-anak.

The Unilever Indonesia Code of Business Principles is set out below:

Standard of conduct

We conduct our operations with honesty, integrity and openness, and with respect for the human rights and interests of our employees. We shall similarly respect the legitimate interests of those with whom we have relationships.

Obeying the law

Unilever companies and our employees are required to comply with the laws and regulations of the countries in which we operate.

Employees

Unilever is committed to diversity in a working environment where there is mutual trust and respect and where everyone feels responsible for the performance and reputation of our company. We will recruit, employ and promote employees on the sole basis of the qualifications and abilities needed for the work to be performed. We are committed to safe and healthy working conditions for all employees. We will not use any form of forced, compulsory or child labour. We are committed to working with employees to develop and enhance each individual's skills and capabilities. We respect the dignity of the individual and

Kami berkomitmen untuk bekerja bersama karyawan untuk mengembangkan dan meningkatkan ketrampilan dan kemampuan masing-masing individu. Kami menghargai pribadi dan hak karyawan untuk kebebasan berserikat. Kami akan menjalin komunikasi secara baik dengan para karyawan melalui informasi berbasis Perseroan dan tata cara konsultasi.

Pemegang Saham

Unilever menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan terbaik yang berlaku secara internasional. Kami memberikan informasi secara tepat waktu, teratur dan dapat dipercaya tentang aktivitas-aktivitas, struktur, situasi finansial dan kinerja kami kepada seluruh pemangku kepentingan.

Mitra Bisnis

Unilever berkomitmen untuk membina hubungan yang saling menguntungkan dengan para pemasok, pelanggan dan mitra bisnis kami. Dalam transaksi bisnis kami, kami mengharapkan para mitra kami untuk mematuhi prinsip-prinsip bisnis tersebut secara konsisten bersama kami.

Perlibatan dengan Masyarakat

Unilever berusaha menjadi warga korporasi yang terpercaya dan, sebagai bagian integral dari masyarakat, untuk memenuhi tanggung jawab kami kepada lingkungan dan masyarakat di tempat kami beroperasi.

Kegiatan Kemasyarakatan Perusahaan-perusahaan Unilever didorong untuk memperjuangkan dan mempertahankan kepentingan bisnis mereka yang sah. Unilever akan bekerja sama dengan pemerintah dan lembaga-lembaga lainnya, baik secara langsung maupun melalui lembaga-lembaga seperti KADIN, dalam pengembangan rancangan undang-undang dan peraturan-peraturan lain yang dapat memengaruhi kepentingan bisnis yang sah. Unilever tidak mendukung partai politik maupun menyumbang dana kepada kelompok-kelompok yang dianggap akan mendukung kepentingan partai politik tertentu.

Lingkungan

Unilever berkomitmen untuk melaksanakan penyempurnaan secara terus menerus dalam pengelolaan dampak lingkungan kami dan terhadap tujuan jangka-panjang untuk mewujudkan bisnis yang berkelanjutan. Unilever akan melakukan kerjasama kemitraan dengan pihak-pihak lain guna mendukung kepedulian terhadap lingkungan, meningkatkan pemahaman tentang isu-isu lingkungan dan mensosialisasikan praktik-praktik yang terbaik.

Inovasi

Dalam langkah inovasi ilmiah kami untuk memenuhi kebutuhan konsumen, kami akan menghargai aspirasi konsumen maupun masyarakat. Kami akan bekerja atas dasar ilmiah dalam penerapan standar keamanan produk secara ketat.

the right of employees to freedom of association. We will maintain good communications with employees through company based information and consultation procedures.

Shareholders

Unilever conduct its operations in accordance with internationally accepted principles of good corporate governance. We provide timely, regular and reliable information on our activities, structure, financial situation and performance to all shareholders.

Business partners

Unilever is committed to establishing mutually beneficial relations with our suppliers, customers and business partners. In our business dealings we expect our partners to adhere to business principles consistent with our own.

Community involvement

Unilever strives to be a trusted corporate citizen and, as an integral part of society, to fulfil our responsibilities to the societies and communities in which we operate.

Public activities

Unilever companies are encouraged to promote and defend their legitimate business interests. Unilever will co-operate with governments and other organisations, both directly and through bodies such as trade associations, in the development of proposed legislation and other regulations which may affect legitimate business interests. Unilever neither supports political parties nor contributes to the funds of groups whose activities are calculated to promote party interests.

The environment

Unilever is committed to making continuous improvements in the management of our environmental impact and to the longer-term goal of developing a sustainable business. Unilever will work in partnership with others to promote environmental care, increase understanding of environmental issues and disseminate good practice.

Innovation

In our scientific innovation to meet consumer needs we will respect the concerns of our consumers and of society. We will work on the basis of sound science, applying rigorous standards of product safety.

Persaingan

Unilever percaya terhadap manfaat kompetisi yang ketat namun sehat dan mendukung pengembangan undang-undang persaingan yang tepat. Perusahaan-perusahaan Unilever dan para karyawan akan menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip kompetisi yang wajar dan mematuhi semua ketentuan peraturan yang berlaku.

Integritas usaha

Unilever tidak memberikan atau menerima, baik secara langsung maupun tidak langsung, suap atau manfaat lain yang tidak layak bagi bisnis maupun perolehan finansial. Karyawan tidak boleh menawarkan, memberi atau menerima hadiah atau bentuk pembayaran apa pun yang, atau dapat ditafsirkan, merupakan tindak suap. Setiap permintaan untuk, atau penawaran mengenai, tindak suap harus ditolak langsung dan dilaporkan kepada manajemen. Catatan akuntansi dan dokumen pendukung Unilever harus secara akurat menggambarkan dan mencerminkan sifat yang menjadi dasar transaksi. Tidak diperbolehkan adanya pembukaan atau pelanjutan dari rekening, dana atau aset apapun yang tidak diungkapkan atau tidak dicatatkan.

Benturan Kepentingan

Seluruh karyawan Unilever diharapkan untuk menghindari kegiatan pribadi dan kepentingan finansial yang dapat menimbulkan benturan dengan tanggung jawab mereka terhadap Perseroan. Karyawan Unilever dilarang mencari penghasilan untuk kepentingan diri sendiri maupun orang lain melalui penyalahgunaan posisi yang mereka jabat.

Kepatuhan, Monitoring dan Pelaporan

Kami percaya bahwa kepatuhan penuh terhadap Prinsip Bisnis (CoBP) merupakan komponen esensial dalam kinerja dan kelangsungan bisnis kami. Direksi bertanggung jawab untuk memastikan sosialisasi dan penguatan prinsip-prinsip bisnis ini di seluruh lini Perseroan melalui kampanye dan *event-event* komunikasi berkala (seperti kampanye 'Jangan Lagi Galau') dan dengan melakukan pemantauan atas pelaksanaan kepatuhan tersebut.

Dengan basis hari-per-hari, manajemen senior bertanggung jawab untuk memastikan implementasi dari prinsip COBP di seluruh unit bisnis. Para manajer ini disyaratkan untuk memberikan pedoman secara rinci yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi setempat, memantau penerapannya dalam unit-unit dan tim-tim mereka, serta melaporkan kepatuhan CoBP setiap tahun.

Dewan Komisaris, dibantu Komite Audit dan Komite Eksekutif Unilever, melakukan kajian pemenuhan kepatuhan terhadap CoBP. Setiap pelanggaran atau dugaan pelanggaran Pedoman akan dilaporkan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan. Para karyawan dapat melaporkannya secara yakin dan tidak akan menanggung akibat dari tindak pelaporannya. Bahkan, Dewan Komisaris tidak akan menyalahkan manajemen atas setiap kerugian bisnis yang terbukti diakibatkan oleh kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ini dan setiap kebijakan ataupun instruksi lain yang diperintahkan.

Competition

Unilever believes in vigorous yet fair competition and supports the development of appropriate competition laws. Unilever companies and employees will conduct their operations in accordance with the principles of fair competition and all applicable regulations.

Business integrity

Unilever does not give or receive, whether directly or indirectly, bribes or other improper advantages for business or financial gain. No employee may offer, give or receive any gift or payment which is, or may be construed as being, a bribe. Any demand for, or offer of, a bribe must be rejected immediately and reported to management. Unilever accounting records and supporting documents must accurately describe and reflect the nature of the underlying transactions. No undisclosed or unrecorded account, fund or asset will be established or maintained.

Conflicts of Interest

All Unilever employees are expected to avoid personal activities and financial interests which could conflict with their responsibilities to the company. Unilever employees must not seek gain for themselves or others through misuse of their positions.

Compliance, Monitoring and Reporting

We believe that full compliance with the CoBP is an essential component of the performance and continuity of our business. The BoD is responsible for ensuring that the Code's principles are internalised and strengthened throughout the Company through regular communication campaigns and events (such as the 'Jangan Lagi Galau' campaign) and by monitoring compliance.

On a day-to-day basis, senior management is responsible for ensuring the implementation of the Code throughout all business units. These managers are required to provide detailed guidance tailored to local needs and conditions, monitor implementation within their units and teams, and report annually on CoBP compliance.

The BoC, assisted by the Audit Committee and the Unilever Executive Committee, reviews compliance with the Code. Any breach or suspected breach of the Code must be reported in accordance with the specified procedures. Employees can report in confidence and no employee will suffer as a consequence of doing so. Moreover, the Board will not criticise management for any loss of business that is proven to have resulted from adherence to these principles and any other mandatory policies and instructions.

Pada 2013, program kesadaran sepanjang tahun dilaksanakan melalui kerjasama erat dengan Departemen Communication dan Legal dengan mengusung slogan “Jangan Lagi Galau: Kenali dan Katakan Transparan.” Kampanye ini mencakup empat aspek utama CoBP, yaitu Anti-Suap, Hadiah & Entertainment, Pencegahan Benturan Kepentingan, dan Hubungan dengan Pemerintah, Regulator dan LSM. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah sebuah *talk-show* bersama Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), yang dihadiri oleh para karyawan di Kantor Pusat dan disiarkan ke pabrik-pabrik dan *site-site* kami lainnya.

In 2013, a full-year awareness program was executed in close cooperation with the Communications and Legal Departments under the tagline of “Jangan Lagi Galau: Kenali dan Katakan Transparan” (Don’t Be Confused: Recognise It and Talk About It Clearly). The campaign covered four key aspects of the CoBP: Anti-Bribery, Gifts & Entertainment, Avoiding Conflict of Interest, and Contact with Government, Regulators & NGOs. One of the events held was a talk show with the Corruption Eradication Commission Republic of Indonesia (KPK), which was attended by employees at Head Office and broadcast to our factories and other sites.



Kampanye CoBP
“Jangan Lagi Galau:
Kenali dan Katakan
Transparan.”
CoBP Campaign
(Don’t Be Confused:
Recognise It and Talk
About It Clearly).

Mekanisme Pelaporan Pelanggaran

Mekanisme pelaporan pelanggaran di Unilever Indonesia, dikenal sebagai skema Blue Umbrella, dapat dimanfaatkan oleh semua karyawan untuk melaporkan setiap tindak pelanggaran atau dugaan pelanggaran terhadap Prinsip-prinsip Bisnis (CoBP) Unilever, ataupun setiap tindak penyimpangan terhadap etika atau perilaku yang tidak sah. Hal ini memberikan pilihan bagi karyawan untuk melaporkan perilaku tersebut, dengan persyaratan konfidensial, kepada sebuah unit independen bila mereka tidak bersedia atau tidak dapat melaporkannya melalui atasan langsung. Sebagai alternatif, karyawan dapat melaporkan melalui *hotline global ethics* Unilever. Untuk hal demikian, isu akan ditindak-lanjuti oleh Unilever Global.

Whistleblower Mechanism

Unilever Indonesia’s whistleblower mechanism, known as the Blue Umbrella scheme, can be utilised by any employee to report breaches or suspected breaches of the Code of Business Principles, or any other ethics violations or illegal behaviour. This provides employees with the option of reporting such behaviour, under conditions of strict confidentiality, to an independent unit if they are unwilling or unable to report through their line manager. Alternatively, employees may report through Unilever’s global ethics hotline. In this case, the issue is followed up by Unilever Global.

Tim Blue Umbrella terdiri atas departemen HRBP, legal, audit dan komunikasi, yang dipimpin oleh HRD Director. Setelah diterimanya laporan, Tim Blue Umbrella menunjuk sebuah tim untuk melakukan investigasi. Pernyataan tersebut dicatat dalam sebuah sistem yang dapat diakses oleh kantor-kantor Unilever Regional dan Global; kantor-kantor ini dapat memantau proses dan tindak-lanjut dari kasus yang dilaporkan tersebut. Tindakan yang layak, setimpal dengan sifat dan beratnya pelanggaran, akan diambil terhadap setiap tindak pelanggaran etika yang terbukti.

The Blue Umbrella team comprises the HRBP, legal, audit and communication departments, and is headed by the HRD Director. When a report is received, the Blue Umbrella team assigns a team to investigate. The allegation is recorded in a system that can be accessed by Unilever’s Regional and Global offices; these offices also monitor the processing and follow-up of the cases. Appropriate action, commensurate with the nature and severity of the violation, will be taken in respect of any proven ethics violation.

Saham Karyawan

Skema Pemilikan Saham Karyawan Unilever Indonesia (ESOP: Unilever Indonesia Employee Stock Ownership Plan) khusus berlaku bagi jajaran manajer. Setelah tiga tahun, seorang karyawan berhak atas sejumlah saham yang sesuai dengan jumlah saham yang dibeli oleh karyawan tersebut.

Employee Stock

The Unilever Indonesia Employee Stock Ownership Plan (ESOP) is open to managers only. After three years, an employee is entitled to a share that matches the value of their purchased share.

Kontrol Internal

Unilever Indonesia telah menetapkan sebuah kerangka kerja pengendalian yang mencakup manajemen risiko, prosedur kontrol internal dan kontrol pengungkapan informasi, yang dirancang guna memberikan jaminan yang layak, namun tidak mutlak, bahwa aset-aset tetap terjaga, risiko menghadapi bisnis terus dikendalikan dan seluruh informasi yang akan diungkapkan dilaporkan kepada Direksi. Pengendalian tersebut meliputi risiko finansial, operasional, strategis dan lingkungan serta masalah yang berkaitan dengan regulasi, dan secara teratur ditinjau ulang dan diperbaharui oleh Direksi.

Kerangka kerja pengendalian didukung oleh Prinsip-prinsip Bisnis Unilever (CoBP), yang menerapkan standar profesionalisme dan integritas untuk operasional Unilever di seluruh dunia, dan oleh kepatuhan kami terhadap Sarbanes Oxley Act, khususnya Ayat 404 tentang Proses Asesmen Manajemen, yang mensyaratkan manajemen senior di masing-masing unit bisnis untuk membuat asesmen tentang efektivitas dari kontrol finansial.

Unit Audit Internal

Unit Audit Internal (UAI) memberikan jaminan yang bersifat independen dan obyektif mengenai efektivitas dan integritas dari usaha Perseroan, serta layanan konsultasi guna memperkuat hal tersebut.

Piagam Audit Internal menguraikan tentang struktur, tugas dan tanggung jawab dari UAI. Sesuai dengan ketentuan Piagam, UAI dipimpin oleh seorang Kepala Audit Internal, yang ditunjuk oleh Direksi dan disetujui oleh Dewan Komisaris; dan melaporkan tugasnya secara langsung kepada Presiden Direktur Perseroan. Kepala Audit Internal dibantu oleh beberapa auditor internal.

Kepala Audit Internal saat ini dijabat oleh Akhmad Saeful.

Tanggung jawab dari UAI adalah untuk:

- Melakukan identifikasi dan evaluasi paparan yang signifikan terhadap risiko, dan berkontribusi terhadap penyempurnaan manajemen risiko serta sistem pengendalian;
- Membantu Perseroan untuk terus melakukan kontrol secara efektif dengan mengevaluasi efektivitas dan efisiensinya dan dengan mendorong penyempurnaan terus menerus demi tercapainya kondisi sebagai berikut:
 - Informasi finansial dan operasional selalu terpercaya dan memiliki integritas,
 - Operasional dijalankan secara efisien dan meraih hasil yang efektif,
 - Aset-aset selalu terjaga, dan
 - Seluruh tindakan dan keputusan Perseroan sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan yang berlaku.

Internal Control

Unilever Indonesia has put in place a control framework that covers risk management, internal control procedures and disclosure controls, which are designed to provide reasonable, but not absolute, assurance that assets are safeguarded, the risks facing the business are being addressed and all information that must be disclosed is reported to the Board. The controls encompass financial, operational, social, strategic and environmental risks and regulatory matters, and are regularly reviewed and updated by the BoD.

The control framework is supported by the Code of Business Principles, which sets the standards of professionalism and integrity for Unilever's operations worldwide, and by our compliance with the Sarbanes Oxley Act, particularly Section 404 on the Management's Assessment Process, which requires the senior management in each business unit to assess the effectiveness of financial controls.

Internal Audit Unit

The Internal Audit Unit (IAU) provides independent, objective assurance on the effectiveness and integrity of the Company's operations, as well as consulting services to strengthen the same.

An Internal Audit Charter defines the structure, duties and responsibilities of the IAU. In accordance with the Charter, the IAU is headed by the Head of Internal Audit, who is appointed by the Board of Directors and approved by the Board of Commissioners, and reports directly to the President Director of the Company. The Head of Internal Audit is assisted by several internal auditors.

The current Head of Internal Audit is Akhmad Saeful.

The responsibilities of the IAU are to:

- Identify and evaluate significant exposures to risk, and contribute to the improvement of risk management and control systems;
- Assist the Company in maintaining effective controls by evaluating their effectiveness and efficiency and by promoting continuous improvement to achieve the following conditions:
 - Financial and operational information is reliable and possesses integrity,
 - Operations are performed efficiently and achieve effective results,
 - Assets are safeguarded, and
 - All actions and decisions of the Company are in compliance with the relevant laws and regulations.

UAI bekerja berdasarkan rencana audit tahunan, yang dipersiapkan dengan konsultasi bersama Presiden Direktur dan Komite Audit. UAI berkordinasi secara erat dengan Dewan Komisaris, Direksi dan Komite Audit dalam pelaksanaan rencana tersebut. Sesudah selesainya masing-masing audit, UAI membuat laporan tertulis mengenai temuan, kesimpulan dan rekomendasi serta menyajikan ringkasannya kepada Presiden Direktur dan Dewan Komisaris.

Unit Audit Internal kemudian menindak-lanjuti keseluruhan hasil audit untuk memastikan bahwa tindakan manajemen yang direkomendasikan telah diimplementasikan secara efektif, atau bahwa manajemen senior telah menerima risiko dari tidak diambilnya tindakan. UAI memberikan dukungan kepada manajemen dalam memastikan terpenuhinya kepatuhan terhadap Sarbanes Oxley Act, khususnya Ayat 404. Namun, manajemen tetap bertanggungjawab penuh untuk terpenuhinya kepatuhan ini. Unit ini juga membantu Auditor Eksternal selama pelaksanaan audit terhadap laporan keuangan Perseroan.

Di tahun 2013, UAI melaksanakan 17 audit, yang mencakup Site Access Controls, Payroll, IT Procurement & Operations, In-Store Point of Sales Visibility, Brand Activations, Factory Asset Management, Coconut Sugar Management, Handheld Terminal, Procurement (Indirect & Engineering), Trade Support Expenses, Sales Incentives, Logistics, Distributor Claim Process, Custom Invoice Process, IT Project Governance, Black Soya Bean Advance Management dan Account Receivables (Invoice & Tax). Laporan tentang keseluruhan audit tersebut disampaikan kepada Komite Audit, Presiden Direktur dan para Direktur yang terkait setelah manajemen menerima rekomendasi tindakan-tindakan yang perlu dilakukan.

The IAU works to an annual audit plan, which is prepared in consultation with the President Director and the Audit Committee. The IAU coordinates closely with the BoC, BoD and the Audit Committee on the execution of the plan. On completion of each audit, the IAU makes a written report on the findings, conclusions and recommendations and presents a summary of the same to the President Director and the BoC.

The IAU follows up all audits to ensure that the recommended management actions have been effectively implemented, or that senior management has accepted the risk of not taking action. It provides support for management in ensuring compliance with the Sarbanes Oxley Act, particularly Section 404. However, full responsibility for compliance remains with the management. The IAU also provides supports to the External Auditor during its audit of the Company's financial statements.

In 2013, the IAU conducted 17 audits, covering Site Access Controls, Payroll, IT Procurement & Operations, In-Store Point of Sales Visibility, Brand Activations, Factory Asset Management, Coconut Sugar Management, Handheld Terminal, Procurement (Indirect & Engineering), Trade Support Expenses, Sales Incentives, Logistics, Distributor Claim Process, Custom Invoice Process, IT Project Governance, Black Soya Bean Advance Management and Account Receivables (Invoice & Tax). Reports on all these audits were submitted to the Audit Committee, President Director and the relevant Directors after management accepted the recommended actions.



Akhmad Saeful
Kepala Audit Internal
Head of Internal Audit

PROFIL kepala AUDIT INTERNAL

head of Internal Audit Profile

Warga Negara Indonesia, lahir di Bandung. Kepala Audit Internal sejak Oktober 2012. Bergabung di Unilever Indonesia sejak 2002. Berbagai posisi senior di Unilever Indonesia yang pernah dijabatnya meliputi Sourcing Unit Finance Manager, Supply Chain Finance Manager untuk Home and Personal Care dan Corporate Management Accountant. Sebelumnya menjabat Brand Manager untuk Close Up & Toothbrush dan Factory Accounting Manager untuk Ice Cream. Sarjana Akuntansi dari Universitas Padjadjaran, Bandung.

Indonesian citizen, born in Bandung. Head of Internal Audit since October 2012. Joined Unilever Indonesia in 2002. Previous senior posts in Unilever Indonesia include Sourcing Unit Finance Manager, Supply Chain Finance Manager for Home and Personal Care and Corporate Management Accountant. Prior to that he was a Brand Manager for Close Up & Toothbrush and Factory Accounting Manager for Ice Cream. He graduated from Padjadjaran University, majoring in Accounting.

Peningkatan jumlah audit dari 12 pada 2012 menjadi 17 di tahun 2013 mencerminkan kenaikan dalam produktivitas audit yaitu sedikit di atas 40% dengan jumlah sumber daya yang tetap. Pencapaian ini dimungkinkan dengan perencanaan yang lebih baik serta sejumlah penyempurnaan dalam pedoman audit.

Lingkungan pengendalian semakin diperkuat pada semester kedua tahun 2013 dengan diluncurkannya kerangka kerja pengendalian yang baru, Zero Based Control (ZBC). Kerangka kerja yang baru ini merupakan pendekatan global yang telah dibakukan dan yang memberi Perseroan kemampuan yang sangat baik dalam memastikan pengendalian. Berlandaskan pada azas simplifikasi secara taat-azas melalui pengendalian dan pelaporan yang bersifat lebih otomatis, ZBC menjamin kualitas transaksi yang lebih baik di sumbernya.

Dengan pengenalan ZBC, jumlah pengendalian manual semakin dikurangi dan kemampuan sistem dioptimalkan untuk menciptakan pengendalian secara otomatis. Laporan-laporan pemantauan yang utama diolah langsung dari sistem, sehingga meminimalkan cara-cara manual yang diperlukan. Pada akhir 2013, kerangka kerja pengendalian baru mencakup empat proses utama: Order to Cash, Procure to Pay, Record to report dan Make to Deliver.

Selama tahun berjalan, matriks risiko bisnis Perseroan ditinjau ulang dan dibahas bersama Direksi. Tercatat ada beberapa perubahan dalam lingkungan risiko saat ini dan para Direktur yang terkait diberi tugas untuk mengelola risiko-risiko yang berhubungan dengan tanggung jawab mereka.

Audit Eksternal

Laporan keuangan konsolidasi kami untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2013 diaudit oleh KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (firma anggota jaringan global PricewaterhouseCoopers). Firma ini tidak melakukan jasa audit lainnya terhadap Perseroan selama tahun pelaporan.

Sistem Manajemen Mutu

Unilever Indonesia sangat serius dalam menerapkan manajemen mutu dan seluruh operasional perusahaan harus mengikuti prosedur pengendalian mutu yang ketat. Semua produk yang dihasilkan oleh Perseroan, pabrik-pabriknya dan sistem internalnya telah memperoleh sertifikasi standard ISO 9001 lebih dari sepuluh tahun yang lalu; dan menjalani verifikasi interim tahunan serta memperbaharui sertifikasi sepenuhnya setiap selang tiga tahun. Operasional manufaktur Food and Refreshments kami memperoleh sertifikasi standar ISO 22000 (Sistem Keamanan Pangan), sedangkan sistem manajemen lingkungan kami memperoleh sertifikasi ISO 14001 (Manajemen Lingkungan).

Safety and Environmental Assurance Centre (SEAC) Unilever Indonesia memberikan jaminan atas keamanan produk-produk kami dan seluruh proses yang terlibat dalam pembuatannya. Semua produk baru dan teknologi

The increase in the number of audits from 12 in 2012 to 17 in 2013 represents an increase in audit productivity of slightly over 40% with the same resources. This was made possible by better planning as well as a number of improvements in the audit guide.

The control environment was further strengthened in the second half of 2013 with the introduction of a new control framework, Zero Based Control (ZBC). This is a global, standardized approach that allows the Company to apply powerful capabilities to secure controls. Based on a philosophy of simplification with discipline through more automated controls and reporting, it ensures a better quality of transactions at source.

With the introduction of ZBC, the number of manual controls was reduced and the capabilities of system utilised to create automatic controls. Major monitoring reports were extracted directly from the system, minimizing the manual effort needed. As of the end of 2013, the new control framework covers four key processes: Order to Cash, Procure to Pay, Record to report and Make to Deliver.

During the year, the Company's business risk matrix was revisited and discussed with the BoD. Some changes were noted in the recent risk environment and the Directors concerned were assigned to manage the respective risks within their stream.

External Audit

Our consolidated financial statements for the year ended 31 December 2013 were audited by public accountants KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member firm of the PricewaterhouseCoopers global network). This firm did not render any other audit services for the Company during the year.

Quality Management System

Unilever Indonesia takes quality management very seriously and all operations are subject to stringent quality controls. All the Company's products, operating plants and internal systems were certified to ISO 9001 standard more than ten years ago, and undergo annual interim verifications as well as being fully recertified every three years. Our Food and Refreshments manufacturing operation is certified to ISO 22000 (Food Safety System) standard, while our environmental management system is ISO 14001 (Environmental Management) certified.

Unilever Indonesia's Safety and Environmental Assurance Centre (SEAC) provides assurance on the safety of our products and the processes involved in their manufacture. All new products and new technologies are subject to

baru kami telah menjalani proses keamananyang teliti dan dilaksanakan secara independen. Keseluruhan proses inovasi produk menjalani proses penilaian yang ketat untuk aspek keamanan dan kesehatan serta penilaian dari aspek regulasi dan hukum. Penilaian kembali dilakukan terhadap produk-produk baru sebelum diluncurkan, yang dalam sebagian besar kasus mencegah tersebarnya produk-produk di bawah standar ke pasar. Namun, ada kalanya sebuah produk yang tidak memenuhi standar keamanan dan mutu kami yang tinggi secara tidak sengaja lepas ke pasar. Produk-produk itu mungkin cacat mutu atau bahan mentahnya telah terpapar kontaminasi; atau bahan-bahannya mengalami salah-pasang label.

Karena bisnis kami digerakkan oleh *supply chain*, kualitas dari hulu sampai hilir sepanjang mata-rantai ini merupakan syarat bagi keberlangsungan bisnis. Persetujuan terhadap setiap pemasok baru bergantung pada kinerja mereka yang dinilai berdasarkan audit ketat terhadap keandalan, manajemen mutu dan kepatuhan terhadap kriteria yang diberlakukan bagi praktik bisnis yang jujur dan berkelanjutan. Seluruh bahan mentah yang masuk diharuskan melalui beberapa *checkpoint* sejak bahan tersebut masuk ke dalam mata-rantai pasokan kami guna memastikan keamanan dan terpenuhinya kepatuhan terhadap seluruh ketentuan perundang-undangan dan peraturan yang berlaku.

Pada 2013, pendekatan yang sistematis dan komprehensif terhadap *sustainability* ini memperoleh pengakuan dari Kementerian Lingkungan Hidup, yang sekali lagi menganugerahkan penghargaan tertinggi peringkat PROPER Emas kepada pabrik Rungkut untuk pengelolaan lingkungan yang baik. Dengan demikian, Unilever Indonesia menjadi perusahaan FMCG pertama yang meraihnya selama dua tahun berturut-turut. Pabrik Cikarang kami memperoleh peringkat Hijau (kedua tertinggi), serta penghargaan Industri Hijau dari Kementerian Perindustrian, dengan skor 4 dari nilai tertinggi 5.

a strict independent safety process. The entire product innovation process undergoes rigorous safety and health assessments as well as regulatory and legal assessments. New products are assessed again immediately prior to launch, which in the vast majority of cases prevents sub-standard products from reaching the market. On occasion, however, a product that fails to meet our high safety and quality standards is accidentally released to the market. Such products may have a quality defect or have been exposed to raw materials contamination; or the ingredients may have been mislabelled.

Since the supply chain drives our business, quality up and down the length of the chain is a prerequisite for the continuity of the business. Approval of any new supplier is subject to their performance on a stringent audit of their reliability, quality management and compliance with criteria on fair and sustainable business practices. All incoming raw materials pass through various checkpoints from the moment they enter our supply chain to ensure that they are safe and compliant with all relevant regulatory and legal requirements.

In 2013, this systematic and comprehensive approach to sustainability was recognized by the Ministry of the Environment, which again awarded its highest honour, the PROPER Gold rating for good environmental management, to our Rungkut factory, making Unilever Indonesia the first FMCG company to receive the award in two consecutive years. Our Cikarang factory received the Green (second highest) rating, as well as a Green Industry award from the Ministry of Industry, scoring 4 out of a possible 5.



Peduli Konsumen

Suara Konsumen merupakan layanan khusus Perseroan yang didedikasikan bagi konsumen. Melalui Suara Konsumen kami berupaya menjalin hubungan antara Perseroan, konsumen dan para pelanggan kami dengan cara memberikan respons terhadap pertanyaan dan keluhan tentang produk-produk kami, sekaligus meningkatkan kepuasan mereka terhadap produk-produk kami.

Layanan Suara Konsumen tersedia selama lima hari dalam seminggu pada waktu jam kerja. Para konsumen diimbau untuk menggunakan jalur Suara Konsumen untuk menyampaikan saran, kepuasan atau pun keluhan dan meminta penjelasan. Identitas penelepon sepenuhnya dirahasiakan.

Umpan-balik ditangani dengan prosedur yang ketat. Di lini depan terdapat petugas Suara Konsumen atau biasa kami sebut CAS: Consumer Advisory Service, yang menerima umpan-balik dan memberi respon cepat, sejauh memungkinkan dengan menggunakan informasi dari database pengetahuan produk. Bila Biro CAS tidak dapat memberikan respon, masalah tersebut disalurkan ke departemen yang terkait. Keluhan yang masuk dimasukkan dalam kategori normal, prioritas utama atau darurat, sedangkan tanggapan dikordinasikan dengan divisi yang terkait melalui *contact person* yang dikenal.

Umpan-balik yang diterima melalui Suara Konsumen menghasilkan *insight* berharga yang dikomunikasikan di seluruh lingkup Perseroan melalui Laporan Bulanan dan Laporan Online untuk masing-masing *brand*. Daftar 10 Umpan-balik Utama diserahkan ke manajemen senior setiap bulanan untuk dibahas.

Kinerja Suara Konsumen dipantau melalui pengecekan spontan berulang-kali oleh penelepon anonim (*'mystery caller'*) untuk memastikan bahwa tata-cara penanganan penerimaan telepon telah sesuai dengan prosedur. Sistem ini dievaluasi melalui Penelitian Kepuasan Konsumen. Seluruh keluhan dan pertanyaan yang diterima selama 2013 telah ditanggapi secara memuaskan.

Pengadaan Barang dan Jasa

Sejauh memungkinkan, Perseroan memprioritaskan pembelian bahan mentah dari sumber lokal dan mengikuti standar dan praktik pengadaan yang ditetapkan dalam Pedoman Mitra Bisnis (Business Partner Code) dan Pedoman Pertanian Berkelanjutan (Sustainable Agriculture Code). Pedoman Mitra Bisnis (Business Partner Code) dirancang untuk menjamin kondisi kerja yang layak di seluruh mata-rantai pasokan, termasuk penghargaan terhadap hak azasi manusia, kebebasan berserikat serta remunerasi dan jam-kerja yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan di Indonesia. Pedoman Pertanian Berkelanjutan bertujuan untuk menggerakkan para pemasok dan petani kami untuk menerapkan praktik-praktik pertanian berkelanjutan.

Consumer Care

Suara Konsumen is the Company's dedicated consumer care service. Through Suara Konsumen, we seek to strengthen the relationship between the Company and our consumers and customers by responding to their inquiries and complaints about our products, and increasing their satisfaction with our products.

Suara Konsumen's Consumer Care Line is open five days a week during working hours. Consumers are encouraged to use the Care Line to offer suggestions and express satisfaction as well as for complaints and inquiries. Callers' details are kept strictly confidential.

Feedback is handled according to strict protocols. On the frontline are Consumer Advisory Service (CAS) Agents, who receive the feedback and respond immediately, where possible, using the product knowledge database. If the CAS Agent cannot give a response, the issue is referred to the relevant department. Complaints are categorized as normal, high priority and emergency, and the response is coordinated with relevant divisions through identified contact persons.

The feedback received through the Consumer Care Line generates valuable insights that are communicated throughout the Company in Monthly and Online Reports for each brand. A Top Ten Feedback list is submitted to senior management every month for their review.

The performance of Suara Konsumen is monitored through frequent spontaneous checks by 'mystery callers' to ensure that call handling procedures comply with the protocols. The system is evaluated through periodic Consumer Satisfaction Studies. All complaints and inquiries received in 2013 were dealt with satisfactorily.

Procurement of Goods and Services

The Company prioritises local sourcing of raw materials wherever feasible, and follows the standards and practices for procurement that are set out in the Unilever Business Partner Code and the Sustainable Agriculture Code. The Business Partner Code is designed to ensure fair working conditions throughout the supply chain, including respect for human rights, freedom of association, and remuneration and working hours that are in compliance with Indonesian law. The Sustainable Agriculture Code is aimed at encouraging our suppliers and farmers to adopt sustainable farming practices.

Seluruh calon pemasok menjalani proses audit untuk penilaian kinerja mereka berdasarkan ketahanan-uji, manajemen mutu, manajemen lingkungan, hak-hak azasi manusia dan isu sosial lainnya seperti tercantum dalam Pedoman Mitra Bisnis (Business Partner Code) dan Pedoman Pertanian Berkelanjutan (Sustainable Agriculture Code). Sebagai tambahan, para pemasok disyaratkan untuk mematuhi standar kesehatan, keamanan dan perlindungan lingkungan dari Perseroan secara penuh.

Manajemen Risiko

Direksi bertanggung jawab untuk mengidentifikasi dan menilai risiko yang dihadapi Perseroan dan memastikan bahwa risiko-risiko tersebut dikelola secara efektif. Direksi didukung oleh Komite Manajemen Risiko Korporasi, yang mengatur desain, implementasi dan pemutakhiran sistem manajemen yang efektif secara teratur. Komite ini terdiri atas Group Audit Manager, Financial Controller, Commercial Manager, Business System Manager dan Sekretaris Perusahaan, dan diketuai oleh Chief Financial Officer.

Kami percaya bahwa kami telah mengidentifikasi dan menilai risiko-risiko yang relevan dengan bisnis kami. Berikut ini penjelasan atas beberapa risiko yang penting serta langkah-langkah mitigasi yang ada:

Risiko Operasional

Pengoperasian pabrik kami bergantung pada kemampuan kami untuk menjamin pasokan bahan mentah yang cukup secara tepat waktu dan efektif biaya. Sebagian bahan mentah merupakan komoditas yang diperdagangkan secara global, yang tergantung pada fluktuasi harga akibat perubahan kondisi perekonomian global. Hal ini dapat memberi dampak besar untuk biaya produksi kami.

Harga komoditas tertentu yang kami gunakan meningkat tajam pada 2013 dan tren ini dapat berlanjut pada 2014. Kebijakan tidak menaikkan harga untuk mengimbangi biaya input yang lebih tinggi dapat mengurangi arus kas, laba dan/atau marjin laba kami. Di pihak lain, penetapan harga yang lebih tinggi dibandingkan para kompetitor kami dapat melemahkan daya saing kami dan berujung pada kemerosotan pangsa pasar.

Kebutuhan produksi masa depan ditetapkan melalui pemantauan secara sistematis terhadap perkiraan permintaan bahan mentah. Hal ini memungkinkan kami untuk melakukan pembelian berjangka atas komoditas perdagangan, bila diperlukan, guna me-mitigasi gejala harga komoditas di masa depan. Sebagai tambahan, rencana darurat disiapkan untuk memperoleh sumber pasokan alternatif untuk bahan-bahan utama dalam waktu singkat dan untuk menggunakan bahan pengganti dalam formula dan resep produk kami.

Kami secara teratur melakukan program peningkatan nilai guna mengidentifikasi peluang biaya/nilai baik biaya langsung maupun tak langsung, sementara *benchmarking*

All prospective suppliers undergo an audit to assess their performance on reliability, quality management, environment management, human rights and other social issues set out in the Business Partner Code and the Sustainable Agriculture Code. In addition, suppliers are required to comply with the Company's health, safety and environmental protection standards.

Risk Management

The BoD is responsible for identifying and assessing the risks to which the Company is exposed and ensuring that those risks are managed effectively. The Board is assisted by the Corporate Risk Management Committee, which oversees the design, implementation and regular updating of effective risk management systems. The Committee comprises the Group Audit Manager, Financial Controller, Commercial Managers, Business System Manager and Corporate Secretary, and is chaired by the Chief Financial Officer.

We believe that we have identified and assessed the risks that are relevant to our business. The most important of these, along with the measures in place to mitigate them, are outlined below.

Operation Risk

Our manufacturing operation depends on our ability to secure sufficient supplies of the raw materials for production in a timely, cost-effective manner. Several of these raw materials are globally traded commodities that are subject to price fluctuations caused by changes in global economic conditions. This can have a material influence on our production costs.

The prices of certain commodities that we use increased significantly in 2013 and this trend could continue in 2014. Not increasing our prices to offset higher input costs could reduce our cash flow, profit and/or profit margin. On the other hand, imposing higher price increases than our competitors could undermine our competitiveness and lead to reduced market share.

Future production requirements are determined through systematic monitoring of raw material demand forecasts. This allows us to do forward buying of traded commodities, if necessary, in order to mitigate future volatility in commodity costs. In addition, contingency plans are in place for sourcing alternative supplies of key materials at short notice and for using substitute materials in our product formulations and recipes.

We regularly conduct value improvement programmes to identify cost/value opportunities in both direct and indirect costs, while internal and external benchmarking enables

internal dan eksternal kami mampu mengoptimalkan pendayagunaan kapasitas dan biaya. Harga-harga ditetapkan melalui proses antar-departemen yang mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk nilai dan proposisi produk, guna menentukan tingkat harga optimum.

Risiko Pasar

Indonesia dikenal sebagai salah satu pasar utama yang sedang berkembang dan para pesaing lokal maupun internasional kami telah menyiapkan diri mereka untuk menguasai pangsa yang lebih besar di pasar yang tengah berkembang pesat ini. Kegagalan untuk mengantisipasi hal ini bias berdampak negative terhadap bisnis kami.

Perseroan memfokuskan diri pada sejumlah kategori dan produk dimana kami, atau perusahaan induk kami, memiliki atau mampu membangun keunggulan kompetitif, dan dimana penjualan dan margin dapat tumbuh secara konsisten.

Kami terus memantau tren pasar, melibatkan diri dengan para pelanggan dan pembelanja guna memperoleh insight tentang kesukaan seraya memantau perilaku konsumen untuk mengembangkan kategori yang efektif dan strategi *brand*. Strategi ini selanjutnya diturunkandalam bentuk program inovasi dan pengembangan pasar untuk menciptakan produk-produk dan jasa yang paling relevan dan menarik bagi konsumen.

Kami percaya bahwa portofolio brand kami yang kokoh, produk-produk berkualitas tinggi dengan harga kompetitif, inovasi yang teruji dan kemampuan pengembangan pasar, basis biaya rendah dan eksekusi yang unggul dalam penjualan dan distribusi, serta karyawan yang berkomitmen tinggi untuk memenangkan pasar, telah menempatkan Unilever Indonesia dalam posisi yang kuat untuk bersaing.

Karyawan dan Talenta

Keberhasilan bisnis kami terutama bertumpu pada kemampuan kami untuk menarik dan mempertahankan pribadi-pribadi berbakat dan mumpuni untuk menjalankan strategi kami. Kegagalan dalam memenuhinya dapat membawa implikasi yang serius terhadap daya saing dan pertumbuhan kami.

Komite Sumber Daya telah dibentuk di setiap divisi dan fungsi guna mengidentifikasi ketrampilan dan kapabilitas yang dibutuhkan di masa depan, menetapkan jalur karir dan program pelatihan profesional, melakukan *benchmarking* remunerasi, dan mengidentifikasi talenta utama dan pemimpin masa depan. Kami juga memiliki program pengembangan karyawan yang lengkap, yang mencakup penilaian kerja secara teratur serta didasari oleh serangkaian standar perilaku yang termaktub dalam "Standards of Leadership", pemetaan ketrampilan dan profil, *mentoring*, bimbingan dan pelatihan. Kepuasan karyawan diukur melalui pelaksanaan survei berkala.

us to optimise capacity utilisation and cost. Prices are set through an inter-departmental process that takes into account various factors, including product value and proposition, to determine the optimum price level.

Market Risk

Indonesia is recognised as a key emerging market, and our local and international competitors are positioning themselves to capture a larger share of this rapidly expanding market. Failure to act in anticipation of this challenge could have a negative impact on our business.

The Company focuses on categories and products where we, or our parent company, have or can build a competitive advantage, and where sales and margins can be grown consistently.

We constantly monitor market trends, engage with customers and shoppers to gain insights about preferences and monitor consumer behaviour to develop effective category and brand strategies. These strategies are then translated into innovation and market development projects aimed at delivering relevant and attractive products and services to consumers.

We believe that our strong brand portfolio, high quality yet cost-competitive products, proven innovation and market development capability, low cost base and superior execution in sales and distribution, as well as highly capable people who are committed to winning the market, position Unilever Indonesia to compete on the strongest terms.

People and talent

The success of our business is highly dependent on our ability to attract and retain talented, qualified individuals to execute our strategies. Failure to do so could have serious implications for our competitiveness and growth.

Resource Committees have been established in each of the divisions and functions to identify future skill and capability needs, define career paths and professional training programmes, undertake remuneration benchmarking, and identify key talent and future leaders. We also have in place an integrated people development programme, which encompasses regular performance review and is underpinned by a set of "Standards of Leadership" behaviours, skills and competency profiling, mentoring, coaching and training. Employee satisfaction is measured through regular surveys.

Asuransi

Asuransi Aset Korporasi

Setiap risiko yang terkait dengan aset operasional kami dikelola dengan cara memindahkan risiko ke asuransi Perseroan. Kami mengasuransikan seluruh aset kami, termasuk bangunan, mesin-mesin, kendaraan dan aset dalam tahap pembangunan, yang tersebar di pabrik-pabrik kami di Cikarang dan Rungkut, kantor pusat kami, dan kantor-kantor penjualan kami di seluruh Indonesia. Polis asuransi yang dimiliki Perseroan pada 2013 meliputi:

1. Polis Asuransi Property All Risks (PAR)

Meliputi risiko potensi kerugian aset operasional yang terkait dengan usaha distribusi di Kantor Operasi maupun di kawasan operasi.

2. Polis Asuransi Marine Open Cover

Mencakup risiko potensi kerugian inventaris di lokasi operasi, termasuk inventaris di gudang-gudang maupun tempat transit distributor.

3. Polis Asuransi Kendaraan

Meliputi risiko kendaraan pihak ketiga dan kerugian atau kerusakan terhadap kendaraan milik Perseroan.

4. Polis Asuransi Jaminan Produk Masyarakat

Asuransi PPL mencakup risiko terhadap produk-produk Unilever, seperti risiko penarikan kembali produknya.

Asuransi Kecelakaan Pribadi Perjalanan Bisnis

Karyawan Unilever Indonesia yang sedang melakukan perjalanan bisnis Perseroan mendapatkan perlindungan secara global terhadap kerugian finansial akibat kecelakaan perjalanan. Jaminan asuransi ini diterbitkan oleh PT AIG Insurance Indonesia.

Masalah Hukum

Di tahun 2013 Perseroan menghadapi sejumlah kasus hukum yang terkait dengan operasional Perseroan. Namun demikian, Perseroan meyakini bahwa litigasi ini tidak akan berpengaruh secara material terhadap bisnis atau operasional Perseroan, sekali pun andaikata terjadi keputusan Pengadilan yang tidak berpihak pada Perseroan.

Akses Informasi

Informasi terkini tentang pergerakan harga saham, aksi korporasi, hasil per triwulan dan tahunan serta siaran pers, penyajian dan informasi korporasi lainnya dapat diperoleh dari website kami, www.unilever.co.id. Untuk permintaan keterangan, silahkan menghubungi:

PT Unilever Indonesia Tbk
Graha Unilever
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15
Jakarta 12930
Tel :+62 21 526 2112
Fax: +62 21 526 4020

Insurance

Corporate Assets Insurance

Any risks related to our operational assets are managed by transferring the risk to insurance companies. We insure our fixed assets, including buildings, machinery, vehicles and assets under construction, which are distributed among our factories in Cikarang and Rungkut, our head office, and our depots all over Indonesia. The insurance policies held by the Company in 2013 were as follows:

1. Property All Risks (PAR) Insurance Policies

Covers the risk of potential loss of operational assets in relation to the distribution business at the Head Office and in the areas of operation.

2. Marine Open Cover Insurance Policies

Covers the risk of potential loss of inventories in operational locations, including inventories in distributors' warehouses and in transit.

3. Motor Vehicle Insurance Policies

Covers third party vehicle risk and loss or damage to the Company's vehicles.

4. Public Product Liability Insurance Policies

PPL insurance covers risks to Unilever products, such as the risk of product recall.

Business travel personal accident insurance

Unilever Indonesia employees travelling on Company business are protected by worldwide coverage against financial losses resulting from accidents during travel. This insurance is issued by PT AIG Insurance Indonesia.

Litigation

The Company was involved in a number of legal cases in 2013 that related to the Company's operations. However, the Company believes that this litigation will not have a direct material impact on the business or the operation of the Company, even if the Court does not rule in favour of the Company.

Access to Information

Up-to-date information on share price movements, corporate actions, quarterly and annual results as well as press releases, presentations and other corporate information is available on our website, www.unilever.co.id. Inquiries are welcome, and may be made at any time to:

PT Unilever Indonesia Tbk
Graha Unilever
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15
Jakarta 12930
Tel :+62 21 526 2112
Fax: +62 21 526 4020

Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Human Resource Management and Development

Sebagai pemimpin pasar dalam industri berbasis inovasi yang dinamis, keberhasilan kami bertumpu pada kreativitas, visi dan dedikasi dari orang-orang kami. Kami bertekad untuk menciptakan lingkungan dimana ciri-ciri tersebut dapat selaras dengan sasaran pertumbuhan Perseroan. Pada 2013 kami melaksanakan berbagai proyek bisnis untuk menilai kesiapan talenta dan organisasi demi mencapai ambisi kami. Sebagai hasil dari asesmen ini, Perseroan telah mulai mengimplementasikan berbagai proyek guna memastikan bahwa kami tetap berdaya saing tinggi, sigap dan tanggap.

Sepanjang 2013, kami terus mengembangkan pipeline talenta yang kuat untuk menjamin pertumbuhan masa depan Perseroan. Kapasitas kami untuk menarik talenta cemerlang dan terbaik sungguh menentukan, dan kami terus mengimplementasikan dan meluncurkan berbagai prakarsa guna membangun brand kami sebagai salah satu pengusaha terbaik di Indonesia. Berkat komitmen ini, Unilever Indonesia berhasil mempertahankan peringkat utama dalam sebuah survei independen tentang *brand* pemberi kerja tahun 2013 di kalangan para mahasiswa, sebagai organisasi paling favorit untuk tempat bekerja. Para karyawan baru dapat mengharapkan sebuah karir yang menantang dan karir yang beragam, yang menawarkan sejumlah peluang baik untuk pengembangan *professional* maupun pribadi melalui serangkaian kombinasi pelatihan terstruktur, sistem *mentoring* kelas-dunia, pembelajaran yang berkesinambungan dan praktik kerja langsung dalam berbagai fungsi bisnis baik di Indonesia maupun manca negara bagi mereka yang berbakat tepat dan berpotensi kuat untuk maju meraih level tertinggi dalam jenjang Perseroan.

Kepentingan kami adalah untuk mempertajam jenis dan ragam keterampilan dan potensi yang dimiliki para karyawan kami sepenuhnya, dengan menyelenggarakan program-program pelatihan dan pengembangan yang dirancang untuk membangun kompetensi teknis maupun *soft skills* seperti kepemimpinan. Lebih dari 2.188 modul pelatihan ditawarkan pada 2013, dibanding 2.046 pada 2012, sedangkan *event* pelatihan internal naik menjadi 1.575 dari 1.416 pada 2012. Sebagai bagian dari jaringan grup sedunia, Unilever Indonesia percaya akan pentingnya para pemimpin masa depan untuk memiliki perspektif yang lebih mendunia, dan karena itu kami memberikan peluang bagi mereka dalam pipeline talenta untuk meraih posisi regional maupun global dalam jaringan Grup.

Komitmen kami adalah menyediakan lingkungan kerja yang menantang sekaligus menguntungkan yang memupuk kreativitas dan inovasi telah memungkinkan Unilever

As market leaders in a dynamic, innovation-driven industry, our success rests on the creativity, vision and dedication of our people. We are determined to create an environment in which these attributes can thrive in alignment with the Company's growth objectives. In 2013 we conducted a business project to assess our talent and organizational readiness to achieve our ambitions. As a result of this assessment, the Company has begun to implement various projects to ensure that we remain strongly competitive, agile and relevant.

Throughout 2013, we continued to develop a strong talent pipeline to secure the Company's future growth. Our capacity to attract the brightest and best is critical, and we continued to implement and launch various initiatives to build our brand as one of the country's best employers. Thanks to this commitment, Unilever Indonesia retained its top ranking in an independent 2013 employer brand survey among university students, as the most preferred organisation to work for. New employees can expect a challenging and varied career, with numerous opportunities for both professional and personal development through a combination of structured training, world-class mentoring, continuous learning and hands-on experience in various functions of the business in Indonesia and abroad as those with the right aptitude and strong potential progress towards the highest echelons of the Company.

Our concern is to harness the full range of skills and potential our people possess, by providing learning and development programs designed to build technical competencies as well as 'soft' skills such as leadership. More than 2,188 training modules were offered in 2013, compared to 2,046 in 2012, while the total of internal training events rose to 1,575 from 1,416 in 2012. As part of a worldwide group Unilever Indonesia believes that it is important for future leaders to have a more global perspective, and we therefore provide opportunities for those in the talent pipeline to take up regional and global postings within the Group.

Our commitment to providing a challenging and rewarding work environment that nurtures creativity and innovation has enabled Unilever to keep its overall employee attrition far



Hak dan kewajiban Perseroan dan para karyawan kami telah dirumuskan dalam Perjanjian Kerja Bersama (PKB) yang dilakukan pembahasan kembali setiap dua tahun sekali.

The rights and responsibilities of the Company and our employees are enshrined in a Collective Labour Agreement (CLA), which is renegotiated every two years.

untuk mempertahankan jumlah pengurangan karyawan jauh di bawah rata-rata pasar. Pada 2013 kami mencatat peningkatan signifikan dalam Perlibatan Karyawan, sebagaimana diukur melalui Survei Karyawan Global tahunan kami. *Insight* dari *survey* semacam itu memberikan masukan yang penting mengenai bagaimana cara kami untuk melanjutkan pola motivasi dan inspirasi karyawan. Pada saat yang sama Perseroan juga menggalakkan serangkaian tindakan serius untuk meningkatkan produktivitas melalui reorganisasi berbagai departemen. Hal ini telah membuahkan hasil peningkatan produktivitas karyawan di beberapa departemen, dan kami berharap dapat mencapai peningkatan produktivitas pada level manajemen pada saat prakarsa ini selesai dilaksanakan pada akhir 2015.

Hubungan industrial merupakan sebuah indikator penting dalam keberlanjutan jangka-panjang sebuah organisasi. Hak dan kewajiban Perseroan dan para karyawan kami telah dirumuskan dalam Perjanjian Kerja Bersama (PKB), hasil kesepakatan bersama antara pihak Manajemen dan Serikat Pekerja Unilever Indonesia, SPKEP-FSPSI, yang dilakukan pembahasan kembali setiap dua tahun sekali. Di luar dari terjadinya sedikit keresahan di sejumlah wilayah terkait dengan penetapan UMR setempat, Unilever Indonesia berhasil mempertahankan iklim hubungan industrial yang harmonis sepanjang tahun. Komitmen manajemen dan serikat pekerja untuk siap berunding melalui dialog menjadi landasan penting dalam aspek ini, seiring dengan kepatuhan Perseroan sepenuhnya terhadap seluruh ketentuan undang-undang dan peraturan yang berlaku.

Pedoman Bisnis Unilever Indonesia atau Code of Business Practice (CoBP) melengkapi PKB dengan merumuskan nilai-nilai korporasi yang menjadi pedoman seluruh aspek dari bisnis kami. CoBP memberikan panduan tentang operasionalisasi nilai-nilai tersebut di seluruh lingkup Perseroan untuk menciptakan lingkungan kerja yang mengutamakan rasa saling percaya dan menghargai, dan di dalamnya baik karyawan maupun pemangku-kepentingan terlindung dari tindakan sewenang-wenang, kecurangan dan

below the market average. In 2013 we noted significant improvements in Employee Engagement, as measured through our annual Global People Survey. The insights from such surveys provide important input on how we can continue to motivate and inspire employees. At the same time the Company has also embarked on a serious effort to improve productivity by reorganising various departments. This has already yielded increases in employee productivity in certain departments, and we expect to see improvements in productivity at managerial level by the time the initiative is complete at the end of 2015.

Industrial relations are an important measure of the long-term sustainability of an organisation. The rights and responsibilities of the Company and our employees are enshrined in a Collective Labour Agreement (CLA), which is drawn up jointly by Management and the Unilever Indonesia trade union, SPKEP-FSPSI, and renegotiated every two years. Despite minor unrest in a number of parts of the country related to increases in the minimum wage, Unilever Indonesiawas able to maintain a harmonious industrial relations climate throughout the year. Management and the union's commitment to engage in dialogue was pivotal in this regard, alongside the Company's full compliance with all new and existing labour legislation.

Unilever Indonesia's Code of Business Practice (CoBP) complements the CLA by defining the corporate values that guide all aspects of our business. The CoBP provides guidance on operationalising these values throughout the Company to create a working environment that promotes mutual respect and trust, and in which employees and stakeholders are protected against arbitrary, unfair or illegal actions taken by any member of the Company. Any non-compliance with

Persentase karyawan berdasarkan usia untuk tahun 2013

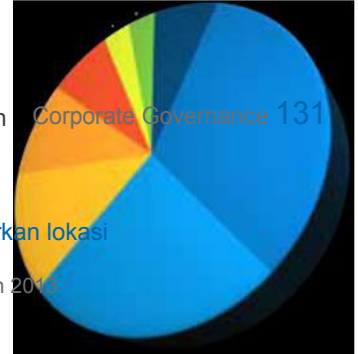
employee percentage by age in 2013



- <20
- 21-25
- 26-30
- 31-35
- 36-40
- 41-45
- 46-50
- >51

Persentase karyawan berdasarkan lokasi untuk tahun 2013

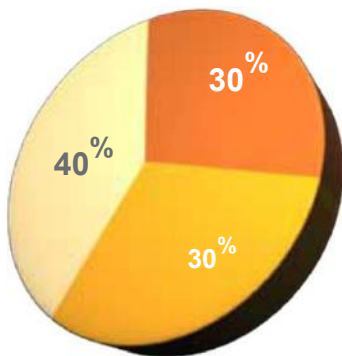
employee percentage by location in 2013



- Area Area
- Pabrik Factory
- Kantor pusat dan kantor lainnya
Head office and other offices

Persentase karyawan staf perempuan untuk tahun 2013

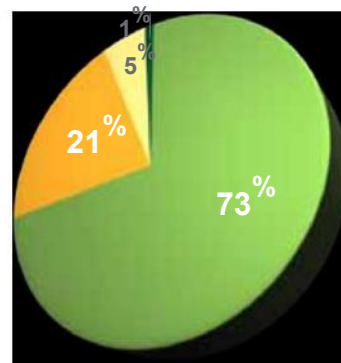
woman employee percentage in 2013



- Direksi
Board of Directors
- Manajer Senior
senior manager
- Manajer
Manager

persentase staf manajerial untuk tahun 2013

managerial employee percentage in 2013



- Asisten Manajer
assistant manager
- Manajer
Manager
- Manajer Senior
senior manager
- Direksi
Board

pelanggaran oleh anggota yang lain dari Perseroan. Setiap pelanggaran terhadap Pedoman ini dapat dilaporkan, secara rahasia sepenuhnya, melalui mekanisme pelaporan tindak pelanggaran Perseroan, yang disebut sebagai skema Blue Umbrella.

Menjunjung tinggi nilai-nilai inti kami juga berarti mengutamakan kesetaraan, keragaman dan sifat inklusif di lingkungan kerja. Kami memantau dan mengkaji ulang kebijakan dan praktik pelaksanaan kami guna memastikan bahwa seluruh karyawan, baik yang potensial maupun yang sekarang, memiliki akses yang sama terhadap rekrutmen, pengembangan karir dan kesempatan promosi, serta secara teratur menelaah kembali praktik remunerasi guna menjamin tidak terjadinya bias gender. Sementara jumlah karyawan perempuan saat ini berjumlah lebih dari sepertiga dari keseluruhan manajer, senior manajer dan direktur, kami membuat kemajuan yang mantap dalam meningkatkan representasi mereka. Memahami bahwa wanita pada umumnya menanggung porsi yang lebih besar dalam tanggung jawab mengurus rumah tangga, maka kami menyediakan dukungan praktis seperti ruang *nursery* dan fasilitas *day care* untuk anak-anak pada waktu-waktu tertentu, guna menunjang pemenuhan potensi mereka dalam lingkungan korporasi.

the Code can be reported, in strict confidence, through the Company's whistleblower mechanism, known as the Blue Umbrella scheme.

Living up to our core values also means championing equality, diversity and inclusiveness in the workplace. We monitor and review our policies and practices to ensure that all potential and existing employees have access to the same recruitment, career development and promotion opportunities, and regularly audit our remuneration practices to ensure that there is no gender bias. While women currently make up more than one-third of all managers, senior managers and Directors, we are making steady progress on improving their representation. Recognizing that women typically bear a greater share of family caretaking responsibilities, we provide practical support such as nursing facilities and occasional day care for children, to help them towards fulfilling their potential in the corporate environment.

SOSIAL perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR)



Bulan Kesehatan Gigi Nasional di Bali.
National Oral Health Month in Bali.



Uraian singkat CSR CSR Objective

Sebagai warga global, kami berusaha untuk menciptakan dampak sosial yang positif sekaligus mengurangi dampak negatif kami terhadap lingkungan, melalui pertumbuhan yang bertanggung jawab dan merata.

As a global citizen, we seek to make a positive social impact while reducing our environmental impact through responsible and equitable growth.

Model bisnis Unilever berlandaskan pada pertumbuhan yang merata dan berkelanjutan. Kami yakin, dengan memenuhi kebutuhan masyarakat dan lingkungan serta kepentingan para pemegang saham, bisnis kami akan diuntungkan: masa depan bisnis kami tergantung pada sehatnya pertumbuhan pasar serta suburnya lingkungan yang menjadi lahan penanaman bahan mentah kami. Sebagai warga global, kami berusaha untuk menciptakan dampak sosial yang positif sekaligus mengurangi dampak negatif kami terhadap lingkungan, melalui pertumbuhan yang bertanggung jawab dan merata.

Unilever Sustainable Living Plan (USLP), yang diluncurkan pada November 2010, memberikan panduan bagi kami dalam mencapai visi kami. Di dalam USLP, terdapat lebih dari 50 target spesifik di seluruh mata-rantai nilai, mulai dari cara pemasok kami menanam bahan mentah untuk produk-produk kami sampai ke cara konsumen menggunakan produk dan membuang kemasannya. Dengan memenuhi target-target ini, kami berharap dapat mendukung tercapainya tiga tujuan utama USLP tahun 2020, yakni:

- Membantu lebih dari 1 miliar orang melakukan tindakan nyata guna meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan mereka;

Unilever's business model is based on sustainable, equitable growth. We believe that addressing the needs of citizens and the environment as well as the interests of our shareholders makes good business sense: our future as a business depends on the healthy growth of markets and thriving environments to supply our raw materials. As a global citizen, we seek to make a positive social impact while reducing our environmental impact through responsible and equitable growth.

The Unilever Sustainable Living Plan (USLP), launched in November 2010, provides a roadmap for achieving this vision. The USLP sets out more than 50 specific targets all along the value chain, from the way our suppliers grow the raw materials for our products to the way consumers uses and dispose of them. Performing on these targets is expected to contribute to the achievement of the USLP's three major goals for 2020:

- To help more than 1 billion people take action to improve their health and wellbeing;

- Mengurangi jejak lingkungan yang ditimbulkan oleh produk-produk kami;
- Memasok 100% bahan mentah pertanian kami dari sumber yang dikelola secara lestari.

Unilever Indonesia telah menjadikan prinsip-prinsip USLP sebagai bagian dari strategi pertumbuhan berkelanjutan kami dan telah berkomitmen untuk mencapai target-target kami dalam *sustainability*.

Program tanggung jawab sosial (CSR) Unilever Indonesia memperkuat komitmen ini dengan menghubungkan model bisnis kami dengan masalah-masalah yang dihadapi masyarakat Indonesia, khususnya berkaitan dengan kesehatan, pendidikan, kemiskinan, pengelolaan limbah, kelestarian sumber dan perubahan iklim. Dengan mendukung dan secara intens melibatkan para pemangku kepentingan dalam menyikapi berbagai masalah, mulai dari pertanian lestari sampai masalah kebersihan dan pola makan yang sehat, pembuangan limbah secara bertanggungjawab dan pengurangan emisi pabrik, kami mendukung langkah pemberdayaan ekonomi dan pembentukan gaya hidup serta pola konsumsi yang lebih berkelanjutan. Hal ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari misi kami untuk membantu masyarakat merasa nyaman, tampil menarik dan lebih menikmati kehidupan, sekaligus mengurangi jejak lingkungan kami.

Program CSR kami diselaraskan dengan tiga pilar USLP:

- Meningkatkan Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat;
- Mengurangi Dampak Lingkungan kami di Masyarakat; dan
- Meningkatkan Penghidupan.

Beberapa kegiatan dan prakarsa di bawah program CSR diimplementasikan atau difasilitasi oleh Yayasan Unilever Indonesia, yang merupakan kepanjangan tangan Perseroan dalam menangani kesejahteraan masyarakat.

- To halve the environmental footprint of our products;
- To source 100% of our agricultural raw materials sustainably.

Unilever Indonesia has adopted the USLP principles as part of its own sustainable growth strategy and has committed to reaching its targets on sustainability.

Unilever Indonesia's corporate social responsibility (CSR) programme underpins this commitment by focusing on the interaction between our business model and the challenges we face here in Indonesia, particularly health, education, poverty, waste management, resource sustainability and climate change. Through promoting and facilitating meaningful stakeholder engagement with issues that range from sustainable farming to hygiene and healthy eating, responsible waste disposal and lowering factory emissions, we are supporting economic empowerment and more sustainable lifestyles and consumption patterns. This is an inseparable part of our mission to help people feel good, look good and get more out of life, while reducing our environmental footprint.

Our CSR programme is aligned with the three pillars of the USLP:

- Improving Health and Wellbeing in the Community;
- Reducing our Environmental Impact on the Community; and
- Enhancing Livelihoods.

Several of the activities and initiatives under the CSR programme are implemented or facilitated by the Unilever Indonesia Foundation, the Company's social welfare arm.



Program Desa Sehat di Yogyakarta.
'Desa Sehat' Programme in Yogyakarta.

Meningkatkan Kesehatan dan Kesejahteraan di Lingkungan Masyarakat

Komitmen Unilever Indonesia untuk meningkatkan kesehatan masyarakat diimplementasikan melalui berbagai program berbasis masyarakat dan melibatkan di sekolah dan komunitas, yang berfokus pada sanitasi dan kebersihan pribadi, kesehatan reproduksi dan nutrisi. Dengan menyasar pada berbagai kelompok dan dukungan para pemangku kepentingan — misalnya melalui sekolah dan klinik — kami memastikan bahwa pesan-pesan tersebut digaungkan secara memadai dan diimplementasikan secara merata di seluruh masyarakat. Sebagai pengakuan atas sumbangsih program-program tersebut terhadap pencapaian Indonesia dalam Millennium Development Goals (MDGs), Perseroan meraih MDG Award 2012 dari Pemerintah atas kontribusinya terhadap kesehatan ibu dan anak.

Program Sekolah Sehat berfokus pada penanaman pola hidup bersih dan sehat di kalangan siswa Sekolah Dasar, seperti cuci tangan pakai sabun di 5 saat penting, khususnya sehabis ke toilet dan sebelum makan; gosok gigi pagi dan malam, sarapan bergizi sebelum berangkat sekolah, dan penggunaan toilet secara benar baik di sekolah maupun di rumah. Pesan-pesan ini diperkuat oleh para siswa terlatih yang bekerjasama dengan teman-teman sebaya mereka sebagai 'dokter kecil', dengan dukungan dari para guru, komite sekolah, dan kader-kader terlatih dari posyandu dan puskesmas di kawasan-kawasan yang menjadi target di seluruh Indonesia. Pada 2013, program ini menjangkau 3,5 juta anak, dengan dukungan dari 100.000 dokter kecil.

Seperti Program Kesehatan Sekolah, Program Anak-Anak diimplementasikan melalui kader-kader terlatih yang bekerja bersama para ibu dan pengasuh anak melalui Posyandu dan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) guna membantu mereka dan anak-anak prasekolah menerapkan pola hidup bersih dan sehat saat anak berada dalam 'usia emas' — yakni saat anak berusia balita — saat ia sangat terbuka terhadap segala hal. Manfaat program ini telah dirasakan oleh 208.632 balita pada 2013, difasilitasi oleh 4.510 kader. Baik Program Anak-Anak maupun Program Kesehatan Sekolah dilaksanakan dalam kaitannya dengan misi sosial *brand* dari *brand* kami yang paling ikonik, Lifebuoy.

Program Pasar Sehat memanfaatkan secara optimal media sosial seperti Facebook, Twitter dan website Unilever Indonesia guna menyampaikan pesan-pesan tentang kesehatan reproduksi, pencegahan HIV/AIDS dan kebersihan pribadi kepada lebih banyak murid sekolah. Program yang dilaksanakan oleh Yayasan Unilever Indonesia dan para mitranya tersebut telah menjangkau 74.439 siswa sekolah menengah dan lanjutan di tahun 2013 dan telah memberdayakan 1.408 siswa untuk menjadi Duta Sekolah yang aktif, melibatkan teman-teman sebaya

Improving Health and Wellbeing in the Community

Unilever Indonesia's commitment to improving public health is implemented through various community-led programmes and interventions in schools and communities, focusing on sanitation and personal hygiene, reproductive health and nutrition. Targeting different groups and stakeholder support —for example, through schools and clinics—helps to ensure message amplification and mutual reinforcement throughout the community. In recognition of the impact these programmes are having on Indonesia's achievement of the Millennium Development Goals (MDGs), the Company received a 2012 MDG Award from the Government for its contribution to maternal and child health.

The School Health Programme focuses on embedding good health and hygiene habits among primary school children, such as hand washing with soap at 5 critical times, particularly after going to the toilet and before eating; brushing their teeth day and night, having a nutritious breakfast before going to school, and using the toilet properly at school and at home. These messages are reinforced by empowered students who work with their peers as 'little doctors', with the support of teachers, school committees, and trained cadres from posyandu (village health posts) and puskesmas (community health centres) in targeted areas across Indonesia. In 2013, the programme reached 3.5 million children, supported by 100,000 Little Doctors.

Like the School Health Programme, the Kids' Programme is implemented through trained cadres who work with mothers and caregivers through Posyandu and early years education programmes to help them and their pre-school children adopt healthy nutrition and hygiene habits during the crucial 'golden age'—the window of opportunity when a child is under five — and at his or her most receptive. The programme benefited 208,632 under-fives in 2013, facilitated by 4,510 cadres. Both the Kids' Programme and the School Health Programme are linked to the brand social mission of our iconic brand, Lifebuoy.

The Youth Health Programme made good use of social media such as Facebook, Twitter and the Unilever Indonesia website to get its messages on reproductive health, HIV/ AIDS prevention and personal hygiene out to more students. The programme, implemented by the Unilever Indonesia Foundation and its partners, reached 74,439 junior and senior high school students in 2013 and empowered 1,408 students to serve as School Ambassadors, engaging their

mereka untuk menerapkan pola hidup sehat dan mencegah perilaku berisiko-tinggi yang dapat membuat mereka rawan terhadap HIV dan gangguan-gangguan kesehatan lainnya.

Unilever Indonesia juga aktif melibatkan diri dalam membangun kesadaran terhadap HIV dan AIDS di tempat kerja melalui kolaborasi bersama IBCA (Indonesia Business Coalition on AIDS).

Membangun kesadaran dan perilaku hidup yang sehat, bersih dan aman di kalangan pedagang dan pekerja di pasar tradisional merupakan tujuan dari Program Pasar Sehat. Program yang mulai digelar pada 2010 di Pasar Piyungan, Yogyakarta, ini selanjutnya dikembangkan ke beberapa pasar tradisional lainnya di Yogyakarta dan Jawa Timur selama lebih dari dua tahun dan juga pada 2013. Program ini menjangkau 3 pasar di Yogyakarta, 1 pasar di Bali, 3 pasar di Jakarta dan 1 pasar di Jawa Barat. Melalui program ini, para pedagang juga dilatih untuk memahami strategi pemasaran, pengelolaan keuangan sederhana dan pengetahuan produk guna membantu mereka mengembangkan usahanya. Pasar-pasar yang lebih bersih, lebih aman dan terkelola dengan lebih baik ini membawa keuntungan bagi komunitas mereka, menarik lebih banyak pelanggan; sekaligus meningkatkan perekonomian setempat.

Melalui Program Desa Sehat, warga masyarakat memperoleh penyuluhan untuk merancang program pengembangan kesehatan mereka sendiri dan memotivasi komunitas mereka untuk menerapkan gaya hidup bersih dan sehat. Pada 2013, program ini menjangkau 740.000 orang di 38 desa di wilayah Jawa Barat, Yogyakarta dan Jawa Timur.

Kemitraan Global

Program Nutrisi kami diimplementasikan melalui kolaborasi dalam Project Laser Beam, sebuah kemitraan publik-swasta tingkat internasional yang melibatkan World Food Programme (WFP- Program Pangan Sedunia), Unilever, Kraft Foods, GAIN dan DSM World Food Programme, yang dibentuk pada 2009 untuk mengatasi problem malnutrisi di kalangan anak-anak kecil. Unilever Indonesia secara khusus mendukung program ini di NTT, melalui program Makanan Tambahan bagi Anak Sekolah dari WFP yang diperkuat dengan pendidikan kesehatan, kebersihan, sanitasi dan gizi, dengan penekanan pada cuci tangan pakai sabun serta makanan yang aman dan bergizi seimbang. Pada 2013, program ini menjangkau 10.250 anak sekolah di 41 sekolah di kabupaten Kupang dan Timor Tengah Selatan.

Pada 2013, Unilever Indonesia juga membangun kemitraan strategis dengan UNICEF guna menunjang program Sanitasi Total Berbasis Komunitas (Community-led Total Sanitation/CLTS) di Sumba Barat Daya, NTT.

peers to adopt healthier lifestyles and avoid high-risk behaviours that can make them vulnerable to HIV and other health problems.

Unilever Indonesia is also actively involved in building HIV and AIDS awareness in the work place in collaboration with the IBCA (Indonesia Business Coalition on AIDS).

Mobilising greater health, hygiene and safety awareness and practices among traditional market vendors and workers is the aim of the Healthy Market Programme. Initiated in 2010 in Pasar (market) Piyungan, Yogyakarta, it was extended to several other traditional markets in Yogyakarta and East Java over the next two years and in 2013, the program reached market stakeholders in Yogyakarta (3 markets), Bali (1 market), Jakarta (3 markets) and West Java (1 market). Through the programme, vendors are also being trained in marketing strategies, simple financial management and product knowledge to help them grow their businesses. Cleaner, safer and better managed, the participating markets are benefitting their communities by attracting more customers and boosting the local economy.

Through the Healthy Village Programme, community members are being empowered to design their own health development programmes and motivate their communities to adopt healthier lifestyles and hygiene habits. In 2013, the programme reached 740,000 people in 38 villages in West Java, Yogyakarta and East Java.

Global Partnerships

Our Nutrition Programme is implemented in collaboration with Project Laser Beam, an international public-private partnership among the World Food Programme (WFP), Unilever, Kraft Foods, GAIN and DSM World Food Programme, who joined forces in 2009 to combat malnutrition among young children. Working specifically in NTT, Unilever Indonesia is supporting the programme by strengthening the impact of the WFP's School Meal Programme through health, hygiene, sanitation and nutrition education, with an emphasis on hand washing with soap and eating a nutritionally balanced and safe diet. In 2013, the programme benefitted 10,250 students in 41 schools in Kupang and Timor Tengah Selatan districts.

In 2013, Unilever Indonesia also forged a strategic partnership with UNICEF to support a Community-led Total Sanitation (CLTS) programme in Sumba Barat Daya, NTT.



Bekerjasama dengan masyarakat, pemerintah daerah dan LSM, kami telah memprakarsai serangkaian kegiatan berbasis masyarakat untuk mengatasi pengelolaan sampah di bawah payung program Green and Clean.

Working hand-in-hand with communities, local authorities and NGOs, we have initiated a series of community-led activities to address waste management under the umbrella of Green and Clean programme.

Kemitraan ini membuahkan sejumlah prakarsa seperti kampanye ODF (Open Defecation Free) yang mengedukasi masyarakat dari tingkat propinsi sampai tingkat distrik untuk tidak buang air besar tidak pada tempatnya. Aktivitas masyarakat ini dilakukan bersamaan dengan pembangunan kapabilitas untuk pembekalan karyawan Pemda setempat agar nantinya bisa mengambil alih tanggungjawab dalam implementasi program.

Mengurangi Dampak Lingkungan Kami pada Masyarakat

Semakin bertambahnya jumlah sampah merupakan tantangan serius di daerah perkotaan di seluruh Indonesia, yang berdampak terhadap masalah kesehatan, polusi dan banjir bandang di kota besar seperti Jakarta. Bekerjasama dengan masyarakat, otoritas setempat dan sejumlah LSM, kami memprakarsai serangkaian aktivitas berbasis masyarakat untuk pengelolaan sampah di bawah payung program Green & Clean kami.

The partnership is rolling out several initiatives such as an ODF (Open Defecation Free) campaign, which are cascaded from the province to the district level. Community activities are implemented in parallel with capacity building for local government staff capacity to equip them to take over responsibility for program implementation.

Reducing our Environmental Impact on the Community

The proliferation of waste is a serious challenge to the environment in urban areas across Indonesia, contributing to health problems, pollution and even major flooding in large cities like Jakarta. Working hand-in-hand with communities, local authorities and NGOs, we have initiated a series of community-led activities to address waste management under the umbrella of our Green and Clean programme.

Program Green & Clean dimotori oleh sejumlah 'agen perubahan' dari masyarakat setempat yang menyebarkan informasi dan menggerakkan rekan-rekan mereka untuk terlibat dalam kegiatan untuk meningkatkan kondisi lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Nantinya, mereka diharapkan punya rasa memiliki terhadap program-program tersebut. Program ini juga mendukung penciptaan Paguyuban – sebuah forum tingkat kota yang terdiri dari para fasilitator lingkungan yang menggelar program tersebut di berbagai wilayah di tiap kota.

Salah satu pilar program Green & Clean adalah konsep Bank Sampah (Community Waste Bank), yang di tahun 2013 telah dilaksanakan di 712 komunitas di 10 kota intervensi Green & Clean di seluruh Indonesia. Melalui konsep ini, masyarakat didorong untuk mengumpulkan, memilah dan menjual sampah anorganik mereka guna memperoleh keuntungan. Pada akhir tahun, bank-bank sampah lingkungan ini telah menyerap sampah anorganik sebanyak 1.200 ton dari 36.479 rumah tangga yang berpartisipasi, dan dinikmati oleh 182.395 penerima manfaat langsung. Bank-bank sampah ini bukan saja menunjang pembuangan sampah secara aman dan higienis, namun juga mendorong pengembangan aktivitas ekonomi skala kecil lainnya seperti skema tabungan dan pinjaman, usaha kecil yang menjual barang-barang kerajinan rumah tangga dan koperasi.

Agar masyarakat di tempat lain bisa mencontoh konsep ini, pada 2013 kami menyusun panduan bank sampah yang pertama, yang berisi petunjuk cara-cara mendirikan, menjalankan dan memantau bank sampah; serta 10 kisah sukses bank sampah terbaik di 10 kota intervensi Green & Clean. Kami juga mengembangkan *data-base* bank sampah terpadu, yang mencatat pencapaian Indikator Kinerja Utama (Key Performance Indicators/KPI) bulanan dari masing-masing bank sampah (meliputi jumlah sampah yang ditampung, perputaran jumlah sampah, dan jumlah anggota bank sampah). *Database* ini memberikan data yang sah, menyeluruh dan dapat dibandingkan mengenai kemajuan yang dicapai oleh program ini. Kami terus mencari cara untuk menyempurnakan sistem; dan di tahun 2013 kami menugaskan asesmen sistem ini kepada sebuah lembaga independen, INSWA (Indonesia Solid Waste Association). Kajian ini merekomendasikan modifikasi pada sistem klasifikasi bank sampah dan pendirian bank sampah berlingkup kota.

Industri kami menghasilkan limbah kemasan bekas-pakai konsumen dalam jumlah yang besar—terdiri atas kemasan isi ulang dan *sachet* yang ada pada produk-produk Home and Personal Care serta beberapa jenis produk makanan kami. Sebagai bagian dari komitmen kami untuk mengurangi volume limbah bekas ini, Unilever Indonesia bergabung dengan Coalition for Sustainable Packaging (CSP: Koalisi untuk Kemasan yang Berkelanjutan), sebuah koalisi sektor swasta yang beranggotakan perusahaan-perusahaan FMCG di Indonesia. Pada 2013, bersama mitra koalisi kami Coca Cola Indonesia, Aqua Danone,

The Green and Clean Programme is facilitated by change agents from the community who inform and mobilise their peers to engage with initiatives to improve their environment and wellbeing, and eventually to take ownership of them. The programme also supports the creation of 'Paguyuban'—city-level forums of environment facilitators who roll out the programme in other parts of each city.

One of the pillars of the Green and Clean programme is the Community Waste Bank concept, which in 2013 was up and running in 712 communities in 10 Green and Clean cities across Indonesia. Through this concept, communities are encouraged to collect, sort and sell their inorganic waste for profit. By the end of the year, these community waste banks had absorbed around 1,200 tons of inorganic waste from 36,479 participating households, and impacted 182,395 direct beneficiaries. Not only have the waste banks helped to dispose of waste more safely and hygienically, they are also driving the development of other small-scale economic activities such as savings and loan schemes, small enterprises selling household goods, and cooperatives.

To help other communities replicate the concept, in 2013 we developed the first waste bank toolkit, comprising guidelines on setting up, running and monitoring the waste bank system, and 10 success stories depicting best waste bank practices in the 10 Green and Clean cities. We also developed an integrated waste bank database, which captures the monthly key performance indicators (KPI) of each waste bank (waste absorbed, turnover of waste, and number of waste bank members), providing comprehensive, comparable and valid data on the progress of the system. We continue to seek ways to improve the system, and in 2013 we commissioned an assessment of the system by an independent party, INSWA (Indonesia Solid Waste Association). The study recommended modifications of the waste bank classification system and the establishment of city level waste banks.

Our industry generates a considerable amount of post-consumer packaging waste—the pouches and sachets that our home and personal care products, as well as some food items, are sold in. As part of our commitment to reduce the volume of this waste, Unilever Indonesia joined forces with the Coalition for Sustainable Packaging (CSP), a private sector coalition of multinational FMCG companies in Indonesia. In 2013, together with our coalition partners Coca Cola Indonesia, Aqua Danone, Nestle, Tetrapack and Indofood, we collaborated on strategic advocacy and communication about sustainable post-consumer

Nestle, Tetrapack dan Indofood, kami bekerjasama untuk membangun advokasi dan komunikasi strategis tentang pengelolaan kemasan bekas pakai secara berkelanjutan. Kami mencoba mengidentifikasi peran dan tanggung jawab dari beragam pemangku kepentingan dan melibatkan mereka dalam penciptaan konsep holistik untuk mengelola kemasan bekas pakai dari semua sektor.

Program Pengumpulan Sampah (Waste Collection Programme) diadakan untuk menyediakan dan mengembangkan jalur pengumpulan sampah lain selain bank sampah. Program ini dijalankan dengan melibatkan tiga pihak: toko, warga masyarakat dan pengepul sampah. Melalui toko, kami berupaya untuk menghubungkan konsep bank sampah dengan toko, sehingga nasabah bank sampah dapat menukarkan tabungan sampah mereka dengan barang-barang keperluan sehari-hari. Melalui program dengan para pengepul, kami merancang kemitraan antara para pengepul agar mereka bisa mengembangkan usahanya sekaligus menampung lebih banyak sampah. Pada 2013, 11 ton sampah dikumpulkan dari toko dan warga masyarakat, dengan melibatkan 4.730 penerima manfaat langsung.

Di tujuh dari kota-kota intervensi program Green & Clean kami, Unilever Indonesia bekerja-sama dengan Serikat Isteri Kabinet Indonesia Bersatu (SIKIB), dalam Program Perkebunan Kota (Urban Farming Programme). Program ini bertujuan untuk mempromosikan peningkatan gizi dan kesejahteraan di wilayah-wilayah kurang beruntung melalui cara menanam sayur di halaman atau kebun, yang menjadi sumber bahan pangan yang segar dan sehat, sekaligus menghemat belanja keluarga. Sejak peluncurannya pada 2011, program perkebunan kota telah menjangkau 150 lingkungan, termasuk 30 lingkungan masing-masing di Jakarta, Surabaya, dan Makassar serta masing-masing 15 di Yogyakarta, Bandung, Medan dan Banjarmasin.

Sustainable Sourcing dan Peningkatan Penghidupan Masyarakat

Salah satu target USLP adalah untuk memasok 100% bahan baku pertanian kami dari sumber yang *sustainable/*lestari pada 2020. Investasi kami untuk merealisasikan target ini melalui para petani kami dan program pengembangan masyarakat telah membawa manfaat berlipat ganda bagi para petani kecil; serta mendukung terjaminnya pasokan bahan baku pertanian untuk jangka panjang.

Unilever Indonesia bekerja sama secara intensif dengan para petani dan koperasi, berdampingan dengan Kementerian Pertanian dan para mitra LSM kami, untuk memfasilitasi diterapkannya praktik-praktik dan cara bertani yang berkelanjutan guna meningkatkan produktivitas, serta mendorong para petani untuk lebih memahami tanggung jawab mereka sebagai pemasok dan praktisi pertanian berkelanjutan. Program ini berfokus pada tiga dari komoditas utama kami: kedelai hitam, gula kelapa dan teh.

packaging waste management, trying to identify the roles and responsibilities of the various stakeholders and engage them in creating a holistic concept for sustainable post-consumer packaging waste management that goes across sectors.

The Waste Collection Programme is aimed at creating and developing additional channels for waste collection alongside community waste banks. The programme works through three channels: retailers, residences and waste collectors. The retailer waste collection programme aims to connect the waste bank concept with retail outlets so that waste bank depositors can exchange their waste savings for daily goods, whereas the waste collector programme is designed to build partnerships among waste collectors to enable them to expand their business operations and waste absorption. In 2013, 11 tons of waste were collected from retailers and residences, engaging 4,730 direct beneficiaries.

In seven of our Green and Clean cities Unilever Indonesia is collaborating with SIKIB, a women's organisation, on an Urban Farming Programme. The programme aims to promote improved nutrition and welfare in disadvantaged areas through the simple means of planting vegetables in yards or gardens, which provides a source of fresh, nutritious produce while saving families money. Since being launched in 2011, the urban farming programme has reached a total of 150 neighbourhoods, including 30 neighbourhoods each in Jakarta, Surabaya and Makassar, and 15 each in Yogyakarta, Bandung, Medan and Banjarmasin.

Sustainable Sourcing and Enhancing Livelihoods in our Community

One of the USLP goals is to source 100% of our agricultural raw materials from sustainable sources by 2020. The inputs we are investing behind this goal through our farmer and community development programs are already yielding multiple benefits for small-scale farmers and contributing to the long-term security of our supply chain.

Unilever Indonesia works intensively with farmers and cooperatives, alongside the Ministry of Agriculture and our NGO partners, to facilitate the adoption of sustainable agriculture practices and measures to improve productivity, and to promote a better understanding of their responsibilities as suppliers and sustainable agriculture practitioners. This programme focuses on three of our key commodities: black soybean, coconut sugar and tea.



Program pengembangan petani kedelai hitam di Ngawi. Black soybean farmers development programme in Ngawi.

Unilever Indonesia telah membuat komitmen untuk menggunakan hanya kedelai hitam dari sumber pertanian lestari pada 2015. Pada 2013, kami terus melibatkan diri dengan para petani kedelai hitam untuk membuat penilaian tentang kinerja mereka berdasarkan Sustainable Agriculture Code (Panduan Pertanian Lestari) kami. Metode 'swa-verifikasi' ini menuntun para pemasok dan petani untuk menerapkan praktik-praktik pertanian lestari. Para pemasok kami juga memiliki pilihan untuk menggunakan metode sertifikasi yang telah diakui untuk *sustainability*, seperti sertifikasi Rainforest Alliance yang telah diadopsi oleh para pemasok teh kami.

Kami juga berkolaborasi dengan Kementerian Pertanian untuk memulai *pilot project* uji coba pengembangan petani kedelai hitam di Ngawi, Jawa Timur. Dalam program ini para petani yang tergabung dalam Gabungan Kelompok Petani (gapoktan) dan kelompok-kelompok tani dilatih untuk mencermati dan mencatat bagaimana cara mereka menanam benih tanamannya - sesuatu yang tidak biasa dilakukan oleh para petani Indonesia. Total 121 petani mengambil bagian, melaksanakan pengendalian internal untuk memastikan dilaksanakannya praktik pertanian berkelanjutan pada lahan mereka. Memanfaatkan hasil pembelajaran dari percobaan ini, kami akan menggelar praktik pertanian berkelanjutan di delapan wilayah, melibatkan paling sedikit 3.000 petani pada 2014.

Dengan bermitra dengan FIELD Indonesia, kami telah mendokumentasikan pendekatan yang dilakukan oleh sekolah petani sejak dibentuknya sekolah ini pada 2009. Hasilnya telah diterbitkan dalam sebuah buku yang menguraikan bagaimana petani memperoleh manfaat dan pembelajaran melalui program sekolah petani ini. Kami berharap informasi ini akan memungkinkan model ini direplikasi di komunitas petani lain di tanah air.

Belajar dari kisah sukses para petani kedelai hitam, kami mendirikan sekolah petani khusus untuk para petani gula kelapa. Sekolah ini merupakan sebuah forum sekaligus lokakarya, dimana para petani dapat mengamati praktik-praktik terbaik langsung di lahan perkebunan,

Unilever Indonesia has made a commitment to use only sustainably sourced soybeans by 2015. In 2013, we continued to engage with our smallholder black soybean farmers to assess their performance on our Sustainable Agriculture Code. This self-verification method guides our suppliers and farmers on the application of sustainable agriculture practices. Our suppliers also have the option of using other recognized sustainable certification methods, such as the Rainforest Alliance scheme that has been adopted by our tea suppliers.

We also collaborated with the Ministry of Agriculture to initiate the trial of a black soybean farmers development programme in Ngawi, East Java. This involved training the farmers' association (gapoktan) and farmers' groups to observe and record how they cultivate their crops—something not commonly done by Indonesian farmers. A total of 121 farmers took part, establishing internal controls to ensure the application of sustainable agriculture practices on their farms. Using the learnings from this trial, we will roll out sustainable agriculture practices in eight districts, involving at least 3,000 farmers, in 2014.

In partnership with FIELD Indonesia, we have been documenting the Farmers Field School approach since it was launched in 2009. The results have been published in a book, which shares how the farmers have benefitted through the program and the lessons learnt. We hope this will enable the model to be replicated in other farming communities in the country.

Learning from the good practice of the black soybean farmers, we established a Farmers Field School specifically for coconut sugar producers. This is both a forum and a workshop, where farmers can observe best practices directly in the field, experiment for better productivity, share

bereksperimen untuk meningkatkan produktivitas, berbagi tentang penemuan mereka dan mempelajari lebih dalam tentang praktik dan teknik pertanian lestari.

Sebagai perusahaan berbasis inovasi, kami ingin membawa semangat inovasi ke lingkup kerja yang terkait dengan *sustainability* dan pengembangan *brand*. Pada Desember 2013, Yayasan Unilever Indonesia menyelenggarakan Hari Penderes Kelapa dimana para penderes diberi kesempatan menyampaikan aspirasi dan hasil pembelajaran mereka dari Sekolah Petani. Dua diantara hal-hal yang disampaikan adalah pengembangan pupuk organik dan praktek bekerja yang aman oleh para penderes gula kelapa dengan bimbingan para mitra LSM kami. Dua hal ini saat ini ada dalam tahap percobaan dan pengembangan. Acara tersebut dihadiri oleh Pjs Bupati Pangandaran. Sebagai tambahan, melalui kolaborasi dengan Pusat Penelitian Energi Universitas Gadjah Mada kami melaksanakan penelitian untuk membantu para petani mengurangi penggunaan bahan bakar dan biaya dalam proses pengolahan gula kelapa dengan cara memodifikasi tungku perapian yang digunakan para petani saat ini.

Aspek penting lain dari tugas kami untuk memperbaiki penghidupan para petani adalah upaya pemberdayaan perempuan. Yayasan Unilever Indonesia mendukung pendirian kelompok usaha perempuan di dalam komunitas petani kedelai hitam. Kelompok-kelompok ini, yang dikelola oleh para petani perempuan, menjual berbagai macam barang, mulai dari produk-produk Unilever sampai hasil-hasil kerajinan industri rumahan. Kegiatan ini menghasilkan pendapatan tambahan bagi keluarga sekaligus menunjang perekonomian setempat. Bagi perempuan yang membuat produk-produk makanan, kami menyediakan pelatihan dan dukungan guna mendapatkan sertifikasi produk makanan rumahan, P-IRT, untuk meningkatkan kualitas dan menjadikan produk-produk mereka memiliki daya-saing lebih tinggi di pasar.

Program pemberdayaan tersebut dilaksanakan di Ponorogo. Di kota tersebut, juga di kabupaten Nganjuk, Madiun dan Trenggalek, kami telah memprakarsai program kebun rumah bagi para petani. Lebih dari 1.000 tanaman sayuran didistribusikan kepada para petani perempuan untuk ditanam di halaman dan kebun mereka untuk keperluan konsumsi sendiri, dan pelatihan kami berikan melalui kerjasama dengan instansi pemerintah setempat yang terkait.

their findings and learn more about sustainable agriculture practices and techniques.

As an innovation-driven company, we aim to bring this drive to our work on sustainability as well as to brand development. In December 2013, Unilever Indonesia Foundation held a Coconut Sapper's Day at which the sappers presented their aspirations and learnings from the Farmers Field School. These included organic fertilizers and safety measures that the sappers have developed under the guidance of our NGO partners, which are now in the trial and development phase. The event was attended by the acting head of Pangandaran district. In addition, through a collaboration with the Energy Research Centre of Gadjah Mada University we are conducting research to help farmers reduce energy usage and costs during the processing of the coconut sugar by modifying the stoves that farmers use at present.

An important facet of our work on improving farmers' livelihoods is empowering women. The Unilever Indonesia Foundation is supporting the establishment of women's enterprise groups among black soybean farming communities. These groups, managed by women farmers, sell various goods, from Unilever products to products yielded by their own home industries, bringing in income for the family and driving the local economy. For women who produce food products, we provide training and support to obtain the home-industry food products certificate, P-IRT, to improve quality and make their goods more competitive on the market.

The empowerment program was launched in Ponorogo. There, and in Nganjuk, Madiun and Trenggalek districts, we have initiated a home garden programme for the farmers. More than 1,000 vegetable plants were distributed to women farmers to cultivate in their yards and gardens for their own consumption, and training was provided in collaboration with relevant local government agencies.

Misi sosial brand

brand social missions

Didukung oleh penetrasi pasar yang kuat dan loyalitas konsumen, Unilever Indonesia memanfaatkan kekuatan dari portofolio *brand*-nya untuk menyampaikan pesan kesehatan dan lingkungan yang relevan kepada masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan mereka. Kami percaya bahwa pesan-pesan ini dapat diterima lebih baik oleh masyarakat dan terasa lebih relevan dengan tantangan-tantangan yang mereka hadapi apabila pesan-pesan ini berkaitan dengan *brand-brand* yang mereka kenal dan percaya. Oleh karena itu, misi sosial *brand* kami berpotensi membawa manfaat yang nyata bagi konsumen dan masyarakat dalam menghadapi masalah-masalah yang berkaitan langsung dengan mereka.

Pada 2013, misi sosial *brand* kami menerapkan serangkaian strategi berikut:

1. Melaksanakan kampanye yang memotivasi masyarakat untuk mengubah perilaku mereka, melalui konferensi pers, lomba foto, dan iklan media cetak maupun elektronik.
2. Perlibatan langsung dengan kelompok perempuan dan sekolah melalui program *training of trainers* tingkat lokal maupun nasional.
3. Memberdayakan siswa sekolah untuk mengedukasi teman sebayanya.
4. Menjalin kemitraan dengan pemangku kepentingan setempat, khususnya para pejabat pemerintahan daerah.
5. Perlibatan masyarakat secara mendalam.

Kebersihan adalah pangkal kesehatan. Mencuci tangan dengan sabun sesudah ke toilet dan sebelum makan merupakan cara yang paling sederhana namun ampuh untuk mencegah penyebaran penyakit menular seperti diare yang menjadi penyebab ribuan kematian yang dapat dicegah, khususnya di kalangan anak-anak, setiap tahunnya. Serupa halnya, menggosok gigi setiap hari sesudah sarapan dan sebelum tidur mengurangi peluang timbulnya kerusakan gigi dan gangguan kesehatan mulut lainnya yang dapat menjurus ke penyebaran penyakit di bagian tubuh lainnya. Lebih jauh lagi, dengan mengurangi frekuensi tidak masuk sekolah akibat sakit, perilaku hidup bersih dapat membantu meningkatkan manfaat yang didapat dari proses belajar di sekolah.

Salah satu target dalam Unilever Sustainable Living Plan (USLP) adalah untuk membantu dua dari tiga orang Indonesia untuk menerapkan perilaku hidup bersih pada 2020. Melalui brand ikonik kami, Lifebuoy dan Pepsodent, kami telah meluncurkan serangkaian kegiatan untuk menyebar-luaskan dan memperkuat pesan kesehatan kami kepada masyarakat di seluruh Indonesia.

Supported by strong market penetration and consumer loyalty, Unilever Indonesia leverages the power of its brand portfolio to pass on straightforward and relevant health and environmental messages aimed at improving quality of life. We believe that these messages can resonate more deeply with the community and the challenges they face when they are associated with brands they know and trust. Our brand social missions therefore have the potential to make a real impact on issues that matter to our consumers and to society as a whole.

In 2013, our brand social missions deployed the following strategies:

1. Running campaigns that motivate communities to change their behaviour, through press conferences, photo competitions, and print and broadcast commercials;
2. Direct engagement with women's groups and schools through training of trainers at local and national level;
3. Empowering students to function as peer educators;
4. Mutual partnerships with local stakeholders, particularly heads of local government;
5. In-depth community involvement.

Good hygiene is an essential building block of good health. Washing one's hands with soap after going to the toilet and before eating is one of the simplest but most effective means of preventing the spread of infectious diseases such as diarrhoea that cause thousands of preventable deaths, particularly among children, every year. Likewise, brushing one's teeth every day after breakfast and before going to bed reduces the chance of developing cavities and other oral health problems that can lead to disease elsewhere in the body. In addition, by reducing absence from school due to illness, good hygiene can contribute to improved learning outcomes in school.

One of the targets in the Unilever Indonesia Sustainable Living Plan is to help two out of three Indonesians to adopt good hygiene practices by 2020. Through our iconic brands, Lifebuoy and Pepsodent, we have launched several initiatives to disseminate and reinforce this message to audiences across the country.



Dokter Kecil.
Little Doctor.

Misi sosial *brand* kami bertujuan memotivasi masyarakat untuk mengubah perilaku mereka agar mengambil tindakan yang akan meningkatkan kesehatan, lingkungan dan kualitas hidup mereka.

Our brand social missions seek to motivate communities to change their behaviour to take action that will improve their health, the environment and their quality of life.

Gerakan 21 Hari merupakan bagian dari misi sosial Lifebuoy dan bertujuan untuk menjadikan cuci tangan dengan sabun di 5 saat penting (saat mandi, sebelum sarapan, sebelum makan siang, sebelum makan malam dan sehabis ke toilet) menjadi kebiasaan tetap. Gagasannya adalah bahwa dengan mengikuti program tersebut selama 21 hari berturut-turut, tanpa terputus, maka kebiasaan tersebut akan mendarah-daging selamanya.

Gerakan 21 Hari telah diintegrasikan ke dalam Program Sekolah Sehat menyasar kepada para siswa SD di 10 propinsi serta para ibu dan anak-anak usia pra-sekolah yang mendatangi posyandu dan PAUD di seluruh 33 propinsi di Indonesia. Dari 246.632 orang yang mengambil bagian dalam gerakan ini di tahun 2012, 74% berhasil menyelesaikan keseluruhan program 21 hari, meningkat dari 70% di tahun 2011.

The 21 Days Movement is part of the Lifebuoy social mission and sets out to make hand washing with soap at 5 critical times (while bathing, before breakfast, before lunch, before dinner and after going to the toilet) a permanent habit. The idea is that by following the program for 21 days consecutively, without a break, the habit will be embedded for life.

The 21 Days Movement has been integrated into the School Programme, targeting primary school students in 10 provinces as well as mothers and pre-school children attending Maternal & Child Health posts in all 33 provinces of Indonesia. Of the 246,632 people who took part in the movement in 2012, 74% successfully completed the entire 21-day programme, up from 70% in 2011.

Misi sosial brand

brand social missions

Kampanye ini berhasil meningkatkan jumlah orang yang melaksanakan praktek cuci tangan yang baik, dengan mengedukasi total 1.134.913 siswa SD dan 246.632.200 ibu pada 2013. Kampanye ini juga membantu tersedianya semakin banyak fasilitas cuci tangan yang memadai di sekolah-sekolah. Gerakan ini juga berhasil menghidupkan kembali program 'dokter kecil' yang memberdayakan anak-anak sekolah untuk mengajak dan memotivasi teman-teman sebaya mereka untuk menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat. Pada 2013, sebanyak 100.000 anak sekolah menjadi generasi penerus Dokter Kecil.

Hari Cuci Tangan Sedunia, dimana Unilever Indonesia terlibat secara aktif dengan bekerjasama dengan Kementerian Kesehatan dan para pemangku kepentingan lain sejak 2009, memberikan peluang yang baik untuk menyebarkan pesan kesehatan secara menyenangkan namun edukatif. Pada Oktober dan November 2013, kami bersama-sama Kementerian Kesehatan, pemda setempat dan sejumlah LSM mengorganisir *road show* Hari Cuci Tangan Sedunia di 10 provinsi, yang melibatkan lebih dari 21.000 peserta.

Lifebuoy CliniShield adalah *brand* yang melandasi kolaborasi antara Unilever Indonesia dan Persatuan Rumah Sakit Indonesia (PERSI), melalui kampanye pencegahan infeksi nosocomi di rumah sakit, dan khususnya pada periode pasca-operasi yang rentan, melalui cara cuci tangan pakai sabun secara benar dan konsisten. Unilever Indonesia dan PERSI menandatangani perjanjian tersebut pada 6 November 2013.

Nusa Tenggara Timur memiliki tingkat kematian anak balita yang tertinggi di Indonesia, berdasarkan Survei Demografi dan Kesehatan 2013. Data BKKBN menunjukkan bahwa di Nusa Tenggara Timur, satu dari empat kasus kematian anak disebabkan oleh diare. Untuk mengatasi masalah ini, Unilever Indonesia bekerjasama dengan pemda setempat dan warga desa Betobe menggulirkan program '5 tahun bisa untuk NTT'. Program ini memberikan edukasi untuk warga Betobe sekaligus menggalang dana diseluruh negeri. Pada 2013, Lifebuoy berhasil mengumpulkan dana Rp720 juta, yang akan disalurkan ke Betobe dalam bentuk program kesehatan.

The campaign has successfully grown the participation of school stakeholders in good hand washing practices, educating a total of 1,134,913 primary school children and 2,387,200 mothers In 2013, and has helped to make proper hand washing facilities more widely available in schools. The movement has also helped to revitalize another highly successful initiative, the 'Little Doctor' movement that empowers schoolchildren to advise and motivate their peers to adopt good hygiene and health habits. In 2013, 100,000 schoolchildren became the next generation of Little Doctors.

Global Hand Washing Day, which Unilever Indonesia has supported, in collaboration with the Ministry of Health and other stakeholders, since 2009, provides a great opportunity to spread the message in a fun yet educational way. In October and November 2013, we joined the Ministry of Health, local governments and NGOs to organize Global Hand Washing Day road shows in 10 provinces, which attracted more than 21,000 participants in total.

Lifebuoy CliniShield was at the centre of a collaboration between Unilever Indonesia and PERSI, the Indonesian Hospitals Association, on a campaign to prevent nosocomial infections in hospitals, and particularly in the critical post-surgery period, through proper and consistent hand washing with soap. Unilever Indonesia and PERSI signed an agreement on 6 November 2013.

East Nusa Tenggara has one of the highest child (under-5s) mortality rates in Indonesia, according to the 2013 Demographic and Health Survey. Family Planning Board data indicate that in East Nusa Tenggara, one in four cases of child mortality is caused by diarrhoea. To address this, Unilever Indonesia is working with local government and the residents of Betobe village on the '5 Tahun Bisa untuk NTT' programme, educating the people of Betobe while raising money throughout the country. In 2013, Lifebuoy successfully raised Rp720 million, which will be channelled to Betobe through the health programme.

Sebagai salah satu pasta gigi paling dikenal di Indonesia, Pepsodent memiliki landasan yang kuat untuk misi sosialnya, Gerakan Gosok Gigi Pagi dan Malam, yang bertujuan menanamkan kebiasaan menggosok gigi sesudah sarapan dan sebelum tidur. Program ini dilaksanakan melalui sekolah-sekolah dasar di Sumatera Utara, Jawa Barat, DKI Jakarta, DI Yogyakarta, Jawa Timur dan Sulawesi Selatan, menjangkau rata-rata sejumlah 1 juta anak setiap tahun.

Gerakan Toilet Higienis, diluncurkan pada 2012, bertujuan untuk membangun kesadaran masyarakat, khususnya di kalangan anak-anak sekolah, tentang pentingnya penggunaan toilet secara benar dan menjaga kebersihannya, baik di sekolah maupun di rumah. Pada 2013, gerakan ini menjangkau sekitar 300.000 anak, membantu menjaga kebersihan dan hygiene sekitar 6.000 toilet sekolah.

Unilever Indonesia memperluas jangkauan program ini dengan cara mendukung penyelenggaraan World Toilet Summit di Surakarta pada Oktober 2013 dan peringatan Hari Toilet Sedunia pada November melalui *brand* Domestos.

Unilever Indonesia berkolaborasi dengan Kementerian Kesehatan dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menggelar ajang edukasi yang dirancang untuk membekali para pemilik dan pengelola restoran kelas menengah dengan pengetahuan mengenai Keamanan Makanan. Unilever Food Solutions Chefmanship Academy, yang diselenggarakan pada 11 Desember 2013, merupakan yang pertama diadakan di Asia Tenggara untuk membangun kesadaran dan ketrampilan para insan industri boga di bidang keamanan makanan. Acara ini dihadiri oleh Kepala BPOM dan Direktur Jenderal Pengawasan Penyakit dan Kesehatan Lingkungan, serta lebih dari 600 pengusaha jasa boga.

As one of Indonesia's best-known toothpastes, Pepsodent has a strong platform for its social mission, the Tooth Brushing Morning and Night Movement, which seeks to embed the habit of brushing one's teeth after breakfast and last thing at night. The programme is implemented through primary schools in North Sumatra, West Java, DKI Jakarta, DI Yogyakarta, East Java and South Sulawesi, reaching an average of 1 million children every year.

The Hygienic Toilet Movement, launched in 2012, aims to build community awareness, particularly among the schoolchildren, on the importance of using toilets properly and keeping them clean, both at school and at home. In 2013, it reached around 300,000 children, helping to keep some 6000 school toilets clean and hygienic.

Unilever Indonesia expanded the reach of this important initiative by supporting the organization of the World Toilet Summit in Surakarta in October 2013 and the celebration of World Toilet Day in November through our Domestos brand.

Unilever Indonesia collaborated with the Ministry of Health and the Indonesian Food and Drug Association on an event designed to educate middle-level restaurant operators on Food Safety. The Unilever Food Solutions Chefmanship Academy, held on 11 December 2013, is the first ever program in Southeast Asia to build food service operators' awareness and skills on food safety. The event was attended by the Head of the Indonesian FDA and the Director General of Disease Control and Environmental Health, as well as more than 600 food service professionals.

Misi sosial brand

brand social missions



Bango

Menjaga warisan kuliner Nusantara dan meningkatkan penghidupan petani kedelai hitam.

Preserving the culinary heritage of the Archipelago and enhancing the livelihood of black soy bean farmers.



Blue Band

Blue Band percaya bahwa setiap anak berhak mendapatkan nutrisi yang baik.

Blue Band believes that every child deserves to have good nutrition.



SariWangi

Mengajak wanita Indonesia untuk dapat berkomunikasi secara terbuka dan sejajar dengan pasangan mereka, melalui waktu untuk minum teh yang berkualitas.

Inviting Indonesian women to communicate openly and equally with their partners, through quality tea moments



Dove

Membuat perempuan merasa cantik setiap hari.

Making women feel beautiful every day.



Lifebuoy

Membuat 220 juta penduduk Indonesia merasa aman dengan meningkatkan kondisi kesehatan dan *hygiene* mereka.

Making 220 million Indonesians feel safe and secure by improving their health and hygiene needs.



Citra

Memberdayakan perempuan Indonesia.

Empowering Indonesian women

Pepsodent



Rinso

Membantu anak-anak Indonesia belajar dan berkembang dengan memberikan mereka kebebasan untuk menikmati hidup tanpa takut kotor.

Helping Indonesian children learn and develop by encouraging them the freedom to experience life without fear of getting dirty.



Sunlight

Memberdayakan perempuan Indonesia agar mereka dapat berkontribusi kepada keluarga mereka dan kepada masyarakat, dengan jalan melengkapi mereka dengan serangkaian pelatihan dan *workshop* yang berguna yang dapat memperkaya pengetahuan dan keterampilan mereka.

Empowering Indonesian women to contribute more to their family and community, by equipping them with a series of useful trainings and workshops that enrich their knowledge and skills.



Pepsodent

Meningkatkan kesehatan gigi dan mulut masyarakat sehingga mereka dapat menikmati hidup lebih baik.

Improving people's oral health so that they can better enjoy their life.

Molto Ultra Sekali Bilas

Mengajak keluarga Indonesia untuk menggeser paradigma mereka dalam menggunakan air untuk menghemat energi dan menyelamatkan lingkungan.

Encouraging Indonesian families to shift their paradigm of water use, to conserve energy and save the environment.



Perlindungan Menyeluruh Dari Kuman

PUREIT

Menyediakan akses air minum yang terlindungi dari kuman kepada jutaan orang di dunia.

Protect life by providing save drinking water for million people across the world.

Surat Pernyataan Anggota Dewan Komisaris Dan Direksi Tentang Tanggung Jawab Atas Laporan Tahunan 2013 PT Unilever INDONESIA Tbk

STATEMENT OF RESPONSIBILITY OF THE BOARD OF COMMISSIONERS AND THE BOARD OF DIRECTORS PT UNILEVER INDONESIA Tbk ANNUAL REPORT 2013

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa semua informasi dalam Laporan Tahunan PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2013 telah dimuat secara lengkap dan bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi Laporan Tahunan Perusahaan.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

DEWan komisaris board of commissioners



Peter Frank Ter Kulve
Presiden Komisaris
President Commissioner



Bambang Subianto
Komisaris Independen
Independent Commissioner



Cyrillus Harinowo
Komisaris Independen
Independent Commissioner



Erry Firmansyah
Komisaris Independen
Independent Commissioner



Hikmahanto Juwana
Komisaris Independen
Independent Commissioner

We the undersigned hereby declare that all the information in the PT Unilever Indonesia Tbk 2013 Annual Report has been presented in its entirety and that we assume full responsibility for the accuracy of the content of the Company's Annual Report.

This statement is made in all truthfulness.

Direksi

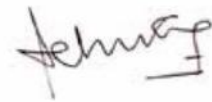
board of directors



Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Presiden Direktur
President Director



Tevilyan Yudhistira Rusli
Direktur
Director



Debora Herawati Sadrach
Direktur
Director



Hadrianus Setiawan
Direktur
Director



Vishal Gupta
Direktur
Director



Ira Noviarti
Direktur
Director



Ainul Yaqin
Direktur
Director



Enny Hartati Sampurno
Direktur
Director



Sancoyo Antarikso
Direktur
Director



Ramakrishnan Raghuraman
Direktur
Director

LAPORAN KEUANGAN KONSOLIDASIAN



**PT unilever indonesia Tbk
dan ENTITAS anak/*and subsidiary***

**laporan keuangan konsolidasian
*consolidated financial statements***

**31 desember 2013 dan 2012/
*31 december 2013 and 2012***

Daftar Isi**Contents**

	Lampiran/Schedule	
Pernyataan Direksi		<i>Directors' Statement</i>
Laporan Auditor Independen		<i>Independent Auditor's Report</i>
Laporan Posisi Keuangan Konsolidasian	1/1 – 1/2	<i>Consolidated Statements of Financial Position</i>
Laporan Laba Rugi Komprehensif Konsolidasian	2	<i>Consolidated Statements of Comprehensive Income</i>
Laporan Perubahan Ekuitas Konsolidasian	3	<i>Consolidated Statements of Changes in Equity</i>
Laporan Arus Kas Konsolidasian	4	<i>Consolidated Statements of Cash Flows</i>
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian	5/1 – 5/60	<i>Notes to the Consolidated Financial Statements</i>
Informasi Tambahan	5/61 – 5/65	<i>Supplementary Information</i>



**SURAT PERNYATAAN DIREKSI
TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS LAPORAN
KEUANGAN KONSOLIDASIAN
PT UNILEVER INDONESIA Tbk.
DAN ENTITAS ANAK ("GRUP")
PADA TANGGAL 31 DESEMBER 2013 DAN 2012
DAN UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA
TANGGAL-TANGGAL TERSEBUT**

**BOARD OF DIRECTORS' STATEMENT
REGARDING RESPONSIBILITY FOR
PT UNILEVER INDONESIA Tbk.
AND SUBSIDIARY (THE "GROUP")
CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS
AS AT 31 DECEMBER 2013 AND 2012
AND FOR THE YEARS THEN ENDED**

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

We, the undersigned:

- | | | | |
|----|---|---|--|
| 1. | Nama
Alamat kantor | Maurits Daniel Rudolf Lalising
Graha Unilever,
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15
Jakarta 12930 | Name
Office Address |
| | Alamat domisili/sesuai KTP
atau kartu identitas lain
Nomor telepon
Jabatan | Jl. H. Kair No. 9A,
Pasar Minggu, Jakarta Selatan
021 – 5262112
Presiden Direktur/President Director | Address of domicile/ based on ID
card or other identity document
Telephone No.
Position |
| 2. | Nama
Alamat kantor | Tevilyan Yudhistira Rusli
Graha Unilever,
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15
Jakarta 12930 | Name
Office Address |
| | Alamat domisili/sesuai KTP
atau kartu identitas lain
Nomor telepon
Jabatan | Jl. Mandar XI Blok D-E No. 9-10
Bintaro Sektor 3A
Tangerang
021 – 5262112
Direktur/Director | Address of domicile/ based on ID
card or other identity document
Telephone No.
Position |

menyatakan bahwa:

declare that:

- | | | | |
|----|---|----|--|
| 1. | bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian laporan keuangan konsolidasian Grup; | 1. | <i>we are responsible for the preparation and presentation of the Group's consolidated financial statements;</i> |
| 2. | laporan keuangan konsolidasian Grup telah disusun dan disajikan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia; | 2. | <i>the Group's consolidated financial statements have been prepared and presented in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards;</i> |
| 3. | a. semua informasi dalam laporan keuangan konsolidasian Grup telah dimuat secara lengkap dan benar;
b. laporan keuangan konsolidasian Grup tidak mengandung informasi atau fakta material yang tidak benar, dan tidak menghilangkan informasi atau fakta material; | 3. | <i>a. all information in the Group's consolidated financial statements have been disclosed in a complete and truthful manner;
b. the Group's consolidated financial statements do not contain any incorrect information or material fact, nor do they omit information or material fact;</i> |
| 4. | bertanggung jawab atas sistem pengendalian internal dalam Grup. | 4. | <i>we are responsible for the Group's internal control system.</i> |

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

This is our declaration, which has been made truthfully.

Atas nama dan mewakili Dewan Direksi/For and on behalf of the Board of Directors:

 Maurits Daniel Rudolf Lalising Presiden Direktur / President Director		 Tevilyan Yudhistira Rusli Direktur / Director
---	---	---

Jakarta, 25 Maret / March 2014



**LAPORAN AUDITOR INDEPENDEN
KEPADA PARA PEMEGANG SAHAM**

**INDEPENDENT AUDITOR'S REPORT
TO THE SHAREHOLDERS OF**

PT UNILEVER INDONESIA Tbk

Kami telah mengaudit laporan keuangan konsolidasian PT Unilever Indonesia Tbk ("Perseroan") dan entitas anaknya terlampir, yang terdiri dari laporan posisi keuangan konsolidasian tanggal 31 Desember 2013, serta laporan laba-rugi komprehensif, laporan perubahan ekuitas dan laporan arus kas konsolidasian untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut, dan suatu ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan dan informasi penjelasan lainnya.

Tanggung jawab manajemen atas laporan keuangan konsolidasian

Manajemen bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian wajar laporan keuangan konsolidasian ini sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia, dan atas pengendalian internal yang dianggap perlu oleh manajemen untuk memungkinkan penyusunan laporan keuangan konsolidasian yang bebas dari kesalahan penyajian material, baik yang disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan.

Tanggung jawab Auditor

Tanggung jawab kami adalah untuk menyatakan suatu opini atas laporan keuangan konsolidasian ini berdasarkan audit kami. Kami melaksanakan audit kami berdasarkan Standar Audit yang ditetapkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia. Standar tersebut mengharuskan kami untuk mematuhi ketentuan etika serta merencanakan dan melaksanakan audit untuk memperoleh keyakinan memadai tentang apakah laporan keuangan konsolidasian bebas dari kesalahan penyajian material.

We have audited the accompanying consolidated financial statements of PT Unilever Indonesia Tbk (the "Company") and its subsidiary, which comprise the consolidated statement of financial position as at 31 December 2013, and the consolidated statement of comprehensive income, statement of changes in equity and statement of cash flows for the year then ended, and a summary of significant accounting policies and other explanatory information.

Management's responsibility for the consolidated financial statements

Management is responsible for the preparation and fair presentation of these consolidated financial statements in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards, and for such internal control as management determines is necessary to enable the preparation of consolidated financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

Auditor's responsibility

Our responsibility is to express an opinion on these consolidated financial statements based on our audit. We conducted our audit in accordance with Standards on Auditing established by the Indonesian Institute of Certified Public Accountants. Those standards require that we comply with ethical requirements and plan and perform the audit to obtain reasonable assurance about whether the consolidated financial statements are free from material misstatement.

Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana & Rekan

Plaza 89, Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X-7 No.6 Jakarta 12940 - INDONESIA, P.O. Box 2473 JKP 10001
T: +62 21 5212901, F: + 62 21 52905555 / 52905050, www.pwc.com/id

Nomor Izin Usaha: KEP-151/KM.1/2010

A140325020/DC2/JM11/II/2014



Suatu audit melibatkan pelaksanaan prosedur untuk memperoleh bukti audit tentang angka-angka dan pengungkapan dalam laporan keuangan konsolidasian. Prosedur yang dipilih bergantung pada pertimbangan auditor, termasuk penilaian atas risiko kesalahan penyajian material dalam laporan keuangan konsolidasian, baik yang disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan. Dalam melakukan penilaian risiko tersebut, auditor mempertimbangkan pengendalian internal yang relevan dengan penyusunan dan penyajian wajar laporan keuangan konsolidasian entitas untuk merancang prosedur audit yang tepat sesuai dengan kondisinya, tetapi bukan untuk tujuan menyatakan suatu opini atas keefektifitasan pengendalian internal entitas. Suatu audit juga mencakup pengevaluasian atas ketepatan kebijakan akuntansi yang digunakan dan kewajaran estimasi akuntansi yang dibuat oleh manajemen, serta pengevaluasian atas penyajian laporan keuangan konsolidasian secara keseluruhan.

Kami yakin bahwa bukti audit yang telah kami peroleh adalah cukup dan tepat untuk menyediakan suatu basis bagi opini audit kami.

Opini

Menurut opini kami, laporan keuangan konsolidasian terlampir menyajikan secara wajar, dalam semua hal yang material, posisi keuangan konsolidasian PT Unilever Indonesia Tbk dan entitas anaknya tanggal 31 Desember 2013, serta kinerja keuangan dan arus kas konsolidasiannya untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut, sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia.

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the consolidated financial statements. The procedures selected depend on the auditor's judgment, including the assessment of the risks of material misstatement of the consolidated financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the auditor considers internal control relevant to the entity's preparation and fair presentation of the consolidated financial statements in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the entity's internal control. An audit also includes evaluating the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the consolidated financial statements.

We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our audit opinion.

Opinion

In our opinion, the accompanying consolidated financial statements present fairly, in all material respects, the consolidated financial position of PT Unilever Indonesia Tbk and its subsidiary as at 31 December 2013 and their consolidated financial performance, and cash flows for the year then ended, in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards.

JAKARTA
25 Maret/March 2014

Jumadi, S.E., CPA

Surat Ijin Praktek Akuntan Publik/License of Public Accountant No. AP.0227

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Laporan Posisi Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Consolidated Statements of Financial Position
As at 31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2013	Catatan/ Notes	2012	
ASET				ASSETS
Aset Lancar				Current Assets
Kas dan setara kas	261,202	2d, 3	229,690	Cash and cash equivalents
Piutang usaha				Trade debtors
- Pihak ketiga	2,988,303	2h, 4	2,253,397	Third parties -
- Pihak berelasi	281,391	2c, 2h, 4	172,845	Related parties -
Uang muka dan piutang lain-lain				Advances and other debtors
- Pihak ketiga	111,228		236,361	Third parties -
- Pihak berelasi	60,146	2c, 7c	4,272	Related parties -
Persediaan	2,084,331	2i, 5	2,061,899	Inventories
Pajak dibayar dimuka				Prepaid taxes
- Pajak penghasilan badan	-	2t, 14c	1,840	Corporate income tax -
- Pajak lain-lain	10,168	14c	1,718	Other taxes -
Beban dibayar dimuka	66,170	2p, 8	73,940	Prepaid expenses
Jumlah Aset Lancar	5,862,939		5,035,962	Total Current Assets
Aset Tidak Lancar				Non-Current Assets
Aset tetap	6,874,177	2j, 2k, 9a	6,283,479	Fixed assets
Goodwill	61,925	2l, 2m, 10	61,925	Goodwill
Aset takberwujud	479,876	2l, 2n, 11	533,157	Intangible assets
Aset tidak lancar lainnya	69,271		70,456	Other non-current assets
Jumlah Aset Tidak Lancar	7,485,249		6,949,017	Total Non-Current Assets
JUMLAH ASET	13,348,188		11,984,979	TOTAL ASSETS

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian.

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Laporan Posisi Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Consolidated Statements of Financial Position
As at 31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2013	Catatan/ Notes	2012	
LIABILITAS				LIABILITIES
Liabilitas Jangka Pendek				Current Liabilities
Pinjaman bank	976,792	2r, 12	1,040,000	Bank borrowings
Utang usaha				Trade creditors
- Pihak ketiga	3,568,628	2s, 13	2,639,460	Third parties -
- Pihak berelasi	195,916	2c, 2s, 13	124,609	Related parties -
Utang pajak				Taxes payable
- Pajak penghasilan badan	185,363	2t, 14d	244,245	Corporate income tax -
- Pajak lain-lain	253,557	14d	275,029	Other taxes -
Akrual	1,841,112	2q, 2z, 15	2,239,481	Accruals
Utang lain-lain				Other payables
- Pihak ketiga	1,006,684	16	641,198	Third parties -
- Pihak berelasi	358,594	2c, 7d	294,580	Related parties -
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang – bagian lancar	32,796	2u, 17	37,294	Long-term employee benefits obligations – current portion
Jumlah Liabilitas Jangka Pendek	8,419,442		7,535,896	Total Current Liabilities
Liabilitas Jangka Panjang				Non-Current Liabilities
Liabilitas pajak tangguhan	181,367	2t, 14b	126,991	Deferred tax liabilities
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang – bagian tidak lancar	492,709	2u, 17	353,727	Long-term employee benefits obligations – non-current portion
Jumlah Liabilitas Jangka Panjang	674,076		480,718	Total Non-Current Liabilities
JUMLAH LIABILITAS	9,093,518		8,016,614	TOTAL LIABILITIES
EKUITAS				EQUITY
Modal saham				Share capital
(Modal dasar, seluruhnya ditempatkan dan disetor penuh: 7.630.000.000 lembar saham biasa dengan nilai nominal Rp 10 (nilai penuh) per lembar saham)	76,300	2v, 19	76,300	(Authorised, issued and fully paid-up: 7,630,000,000 common shares with par value of Rp 10 (full amount) per share)
Tambahan modal disetor	96,000	2v, 20, 21	96,000	Additional paid-in capital
Saldo laba yang dicadangkan	15,260	23	15,260	Appropriated retained earnings
Saldo laba yang belum dicadangkan	4,067,110		3,780,805	Unappropriated retained earnings
Ekuitas yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk	4,254,670		3,968,365	Equity attributable to the owners of the parent
Kepentingan nonpengendali	-	18	-	Non-controlling interests
JUMLAH EKUITAS	4,254,670		3,968,365	TOTAL EQUITY
JUMLAH LIABILITAS DAN EKUITAS	13,348,188		11,984,979	TOTAL LIABILITIES AND EQUITY

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian.

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Laporan Laba Rugi Komprehensif Konsolidasian
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir Pada
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Consolidated Statements of Comprehensive Income
For The Years Ended
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2013	Catatan/ Notes	2012	
PENJUALAN BERSIH	30,757,435	2q, 24	27,303,248	NET SALES
HARGA POKOK PENJUALAN	(14,978,947)	2q, 25	(13,414,122)	COST OF GOODS SOLD
LABA BRUTO	15,778,488		13,889,126	GROSS PROFIT
Beban pemasaran dan penjualan	(6,627,850)	2q, 26a	(5,889,372)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi	(2,028,895)	2q, 26b	(1,544,946)	<i>General and administration expenses</i>
Penghasilan lain-lain, bersih	42,702	27	43,299	<i>Other income, net</i>
LABA USAHA	7,164,445		6,498,107	OPERATING PROFIT
Penghasilan keuangan	14,470		37,545	<i>Finance income</i>
Biaya keuangan	(20,107)		(68,887)	<i>Finance costs</i>
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	7,158,808		6,466,765	PROFIT BEFORE INCOME TAX
Beban pajak penghasilan	(1,806,183)	2t, 14a	(1,627,620)	<i>Income tax expense</i>
LABA TAHUN BERJALAN	5,352,625		4,839,145	PROFIT FOR THE YEAR
Pendapatan komprehensif lainnya	-		-	<i>Other comprehensive income</i>
JUMLAH PENDAPATAN KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN	5,352,625		4,839,145	TOTAL COMPREHENSIVE INCOME FOR THE YEAR
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada:				Profit/total comprehensive income attributable to:
Pemilik entitas induk	5,352,625		4,839,277	<i>Owners of the parent</i>
Kepentingan nonpengendali	-	18	(132)	<i>Non-controlling interests</i>
	5,352,625		4,839,145	
LABA BERSIH PER SAHAM DASAR (dinyatakan dalam nilai penuh Rupiah per saham)	701	2x, 29	634	BASIC EARNINGS PER SHARE (expressed in Rupiah full amount per share)

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian.

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Laporan Perubahan Ekuitas Konsolidasian
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir Pada
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Consolidated Statements of Changes in Equity
For The Years Ended
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	Modal saham/ Share capital	Tambahan modal disetor/ Additional paid- in capital	Saldo laba yang dicadangkan/ Appropriated retained earnings	Saldo laba yang belum dicadangkan/ Unappropriated retained earnings	Kepentingan nonpengendali/ Non-controlling interests	Jumlah/Total	
Saldo 1 Januari 2012		76,300	96,000	15,260	3,489,008	4,369	3,680,937	Balance as at 1 January 2012
Jumlah pendapatan komprehensif tahun berjalan		-	-	-	4,839,277	(132)	4,839,145	Total comprehensive income for the year
Pelepasan entitas anak	18				-	(4,237)	(4,237)	Disposal of subsidiary
Dividen	2w, 22	-	-	-	(4,547,480)	-	(4,547,480)	Dividends
Saldo 31 Desember 2012		76,300	96,000	15,260	3,780,805	-	3,968,365	Balance as at 31 December 2012
Jumlah pendapatan komprehensif tahun berjalan		-	-	-	5,352,625	-	5,352,625	Total comprehensive income for the year
Dividen	2w, 22	-	-	-	(5,066,320)	-	(5,066,320)	Dividends
Saldo 31 Desember 2013		76,300	96,000	15,260	4,067,110	-	4,254,670	Balance as at 31 December 2013

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian.

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

Lampiran 3 Schedule

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Laporan Arus Kas Konsolidasian
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir Pada
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Consolidated Statements of Cash Flows
For The Years Ended
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2013	Catatan/ Notes	2012	
Arus kas dari aktivitas operasi				Cash flows from operating activities
Penerimaan dari pelanggan	32,815,801		29,559,749	<i>Receipts from customers</i>
Pembayaran kepada pemasok	(22,215,474)		(20,919,599)	<i>Payments to suppliers</i>
Pembayaran remunerasi direksi dan karyawan	(1,236,602)		(1,051,221)	<i>Payments of directors' and employees' remuneration</i>
Pembayaran imbalan kerja jangka panjang non pensiun	(33,149)	17	(23,133)	<i>Payments of long-term employee benefits non-pension</i>
Pembayaran untuk beban jasa dan royalti	(1,274,424)		(867,927)	<i>Payments of service fees and royalties</i>
Kas yang dihasilkan dari operasi	8,056,152		6,697,869	<i>Cash generated from operations</i>
Penerimaan dari penghasilan keuangan	11,737		30,083	<i>Receipts from finance income</i>
Pembayaran biaya keuangan	(20,107)		(68,887)	<i>Payments of finance costs</i>
Pembayaran pajak penghasilan badan	(1,806,103)		(1,484,624)	<i>Payments of corporate income tax</i>
Pengembalian lebih bayar pajak penghasilan badan	-		17,205	<i>Refund received from overpayment of corporate income tax</i>
Arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi	6,241,679		5,191,646	Net cash flows provided from operating activities
Arus kas dari aktivitas investasi				Cash flows from investing activities
Pembelian aset tetap	(1,149,550)		(1,112,389)	<i>Acquisition of fixed assets</i>
Pembelian aset takberwujud	(35,499)		(32,642)	<i>Acquisition of intangible assets</i>
Hasil penjualan entitas anak, bersih	-		30,679	<i>Proceeds from disposal of subsidiary, net</i>
Hasil penjualan aset tetap	4,082	9c	16,515	<i>Proceeds from the sale of fixed assets</i>
Alokasi hasil penjualan merek dagang oleh entitas induk	57,194		-	<i>Allocation of proceeds from the sale of trademarks by the parent entity</i>
Pemberian pinjaman karyawan, bersih	(5,375)		(4,193)	<i>Grant of employee loan, net</i>
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi	(1,129,148)		(1,102,030)	Net cash flows used in investing activities
Arus kas dari aktivitas pendanaan				Cash flows from financing activities
Penerimaan pinjaman	976,792	12	1,040,000	<i>Proceeds from borrowings</i>
Pembayaran pinjaman	(1,040,000)	12	(699,160)	<i>Payments of borrowings</i>
Pembayaran dividen kepada pemegang saham	(5,058,527)		(4,537,777)	<i>Dividends paid to the shareholders</i>
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	(5,121,735)		(4,196,937)	Net cash flows used in financing activities
Penurunan bersih kas dan setara kas	(9,204)		(107,321)	Net decrease in cash and cash equivalents
Dampak perubahan kurs terhadap kas dan setara kas	40,716		868	<i>Effect of exchange rate changes on cash and cash equivalents</i>
Kas dan setara kas pada awal tahun	229,690	2a, 2d, 3	336,143	Cash and cash equivalents at the beginning of the year
Kas dan setara kas pada akhir tahun	261,202	2a, 2d, 3	229,690	Cash and cash equivalents at the end of the year

Catatan atas laporan keuangan konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan konsolidasian.

The accompanying notes form an integral part of these consolidated financial statements.

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

1. Informasi umum

PT Unilever Indonesia Tbk ("Perseroan") didirikan pada tanggal 5 Desember 1933 dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V. dengan akta No. 23 oleh Tn. A.H. van Ophuijsen, notaris di Batavia, disetujui oleh Gouverneur Generaal van Nederlandsch-Indie dengan surat No. 14 tanggal 16 Desember 1933, didaftarkan di Raad van Justitie di Batavia dengan No. 302 pada tanggal 22 Desember 1933, dan diumumkan dalam *Javasche Courant* tanggal 9 Januari 1934, Tambahan No. 3.

Nama Perseroan diubah menjadi "PT Unilever Indonesia" dengan akta No. 171 tanggal 22 Juli 1980 dari notaris Ny. Kartini Muljadi, S.H.. Selanjutnya perubahan nama Perseroan menjadi "PT Unilever Indonesia Tbk", dilakukan dengan akta notaris Tn. Mudofir Hadi, S.H., No. 92 tanggal 30 Juni 1997. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dalam Surat Keputusan No. C2-1.049HT.01.04 TH.98 tanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 39 tanggal 15 Mei 1998, Tambahan No. 2620.

Anggaran Dasar Perseroan telah mengalami beberapa kali perubahan; terakhir dengan akta notaris No. 2 tanggal 9 Juni 2011 dari Haji Syarif Siangan Tanudjaja, S.H., notaris di Jakarta, terkait dengan perubahan ketentuan penyelenggaraan rapat Direksi dan Komisaris. Perubahan ini telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01.10-27259 tanggal 22 Agustus 2011.

Kegiatan usaha Perseroan meliputi bidang produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi yang meliputi sabun, deterjen, margarin, makanan berinti susu, es krim, produk-produk kosmetik, minuman dengan bahan pokok teh dan minuman sari buah.

Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 13 Juni 2000, yang diaktakan dengan akta No. 82 tanggal 14 Juni 2000 dari notaris Singgih Susilo, S.H., Perseroan juga bertindak sebagai distributor utama untuk produk-produk Perseroan dan penyedia jasa penelitian pemasaran. Akta ini telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C-18482 HT.01.04-TH.2000.

Perseroan mulai beroperasi secara komersial tahun 1933.

Kantor Perseroan berlokasi di Jalan Jendral Gatot Subroto Kav. 15, Jakarta. Pabrik Perseroan berlokasi di Jalan Jababeka 9 Blok D, Jalan Jababeka Raya Blok O, Jalan Jababeka V Blok V No. 14-16, Kawasan Industri Jababeka Cikarang, Bekasi, Jawa Barat, dan Jalan Rungkut Industri IV No. 5-11, Kawasan Industri Rungkut, Surabaya, Jawa Timur.

1. General information

*PT Unilever Indonesia Tbk (the "Company") was established on 5 December 1933 as Lever's Zeepfabrieken N.V. by deed No. 23 of Mr. A.H. van Ophuijsen, a notary in Batavia, which was approved by the Gouverneur Generaal van Nederlandsch-Indie in letter No. 14 on 16 December 1933, registered at the Raad van Justitie in Batavia under No. 302 on 22 December 1933 and published in the *Javasche Courant* on 9 January 1934, Supplement No. 3.*

The Company's name was changed to "PT Unilever Indonesia" by deed No. 171 dated 22 July 1980 of public notary Mrs. Kartini Muljadi, S.H.. The Company's name was changed to "PT Unilever Indonesia Tbk" by deed No. 92 dated 30 June 1997 of public notary Mr. Mudofir Hadi, S.H.. This deed was approved by the Minister of Justice in Decision Letter No. C2-1.049HT.01.04 TH.98 dated 23 February 1998 and published in State Gazette No. 39 dated 15 May 1998, Supplement No. 2620.

The Company's Articles of Association have been amended several times; most recently by notarial deed No. 2 dated 9 June 2011 of Haji Syarif Siangan Tanudjaja, S.H., a notary in Jakarta, related to the amendment in the guidelines for the meeting arrangements for Directors and Commissioners. This amendment was approved by the Minister of Laws and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. AHU-AH.01.10-27259 dated 22 August 2011.

The Company is engaged in the manufacturing, marketing and distribution of consumer goods including soaps, detergents, margarine, dairy based foods, ice cream, cosmetic products, tea based beverages and fruit juice.

As approved at the Annual General Meeting of Shareholders on 13 June 2000, which was notarised by deed No. 82 dated 14 June 2000 of public notary Singgih Susilo, S.H., the Company also acts as the main distributor of its products and provides marketing research services. This deed was approved by the Minister of Law and Legislation (formerly Minister of Justice) of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. C-18482 HT.01.04-TH.2000.

The Company commenced its commercial operations in 1933.

The Company's office is located at Jalan Jendral Gatot Subroto Kav. 15, Jakarta. The Company's factories are located at Jalan Jababeka 9 Blok D, Jalan Jababeka Raya Blok O, Jalan Jababeka V Blok V No. 14-16, Jababeka Industrial Estate Cikarang, Bekasi, West Java, and Jalan Rungkut Industri IV No. 5-11, Rungkut Industrial Estate, Surabaya, East Java.

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pada tanggal 16 November 1981, Perseroan mendapat persetujuan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal ("Bapepam") No. SI-009/PM/E/1981 untuk menawarkan 15,00% sahamnya di Bursa Efek di Indonesia.

On 16 November 1981, the Company listed 15.00% of its shares on the Stock Exchange in Indonesia following the approval of the Chairman of the Capital Market Supervisory Board ("Bapepam") No. SI-009/PM/E/1981.

Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 13 Juni 2000, para pemegang saham menyetujui untuk melakukan pemecahan saham (*stock split*) dengan mengubah nilai nominal saham dari Rp 1.000 (nilai penuh) menjadi Rp 100 (nilai penuh) per lembar saham. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Singgih Susilo, S.H. No. 19 tanggal 4 Agustus 2000 dan disetujui oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C-18481 HT.01.04-TH.2000.

At the Annual General Meeting of Shareholders on 13 June 2000, the shareholders agreed to a stock split, reducing the par value from Rp 1,000 (full amount) per share to Rp 100 (full amount) per share. This change was notarised by deed of public notary Singgih Susilo, S.H. No. 19 dated 4 August 2000 and was approved by the Minister of Law and Legislation (formerly the Minister of Justice) of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. C-18481 HT.01.04-TH.2000.

Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 24 Juni 2003, para pemegang saham menyetujui untuk melakukan pemecahan saham dengan mengubah nilai nominal saham dari Rp 100 (nilai penuh) per lembar saham menjadi Rp 10 (nilai penuh) per lembar saham. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Singgih Susilo, S.H. No. 46 tanggal 10 Juli 2003 dan disetujui oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C-17533 HT.01.04-TH.2003.

At the Annual General Meeting of the Shareholders on 24 June 2003, the shareholders agreed to a stock split, reducing the par value from Rp 100 (full amount) per share to Rp 10 (full amount) per share. This change was notarised by deed of public notary Singgih Susilo, S.H. No. 46 dated 10 July 2003 and was approved by the Minister of Justice and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. C-17533 HT.01.04-TH.2003.

Pemegang saham terbesar Perseroan pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012 adalah Unilever Indonesia Holding B.V. ("UIH"), sedangkan entitas induk utama adalah Unilever N.V., Belanda.

The Company's majority shareholder as at 31 December 2013 and 2012 is Unilever Indonesia Holding B.V. ("UIH"), while its ultimate parent entity is Unilever N.V., Netherlands.

Pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012, Perseroan mengkonsolidasi laporan keuangan entitas anak berikut:

As at 31 December 2013 and 2012, the Company has consolidated the financial statements of the following subsidiary:

	Kedudukan/ Country of domicile	Tahun beroperasi komersial/Year commercial operation commenced	Persentase kepemilikan/ Percentage of ownership		Jumlah aset dalam miliaran Rupiah/ Total assets in billions Rupiah	
			2013	2012	2013	2012
			100%	100%	20.14	20.76
PT Anugrah Lever (dalam likuidasi/ in liquidation)	Indonesia	2001				

Susunan Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012 adalah sebagai berikut:

The Company's Board of Commissioners and Directors as at 31 December 2013 and 2012, were as follows:

Dewan Komisaris

Board of Commissioners

	2013		2012		
Presiden Komisaris	Peter Frank ter Kulve		Peter Frank ter Kulve		President Commissioner Commissioners
Komisaris	Erry Firmansyah		Erry Firmansyah		
	Cyrillus Harinowo		Cyrillus Harinowo		
	Bambang Subianto		Bambang Subianto		
	Hikmahanto Juwana		Hikmahanto Juwana		

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Direksi

	<u>2013</u>
Presiden Direktur	Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Direktur	Tevilyan Yudhistira Rusli Debora Herawati Sadrach Hadrianus Setiawan Ira Noviarti Vishal Gupta Enny Hartati Ainul Yaqin Sancoyo Antarikso Ramakrishnan Raghuraman

Susunan Komite Audit Perusahaan pada tanggal laporan keuangan konsolidasian ini adalah sebagai berikut:

Komite audit

	<u>2013</u>
Ketua	Erry Firmansyah
Anggota	Benny Redjo Setyono Muhammad Saleh

Laporan keuangan konsolidasian PT Unilever Indonesia Tbk dan entitas anak (bersama-sama disebut "Grup") disusun oleh Direksi dan diselesaikan pada tanggal 25 Maret 2014.

Berikut ini adalah ikhtisar kebijakan akuntansi penting yang diterapkan dalam penyusunan laporan keuangan Grup yang disusun berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia dan peraturan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) (sekarang menjadi Otoritas Jasa Keuangan atau OJK) No. VIII.G.7 tentang Penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emiten atau Perusahaan Publik, yang terlampir dalam Surat Keputusan No. KEP-347/BL/2012.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi yang penting

a. Dasar penyusunan laporan keuangan konsolidasian

Laporan keuangan konsolidasian disusun berdasarkan konsep harga perolehan, kecuali instrumen derivatif.

Laporan keuangan konsolidasian juga disusun berdasarkan konsep akrual kecuali untuk laporan arus kas konsolidasian.

Laporan arus kas konsolidasian disusun dengan metode langsung (*direct method*), dan arus kas dikelompokkan atas dasar aktivitas operasi, investasi dan pendanaan.

Mata uang pelaporan yang digunakan dalam laporan keuangan konsolidasian adalah Rupiah yang merupakan mata uang fungsional Grup. Seluruh angka dalam laporan keuangan konsolidasian ini dibulatkan menjadi dan disajikan dalam jutaan Rupiah yang terdekat, kecuali bila dinyatakan lain.

Directors

	<u>2012</u>	
Presiden Direktur	Maurits Daniel Rudolf Lalisang	<i>President Director</i> <i>Directors</i>
Direktur	Franklin Chan Gomez Debora Herawati Sadrach Hadrianus Setiawan Ira Noviarti Vishal Gupta Enny Hartati Ainul Yaqin Sancoyo Antarikso	

The composition of the Company's Audit Committee as at the date of these consolidated financial statements was as follows:

Audit Committee

	<u>2012</u>	
Ketua	Erry Firmansyah	<i>Chairman</i> <i>Members</i>
Anggota	Benny Redjo Setyono Muhammad Saleh	

The consolidated financial statements of PT Unilever Indonesia Tbk and subsidiary (collectively the "Group") were prepared by the Directors and completed on 25 March 2014.

Presented below are the principal accounting policies applied in the preparation of the consolidated financial statements of the Group which have been prepared in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards and the Capital Market and Financial Institutions Supervisory Agency (BAPEPAM-LK)'s Regulation (currently Indonesian Financial Services Authority or OJK) No. VIII.G.7 regarding the Presentation and Disclosure of Financial Statements of Issuers or Public Companies, enclosed in the Decision Letter No. KEP-347/BL/2012.

2. Summary of significant accounting policies

a. Basis of preparation of the consolidated financial statements

The consolidated financial statements have been prepared under the historical cost convention, except for derivative instruments.

The consolidated financial statements have also been prepared on the basis of the accruals concept except for the consolidated statements of cash flows.

The consolidated statements of cash flows are prepared based on the direct method by classifying cash flows on the basis of operating, investing and financing activities.

The reporting currency used in the consolidated financial statements is Rupiah which is the Group's functional currency. Figures in the consolidated financial statements are rounded to and stated in millions of Rupiah, unless otherwise stated.

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Perubahan pada pernyataan standar akuntansi keuangan dan interpretasi pernyataan standar akuntansi keuangan

Revisi atas PSAK 38, "Kombinasi Bisnis pada Entitas Sepengendali", PSAK 60, "Instrumen Keuangan: Pengungkapan", dan pencabutan atas PSAK 51, "Akuntansi Kuasi-Reorganisasi" yang berlaku efektif sejak 1 Januari 2013 tidak menghasilkan perubahan kebijakan akuntansi Grup dan tidak memiliki dampak terhadap jumlah yang dilaporkan periode berjalan atau tahun sebelumnya.

Standar baru, revisi dan interpretasi yang telah diterbitkan, namun belum berlaku efektif untuk tahun buku yang dimulai pada tanggal 1 Januari 2013 adalah sebagai berikut:

- ISAK 27, "Peralihan Aset dari Pelanggan"
- ISAK 28, "Pengkakhiran Liabilitas Keuangan dengan Instrumen Ekuitas" *)
- PSAK 67, "Pengungkapan Kepentingan dalam Entitas Lain" *)
- PSAK 68, "Pengukuran Nilai Wajar" *)
- PSAK 1 (revisi 2013), "Penyajian Laporan Keuangan" *)
- PSAK 4 (revisi 2013), "Laporan Keuangan Tersendiri" *)
- PSAK 24 (revisi 2013), "Imbalan Kerja" *)

ISAK 27 dan 28 berlaku untuk tahun buku yang dimulai sejak 1 Januari 2014, sedangkan revisi dan standar baru lainnya akan berlaku efektif pada tahun buku yang dimulai 1 Januari 2015.

Pada saat penerbitan laporan keuangan, manajemen sedang mempelajari dampak yang mungkin timbul dari penerapan standar baru dan revisi tersebut serta pengaruhnya pada laporan keuangan Grup.

*) Penerapan dini revisi dan standar baru diatas sebelum 1 Januari 2015 tidak diijinkan.

b. Prinsip-prinsip konsolidasi

Kebijakan akuntansi yang digunakan dalam penyusunan laporan keuangan konsolidasian ini telah diterapkan secara konsisten, kecuali dinyatakan lain.

Laporan keuangan konsolidasian meliputi laporan keuangan Perseroan dan entitas anak dimana Perseroan mempunyai pengendalian dan penyertaan saham langsung dengan hak suara lebih dari 50,00%. Entitas anak dikonsolidasi sejak tanggal pengendalian telah beralih kepada Perseroan secara efektif.

Pengaruh dari seluruh transaksi dan saldo yang material antara entitas-entitas di dalam Grup telah dieliminasi dalam penyajian laporan keuangan konsolidasian.

Kepentingan nonpengendali atas hasil usaha dan ekuitas perusahaan-perusahaan yang dikendalikan Perseroan disajikan secara terpisah baik pada laporan laba rugi komprehensif maupun laporan posisi keuangan konsolidasian.

Changes to the statements of financial accounting standards and interpretations of statements of financial accounting standards

The revisions to SFAS 38, "Business Combinations on Entities under Common Control", SFAS 60 "Financial Instrument: Disclosure", and withdrawal of SFAS 51, "Quasi Reorganisation" with an effective date of 1 January 2013 did not result in changes to the Group's accounting policies and had no effect on the amounts reported for the current period or prior financial years.

New standards, amendments and interpretations issued but not yet effective for the financial year beginning 1 January 2013 are as follows:

- IFAS 27, "Transfer of Assets from Customers"
- IFAS 28, "Extinguishing Financial Liabilities with Equity Instruments" *)
- SFAS 67, "Disclosure of Interests in Other Entities" *)
- SFAS 68, "Fair Value Measurement" *)
- SFAS 1 (revised 2013), "Presentation of Financial Statements" *)
- SFAS 4 (revised 2013), "Separate Financial Statements" *)
- SFAS 24 (revised 2013), "Employee Benefits" *)

IFAS 27 and 28 will become effective for annual periods beginning on or after 1 January 2014 while the other new and revised standards will become effective for annual periods beginning on or after 1 January 2015.

As at the authorisation date of these financial statements, the Group was in the process of evaluating the potential impact of these new and revised SFAS.

*) Early adoption of these new and revised standards prior to 1 January 2015 is not permitted.

b. Principles of consolidation

The accounting policies adopted in preparing the consolidated financial statements have been consistently applied, unless otherwise stated.

The consolidated financial statements include the accounts of the Company and the subsidiary in which the Company has direct control and ownership of more than 50.00% of the voting rights. The subsidiary has been consolidated from the date on which control was effectively transferred to the Company.

The effect of all material transactions and balances between entities in the Group has been eliminated in preparing the consolidated financial statements.

Non-controlling interests in the results and the equity of controlled entities are shown separately in the consolidated statements of comprehensive income and statements of financial position, respectively.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Kebijakan akuntansi yang dipakai dalam penyajian laporan keuangan konsolidasian telah diterapkan secara konsisten oleh entitas anak, kecuali bila dinyatakan secara khusus.

c. Transaksi dengan pihak berelasi

Grup mempunyai transaksi dengan pihak berelasi. Definisi pihak berelasi sesuai dengan yang diatur dalam PSAK 7, "Pengungkapan Pihak-pihak Berelasi".

Seluruh transaksi yang material dengan pihak berelasi telah diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan konsolidasian.

Transaksi restrukturisasi antar entitas sepengendali dicatat seolah-olah dengan menggunakan metode penyatuan kepemilikan. Selisih antara biaya investasi dengan nilai buku aset bersih yang diperoleh dicatat sebagai "Tambahkan modal disetor" pada bagian ekuitas di laporan posisi keuangan konsolidasian.

d. Kas dan setara kas

Kas dan setara kas mencakup kas, bank dan investasi likuid jangka pendek dengan jangka waktu jatuh tempo dalam waktu tiga bulan atau kurang.

e. Penjabaran mata uang asing

Transaksi dalam mata uang asing dijabarkan ke mata uang Rupiah dengan menggunakan kurs yang berlaku pada tanggal transaksi. Pada tanggal laporan posisi keuangan, aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing dijabarkan ke mata uang Rupiah dengan kurs yang berlaku pada tanggal laporan posisi keuangan. Kurs yang digunakan sebagai acuan adalah kurs yang digunakan oleh Bank Indonesia. Keuntungan dan kerugian dari selisih kurs yang timbul dari transaksi dalam mata uang asing dan penjabaran aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing, diakui pada laporan laba rugi konsolidasian tahun yang bersangkutan.

f. Instrumen keuangan derivatif

Instrumen derivatif pada awalnya diakui sebesar nilai wajar pada saat kontrak tersebut dilakukan dan selanjutnya diukur pada nilai wajarnya. Metode pengakuan keuntungan atau kerugian perubahan nilai wajar tergantung apakah derivatif tersebut dirancang dan memenuhi syarat sebagai instrumen lindung nilai untuk tujuan akuntansi, dan sifat dari risiko yang dilindungi nilainya.

Keuntungan atau kerugian yang timbul dari perubahan nilai wajar atau instrumen derivatif yang tidak memenuhi kriteria lindung nilai untuk tujuan akuntansi diakui pada laporan laba rugi konsolidasian.

The accounting policies adopted in preparing the consolidated financial statements have been consistently applied by the subsidiary, unless otherwise stated.

c. Related party transactions

The Group has transactions with related parties. The definition of related parties used is in accordance with SFAS 7, "Related Party Disclosures".

All material transactions with related parties are disclosed in the notes to these consolidated financial statements.

The restructuring transaction between entities under common control is accounted for using a method similar to the pooling of interests method. The difference between the acquisition cost and the book value of the net assets acquired is recorded in the "Additional paid-in capital" account, which is presented in the equity section of the consolidated statement of financial position.

d. Cash and cash equivalents

Cash and cash equivalents include cash on hand, cash in banks, and other short-term highly liquid investments with original maturity of three months or less.

e. Foreign currency translation

Transactions denominated in foreign currencies are translated into Rupiah at the exchange rates prevailing at the date of the transaction. At the statement of financial position date, monetary assets and liabilities in foreign currencies are translated into Rupiah at the exchange rates prevailing on that date. The exchange rate used as a benchmark is the middle rate which is issued by Bank Indonesia. Exchange gains and losses arising on transactions in foreign currency and on the translation of monetary assets and liabilities in foreign currency are recognised in the consolidated profit or loss during the financial year in which they are incurred.

f. Derivative financial instruments

Derivative instruments are initially recognised at fair value on the date a derivative contract is entered into and are subsequently remeasured at their fair value. The method of recognising the resulting gain or loss on the changes in fair value depends on whether the derivative is designated and qualified as a hedging instrument for accounting purposes and the nature of the risk being hedged.

The gains or losses arising from changes in the fair value of derivative instruments that do not meet the criteria of hedging for accounting purposes are recognised in the consolidated profit or loss.

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

g. Aset keuangan

Klasifikasi aset keuangan tergantung tujuan perolehan aset keuangan yang ditentukan pada saat awal pengakuan. Aset keuangan Grup terutama terdiri dari kas dan setara kas, piutang usaha dan piutang lain-lain yang mana merupakan aset keuangan nonderivatif dengan pembayaran yang tetap atau dapat ditentukan dan tidak mempunyai kuotasi harga di pasar aktif. Karena hal tersebut, aset keuangan diklasifikasikan sebagai pinjaman dan piutang.

Pinjaman yang diberikan dan piutang dimasukkan sebagai aset lancar, kecuali jika jatuh temponya melebihi 12 bulan setelah akhir periode pelaporan.

Pinjaman yang diberikan dan piutang dicatat sebesar biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode suku bunga efektif.

Pada setiap akhir periode pelaporan, Grup menilai apakah terdapat bukti objektif bahwa aset keuangan atau kelompok aset keuangan telah mengalami penurunan nilai. Aset keuangan atau kelompok aset keuangan diturunkan nilainya dan kerugian penurunan nilai terjadi hanya jika terdapat bukti objektif bahwa penurunan nilai akibat satu atau lebih peristiwa yang terjadi setelah pengakuan awal aset ("peristiwa rugi") dan (atau peristiwa) rugi tersebut memiliki dampak pada arus kas masa depan diestimasi atas aset keuangan atau kelompok aset keuangan yang dapat diestimasi secara andal.

h. Piutang usaha

Pada saat pengakuan awal piutang usaha diakui pada nilai wajarnya dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode bunga efektif apabila dampak pendiskontoan signifikan, dikurangi dengan provisi atas penurunan nilai. Provisi atas penurunan nilai diestimasi berdasarkan penelaahan manajemen atas kolektibilitas masing-masing saldo piutang pada akhir tahun. Piutang dihapuskan dalam tahun dimana piutang tersebut dipastikan tidak akan tertagih.

i. Persediaan

Persediaan dinilai dengan nilai yang terendah antara harga perolehan dan nilai realisasi bersih. Metode yang dipakai untuk menentukan harga perolehan adalah metode rata-rata bergerak. Harga perolehan barang jadi dan barang dalam proses terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung serta alokasi biaya overhead yang terkait dengan produksi.

Nilai realisasi bersih adalah estimasi harga penjualan dalam kegiatan usaha biasa, dikurangi estimasi biaya penyelesaian dan estimasi beban yang diperlukan untuk penjualan.

Provisi untuk persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris ditentukan berdasarkan estimasi penggunaan atau penjualan masing-masing jenis persediaan pada masa mendatang.

g. Financial assets

Classification of financial assets depends on the purpose for which the financial assets were acquired, which is determined at initial recognition. Financial assets of the Group mainly comprised cash and cash equivalents, trade debtors and other debtors which represent non-derivative financial assets with fixed or determinable payments that are not quoted in an active market. Accordingly, such financial assets have been classified as loans and receivables.

Loans and receivables are included in current assets, except for maturities greater than 12 months after the end of the reporting period.

Loans and receivables are carried at amortised cost using the effective interest method.

At the end of each reporting period, the Group assesses whether there is objective evidence that a financial asset or group of financial assets is impaired. A financial asset or a group of financial assets is impaired and impairment losses are incurred only if there is objective evidence of impairment as a result of one or more events that occurred after the initial recognition of the assets (a "loss event") and that loss event (or events) has an impact on the estimated future cash flows of the financial asset or group of financial assets that can be reliably estimated.

h. Trade debtors

Trade debtors are initially recognised at fair value and subsequently measured at amortised cost using the effective interest method if the impact of discounting is significant, less provision for impairment. Provision for impairment is established based on management's review of the collectibility of each account at the end of the year. Uncollectible receivables are written-off as bad debts during the year in which they are determined to be non-collectible.

i. Inventories

Inventories are valued at cost or net realisable value, whichever is lower. The method used to determine cost is the moving average method. Cost of finished goods and work in process comprises materials, direct labour and an appropriate proportion of directly attributable production overhead.

Net realisable value is the estimated selling price in the ordinary course of business, less estimated cost of completion and expense necessary to make the sales.

A provision for obsolete and unused/slow moving inventories is determined on the basis of estimated future usage or sale of inventory items.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

j. Aset tetap dan penyusutan

Aset tetap dicatat sebesar biaya perolehan setelah dikurangi dengan akumulasi penyusutan.

Biaya perolehan mencakup semua pengeluaran yang terkait secara langsung dengan perolehan aset tetap tersebut.

Biaya-biaya setelah pengakuan awal aset diakui sebagai bagian dari nilai tercatat aset atau sebagai aset yang terpisah, sebagaimana mestinya, hanya apabila kemungkinan besar Grup akan mendapatkan manfaat ekonomis masa depan berkenaan dengan aset tersebut dan biaya perolehan aset dapat diukur dengan andal. Nilai tercatat komponen yang diganti tidak lagi diakui. Biaya perbaikan dan pemeliharaan dibebankan ke dalam laporan laba rugi konsolidasian selama tahun dimana biaya-biaya tersebut terjadi.

Tanah tidak disusutkan.

Penyusutan aset tetap selain tanah dihitung dengan menggunakan metode garis lurus untuk mengalokasikan biaya perolehan hingga mencapai nilai sisa sepanjang estimasi masa manfaatnya sebagai berikut:

	<u>Tahun/Years</u>	
Bangunan	40	Buildings
Mesin dan peralatan	3-20	Machinery and equipment
Kendaraan bermotor	8	Motor vehicles

Setiap tahun nilai residu, metode penyusutan dan masa manfaat setiap aset ditelaah, dan disesuaikan jika perlu, pada setiap tanggal laporan posisi keuangan.

Keuntungan dan kerugian yang timbul dari pelepasan aset ditentukan sebesar perbedaan antara penerimaan hasil pelepasan dan jumlah tercatat aset tersebut dan diakui dalam akun "Penghasilan lain-lain, bersih" di laporan laba rugi konsolidasian.

Akumulasi biaya konstruksi bangunan dan pabrik, serta pemasangan peralatan, dikapitalisasi sebagai aset dalam penyelesaian. Biaya tersebut direklasifikasi ke akun aset tetap pada saat proses konstruksi atau pemasangan selesai. Penyusutan mulai dibebankan pada tanggal aset tersebut dapat digunakan.

k. Sewa

Sewa adalah suatu perjanjian dimana *lessor* memberikan kepada *lessee* hak untuk menggunakan suatu aset selama periode waktu yang disepakati dan sebagai imbalannya *lessee* melakukan pembayaran atau serangkaian pembayaran kepada *lessor*.

Suatu kontrak sewa dengan porsi yang signifikan atas risiko dan manfaat kepemilikan aset tetap di tangan *lessor* diklasifikasikan sebagai sewa operasi. Pembayaran sewa operasi dibebankan ke laporan laba rugi konsolidasian berdasarkan garis lurus selama masa sewa.

j. Fixed assets and depreciation

Fixed assets are stated at cost less accumulated depreciation.

Cost includes expenditure that is directly attributable to the acquisition of the fixed assets.

Subsequent costs are included in the asset's carrying amount or recognised as a separate asset, as appropriate, only when it is probable that future economic benefits associated with the item will flow to the Group and the cost of the item can be measured reliably. The carrying amount of the replaced part is derecognised. All other repairs and maintenance are charged to the consolidated profit or loss during the financial period in which they are incurred.

Land is not depreciated.

Depreciation on fixed assets other than land is calculated using the straight-line method to allocate their cost to their residual values over their estimated useful lives, as follows:

Annually the assets' residual values, depreciation method and useful lives are reviewed, and adjusted if appropriate, at the date of the statement of financial position.

Gains and losses on disposals are determined by comparing the proceeds with the carrying amount and are recognised within "Other income, net" in the consolidated profit or loss.

The accumulated costs of the construction of buildings and plant and the installation of machinery are capitalised as construction in progress. These costs are reclassified to fixed asset accounts when the construction or installation is complete. Depreciation is charged from the date when assets are available for use.

k. Leases

A lease is an agreement in which the lessor conveys to the lessee in return for a payment, or series of payments, the right to use an asset for an agreed period of time.

Leases in which a significant portion of the risks and rewards of ownership are retained by the lessor are classified as operating leases. Payments made under operating leases are charged to the consolidated profit or loss on a straight-line basis over the period of the lease.

Grup menyewa aset tetap tertentu. Sewa aset tetap dimana Grup memiliki risiko dan manfaat kepemilikan aset yang substansial diklasifikasikan sebagai sewa pembiayaan. Sewa pembiayaan dikapitalisasi pada awal masa sewa sebesar nilai yang lebih rendah antara nilai wajar aset sewaan dan nilai kini pembayaran sewa minimum.

Setiap pembayaran sewa dialokasikan antara bagian yang merupakan pelunasan liabilitas dan bagian yang merupakan beban keuangan sedemikian rupa sehingga menghasilkan tingkat suku bunga yang konstan atas saldo pembiayaan. Jumlah kewajiban sewa, neto beban keuangan, disajikan sebagai utang jangka panjang. Unsur bunga dalam beban keuangan dibebankan pada laporan laba rugi konsolidasian selama masa sewa sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu tingkat suku bunga periodik yang konstan atas saldo liabilitas setiap periode. Aset tetap yang diperoleh melalui sewa pembiayaan disusutkan selama jangka waktu yang lebih pendek antara umur manfaat aset dan masa sewa.

I. Penurunan nilai dari aset nonkeuangan

Aset yang memiliki masa manfaat yang tidak terbatas – misalnya *goodwill* atau aset takberwujud tertentu – tidak diamortisasi dan diuji penurunan nilainya secara tahunan. Aset yang diamortisasi diuji ketika terdapat indikasi bahwa nilai tercatatnya mungkin tidak dapat dipulihkan. Penurunan nilai diakui jika nilai tercatat aset melebihi jumlah terpulihkan. Jumlah terpulihkan adalah yang lebih tinggi antara nilai wajar aset dikurangi biaya untuk menjual dan nilai pakai aset. Dalam menentukan penurunan nilai, aset dikelompokkan pada tingkat yang paling rendah dimana terdapat arus kas yang dapat diidentifikasi (unit penghasil kas). Aset nonkeuangan selain *goodwill* yang mengalami penurunan nilai diuji setiap tanggal pelaporan untuk menentukan apakah terdapat kemungkinan pemulihan penurunan nilai.

m. Goodwill

Goodwill merupakan selisih lebih antara biaya perolehan dan nilai wajar aset bersih bisnis pada tanggal akuisisi. *Goodwill* diuji penurunan nilainya setiap tahun dan dicatat sebesar harga perolehan dikurangi dengan akumulasi kerugian penurunan nilai. Kerugian penurunan nilai atas *goodwill* tidak dapat dipulihkan. Keuntungan dan kerugian pelepasan entitas mencakup jumlah tercatat *goodwill* yang terkait dengan bisnis yang dijual.

Goodwill dialokasikan pada unit penghasil kas dalam rangka menguji penurunan nilai. Alokasi dibuat untuk unit penghasil kas atau kelompok unit penghasil kas yang diharapkan mendapat manfaat dari kombinasi bisnis dimana *goodwill* tersebut timbul.

The Group leases certain fixed assets. Leases of fixed assets in which the Group has substantially all the risks and rewards of ownership are classified as finance leases. Finance leases are capitalised at the lease commencement at the lower of the fair value of the leased assets and the present value of the minimum lease payments.

Each lease payment is allocated between the liability and finance charges so as to achieve a constant rate on the outstanding finance balance. The corresponding rental obligations, net of finance charges, are included in other long-term payables. The interest element of the finance cost is charged to the consolidated profit or loss over the lease period so as to produce a constant periodic rate of interest on the remaining balance of the liability for each period. The fixed asset acquired under finance leases is depreciated over the shorter of the useful life of the asset and the lease term.

I. Impairment of non-financial assets

Assets that have an indefinite useful life – for example, goodwill or certain intangible assets – are not subject to amortisation and are tested annually for impairment. Assets that are subject to amortisation are reviewed for impairment whenever events or changes in circumstances indicate that the carrying amount may not be recoverable. An impairment loss is recognised for the amount by which the asset's carrying amount exceeds its recoverable amount. The recoverable amount is the higher of an asset's fair value less costs to sell and value in use. For the purposes of assessing impairment, assets are grouped at the lowest levels for which there are separately identifiable cash flows (cash generating units). Non-financial assets other than goodwill that suffer impairment are reviewed for possible reversal of the impairment at each reporting date.

m. Goodwill

Goodwill represents the excess of the cost of an acquisition over the fair value of the net identifiable assets of the acquired business at the date of acquisition. Goodwill is tested annually for impairment and is carried at cost less accumulated impairment losses. Impairment losses on goodwill are not reversed. Gain and loss on the disposal of an entity include the carrying amount of goodwill relating to the business sold.

Goodwill is allocated to cash-generating units for the purpose of impairment testing. The allocation is made to those cash generating units or groups of cash-generating units that are expected to benefit from the business combination in which the goodwill arose.

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

n. Aset takberwujud

Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak memiliki masa manfaat yang terbatas dan dicatat sebesar harga perolehan dikurangi akumulasi amortisasi. Amortisasi dihitung dengan menggunakan metode garis lurus untuk mengalokasikan harga perolehan sesuai dengan taksiran masa manfaatnya sebagai berikut:

	Tahun/Years	
Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak	5-11	Software and software licenses

Merek yang diperoleh sebagai bagian dari kombinasi bisnis diakui sebesar nilai wajar pada tanggal perolehannya. Grup menentukan apakah umur manfaat merek terbatas atau tidak terbatas dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan. Merek dianggap memiliki masa manfaat yang tidak terbatas pada saat ini sehingga dicatat sebesar harga perolehan dan tidak diamortisasi. Umur manfaat merek ditelaah pada setiap periode pelaporan untuk menentukan apakah peristiwa dan kondisi terkini dapat terus mendukung penilaian bahwa umur manfaat tetap tidak terbatas.

o. Penelitian dan pengembangan

Biaya pengembangan dikapitalisasi hanya jika biaya tersebut dapat diukur dengan andal, adanya manfaat ekonomis dimasa yang akan datang, produk yang dihasilkan layak secara teknis dan Grup memiliki maksud dan sumber daya untuk menyelesaikan proyek tersebut. Biaya penelitian diakui dalam laporan laba rugi konsolidasian pada saat terjadinya.

p. Beban dibayar dimuka

Beban dibayar dimuka dibebankan ke laporan laba rugi konsolidasian sesuai dengan masa manfaatnya dengan menggunakan metode garis lurus. Beban dibayar dimuka yang memiliki masa manfaat lebih dari 12 bulan disajikan sebagai aset tidak lancar.

q. Pendapatan dan beban

Pendapatan terdiri dari nilai wajar imbalan yang diterima atau akan diterima dari penjualan barang dalam kegiatan usaha normal Grup. Pendapatan disajikan neto setelah dikurangi pajak pertambahan nilai, retur, potongan harga dan diskon.

Grup mengakui pendapatan ketika jumlah pendapatan dapat diukur secara andal, besar kemungkinan manfaat ekonomis masa depan akan mengalir kepada entitas dan pada saat risiko dan manfaat kepemilikan barang secara signifikan telah berpindah kepada pelanggan. Penjualan ekspor diakui pada saat penyerahan barang di atas kapal di pelabuhan pengirim (*f.o.b. shipping point*). Penjualan lokal ke pelanggan *modern trade* diakui pada saat penyerahan barang kepada pelanggan dan penjualan lokal ke pelanggan *general trade* diakui saat barang diserahkan pada titik penyerahan yang disepakati dengan pelanggan.

n. Intangible assets

Software and software licenses have a finite useful life and are carried at cost less accumulated amortisation. Amortisation is calculated using the straight-line method to allocate their cost over their estimated useful lives, as follows:

Trademarks acquired in a business combination are recognised at fair value at the acquisition date. The Group determines whether the useful lives of trademarks is finite or indefinite based on relevant considerations. Trademarks are currently regarded as having indefinite useful lives and accordingly are recorded at historical cost and not amortised. The useful lives of trademarks are reviewed each reporting period to determine whether current events and circumstances continue to support an indefinite useful life assessment.

o. Research and development

Development expenditure is capitalised only if the costs can be reliably measured, future economic benefits are probable, the product is technically feasible and the Group has the intent and the resources to complete the project. Research expenditure is recognised in consolidated profit or loss as incurred.

p. Prepaid expenses

Prepaid expenses are charged against the consolidated profit or loss over the period in which the related benefits are derived, using the straight-line method. Prepaid expenses with a benefit period of more than 12 months are recorded as non-current assets.

q. Revenue and expenses

Revenue comprises the fair value of the consideration received or receivable for the sale of goods in the ordinary course of the Group's activities. Revenue is shown net of value added tax, returns, rebates and discounts.

*The Group recognises revenue when the amount of revenue can be reliably measured, it is probable that future economic benefits will flow to the entity; and when the significant risk and ownership of the goods have been transferred to customers. Export sales are recognised upon shipment of the goods to the customers (*f.o.b. shipping point*). Domestic sales to modern trade customers are recognised when goods are delivered to the customers and domestic sales to general trade customers are recognised when goods are handed over at the point of transfer agreed with customer.*

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Beban diakui pada saat terjadinya dengan menggunakan metode akrual.

Expenses are recognised when incurred on an accrual basis.

r. Pinjaman

Pada saat pengakuan awal, pinjaman diakui sebesar nilai wajar, dikurangi dengan biaya-biaya transaksi yang terjadi. Selanjutnya, pinjaman diukur pada biaya perolehan diamortisasi.

r. Borrowings

Borrowings are initially recognised at fair value, net of transaction costs incurred. Subsequently, borrowings are stated at amortised cost.

Pinjaman diklasifikasikan sebagai liabilitas jangka pendek kecuali Grup memiliki hak tanpa syarat untuk menunda pembayaran liabilitas selama lebih dari 12 bulan setelah tanggal pelaporan.

Borrowings are classified as current liabilities unless the Group has an unconditional right to defer the settlement of the liability for more than 12 months after the reporting date.

Biaya pinjaman yang dapat diatribusikan secara langsung dengan akuisisi atau konstruksi aset kualifikasian (*qualifying asset*), dikapitalisasi hingga aset tersebut selesai secara substansial.

Borrowing costs, which are directly attributable to the acquisition or construction of a qualifying asset, are capitalised until the asset is substantially completed.

s. Utang usaha

Utang usaha pada awalnya diakui sebesar nilai wajar dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode bunga efektif.

s. Trade creditors

Trade creditors are initially measured at fair value and subsequently measured at amortised cost using the effective interest method.

t. Pajak penghasilan kini dan tangguhan

Beban pajak penghasilan terdiri dari pajak kini dan pajak tangguhan. Pajak tersebut diakui dalam laporan laba rugi konsolidasian, kecuali jika pajak tersebut terkait dengan transaksi atau kejadian yang langsung diakui ke ekuitas atau pendapatan komprehensif lainnya. Dalam hal ini, pajak tersebut masing-masing diakui dalam pendapatan komprehensif lainnya atau ekuitas.

t. Current and deferred income tax

The income tax expense comprises current and deferred tax. Tax is recognised in the profit or loss, except to the extent that it relates to items recognised directly to equity or other comprehensive income. In this case, the tax is also recognised in other comprehensive income or directly in equity, respectively.

Pajak penghasilan kini dihitung dengan menggunakan tarif pajak yang telah diberlakukan pada tanggal posisi keuangan.

The current income tax is calculated using tax rates that have been enacted at the financial position date.

Pajak penghasilan tangguhan diakui untuk semua perbedaan temporer antara dasar pengenaan pajak atas aset dan liabilitas dengan nilai tercatatnya. Pajak penghasilan tangguhan ditentukan menggunakan tarif pajak yang telah berlaku atau secara substantif berlaku pada akhir periode pelaporan keuangan dan diharapkan akan diterapkan pada saat aset pajak tangguhan yang bersangkutan direalisasi atau pada saat liabilitas pajak tangguhan diselesaikan.

Deferred income tax is recognised for all temporary differences arising between the tax bases of assets and liabilities and their carrying amounts. Deferred income tax is determined using tax rates that have been enacted or substantially enacted as at reporting period and is expected to apply when the related deferred income tax asset is realised or the deferred income tax liability is settled.

Aset pajak penghasilan tangguhan diakui apabila besar kemungkinan bahwa jumlah penghasilan kena pajak pada masa mendatang akan memadai untuk mengkompensasi perbedaan temporer yang menimbulkan aset pajak tangguhan tersebut.

Deferred income tax assets are recognised to the extent that it is probable that future taxable profit will be available against which the temporary differences can be utilised.

Aset dan liabilitas pajak penghasilan tangguhan dapat saling hapus apabila terdapat hak yang berkekuatan hukum untuk melakukan saling hapus antara aset pajak kini dengan liabilitas pajak kini dan apabila aset dan liabilitas pajak penghasilan tangguhan dikenakan oleh otoritas perpajakan yang sama, baik atas entitas kena pajak yang sama ataupun berbeda dan adanya niat untuk melakukan penyelesaian saldo-saldo tersebut secara neto.

Deferred income tax assets and liabilities are offset when there is a legally enforceable right to offset current tax assets against current tax liabilities and when the deferred income taxes assets and liabilities relate to income taxes levied by the same taxation authority on either the same taxable entity or different taxable entities where there is an intention to settle the balances on a net basis.

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

u. Imbalan kerja

- Imbalan kerja jangka pendek

Imbalan kerja jangka pendek diakui pada saat terutang kepada karyawan.

Perseroan mengakui liabilitas dan beban atas bonus, berdasarkan suatu rumus yang memperhitungkan laba yang tersedia bagi pemegang saham Perseroan dan prestasi kerja karyawan setelah penyesuaian-penyesuaian tertentu. Perseroan mengakui kewajiban apabila ada kewajiban kontraktual atau apabila ada praktik di masa lalu yang menimbulkan kewajiban konstruktif.

- Imbalan pensiun

Perseroan memiliki program pensiun imbalan pasti dan iuran pasti.

Program pensiun imbalan pasti merupakan program pensiun yang menetapkan jumlah imbalan pensiun yang akan diterima oleh karyawan pada saat pensiun, yang biasanya tergantung pada satu faktor atau lebih, seperti umur, masa kerja dan jumlah kompensasi.

Untuk seluruh karyawan tetap yang dipekerjakan sebelum 1 Januari 2008, Perseroan menyelenggarakan program pensiun imbalan pasti yang mencakup seluruh karyawan tersebut yang memiliki hak atas imbalan pensiun sebagaimana yang ditentukan dalam peraturan Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia. Program tersebut didanai melalui pembayaran kepada dana pensiun tersebut.

Program iuran pasti adalah program pensiun dimana Perseroan membayar iuran tetap kepada sebuah entitas yang terpisah.

Seluruh karyawan tetap yang dipekerjakan mulai 1 Januari 2008 dan seterusnya diikutsertakan pada program pensiun iuran pasti yang dikelola oleh Dana Pensiun Iuran Pasti. Kontribusi kepada program pensiun iuran pasti diakui sebagai beban dalam laporan laba rugi konsolidasian pada saat terjadinya dan terutang.

Perseroan diharuskan menyediakan program pensiun dengan imbalan minimal tertentu sesuai dengan Undang-undang Ketenagakerjaan No. 13/2003 ("UU Ketenagakerjaan") yang merupakan liabilitas imbalan pasti. Sebagai akibatnya, jika imbalan pensiun berdasarkan UU Ketenagakerjaan lebih tinggi daripada jumlah imbalan berdasarkan program pensiun Perseroan, selisih tersebut disajikan sebagai imbalan pasca-kerja lainnya dan dihitung dengan cara yang sama dengan kewajiban imbalan pensiun.

u. Employee benefits

- Short-term employee benefits

Short-term employee benefits are recognised when they accrue to the employees.

The Company recognises a liability and an expense for bonuses, based on a formula that takes into consideration the profit attributable to the Company's shareholders and employees' performance after certain adjustments. The Company recognises a provision when contractually obliged or where there is a past practice that has created a constructive obligation.

- Pension benefits

The Company has a defined benefit and a defined contribution pension plan.

A defined benefit plan is a pension plan that defines an amount of pension benefit that an employee will receive on retirement, usually dependent on one or more factors such as age, years of service and compensation.

For all permanent employees who were hired before 1 January 2008, the Company has a defined benefit pension plan covering all of those employees who have the right to pension benefits as stipulated in the regulations of the Defined Benefit Pension Fund of Unilever Indonesia. The plan is generally funded through payments to the pension fund.

A defined contribution plan is a pension plan under which the Company pays fixed contributions into a separate entity.

All permanent employees who were hired on 1 January 2008 onwards are covered by a defined contribution plan managed by a Defined Contribution Pension Fund. The contribution to the pension fund is recognised as an expense in the consolidated profit or loss as incurred and payable.

The Company is required to provide a minimum amount of pension benefits in accordance with Labor Law No. 13/2003 ("Labor Law") which represents an underlying defined benefit obligation. Consequently, if the pension benefits based on Labor Law are higher than those based on the Company's sponsored pension plans, the difference is presented as other post-employment benefits and accounted for in the similar manner with the pension benefits obligations.

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Liabilitas imbalan pensiun yang diakui di laporan posisi keuangan konsolidasian adalah nilai kini kewajiban imbalan pasti pada tanggal laporan posisi keuangan dikurangi nilai wajar aset program, serta disesuaikan dengan keuntungan atau kerugian aktuarial dan biaya jasa lalu yang belum diakui.

Kewajiban imbalan pasti dihitung setiap tahun oleh aktuaris independen dengan menggunakan metode *projected unit credit*. Nilai kini kewajiban imbalan pasti ditentukan dengan mendiskontokan arus kas estimasian menggunakan tingkat bunga obligasi pemerintah (dengan pertimbangan saat ini tidak ada pasar aktif untuk obligasi korporat berkualitas tinggi) dalam mata uang yang sama dengan mata uang imbalan yang akan dibayarkan dan waktu jatuh tempo yang kurang lebih sama dengan waktu jatuh tempo liabilitas pensiun yang bersangkutan.

Keuntungan dan kerugian aktuarial dapat timbul dari penyesuaian yang dibuat berdasarkan pengalaman dan perubahan asumsi-asumsi aktuarial. Apabila jumlah keuntungan atau kerugian aktuarial ini melebihi 10,00% dari nilai kini kewajiban imbalan pasti atau 10,00% dari nilai wajar aset program pada tanggal laporan posisi keuangan konsolidasian maka kelebihannya dibebankan atau dikreditkan pada pendapatan atau beban selama sisa masa kerja rata-rata para karyawan yang bersangkutan.

Biaya jasa lalu diakui secara langsung di laporan laba rugi konsolidasian, kecuali biaya jasa lalu yang baru akan menjadi hak (*vested*) setelah karyawan yang bersangkutan tetap bekerja selama jangka waktu tertentu (periode *vesting*). Dalam hal ini, biaya jasa lalu akan diamortisasi secara garis lurus sepanjang periode *vesting* tersebut. Biaya jasa kini diakui sebagai beban periode berjalan.

- Imbalan kesehatan pasca-kerja

Perseroan memberikan imbalan kesehatan pasca-kerja untuk para karyawan yang telah pensiun dan anggota keluarga tertentu. Hak atas imbalan ini pada umumnya diberikan apabila karyawan bekerja hingga mencapai usia pensiun dan memenuhi masa kerja tertentu. Imbalan ini dihitung dengan menggunakan metodologi yang sama dengan metodologi yang digunakan dalam perhitungan program pensiun imbalan pasti.

- Imbalan kerja jangka panjang lainnya

Perseroan memberikan imbalan kerja jangka panjang lainnya seperti jubiliun (*jubilee*) dan imbalan cuti panjang. Imbalan ini dihitung dengan menggunakan metodologi yang sama dengan metodologi yang digunakan dalam perhitungan program pensiun imbalan pasti, tetapi keuntungan dan kerugian aktuarial dan biaya jasa masa lalu diakui segera pada laba rugi.

The liability recognised in the consolidated statement of financial position is the present value of the defined benefits obligation as at the statement of financial position date less the fair value of plan assets, together with adjustments for unrecognised actuarial gains or losses and past service costs.

The defined benefits obligation is calculated annually by an independent actuary using the projected unit credit method. The present value of the defined benefits obligation is determined by discounting the estimated future cash outflows using interest rates of government bonds (considering currently there is no deep market for high-quality corporate bonds) that are denominated in the currency in which the benefit will be paid, and that have terms to maturity approximating the terms of the related pension liability.

Actuarial gains and losses can arise from experience adjustments and changes in actuarial assumptions. When the actuarial gains and losses exceeds the greater of 10.00% of the present value of the defined benefits obligation or 10.00% of the fair value of the plan assets at the consolidated statements of financial position date, the excess is charged or credited to expenses or income over the average remaining service years of the relevant employees.

Past service costs are recognised immediately in the consolidated profit or loss, except those which will be vested if the employee remains in service for a certain period of time (vesting period). In this case, the past-service costs are amortised on a straight-line basis over the vesting period. Current service cost is expensed in the prevailing period.

- Post-employment medical benefits

The Company provides post-employment medical benefits to all retirees and certain family members. The entitlement to these benefits is usually based on the employee remaining in service up to retirement age and the completion of a certain service period. These benefits are accounted for using the same methodology as for the defined benefit pension plan.

- Other long-term employee benefits

The Company provides other long-term employee benefits such as jubilee and long leave benefits. These benefits are accounted for using the same methodology as for the defined benefit pension plan, except that the actuarial gains and losses and past service costs are recognised immediately in profit or loss.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

v. Modal saham dan tambahan modal disetor

Saham biasa diklasifikasikan sebagai ekuitas. Tambahan modal disetor merupakan selisih antara kontribusi modal dan nilai nominal saham. Biaya yang secara langsung terkait dengan penerbitan saham disajikan sebagai pengurang tambahan modal disetor.

w. Dividen

Pembagian dividen final kepada para pemegang saham Perseroan diakui sebagai liabilitas ketika dividen disetujui oleh para pemegang saham Perseroan. Pembagian dividen interim kepada para pemegang saham Perseroan diakui sebagai liabilitas ketika dividen disetujui berdasarkan keputusan rapat Direksi dan sudah diumumkan kepada publik.

x. Laba bersih per saham dasar

Laba bersih per saham dasar dihitung dengan membagi laba bersih yang diatribusikan kepada pemilik entitas induk pada periode yang bersangkutan dengan jumlah rata-rata tertimbang saham yang beredar. Tidak ada surat berharga yang dapat dikonversi, opsi, atau waran yang dapat menimbulkan pengaruh dilusi pada laba bersih per saham.

y. Informasi segmen

Segmen operasi dilaporkan dengan cara yang konsisten dengan pelaporan internal yang diberikan kepada Direksi. Direksi bertanggung jawab untuk mengalokasikan sumber daya, menilai kinerja segmen operasi dan membuat keputusan strategis.

z. Provisi

Grup mengakui provisi apabila memiliki kewajiban kini (baik bersifat hukum maupun konstruktif) sebagai akibat peristiwa masa lalu apabila besar kemungkinan penyelesaian kewajiban tersebut mengakibatkan arus keluar sumber daya dan dapat diestimasi dengan andal.

v. Share capital and additional paid-in capital

Common shares are classified as equity. Additional paid-in capital is the difference between the capital contribution and the nominal value of the share. All expenses directly related to the issuance of share capital are recorded as deductions from additional paid-in capital.

w. Dividends

Final dividend distributions to the shareholders are recognised as liabilities when the dividends are declared by the Company's shareholders. Interim dividend distributions to the shareholders are recognised as liabilities when the dividends are approved by a Directors' resolution and a public announcement has been made.

x. Basic earnings per share

Basic earnings per share is computed by dividing net profit attributable to the owners of the parent for the period by the weighted average number of outstanding shares. There are no convertible securities, options or warrants that would give rise to a dilution of the earnings per share.

y. Segment information

Operating segments are reported in a manner consistent with the internal reporting provided to the Directors. The Directors are responsible for allocating resources, assessing performance of the operating segments and making strategic decisions.

z. Provision

Provision is recognised when the Group has a present obligation (legal or constructive) as a result of past events, when it is probable that an outflow of resources embodying economic benefits will be required to settle the obligation and a reliable estimate as to the amount of the obligation can be made.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

3. Kas dan setara kas

3. Cash and cash equivalents

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Kas	449	426	Cash on hand
Kas di bank			Cash in banks
Pihak ketiga – Rupiah:			Third parties – Rupiah:
Deutsche Bank AG, Jakarta	28,933	38,279	Deutsche Bank AG, Jakarta
PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	8,791	93,440	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
PT CIMB Niaga Tbk	6,082	30,357	PT CIMB Niaga Tbk
PT Bank Central Asia Tbk	779	20,566	PT Bank Central Asia Tbk
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	713	1,414	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta
Citibank N.A., Jakarta	692	6,369	Citibank N.A., Jakarta
The Royal Bank of Scotland, Jakarta	432	8,365	The Royal Bank of Scotland, Jakarta
PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	33	8,494	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	340	370	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
Jumlah	<u>46,795</u>	<u>207,654</u>	Total
Pihak ketiga – USD (Catatan 30):			Third parties – USD (Note 30):
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	169,452	8,060	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta
Citibank N.A., Jakarta	19,112	1,884	Citibank N.A., Jakarta
Jumlah	<u>188,564</u>	<u>9,944</u>	Total
Pihak ketiga – EUR (Catatan 30):			Third parties – EUR (Note 30):
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	5,343	107	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta
Citibank N.A., Jakarta	17	39	Citibank N.A., Jakarta
Jumlah	<u>5,360</u>	<u>146</u>	Total
Pihak ketiga – GBP (Catatan 30):			Third party – GBP (Note 30):
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	2,034	2,008	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta
Pihak ketiga – AUD (Catatan 30):			Third party – AUD (Note 30):
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	-	512	The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta
Jumlah kas di bank	<u>242,753</u>	<u>220,264</u>	Total cash in banks
Deposito berjangka (jatuh tempo dalam jangka waktu tiga bulan):			Time deposits (maturity within three months):
Pihak ketiga – Rupiah:			Third parties – Rupiah:
The Royal Bank of Scotland, Jakarta	18,000	-	The Royal Bank of Scotland, Jakarta
PT Bank Permata Tbk, Jakarta	-	9,000	PT Bank Permata Tbk, Jakarta
Jumlah deposito berjangka	<u>18,000</u>	<u>9,000</u>	Total time deposits
Jumlah kas dan setara kas	<u>261,202</u>	<u>229,690</u>	Total cash and cash equivalents
Tingkat bunga per tahun deposito berjangka selama tahun berjalan adalah sebagai berikut:			The interest rates per annum for the time deposits during the year are as follows:
	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Rupiah	3.55 – 9.25%	2.47 – 6.50%	Rupiah

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

4. Piutang usaha

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Pihak ketiga:			<i>Third parties:</i>
- Rupiah	3,000,847	2,257,766	<i>Rupiah -</i>
- USD (Catatan 30)	1,825	155	<i>USD (Note 30) -</i>
Dikurangi: Provisi atas penurunan nilai	<u>(14,369)</u>	<u>(4,524)</u>	<i>Less: Provision for impairment</i>
Jumlah	<u>2,988,303</u>	<u>2,253,397</u>	<i>Total</i>

Piutang usaha pihak ketiga dalam mata uang Rupiah terdiri atas piutang usaha dari pelanggan di seluruh wilayah Indonesia.

Third party trade debtors denominated in Rupiah comprise receivables from customers throughout Indonesia.

Piutang usaha pihak ketiga dalam mata uang USD terdiri atas piutang usaha dari pelanggan luar negeri.

Third party trade debtors denominated in USD comprise receivables from overseas customers.

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Pihak berelasi – Mata uang asing (Catatan 30):			<i>Related parties – Foreign currencies (Note 30):</i>
Unilever Asia Private Ltd.	118,813	87,461	<i>Unilever Asia Private Ltd.</i>
Unilever Philippines, Inc.	66,461	42,460	<i>Unilever Philippines, Inc.</i>
Unilever Taiwan Ltd.	24,941	6,866	<i>Unilever Taiwan Ltd.</i>
Unilever Thai Holding Ltd.	15,384	-	<i>Unilever Thai Holding Ltd.</i>
Unilever Vietnam International Co.	11,456	7,991	<i>Unilever Vietnam International Co.</i>
Unilever RFM Ice Cream Inc.	10,917	9,206	<i>Unilever RFM Ice Cream Inc.</i>
Unilever South Africa (Pty) Ltd.	9,072	6,987	<i>Unilever South Africa (Pty) Ltd.</i>
Unilever ASCC AG	5,691	-	<i>Unilever ASCC AG</i>
Unilever Market Development (Pty) Ltd.	4,271	-	<i>Unilever Market Development (Pty)Ltd.</i>
Unilever Ghana Limited	3,460	420	<i>Unilever Ghana Limited</i>
Unilever Korea Ltd.	2,877	2,389	<i>Unilever Korea Ltd.</i>
Unilever Japan K.K.	2,608	3,677	<i>Unilever Japan K.K.</i>
Unilever Caribbean Ltd.	1,701	1,108	<i>Unilever Caribbean Ltd.</i>
Unilever Gulf Free Zone Establishment	1,496	-	<i>Unilever Gulf Free Zone Establishment</i>
Hindustan Unilever Ltd.	1,283	559	<i>Hindustan Unilever Ltd.</i>
Unilever Hongkong	563	297	<i>Unilever Hongkong</i>
Unilever Brasil Ltd.	110	1,157	<i>Unilever Brasil Ltd.</i>
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	-	1,058	<i>Unilever Lipton Ceylon Ltd.</i>
Unilever Andina Colombia Ltd.	-	768	<i>Unilever Andina Colombia Ltd.</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	<u>287</u>	<u>441</u>	<i>Others (individual balance less than Rp 382 each)</i>
Jumlah	<u>281,391</u>	<u>172,845</u>	<i>Total</i>
Sebagai persentase dari jumlah aset lancar	4.79%	3.43%	<i>As a percentage of total current assets</i>

Analisis umur piutang usaha adalah sebagai berikut:

The ageing analysis of trade debtors is as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Lancar	1,927,199	1,601,931	<i>Current</i>
Lewat jatuh tempo 1 – 30 hari	1,062,940	686,564	<i>Overdue 1 – 30 days</i>
Lewat jatuh tempo lebih dari 30 hari	<u>293,924</u>	<u>142,271</u>	<i>Overdue more than 30 days</i>
Jumlah	<u>3,284,063</u>	<u>2,430,766</u>	<i>Total</i>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Mutasi provisi atas penurunan nilai adalah sebagai berikut:

Movements in the provision for impairment are as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Saldo awal	(4,524)	(3,391)	<i>Beginning balance</i>
Penambahan provisi atas penurunan nilai	(13,829)	(2,383)	<i>Addition of provision for impairment</i>
Penghapusbukuan piutang usaha	3,984	1,250	<i>Doubtful debts written off</i>
Saldo akhir	<u>(14,369)</u>	<u>(4,524)</u>	<i>Ending balance</i>

Pada tanggal 31 Desember 2013, piutang usaha sebesar Rp 1.927.199 (2012: Rp 1.601.931) belum jatuh tempo dan tidak mengalami penurunan nilai.

As at 31 December 2013, trade debtors of Rp 1,927,199 (2012: Rp 1,601,931) were not yet overdue nor impaired.

Pada tanggal 31 Desember 2013, piutang usaha sebesar Rp 1.342.495 (2012: Rp 824.311) telah lewat jatuh tempo namun tidak mengalami penurunan nilai. Hal ini terkait dengan sejumlah pelanggan yang tidak memiliki sejarah gagal bayar. Analisis umur piutang usaha adalah sebagai berikut:

As at 31 December 2013, trade debtors of Rp 1,342,495 (2012: Rp 824,311) were overdue but not impaired. These relate to a number of independent customers for whom there is no recent history of default. The ageing analysis of these trade debtors is as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Sampai dengan 3 bulan	1,224,993	779,650	<i>Up to 3 months</i>
Lebih dari 3 bulan	117,502	44,661	<i>More than 3 months</i>
	<u>1,342,495</u>	<u>824,311</u>	

Pada tanggal 31 Desember 2013, piutang usaha sebesar Rp 14.369 (2012: Rp 4.524) mengalami penurunan nilai dan telah diprovisikan sebesar Rp 14.369 (2012: Rp 4.524). Piutang individual yang diturunkan nilainya terutama terkait dengan pedagang grosir, yang secara tidak terduga mengalami kesulitan keuangan. Piutang ini diperkirakan tidak dapat dipulihkan. Umur piutang usaha terkait adalah sebagai berikut:

As at 31 December 2013, trade debtors of Rp 14,369 (2012: Rp 4,524) were impaired. The amount of the provision was Rp 14,369 (2012: Rp 4,524). The individually impaired trade debtors mainly relate to some wholesalers, which unexpectedly experienced financial difficulties. Management has assessed that the related receivables may not be recovered. The ageing of these trade debtors is as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Sampai dengan 3 bulan	8,512	3,137	<i>Up to 3 months</i>
Lebih dari 3 bulan	5,857	1,387	<i>More than 3 months</i>
	<u>14,369</u>	<u>4,524</u>	

Eksposur maksimum risiko kredit pada tanggal pelaporan adalah sebesar nilai tercatat masing-masing kategori piutang usaha yang disebutkan di atas.

The maximum exposure to credit risk at the reporting date is the carrying value of each class of trade debtors mentioned above.

Berdasarkan penelaahan dari status masing-masing piutang usaha pada akhir tahun, manajemen berkeyakinan bahwa provisi atas penurunan nilai telah memadai untuk menutupi kerugian yang timbul dari piutang yang tidak tertagih.

Based on a review of the status of each trade debtor at the end of the year, management believes that the provision for impairment is adequate to cover losses arising from the non-collectible accounts.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

5. Persediaan

5. Inventories

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Barang jadi	1,346,716	1,175,604	<i>Finished goods</i>
Bahan baku	593,069	761,429	<i>Raw materials</i>
Barang dalam proses	152,555	125,966	<i>Work in process</i>
Suku cadang	70,299	61,247	<i>Spare parts</i>
Dikurangi: Provisi persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris	<u>(78,308)</u>	<u>(62,347)</u>	<i>Less: Provision for obsolete and unused/slow moving inventories</i>
Jumlah	<u>2,084,331</u>	<u>2,061,899</u>	<i>Total</i>

Mutasi provisi persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris adalah sebagai berikut:

Movements in the provision for obsolete and unused/slow moving inventories are as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Saldo awal	(62,347)	(82,448)	<i>Beginning balance</i>
Perubahan selama tahun berjalan:			<i>Changes during the year:</i>
Penambahan provisi	(72,684)	(27,223)	<i>Amounts provided</i>
Penghapusbukuan persediaan	<u>56,723</u>	<u>47,324</u>	<i>Amounts written off</i>
Saldo akhir	<u>(78,308)</u>	<u>(62,347)</u>	<i>Ending balance</i>

Provisi persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris terdiri dari:

The provision for obsolete and unused/slow moving inventories consists of:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Barang jadi	(34,231)	(27,253)	<i>Finished goods</i>
Bahan baku	<u>(44,077)</u>	<u>(35,094)</u>	<i>Raw materials</i>
Jumlah	<u>(78,308)</u>	<u>(62,347)</u>	<i>Total</i>

Manajemen berkeyakinan bahwa provisi untuk persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris telah mencukupi untuk menutupi kerugian yang timbul.

Management believes that the provision for obsolete and unused/slow moving inventories is adequate to cover any losses that may arise.

Pada tanggal 31 Desember 2013, persediaan Grup dilindungi dengan asuransi terhadap risiko kerugian karena bencana alam, kebakaran dan risiko-risiko lainnya dengan jumlah pertanggungan sebesar Rp 1.434.981 (2012: Rp 1.709.571). Manajemen berkeyakinan jumlah ini telah memadai untuk menutupi kemungkinan kerugian yang terjadi akibat risiko-risiko yang disebutkan di atas.

As at 31 December 2013, inventories owned by the Group were insured against the risk of loss due to natural disaster, fire and other risks with a total coverage of Rp 1,434,981 (2012: Rp 1,709,571). Management believes the amounts are adequate to cover possible losses arising from such risks.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

6. Instrumen keuangan derivatif

Pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012, Perseroan memiliki kontrak berjangka valuta asing, sebagai berikut:

6. Derivative instruments

As at 31 December 2013 and 2012, the Company had outstanding foreign currency forward contracts as follows:

Pihak yang terkait/ Counterparties	Mata uang asing / Foreign currencies	2013		Tanggal jatuh tempo/ Maturity date	Piutang/ (Utang) derivatif - (Rupiah)/ Derivative receivable/ (payable) - (Rupiah)
		Nilai nosional - beli (nilai penuh)/ Notional amount – buy (full amount)	Nilai kontrak berjangka - jual (Rupiah)/ Forward contract amount - sell (Rupiah)		
The Royal Bank of Scotland, Jakarta	USD	45,000,000	542,487	13 Januari/January – 14 April/April 2014	6,018
	EUR	7,500,000	123,181	8 Januari/January – 21 Mei/May 2014	2,744
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	USD	29,000,000	342,242	3 Januari/January – 9 April/April 2014	11,240
	EUR	4,000,000	64,615	22 Januari/January – 2 April/April 2014	2,546
JP Morgan Chase, Jakarta	USD	17,000,000	204,338	6 Januari/January – 3 April/April 2014	2,875
	EUR	4,000,000	64,548	5 Februari/February – 12 Maret/March 2014	2,612
PT Bank BNP Paribas Indonesia	USD	15,000,000	181,399	3 Februari/February – 26 Maret/March 2014	1,436
PT Bank Mizuho Indonesia, Jakarta	USD	13,000,000	154,172	6 Januari/January – 1 April/April 2014	4,285
	EUR	2,500,000	42,439	16 April /April – 7 Mei/May 2014	(464)
			<u>1,719,421</u>		<u>33,292</u>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pihak yang terkait/ Counterparties	Mata uang asing / Foreign currencies	2012		Tanggal jatuh tempo/ Maturity date	(Utang)/ Piutang derivatif - (Rupiah)/ Derivative (payable)/ receivable - (Rupiah)
		Nilai nosional - beli (nilai penuh)/ Notional amount - buy (nilai penuh)	Nilai kontrak berjangka - jual (Rupiah)/ Forward contract amount - sell (Rupiah)		
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	USD	35,000,000	340,843	3 Januari/January - 25 Maret/March 2013	(2,393)
The Royal Bank of Scotland, Jakarta	USD	15,000,000	146,179	7 Januari/January - 11 Maret/March 2013	(1,129)
JP Morgan Chase, Jakarta	USD	18,000,000	175,154	3 Januari/January - 13 Maret/March 2013	(1,094)
	EUR	1,500,000	18,809	3 Januari/January 2013	316
			680,985		(4,300)

Perseroan melakukan transaksi derivatif dengan tujuan untuk lindung nilai terhadap utang usaha. Perubahan nilai wajar dari semua instrumen keuangan derivatif ini telah diakui pada laporan laba rugi konsolidasian karena tidak memenuhi kriteria lindung nilai sebagaimana yang diatur dalam PSAK 55 (Revisi 2011), "Instrumen Keuangan: Pengakuan dan Pengukuran".

Pada tanggal 31 Desember 2013, piutang derivatif dicatat sebagai bagian dari piutang lain-lain dari pihak ketiga.

Pada tanggal 31 Desember 2012, utang derivatif dicatat sebagai bagian dari utang lain-lain kepada pihak ketiga.

The Company entered into derivative transactions for the purpose of hedging of trade creditors. The changes in the fair values of the derivative financial instruments are recognised in the consolidated profit or loss since they do not qualify for hedge accounting under SFAS 55 (Revised 2011), "Financial Instruments: Recognition and Measurement".

As at 31 December 2013, derivative receivables were recorded as part of other debtors from third parties.

As at 31 December 2012, derivative payables were recorded as part of other payables to third parties.

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

7. Transaksi dengan pihak berelasi

a. Transaksi dan sifat hubungan dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut:

i. Grup menjual barang jadi kepada pihak berelasi sebagai berikut:

- Unilever Asia Private Ltd.
- Unilever Lipton Ceylon Ltd.
- Unilever Japan K.K.
- Unilever Korea Ltd.
- Unilever Pakistan Ltd.
- Hindustan Unilever Ltd.
- Unilever Hongkong
- Unilever Andina Colombia Ltd.
- Unilever Thai Holding Ltd.
- Unilever Cote D'Ivoire
- ULT HPC Mfg Plant
- Unilever Market Development (Pty) Ltd.
- Unilever Philippines, Inc.
- Unilever South Africa (Pty) Ltd.
- Unilever Bangladesh Limited
- Unilever Taiwan Ltd.
- Unilever Vietnam International Co.
- Unilever Gulf Free Zone Establishment
- Unilever RFM Ice Cream Inc.
- Unilever Caribbean Ltd.
- Unilever Market Development Company Ltd.
- Unilever ASCC AG
- Unilever Ghana Limited
- Unilever Kenya Ltd.
- General HPC 3PM
- Unilever Brasil Ltd.

Sifat hubungan dengan pihak berelasi di atas adalah sebagai entitas dalam pengendalian bersama.

ii. Grup membeli bahan baku, barang jadi dan lain-lain dari pihak berelasi sebagai berikut:

- Unilever China Ltd.
- Unilever Supply Chain Company AG
- Unilever Lipton Ceylon Ltd.
- Unilever Asia Private Ltd.
- Hindustan Unilever Ltd.
- PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
- Unilever Philippines, Inc.
- Unilever ASCC AG
- Unilever Kenya Ltd.
- Lipton Ltd. UK
- Unilever (USA)
- Unilever India Export Limited
- Unilever Foods (Malaysia) Sdn.Bhd.
- Lipton Ltd. India
- Unilever Thai Holding Ltd.
- Unilever Sri Lanka Limited
- Unilever Vietnam International Co.

Sifat hubungan dengan pihak berelasi di atas adalah sebagai entitas dalam pengendalian bersama.

iii. Rincian sifat hubungan dan jenis transaksi yang material dengan pihak berelasi selain yang telah disebutkan di atas adalah sebagai berikut:

7. Related party transactions

a. The nature of transactions and relationships with related parties are as follows:

i. The Group sold finished goods to the following related parties:

- Unilever Asia Private Ltd.
- Unilever Lipton Ceylon Ltd.
- Unilever Japan K.K.
- Unilever Korea Ltd.
- Unilever Pakistan Ltd.
- Hindustan Unilever Ltd.
- Unilever Hongkong
- Unilever Andina Colombia Ltd.
- Unilever Thai Holding Ltd.
- Unilever Cote D'Ivoire
- ULT HPC Mfg Plant
- Unilever Market Development (Pty) Ltd.
- Unilever Philippines, Inc.
- Unilever South Africa (Pty) Ltd.
- Unilever Bangladesh Limited
- Unilever Taiwan Ltd.
- Unilever Vietnam International Co.
- Unilever Gulf Free Zone Establishment
- Unilever RFM Ice Cream Inc.
- Unilever Caribbean Ltd.
- Unilever Market Development Company Ltd.
- Unilever ASCC AG
- Unilever Ghana Limited
- Unilever Kenya Ltd.
- General HPC 3PM
- Unilever Brasil Ltd.

The nature of the relationships with the above related parties are entities under common control.

ii. The Group purchased raw materials, finished goods and others from the following related parties:

- Unilever China Ltd.
- Unilever Supply Chain Company AG
- Unilever Lipton Ceylon Ltd.
- Unilever Asia Private Ltd.
- Hindustan Unilever Ltd.
- PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
- Unilever Philippines, Inc.
- Unilever ASCC AG
- Unilever Kenya Ltd.
- Lipton Ltd. UK
- Unilever (USA)
- Unilever India Export Limited
- Unilever Foods (Malaysia) Sdn.Bhd.
- Lipton Ltd. India
- Unilever Thai Holding Ltd.
- Unilever Sri Lanka Limited
- Unilever Vietnam International Co.

The nature of the relationships with the above related parties are entities under common control.

iii. The details of the nature and types of material transactions with related parties other than those mentioned above are as follows:

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pihak berelasi/ Related parties	Sifat hubungan dengan pihak berelasi/ Nature of the relationship	Jenis transaksi/ Type of transaction
- Unilever N.V.	Entitas induk utama/ <i>Ultimate parent entity</i>	Pembayaran royalti/ <i>Royalty payments</i> Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- Unilever Business Group Services B.V.	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Pembayaran jasa-jasa regional/penagihan atas biaya riset regional yang dikeluarkan oleh Perseroan/ <i>Payments for regional services/reimbursements of regional research costs paid by the Company</i>
- Unilever Asia Private Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- PT Unilever Oleochemical Indonesia	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- Unilever Industries Private Limited	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- Unilever U.K. Central Resources Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- Unilever South Africa (Pty) Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- Unilever Philippines, Inc.	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- Unilever China Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- Unilever Thai Holding Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- Unilever Kenya Ltd.	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- Unilever United States, Inc.	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penggantian beban/ <i>Expense reimbursements</i>
- PT Anugrah Mutu Bersama	Entitas dengan pengendalian bersama/ <i>Entity under common control</i>	Penjualan aset tetap/ <i>Sales of fixed assets</i>
- Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya/ <i>Other related party</i>	Pembayaran kontribusi Grup atas program manfaat pasti/ <i>Payment of contribution for the Group's defined benefit plan</i>
- Dana Pensiun Iuran Pasti Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya/ <i>Other related party</i>	Pembayaran kontribusi Grup atas program iuran pasti/ <i>Payment of contribution for the Group's defined contribution plan</i>
- Dewan Komisaris dan Direksi/ <i>Board of Commissioners and Directors</i>	Personil manajemen kunci/ <i>Key management personnel</i>	Kompensasi dan remunerasi/ <i>Compensation and remuneration</i>

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

b. Perjanjian-perjanjian penting dengan pihak berelasi

- i. Pada tahun 1971 Perseroan menandatangani perjanjian di mana Perseroan memperoleh hak untuk menggunakan merek dan teknologi yang dimiliki oleh Unilever N.V. atau anggota kelompok perusahaan Unilever sesuai dengan syarat dan kondisi yang tercantum dalam perjanjian. Perjanjian juga menyebutkan bahwa sehubungan dengan pemberian hak-hak tersebut, Perseroan harus membayar imbalan tahunan sebesar 2,00% (termasuk Pajak Penghasilan Pasal 26) dari nilai penjualan kepada pihak ketiga selama tahun yang bersangkutan.
- ii. Pada tahun 1997, Perseroan mengadakan perjanjian dengan Unilever Business Group Services B.V. ("UBGS") di mana Perseroan akan membayar biaya tahunan sebesar 1,50% dari nilai penjualan, untuk jasa-jasa regional yang diberikan oleh UBGS dan Perseroan akan menagih UBGS atas biaya-biaya yang dikeluarkan oleh Perseroan atas nama UBGS.

Kedua perjanjian tersebut diatas telah diperbaharui dan digantikan dengan perjanjian serupa yang diuraikan dalam butir (iii) berikut ini.

- iii. Pada tanggal 11 Desember 2012, Perseroan dan *Unilever N.V.*, yang merupakan entitas induk utama Perseroan, telah menandatangani perjanjian-perjanjian di bidang lisensi merek, lisensi teknologi dan layanan jasa pusat yang merupakan pembaharuan atas perjanjian serupa sebagaimana disebutkan di atas, yang ditandatangani pada tahun 1971 dan 1997, sebagaimana tersebut pada butir (i) dan (ii) diatas. Perjanjian-perjanjian baru tersebut berlaku efektif sejak 1 Januari 2013, dengan pokok-pokok ketentuan penting sebagai berikut:

- Perjanjian Lisensi Merek mencakup pemberian lisensi atas merek-merek yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan di dalam grup Unilever, termasuk yang akan dimiliki di masa depan, selama masa berlakunya perjanjian. Nilai royalti akan disesuaikan secara bertahap menjadi 1,00% pada tahun 2013, 2,00% pada tahun 2014 dan 3,00% mulai tahun 2015 dan seterusnya. Royalti dihitung berdasarkan nilai total omset ke pihak ketiga, diluar omset produk yang mereknya dimiliki oleh Perseroan.
- Perjanjian Lisensi Teknologi mencakup pemberian lisensi atas teknologi yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan di dalam grup Unilever, termasuk yang akan dimiliki di masa depan, selama masa berlakunya perjanjian. Nilai royalti akan disesuaikan secara bertahap menjadi 1,00% pada tahun 2013, 1,50% pada tahun 2014 dan 2,00% mulai tahun 2015 dan seterusnya. Royalti dihitung berdasarkan nilai total omset ke pihak ketiga, atas produk Perseroan yang memperoleh dukungan teknologi.

b. Significant agreements with related parties

- i. In 1971 the Company entered into an agreement to obtain rights to use trademarks and technology owned by Unilever N.V. or any member of the Unilever group of companies under the terms and conditions of the agreement. The agreement further provides that the Company shall, in consideration for granting of these rights, pay an annual contribution equal to 2.00% (including withholding tax Article 26) of the value of sales made to third parties during the year.
- ii. In 1997, the Company entered into an agreement with Unilever Business Group Services B.V. ("UBGS") whereby the Company shall pay an annual fee equal to 1.50% of sales value, for the regional services provided by UBGS, and the Company shall charge UBGS for the costs paid by the Company on behalf of UBGS.

Both of above agreements have been updated and replaced with the agreements as disclosed in point (iii) below.

On 11 December 2012, the Company and Unilever N.V., which is the ultimate parent entity of the Company, entered into agreements for trademarks, technology licenses and central services as renewals of the above mentioned agreements which were signed in 1971 and 1997 as described in notes (i) and (ii) above. These renewal agreements are effective from 1 January 2013 with principal terms as follows:

- Trade Mark License Agreement with respect to the granting of trademark license owned by companies under Unilever group, including future trademarks, within the period of the agreement. The royalty value will be adjusted gradually to become 1.00% in 2013, 2.00% in 2014, and 3.00% in 2015 onwards. The royalty will be calculated based on total turnover value per annum excluding the turnover of products under the trademarks owned by the Company.
- Technology License Agreement with respect to the grant of technology licenses owned by companies under Unilever group including future technology licenses within the period of the agreement. The royalty will be adjusted gradually to become 1.00% in 2013, 1.50% in 2014, and 2.00% in 2015 onwards. The royalty will be calculated based on total turnover per annum of products that are supported by the technology and technical know-how.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

- Perjanjian Layanan Pusat mencakup penyediaan jasa layanan pusat dari grup perusahaan Unilever kepada Perseroan yang meliputi strategi kepemimpinan, jasa profesional dan strategi kategori produk. Nilai imbal jasa untuk layanan pusat dihitung berdasarkan biaya aktual (*actual cost recovery*), dengan batas maksimum 3,00% dari total penjualan kepada pihak ketiga.

-*Central Service Agreement (CSA) with respect to the provision of strategic leadership and its implementation, professional support, and product categorisation strategy. The service fee for the CSA will be calculated based on the actual cost recovery with a cap of 3.00% of total turnover of the Company per annum.*

Definisi dan perhitungan nilai penjualan yang menjadi dasar penentuan nilai imbalan royalti setiap tahunnya, telah didefinisikan secara rinci di dalam masing-masing perjanjian.

The definition and calculation of turnover value as the basis for determining the royalty value per annum has been defined in detail in the respective agreement.

- iv. Pada tanggal 28 Agustus 2009, Perseroan telah *iv. On 28 August 2009, the Company entered into* menandatangani perjanjian-perjanjian dengan Unilever Asia Private Ltd. ("UAPL"), perusahaan afiliasi yang berkedudukan di Singapura, yang dievaluasi setiap tahun dan berlaku sampai dengan perjanjian-perjanjian tersebut diakhiri oleh salah satu pihak. Berdasarkan perjanjian-perjanjian tersebut UAPL akan menyediakan bahan baku dan barang jadi tertentu kepada Perseroan, membeli barang jadi dari Perseroan, serta menyediakan jasa pendukung penerapan sistem SAP di Perseroan. *agreements with Unilever Asia Private Ltd. ("UAPL"), an affiliated company domiciled in Singapore, which are subject to annual evaluation and valid until the agreements are terminated by either party. Based on the agreements, UAPL shall supply certain raw materials and finished goods to the Company, purchase finished goods from the Company and provide supporting services in connection with the SAP system implementation in the Company.*

Beban signifikan yang dikenakan oleh pihak berelasi:

Significant expenses charged by related parties:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Royalti	511,680	536,944	<i>Royalty</i>
Biaya jasa	872,740	402,708	<i>Service fees</i>
Jumlah	<u>1,384,420</u>	<u>939,652</u>	<i>Total</i>
Sebagai persentase dari jumlah beban umum dan administrasi	68.23%	60.82%	<i>As a percentage of total general and administration expenses</i>

Lihat Catatan 24 dan 25 untuk rincian penjualan kepada dan pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi.

Refer to Notes 24 and 25 for details of sales to and purchases of raw materials and finished goods from related parties.

c. Piutang lain-lain kepada pihak berelasi

c. Amounts due from related parties

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Pihak berelasi – Rupiah:			<i>Related parties – Rupiah:</i>
PT Anugrah Mutu Bersama	46,750	-	<i>PT Anugrah Mutu Bersama</i>
PT Unilever Oleochemical Indonesia	9,917	-	<i>PT Unilever Oleochemical Indonesia</i>
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	63	2,604	<i>PT Unilever Body Care Indonesia Tbk</i>
	<u>56,730</u>	<u>2,604</u>	
Pihak berelasi – USD (Catatan 30):			<i>Related parties – USD (Note 30):</i>
Unilever Philippines, Inc.	1,620	-	<i>Unilever Philippines, Inc.</i>
Unilever South Afrika (Pty) Ltd.	822	-	<i>Unilever South Afrika (Pty) Ltd.</i>
Unilever Asia Private Ltd.	485	1,107	<i>Unilever Asia Private Ltd.</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	489	561	<i>Others (individual balances less than Rp 382 each)</i>
	<u>3,416</u>	<u>1,668</u>	
Jumlah	<u>60,146</u>	<u>4,272</u>	<i>Total</i>
Sebagai persentase dari jumlah aset lancar	1.03%	0.08%	<i>As a percentage of total current assets</i>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Manajemen tidak membuat provisi atas penurunan nilai untuk akun ini karena berkeyakinan bahwa saldo piutang tersebut akan tertagih seluruhnya.

Management has not made a provision for impairment as it is of the opinion that these receivables will be fully collectible.

d. Utang lain-lain pada pihak berelasi

d. Amounts due to related parties

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Pihak berelasi – Mata uang asing (Catatan 30):			<i>Related parties – Foreign currencies (Note 30):</i>
Unilever N.V.	332,178	222,185	<i>Unilever N.V.</i>
Unilever Asia Private Ltd.	15,974	60,996	<i>Unilever Asia Private Ltd.</i>
Unilever Industries Private Limited	3,128	-	<i>Unilever Industries Private Limited</i>
Unilever Thai Holding Ltd.	1,508	-	<i>Unilever Thai Holding Ltd.</i>
Unilever China Ltd.	1,229	-	<i>Unilever China Ltd.</i>
Unilever Philippines, Inc.	1,188	9,135	<i>Unilever Philippines, Inc.</i>
Unilever U.K. Central Resources Ltd.	1,131	149	<i>Unilever U.K. Central Resources Ltd.</i>
Unilever Sanayi ve Ticaret Turk A.S	665	143	<i>Unilever Sanayi ve Ticaret Turk A.S</i>
Unilever Kenya Ltd.	521	-	<i>Unilever Kenya Ltd.</i>
Unilever United States, Inc.	506	-	<i>Unilever United States, Inc.</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	566	1,972	<i>Others (individual balances less than Rp 382 each)</i>
Jumlah	<u>358,594</u>	<u>294,580</u>	<i>Total</i>
Sebagai persentase dari jumlah liabilitas jangka pendek	4.26%	3.91%	<i>As a percentage of total current liabilities</i>

e. Kompensasi manajemen kunci

e. Key management compensation

Dewan Komisaris dan Direksi adalah manajemen kunci. Jumlah kompensasi manajemen kunci adalah sebagai berikut:

The Boards of Commissioners and Directors are key management. Their total compensation was as follows:

	<u>2013</u>		<u>2012</u>		
	<u>Direksi/ Directors</u>	<u>Dewan Komisaris/ Board of Commissioners</u>	<u>Direksi/ Directors</u>	<u>Dewan Komisaris/ Board of Commissioners</u>	
Gaji, tunjangan, dan bonus	53,968	2,310	35,030	2,205	<i>Salaries, allowances and bonuses Post-employment Benefits</i>
Imbalan pasca-kerja	6,025	-	4,574	-	
Jumlah	<u>59,993</u>	<u>2,310</u>	<u>39,604</u>	<u>2,205</u>	

Kompensasi ini dicatat sebagai bagian dari beban harga pokok penjualan, beban pemasaran dan penjualan, dan beban umum dan administrasi.

The compensation is recorded as part of cost of goods sold, marketing and selling expenses, and general and administration expenses.

Termasuk dalam paket penghasilan Direksi adalah tunjangan fasilitas perumahan.

Included in the Directors' remuneration packages are housing facilities.

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Sebagai persentase dari jumlah beban karyawan	4.47%	3.32%	<i>As a percentage of total employee costs</i>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

f. Program imbalan pasca-kerja

Grup menyediakan program dana pensiun untuk karyawan melalui Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia ("DPMP UI") dan Dana Pensiun Iuran Pasti Unilever Indonesia ("DPIP UI"). Jumlah pembayaran yang dilakukan Grup adalah sebagai berikut:

	2013	
	Persentase/ Percentage **	Dalam jutaan Rupiah/ In millions of Rupiah
DPMP UI*	-	-
DPIP UI	1.63	22,645
	1.63	22,645

*) Selama 2013 dan 2012, tidak ada iuran pemberi kerja (pendiri)

**) % terhadap jumlah biaya karyawan

f. Post-employment benefits

The Group provides post-employment benefits plans for its employees through Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia ("DPMP UI") and Dana Pensiun Iuran Pasti Unilever Indonesia ("DPIP UI"). The total payments made by the Group were as follows:

	2012	
	Persentase/ Percentage **	Dalam jutaan Rupiah/ In millions of Rupiah
	-	-
	1.25	15,790
	1.25	15,790

*) During 2013 and 2012, there was no payment of employer contribution

**) % of total employee costs

8. Beban dibayar dimuka

	2013
Sewa	52,889
Asuransi	5,198
Jasa teknologi informasi	-
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	8,083
Jumlah	66,170

8. Prepaid expenses

	2012	
	55,551	Rent
	4,385	Insurance
	6,204	Information technology services
	7,800	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
Jumlah	73,940	Total

9. Aset tetap

a. Mutasi kelompok-kelompok utama aset tetap adalah sebagai berikut:

	2013				31 Desember/ December 2013	
	1 Januari/ January 2013	Penambahan/ Additions	Transfer/ Transfers	Pelepasan/ Disposals		
Biaya perolehan:						Acquisition cost:
Kepemilikan langsung						Direct ownership
Tanah	279,708	-	-	(2,382)	277,326	Land
Bangunan	1,090,506	-	181,327	(45,204)	1,226,629	Buildings
Mesin dan peralatan	5,120,265	176,659	956,352	(15,091)	6,238,185	Machinery and equipment
Kendaraan bermotor	42,857	-	-	(3,682)	39,175	Motor vehicles
Aset dalam penyelesaian	1,166,049	921,996	(1,137,679)	(858)	949,508	Construction in progress
Jumlah	7,699,385	1,098,655	-	(67,217)	8,730,823	Total
Akumulasi penyusutan:						Accumulated depreciation:
Kepemilikan langsung						Direct ownership
Bangunan	(124,739)	(28,596)	-	7,336	(145,999)	Buildings
Mesin dan peralatan	(1,277,576)	(423,958)	-	6,545	(1,694,989)	Machinery and equipment
Kendaraan bermotor	(13,591)	(4,492)	-	2,425	(15,658)	Motor vehicles
Jumlah	(1,415,906)	(457,046)	-	16,306	(1,856,646)	Total
Nilai buku bersih	6,283,479				6,874,177	Net book value

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2012				31 Desember/ December 2012	
	1 Januari/ January 2012	Penambahan/ Additions	Transfer/ Transfers	Pelepasan/ Disposals		
Biaya perolehan:						Acquisition cost:
Kepermilikan langsung						Direct ownership
Tanah	279,708	-	-	-	279,708	Land
Bangunan	821,746	-	271,373	(2,613)	1,090,506	Buildings
Mesin dan peralatan	3,920,053	334,146	931,937	(65,871)	5,120,265	Machinery and equipment
Kendaraan bermotor	40,329	20,976	-	(18,448)	42,857	Motor vehicles
Aset dalam penyelesaian	1,415,965	949,816	(1,199,732)	-	1,166,049	Construction in progress
Aset sewa						Leased assets
Mesin dan peralatan	3,578	-	(3,578)	-	-	Machinery and equipment
Jumlah	6,481,379	1,304,938	-	(86,932)	7,699,385	Total
Akumulasi penyusutan:						Accumulated depreciation:
Kepermilikan langsung						Direct ownership
Bangunan	(103,033)	(22,114)	-	408	(124,739)	Buildings
Mesin dan peralatan	(1,040,360)	(265,351)	(3,578)	31,713	(1,277,576)	Machinery and equipment
Kendaraan bermotor	(20,245)	(4,387)	-	11,041	(13,591)	Motor vehicles
Aset sewa						Leased assets
Mesin dan peralatan	(3,430)	(148)	3,578	-	-	Machinery and equipment
Jumlah	(1,167,068)	(292,000)	-	43,162	(1,415,906)	Total
Nilai buku bersih	5,314,311				6,283,479	Net book value

Pada tanggal 31 Desember 2013, Perseroan memiliki aset-aset yang telah sepenuhnya disusutkan namun masih digunakan untuk menunjang aktivitas operasi Perseroan. Biaya perolehan dari aset-aset tersebut sebesar Rp 257.101 (2012: Rp 212.100).

As at 31 December 2013, the Company had assets which were fully depreciated but still used to support the Company's operation activities. Acquisition costs of such assets amounted to Rp 257,101 (2012: Rp 212,100).

- b. Pada tanggal 31 Desember 2013, Perseroan mempunyai 34 bidang tanah (2012: 35 bidang tanah) dengan sertifikat Hak Guna Bangunan ("HGB") dan 1 bidang tanah dengan sertifikat Hak Pakai yang memiliki sisa manfaat antara 1 sampai 22 tahun, dan jatuh tempo pada tahun 2014 sampai dengan 2035.

- b. As at 31 December 2013, the Company had 34 plots (2012: 35 plots) of land rights in the form of Land Use Title ("HGB") and 1 plot of land with Right to Use titles ("Hak Pakai") which have remaining useful lives ranging from 1 to 22 years and will expire between 2014 until 2035.

Manajemen berkeyakinan bahwa HGB dan Hak Pakai tersebut dapat diperpanjang pada saat jatuh tempo.

Management believes that these HGB and Hak Pakai can be extended when they expire.

- c. Perhitungan kerugian pelepasan aset tetap adalah sebagai berikut:

- c. The calculations of loss on disposals of fixed assets are as follows:

	2013	2012	
Biaya perolehan	67,217	86,932	Acquisition costs
Dikurangi: Akumulasi penyusutan	(16,306)	(43,162)	Less: Accumulated depreciation
Nilai buku bersih	50,911	43,770	Net book value
Penerimaan dari aset yang dijual	46,582	16,515	Proceeds
Kerugian pelepasan aset tetap	(4,329)	(27,255)	Loss on disposals of fixed asset

- d. Kerugian pelepasan aset tetap dialokasikan sebagai berikut:

- d. Loss on disposal of fixed assets were allocated as follows:

	2013	2012	
Harga pokok penjualan	(4,121)	(29,453)	Cost of goods sold
Penghasilan lain-lain, bersih (Catatan 27)	(208)	2,198	Other income, net (Note 27)
Jumlah	(4,329)	(27,255)	Total

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

e. Aset dalam penyelesaian pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012 adalah sebagai berikut:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Mesin dan peralatan	877,526	1,045,590	Machinery and equipment
Bangunan	71,982	120,459	Buildings
Jumlah	<u>949,508</u>	<u>1,166,049</u>	Total

Persentase penyelesaian atas aset dalam penyelesaian pada tanggal 31 Desember 2013 adalah antara 0,03% - 99,00% (2012: 1,00% - 98,00%).

The percentage of completion for construction in progress as at 31 December 2013 ranged between 0.03% - 99.00% (2012: 1.00% - 98.00%).

Aset dalam penyelesaian akan selesai dan direklasifikasi ke masing-masing kelompok aset diperkirakan paling awal pada tahun 2014.

Construction in progress is estimated to be completed and reclassified into each group of assets in 2014 at the earliest.

f. Beban penyusutan dialokasikan sebagai berikut:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Harga pokok penjualan	349,079	240,214	Cost of goods sold
Beban pemasaran dan penjualan	104,954	48,046	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi	3,013	3,740	General and administration expenses
Jumlah	<u>457,046</u>	<u>292,000</u>	Total

f. Depreciation expense was allocated as follows:

g. Aset tetap yang dimiliki oleh Grup diasuransikan terhadap risiko kerugian dengan jumlah pertanggungan sebesar Rp 5.580.428 (2012: USD 436 juta dan Rp 40.761), yang menurut pendapat manajemen telah memadai untuk menutupi kerugian yang mungkin timbul. Risiko kerugian yang terjadi atas bangunan dalam penyelesaian ditanggung oleh kontraktor sampai bangunan tersebut siap digunakan.

g. The Group's fixed assets have been insured against the risk of loss with a total coverage of Rp 5,580,428 (2012: USD 436 million and Rp 40,761), which is considered adequate by management to cover possible losses arising from such risks. Risk of loss on buildings under construction is covered by the contractors until the buildings are ready for their intended use.

Pertanggungan asuransi untuk setiap kelompok aset tetap adalah sebagai berikut:

Insurance coverage for each class of fixed assets is as follows:

	<u>2013</u>				<u>Nilai buku bersih aset tetap/ Net book value of fixed assets</u>	
	<u>Nilai pertanggungan/ Insured amounts</u>			<u>Jumlah/ Total</u>		
<u>Dalam jutaan USD/ In millions USD</u>	<u>Ekuivalen dalam jutaan Rupiah/ Equivalent in millions Rupiah</u>	<u>Dalam jutaan Rupiah/ In millions Rupiah</u>				
Bangunan, mesin dan peralatan	-	-	5,547,633	5,547,633	5,623,826	Buildings, machinery and equipment
Kendaraan bermotor	-	-	32,795	32,795	23,517	Motor vehicles
	-	-	<u>5,580,428</u>	<u>5,580,428</u>	<u>5,647,343</u>	

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2012				Nilai buku bersih aset tetap/ Net book value of fixed assets	
	Nilai pertanggungan/ Insured amounts			Jumlah/ Total		
	Dalam jutaan USD/ In millions USD	Ekuivalen dalam jutaan Rupiah/ Equivalent in millions Rupiah	Dalam jutaan Rupiah/ In millions Rupiah			
Bangunan, mesin dan peralatan Kendaraan bermotor	436	4,213,171	-	4,213,171	4,808,456	Buildings, machinery and equipment
	-	-	40,761	40,761	29,266	Motor vehicles
	436	4,213,171	40,761	4,253,932	4,837,722	

10. Goodwill

Pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012, nilai buku bersih goodwill adalah Rp 61.925 yang terdiri dari biaya perolehan dan akumulasi amortisasi masing-masing sebesar Rp 83.954 dan Rp 22.029. Sejak tanggal 1 Januari 2011 amortisasi goodwill dihentikan sesuai dengan penerapan PSAK 22 (Revisi 2010), "Kombinasi Bisnis".

Goodwill merupakan selisih lebih dari jumlah yang dibayar atas nilai tercatat dari kepentingan nonpengendali PT Anugrah Lever yang diakuisisi oleh Perseroan pada bulan Agustus 2007. Goodwill tersebut berkaitan dengan unit penghasil kas dari produk Bango.

10. Goodwill

As at 31 December 2013 and 2012, the net book value of goodwill was Rp 61,925 comprising cost and accumulated amortisation of Rp 83,954 and Rp 22,029, respectively. Effective from 1 January 2011, goodwill is not amortised in accordance with SFAS 22 (Revised 2010), "Business Combinations".

Goodwill represents the excess of the amount paid over the carrying value of PT Anugrah Lever's non-controlling interests acquired by the Company in August 2007. It is related to the cash-generating unit of Bango products.

11. Aset takberwujud

11. Intangible assets

	2013			
	Merek/ Trademarks	Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak/ Software and licenses	Jumlah/ Total	
Harga perolehan				Acquisition cost
Saldo awal	338,005	490,185	828,190	Beginning balance
Penambahan aset takberwujud	-	5,518	5,518	Addition of intangible assets
Saldo akhir	338,005	495,703	833,708	Ending balance
Akumulasi amortisasi				Accumulated amortisation
Saldo awal	-	(295,033)	(295,033)	Beginning balance
Beban amortisasi	-	(58,799)	(58,799)	Amortisation expense
Saldo akhir	-	(353,832)	(353,832)	Ending balance
Nilai tercatat bersih	338,005	141,871	479,876	Net carrying value

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2012			
	Merek/ Trademarks	Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak/ Software and software licenses	Jumlah/ Total	
Harga perolehan				Acquisition cost
Saldo awal	330,756	450,370	781,126	<i>Beginning balance</i>
Penambahan aset takberwujud	7,249	39,815	47,064	<i>Addition of intangible assets</i>
Saldo akhir	<u>338,005</u>	<u>490,185</u>	<u>828,190</u>	<i>Ending balance</i>
Akumulasi amortisasi				Accumulated amortisation
Saldo awal	-	(196,974)	(196,974)	<i>Beginning balance</i>
Beban amortisasi	-	(98,059)	(98,059)	<i>Amortisation expense</i>
Saldo akhir	-	<u>(295,033)</u>	<u>(295,033)</u>	<i>Ending balance</i>
Nilai tercatat bersih	<u>338,005</u>	<u>195,152</u>	<u>533,157</u>	Net carrying value

Aset takberwujud timbul dari perolehan atas merek yang berhubungan dengan produk Hazeline, Bango, Buavita dan SHE yang diperoleh berturut-turut pada tahun 1996, 2001, 2008 dan 2012, serta perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak yang diperoleh dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2013.

Intangible assets principally comprise trademarks related to Hazeline, Bango, Buavita and SHE products which were acquired in 1996, 2001, 2008 and 2012 respectively, and software and software licenses which were acquired from 2004 until 2013.

12. Pinjaman bank

Pinjaman merupakan fasilitas pinjaman tanpa jaminan yang terdiri dari:

12. Bank borrowings

Borrowings represent unsecured borrowings facilities that consist of:

	2013	2012	
Pihak ketiga – Rupiah:			<i>Third parties – Rupiah:</i>
JP Morgan Chase, Jakarta	200,000	-	<i>JP Morgan Chase, Jakarta</i>
PT Bank Mizuho Indonesia, Jakarta	150,000	400,000	<i>PT Bank Mizuho Indonesia, Jakarta</i>
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	90,000	640,000	<i>The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta</i>
	<u>440,000</u>	<u>1,040,000</u>	
Pihak ketiga – USD (Catatan 30):			<i>Third party – USD (Note 30):</i>
Citibank N.A., Jakarta	536,792	-	<i>Citibank N.A., Jakarta</i>
Jumlah	<u>976,792</u>	<u>1,040,000</u>	<i>Total</i>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Informasi lain mengenai pinjaman pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012 adalah sebagai berikut:

Other information related to the borrowings as at 31 December 2013 and 2012 is as follows:

Kreditur/ Lenders	Jadwal pembayaran/ Repayment schedule	Tingkat bunga/ Interest rates	2013	2012
JP Morgan Chase, Jakarta	11 Desember/December 2013 – 5 Februari/February 2014	8.81%	200,000	-
PT Bank Mizuho Indonesia, Jakarta	30 Desember/December 2013 – 6 Januari/January 2014 19 Desember/December 2012 – 21 Januari/January 2013 26 Desember/December 2012 – 21 Januari/January 2013	8.20% 5.90% 5.90%	150,000 - -	- 150,000 250,000
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	31 Desember/December 2013 – 7 Januari/January 2014 20 Desember/December 2012 – 4 Januari/January 2013 27 Desember/December 2012 – 4 Januari/January 2013	9.10% 6.40% 6.50%	90,000 - -	- 600,000 40,000
Citibank N.A., Jakarta	11 Desember/December 2013 – 8 Januari/January 2014 11 Desember/December 2013 – 13 Maret/March 2014 11 Desember/December 2013 – 5 Maret/March 2014 11 Desember/December 2013 – 12 Februari/February 2014	0.50% 0.60% 0.60% 0.55%	146,376 146,376 146,376 97,664	- - - -

Pada tanggal penyelesaian laporan keuangan konsolidasian, Grup telah melunasi seluruh pinjaman tersebut beserta bunganya.

As at the date of completion of the consolidated financial statements, the Group has fully repaid all of the above borrowings.

13. Utang usaha

13. Trade creditors

	2013	2012	
Pihak ketiga:			Third parties:
- Rupiah	2,197,417	1,808,828	Rupiah -
- Mata uang asing (Catatan 30)	1,371,211	830,632	Foreign currencies (Note 30) -
Jumlah	3,568,628	2,639,460	Total
	2013	2012	
Pihak berelasi – Rupiah:			Related party – Rupiah:
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	8,047	2,212	PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
Pihak berelasi – Mata uang asing (Catatan 30):			Related parties – Foreign currencies (Note 30):
Unilever Asia Private Ltd.	147,819	91,529	Unilever Asia Private Ltd.
Unilever Supply Chain Company AG	37,797	20,813	Unilever Supply Chain Company AG
Unilever Vietnam International Co.	865	4,480	Unilever Vietnam International Co.
Unilever Sri Lanka Limited	488	-	Unilever Sri Lanka Limited
Hindustan Unilever Ltd.	466	-	Hindustan Unilever Ltd.
Unilever Philippines, Inc.	426	-	Unilever Philippines, Inc.
Unilever India Export Limited	-	693	Unilever India Export Limited
Unilever China Ltd.	-	1,734	Unilever China Ltd.
Unilever ASCC AG	-	2,984	Unilever ASCC AG
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	8	164	Others (individual balances less than Rp 382 each)
Jumlah	187,869	122,397	Total
Jumlah	195,916	124,609	Total
Sebagai persentase dari jumlah liabilitas jangka pendek	2.33%	1.65%	As a percentage of total current liabilities

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Analisis umur utang usaha adalah sebagai berikut:

The ageing analysis of trade creditors is as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Lancar	3,753,356	2,762,776	Current
Lewat jatuh tempo 1 – 30 hari	10,326	1,293	Overdue 1 – 30 days
Lewat jatuh tempo lebih dari 30 hari	862	-	Overdue more than 30 days
Jumlah	<u>3,764,544</u>	<u>2,764,069</u>	Total

Saldo-saldo tersebut berasal dari pembelian bahan baku, bahan pembantu dan barang jadi.

These balances arose from the purchases of raw materials, supplies and finished goods.

14. Pajak

14. Taxation

a. Beban pajak penghasilan

a. Income tax expense

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Kini:			Current:
- Non final	1,749,060	1,564,117	Non final -
- Final	2,747	7,442	Final -
Tangguhan	54,376	56,061	Deferred
Jumlah	<u>1,806,183</u>	<u>1,627,620</u>	Total

Pajak atas laba Grup sebelum pajak berbeda dari nilai teoritis yang mungkin muncul apabila menggunakan tarif pajak terhadap laba pada entitas konsolidasian dalam jumlah sebagai berikut:

The tax on the Group's profit before tax differs from the theoretical amount that would arise using the tax rate applicable to profits on the consolidated entities as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Laba konsolidasian sebelum pajak penghasilan	7,158,808	6,466,765	Consolidated profit before income tax
Pajak dihitung dengan tarif pajak yang berlaku	1,789,702	1,616,691	Tax calculated at applicable tax rates
Dampak pajak penghasilan pada:			Tax effects of:
- Penghasilan kena pajak final	(2,809)	(9,441)	Income subject to final tax -
- Beban yang tidak dapat dikurangkan untuk tujuan perpajakan	19,217	11,292	Expense not deductible for tax purposes -
- Pajak penghasilan final	2,747	7,442	Final income tax -
Penyesuaian periode lalu	(2,674)	1,636	Adjustment in respect of prior periods
Beban pajak penghasilan	<u>1,806,183</u>	<u>1,627,620</u>	Income tax expense

Rekonsiliasi antara laba sebelum pajak penghasilan yang disajikan dalam laporan laba rugi komprehensif konsolidasian dengan taksiran penghasilan kena pajak Perseroan untuk tahun-tahun yang berakhir pada 31 Desember 2013 dan 2012 adalah sebagai berikut:

The reconciliation between the profit before income tax as shown in the consolidated statements of comprehensive income and the Company's estimated taxable income for the years ended 31 December 2013 and 2012 are as follows:

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Laba konsolidasian sebelum pajak penghasilan	7,158,808	6,466,765	<i>Consolidated profit before income tax</i>
Rugi sebelum pajak penghasilan – Entitas anak	597	370	<i>Loss before income tax – the Subsidiary</i>
Eliminasi untuk konsolidasi	<u>(438)</u>	<u>(33,873)</u>	<i>Consolidation eliminations</i>
Laba sebelum pajak penghasilan – Perseroan	7,158,967	6,433,262	<i>Profit before income tax – the Company</i>
Perbedaan temporer:			<i>Temporary differences:</i>
Provisi dan akrual	(66,939)	86,502	<i>Provisions and accruals</i>
Aset tetap dan aset takberwujud	(295,750)	(439,368)	<i>Fixed assets and intangible assets</i>
Kewajiban imbalan kerja	134,484	135,170	<i>Employee benefits obligations</i>
Perbedaan tetap:			<i>Permanent differences:</i>
Penghasilan bunga kena pajak final	(11,201)	(37,212)	<i>Interest income subject to final tax</i>
Beban yang tidak dapat dikurangkan	<u>76,678</u>	<u>78,113</u>	<i>Non-deductible expenses</i>
Penghasilan kena pajak – Perseroan	<u>6,996,239</u>	<u>6,256,467</u>	<i>Taxable income – the Company</i>
Perseroan			<i>The Company</i>
Pajak penghasilan badan – tahun Berjalan	1,749,060	1,564,117	<i>Corporate income tax – current year</i>
Dikurangi: Pajak penghasilan dibayar dimuka	<u>(1,705,283)</u>	<u>(1,448,144)</u>	<i>Less: Prepaid income tax</i>
Utang pajak penghasilan – Perseroan	<u>43,777</u>	<u>115,973</u>	<i>Income tax payable – the Company</i>
Entitas anak			<i>The Subsidiary</i>
Pajak penghasilan badan – tahun berjalan	<u>-</u>	<u>-</u>	<i>Corporate income tax – current year</i>
Utang pajak penghasilan – Entitas anak	<u>-</u>	<u>-</u>	<i>Income tax payable – the Subsidiary</i>

Jumlah penghasilan kena pajak tahun 2012 telah sesuai dengan Surat Pemberitahuan Tahunan ("SPT") tahun 2012. Dalam laporan keuangan konsolidasian ini, jumlah laba kena pajak untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2013 didasarkan atas perhitungan sementara. Jumlah tersebut mungkin berbeda dari laba kena pajak yang dilaporkan dalam SPT pajak penghasilan badan.

The amount of taxable income for 2012 agreed with the 2012 Corporate Income Tax Return. In these consolidated financial statements, the amount of taxable income for the year ended 31 December 2013 is based on preliminary calculations. These amounts may differ from taxable income reported in the corporate income tax returns.

b. Liabilitas pajak tangguhan

b. *Deferred tax liabilities*

	<u>2013</u>				
	<u>31 Desember/ December 2012</u>	<u>Dikreditkan/ (dibebankan) pada laporan laba rugi/ Credited/(charged) to profit or loss</u>	<u>Koreksi tahun sebelumnya/ Prior year correction</u>	<u>31 Desember/ December 2013</u>	
Liabilitas pajak tangguhan:					<i>Deferred tax liabilities:</i>
- Provisi dan akrual	106,069	(16,734)	-	89,335	<i>Provisions and accruals -</i>
- Aset tetap dan aset takberwujud	(330,815)	(73,937)	2,674	(402,078)	<i>Fixed assets and - intangible assets</i>
- Kewajiban imbalan kerja	97,755	33,621	-	131,376	<i>Employee benefits - obligations</i>
	<u>(126,991)</u>	<u>(57,050)</u>	<u>2,674</u>	<u>(181,367)</u>	

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2012				
	31 Desember/ December 2011	Dikreditkan/ (dibebankan) pada laporan laba rugi/ Credited/(charged) to profit or loss	Koreksi tahun sebelumnya/ Prior year correction	31 Desember/ December 2012	
Liabilitas pajak					
tanggungan:					<i>Deferred tax liabilities:</i>
- Provisi dan akrual	84,444	21,625	-	106,069	<i>Provisions and accruals -</i>
- Aset tetap dan aset takberwujud	(219,337)	(109,842)	(1,636)	(330,815)	<i>Fixed assets and intangible assets -</i>
- Kewajiban imbalan kerja	63,963	33,792	-	97,755	<i>Employee benefits -</i>
	(70,930)	(54,425)	(1,636)	(126,991)	<i>obligations</i>

c. Pajak dibayar dimuka

c. Prepaid taxes

	2013	2012	
Pajak penghasilan badan:			<i>Corporate income tax:</i>
- Pasal 28a	-	1,840	<i>Article 28a -</i>
Pajak lain-lain:			<i>Other taxes:</i>
- Pajak pertambahan nilai, bersih	10,168	1,718	<i>Value added tax, net -</i>
Jumlah	10,168	3,558	<i>Total</i>

d. Utang pajak

d. Taxes payable

	2013	2012	
Pajak penghasilan badan:			<i>Corporate income tax:</i>
- Pasal 25/29	185,363	244,245	<i>Article 25/29 -</i>
Pajak lain-lain:			<i>Other taxes:</i>
- Pasal 23/26	240,455	264,342	<i>Article 23/26 -</i>
- Pasal 21	13,102	9,921	<i>Article 21 -</i>
- Pajak pertambahan nilai, bersih	-	766	<i>Value added tax, net -</i>
Jumlah	438,920	519,274	<i>Total</i>

e. Surat ketetapan pajak

e. Tax assessments

Perseroan

The Company

Pada bulan April 2012, Perseroan menerima Surat Ketetapan Pajak Lebih Bayar atas pajak penghasilan badan tahun pajak 2010. Jumlah lebih bayar yang dilaporkan pada SPT tahun 2010 adalah Rp 39.166, sedangkan jumlah pengembalian uang yang telah diterima bulan Juni 2012 adalah sebesar Rp 17.205. Selisih sebesar Rp 21.961 telah dibebankan pada laporan laba rugi tahun 2012. Perseroan tidak mengajukan keberatan atas hasil pemeriksaan ini.

In April 2012, the Company received a Tax Assessment Letter confirming an overpayment of corporate income tax for the 2010 fiscal year. The overpayment amount reported in the 2010 Corporate Income Tax Return was Rp 39,166 while the refund received in June 2012 was Rp 17,205. The difference of Rp 21,961 was charged to profit or loss in 2012. The Company did not lodge an objection to this assessment.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Entitas anak

Pada bulan Desember 2012, PT AL menerima Surat Ketetapan Pajak Lebih Bayar atas pajak penghasilan badan tahun pajak 2008. Jumlah lebih bayar yang dilaporkan pada SPT tahun 2008 adalah Rp 1.840, sedangkan jumlah pengembalian uang yang telah diterima bulan Januari 2013 adalah sebesar Rp 722. Selisih sebesar Rp 1.118 telah dibebankan pada laporan laba rugi tahun 2013. PT AL tidak mengajukan keberatan atas hasil pemeriksaan ini.

f. Administrasi

Undang-Undang Perpajakan yang berlaku di Indonesia mengatur bahwa masing-masing entitas dalam Grup menghitung, menetapkan dan membayar sendiri besarnya jumlah pajak yang terutang secara individu (*self assessment*). Direktur Jendral Pajak ("DJP") dapat menetapkan atau mengubah kewajiban pajak dalam batas waktu sepuluh tahun sejak tanggal terhutangnya pajak, atau akhir tahun 2013, mana yang lebih awal. Ketentuan baru yang berlaku mulai tahun pajak 2008, menentukan bahwa DJP dapat menetapkan atau mengubah kewajiban pajak dalam batas waktu lima tahun sejak saat terutang pajak.

The Subsidiary

In December 2012, PT AL received a Tax Assessment Letter confirming an overpayment of corporate income tax for the 2008 fiscal year. The overpayment amount reported in the 2008 Corporate Income Tax Return was Rp 1,840, while the refund received in January 2013 was Rp 722. The difference of Rp 1,118 was charged to profit or loss in 2013. PT AL did not lodge an objection to this assessment.

f. Administration

The taxation laws of Indonesia require that each company in the Group within Indonesia submits individual tax returns on the basis of self assessment. The Director General of Tax ("DGT") may assess or amend taxes within ten years of the time the tax becomes due, or until the end of 2013, whichever is earlier. New rules applicable commencing for the 2008 fiscal year stipulate that the DGT may assess or amend taxes within five years of the time the tax becomes due.

15. Akrual

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Penjualan dan promosi	1,287,272	1,722,959
Remunerasi karyawan	219,130	231,579
Sewa	28,148	20,560
Perangkat lunak	26,317	56,298
Utilitas	23,240	15,529
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	<u>257,005</u>	<u>192,556</u>
Jumlah	<u>1,841,112</u>	<u>2,239,481</u>

15. Accruals

Sales and promotion
Remuneration
Rent
Softwares
Utilities
Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
Total

16. Utang lain-lain

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Pihak ketiga:		
Jasa konsultan dan jasa lainnya	708,618	310,146
Barang-barang teknik	227,367	264,792
Utang dividen – pihak ketiga	69,470	61,677
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	<u>1,229</u>	<u>4,583</u>
Jumlah	<u>1,006,684</u>	<u>641,198</u>

16. Other payables

Third parties:
Consultant fees and other services
Technical parts
Dividends payable – third party
Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
Total

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

17. Kewajiban imbalan kerja jangka panjang

Kewajiban imbalan kerja jangka panjang yang diakui dalam laporan posisi keuangan konsolidasian terdiri dari:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Imbalan pensiun	171,157	78,427
Imbalan kesehatan pasca-kerja	220,243	191,216
Imbalan pasca-kerja lainnya	29,688	20,826
Imbalan kerja jangka panjang lainnya	<u>104,417</u>	<u>100,552</u>
Jumlah	<u>525,505</u>	<u>391,021</u>
Dikurangi:		
Bagian lancar	32,796	<u>37,294</u>
Bagian tidak lancar	<u>492,709</u>	<u>353,727</u>

Jumlah bersih yang dibebankan ke laporan laba rugi konsolidasian adalah sebagai berikut:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Imbalan pensiun	92,730	76,532
Imbalan kesehatan pasca-kerja	41,600	42,153
Imbalan pasca-kerja lainnya	10,312	11,744
Imbalan kerja jangka panjang lainnya	<u>22,991</u>	<u>27,874</u>
Jumlah	<u>167,633</u>	<u>158,303</u>

Imbalan pensiun

Jumlah yang diakui dalam laporan posisi keuangan konsolidasian ditentukan sebagai berikut:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Nilai kini kewajiban manfaat pasti	1,168,673	1,177,555
Nilai wajar dari aset program	<u>(790,121)</u>	<u>(900,970)</u>
	378,552	276,585
Biaya jasa lalu yang belum diakui	(12,652)	(13,879)
Kerugian aktuarial yang belum diakui	<u>(194,743)</u>	<u>(184,279)</u>
Liabilitas pensiun	<u>171,157</u>	<u>78,427</u>

Mutasi nilai kini kewajiban adalah sebagai berikut:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Pada awal tahun	1,177,555	997,770
Biaya jasa kini	84,581	78,653
Biaya bunga	80,379	74,667
Imbalan yang dibayar	(59,805)	(67,414)
Kerugian aktuarial	146,362	69,614
Dampak terhadap perubahan asumsi aktuarial	<u>(260,399)</u>	<u>24,265</u>
Pada akhir tahun	<u>1,168,673</u>	<u>1,177,555</u>

17. Long-term employee benefits obligations

Long-term employee benefits obligations recognised in the consolidated statement of financial position consist of:

Pension benefits
Post-employment medical benefits
Other post-employment benefits
Other long-term employee benefits
Total
Less:
Current portion
Non-current portion

The net amounts recognised in the consolidated profit or loss were as follows:

Pension benefits
Post-employment medical benefits
Other post-employment benefits
Other long-term employee benefits
Total

Pension benefits

The amounts recognised in the consolidated statement of financial position were as follows:

Present value of defined benefit obligations
Fair value of plan assets
Unrecognised past service costs
Unrecognised actuarial losses
Pension liabilities

The movement in the present value of the obligation is as follows:

At beginning of the year
Current service costs
Interest costs
Benefits paid
Actuarial loss
Effect of changes in actuarial assumptions
At the end of the year

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Beban imbalan pensiun terdiri dari komponen-komponen sebagai berikut:

Pension benefits expenses consist of the following components:

	2013	2012	
Biaya jasa kini	84,581	78,653	<i>Current service costs</i>
Biaya bunga	80,379	74,667	<i>Interest costs</i>
Amortisasi atas kerugian aktuarial yang belum diakui	5,489	1,927	<i>Amortisation of unrecognised actuarial loss</i>
Amortisasi atas biaya jasa lalu yang belum diakui	1,227	1,227	<i>Amortisation of unrecognised past service costs</i>
luran pekerja	(6,383)	(5,555)	<i>Employees' contributions</i>
Hasil yang diharapkan dari aset program	(72,563)	(74,387)	<i>Expected return on plan assets</i>
Jumlah	<u>92,730</u>	<u>76,532</u>	<i>Total</i>

Dari jumlah yang dibebankan, masing-masing Rp 40.215 (2012: Rp 29.954), Rp 42.191 (2012: Rp 37.207), dan Rp 10.324 (2012: Rp 9.371) termasuk di dalam harga pokok produksi, beban pemasaran dan penjualan dan beban umum dan administrasi.

Of the total charge, Rp 40,215 (2012: Rp 29,954), Rp 42,191 (2012: Rp 37,207), and Rp 10,324 (2012: Rp 9,371) were included in the cost of goods manufactured, marketing and selling expenses and general and administration expenses, respectively.

Hasil aktual aset program adalah Rp 75.009 (2012: Rp 87.778).

The actual return on plan assets was Rp 75,009 (2012: Rp 87,778).

Mutasi liabilitas pensiun yang diakui pada laporan posisi keuangan konsolidasian adalah sebagai berikut:

The movements in the pension liabilities recognised in the consolidated statement of financial position are as follows:

	2013	2012	
Saldo awal	78,427	1,895	<i>Beginning balance</i>
Dibebankan pada laporan laba rugi konsolidasian	<u>92,730</u>	<u>76,532</u>	<i>Charged to the consolidated profit or loss</i>
Saldo akhir	<u>171,157</u>	<u>78,427</u>	<i>Ending balance</i>

Estimasi liabilitas aktuarial pada tanggal 31 Desember 2013 tersebut berdasarkan perhitungan aktuarial yang dilakukan oleh PT Milliman Indonesia, sebelumnya PT Eldridge Gunaprima Solution, sesuai dengan laporannya tertanggal 7 Januari 2014 (2012: 18 Januari 2013) dengan asumsi-asumsi utama aktuarial yang digunakan sebagai berikut:

The estimated actuarial liability as at 31 December 2013 was based on the actuarial calculations performed by PT Milliman Indonesia, formerly PT Eldridge Gunaprima Solution, in its report dated 7 January 2014 (2012: 18 January 2013) using the principal actuarial assumptions as follows:

	2013	2012	
- Tingkat diskonto	8.80%	7.00%	<i>Discount rate -</i>
- Tingkat kenaikan gaji	8.00%	7.50%	<i>Salary increases -</i>
- Tingkat kenaikan imbalan pensiun	5.00%	4.50%	<i>Pension salary increases -</i>
- Tingkat inflasi	5.00%	4.50%	<i>Inflation rate -</i>
- Hasil aset program yang diharapkan	8.30%	8.70%	<i>Expected return on plan assets -</i>
- Tingkat mortalita			<i>Mortality rate -</i>

Sebelum mencapai pensiun:

Tabel Mortalita Indonesia 2011/TMI III (2011: Tabel Mortalita Indonesia 1999)

Pre-retirement:

Indonesian Mortality Table 2011/TMI III (2011: Indonesian Mortality Table 1999)

Sesudah mencapai pensiun:

Tabel Mortalita USA 1971/Post retirement: USA General Annuitants Mortality Table 1971

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
- Tingkat pengunduran diri	8,00% pada usia 20 tahun, menurun menjadi 2,00% pada usia 45 tahun/ 8.00% at age 20, reducing to 2.00% at age 45		Resignation rate -
- Tingkat pensiun dini	2,00% per tahun dari usia 45-50 tahun/ 2.00% per annum for age 45-50 years		Early retirement rate -

Mutasi nilai wajar aset program untuk imbalan pensiun selama tahun berjalan adalah sebagai berikut:

The movement in the fair value of plan assets of the year for pension benefits is as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Pada awal tahun	900,970	882,571	At beginning of the year
Hasil yang diharapkan dari aset program	72,563	74,387	Expected return on plan assets
Iuran pekerja	6,383	5,555	Employee's contributions
Imbalan yang dibayar	(59,805)	(67,414)	Benefits paid
(Kerugian)/keuntungan aktuarial	<u>(129,990)</u>	<u>5,871</u>	Actuarial (loss)/gain
Pada akhir tahun	<u>790,121</u>	<u>900,970</u>	At the end of the year

Aset program terdiri dari:

Plan assets comprise the following:

	<u>2013</u>		<u>2012</u>		
Instrumen ekuitas	313,742	39.71%	358,759	40.00%	Equity instruments
Instrumen utang	410,769	51.99%	475,710	53.00%	Debt instruments
Deposito	65,610	8.30%	66,501	7.00%	Time deposit

Hasil yang diharapkan dari aset program ditentukan dengan mempertimbangkan imbal hasil yang diharapkan atas aset dengan mengacu kepada kebijakan investasi. Hasil yang diharapkan dari investasi dengan bunga tetap didasarkan pada hasil pengembalian bruto pada tanggal pelaporan. Hasil yang diharapkan dari investasi ekuitas mencerminkan tingkat imbal hasil jangka panjang aktual historis yang terjadi untuk tiap-tiap pasar.

The expected return on plan assets is determined by considering the expected returns available on the assets underlying the current investments policy. Expected yields on fixed interest investments are based on gross redemption yields as at the reporting date. Expected returns on equity investments reflect long-term real rates of return experienced historically in the respective markets.

Jumlah yang diakui di laporan posisi keuangan konsolidasian tahunan saat ini dan periode empat tahun sebelumnya ditentukan sebagai berikut:

The amounts recognised in the consolidated statement of financial position in the current year and the preceding four years are as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Nilai kini kewajiban imbalan pasti	1,168,673	1,177,555	997,770	705,521	526,489	Present value of defined benefit obligation
Nilai wajar aset program	(790,121)	(900,970)	(882,571)	(842,994)	(711,234)	Fair value of plan assets
Defisit/(surplus) program	378,552	276,585	115,199	(137,473)	(184,745)	Deficit/(surplus) in the plan
Penyesuaian pengalaman pada liabilitas program	146,362	69,614	57,313	(138)	65,293	Experience adjustments on plan liabilities
Penyesuaian pengalaman pada aset program	129,990	(5,871)	(15,526)	(99,463)	(150,937)	Experience adjustments on plan assets

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Imbalan kesehatan pasca-kerja

Perseroan menyelenggarakan program imbalan kesehatan pasca-kerja yang tidak didanai. Metodologi, asumsi-asumsi dan frekuensi penilaian adalah sama dengan yang digunakan untuk program imbalan pensiun Perseroan.

Di samping asumsi-asumsi yang digunakan pada program pensiun, asumsi aktuarial lain ialah kenaikan biaya klaim kesehatan dalam jangka panjang sebesar 8,00% (2012: 7,50%) dan klaim tahunan atas program imbalan kesehatan pasca-kerja sebesar Rp 14.690.000 (nilai penuh) (2012: Rp 14.450.000 (nilai penuh)) per karyawan.

Jumlah yang diakui di laporan posisi keuangan konsolidasian ditentukan sebagai berikut:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Nilai kini dari kewajiban yang tidak didanai	263,243	303,028
Kerugian aktuarial yang belum diakui	<u>(43,000)</u>	<u>(111,812)</u>
Kewajiban imbalan kesehatan pasca-kerja	<u>220,243</u>	<u>191,216</u>

Mutasi nilai kini kewajiban adalah sebagai berikut:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Pada awal tahun	303,028	276,905
Biaya bunga	20,747	21,025
Biaya jasa kini	12,457	11,111
Kerugian/(keuntungan) aktuarial	431	(4,381)
Imbalan yang dibayar	(12,573)	(10,856)
Dampak terhadap perubahan asumsi aktuarial	<u>(60,847)</u>	<u>9,224</u>
Pada akhir tahun	<u>263,243</u>	<u>303,028</u>

Beban yang diakui pada laporan laba rugi konsolidasian adalah sebagai berikut:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Biaya bunga	20,747	21,025
Biaya jasa kini	12,457	11,111
Kerugian aktuarial yang diakui pada tahun berjalan	<u>8,396</u>	<u>10,017</u>
Jumlah	<u>41,600</u>	<u>42,153</u>

Dari jumlah yang dibebankan, masing-masing Rp 18.041 (2012: Rp 16.498), Rp 18.928 (2012: Rp 20.494), dan Rp 4.631 (2012: Rp 5.161) termasuk di dalam harga pokok produksi, beban pemasaran dan penjualan dan beban umum dan administrasi.

Post-employment medical benefits

The Company provides an unfunded post -employment medical benefits scheme. The methodology, assumptions and frequency of valuations are similar to those used for the Company's defined benefit pension scheme.

In addition to the assumptions used for the pension schemes, other relevant assumption are long-term increase in medical claim costs of 8.00% (2012: 7.50%) and annual claims of the post -employment medical benefits of Rp 14,690,000 (full amount) (2012: Rp 14,450,000 (full amount)) per employee.

The amounts recognised in the consolidated statement of financial position were determined as follows:

Present value of unfunded obligations
Unrecognised actuarial losses
Post-employment medical benefits obligations

The movement in the present value of the obligations is as follows:

At beginning of the year
Interest costs
Current service costs
Actuarial loss/(gain)
Benefits paid
Effect of changes in actuarial assumptions
At the end of the year

The amounts recognised in the consolidated profit or loss were as follows:

Interest costs
Current service costs
Actuarial loss recognised during the year
Total

Of the total charge, Rp 18,041 (2012: Rp 16,498), Rp 18,928 (2012: Rp 20,494), and Rp 4,631 (2012: Rp 5,161) were included in the cost of goods sold, marketing and selling expenses and general and administration expenses, respectively.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Mutasi kewajiban imbalan kesehatan pasca-kerja yang diakui di laporan posisi keuangan konsolidasian adalah sebagai berikut:

The movements in the post-employment medical benefits obligation recognised in the consolidated statement of financial position are as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Kewajiban awal tahun	191,216	159,919	<i>Balance at the beginning of the year</i>
Dibebankan pada laporan laba rugi konsolidasian	41,600	42,153	<i>Charged to the consolidated profit or loss</i>
Imbalan yang dibayar	<u>(12,573)</u>	<u>(10,856)</u>	<i>Benefits paid</i>
Kewajiban akhir tahun	<u>220,243</u>	<u>191,216</u>	<i>Balance at the end of the year</i>

Pada tanggal 31 Desember 2013, dampak pergerakan 1,00% asumsi tingkat biaya kesehatan adalah sebagai berikut:

As at 31 December 2013, the effect of a 1.00% movement in the assumed medical cost trend rate is as follows:

	<u>Kenaikan/ Increase</u>	<u>(Penurunan)/ (Decrease)</u>	
Dampak terhadap agregat biaya jasa kini dan biaya bunga	33,203	(33,203)	<i>Effect on the aggregate of the current service cost and interest costs</i>
Dampak terhadap nilai kini kewajiban imbalan pasti	325,927	(242,137)	<i>Effect on the present value of defined benefit obligation</i>

Jumlah yang diakui di laporan posisi keuangan konsolidasian tahunan saat ini dan periode empat tahun sebelumnya ditentukan sebagai berikut:

The amounts recognised in the consolidated statement of financial position in the current year and the preceding four years are as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Nilai kini kewajiban	263,243	303,028	276,905	233,212	178,871	<i>Present value of obligation</i>
Penyesuaian pengalaman pada liabilitas program	<u>431</u>	<u>(4,381)</u>	<u>20,092</u>	<u>(16,469)</u>	<u>6,683</u>	<i>Experience adjustments on plan liabilities</i>

Imbalan pasca-kerja lainnya

Other post-employment benefits

Jumlah yang diakui di laporan posisi keuangan konsolidasian ditentukan sebagai berikut:

The amounts recognised in the consolidated statement of financial position are determined as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Nilai kini dari kewajiban yang tidak didanai	28,376	27,811	<i>Present value of unfunded obligations</i>
Biaya jasa lalu yang belum diakui – <i>non vested</i>	(418)	(470)	<i>Unrecognised past service costs – non vested</i>
Kerugian aktuarial yang belum diakui	<u>1,730</u>	<u>(6,515)</u>	<i>Unrecognised actuarial losses</i>
Kewajiban imbalan pasca-kerja lainnya	<u>29,688</u>	<u>20,826</u>	<i>Other post-employment benefits</i>

Mutasi nilai kini kewajiban adalah sebagai berikut:

The movement in the present value of the obligations is as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Pada awal tahun	27,811	19,193	<i>At beginning of the year</i>
Biaya jasa kini	8,093	7,395	<i>Current service costs</i>
Biaya bunga	1,896	1,393	<i>Interest costs</i>
Imbalan yang dibayar	(1,450)	(1,391)	<i>Benefits paid</i>
Biaya jasa lalu – <i>vested</i>	-	2,434	<i>Past service costs – vested</i>
Kerugian aktuarial	876	245	<i>Actuarial loss</i>
Dampak dari perubahan asumsi aktuarial	<u>(8,850)</u>	<u>(1,458)</u>	<i>Effect of changes in actuarial assumptions</i>
Pada akhir tahun	<u>28,376</u>	<u>27,811</u>	<i>At the end of the year</i>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Beban yang diakui pada laporan laba rugi konsolidasian adalah sebagai berikut:

The amounts recognised in the consolidated profit or loss are as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Biaya jasa kini	8,093	7,395	Current service costs
Biaya bunga	1,896	1,393	Interest costs
Kerugian aktuarial yang diakui pada tahun berjalan	271	470	Actuarial loss recognised during the year
Biaya jasa lalu	-	2,434	Past service costs
Amortisasi atas biaya jasa lalu	<u>52</u>	<u>52</u>	Amortization of unrecognized past service cost
Jumlah	<u>10,312</u>	<u>11,744</u>	Total

Dari jumlah yang dibebankan, masing-masing Rp 4.472 (2012: Rp 4.597), Rp 4.692 (2012: Rp 5.710), dan Rp 1.148 (2012: Rp 1.437) termasuk di dalam harga pokok produksi, dan beban pemasaran dan penjualan dan beban umum dan administrasi.

Of the total charge, Rp 4,472 (2012: Rp 4,597), Rp 4,692 (2012: Rp 5,710), and Rp 1,148 (2012: Rp 1,437) were included in the cost of goods manufactured, marketing and selling expenses and general and administration expenses, respectively.

Mutasi kewajiban imbalan pasca-kerja lainnya yang diakui di laporan posisi keuangan konsolidasian adalah sebagai berikut:

The movements in the other post-employment benefit obligation recognised in the consolidated statement of financial position are as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Kewajiban awal tahun	20,826	10,473	Balance at the beginning of the year
Dibebankan pada laporan laba rugi Konsolidasian	10,312	11,744	Charged to the consolidated profit or loss
Imbalan yang dibayar	<u>(1,450)</u>	<u>(1,391)</u>	Benefits paid
Kewajiban akhir tahun	<u>29,688</u>	<u>20,826</u>	Balance at the end of the year

Jumlah yang diakui di laporan posisi keuangan konsolidasian tahunan saat ini dan periode empat tahun sebelumnya ditentukan sebagai berikut:

The amounts recognised in the consolidated statement of financial position in the current year and the preceding four years are as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>	
Nilai kini kewajiban	28,376	27,811	19,193	13,957	10,054	Present value of obligation
Penyesuaian pengalaman pada liabilitas program	<u>876</u>	<u>245</u>	<u>(1,969)</u>	<u>(1,359)</u>	<u>(1,405)</u>	

Imbalan kerja jangka panjang lainnya

Other long -term employee benefits

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Nilai kini dari kewajiban	<u>104,417</u>	<u>100,552</u>	Present value obligations

Mutasi nilai kini kewajiban adalah sebagai berikut:

The movement in the present value of the obligations is as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Pada awal tahun	100,552	83,564	At beginning of the year
Biaya jasa kini	29,389	24,365	Current service costs
Biaya bunga	6,369	5,855	Interest costs
Keuntungan aktuarial	(4,148)	(988)	Actuarial gain
Imbalan yang dibayar	(19,126)	(10,886)	Benefits paid
Dampak terhadap perubahan asumsi aktuarial	<u>(8,619)</u>	<u>(1,358)</u>	Effect of changes in actuarial Assumptions
Pada akhir tahun	<u>104,417</u>	<u>100,552</u>	At the end of the year

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Beban yang diakui pada laporan laba rugi komprehensif konsolidasian adalah sebagai berikut:

The amounts recognised in the consolidated statement of comprehensive income are as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Biaya jasa kini	29,389	24,365	Current service costs
Biaya bunga	6,369	5,855	Interest costs
Kerugian aktuarial yang diakui pada tahun berjalan	<u>(12,767)</u>	<u>(2,346)</u>	Actuarial loss recognised during the year
Jumlah	<u>22,991</u>	<u>27,874</u>	Total

Dari jumlah yang dibebankan, masing-masing Rp 9.971 (2012: Rp 10.910) Rp 10.461 (2012: Rp 13.553), dan Rp 2.559 (2012: Rp 3.411) termasuk di dalam harga pokok produksi, dan beban pemasaran dan penjualan dan beban umum dan administrasi.

Of the total charge, Rp 9,971 (2012: Rp 10,910), Rp 10,461 (2012: Rp 13,553), and Rp 2,559 (2012: Rp 3,411) were included in the cost of goods manufactured, marketing and selling expenses and general and administration expenses, respectively.

Mutasi kewajiban imbalan kerja jangka panjang lainnya yang diakui di laporan posisi keuangan konsolidasian adalah sebagai berikut:

The movements in the other long-term employee benefits obligation recognised in the consolidated statement of financial position is as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Kewajiban awal tahun	100,552	83,564	Balance at the beginning of the year
Dibebankan pada laporan laba rugi konsolidasian	22,991	27,874	Charged to the consolidated profit or loss
Imbalan yang dibayar	<u>(19,126)</u>	<u>(10,886)</u>	Benefits paid
Kewajiban akhir tahun	<u>104,417</u>	<u>100,552</u>	Balance at the end of the year

18. Kepentingan nonpengendali

Kepentingan nonpengendali atas aset bersih entitas anak, PT Technopia Lever (persentase kepemilikan 49,00%):

18. Non-controlling interests

Non-controlling interests in the net assets of the subsidiary, PT Technopia Lever (percentage of ownership is 49.00%):

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Nilai tercatat – awal tahun	-	4,369	Carrying amount – beginning of the year
Bagian rugi bersih tahun berjalan	-	(132)	Share of net loss profit in current year
Pelepasan entitas anak	-	<u>(4,237)</u>	Disposal of subsidiary
Kepentingan nonpengendali atas kekayaan bersih entitas anak	<u>-</u>	<u>-</u>	Non-controlling interests in the net assets of subsidiary

Pada tanggal 16 Juli 2012, Perseroan menandatangani perjanjian untuk menjual 51,00% kepemilikan sahamnya pada PT Technopia Lever (38.250 lembar saham dengan nilai nominal Rp 1.000.000 (nilai penuh)) kepada Texchem Resources Bhd, pihak ketiga dengan nilai penjualan sebesar Rp 38.250. Pada saat penjualan, PT Technopia Lever mempunyai saldo kas dan setara kas sebesar Rp 7.571 sehingga nilai kas bersih yang diterima Perseroan sebesar Rp 30.679. Laba atas penjualan kepemilikan tersebut sebesar Rp 33.872 dicatat pada laba rugi konsolidasian.

On 16 July 2012, the Company signed an agreement to sell its 51.00% share in PT Technopia Lever (38,250 shares with a nominal value of Rp 1,000,000 (full amount)) to Texchem Resources Bhd, a third party, with a purchase consideration of Rp 38,250. At the date of sale, PT Technopia Lever's cash and cash equivalents balance amounted to Rp 7,571, and thus the net proceeds received by the Company amounted to Rp 30,679. Gain from the sale of subsidiary amounting to Rp 33,872 was recognised in the consolidated profit or loss.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

19. Modal saham

Saham Perseroan memiliki nilai nominal Rp 10 (nilai penuh) per lembar. Rincian kepemilikan saham Perseroan pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012 adalah sebagai berikut:

Pemegang saham/ Shareholders	Jumlah saham ditempatkan dan disetor penuh/ Number of shares issued and fully paid	Persentase kepemilikan/ Percentage of ownership	Jumlah (Rupiah)/ Total (Rupiah)
Unilever Indonesia Holding B.V.	6,484,877,500	85.00	64,849
Publik/Public	1,145,122,500	15.00	11,451
Modal saham yang beredar/ Outstanding share capital	<u>7,630,000,000</u>	<u>100.00</u>	<u>76,300</u>

Pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012, UIH yang memiliki 6.484.877.500 lembar saham atau 85,00% dari jumlah modal dasar, ditempatkan dan disetor penuh, merupakan pemegang saham terbesar Perseroan (lihat Catatan 1); dan tidak ada pemegang saham lain yang memiliki saham lebih dari 5,00% dari jumlah modal dasar, ditempatkan dan disetor penuh Perseroan.

Pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012, Direktur yang memiliki saham publik Perseroan adalah Tn. Ainul Yaqin kepemilikan tidak lebih dari 0,001% dari jumlah modal dasar, ditempatkan dan disetor penuh Perseroan. Tidak ada anggota Dewan Komisaris dan Direksi yang lain memiliki saham Perseroan.

19. Share capital

The Company's shares have a par value of Rp 10 (full amount) per share. The share ownership details of the Company as at 31 December 2013 and 2012 were as follows:

As at 31 December 2013 and 2012, UIH which held 6,484,877,500 shares or 85.00% of the total authorised, issued and fully paid-up shares of the Company, was the majority shareholder of the Company (refer to Note 1); and no other shareholders held more than 5.00% of the total share capital authorised, issued and fully paid-up of the Company.

As at 31 December 2013 and 2012, the Director who held the Company's public shares was Mr. Ainul Yaqin, with an ownership of not more than 0.001% of the share capital authorised, issued and fully paid-up of the Company. There were no other members of the Board of Commissioners and Directors who held the Company's shares.

20. Tambahan modal disetor

	2013	2012
Agio saham	15,227	15,227
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali (Catatan 21)	<u>80,773</u>	<u>80,773</u>
Tambahan modal disetor	<u>96,000</u>	<u>96,000</u>

Agio saham merupakan selisih antara harga jual (Rp 3.175 (nilai penuh) setiap lembar saham) dengan nilai nominal sebelum pemecahan saham (Rp 1.000 (nilai penuh) setiap lembar saham) untuk 9.200.000 saham yang dijual melalui Bursa Efek di Indonesia pada Desember 1981, setelah dikurangi kapitalisasi ke modal saham melalui pembagian 4.783.333 saham bonus senilai Rp 4.783.333.000 (nilai penuh) pada tahun 1993.

**21. Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas
sepengendali**

Saldo akun ini merupakan selisih antara nilai buku ekuitas PT Knorr Indonesia ("PT KI") dan harga pembelian saham PT KI pada saat Perseroan mengakuisisi saham PT KI yang dimiliki Unilever Overseas Holdings Ltd. (pihak berelasi) pada tanggal 21 Januari 2004. Selanjutnya, pada tanggal 30 Juli 2004, Perseroan melakukan penggabungan usaha dengan PT KI dimana Perseroan adalah pihak yang menerima penggabungan.

20. Additional paid-in capital

Capital paid-in excess of par value
Balance arising from restructuring
transactions between entities under
common control (Note 21)

Additional paid-in capital

Capital paid-in excess of par value represents the difference between the selling price (Rp 3,175 (full amount) per share) and the par value prior to the stock splits (Rp 1,000 (full amount) per share) of 9,200,000 shares issued on the Stock Exchange in Indonesia on December 1981, net of the capitalisation to the share capital through the distribution of 4,783,333 bonus shares amounting to Rp 4,783,333,000 (full amount) in 1993.

**21. Balance arising from restructuring transactions
between entities under common control**

The balance of this account represented the difference between the book value of the equity of PT Knorr Indonesia ("PT KI") and the purchase price of PT KI's shares when the Company acquired PT KI's shares held by Unilever Overseas Holdings Ltd. (a related party) on 21 January 2004. Subsequently, on 30 July 2004, the Company merged with PT KI where the Company was the surviving company.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

22. Dividen

Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan, pembayaran dividen dapat disetujui dalam rapat Direksi dan Dewan Komisaris untuk kemudian bersama-sama dengan pembayaran dividen final disahkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan.

	Tanggal deklarasi/ Declaration date	Tanggal pembayaran/ Payment date	Dividen per saham/Dividend per share (Rupiah penuh/ full amount Rupiah)	2013	2012	
Dividen interim 2013	6 November/ November 2013	12 Desember/ December 2013	330	2,517,900	-	Interim dividend 2013
Dividen final 2012	21 Mei/May 2013	16 Juli/ July 2013	334	2,548,420	-	Final dividend 2012
Dividen interim 2012	20 November/ November 2012	20 Desember/ December 2012	300	-	2,289,000	Interim dividend 2012
Dividen final 2011	29 Mei/May 2012	13 Juli/July 2012	296	-	2,258,480	Final dividend 2011
Jumlah				5,066,320	4,547,480	Total

Pada tanggal 31 Desember 2013, jumlah dividen yang belum diterima oleh pemegang saham sebesar Rp 69.470 (2012: Rp 61.677) telah dicatat sebagai utang lain-lain (Catatan 16).

22. Dividends

Based on the Company's Articles of Association, dividend payments may be approved by meetings of the Directors and Board of Commissioners which together with the final dividend payments are authorised by the Annual General Meeting of the Shareholders.

As at 31 December 2013, dividends which had not been received by the shareholders amounting to Rp 69,470 (2012: Rp 61,677), were recorded as other payables (Note 16).

23. Saldo laba yang dicadangkan

Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 22 Mei 2008 menyetujui penyisihan saldo laba tahunan sebesar 20,00% dari jumlah modal yang ditempatkan atau sebesar Rp 15.260 sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas ("UU Perseroan Terbatas").

24. Penjualan bersih

	2013	2012	
Dalam negeri	29,156,472	26,090,431	Domestic
Ekspor	1,600,963	1,212,817	Export
Jumlah	30,757,435	27,303,248	Total

Tidak ada pelanggan yang secara individu memiliki jumlah transaksi melebihi 10,00% dari penjualan bersih.

Penjualan ekspor Perseroan sebesar Rp 1.600.963 (2012: Rp 1.212.817) terdiri dari penjualan kepada pihak berelasi sejumlah Rp 1.600.963 (2012: Rp 1.211.233) dan penjualan kepada pihak ketiga sebesar nihil (2012: Rp 1.584). Penjualan ekspor kepada pihak berelasi tersebut setara dengan masing-masing 5,20% dan 4,44% dari jumlah penjualan bersih untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2013 dan 2012.

23. Appropriated retained earnings

At the Company's Extraordinary General Meeting of the Shareholders on 22 May 2008, the Company established a statutory reserve of 20.00% of the issued share capital or amounting to Rp 15,260 in accordance with Indonesian Limited Liability Company Law No. 40 of the year 2007 (the "Company Law").

24. Net sales

	2013	2012	
Dalam negeri	29,156,472	26,090,431	Domestic
Ekspor	1,600,963	1,212,817	Export
Jumlah	30,757,435	27,303,248	Total

No individual customer had total transactions of more than 10.00% of net sales.

The Company's export sales amounting to Rp 1,600,963 (2012: Rp 1,212,817) consist of sales to related parties amounting to Rp 1,600,963 (2012: Rp 1,211,233) and sales to third parties amounting nil (2012: Rp 1,584). The export sales to related parties represent 5.20% and 4.44% of total net sales, for the years ended 31 December 2013 and 2012, respectively.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Rincian penjualan kepada pihak berelasi adalah sebagai berikut:

	2013	2012	
Unilever Asia Private Ltd.	928,713	701,322	<i>Unilever Asia Private Ltd.</i>
Unilever Philippines, Inc.	307,482	246,611	<i>Unilever Philippines, Inc.</i>
Unilever Thai Holding Ltd.	82,867	-	<i>Unilever Thai Holding Ltd.</i>
Unilever Taiwan Ltd.	64,550	60,398	<i>Unilever Taiwan Ltd.</i>
Unilever Vietnam International Co.	45,949	38,989	<i>Unilever Vietnam International Co.</i>
Unilever South Africa (Pty) Ltd.	31,198	23,242	<i>Unilever South Africa (Pty) Ltd.</i>
Unilever Japan K.K.	28,730	29,598	<i>Unilever Japan K.K.</i>
Unilever RFM Ice Cream Inc.	28,131	57,184	<i>Unilever RFM Ice Cream Inc.</i>
Unilever Korea Ltd.	18,850	11,151	<i>Unilever Korea Ltd.</i>
Unilever Market Development (Pty) Ltd.	14,497	2,791	<i>Unilever Market Development (Pty) Ltd.</i>
Unilever Gulf Free Zone Establishment	9,009	1,320	<i>Unilever Gulf Free Zone Establishment</i>
Unilever Cote D'Ivoire	4,552	-	<i>Unilever Cote D'Ivoire</i>
Unilever Brasil Ltd.	4,504	2,489	<i>Unilever Brasil Ltd.</i>
Hindustan Unilever Ltd.	4,445	2,321	<i>Hindustan Unilever Ltd.</i>
ULT HPC Mfg Plant	4,173	-	<i>ULT HPC Mfg Plant</i>
Unilever Hongkong	3,935	2,677	<i>Unilever Hongkong</i>
Unilever Caribbean Ltd.	3,905	5,304	<i>Unilever Caribbean Ltd.</i>
Unilever Andina Colombia Ltd.	3,787	2,261	<i>Unilever Andina Colombia Ltd.</i>
Unilever Ghana Limited	3,107	1,584	<i>Unilever Ghana Limited</i>
Unilever ASCC AG	2,648	-	<i>Unilever ASCC AG</i>
Unilever Pakistan Ltd.	2,245	2,580	<i>Unilever Pakistan Ltd.</i>
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	1,495	7,346	<i>Unilever Lipton Ceylon Ltd.</i>
Unilever Bangladesh Limited	1,396	1,432	<i>Unilever Bangladesh Limited</i>
Unilever Kenya Ltd.	788	4,863	<i>Unilever Kenya Ltd.</i>
Unilever Market Development Company Ltd.	-	4,589	<i>Unilever Market Development Company Ltd.</i>
General HPC 3PM	-	1,125	<i>General HPC 3PM</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	7	56	<i>Others (individual balances less than Rp 382 each)</i>
Jumlah	<u>1,600,963</u>	<u>1,211,233</u>	<i>Total</i>

25. Harga pokok penjualan

Komponen harga pokok penjualan adalah sebagai berikut:

	2013	2012	
Bahan baku			<i>Raw materials</i>
- Awal tahun	761,429	701,244	<i>At the beginning of the year -</i>
- Pembelian	<u>12,049,999</u>	<u>11,330,293</u>	<i>Purchases -</i>
	12,811,428	12,031,537	
- Akhir tahun	<u>(593,069)</u>	<u>(761,429)</u>	<i>At the end of the year -</i>
Bahan baku yang digunakan	12,218,359	11,270,108	<i>Raw materials used</i>
Biaya tenaga kerja langsung (Catatan 28)	605,119	522,135	<i>Direct labour costs (Note 28)</i>
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	349,079	240,214	<i>Depreciation of fixed assets (Note 9f)</i>
Beban pabrikasi lainnya	<u>998,665</u>	<u>840,886</u>	<i>Manufacturing overheads</i>
Jumlah biaya produksi	14,171,222	12,873,343	<i>Total production costs</i>
Barang dalam proses			<i>Work in process</i>
- Awal tahun	125,966	92,967	<i>At the beginning of the year -</i>
- Akhir tahun	<u>(152,555)</u>	<u>(125,966)</u>	<i>At the end of the year -</i>
Harga pokok produksi	14,144,633	12,840,344	<i>Cost of goods manufactured</i>
Barang jadi			<i>Finished goods</i>
- Awal tahun	1,175,604	1,055,778	<i>At the beginning of the year -</i>
- Pembelian	1,005,426	693,604	<i>Purchases -</i>
- Akhir tahun	<u>(1,346,716)</u>	<u>(1,175,604)</u>	<i>At the end of the year -</i>
Jumlah	<u>14,978,947</u>	<u>13,414,122</u>	<i>Total</i>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Biaya tenaga kerja langsung termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 24.473 dan Rp 77.717 untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2013 dan 2012.

Direct labour costs include cost of personnel outsourced from third parties, amounting to Rp 24,473 and Rp 77,717 for the years ended 31 December 2013 and 2012, respectively.

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10,00% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Grup.

No purchase from an individual supplier was made in excess of 10.00% of the Group total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Grup dari pihak berelasi, untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2013 berjumlah Rp 906.603 (2012: Rp 946.053) setara dengan 6,94% (2012: 7,87%) dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

The Group's purchases of raw materials and finished goods from related parties for the year ended 31 December 2013 was Rp 906,603 (2012: Rp 946,053) which represents 6.94% (2012: 7.87%) of the total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	2013	2012	
Unilever Asia Private Ltd.	657,323	661,827	Unilever Asia Private Ltd.
Unilever Supply Chain Company AG	82,738	76,335	Unilever Supply Chain Company AG
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	66,808	111,577	PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
Unilever Vietnam International Co.	32,942	29,033	Unilever Vietnam International Co.
Hindustan Unilever Ltd.	18,027	3,152	Hindustan Unilever Ltd.
Unilever China Ltd.	14,003	12,730	Unilever China Ltd.
Unilever Philippines, Inc.	10,945	19,675	Unilever Philippines, Inc.
Unilever India Export Limited	7,051	7,040	Unilever India Export Limited
Unilever ASCC AG	6,507	4,110	Unilever ASCC AG
Unilever Thai Holdings Ltd.	3,932	-	Unilever Thai Holdings Ltd.
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	3,680	7,750	Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever Kenya Ltd.	1,709	-	Unilever Kenya Ltd.
Unilever (USA)	938	571	Unilever (USA)
Unilever Foods (Malaysia) Sdn.Bhd.	-	521	Unilever Foods (Malaysia) Sdn.Bhd.
Lipton Ltd. UK	-	7,831	Lipton Ltd. UK
Lipton Ltd. India	-	3,832	Lipton Ltd. India
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	-	69	Others (individual balances less than Rp 382 each)
Jumlah	<u>906,603</u>	<u>946,053</u>	Total

26. a. Beban pemasaran dan penjualan

26. a. Marketing and selling expenses

	2013	2012	
Iklan dan riset pasar	3,092,853	2,949,710	Advertising and market research
Distribusi	1,319,447	1,129,284	Distribution
Promosi	968,798	717,790	Promotion
Remunerasi	560,339	521,365	Remuneration
Beban penjualan	185,507	123,636	Sales expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	104,954	48,046	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang (Catatan 17)	76,272	76,964	Long-term employee benefits (Note 17)
Perjalanan dinas dan jamuan	60,449	54,141	Travelling and representation
Informasi dan telekomunikasi	58,294	50,559	Information and telecommunications
Sewa	39,374	39,765	Rents
Jasa konsultan	30,732	35,733	Consultant fees
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	130,831	142,379	Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
Jumlah	<u>6,627,850</u>	<u>5,889,372</u>	Total

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

b. Beban umum dan administrasi

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Jasa dan royalti	1,384,420	939,653
Remunerasi	131,394	120,997
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	58,799	98,059
Sewa	49,782	30,697
Informasi dan telekomunikasi	36,610	42,638
Perjalanan dinas dan jamuan	32,493	31,204
Jasa konsultan	20,887	21,195
Imbalan kerja jangka panjang (Catatan 17)	18,662	19,380
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	3,013	3,740
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	<u>292,835</u>	<u>237,383</u>
Jumlah	<u>2,028,895</u>	<u>1,544,946</u>

Remunerasi termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 32.039 dan Rp 52.937 untuk tahun-tahun yang berakhir pada 31 Desember 2013 dan 2012.

b. General and administration expenses

<i>Service fees and royalties</i>
<i>Remuneration</i>
<i>Amortisation of intangible assets</i> <i>(Note 11)</i>
<i>Rents</i>
<i>Information and telecommunications</i>
<i>Travelling and representation</i>
<i>Consultant fees</i>
<i>Long-term employee benefits (Note 17)</i>
<i>Depreciation of fixed assets (Note 9f)</i>
<i>Others (individual balances less than Rp</i> <i>10,000 each)</i>
<i>Total</i>

Remuneration includes cost of personnel outsourced from third parties, amounting to Rp 32,039 and Rp 52,937 for the years ended 31 December 2013 and 2012, respectively.

27. Penghasilan lain-lain, bersih

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Alokasi hasil penjualan merek dagang oleh entitas induk	50,765	-
Keuntungan pelepasan entitas anak (Kerugian)/keuntungan pelepasan aset tetap (Catatan 9d)	-	38,535
(Kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	<u>(7,855)</u>	<u>2,198</u>
	<u>42,702</u>	<u>43,299</u>

Pada 1 Februari 2013, Conopco Inc., entitas sepengendali yang memiliki hak atas merek Skippy, telah melakukan penjualan merek tersebut kepada Hormel Foods Inc.

Unilever PLC dan Unilever N.V. memutuskan untuk membagikan hasil penjualan tersebut kepada beberapa entitas anaknya yang memasarkan dan menjual produk Skippy, termasuk Perseroan.

Alokasi hasil penjualan merek tersebut sejumlah Rp 50.765 dicatat sebagai keuntungan lain-lain untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2013.

27. Other income, net

<i>Allocation of proceeds from the sale of</i> <i>trademarks by the parent entity</i>
<i>Gain on disposal of subsidiary</i> <i>(Loss)/gain on disposal of fixed</i> <i>assets (Note 9d)</i>
<i>(Loss)/gain on foreign exchange, net</i>

On 1 February 2013, Conopco Inc., an entity under common control, which owned the rights to the Skippy trademark, sold the trademark to Hormel Foods Inc.

Unilever PLC and Unilever N.V. decided to allocate the proceeds of the sale to a number of their subsidiaries that marketed and sold Skippy products, including the Company.

The allocation of proceeds from sales of the trademark amounting to Rp 50,765 was credited to other gain for the year ended 31 December 2013.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

28. Beban karyawan

Jumlah beban karyawan yang terjadi selama tahun 2013 adalah Rp 1.391.786 (2012: Rp 1.260.841). Biaya ini dicatat masing-masing Rp 605.119 (2012: Rp 522.135), Rp 636.611 (2012: Rp 598.329), dan Rp 150.056 (2012: Rp 140.377) sebagai bagian dari harga pokok produksi, beban pemasaran dan penjualan, dan beban umum dan administrasi.

Jumlah karyawan permanen Perseroan pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012 masing-masing 6.719 karyawan dan 6.447 karyawan – tidak diaudit.

Pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012, entitas anak tidak mempunyai karyawan tetap.

29. Laba bersih per saham dasar

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Labajumlah pendapatan komprehensif kepada pemilik entitas induk	<u>5,352,625</u>	<u>4,839,277</u>
Rata-rata tertimbang jumlah saham biasa yang beredar (dalam jutaan lembar)	<u>7,630</u>	<u>7,630</u>
Lababersih per saham dasar (nilai penuh)	<u>701</u>	<u>634</u>

Tidak ada efek yang dapat menimbulkan dilusi sehingga laba per saham dasar sama dengan laba bersih per saham dilusi.

28. Employee costs

Total employee costs for 2013 were Rp 1,391,786 (2012: Rp 1,260,841) and were recorded as part of the cost of goods manufactured, marketing and selling expenses, and general and administration expenses amounting to Rp 605,119 (2012: Rp 522,135), Rp 636,611 (2012: Rp 598,329), and Rp 150,056 (2012: Rp 140,377), respectively.

The number of permanent employees of the Company as at 31 December 2013 and 2012 was 6,719 employees and 6,447 employees, respectively – unaudited.

As at 31 December 2013 and 2012, the subsidiary had no permanent employees.

29. Basic earnings per share

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Profit/total comprehensive income attributable to the owners of the parent	<u>5,352,625</u>	<u>4,839,277</u>
Weighted average number of outstanding shares (in millions)	<u>7,630</u>	<u>7,630</u>
Basic earnings per share (full amount)	<u>701</u>	<u>634</u>

There is no security which has a potential dilution feature; accordingly the basic earnings per share is the same as the diluted earnings per share.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

30. Aset dan liabilitas dalam mata uang asing

30. Assets and liabilities denominated in foreign currencies

Aset dan liabilitas dalam berbagai mata uang asing adalah sebagai berikut:

Assets and liabilities denominated in various foreign currencies are as follows:

	2013		
	Mata uang asing (nilai penuh)/ Foreign currency (full amount)	Dalam jutaan Rupiah/ In millions of Rupiah	
Aset			Assets
Kas dan setara kas	USD EUR GBP	15,470,014 319,238 100,943	188,564 5,360 2,034 <i>Cash and cash equivalents</i>
Piutang usaha			<i>Trade debtors</i>
- Pihak ketiga	USD	149,725	1,825 <i>Third parties -</i>
- Pihak berelasi	USD	23,085,651	281,391 <i>Related parties -</i>
Piutang lain-lain pada pihak berelasi	USD	280,253	3,416 <i>Amounts due from related parties</i>
			482,590
Liabilitas			Liabilities
Pinjaman bank	USD	45,993,619	536,792 <i>Bank borrowings</i>
Utang usaha			<i>Trade creditors</i>
- Pihak ketiga	USD EUR GBP SGD THB JPY SEK PHP CHF INR	91,433,095 11,662,120 1,308,238 2,506,073 24,422,043 8,922,414 108,593 203,636 1,679 96,447	1,114,478 195,807 26,361 24,141 9,085 1,035 206 56 23 19 <i>Third parties -</i>
- Pihak berelasi	EUR USD	5,913,818 7,266,880	99,293 88,576 <i>Related parties -</i>
Utang lain-lain			<i>Other payables</i>
- Pihak ketiga	USD EUR SGD SEK JPY GBP AUD THB	1,791,861 753,186 43,708 180,812 2,655,172 7,891 5,614 69,892	21,841 12,646 421 343 308 159 61 26 <i>Third parties -</i>
- Pihak berelasi	EUR USD GBP AUD	20,012,388 1,748,134 56,129 13,530	336,008 21,308 1,131 147 <i>Related parties -</i>
Akrual	USD SGD EUR THB GBP PHP INR	3,379,030 3,350,047 1,904,229 53,508,064 32,308 189,091 5,076	41,187 32,271 31,972 19,905 651 52 1 <i>Accruals</i>
			2,616,310
Selisih lebih liabilitas atas aset dalam mata uang asing			2,133,720 <i>Excess of liabilities over assets denominated in foreign currencies</i>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2012		
	Mata uang asing (nilai penuh) Foreign currency (full amount)	Dalam jutaan Rupiah/ In millions of Rupiah	
Aset			Assets
Kas dan setara kas	USD 1,028,335 GBP 128,553 AUD 51,011 EUR 11,451	9,944 2,008 512 146	Cash and cash equivalents
Piutang usaha			Trade debtors
- Pihak ketiga	USD 16,029	155	Third parties -
- Pihak berelasi	USD 17,874,354	172,845	Related parties -
Piutang lain-lain pada pihak berelasi	USD 172,492	1,668	Amounts due from related parties
		187,278	
Liabilitas			Liabilities
Utang usaha			Trade creditors
- Pihak ketiga	USD 71,746,639 EUR 9,105,098 GBP 475,416 SEK 3,614,555 SGD 450,297 JPY 24,955,357 THB 4,316,456 CHF 22,542	693,790 116,090 7,426 5,364 3,565 2,795 1,364 238	Third parties -
- Pihak berelasi	USD 10,433,402 EUR 1,686,745	100,891 21,506	Related parties -
Utang lain-lain			Other payables
- Pihak ketiga	USD 725,543 EUR 401,882 SGD 79,323 GBP 31,754 CHF 36,465 SEK 45,822 JPY 446,429	7,016 5,124 628 496 385 68 50	Third parties -
- Pihak berelasi	EUR 21,124,392 USD 2,544,054 GBP 9,539 THB 632,911 AUD 29,292	269,336 24,601 149 200 294	Related parties -
Akrual	EUR 8,683,059	110,709	Accruals
		1,372,085	
Selisih lebih liabilitas atas aset dalam mata uang asing		1,184,807	Excess of liabilities over assets denominated in foreign currencies

Nilai tukar Rupiah terhadap Dolar Amerika Serikat telah bergerak dari masing-masing Rp 12.189 (nilai penuh) pada 31 Desember 2013 menjadi Rp 11.357 (nilai penuh) pada tanggal 25 Maret 2014.

The exchange rate for the US Dollar against the Rupiah has moved from Rp 12,189 (full amount) on 31 December 2013 to Rp 11,357 (full amount), respectively on 25 March 2014.

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

31. Informasi segmen

Manajemen telah menentukan segmen operasi berdasarkan laporan yang ditelaah oleh Direksi yang digunakan untuk mengambil keputusan strategis.

Maksud dan tujuan Grup antara lain berusaha dalam bidang produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut di atas, Grup menjalankan usahanya secara terintegrasi.

Bisnis Grup dikelompokkan menjadi dua bidang produk utama sebagai berikut:

- Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh, yang berkaitan dengan produk-produk pembersih yang digunakan dalam rumah tangga dan produk-produk kosmetik.
- Makanan dan Minuman, yang berkaitan dengan produk-produk makanan dan minuman termasuk es krim.

Informasi segmen yang diberikan kepada Direksi untuk setiap segmen adalah sebagai berikut:

31. Segment information

Management has determined the operating segments based on the reports reviewed by Directors that are used to make strategic decision.

The objectives and purposes of the Group among others are to engage in the manufacturing, marketing and distribution of consumer goods. To achieve the above mentioned objectives and purposes, the Group manages its business as an integrated business field.

The Group's business are grouped into two principal product areas as follows:

- Home and Personal Care, which relates to the cleaning products which are used in the household and the cosmetic products.
- Food and Refreshment, which relates to the food and beverage products including ice cream.

The segment information provided to the Directors for the reportable segments are as follows:

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2013			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	22,414,545	8,342,890	30,757,435	Net sales
Laba bruto	12,136,632	3,641,856	15,778,488	Gross profit
Hasil segmen	6,999,997	1,700,857	8,700,854	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(970,644)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(608,467)	<i>General and administration expenses</i>
Penghasilan lain-lain, bersih			37,065	<i>Other income, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			7,158,808	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(1,806,183)	<i>Income tax expense</i>
Laba tahun berjalan			5,352,625	<i>Profit for the year</i>
Pendapatan komprehensif lainnya			-	<i>Other comprehensive income</i>
Jumlah pendapatan komprehensif bersih tahun berjalan			5,352,625	<i>Total comprehensive income for the year</i>
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada:				<i>Profit/total comprehensive income attributable to:</i>
Pemilik entitas induk			5,352,625	<i>Owners of the parent</i>
Kepentingan nonpengendali			-	<i>Non-controlling interests</i>
			5,352,625	
Aset segmen	7,827,709	4,219,370	12,047,079	<i>Segment assets</i>
Aset takberwujud	7,250	392,680	399,930	<i>Intangible assets</i>
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			901,179	<i>Unallocated segment assets</i>
			13,348,188	
Liabilitas segmen	(5,092,268)	(1,499,866)	(6,592,134)	<i>Segment liabilities</i>
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(2,501,384)	<i>Unallocated segment liabilities</i>
			(9,093,518)	
Informasi lainnya				<i>Other information</i>
Pengeluaran modal	493,551	378,004	871,555	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			232,618	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			1,104,173	
Penyusutan dan amortisasi	273,392	146,780	420,172	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			95,673	<i>Unallocated depreciation and amortisation expense</i>
			515,845	

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2012		Jumlah/Total	
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>		
Penjualan bersih	19,922,118	7,381,130	27,303,248	Net sales
Laba bruto	10,756,731	3,132,395	13,889,126	Gross profit
Hasil segmen	6,403,211	1,486,494	7,889,705	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(867,658)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(567,239)	General and administration expenses
Penghasilan lain-lain, bersih			11,957	Other income, net
Laba sebelum pajak penghasilan			6,466,765	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,627,620)	Income tax expense
Laba tahun berjalan			4,839,145	Profit for the year
Pendapatan komprehensif lainnya			-	Other comprehensive income
Jumlah pendapatan komprehensif bersih tahun berjalan			4,839,145	Total comprehensive income for the year
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada:				Profit/total comprehensive income attributable to:
Pemilik entitas induk			4,839,277	Owners of the parent
Kepentingan nonpengendali			(132)	Non-controlling interests
			4,835,145	
Aset segmen	6,716,453	3,779,842	10,496,295	Segment assets
Aset takberwujud	-	392,680	392,680	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			1,096,004	Unallocated segment assets
			11,984,979	
Liabilitas segmen	(3,693,100)	(1,205,829)	(4,898,929)	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(3,117,685)	Unallocated segment liabilities
			(8,016,614)	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	523,483	451,834	975,317	Capital expenditure
Beban pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			376,685	Unallocated capital expenditure
			1,352,002	
Penyusutan dan amortisasi	170,878	106,253	277,131	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			112,928	Unallocated depreciation and amortisation expense
			390,059	

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Jumlah yang dilaporkan kepada Direksi sehubungan dengan jumlah aset dan liabilitas diukur dengan cara yang konsisten dengan yang dilaporkan dalam laporan keuangan konsolidasian. Aset dan liabilitas ini dialokasikan berdasarkan segmen operasi mereka.

The amounts provided to the Directors with respect to total assets and liabilities are measured in a manner consistent with that of the consolidated financial statements. These assets and liabilities are allocated based on the operating segment.

Rekonsiliasi aset segmen dilaporkan terhadap jumlah aset adalah sebagai berikut:

Reportable segments' assets are reconciled to total assets as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Aset segmen untuk segmen yang dilaporkan	12,447,009	10,888,975	Segment assets for reportable segments
Yang tidak dapat dialokasikan:			Unallocated:
- Kas dan setara kas	242,780	212,486	Cash and cash equivalents -
- Aset tetap	468,311	403,432	Fixed assets -
- Aset takberwujud	141,870	195,151	Intangible assets -
- Aset lain-lain	48,218	284,935	Other assets -
Jumlah aset menurut laporan posisi keuangan konsolidasian	<u>13,348,188</u>	<u>11,984,979</u>	Total assets per consolidated statement of financial position

Rekonsiliasi liabilitas segmen terhadap jumlah liabilitas adalah sebagai berikut:

Reportable segments' liabilities are reconciled to total liabilities as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Liabilitas segmen untuk segmen yang dilaporkan	6,592,134	4,898,929	Segment liabilities for reportable segments
Yang tidak dapat dialokasikan:			Unallocated:
- Pinjaman	976,792	1,040,000	Borrowings -
- Utang usaha	274,767	297,884	Trade creditors -
- Utang pajak	438,920	519,274	Taxes payable -
- Kewajiban imbalan kerja jangka panjang	525,505	391,021	Long-term employee benefits obligations
- Liabilitas lain-lain	285,400	869,506	Other liabilities -
Jumlah liabilitas menurut laporan posisi keuangan konsolidasian	<u>9,093,518</u>	<u>8,016,614</u>	Total liabilities per consolidated statement of financial position

32. Komitmen dan liabilitas kontinjensi yang signifikan

32. Significant commitments and contingent liabilities

a. Perseroan mempunyai komitmen untuk pembelian aset tetap sebesar Rp 383.592 dan pembelian persediaan sebesar Rp 2.071.819 pada tanggal 31 Desember 2013 (2012: Rp 412.036 dan Rp 2.459.461 masing-masing untuk pembelian aset tetap dan persediaan).

a. The Company had commitments to purchase fixed assets and inventories amounting to Rp 383,592 and Rp 2,071,819, respectively, as at 31 December 2013 (2012: Rp 412,036 and Rp 2,459,461 for purchases of fixed assets and inventories, respectively).

b. Sewa yang harus dibayar berdasarkan perjanjian sewa menyewa gedung kantor tahun 2013 dan 2012:

b. Building rental commitments in 2013 and 2012 were as follows:

	Dalam ribuan USD/ In thousands USD		
	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Jatuh tempo dalam waktu 1 tahun (diperbaharui setiap tahun)	<u>2,054</u>	<u>1,947</u>	Payable within 1 year (renewed on annual basis)

c. Perseroan telah menandatangani perjanjian dengan PT Mega Manunggal Property untuk sewa gudang di Cikarang selama 10 tahun terhitung sejak 1 April 2012.

c. The Company has signed an agreement with PT Mega Manunggal Property to rent a warehouse in Cikarang for 10 years from 1 April 2012.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Jumlah pembayaran sewa minimum di masa depan dalam perjanjian sewa operasi sebagai berikut:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Tidak lebih dari 1 tahun	77,505	57,335
Lebih dari 1 tahun namun kurang dari 5 tahun	328,276	263,224
Lebih dari 5 tahun	<u>298,106</u>	<u>197,418</u>
	<u>703,887</u>	<u>517,977</u>

The future aggregate minimum lease payments under operating leases are as follows:

No later than 1 year
 Later than 1 year and no later than 5 years
 Later than 5 years

- d. Perseroan memiliki fasilitas kredit untuk modal kerja. Fasilitas kredit yang tidak mengikat yang belum digunakan oleh Perseroan 31 Desember 2013 masing-masing sejumlah USD 35 juta (nilai penuh) dan Rp 2.609.384.
- e. Grup tidak mempunyai liabilitas kontinjensi yang signifikan pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012.

d. The Company has credit facilities for working capital. The total uncommitted credit facilities of the Company as at 31 December 2013 amounted to USD 35 million (full amount) and Rp 2,609,384, respectively.

e. The Group did not have any significant contingent liabilities as at 31 December 2013 and 2012.

33. Estimasi dan pertimbangan akuntansi yang penting

Estimasi dan pertimbangan dibuat dan dievaluasi berdasarkan data historis dan ekspektasi kondisi masa yang akan datang. Hasil aktual dapat berbeda dengan jumlah yang diestimasi. Estimasi dan asumsi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah tercatat aset dan liabilitas diungkapkan di bawah ini.

Imbalan pensiun

Nilai kini kewajiban pensiun tergantung pada beberapa faktor yang ditentukan dengan dasar aktuarial berdasarkan beberapa asumsi. Asumsi yang digunakan untuk menentukan biaya pensiun neto mencakup tingkat diskonto. Perubahan asumsi ini akan mempengaruhi jumlah tercatat kewajiban pensiun.

Grup menentukan tingkat diskonto yang sesuai pada akhir tahun pelaporan, yakni tingkat suku bunga yang harus digunakan untuk menentukan nilai kini arus kas keluar masa depan estimasian yang diharapkan untuk menyelesaikan kewajiban pensiun. Dalam menentukan tingkat suku bunga yang sesuai, Grup mempertimbangkan hasil pengembalian pasar dari obligasi pemerintah pada tanggal laporan posisi keuangan dan jangka waktu kewajiban imbalan.

Asumsi-asumsi penting lainnya sebagian ditentukan berdasarkan kondisi pasar saat ini. Informasi tambahan diungkapkan di Catatan 17.

Beban penjualan dan promosi

Akrual atas beban penjualan dan promosi dicatat berdasarkan estimasi beban aktivitas promosi dan pemasaran pada tahun berjalan yang belum ditagihkan pada tanggal laporan posisi keuangan.

Proses penentuan jumlah akrual mengharuskan manajemen melakukan estimasi dengan mengacu kepada sisa nilai anggaran yang telah disetujui dan disesuaikan dengan status terakhir atas pelaksanaan rencana aktivitas terkait.

33. Critical accounting estimates and judgment

Estimates and judgments are made and evaluated based on historical data and expectations of future conditions. Actual results may differ from these estimates. The estimates and assumptions that have a significant impact on the carrying amount of assets and liabilities are disclosed below.

Pension benefits

The present value of the pension obligations depends on a number of factors that are determined on an actuarial basis using a number of assumptions. The assumptions used in determining the net cost for pensions includes the discount rate. Any changes in these assumptions will impact the carrying amount of pension obligations.

The Group determines the appropriate discount rate at the end of each reporting period. This is the interest rate that should be used to determine the present value of estimated future cash outflow expected to be required to settle the pension obligations. In determining the appropriate discount rate, the Group considers the market yield of government bonds at the statement of financial position date and the term of the benefits obligation.

Other key assumptions are based in part on current market conditions. Additional information is disclosed in Note 17.

Sales and promotion expenses

Accrued sales and promotion expenses are recorded based on an estimate of promotion and marketing expense for the current year that has not been billed as at the statement of financial position date.

The process of determining the accrual balance requires management to make an estimate by referring to the value of remaining approved budget and adjusted with the most up to date status of the execution of the respective planned activities.

Penurunan nilai goodwill dan aset takberwujud dengan umur manfaat tidak terbatas

Grup melakukan pengujian setiap tahun atas goodwill dan aset takberwujud dengan umur manfaat tidak terbatas sesuai dengan kebijakan akuntansi yang dinyatakan dalam Catatan 2l. Jumlah terpulihkan unit penghasil kas telah ditentukan berdasarkan perhitungan nilai pakai. Asumsi penting dalam penentuan nilai pakai adalah estimasi prakiraan arus kas dan tingkat diskonto.

Penentuan umur manfaat aset takberwujud

Grup menentukan bahwa suatu aset takberwujud dianggap memiliki umur manfaat tidak terbatas jika berdasarkan analisis dari seluruh faktor yang relevan, tidak ada batas yang terlihat pada saat ini atas tahun yang mana aset diharapkan menghasilkan arus kas neto untuk Grup. Faktor yang relevan tersebut mencakup stabilitas industri di mana aset beroperasi dan perubahan permintaan pasar atas produk yang dihasilkan, perkiraan atas tindakan kompetitor dan kinerja aset tersebut untuk suatu tahun masa lalu yang memadai.

Estimasi umur manfaat aset tetap

Grup melakukan penelaahan berkala atas masa manfaat aset tetap berdasarkan faktor-faktor seperti kondisi teknis dan perkembangan teknologi di masa depan. Hasil operasi di masa depan akan dipengaruhi secara material atas perubahan estimasi ini yang diakibatkan oleh perubahan faktor yang telah disebutkan di atas.

34. Manajemen risiko keuangan

Faktor risiko keuangan

Aktivitas Grup memiliki berbagai macam risiko keuangan yaitu: risiko nilai tukar mata uang asing, risiko kredit, risiko suku bunga dan risiko likuiditas.

Untuk meminimalkan potensi kerugian yang timbul dari perubahan tak terduga dalam kondisi pasar dan kinerja keuangan Grup, manajemen telah melakukan pengelolaan atas risiko keuangan yang sebagian besar dilakukan oleh departemen *treasury* sesuai dengan standar dan prosedur yang diberlakukan oleh *Group Treasury Centre* di Mumbai.

a. Risiko nilai tukar mata uang asing

Grup terekspos risiko nilai tukar berbagai mata uang asing yang terutama timbul dari mata uang USD. Risiko nilai tukar kurs mata uang asing muncul dari transaksi yang akan datang yang sudah mengikat serta realisasi aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing.

Untuk mengelola eksposur atas fluktuasi nilai tukar mata uang asing, Grup menjaga agar eksposur bersih berada pada tingkat yang dapat diterima dengan membeli mata uang asing yang akan dibutuhkan untuk mengatasi fluktuasi jangka pendek.

Impairment of goodwill and intangible assets with indefinite lives

The Group tests annually whether goodwill and intangible assets with indefinite lives have suffered any impairment in accordance with the accounting policy stated in Note 2l. The recoverable amounts of cash-generating units have been determined based on value in use calculations. Critical assumptions in the determination of value in use are the estimated cash flow projections and discount rates.

Determination of useful lives of intangible assets

The Group determines that an intangible asset is regarded as having an indefinite useful lives when, based on an analysis of all the relevant factors, there is no foreseeable limit to the period over which the asset is expected to generate net cash inflow for the Group. The relevant factors include the stability of the industry in which the asset operates and changes in the market demand for the products output from the asset, anticipated action of competitors and the historical performance of the asset for a considerable length of time.

Estimated useful lives of fixed assets

The Group reviews periodically the estimated useful lives of fixed assets based on factors such as technical specification and future technological developments. Future results of operations could be materially affected by changes in these estimates brought about by changes in the factors mentioned.

34. Financial risk management

Financial risk factors

The Group's activities expose it to a variety of financial risks: foreign exchange risk, credit risk, interest rate risk and liquidity risk.

To minimise potential adverse effects arising from unpredictability of the market and the Group's financial performance, management conducts financial risk management procedures which are mostly done by the treasury department in accordance with official standards and procedures from the *Group Treasury Centre* in Mumbai.

a. Foreign exchange risk

The Group is exposed to foreign exchange risk arising from various currency exposures especially from USD. Foreign exchange risk arises from committed future transactions and recognised monetary assets and liabilities in foreign currency.

To manage its foreign currency exposure, the Group maintains the exposure at an acceptable level by buying foreign currencies that will be needed to avoid exposure from short term fluctuation.

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Jika dianggap perlu, Grup melakukan lindung nilai untuk kebutuhan arus kas yang akan datang dalam mata uang asing, terutama untuk pembayaran pembelian bahan baku impor yang diestimasi berdasarkan data jatuh tempo pembayaran utang dalam mata uang asing. Tujuan dari aktivitas lindung nilai ini adalah untuk mengantisipasi dampak perubahan nilai tukar mata uang asing terhadap laporan keuangan konsolidasian.

Aset dan liabilitas moneter bersih dalam mata uang asing diungkapkan pada Catatan 30.

Instrumen derivatif yang dimiliki secara ekonomis merupakan lindung nilai atas eksposur risiko nilai tukar mata uang asing diungkapkan dalam Catatan 30. Pada tanggal 31 Desember 2013, jumlah nosional mata uang asing (USD) pada instrumen derivatif lebih besar dari jumlah kewajiban moneter bersih.

b. Risiko kredit

Grup memiliki risiko kredit yang terutama berasal dari simpanan dan kontrak derivatif yang disepakati dengan bank dan kredit yang diberikan kepada pelanggan. Grup mengelola risiko kredit yang terkait dengan simpanan di bank dan aset derivatif dengan memonitor reputasi, *credit ratings* dan menekan risiko agregat dari masing-masing pihak dalam kontrak.

Grup tidak memiliki konsentrasi risiko kredit terkait dengan piutang usaha karena Grup memiliki banyak pelanggan tanpa adanya pelanggan individu yang signifikan. Untuk mencegah kerugian yang disebabkan oleh piutang tak tertagih, sebagian pelanggan diharuskan untuk memberikan penjaminan berupa bank garansi yang dapat dicairkan oleh Grup pada saat pelanggan dinyatakan tidak dapat melunasi utangnya. Selain itu, Grup juga memastikan bahwa penjualan hanya dilakukan kepada pelanggan dengan sejarah kredit yang baik. Grup memiliki penilaian atas pelanggan dalam hal kemampuan membayar piutang saat jatuh tempo. Penilaian setiap pelanggan didasarkan pada posisi keuangan pelanggan serta pengalaman sebelumnya.

Eksposur maksimum atas risiko kredit tercermin dari nilai tercatat setiap aset keuangan setelah dikurangi dengan provisi atas penurunan nilai pada laporan posisi keuangan konsolidasian.

When considered necessary, the Group hedges its future foreign currency cash flow requirements, especially for payments of purchases of imported materials which are estimated based on the ageing schedule of payables in foreign currencies. The purpose of this hedging is to mitigate the impact of movements in foreign exchange rates on the consolidated financial statements of the Group.

Net monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies are disclosed in Note 30.

Derivatives entered into to economically hedge the foreign exchange risk exposures are disclosed in Note 30. As at 31 December 2013, the notional amounts of foreign currencies (USD) under the derivatives more than the equivalent amount of the net monetary liability.

b. Credit risk

The Group is exposed to credit risk primarily from deposits in and derivatives entered into with banks and credit given to customers. The Group manages credit risk arising from its deposits and derivative asset with banks by monitoring reputation, credit ratings and limiting the aggregate risk to any individual counterparty.

The Group has no significant concentration of credit risk related to trade debtors, as the Group has a large number of customers without any significant individual customers. To avoid potential losses due to bad debts, some customers are required to place bank guarantees that can be claimed by the Group in case the customers fail to pay their debts. In addition, the Group also ensures that sales are made only to customers with appropriate credit history. The Group maintains customer ratings based on their ability to pay when the balance falls due. A customer's rating is determined based on their financial position and past experience.

The maximum exposure to credit risk is represented by the carrying amount of each financial asset in the consolidated statement of financial position after deducting provision for impairment.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Kualitas kredit dari aset keuangan dapat dinilai dengan mengacu pada peringkat kredit eksternal (jika tersedia) atau mengacu pada informasi historis mengenai tingkat gagal bayar debitur:

The credit quality of financial assets can be assessed by reference to external credit ratings (if available) or to historical information about counterparty default rates:

- Kas dan setara kas

- Cash and cash equivalents

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Dengan pihak yang memiliki peringkat kredit eksternal			<i>Counterparties with external credit rating</i>
Fitch			<i>Fitch</i>
- F1+	177,751	12,319	<i>F1+ -</i>
- A	18,000	-	<i>A -</i>
- F3	9,570	122,499	<i>F3 -</i>
- F1	432	8,365	<i>F1 -</i>
- B	32	-	<i>B -</i>
- P3	-	30,357	<i>P3 -</i>
Moody's			<i>Moody's</i>
- P1	28,933	38,279	<i>P1 -</i>
- P2	19,821	8,292	<i>P2 -</i>
- P3	6,082	-	<i>P3 -</i>
Pefindo			<i>Pefindo</i>
- idAA+	132	-	<i>idAA+ -</i>
- idAA	-	9,153	<i>idAA -</i>
	<u>260,753</u>	<u>229,264</u>	
Dengan pihak yang tidak memiliki peringkat kredit eksternal	449	426	<i>Counterparties without external credit rating</i>
	<u>261,202</u>	<u>229,690</u>	

- Piutang usaha

- Trade debtors

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Dengan pihak yang tidak memiliki peringkat kredit eksternal			<i>Counterparties without external credit rating</i>
- Grup 1	300,433	211,965	<i>Group 1 -</i>
- Grup 2	2,485,243	2,084,237	<i>Group 2 -</i>
- Grup 3	498,387	134,564	<i>Group 3 -</i>
	<u>3,284,063</u>	<u>2,430,766</u>	
Jumlah piutang usaha yang tidak mengalami penurunan nilai	<u>3,269,694</u>	<u>2,426,242</u>	<i>Total unimpaired trade debtors</i>

- Grup 1 – pelanggan baru/pihak-pihak berelasi (kurang dari enam bulan).
- Grup 2 – pelanggan yang sudah ada/pihak-pihak berelasi (lebih dari enam bulan) tanpa adanya kasus gagal bayar di masa terdahulu.
- Grup 3 – pelanggan yang sudah ada/pihak-pihak berelasi (lebih dari enam bulan) dengan beberapa kejadian gagal bayar pada masa terdahulu.

- *Group 1 – new customers/related parties (less than six months).*
- *Group 2 – existing customers/related parties (more than six months) with no defaults in the past.*
- *Group 3 – existing customers/related parties (more than six months) with some defaults in the past.*

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

- Instrumen keuangan derivatif

	<u>2013</u>
Dengan pihak yang memiliki peringkat kredit eksternal	
Fitch	
- F1	19,506
- F1+	13,786
	<u>33,292</u>

- Derivative instruments

	<u>2012</u>	
		Counterparties with external credit rating
		Fitch
	(1,129)	F1 -
	(3,171)	F1+ -
	<u>(4,300)</u>	

c. Risiko suku bunga

Risiko tingkat bunga Perseroan timbul dari pinjaman bank. Risiko tingkat suku bunga dari kas dan setara kas tidak signifikan.

Pada tanggal 31 Desember 2013 and 2012, semua pinjaman bank memiliki tingkat suku bunga tetap. Perusahaan tidak memperhitungkan setiap pinjaman dengan suku bunga tetap pada nilai wajar melalui laporan laba rugi. Oleh karena itu, perubahan suku bunga pada tanggal pelaporan tidak akan mempengaruhi laba atau rugi.

d. Risiko likuiditas

Untuk memastikan ketersediaan kas, departemen *treasury* melakukan perkiraan kebutuhan arus kas dan memelihara fleksibilitas pendanaan dengan pengelolaan fasilitas kredit yang memadai.

Tabel di bawah ini menganalisis liabilitas keuangan Grup dan liabilitas keuangan derivatif yang diselesaikan secara neto yang dikelompokkan berdasarkan periode yang tersisa sampai dengan tanggal jatuh tempo kontraktual. Liabilitas keuangan derivatif disertakan dalam analisa apabila jatuh tempo kontraktualnya sangat penting untuk memahami arus kas Grup. Jumlah yang diungkapkan dalam tabel merupakan arus kas kontraktual yang tidak didiskontokan.

c. Interest rate risk

The Group's interest rate risk arises from bank borrowings. The interest rate risk from cash and cash equivalents is not significant.

As at 31 December 2013 and 2012, all bank borrowings had fixed interest rates. The Company does not account for any fixed rate borrowings at fair value through profit or loss. Therefore, a change in interest rates at the reporting date would not affect profit or loss.

d. Liquidity risk

To ensure availability of sufficient cash, the treasury department conducts cash forecasts and maintains flexibility in funding by maintaining adequate credit facilities.

The table below analyses the Group's financial liabilities and net-settled derivative financial liabilities into relevant maturity groupings based on the remaining period to the contractual maturity date. Derivative financial liabilities are included in the analysis if their contractual maturities are essential for an understanding of the timing of the cash flows. The amounts disclosed in the table are the contractual undiscounted cash flows.

	<u>Jumlah/Total</u>	<u>Kurang dari 3 bulan/Less than 3 months</u>	<u>Antara 3 bulan dan 1 tahun/ Between 3 months and 1 year</u>	<u>Antara 1 dan 2 tahun/Between 1 and 2 years</u>	
31 Desember 2013					31 December 2013
Utang usaha	3,764,544	3,764,137	407	-	Trade creditors
Pinjaman bank	976,792	976,792	-	-	Bank borrowings
Jumlah	<u>4,741,336</u>	<u>4,740,929</u>	<u>407</u>	<u>-</u>	Total
31 Desember 2012					31 December 2012
Utang usaha	2,764,069	2,764,069	-	-	Trade creditors
Pinjaman bank	1,040,000	1,040,000	-	-	Bank borrowings
Utang derivatif	4,300	4,300	-	-	Derivative payables
Jumlah	<u>3,808,369</u>	<u>3,808,369</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	Total

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Nilai wajar instrumen keuangan

Nilai wajar aset dan liabilitas keuangan diestimasi untuk keperluan pengakuan dan pengukuran atau untuk keperluan pengungkapan.

PSAK 60, "Instrumen Keuangan: Pengungkapan" mensyaratkan pengungkapan atas pengukuran nilai wajar dengan tingkat hirarki nilai wajar sebagai berikut:

- (a) Harga kuotasian (tidak disesuaikan) dalam pasar aktif untuk aset atau liabilitas yang identik (tingkat 1)
- (b) Input selain harga kuotasian yang termasuk dalam tingkat 1 yang dapat diobservasi untuk aset atau liabilitas, baik secara langsung (misalnya harga) atau secara tidak langsung (misalnya berasal dari harga) (tingkat 2), dan
- (c) Input untuk aset atau liabilitas yang bukan berdasarkan data pasar yang dapat diobservasi (input yang tidak dapat diobservasi) (tingkat 3)

Aset dan liabilitas keuangan Grup yang diukur dan diakui pada nilai wajar adalah piutang derivatif dan utang derivatif. Pengukuran nilai wajar dari piutang dan utang derivatif termasuk dalam tingkat 2. Instrumen keuangan tersebut tidak diperdagangkan di pasar aktif sehingga nilai wajarnya ditentukan dengan menggunakan teknik penilaian tertentu. Teknik tersebut menggunakan data pasar yang dapat diobservasi sepanjang tersedia, dan seminimal mungkin tidak mengacu pada estimasi. Apabila seluruh input signifikan atas nilai wajar dapat diobservasi, instrumen keuangan ini termasuk dalam tingkat 2.

Instrumen keuangan utama Grup terdiri dari kas dan setara kas, piutang usaha, piutang lain-lain, pinjaman jangka pendek, utang usaha dan utang/piutang derivatif. Nilai wajar pinjaman jangka pendek setara sama dengan jumlah tercatatnya karena tingkat bunga pinjaman merupakan tingkat bunga pasar. Instrumen keuangan lainnya yang merupakan instrumen keuangan tanpa bunga mempunyai nilai wajar yang sama dengan nilai tercatatnya karena dampak pendiskontoan yang tidak signifikan.

Manajemen risiko permodalan

Tujuan grup dalam pengelolaan permodalan adalah untuk mempertahankan kelangsungan usaha Grup guna memberikan imbal hasil kepada pemegang saham dan manfaat kepada pemangku kepentingan lainnya serta menjaga struktur modal yang optimal untuk mengurangi biaya modal.

Untuk mempertahankan atau menyesuaikan struktur modal, Grup menyesuaikan jumlah dividen yang dibayar kepada pemegang saham.

Fair value of financial instruments

The fair value of financial assets and financial liabilities is estimated for recognition and measurement or for disclosure purposes.

SFAS 60, "Financial Instruments: Disclosures" requires disclosure of fair value measurement by level of the following fair value measurement hierarchy:

- (a) Quoted prices (unadjusted) in active markets for identical assets or liabilities (level 1)
- (b) Inputs other than quoted prices included within level 1 that are observable for the asset or liability, either directly (as prices) or indirectly (derived from prices) (level 2), and
- (c) Inputs for the asset or liability that are not based on observable market data (unobservable inputs) (level 3)

The Group's financial assets and liabilities that are measured and recognised at fair value are derivative receivables and derivative payables. The fair value measurement of these derivative receivables and payables are included in level 2. These financial instruments are not traded in an active market; as such, their fair values are determined using valuation techniques. These valuation techniques maximize the use of observable market data where it is available and rely as little as possible on estimates. If all significant inputs required to fair value an instrument are observable, the instrument is included in level 2.

The main financial instruments of the Group consist of cash and cash equivalents, trade debtors, other debtors, short-term borrowings, trade creditors and derivative payables/receivables. The fair value of borrowings equals the carrying amount because of interest rate equivalents to market rate. The fair value of other financial instruments which are non-interest bearing equals their carrying amount, as the impact of discounting is not significant.

Capital risk management

The Group's objectives when managing capital are to safeguard the Group's ability to continue as a going concern in order to provide returns for shareholders and benefits for other stakeholders and to maintain 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.

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary
Notes to the Consolidated Financial Statements
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Rasio *gearing* pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012 adalah sebagai berikut:

The *gearing ratios* as at 31 December 2013 and 2012 were as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Jumlah pinjaman (Catatan 12)	976,792	1,040,000	<i>Total borrowings (Note 12)</i>
Dikurangi: kas dan setara kas (Catatan 3)	<u>(261,202)</u>	<u>(229,690)</u>	<i>Less: cash and cash equivalents (Note 3)</i>
Utang neto	715,590	810,310	<i>Net debt</i>
Jumlah ekuitas	<u>4,254,670</u>	<u>3,968,365</u>	<i>Total equity</i>
Jumlah modal	4,970,260	4,778,675	<i>Total capital</i>
Rasio <i>gearing</i>	14.40%	16.96%	<i>Gearing ratio</i>

Penurunan rasio *gearing* pada 2013 terutama disebabkan oleh penurunan jumlah pinjaman dan peningkatan jumlah ekuitas seiring dengan jumlah pendapatan komprehensif tahun berjalan.

The decrease in *gearing ratio* in 2013 was mainly attributable to the decrease in total borrowings and also increases in total equity in line with total comprehensive income for the year.

35. Transaksi non-kas

35. Non-cash transactions

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Pelepasan aset tetap yang belum dilunasi pembayarannya. (dicatat dalam akun "Uang muka dan piutang lain-lain")	46,750	-	<i>Proceeds from disposal of fixed asset outstanding as receivable (recorded in "Advance and other debtors")</i>
Perolehan aset tetap melalui utang (dicatat dalam akun "Utang lain-lain")	200,633	251,528	<i>Acquisition of fixed assets through payables (recorded in "Other payables")</i>
Perolehan aset takberwujud melalui utang (dicatat dalam akun "Akrua")	5,518	47,064	<i>Acquisition of intangible assets through payables (recorded in "Accruals")</i>

36. Informasi tambahan

36. Supplementary information

Informasi tambahan pada Lampiran 5/61 sampai dengan Lampiran 5/65 adalah informasi keuangan PT Unilever Indonesia Tbk (entitas induk saja) tanggal 31 Desember 2013 dan 2012 serta untuk tahun-tahun yang berakhir pada tanggal tersebut. Sesuai dengan PSAK 4, "Laporan Keuangan Konsolidasian dan Laporan Keuangan Tersendiri", Perseroan telah mencatat investasi pada entitas anak menggunakan metode biaya.

The supplementary information on Schedule 5/61 to 5/65 represents financial information of PT Unilever Indonesia Tbk (parent company only) as at 31 December 2013 and 2012 and for the years then ended. In accordance with SFAS 4, "Consolidated and Separate Financial Statements", the Company has measured investment in the subsidiary using the cost method.

Informasi Tambahan/Supplementary Information

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Posisi Keuangan
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk
Statements of Financial Position
As at 31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2013	2012	
ASET			ASSETS
Aset Lancar			Current Assets
Kas dan setara kas	242,780	212,486	Cash and cash equivalents
Piutang usaha			Trade debtors
- Pihak ketiga	2,988,303	2,253,362	Third parties -
- Pihak berelasi	281,391	172,845	Related parties -
Uang muka dan piutang lain-lain			Advances and other debtors
- Pihak ketiga	111,228	236,361	Third parties -
- Pihak berelasi	60,146	4,272	Related parties -
Persediaan	2,084,331	2,061,899	Inventories
Pajak dibayar dimuka - lain-lain	8,447	-	Prepaid taxes - other
Beban dibayar dimuka	66,170	73,940	Prepaid expenses
Jumlah Aset Lancar	5,842,796	5,015,165	Total Current Assets
Aset Tidak Lancar			Non-Current Assets
Aset tetap	6,874,177	6,283,479	Fixed assets
Aset takberwujud	479,876	533,157	Intangible assets
Investasi pada entitas anak	10,000	10,000	Investment in subsidiary
Aset tidak lancar lainnya	69,252	70,909	Other non-current assets
Jumlah Aset Tidak Lancar	7,433,305	6,897,545	Total Non-Current Assets
JUMLAH ASET	13,276,101	11,912,710	TOTAL ASSETS

Informasi Tambahan/Supplementary Information

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Posisi Keuangan
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk
Statements of Financial Position
As at 31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2013	2012	
LIABILITAS			LIABILITIES
Liabilitas Jangka Pendek			Current Liabilities
Pinjaman bank	976,792	1,040,000	Bank borrowings
Utang usaha			Trade creditors
- Pihak ketiga	3,568,628	2,639,460	Third parties -
- Pihak berelasi	195,916	124,609	Related parties -
Utang pajak			Taxes payable
- Pajak penghasilan badan	185,363	115,973	Corporate income tax -
- Pajak lain-lain	253,557	403,299	Other taxes -
Akrual	1,841,098	2,239,446	Accruals
Utang lain-lain			Other payables
- Pihak ketiga	1,006,684	641,198	Third parties -
- Pihak berelasi	358,594	294,580	Related parties -
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang – bagian lancar	32,796	37,294	Long-term employee benefits obligations – current portion
Jumlah Liabilitas Jangka Pendek	8,419,428	7,535,859	Total Current Liabilities
Liabilitas Jangka Panjang			Non-Current Liabilities
Liabilitas pajak tangguhan	181,367	126,991	Deferred tax liabilities
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang – bagian tidak lancar	492,709	353,727	Long-term employee benefits obligations – non-current portion
Jumlah Liabilitas Jangka Panjang	674,076	480,718	Total Non-Current Liabilities
JUMLAH LIABILITAS	9,093,504	8,016,577	TOTAL LIABILITIES
EKUITAS			EQUITY
Modal saham			Share capital
(Modal dasar, seluruhnya ditempatkan dan disetor penuh: 7.630.000.000 lembar saham biasa dengan nilai nominal Rp 10 (nilai penuh) per lembar saham)	76,300	76,300	(Authorised, issued and fully paid-up: 7,630,000,000 common shares with par value of Rp 10 (full amount) per share)
Tambahan modal disetor	96,000	96,000	Additional paid-in capital
Saldo laba yang dicadangkan	15,260	15,260	Appropriated retained earnings
Saldo laba yang belum dicadangkan	3,995,037	3,708,573	Unappropriated retained earnings
JUMLAH EKUITAS	4,182,597	3,896,133	TOTAL EQUITY
JUMLAH LIABILITAS DAN EKUITAS	13,276,101	11,912,710	TOTAL LIABILITIES AND EQUITY

Informasi Tambahan/Supplementary Information

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Laba Rugi Komprehensif
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir Pada
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk
Statements of Comprehensive Income
For The Years Ended
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2013	2012	
PENJUALAN BERSIH	30,757,435	27,303,248	NET SALES
HARGA POKOK PENJUALAN	<u>(14,978,947)</u>	<u>(13,422,128)</u>	COST OF GOODS SOLD
LABA BRUTO	15,778,488	13,881,120	GROSS PROFIT
Beban pemasaran dan penjualan	(6,627,850)	(5,885,357)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi	(2,028,214)	(1,540,252)	<i>General and administration expenses</i>
Penghasilan lain-lain, bersih	<u>42,702</u>	<u>9,426</u>	<i>Other income, net</i>
LABA USAHA	7,165,126	6,464,937	OPERATING PROFIT
Penghasilan keuangan	13,948	37,212	<i>Finance income</i>
Biaya keuangan	(20,107)	(68,887)	<i>Finance costs</i>
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	<u>7,158,967</u>	<u>6,433,262</u>	PROFIT BEFORE INCOME TAX
Beban pajak penghasilan	(1,806,183)	(1,627,620)	<i>Income tax expense</i>
LABA TAHUN BERJALAN	<u>5,352,784</u>	<u>4,805,642</u>	PROFIT FOR THE YEAR
Pendapatan komprehensif lainnya	-	-	<i>Other comprehensive income</i>
JUMLAH PENDAPATAN KOMPRESIF TAHUN BERJALAN	<u>5,352,784</u>	<u>4,805,642</u>	TOTAL COMPREHENSIVE INCOME FOR THE YEAR

Informasi Tambahan/Supplementary Information

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Perubahan Ekuitas
Untuk Tahun-Tahun Yang Berakhir Pada
31 Desember 2013 dan 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk
Statements of Changes in Equity
For The Years Ended
31 December 2013 and 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Modal saham/ <i>Share capital</i>	Tambahan modal disetor/ <i>Additional paid-in capital</i>	Saldo laba yang dicadangkan/ <i>Appropriated retained earnings</i>	Saldo laba yang belum dicadangkan/ <i>Unappropriated retained earnings</i>	Jumlah/Total	
Saldo 1 Januari 2012	76,300	96,000	15,260	3,450,411	3,637,971	Balance as at 1 January 2012
Jumlah pendapatan komprehensif tahun berjalan	-	-	-	4,805,642	4,805,642	<i>Total comprehensive income for the year</i>
Dividen	-	-	-	(4,547,480)	(4,547,480)	<i>Dividends</i>
Saldo 31 Desember 2012	76,300	96,000	15,260	3,708,573	3,896,133	Balance as at 31 December 2012
Jumlah pendapatan komprehensif tahun berjalan	-	-	-	5,352,784	5,352,784	<i>Total comprehensive income for the year</i>
Dividen	-	-	-	(5,066,320)	(5,066,320)	<i>Dividends</i>
Saldo 31 Desember 2013	76,300	96,000	15,260	3,995,037	4,182,597	Balance as at 31 December 2013

Informasi Tambahan/Supplementary Information

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Arus Kas
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir Pada
31 Desember 2013 dan 2012

PT Unilever Indonesia Tbk
Statements of Cash Flows
For The Years Ended
31 December 2013 and 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2013	2012	
Arus kas dari aktivitas operasi			Cash flows from operating activities
Penerimaan dari pelanggan	32,815,766	29,560,685	<i>Receipts from customers</i>
Pembayaran kepada pemasok	(22,214,296)	(20,920,596)	<i>Payments to suppliers</i>
Pembayaran remunerasi direksi dan karyawan	(1,236,602)	(1,051,221)	<i>Payments of directors' and employees' remuneration</i>
Pembayaran imbalan kerja jangka panjang non pensiun	(33,149)	(23,133)	<i>Payments of long-term employee benefits non-pension</i>
Pembayaran untuk beban jasa dan royalti	(1,274,424)	(867,927)	<i>Payments of service fees and royalties</i>
Kas yang dihasilkan dari operasi	8,057,295	6,697,808	<i>Cash generated from operations</i>
Penerimaan dari penghasilan keuangan	11,215	29,750	<i>Receipts from finance income</i>
Pembayaran biaya keuangan	(20,107)	(68,887)	<i>Payments of finance costs</i>
Pembayaran pajak penghasilan badan	(1,807,942)	(1,484,624)	<i>Payments of corporate income tax</i>
Pengembalian lebih bayar pajak penghasilan badan	-	17,205	<i>Refund received from overpayment of corporate income tax</i>
Arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi	6,240,461	5,191,252	Net cash flows provided from operating activities
Arus kas dari aktivitas investasi			Cash flows from investing activities
Pembelian aset tetap	(1,149,550)	(1,112,389)	<i>Acquisition of fixed assets</i>
Pembelian aset takberwujud	(35,499)	(32,642)	<i>Acquisition of intangible assets</i>
Hasil penjualan entitas anak	-	38,250	<i>Proceeds from disposal of subsidiary</i>
Hasil penjualan aset tetap	4,082	16,515	<i>Proceeds from the sale of fixed assets</i>
Alokasi hasil penjualan merek dagang oleh entitas induk	57,194	-	<i>Allocation of proceeds from the sale of trademarks by the parent entity</i>
Pemberian pinjaman karyawan, bersih	(5,375)	(4,193)	<i>Grant of employee loan, net</i>
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi	(1,129,148)	(1,094,459)	Net cash flows used in investing activities
Arus kas dari aktivitas pendanaan			Cash flows from financing activities
Penerimaan pinjaman	976,792	1,040,000	<i>Proceeds from borrowings</i>
Pembayaran pinjaman	(1,040,000)	(699,160)	<i>Payments from borrowings</i>
Pembayaran dividen kepada pemegang saham	(5,058,527)	(4,537,777)	<i>Dividends paid to the shareholders</i>
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	(5,121,735)	(4,196,937)	Net cash flows used in financing activities
Penurunan bersih kas dan setara kas	(10,422)	(100,144)	Net decrease in cash and cash equivalents
Dampak perubahan kurs terhadap kas dan setara kas	40,716	868	<i>Effect of exchange rate changes on cash and cash equivalents</i>
Kas dan setara kas pada awal tahun	212,486	311,762	Cash and cash equivalents at the beginning of the year
Kas dan setara kas pada akhir tahun	242,780	212,486	Cash and cash equivalents at the end of the year

REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO.X.K.6

Cross Reference to Bapepam-LK Rule No. X.K.6

No.	Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
-----	-------------------	------------------------	-----------

I. umum general

1. Laporan tahunan disajikan dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar dan dianjurkan menyajikan juga dalam bahasa Inggris. Written in good and correct Indonesian. It is recommended that the report is also presented in English.

2. Laporan tahunan dicetak dengan kualitas yang baik dan menggunakan jenis dan ukuran huruf yang mudah dibaca. Printed on good quality paper and the text is clear and easy to read.

3. Laporan tahunan mencantumkan identitas perusahaan dengan jelas

Nama perusahaan dan tahun *annual report* ditampilkan di:
1. Sampul muka;
2. Samping;
3. Sampul belakang; dan
4. Setiap halaman

The company's identity is clearly stated

The company name and year of the annual report appear on the:
1. Front cover;
2. Spine;
3. Back cover; and
4. Every page

4. Laporan tahunan ditampilkan di website perusahaan.

Mencakup laporan tahunan terkini dan tahun-tahun sebelumnya

The annual report is presented on the company's website.

Applies to the most recent report and those from previous years

II. Ikhtisar Data Keuangan Penting Summary of Vital Financial Data

1. Informasi hasil usaha perusahaan dalam bentuk perbandingan selama 3 (tiga) tahun buku atau sejak memulai usahanya jika perusahaan tersebut menjalankan kegiatan usahanya selama kurang dari 3 (tiga) tahun.

Informasi memuat antara lain:
1. Penjualan/pendapatan usaha
2. Laba (rugi)
3. Total laba (rugi) komprehensif; dan
4. Laba (rugi) per saham.

Financial information in comparative form for the last 3 (three) financial years or since the commencement of business if the company has been operating for less than 3 (three) years

The information includes:
1. Revenues;
2. Income (loss);
3. Total comprehensive income (loss); and
4. Earnings (loss) per share.

6-7

No. Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
<p>2. Informasi posisi keuangan perusahaan dalam bentuk perbandingan selama 3 (tiga) tahun buku atau sejak memulai usahanya jika perusahaan tersebut menjalankan kegiatan usahanya selama kurang dari 3 (tiga) tahun</p> <p>Information on the company's financial position in comparative form for the last 3 (three) financial years or since the commencement of business if the company has been operating for less than 3 (three) years</p>	<p>Informasi memuat antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah investasi pada entitas asosiasi; 2. Jumlah aset; 3. Jumlah liabilitas; dan 4. Jumlah ekuitas. <p>Information includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Total investment in associated entities; 2. Total assets; 3. Total liabilities; and 4. Total equity. 	6-7
<p>3. Rasio keuangan dalam bentuk perbandingan selama 3 (tiga) tahun buku atau sejak memulai usahanya jika perusahaan tersebut menjalankan kegiatan usahanya selama kurang dari 3 (tiga) tahun</p> <p>Financial ratios compared over 3 (three) financial years or since the commencement of business if the company has been operating for less than 3 (three) years</p>	<p>Informasi memuat 5 (lima) rasio keuangan yang umum dan relevan dengan industri perusahaan</p> <p>Information includes 5 (five) financial ratios that are commonly used and relevant to the industry in which the company operates</p>	6-7
<p>4. Informasi harga saham dalam bentuk tabel dan grafik</p> <p>Share price information in table and graph form</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi dalam bentuk tabel yang memuat: <ol style="list-style-type: none"> a. Jumlah saham yang beredar; b. Kapitalisasi pasar; c. Harga saham tertinggi, terendah, dan penutupan; dan d. Volume perdagangan. 2. Informasi dalam bentuk grafik yang memuat paling kurang harga penutupan dan volume perdagangan saham untuk setiap masa triwulan dalam 2 (dua) tahun buku terakhir <p>1. Information in the table includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Number of outstanding shares; b. Market capitalization; c. Highest, lowest, and closing share prices; and d. Trading volume. <p>2. Information in graph form includes at least the closing price and trading volume for each quarter over the last 2 (two) financial years</p>	8-9
<p>5. Informasi mengenai obligasi, sukuk atau obligasi konversi yang masih beredar dalam 2 (dua) tahun buku terakhir</p> <p>Information on total bonds, sukuk or convertible bonds outstanding in the last two financial years</p>	<p>Informasi memuat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah obligasi/sukuk/obligasi konversi yang beredar (<i>outstanding</i>); 2. Tingkat bunga/imbalan; 3. Tanggal jatuh tempo; dan 4. Peringkat obligasi/sukuk. <p>Information includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Total outstanding bonds/sukuk/convertible bonds; 2. Coupon rate; 3. Maturity date; and 4. Bond/sukuk rating. 	<p>Perseroan tidak menerbitkan obligasi, sukuk atau obligasi konversi</p> <p>The Company does not issue bonds, sukuk or convertible bonds</p>

REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO.X.K.6

Cross Reference to Bapepam-LK Rule No. X.K.6

No.	Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
III. Laporan Dewan Komisaris dan Direksi Reports of the Boards of Commissioners and Directors			
1.	Laporan Dewan Komisaris Board of Commissioners' Report	<p>Memuat hal-hal seperti berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penilaian terhadap kinerja Direksi mengenai pengelolaan perusahaan dan dasar penilaiannya; 2. Pandangan atas prospek usaha perusahaan yang disusun oleh Direksi dan dasar pertimbangannya; 3. Penilaian atas kinerja komite-komite yang berada dibawah Dewan Komisaris; dan 4. Perubahan komposisi Dewan Komisaris dan alasan perubahannya (jika ada). <p>Includes the following items:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Assessment of the performance of the Board of Directors in managing the company, and the basis for the assessment; 2. View of the company's business prospects as presented by the Board of Directors, and basis for this view; 3. Assessment of the performance of committees under the supervision of the Board of Commissioners; and 4. Changes in the composition of the Board of Commissioners and the reason for the change (if any). 	12-17
2.	Laporan Direksi Board of Directors' Report	<p>Memuat hal-hal seperti berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis atas kinerja perusahaan, yang mencakup antara lain kebijakan strategis, perbandingan antara hasil yang dicapai dengan yang ditargetkan, dan kendala-kendala yang dihadapi perusahaan; 2. Analisis tentang prospek usaha; 3. Penerapan tata kelola perusahaan; dan 4. Perubahan komposisi anggota Direksi dan alasan perubahannya (jika ada). <p>Includes the following items:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analysis of the company's performance, encompassing among others strategic policies, comparison between achievements and targets and challenges faced by the company. 2. Analysis of business prospects; 3. Implementation of corporate governance; and 4. Changes in the composition of the Board of Directors and the reason for the change (if any). 	22-31

No. Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
3. Tanda tangan anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris Signatures of the members of the Board of Commissioners and Board of Directors	Memuat hal-hal sebagai berikut: 1. Tanda tangan dituangkan pada lembaran tersendiri. 2. Pernyataan bahwa Direksi dan Dewan Komisaris bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi laporan tahunan 3. Ditandatangani seluruh anggota Dewan Komisaris dan anggota Direksi dengan menyebutkan nama dan jabatannya 4. Penjelasan tertulis dalam surat tersendiri dari yang bersangkutan dalam hal terdapat anggota Dewan Komisaris atau Direksi yang tidak menandatangani laporan tahunan, atau: penjelasan tertulis dalam surat tersendiri dari anggota yang lain dalam hal tidak terdapat penjelasan tertulis dari yang bersangkutan Include the following items: 1. Signatures presented on a separate sheet. 2. Statement that the Board of Directors and Board of Commissioners bear full responsibility for the truthfulness of the content of the annual report. 3. Signed by all members of the Board of Commissioners and Board of Directors, stating their names and positions. 4. Written explanation in a separate letter from the member concerned if any member of the Board of Commissioners or Board of Directors do not sign the annual report, or a written explanation in a separate letter from other members if there is no written explanation from the person concerned.	148-149
IV. Profil Perusahaan Company Profile		
1. Nama dan alamat lengkap perusahaan Full name and address of the company	Informasi memuat antara lain nama dan alamat, kode pos, nomor telepon, nomor faksimile, e-mail dan website Information includes name and address, post code, telephone number, facsimile number, email and website	Back Cover, 37
2. Riwayat singkat perusahaan Brief history of the company	Mencakup antara lain: tanggal/tahun pendirian, nama dan perubahan nama Perusahaan (jika ada) Includes among others: date/year of establishment, name and change in the company name (if any)	42-43
3. Bidang usaha Line of Business	Uraian mengenai antara lain: 1. Kegiatan usaha yang dijalankan perusahaan menurut Anggaran Dasar terakhir; 2. Kegiatan usaha yang dijalankan; dan 3. Produk dan/atau jasa yang dihasilkan. Description includes: 1. The line of business as stated in the most recent Articles of Association; 2. Business activities; and 3. Products and/or services produced.	36-41
4. Struktur organisasi perusahaan Organization Structure	Dalam bentuk bagan, meliputi nama dan jabatan paling kurang sampai dengan struktur satu tingkat di bawah Direksi In chart form, showing the names and positions at least up to one level below the Board of Directors	46-47

REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO.X.K.6

Cross Reference to Bapepam-LK Rule No. X.K.6

No.	Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
5.	Visi dan misi perusahaan Vision and Mission	Penjelasan Mencakup: 1. Visi perusahaan; 2. Misi perusahaan; dan 3. Keterangan bahwa visi dan misi tersebut telah disetujui Direksi/Dewan Komisaris. Description includes: 1. Company's vision; 2. Company's mission; 3. Statement that the vision and mission have been approved by the Board of Directors/Board of Commissioners.	44-45
6.	Identitas dan riwayat hidup singkat anggota Dewan Komisaris Profile of the Board of Commissioners	Informasi memuat antara lain: 1. Nama; 2. Jabatan (termasuk jabatan pada perusahaan atau lembaga lain); 3. Umur; 4. Pendidikan; 5. Pengalaman kerja; dan 6. Tanggal penunjukkan pertama kali sebagai anggota dewan komisaris. Information includes: 1. Name; 2. Positions (including positions at other companies or institutions); 3. Age; 4. Education; 5. Work experience; and 6. Date of initial appointment as a member of the Board of Commissioners.	18-21
7.	Identitas dan riwayat hidup singkat anggota Direksi Profile of the Board of Directors	Informasi memuat antara lain: 1. Nama; 2. Jabatan (termasuk jabatan pada perusahaan atau lembaga lain); 3. Umur; 4. Pendidikan; 5. Pengalaman kerja; dan 6. Tanggal penunjukkan pertama kali sebagai anggota dewan komisaris Information includes: 1. Name; 2. Positions (including positions at other companies or institutions); 3. Age; 4. Education; 5. Work experience; and 6. Date of initial appointment as a member of the Board of Commissioners.	32-35

No. Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
<p>8. Jumlah karyawan (komparatif 2 tahun) dan deskripsi pengembangan kompetensinya (misal: aspek pendidikan dan pelatihan karyawan)</p> <p>Number of employees (comparing the last 2 years) and description of development of their competencies (e.g.: education and training of employees)</p>	<p>Informasi memuat antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah karyawan untuk masing-masing level organisasi; 2. Jumlah karyawan untuk masing-masing tingkat pendidikan; 3. Jumlah karyawan berdasarkan status kepegawaian; 4. Deskripsi dan data pengembangan kompetensi karyawan yang telah dilakukan dengan mencerminkan adanya persamaan kesempatan kepada seluruh karyawan; dan 5. Biaya pengembangan kompetensi karyawan yang telah dikeluarkan. <p>Information includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Number of employees at each level of the organisation; 2. Number of employees at each level of education; 3. Number of employees by employment status; 4. Description and data on employee competency development conducted, showing that there are equal opportunities for all employees; and 5. Expenditure on employee competency development. 	<p>49, 129-131</p>
<p>9. Komposisi pemegang saham</p> <p>Shareholder composition</p>	<p>Informasi memuat antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nama pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham; 2. Nama Direktur dan Komisaris yang memiliki saham; 3. Kelompok pemegang saham masyarakat dengan kepemilikan saham masing-masing kurang dari 5%; dan persentase kepemilikannya <p>Information Includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Shareholders who own 5% or more of the company's shares; 2. Commissioners and Directors who own shares; 3. Public shareholders who each own less than 5% of the shares'; and percentage of their ownership 	<p>50</p>
<p>10. Daftar entitas anak dan/atau entitas asosiasi</p> <p>Subsidiaries and/or associated companies</p>	<p>Informasi memuat antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nama entitas anak dan/atau asosiasi; 2. Persentase kepemilikan saham; 3. Keterangan tentang bidang usaha entitas anak atau entitas asosiasi; 4. Keterangan status operasi entitas anak entitas asosiasi (telah beroperasi atau belum beroperasi). <p>Information Include :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Names of the subsidiaries and/or associated companies; 2. Percentage of share ownership; 3. Line of business of the subsidiaries and/or associated companies; 4. Operational status of subsidiaries and associated companies (operational or not yet operational) 	<p>48</p>
<p>11. Struktur grup perusahaan</p> <p>Structure of the group</p>	<p>Struktur grup perusahaan dalam bentuk bagan yang menggambarkan entitas anak, entitas asosiasi, joint venture, dan Special Purpose Vehicle (SPV)</p> <p>Structure of the group in chart form showing the subsidiaries, associated companies, joint ventures and Special Purpose Vehicles (SPV)</p>	<p>48</p>

REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO.X.K.6

Cross Reference to Bapepam-LK Rule No. X.K.6

No. Kriteria	Criteria	penjelasan description	Hal. Page
12.	Kronologis pencatatan saham	Mencakup antara lain: 1. Kronologis pencatatan saham; 2. Jenis tindakan korporasi (<i>corporate action</i>) yang menyebabkan perubahan jumlah saham; 3. Perubahan jumlah saham dari awal pencatatan sampai dengan akhir tahun buku; dan 4. Nama bursa dimana saham perusahaan dicatatkan.	50
	Share listing chronology	Includes the following items: 1. Share listing chronology; 2. Corporate actions affecting total number of shares; 3. Change in the total number of shares from initial listing to the end of the financial year; and 4. Name of exchange(s) where the shares are listed.	
13.	Kronologis pencatatan efek lainnya;	Mencakup antara lain: 1. Kronologis pencatatan efek lainnya; 2. Jenis tindakan korporasi (<i>corporate action</i>) yang menyebabkan perubahan jumlah efek lainnya; 3. Perubahan jumlah efek lainnya dari awal pencatatan sampai dengan akhir tahun buku; 4. Nama Bursa dimana efek lainnya dicatatkan; dan 5. Peringkat efek.	Perseroan tidak menerbitkan efek lainnya
	Listing chronology of other securities	Includes the following items: 1. Listing chronology of other securities; 2. Corporate actions affecting total number of other securities; 3. Changes in the total number of other securities from initial listing to the end of the fiscal year; 4. Name of exchange(s) where the other securities are listed; and 5. Securities rating.	The Company does not issue other securities
14.	Nama dan alamat lembaga dan/atau profesi penunjang pasar modal	Informasi memuat antara lain: 1. Nama dan alamat BAE/pihak yang mengadministrasikan saham perusahaan; 2. Nama dan alamat Kantor Akuntan Publik; 3. Nama dan alamat perusahaan pemeringkat efek.	56
	Names and addresses of capital market agencies and professionals	Information Includes the following items: 1. Name and address of share registrar; 2. Name and address of public accountant firm; 3. Name and address of securities rating company.	
15.	Penghargaan dan atau sertifikasi yang diterima perusahaan baik yang berskala nasional maupun internasional	Informasi memuat antara lain: 1. Nama penghargaan dan atau sertifikat; 2. Tahun perolehan; 3. Badan pemberi penghargaan dan/atau sertifikat; 4. Masa berlaku (untuk sertifikasi).	54-55
	Awards and/or certification received by the company at national or international level	Information includes: 1. Names of awards and/or certificates; 2. Year awarded; 3. Awarding and/or certifying authority institution; 4. Validity (for certificates).	

No. Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
16. Nama dan alamat entitas anak dan atau kantor cabang atau kantor perwakilan (jika ada) Names and addresses of subsidiaries and/or branch or representative offices (if any)	Memuat informasi antara lain: 1. nama dan alamat entitas anak; dan 2. nama dan alamat kantor cabang/perwakilan. Catatan: apabila perusahaan tidak memiliki entitas anak/cabang/perwakilan, agar diungkapkan Information includes: 1. Names and addresses of subsidiaries; and 2. Names and addresses of branch or representative offices. Note: if the company has no subsidiaries/branches/representative offices, this should be stated	57
V. Analisis dan Pembahasan Manajemen Management's Discussion and Analysis		
1. Tinjauan operasi per segmen usaha Review of operations per business segment	Memuat uraian mengenai: 1. Produksi/kegiatan usaha; 2. Peningkatan/penurunan kapasitas produksi; 3. Penjualan/pendapatan usaha; dan 4. Profitabilitas. Description includes: 1. Production/business activity; 2. Increase/decrease in production capacity; 3. Sales/revenues; and 4. Profitability.	59-85
2. Uraian atas kinerja keuangan perusahaan Description of financial performance	Analisis kinerja keuangan yang mencakup perbandingan antara kinerja keuangan tahun yang bersangkutan dengan tahun sebelumnya dan penyebab kenaikan/penurunan (dalam bentuk narasi dan tabel), antara lain mengenai: 1. Aset lancar, aset tidak lancar, dan total aset; 2. Liabilitas jangka pendek, liabilitas jangka panjang dan total liabilitas; 3. Ekuitas; 4. Penjualan/pendapatan usaha, beban dan laba (rugi), pendapatan komprehensif lain, dan total laba (rugi) komprehensif; dan 5. Arus kas. Analysis of financial performance including a comparison of the financial performance in the last 2 (two) financial years, explanation of increases/decreases (in narrative and table form), covering at least: 1. Current assets, non current assets, and total assets; 2. Short term liabilities, long term liabilities, and total liabilities; 3. Equity; 4. Sales/revenues, expense and income (loss), other comprehensive revenues, and total comprehensive income (loss); and 5. Cash flow.	91-101
3. Bahasan dan analisis tentang kemampuan membayar utang dan tingkat kolektibilitas piutang perusahaan, dengan menyajikan perhitungan rasio yang relevan Discussion and analysis of ability to pay debts and collectibility, presenting relevant ratios	Penjelasan tentang : 1. Kemampuan membayar utang, baik jangka pendek maupun jangka panjang; dan 2. Tingkat kolektibilitas piutang. Explanation of: 1. Ability to pay debts, both short-term and long-term; and 2. Collectibility.	96

REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO.X.K.6

Cross Reference to Bapepam-LK Rule No. X.K.6

No.	Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
4.	Bahasan tentang struktur modal dan kebijakan manajemen atas struktur modal Discussion of capital structure and capital structure policy	Penjelasan atas: 1. Struktur modal; 2. Kebijakan manajemen atas struktur modal. Explanation of: 1. Capital structure; 2. Capital structure policy.	99
5.	Bahasan mengenai ikatan yang material untuk investasi barang modal Discussion of material commitments for capital expenditure	Penjelasan tentang: 1. Tujuan dari ikatan tersebut; 2. Sumber dana yang diharapkan untuk memenuhi ikatan-ikatan tersebut; 3. Mata uang yang menjadi denominasi; 4. Langkah-langkah yang direncanakan perusahaan untuk melindungi risiko dari posisi mata uang asing yang terkait. Catatan: apabila perusahaan tidak mempunyai ikatan terkait investasi barang modal, agar diungkapkan Explanation of: 1. The purpose of the commitments; 2. Expected sources of funds to honor the commitment; 3. Currency; 4. Planned actions to hedge against foreign currency risks. Note: if the company has no commitments for capital expenditure, this should be stated	96
6.	Bahasan mengenai investasi barang modal yang direalisasikan pada tahun buku terakhir Discussion of capital investment in the last financial year	Penjelasan tentang: 1. Jenis investasi barang modal; 2. Tujuan investasi barang modal; dan 3. Nilai investasi barang modal yang dikeluarkan pada tahun buku terakhir. Catatan: apabila tidak terdapat realisasi investasi barang modal, agar diungkapkan Explanation of: 1. Type of capital investment; 2. Purpose of capital investment; and 3. Value of capital investment in the last financial year. Note: if no capital investment was realised, this should be stated	96
7.	Informasi perbandingan antara target pada awal tahun buku dengan hasil yang dicapai (realisasi), dan target atau proyeksi yang ingin dicapai untuk satu tahun mendatang mengenai pendapatan, laba, struktur permodalan, atau lainnya yang dianggap penting bagi perusahaan Comparison between targets/projections at the start of the financial year with the realization, and targets and projections for the coming year, regarding revenues, profit, capital structure, or other matters deemed important by the company	Memuat uraian mengenai: 1. Perbandingan antara target pada awal tahun buku dengan hasil yang dicapai (realisasi); dan 2. Target atau proyeksi yang ingin dicapai dalam satu tahun mendatang. Explanation of: 1. Comparison between targets set at the start of the year with realization; and 2. Targets or projections for the coming year.	100

No. Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
<p>8. Informasi dan fakta material yang terjadi setelah tanggal laporan akuntan</p> <p>Material information and facts subsequent to the date of the accountant's report</p>	<p>Uraian kejadian penting setelah tanggal laporan akuntan termasuk dampaknya terhadap kinerja dan risiko usaha di masa mendatang. Catatan: apabila tidak ada kejadian penting setelah tanggal laporan akuntan, agar diungkapkan</p> <p>Description of significant events after the date of the accountant's report, including impact on the company's performance and business risks in future.</p> <p>Note: if there were no significant events subsequent to the date of the accountant's report, this should be stated</p>	101
<p>9. Uraian tentang prospek usaha perusahaan</p> <p>Description of the company's business prospects</p>	<p>Uraian mengenai prospek perusahaan dikaitkan dengan industri dan ekonomi secara umum disertai data pendukung kuantitatif dari sumber data yang layak dipercaya</p> <p>Description of the company's business prospects, related to the industry and economy in general accompanied by quantitative supporting data from reliable sources</p>	99
<p>10. Uraian tentang aspek pemasaran</p> <p>Description of marketing aspects</p>	<p>Uraian tentang aspek pemasaran atas produk dan/atau jasa perusahaan, antara lain strategi pemasaran dan pangsa pasar</p> <p>Description of marketing of the company's products and services, including marketing strategy and market share</p>	100
<p>11. Uraian mengenai kebijakan dividen dan jumlah dividen kas per saham dan jumlah dividen per tahun yang diumumkan atau dibayar selama 2 (dua) tahun buku terakhir</p> <p>Dividend policy and total cash dividend per share and total dividend per year declared or paid in the last 2 (two) financial years</p>	<p>Memuat uraian mengenai:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan pembagian dividen; 2. Total dividen yang dibagikan; 3. Jumlah dividen kas per saham; 4. Payout ratio; dan 5. Tanggal pengumuman dan pembayaran dividen kas untuk masing-masing tahun. <p>Catatan: apabila tidak ada pembagian dividen, agar diungkapkan alasannya</p> <p>Includes description of:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dividend policy; 2. Total dividend paid; 3. Total cash dividend per share; 4. Payout ratio; and 5. Date of announcement and payment of cash dividend each year. <p>Note: if no dividend was paid, state the reason</p>	100
<p>12. Program kepemilikan saham oleh karyawan dan/atau manajemen yang dilaksanakan perusahaan (ESOP/MSOP)</p> <p>Employee and/or management share ownership program organised by the company (ESOP/MSOP)</p>	<p>Memuat uraian mengenai:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah saham ESOP/MSOP dan realisasinya; 2. Jangka waktu; 3. Persyaratan karyawan dan/atau manajemen yang berhak; dan 4. Harga <i>exercise</i>. <p>Catatan: apabila tidak memiliki program dimaksud, agar diungkapkan</p> <p>Includes explanation of:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Total ESOP/MSOP shares and realization; 2. Timeframe; 3. Terms and conditions for employees and/or management who are entitled; and 4. Exercise price. <p>Note: if there is no such program, this should be stated</p>	120

REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO.X.K.6

Cross Reference to Bapepam-LK Rule No. X.K.6

No. Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
<p>13. Realisasi penggunaan dana hasil penawaran umum (dalam hal perusahaan masih diwajibkan menyampaikan laporan realisasi penggunaan dana)</p> <p>Realization the use of the proceeds from the public offering (if the company is still required to submit a report on the realization of the proceeds)</p>	<p>Memuat uraian mengenai:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Total perolehan dana; 2. Rencana penggunaan dana; 3. Rincian penggunaan dana; 4. Saldo dana; dan 5. Tanggal persetujuan RUPS atas perubahan penggunaan dana (jika ada). <p>Information includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Total funds acquired; 2. Proposed use of funds; 3. Detail of use of funds; 4. Balance of funds; and 5. Date of GMS approval for change in use of funds (if any) 	101
<p>14. Informasi material mengenai investasi, ekspansi, divestasi, akuisisi atau restrukturisasi utang/modal.</p> <p>Material information regarding investment, expansion, divestment, acquisition or restructuring of debt/capital</p>	<p>Memuat uraian mengenai:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan dilakukannya transaksi; 2. Nilai transaksi atau jumlah yg direstrukturisasi; 3. Sumber dana. <p>Catatan: apabila tidak mempunyai transaksi dimaksud, agar diungkapkan</p> <p>Description includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Purpose of transaction; 2. Value of transaction or total restructured; 3. Source of funds. <p>Note: if there were no such transactions, this should be stated</p>	101
<p>15. Informasi transaksi material yang mengandung benturan kepentingan dan/atau transaksi dengan pihak afiliasi.</p> <p>Material transactions that contain a conflict of interest and/or transactions with affiliates.</p>	<p>Memuat uraian mengenai:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nama pihak yang bertransaksi dan sifat hubungan afiliasi; 2. Penjelasan mengenai kewajaran transaksi; 3. Alasan dilakukannya transaksi; 4. Realisasi transaksi pada periode berjalan; 5. Kebijakan perusahaan terkait dengan mekanisme review atas transaksi; 6. Pemenuhan peraturan dan ketentuan terkait. <p>Catatan: apabila tidak mempunyai transaksi dimaksud, agar diungkapkan</p> <p>Description includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Name of parties to the transaction and the nature of affiliation; 2. Explanation of the fairness of the transaction; 3. Reason for making the transaction; 4. Realization of the transaction in the current period; 5. Company policy on transaction review mechanism; 6. Compliance with related rules and regulations. <p>Note: if there is no such transaction, this should be stated</p>	98-99
<p>16. Uraian mengenai perubahan peraturan perundang-undangan yang berpengaruh signifikan terhadap perusahaan</p> <p>Changes in the regulations that significantly affect the company</p>	<p>Uraian memuat antara lain: perubahan peraturan perundang-undangan dan dampaknya terhadap perusahaan</p> <p>Catatan: apabila tidak terdapat perubahan peraturan perundang-undangan yang berpengaruh signifikan, agar diungkapkan</p> <p>Description includes: changes in the regulations and their impact on the company</p> <p>Note: if there were no changes that had a significant impact, this should be stated</p>	101

No. Kriteria	Criteria	penjelasan description	Hal. Page
17.	<p>Uraian mengenai perubahan kebijakan akuntansi yang diterapkan perusahaan pada tahun buku terakhir</p> <p>Changes in accounting policy applied by the Company in the last financial year</p>	<p>Uraian memuat antara lain: perubahan kebijakan akuntansi, alasan dan dampaknya terhadap laporan keuangan</p> <p>Catatan: apabila tidak terdapat perubahan kebijakan akuntansi, agar diungkapkan</p> <p>Description includes: changes in accounting policy, reasons and impact on the financial statement</p> <p>Note: if there were no changes in accounting policy, this should be stated</p>	101
VI. Tata kelola perusahaan Corporate Governance			
1.	<p>Uraian Dewan Komisaris</p> <p>Description of the Board of Commissioners</p>	<p>Uraian memuat antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uraian tanggung jawab Dewan Komisaris; 2. Pengungkapan prosedur penetapan remunerasi; 3. Struktur remunerasi yang menunjukkan komponen remunerasi dan jumlah nominal per komponen untuk setiap anggota Dewan Komisaris; 4. Frekuensi pertemuan dan tingkat kehadiran Dewan Komisaris dalam pertemuan; 5. Program pelatihan dalam rangka meningkatkan kompetensi Dewan Komisaris atau program orientasi bagi Komisaris baru; dan 6. Pengungkapan mengenai Board Charter (pedoman dan tata tertib kerja Dewan Komisaris). <p>Description includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Responsibilities of the Board of Commissioners; 2. Procedure for determining remuneration; 3. Remuneration structure showing remuneration components and nominal amount per component for each member of the Board of Commissioners; 4. Frequency and attendance at Board of Commissioners meetings; 5. Training program for enhancing Commissioners' competencies or orientation for new Commissioners; and 6. Statement regarding Board Charter (guidelines and procedures for the Board of Commissioners) 	107-110
2.	<p>Informasi mengenai Komisaris Independen</p> <p>Information about the Independent Commissioners</p>	<p>Meliputi antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kriteria penentuan Komisaris Independen; dan 2. Pernyataan tentang independensi masing-masing Komisaris Independen. <p>Including:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Criteria for appointment of Independent Commissioners; and 2. Statement of the independence of each Independent Commissioner. 	107

REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO.X.K.6

Cross Reference to Bapepam-LK Rule No. X.K.6

No.	Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
3.	Uraian Direksi Description of the Board of Directors	<p>Uraian memuat antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang lingkup pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing anggota Direksi; 2. Frekuensi pertemuan dan tingkat kehadiran anggota Direksi dalam pertemuan Direksi; 3. Frekuensi pertemuan dan tingkat kehadiran anggota Direksi dalam pertemuan gabungan Direksi dan Dewan Komisaris; 4. Program pelatihan dalam rangka meningkatkan kompetensi Direksi atau program orientasi bagi Direksi baru; 5. Pengungkapan mengenai Board Charter (pedoman dan tata tertib kerja Direksi); dan 6. Kebijakan mengenai suksesi Direksi. <p>Description includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Scope of work and responsibilities of each member of the Board of Directors; 2. Frequency of and attendance at Board of Directors' meetings; 3. Frequency of and attendance at joint meetings with the Board of Commissioners; 4. Training program for enhancing Directors' competencies or orientation for new Directors; 5. Statement regarding Board Charter (guidelines and procedures for the Board of Directors (if any); and 6. Succession policy for the Board of Directors. 	108-110
4.	Asesmen terhadap anggota Dewan Komisaris dan/atau Direksi Assessment of members of Board of Commissioners and Board of Directors	<p>Mencakup antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proses pelaksanaan asesmen atas kinerja anggota Dewan Komisaris dan/atau Direksi; 2. Kriteria yang digunakan dalam pelaksanaan asesmen atas kinerja anggota Dewan Komisaris dan Direksi; 3. Pihak yang melakukan asesmen. <p>Includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Process for performance assessment of the members of the Board of Commissioners and Board of Directors; 2. Criteria used in the Board of Commissioners and Board of Directors Performance assessment; 3. Name of assessor. 	113
5.	Uraian mengenai kebijakan remunerasi bagi Direksi Description of remuneration policy for Board of Directors	<p>Mencakup antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan prosedur penetapan remunerasi; 2. Struktur remunerasi yang menunjukkan jenis dan jumlah imbalan jangka pendek, pasca kerja dan/atau jangka panjang lainnya untuk setiap anggota Direksi; 3. Pengungkapan indikator kinerja untuk penetapan remunerasi Direksi. <p>Description includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Procedure for determining remuneration; 2. Remuneration structure showing type and amount of short-term, post-employment and/or other long-term and benefits for each member of Board of Directors; 3. Statement of indicators for determining Directors' remuneration. 	110

No. Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
<p>6. Informasi mengenai pemegang saham utama dan pengendali, baik langsung maupun tidak langsung, sampai kepada pemilik individu</p> <p>Information on majority shareholders and controlling shareholders, both direct and indirect, up to individual shareholders</p>	<p>Dalam bentuk skema atau diagram</p> <p>In the form of chart or diagram.</p>	50
<p>7. Pengungkapan hubungan afiliasi antara anggota Direksi, Dewan Komisaris, dan Pemegang Saham Utama dan/atau Pengendali</p> <p>Disclosure of affiliations relation between the Board of Commissioners, Board of Directors, and majority shareholders and/or controlling shareholders</p>	<p>Mencakup antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan afiliasi antara anggota Direksi dengan anggota Direksi Lainnya; 2. Hubungan afiliasi antara anggota Direksi dengan anggota Dewan Komisaris; 3. Hubungan afiliasi antara anggota Direksi dengan Pemegang Saham Utama dan/atau Pengendali; 4. Hubungan afiliasi antara anggota Dewan Komisaris dengan anggota Dewan Komisaris lainnya; 5. Hubungan afiliasi antara anggota Dewan Komisaris dengan Pemegang Saham Utama dan/atau Pengendali. <p>Catatan: Apabila tidak mempunyai hubungan afiliasi dimaksud, agar diungkapkan</p> <p>Information includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Affiliation between members of the Board of Directors; 2. Affiliation between a member of the Board of Directors and a member of the Board of Commissioners; 3. Affiliation between a member of the Board of Directors and the majority shareholder and/or controlling shareholder; 4. Affiliation between members of the Board of Commissioners; 5. Affiliation between a member of the Board of Commissioners and the majority shareholder and/or controlling shareholder. <p>Note: If no such affiliation exists, this should be stated</p>	110
<p>8. Komite Audit</p> <p>Audit Committee</p>	<p>Mencakup antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nama dan jabatan anggota komite audit; 2. Kualifikasi pendidikan dan pengalaman kerja anggota komite audit; 3. Independensi anggota komite audit; 4. Uraian tugas dan tanggung jawab; 5. Laporan singkat pelaksanaan kegiatan komite audit; dan 6. Frekuensi pertemuan dan tingkat kehadiran komite audit. <p>Includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Names and positions of Audit Committee members; 2. Educational qualifications and work experience of the Audit Committee members; 3. Independence of the Audit Committee members; 4. Description of tasks and responsibilities; 5. Brief report on the activities of the Audit Committee; and 6. Frequency and rate of attendance at Audit Committee meetings. 	110-113

REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO.X.K.6

Cross Reference to Bapepam-LK Rule No. X.K.6

No.	Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
9.	Komite Nominasi dan Remunerasi Nomination and Remuneration Committee	Mencakup antara lain: 1. Nama, jabatan, dan riwayat hidup singkat anggota komite nominasi dan/atau remunerasi; 2. Independensi anggota komite nominasi dan/atau remunerasi; 3. Uraian tugas dan tanggung jawab; 4. Uraian pelaksanaan kegiatan komite nominasi dan/atau remunerasi; dan 5. Frekuensi pertemuan dan tingkat kehadiran komite nominasi dan/atau remunerasi. Includes: 1. Names, positions and brief CV of nomination and/or remuneration committee members; 2. Independence of the nomination and/or remuneration committee members; 3. Description of tasks and responsibilities; 4. Description of the activities of the nomination and/or remuneration committee; and 5. Frequency and rate of attendance at nomination and/or remuneration committee meetings.	113
10.	Komite-komite lain di bawah Dewan Komisaris yang dimiliki oleh perusahaan Other committees under the Board of Commissioners	Mencakup antara lain: 1. Nama, jabatan, dan riwayat hidup singkat anggota komite lain; 2. Independensi anggota komite lain; 3. Uraian tugas dan tanggung jawab; 4. Uraian pelaksanaan kegiatan komite lain; dan 5. Frekuensi pertemuan dan tingkat kehadiran komite lain. Includes: 1. Names, positions and brief CVs of members of other committees; 2. Independence of the members of other committees; 3. Description of tasks and responsibilities; 4. Description of the activities of the other committees; and 5. Frequency and rate of attendance at meetings of the other committees.	Perseroan tidak memiliki Komite-komite lain di bawah Dewan Komisaris The Company has no other committees under the Board of Commissioners
11.	Uraian tugas dan fungsi Sekretaris Perusahaan Description of duties and function of Corporate Secretary	Mencakup antara lain: 1. Nama dan riwayat jabatan singkat sekretaris perusahaan; 2. Uraian pelaksanaan tugas sekretaris perusahaan; dan 3. Program pelatihan dalam rangka mengembangkan kompetensi sekretaris perusahaan. Includes: 1. Name and brief CVs of the Corporate Secretary; 2. Description of tasks and responsibilities of the Corporate Secretary; and 3. Training program to develop the competencies of the Corporate Secretary.	113-115
12.	Uraian mengenai Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tahun sebelumnya Description of the previous year's General Meeting of Shareholders (GMS)	Mencakup antara lain: 1. Keputusan RUPS tahun sebelumnya; 2. Realisasi hasil RUPS pada tahun buku; dan 3. Alasan dalam hal terdapat keputusan RUPS yang belum direalisasikan. Includes: 1. Resolution of the previous year's GMS; 2. Realization of the GMS resolutions in the financial year; and 3. Reasons if any GMS resolutions have not been carried out.	104-107

No. Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
13. Uraian mengenai Unit Audit Internal	<p>Mencakup antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nama ketua unit audit internal; 2. Jumlah pegawai (auditor internal) pada unit audit internal; 3. Sertifikasi sebagai profesi audit internal; 4. Kedudukan unit audit internal dalam struktur perusahaan; 5. Laporan singkat pelaksanaan kegiatan unit audit internal; dan 6. Pihak yang mengangkat/memberhentikan ketua unit audit internal. <p>Description of the internal audit unit (IAU)</p> <p>Description includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Name of IAU chair; 2. Number of employees (internal auditors) in the IAU; 3. Professional certification of internal auditors; 4. Status of the internal audit unit in the corporate structure; 5. Brief report on the activities of the duties of the internal audit unit; and 6. Party authorised to appoint/dismiss the IAU chair. 	121-123
14. Akuntan Publik	<p>Informasi memuat antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah periode akuntan telah melakukan audit laporan keuangan tahunan perusahaan; 2. Jumlah periode Kantor Akuntan Publik telah melakukan audit laporan keuangan tahunan perusahaan; 3. Besarnya fee untuk masing-masing jenis jasa yang diberikan oleh akuntan publik; dan 4. Jasa lain yang diberikan akuntan selain jasa audit laporan tahunan. <p>Catatan: apabila tidak ada jasa lain dimaksud, agar diungkapkan</p> <p>Information includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Total period for which the accountant has audited the company's annual financial statements; 2. Total period for which the public accountant firm has audited the company's annual financial statements; 3. Fee for each type of service rendered by the public accountant; and 4. Services rendered by the accountant other than audits of the annual report. <p>Note: if no such other services are rendered, this should be stated.</p>	123
15. Uraian mengenai manajemen risiko perusahaan	<p>Mencakup antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjelasan mengenai sistem manajemen risiko yang diterapkan perusahaan; 2. Penjelasan mengenai evaluasi yang dilakukan atas efektivitas sistem manajemen risiko; 3. Penjelasan mengenai risiko-risiko yang dihadapi perusahaan; dan 4. Upaya untuk mengelola risiko tersebut. <p>Risk management system</p> <p>Includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Overview of the company's risk management system; 2. Explanation of the evaluation of the effectiveness of the risk management system; 3. Explanation of the types of risks the company is exposed to; and 4. Efforts to manage said risks. 	126-127

REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO.X.K.6

Cross Reference to Bapepam-LK Rule No. X.K.6

No. Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
16. Uraian mengenai sistem pengendalian intern Description of the internal control system	Mencakup antara lain: 1. Penjelasan singkat mengenai sistem pengendalian intern, antara lain mencakup pengendalian keuangan dan operasional; 2. Penjelasan kesesuaian sistem pengendalian intern dengan kerangka yang diakui secara internasional (COSO – internal control framework); dan 3. Penjelasan mengenai evaluasi yang dilakukan atas efektivitas sistem pengendalian intern. Includes: 1. Brief explanation of the internal control system, including financial and operational controls; 2. Explanation of compliance with internationally recognised internal control frameworks (COSO); and 3. Explanation of the review of the effectiveness of the internal control system.	121-123
17. Uraian mengenai <i>corporate social responsibility</i> yang terkait dengan lingkungan hidup Description of corporate social responsibility related to the environment	Mencakup antara lain informasi tentang: 1. Kebijakan yang ditetapkan manajemen; 2. Kegiatan yang dilakukan, terkait program lingkungan hidup yang berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan, seperti penggunaan material dan energi yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang, sistem pengolahan limbah perusahaan, dan lain-lain; 3. Sertifikasi di bidang lingkungan yang dimiliki. Description includes information on: 1. Policy set by management; 2. Activities With regard to the environmental program related to the company's operational activities, such as usage of ecofriendly and recyclable materials and energy, waste treatment systems, etc.; 3. Environmental certification held by the Company.	76-77, 138-139
18. Uraian mengenai <i>corporate social responsibility</i> yang terkait dengan ketenagakerjaan, kesehatan dan keselamatan kerja Description of corporate social responsibility related to employment, work safety and health	Mencakup antara lain informasi tentang: 1. Kebijakan yang ditetapkan manajemen; dan 2. Kegiatan yang dilakukan terkait praktik ketenagakerjaan, kesehatan, dan keselamatan kerja, seperti kesetaraan gender dan kesempatan kerja, sarana dan keselamatan kerja, tingkat <i>turnover</i> karyawan, tingkat kecelakaan kerja, dan lain-lain. Information includes: 1. Policy set by management; and 2. Activities with regard to employment, work safety and health practices, such as gender equality and equal opportunities, work facilities and safety, employee turnover, work-related accident rate, etc.	78-83
19. Uraian mengenai <i>corporate social responsibility</i> yang terkait dengan pengembangan sosial dan masyarakat. Description of corporate social responsibility related to social and community development	Mencakup antara lain informasi tentang: 1. Kebijakan yang ditetapkan manajemen; 2. Kegiatan yang dilakukan; dan 3. Biaya yang dikeluarkan terkait pengembangan sosial dan masyarakat, seperti penggunaan tenaga kerja lokal, pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan, perbaikan sarana dan prasarana sosial, bentuk donasi lainnya, dan lain-lain. Information covers: 1. Policy set by management; 2. Activities; and 3. Expenditure on social and community development, such as the use of local labour, health, product information, empowerment of local communities, improvement of social facilities and infrastructure, other donations, etc.	133-141

No. Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
<p>20. Uraian mengenai <i>corporate social responsibility</i> yang terkait dengan tanggung jawab kepada konsumen</p> <p>Description of corporate social responsibility in relation to consumers</p>	<p>Mencakup antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan yang ditetapkan manajemen; dan 2. Kegiatan yang dilakukan terkait tanggung jawab produk, seperti kesehatan dan keselamatan konsumen, informasi produk, sarana, jumlah dan penanggulangan atas pengaduan konsumen, dan lain-lain. <p>Information covers:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Policy set by management; and 2. Activities Financial effect of these activities in relation to product responsibility, such as consumer health and safety, product information, means of handling customer complaints, total number of customer complaints and complaints settled, etc. 	<p>123-125, 142-147</p>
<p>21. Perkara penting yang sedang dihadapi oleh perusahaan, entitas anak, anggota Direksi dan/atau anggota Dewan Komisaris yang menjabat pada periode laporan tahunan</p> <p>Significant cases faced by the company, or Public Company, subsidiaries, or incumbent members of the Board of Commissioners and/or Board of Directors</p>	<p>Mencakup antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. pokok perkara/gugatan; 2. status penyelesaian perkara/gugatan; 3. pengaruhnya terhadap kondisi perusahaan; dan 4. sanksi administrasi yang dikenakan kepada Entitas, anggota Dewan Komisaris dan Direksi, oleh otoritas terkait (pasar modal, perbankan dan lainnya) pada tahun buku terakhir (atau terdapat pernyataan bahwa tidak dikenakan sanksi administrasi). <p>Catatan: dalam hal tidak berperkara, agar diungkapkan</p> <p>Description includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Content of cases/claims; 2. Settlement status of cases/claims; 3. Effect on the company's condition; and 4. Administrative sanctions imposed on entities, members of the Boards of Commissioners and Directors, by the relevant authorities (capital market, banking, etc.) in the last financial year (or a statement that there have been no administrative sanctions). <p>Note: if there are no such cases, this should be stated</p>	<p>128</p>
<p>22. Akses informasi dan data perusahaan</p> <p>Access to corporate data and information</p>	<p>Uraian mengenai tersedianya akses informasi dan data perusahaan kepada publik, misalnya melalui website (dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris), media massa, <i>mailing list</i>, buletin, pertemuan dengan analis, dan sebagainya</p> <p>Description of the availability of public access to corporate data and information, such as through the website (in Indonesian and English), mass media, mailing lists, bulletins, analysts meetings, etc.</p>	<p>128</p>
<p>23. Bahasan mengenai kode etik</p> <p>Discussion of the code of conduct</p>	<p>Memuat uraian antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Isi kode etik; 2. Pengungkapan bahwa kode etik berlaku bagi seluruh level organisasi; 3. Penyebarluasan kode etik; 4. Upaya penegakan dan sanksi pelanggaran kode etik; 5. Pernyataan mengenai budaya perusahaan (<i>corporate culture</i>) yang dimiliki perusahaan. <p>Discussion covers:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Content of the code of conduct; 2. Statement that the code of conduct is applicable to all levels of the organization; 3. Dissemination of the code of conduct; 4. Measures to enforce the code of conduct and sanctions for breaches of the code; 5. Statement on the company's corporate culture. 	<p>116-120</p>

REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO.X.K.6

Cross Reference to Bapepam-LK Rule No. X.K.6

No.	Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
24.	Pengungkapan mengenai <i>whistleblowing system</i> Description of the whistleblowing system	Uraian meliputi antara lain: 1. Cara penyampaian laporan pelanggaran; 2. Perlindungan bagi pelapor; 3. Penanganan pengaduan; 4. Pihak yang mengelola pengaduan; dan 5. Hasil dari penanganan pengaduan. Description includes: 1. Method of reporting; 2. Protection of the whistleblower; 3. Handling of reports; 4. Party that handles the reports; and 5. Output of reports handled.	120
VII. Informasi Keuangan financial information			
1.	Surat Pernyataan Direksi tentang Tanggung Jawab Direksi atas Laporan Keuangan Board of Directors' Statement regarding Director's responsibility for the Financial statement	Kesesuaian dengan peraturan Bapepam-LK No.VIII.G.11 tentang Tanggung Jawab Direksi atas Laporan Keuangan Compliance with Bapepam regulation LK No.VIII.G.11 regarding Director's Responsibility for the Financial statement.	153
2.	Opini auditor independen atas laporan keuangan Independent auditor's opinion of the financial statement		155
3.	Deskripsi opini auditor independen Description of independent auditor's opinion	Deskripsi memuat tentang: 1. Nama & tanda tangan; 2. Tanggal Laporan Audit; 3. No. ijin KAP dan nomor ijin Akuntan Publik. Includes: 1. Name and signature; 2. Date of audit report; 3. License numbers of public accounting firm and accountant.	154-155
4.	Laporan keuangan yang lengkap Full financial statement	Memuat secara lengkap unsur-unsur laporan keuangan: 1. Laporan posisi keuangan (neraca); 2. Laporan laba rugi komprehensif; 3. Laporan perubahan ekuitas; 4. Laporan arus kas; 5. Catatan atas laporan keuangan; dan 6. Laporan posisi keuangan pada awal periode komparatif yang disajikan ketika entitas menerapkan suatu kebijakan akuntansi secara retrospektif atau membuat penyajian kembali pos-pos laporan keuangan, atau ketika entitas mereklasifikasi pos-pos dalam laporan keuangannya (jika relevan). Includes all elements of the financial statement: 1. Balance sheet; 2. Comprehensive income statement; 3. Report on changes in equity; 4. Cash flow statement; 5. Notes to the financial statement; and 6. Financial position at the beginning of the comparative periods presented if the company implemented an accounting policy retrospectively or restated an account in the financial statement, or if the company reclassified financial statement accounts (if relevant).	151-225

No.	Kriteria	Criteria	penjelasan	description	Hal.	Page
5.	Perbandingan tingkat profibilitas	Comparison of profitability	Perbandingan laba (rugi) tahun berjalan dengan tahun sebelumnya	Comparison of profit (loss) in the current and previous years	158	
6.	Laporan arus kas	Cash flow report	Memenuhi ketentuan sebagai berikut: 1. Pengelompokan dalam tiga kategori aktivitas: operasi, investasi, dan Pendanaan; 2. Penggunaan metode langsung (<i>direct method</i>) untuk melaporkan arus kas dari aktivitas operasi; 3. Pemisahan penyajian antara penerimaan kas dan atau pengeluaran kas selama tahun berjalan pada aktivitas operasi, investasi dan pendanaan; 4. Pengungkapan transaksi non kas harus dicantumkan dalam catatan laporan keuangan.	Should fulfill the following provisions: 1. Classification of activities into three categories: operating, investing and financing; 2. Use of the direct method to report cash flow from operating activities; 3. Separate presentation of cash income and/or expenditure in the current year from operating, investing and financing activities; 4. Non-cash transactions must be disclosed in the notes to the financial statement.	160	
7.	Ikhtisar kebijakan akuntansi	Summary of accounting policy	Meliputi sekurang-kurangnya: 1. Pernyataan kepatuhan terhadap SAK; 2. Dasar pengukuran dan penyusunan laporan keuangan; 3. Pengakuan pendapatan dan beban; 4. Imbalan kerja; 5. Instrumen Keuangan.	Includes at least the following: 1. Statement of compliance with SFAS; 2. Basis of measurement and presentation of the financial statement; 3. Recognition of income and expense; 4. Remuneration; 5. Financial instruments.	163	
8.	Pengungkapan transaksi pihak berelasi	Disclosure of related party transactions	Hal-hal yang diungkapkan antara lain: 1. Nama pihak berelasi, serta sifat dan hubungan dengan pihak berelasi; 2. Nilai transaksi beserta persentasenya terhadap total pendapatan dan beban terkait; 3. Jumlah saldo beserta persentasenya terhadap total aset atau liabilitas.	Items that must be disclosed: 1. Name(s) of related parties, and nature of relationship with related parties; 2. Value of transactions and percentage of total related income and expense; 3. Balance and percentage of total assets or liabilities.	180	

REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO.X.K.6

Cross Reference to Bapepam-LK Rule No. X.K.6

No.	Kriteria Criteria	penjelasan description	Hal. Page
9.	Pengungkapan yang berhubungan dengan Perpajakan Disclosures related to Taxation	Hal-hal yang harus diungkapkan: 1. Rekonsiliasi fiskal dan perhitungan beban pajak kini; 2. Penjelasan hubungan antara beban (penghasilan) pajak dan laba akuntansi; 3. Pernyataan bahwa Laba Kena Pajak (LKP) hasil rekonsiliasi dijadikan dasar dalam pengisian SPT Tahunan PPh Badan; 4. Rincian aset dan liabilitas pajak tangguhan yang diakui pada laporan posisi keuangan untuk setiap periode penyajian, dan jumlah beban (penghasilan) pajak tangguhan yang diakui pada laporan laba rugi apabila jumlah tersebut tidak terlihat dari jumlah aset atau liabilitas pajak tangguhan yang diakui pada laporan posisi keuangan; dan 5. Pengungkapan ada atau tidak ada sengketa pajak. Items that must be disclosed: 1. Reconciliation between fiscal and current tax assessment; 2. Explanation of the relationship between tax expense (income) and accounting profit; 3. Statement that the reconciled taxable profit is the basis for the annual corporate income tax return; 4. Breakdown of deferred tax assets and liabilities recognized in the balance sheet for each period presented, and total deferred tax expense (income) recognized in the income statement if such amount is not shown in the total deferred tax assets or liabilities recognized in the financial statement; and 5. Disclosure of whether or not there are any tax disputes.	191
10.	Pengungkapan yang berhubungan dengan Aset Tetap Disclosures related to Fixed Assets	Hal-hal yang harus diungkapkan: 1. Metode penyusutan yang digunakan; 2. Uraian mengenai kebijakan akuntansi yang dipilih antara model nilai wajar dan model biaya; 3. Metode dan asumsi signifikan yang digunakan dalam mengestimasi nilai wajar aset tetap (model revaluasi) atau pengungkapan nilai wajar aset tetap (model biaya); 4. Rekonsiliasi jumlah tercatat bruto dan akumulasi penyusutan aset tetap pada awal dan akhir periode dengan menunjukkan: penambahan, pengurangan, dan reklasifikasi. Items that must be disclosed: 1. Depreciation method used; 2. Explanation of whether fair value model or cost model have been adopted as accounting policy; 3. Method and significant assumptions used in estimating the fair value of fixed assets (revaluation model) or disclosing the fair value of fixed assets (cost model); 4. Reconciliation of recorded gross amount and cumulative depreciation of fixed assets at the beginning and end of the period by showing addition, reduction and reclassification.	185

No. Kriteria	Criteria	penjelasan description	Hal. Page
11.	Pengungkapan yang berhubungan dengan segmen operasi	<p>Hal-hal yang harus diungkapkan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi umum yang meliputi faktor-faktor yang digunakan untuk mengidentifikasi segmen yang dilaporkan; 2. Informasi tentang laba rugi, aset, dan liabilitas segmen yang dilaporkan; 3. Rekonsiliasi dari total pendapatan segmen, laba rugi segmen yang dilaporkan, aset segmen, liabilitas segmen, dan unsur material segmen lainnya terhadap jumlah terkait dalam entitas; dan 4. Pengungkapan pada level entitas, yang meliputi informasi tentang produk dan/atau jasa, wilayah geografis dan pelanggan utama. 	210
	Disclosures related to operational segments	<p>Items that must be disclosed:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. General information covering factors used to identify segments reported; 2. Information on profit & loss, assets and liabilities of the segments reported; 3. Reconciliation of total income, profit/loss, assets and, liabilities of the segments reported, and material elements of other segments against the total related to the entity; and 4. Disclosures at the entity level, including information about products and/or services, geographical area and principal customers. 	
12.	Pengungkapan yang berhubungan dengan Instrumen Keuangan	<p>Hal-hal yang harus diungkapkan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persyaratan, kondisi dan kebijakan akuntansi untuk setiap kelompok instrumen keuangan; 2. Klasifikasi instrumen keuangan; 3. Nilai wajar tiap kelompok instrumen keuangan; 4. Tujuan dan kebijakan manajemen risiko; 5. Penjelasan risiko yang terkait dengan instrumen keuangan: risiko pasar, risiko kredit, dan risiko likuiditas; 6. Analisis risiko yang terkait dengan instrument keuangan secara kuantitatif. 	178
	Disclosures related to the Financial Instrument	<p>Items that must be disclosed:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Requirements, conditions and policies for each group of financial instruments; 2. Classification of financial instruments; 3. Fair value of each group of financial instruments; 4. Risk management objectives and policy; 5. Explanation of the risks related to the financial instruments: market risk, credit risk and liquidity risk; 6. Quantitative analysis of risks related to financial instruments. 	
13.	Penerbitan laporan keuangan	<p>Hal-hal yang diungkapkan antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tanggal laporan keuangan diotorisasi untuk terbit; dan 2. Pihak yang bertanggung jawab mengotorisasi laporan keuangan. 	153
	Publication of the Financial Statement	<p>Items to be disclosed include:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Date of authorization for the publication of the financial statement; and 2. Party responsible for authorizing the financial statement. 	

Sebutan 'Unilever Indonesia' dan 'Perseroan' dalam laporan tahunan ini adalah sama dengan 'PT Unilever Indonesia Tbk' The terms 'Unilever Indonesia' and 'Company' in this annual report are used interchangeably with 'PT Unilever Indonesia Tbk'

Halaman ini sengaja dikosongkan

This page is intentionally left blank



PT Unilever Indonesia Tbk
Graha Unilever
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 15
Jakarta 12930
Indonesia

T. +62 21 526 2112
F. +62 21 526 4020

E. unvr.indonesia@unilever.com
www.unilever.co.id

