LAPORAN TAHUNAN **2017** ANNUAL REPORT

PT Unilever Indonesia Tbk

BUILDING A SUSTAINABLE FUTURE EVERY DAY

MENCIPTAKAN MASA DEPAN BERKELANJUTAN SETIAP HARI

Selama tahun 2017, PT Unilever Indonesia Tbk ("Perseroan") terus berupaya menciptakan masa depan yang berkelanjutan, tidak saja melalui strategi kami untuk mengembangkan bisnis secara bertanggung jawab seraya mengurangi jejak lingkungan, dan meningkatkan dampak sosial secara positif, tetapi juga dengan menginspirasi, memberikan tantangan, dan dukungan kepada jutaan orang di seluruh Indonesia untuk membuat komitmen terhadap kehidupan yang berkelanjutan.

PT Unilever Indonesia Tbk (the "Company") continued to work towards building a sustainable future in 2017, not only through our own ambitious goal of growing the business responsibly while reducing our environmental footprint and increasing our positive social impact, but by inspiring, challenging and supporting millions of people all over Indonesia to make their own commitment to sustainable living.

BUILDING A SUSTAINABLE FUTURE EVERY DAY

MENCIPTAKAN MASA DEPAN BERKELANJUTAN SETIAP HARI

Daftar Isi
CONTENTS

Building a Sustainable Future Every Day 1
MENCIPTAKAN MASA DEPAN BERKELANJUTAN SETIAP HARI

Daftar Isi 2
CONTENTS

Ikhtisar Utama
MAIN HIGHLIGHTS

Penjelasan Tema Laporan Tahunan Tahun Ini 6
EXPLANATION OF THIS YEAR'S ANNUAL REPORT THEME

Kesinambungan Tema 7
THEME CONTINUITY

Kinerja Utama Kami di Tahun 2017 8
OUR KEY PERFORMANCE IN 2017

Ikhtisar Data Keuangan Penting 10
SUMMARY OF SALIENT FINANCIAL DATA

Ikhtisar Saham 12
STOCK HIGHLIGHTS

Laporan Manajemen
MANAGEMENT REPORT

Laporan Dewan Komisaris 17
REPORT FROM THE BOARD OF COMMISSIONERS

Laporan Direksi 23
REPORT FROM THE BOARD OF DIRECTORS

Profil Perseroan
COMPANY PROFILE

Data Perseroan 34
CORPORATE DATA

Tentang Unilever Indonesia 35
ABOUT UNILEVER INDONESIA

Fakta-Fakta Penting 37
KEY FACTS

Jejak Langkah 38
MILESTONES

Model Bisnis Kami 40
OUR BUSINESS MODEL

***Brand-Brand* Kami** 42
OUR BRANDS

Struktur Organisasi 46
ORGANISATIONAL STRUCTURE

Struktur Kepemilikan Perseroan dan Entitas Anak 48
COMPANY OWNERSHIP STRUCTURE AND SUBSIDIARY

Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perseroan 49
VISION, MISSION AND CORPORATE VALUES

Profil Dewan Komisaris 50
BOARD OF COMMISSIONERS' PROFILE

Profil Direksi 55
BOARD OF DIRECTORS' PROFILE

Pengelolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia 60
HR MANAGEMENT AND DEVELOPMENT

Informasi Pemegang Saham 72
SHAREHOLDERS' INFORMATION

Pembayaran Dividen 74
DIVIDEND PAYMENT

Kronologis Pencatatan Saham 75
SHARELISTING CHRONOLOGY

Lembaga Penunjang Profesi dan Pasar Modal 76
CAPITAL MARKET SUPPORTING INSTITUTIONS AND PROFESSIONALS

Penghargaan 77
AWARDS

Peristiwa Penting 79
SIGNIFICANT EVENTS OF THE YEAR

Informasi Pada Website Perseroan 84
INFORMATION ON THE CORPORATE WEBSITE

Pelatihan dan Pengembangan Dewan Komisaris, Direksi, Komite-Komite, Sekretaris Perusahaan, dan Unit Audit Internal 85
TRAINING AND DEVELOPMENT OF THE BOARD OF COMMISSIONERS, BOARD OF DIRECTORS, COMMITTEES, CORPORATE SECRETARY AND INTERNAL AUDIT UNIT

Analisis dan Pembahasan Manajemen
MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS

Tinjauan Operasional 93
OPERATIONAL REVIEW

Tinjauan Keuangan 125
FINANCIAL REVIEW

Kemampuan Membayar Utang 133
SOLVENCY

Tingkat Kolektibilitas Piutang 133
RECEIVABLES COLLECTABILITY

Arus Kas 134
CASH FLOWS

Likuiditas 135
LIQUIDITY

Struktur Modal 135
CAPITAL STRUCTURE

Komitmen Material untuk Investasi Barang Modal 135
MATERIAL COMMITMENTS FOR INVESTMENT IN CAPITAL GOODS

Transaksi Lindung Nilai 136
HEDGING TRANSACTIONS

Investasi Barang Modal yang Direalisasikan 136
REALISATION OF CAPITAL INVESTMENT

Informasi dan Fakta Material yang Terjadi Setelah Tanggal Pelaporan Keuangan 136
SIGNIFICANT SUBSEQUENT EVENTS

Perbandingan Antara Target/Proyeksi pada Awal Tahun Buku dengan Hasil yang Dicapai (Realisasi), Mengenai Pendapatan, Laba, Struktur Permodalan, atau Lainnya yang Dianggap Penting bagi Perseroan 136
COMPARISON BETWEEN TARGET/PROJECTION AT BEGINNING OF YEAR AND RESULT (REALISATION), CONCERNING INCOME, PROFIT, CAPITAL STRUCTURE OR OTHERS DEEMED NECESSARY FOR THE COMPANY

Target/Proyeksi yang Ingin Dicapai Perseroan untuk Satu Tahun Mendatang 137
COMPANY TARGET/PROJECTION AT MOST FOR THE NEXT ONE YEAR

Prospek Usaha 137
BUSINESS PROSPECTS

Prospek 2018 138
2018 OUTLOOK

Aspek Pemasaran atas Produk dan Jasa 138
MARKETING ASPECTS OF THE PRODUCTS AND SERVICES

Kebijakan Pembagian Dividen 139
DIVIDEND POLICY

Saham Karyawan 140
EMPLOYEE STOCK

Informasi Material Mengenai Investasi, Ekspansi, Divestasi, Penggabungan/Peleburan Usaha, Akuisisi, atau Restrukturisasi Utang/Modal 140
MATERIAL INFORMATION RELATED TO INVESTMENT EXPANSION, DIVESTATION, CONSOLIDATION/MERGER, ACQUISITION, OR DEBT/CAPITAL RESTRUCTURISATION

Transaksi yang Mengandung Benturan Kepentingan dan Transaksi dengan Pihak Berelasi 140
TRANSACTIONS CONTAINING A CONFLICT OF INTEREST AND TRANSACTIONS WITH RELATED PARTIES

Transaksi dengan Pihak Berelasi 140
TRANSACTIONS WITH RELATED PARTIES

Perubahan Peraturan Perundang-undangan yang Berpengaruh Signifikan Terhadap Perseroan 143
CHANGE IN LEGISLATION THAT HAD A SIGNIFICANT IMPACT ON THE COMPANY

Kebijakan Akuntansi 143
ACCOUNTING POLICY

Perubahan pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 143
CHANGES TO THE STATEMENTS OF FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS

Kelangsungan Usaha 145
BUSINESS CONTINUITY

Tata Kelola Perusahaan
GOOD CORPORATE GOVERNANCE

Tujuan Tata Kelola Perusahaan yang Baik 148
PURPOSE OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE

Pernyataan Komitmen pada Tata Kelola Perusahaan yang Baik 149
STATEMENT OF COMMITMENT TO CORPORATE GOVERNANCE IMPLEMENTATION

Dasar-Dasar bagi Implementasi dan Pengembangan GCG 150
BASIS FOR GCG IMPLEMENTATION AND DEVELOPMENT

Memperkuat Implementasi GCG 151
STRENGTHENING GCG IMPLEMENTATION

Penilaian Implementasi Tata Kelola Perusahaan di Tahun 2017 152
ASSESSMENT OF CORPORATE GOVERNANCE IMPLEMENTATION IN 2017

Struktur dan Mekanisme Tata Kelola Perusahaan 153
CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE AND MECHANISMS

Rapat Umum Pemegang Saham 154
THE GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

Dewan Komisaris 172
THE BOARD OF COMMISSIONERS

Direksi 179
THE BOARD OF DIRECTORS

Komite-Komite 192
COMMITTEES

Transaksi Dengan Pihak Berelasi 200
RELATED PARTY TRANSACTIONS

Sekretaris Dewan Komisaris 200
BOARD OF COMMISSIONERS' SECRETARY

Sekretaris Perusahaan 201
CORPORATE SECRETARY

Audit Internal 205
INTERNAL AUDIT UNIT

Audit Eksternal 209
EXTERNAL AUDIT

Manajemen Risiko 210
RISK MANAGEMENT

Keamanan TI 217
IT SECURITY

Pengendalian Internal 219
INTERNAL CONTROL

Material Litigasi 221
MATERIAL LITIGATION

Sanksi Administratif 221
ADMINISTRATIVE SANCTION

Akses ke Informasi 222
ACCESS TO INFORMATION

Pedoman Perilaku 222
CODE OF CONDUCT

Sistem Pelaporan 229
WHISTLEBLOWER SYSTEM

Program Kepemilikan Saham 232
SHARE OWNERSHIP PROGRAM

Keberagaman Dewan Komisaris dan Direksi 232
DIVERSITY OF THE BOARD OF COMMISSIONERS AND BOARD OF DIRECTORS

Pengadaan Barang dan Jasa 233
PROCUREMENT OF GOODS AND SERVICES

Pelaksanaan Penerapan Aspek dan Prinsip Tata Kelola Perusahaan Sesuai Ketentuan OJK 236
IMPLEMENTATION OF CORPORATE GOVERNANCE ASPECTS AND PRINCIPLES IN COMPLIANCE WITH OJK PROVISIONS

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Tata Kelola Berkelanjutan 254
SUSTAINABILITY GOVERNANCE

Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan 256
SOCIAL RESPONSIBILITY FOR THE ENVIRONMENT

Tanggung Jawab Terhadap Masyarakat dan Komunitas 264
SOCIAL RESPONSIBILITY TO SOCIETY AND COMMUNITIES

Tanggung Jawab Sosial untuk Keselamatan dan Kesehatan Kerja 270
SOCIAL RESPONSIBILITY FOR OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

Tanggung Jawab Sosial Terhadap Konsumen 275
SOCIAL RESPONSIBILITY TO CONSUMERS

Surat Pernyataan Anggota Direksi dan Dewan Komisaris Tentang Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2017 PT Unilever Indonesia Tbk 278
THE BOARD OF DIRECTORS' AND THE BOARD OF COMMISSIONERS' STATEMENT OF RESPONSIBILITY FOR THE 2017 ANNUAL REPORT OF PT UNILEVER INDONESIA TBK

Laporan Keuangan 282
FINANCIAL STATEMENTS

Referensi Silang Kriteria Annual Report Award 2016 356
CROSS REFERENCE OF ANNUAL REPORT AWARD 2016 CRITERIA

IKHTISAR UTAMA
MAIN HIGHLIGHTS

Penjelasan Tema Laporan Tahunan Tahun Ini 6
EXPLANATION OF THIS YEAR'S ANNUAL REPORT THEME

Kesinambungan Tema 7
THEME CONTINUITY

Kinerja Utama Kami di Tahun 2017 8
OUR KEY PERFORMANCE IN 2017

Ikhtisar Data Keuangan Penting 10
SUMMARY OF SALIENT FINANCIAL DATA

Ikhtisar Saham 12
STOCK HIGHLIGHTS

Disajikan sesuai dengan Kriteria Annual Report Award (ARA) Tahun 2016
Presented in accordance with the 2016 Annual Report Award (ARA) Criteria

Penjelasan Tema Laporan Tahunan Tahun Ini

EXPLANATION OF THIS YEAR'S ANNUAL REPORT THEME

MEMBANGUN MASA DEPAN BERKELANJUTAN SETIAP HARI

Segala hal yang dilakukan oleh Unilever Indonesia berlandaskan pada sebuah tujuan sederhana: untuk memasyarakatkan kehidupan yang berkelanjutan. Kami melihat adanya perubahan besar di seluruh dunia: suhu yang semakin meningkat, air yang menjadi semakin langka, bertambahnya masalah seputar kebersihan, dan sanitasi serta kesenjangan yang semakin melebar antara si kaya, dan si miskin. Perubahan-perubahan ini sudah mempengaruhi kehidupan kita, dan generasi mendatang akan semakin merasakan dampaknya. Di tengah kondisi seperti ini, kami percaya bahwa pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, hanya dapat dicapai, dan hanya boleh dicapai, dengan mengurangi jejak lingkungan, dan meningkatkan dampak positif terhadap masyakarat. Untuk mencapai tiga tujuan besar ini, kami memiliki strategi yang kami sebut Unilever Sustainable Living Plan (USLP), yang isinya selaras dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Global (SDGs). Setiap tahun, Unilever Indonesia meningkatkan upaya untuk mencapai target-target dalam USLP dengan mengurangi emisi CO_2, mengurangi, mendaur ulang, dan menggunakan kembali limbah, mengurangi konsumsi energi, dan air, dan meningkatkan jumlah bahan baku yang dipasok dari sumber yang berkelanjutan. Kami juga menginspirasi, dan mendukung jutaan orang Indonesia di seluruh negeri, melalui *brand* kami, dan misi sosial mereka, agar memiliki cara hidup yang lebih berkelanjutan. Dalam Laporan Tahunan tahun ini, kami menyoroti bagaimana program-program yang telah kami lakukan bersama-sama dengan konsumen, dan para pemangku kepentingan lain dapat membantu membangun masa depan yang lebih cerah, dan lebih berkelanjutan bagi jutaan masyarakat Indonesia.

Di tahun 2017, kami bermitra dengan petani, ibu, guru, anak-anak, profesional medis, pedagang, dan ribuan orang yang tergabung dalam berbagai komunitas di seluruh Indonesia untuk melakukan tindakan, mengubah sikap, dan merangkul kebiasaan baru yang bila dilakukan bersama-sama, akan membangun masa depan yang lebih berkelanjutan bagi kita, dan generasi yang akan datang. Hasil yang telah dicapai antara lain:

- Hingga 2017, lebih dari 6.125 ton sampah anorganik telah diserap oleh 2.615 bank sampah, menghasilkan manfaat ekonomi sebesar Rp8,38 miliar sejak program *Green and Clean* dimulai;
- Kami memberdayakan anggota masyarakat sebagai agen perubahan memberikan edukasi, dan dukungan kepada lebih dari 1.300.000 ibu di seluruh Indonesia untuk menanamkan tujuh perilaku bersih, dan sehat: mencuci tangan dengan sabun, makan makanan seimbang, dan bergizi, minum air bersih, menyikat gigi pagi, dan malam, membersihkan toilet, dan permukaan perkakas, mengelola sampah, dan memberantas nyamuk;
- Kami mensosialisasikan tujuh pesan perilaku bersih, dan sehat kepada 2.200.000 anak di 9.000 sekolah, memberdayakan 78.000 duta program untuk menjadi contoh, dan menerapkan perilaku tersebut, serta melatih guru-guru di 32 kota, dan 59 kabupaten.

BUILDING A SUSTAINABLE FUTURE EVERY DAY

Unilever Indonesia is driven by a simple purpose: to make sustainable living commonplace. We see the profound changes that are happening all over the world: rising temperatures, increasing scarcity of water, mounting hygiene and sanitation challenges and the growing gap between rich and poor. These changes are already affecting our lives and future generations will feel the impact even more. Under these circumstances, we believe that the sustained growth of our business is neither achievable nor acceptable without reducing our environmental footprint and increasing our positive social impact, and we set out our blueprint for achieving these three objectives in our Unilever Sustainable Living Plan (USLP), which is aligned with the global Sustainable Development Goals (SDGs). Every year, Unilever Indonesia intensifies efforts to achieve the USLP targets by reducing our CO_2 emissions, reducing, recycling and reusing waste, reducing energy and water consumption and buying an increasing share of our raw materials from sustainable sources. We're also inspiring and supporting millions of Indonesians all over the country, through our brands and their related social missions, to adopt a more sustainable lifestyle. In this year's Annual Report, we are highlighting how the cumulative initiatives that we, alongside our consumers and stakeholders, have taken are building a future that is brighter and more sustainable for millions of Indonesians.

In 2017 we partnered with farmers, mothers, teachers, children, medical professionals, traders and thousands of others in communities across Indonesia to take action, change attitudes and adopt new habits that cumulatively, will make a build a more sustainable future for us and the generations to come. These were some of the results:

- By the end of 2017, more than 6,125 tons of inorganic waste had been absorbed by 2,615 waste banks, generating a total economic benefit of IDR 8.38 billion since the Green and Clean programme began;
- We empowered community change agents to reach more than 1,300,000 mothers across Indonesia with education and support to adopt seven health and hygiene behaviours: handwashing with soap, balanced and nutritious diet, safe drinking water, toothbrushing day and night, hygienic toilets and surfaces, waste management, and mosquito eradication;
- We brought the seven healthy behaviours message to 2,200,000 Indonesian schoolchildren in 9,000 schools, empowering 78,000 program ambassadors to model and reinforce the message and training teachers in 32 cities and 59 districts;

- Hingga akhir 2017, kami telah bekerja dengan 10.500 petani kedelai hitam di lebih dari 20 kabupaten di Yogyakarta, Jawa Tengah, dan Jawa Timur untuk menerapkan praktik pertanian berkelanjutan. Sebanyak lebih dari 1.000 petani perempuan terlibat dalam program ini;
- Kami memberikan edukasi kepada lebih dari 15.000 remaja perempuan, dan ibu mereka di pedesaan Jawa tentang pentingnya memasak sayuran sebagai bagian dari makanan sehari-hari guna menghindari masalah kesehatan seperti anemia;
- Kami melatih lebih dari 10.000 remaja Indonesia untuk menjadi lebih percaya diri, dan menghargai dirinya sendiri.

- As of the end of 2017, we had worked with 10,500 black soybean farmers in more than 20 districts in Yogyakarta, Central Java and East Java on sustainable agricultural practices. In 2017 alone, more than 1,000 women farmers were involved in the program;
- We educated more than 15,000 teenage girls and their mothers in rural Java on the importance of making vegetables part of their daily diet to avoid health issues like anaemia;
- We coached more than 10,000 Indonesian teenagers on being confident and developing self-esteem.

Kesinambungan Tema

THEME CONTINUITY

Dalam beberapa tahun terakhir ini, laporan tahunan Unilever Indonesia telah berfokus pada bagaimana tindakan yang dilakukan bersama-sama melalui cara hidup yang lebih berkelanjutan dapat berdampak besar pada planet kita. Hal ini selaras dengan tujuan Unilever Global, yaitu untuk memasyarakatkan kehidupan yang berkelanjutan. Setiap laporan telah menyoroti perjalanan Unilever Indonesia, dalam kemitraan dengan konsumen, mitra bisnis, pemasok, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mencapai tujuan ini. Di 2015, fokus kami adalah mengajak orang untuk mengambil tindakan 'Bersama untuk Masa Depan yang Lebih Cerah'. Di tahun 2016, 'Memasyarakatkan Kehidupan yang Berkelanjutan' menyoroti bagaimana dengan membuat perubahan kecil dalam kehidupan sehari-hari kita dapat berkontribusi untuk masa depan yang lebih baik. Tema untuk 2017, 'Membangun Masa Depan yang Berkelanjutan', menjabarkan bagaimana dampak kumulatif dari tindakan ini dapat membuat perbedaan nyata bagi kehidupan masyarakat.

In recent years, Unilever Indonesia's annual reports have focused on how collective action to adopt more sustainable lifestyles can have a profound impact on our planet. This is consistent with Unilever's global purpose: to make sustainable living commonplace. Each report has put the spotlight on how Unilever Indonesia, in partnership with consumers, business partners, suppliers, the government and other stakeholders, is trying to achieve this purpose. In 2015, we focused on how people are taking action 'Together for a Brighter Future'. In 2016, 'Making Sustainable Living Commonplace' highlighted how consciously making small changes in our daily lives can contribute to a better future. The theme for 2017, 'Building a Sustainable Future', refers to that way the cumulative impact of these actions is making a real difference to people's lives.

Kinerja Utama Kami di Tahun 2017

OUR KEY PERFORMANCE IN 2017

DENGAN TERUS MENERUS BERFOKUS PADA PROFITABILITAS, DAN INOVASI, PERSEROAN MEMBUKUKAN PENJUALAN BERSIH SEBESAR RP41,2 TRILIUN, DAN LABA BERSIH LEBIH DARI RP7 TRILIUN, ATAU TUMBUH SEBESAR 9,6% DIBANDING TAHUN SEBELUMNYA.

WITH A CONTINUED FOCUS ON PROFITABILITY AND INNOVATION, THE COMPANY POSTED RP41.2 TRILLION IN NET SALES AND MORE THAN RP7 TRILLION IN NET PROFIT, GENERATING A NET PROFIT GROWTH OF 9.6%.

PENJUALAN BERSIH
NET SALES

RP41.2
TRILIUN/TRILLION

PERETUMBUHAN SETAHUN PENUH
FULL-YEAR GROWTH

↑ 2.9%

LABA BERSIH
NET PROFIT

+ RP7.0
TRILIUN/TRILLION

PERTUMBUHAN LABA BERSIH
NET PROFIT GROWTH

↑ 9.6%

HOME AND PERSONAL CARE, DAN FOODS AND REFRESHMENT MASING-MASING MENCAPAI TINGKAT PERTUMBUHAN SEBESAR 1,6%, DAN 5.8%. MENUTUP PERTUMBUHAN SETAHUN PENUH SEBESAR 2,9%.

HOME AND PERSONAL CARE AND FOODS AND REFRESHMENT DELIVERED GROWTH RATES OF 1.6% AND 5.8%, RESPECTIVELY, CLOSING WITH FULL-YEAR GROWTH OF 2.9%.

HOME AND PERSONAL CARE

1.6%

FOOD AND REFRESHMENT

5.8%

PERTUMBUHAN SETAHUN PENUH
FULL-YEAR GROWTH

2.9%

SECARA KESELURUHAN, KAMI MEMPERTAHANKAN POSISI KAMI SEBAGAI PEMIMPIN PASAR PADA KATEGORI INTI KAMI DI SEPANJANG TAHUN. DENGAN 40% DARI OMSET BISNIS KAMI DI TAHUN 2017 BERASAL DARI BRAND YANG MEMILIKI MISI KEBERLANJUTAN YANG KUAT, KAMI PUN MELANGKAH SEMAKIN DEKAT, DAN TERUKUR MENUJU TUJUAN KEBERLANJUTAN KAMI.

WE MAINTAINED AN OVERALL LEADING POSITION ACROSS OUR CORE CATEGORIES DURING THE YEAR, AND WITH 40% OF OUR BUSINESS TURNOVER IN 2017 COMING FROM BRANDS THAT HAVE A SUSTAINABLE LIVING PURPOSE, WE ARE MAKING MEASURABLE PROGRESS TOWARDS OUR SUSTAINABILITY GOALS AS WELL.

Ikhtisar Data Keuangan Penting

SUMMARY OF SALIENT FINANCIAL DATA

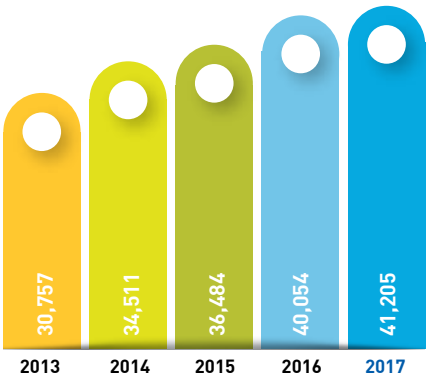
Berikut ini adalah ringkasan data keuangan penting Perseroan untuk lima tahun yang berakhir pada 31 Desember 2017, 2016, 2015, 2014, dan 2013, yang berasal dari laporan keuangan untuk tahun-tahun yang berakhir pada 31 Desember 2017, 2016, 2015, dan 2014 (yang diaudit oleh KAP Siddharta Widjaja & Rekan), dan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2013 (yang diaudit oleh KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan), dengan pendapat wajar tanpa pengecualian untuk laporan keuangan Perseroan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2017, sebagaimana dinyatakan dalam laporan auditor independen tertanggal 26 Februari 2018.

Presented below is a summary of the Company's salient financial data for the five years ended 31 December 2017, 2016, 2015, 2014 and 2013, derived from the financial statements for the years ended 31 December 2017, 2016, 2015, and 2014 (which were audited by KAP Siddharta Widjaja & Rekan) and for the year ended 31 December 2013 (which was audited by KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan), with unqualified opinion for the Company's financial statements for the year ended 31 December 2017, as stated in the independent auditor's report dated 26 February 2018.

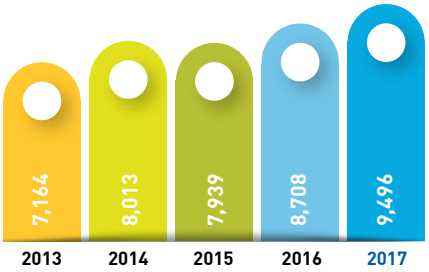
(dalam miliar Rupiah, kecuali disebutkan lain) **URAIAN**	2017	2016	2015	2014	2013	(in billions of Rupiah, unless otherwise specified) **DESCRIPTION**
UNTUK TAHUN BERJALAN						**FOR THE YEAR ENDED**
Penjualan Bersih	41,205	40,054	36,484	34,511	30,757	Net Sales
Harga Pokok Penjualan	(19,985)	(19,595)	(17,835)	(17,304)	(14,979)	Cost of Goods Sold
Laba Bruto	21,220	20,459	18,649	17,207	15,778	Gross Profit
Beban Usaha	(11,724)	(11,751)	(10,710)	(9,194)	(8,614)	Operating Expenses
Laba Usaha	9,496	8,708	7,939	8,013	7,164	Operating Profit
Laba sebelum Pajak Penghasilan	9,372	8,572	7,829	7,928	7,159	Profit before Income Tax
Laba	7,005	6,391	5,851	5,927	5,353	Income for the Year
EBITDA	10,150	9,258	8,444	8,388	7,675	EBITDA
PADA AKHIR TAHUN						**AT THE END OF YEAR**
Aset Lancar	7,942	6,588	6,623	6,337	5,218	Current Assets
Jumlah Aset	18,906	16,746	15,730	14,281	12,704	Total Assets
Liabilitas Jangka Pendek	12,532	10,878	10,128	8,864	7,777	Current Liabilities
Jumlah Liabilitas	13,733	12,042	10,903	9,534	8,636	Total Liabilities
Ekuitas	5,173	4,704	4,827	4,747	4,068	Equity
Modal Kerja Bersih	(4,590)	(4,290)	(3,505)	(2,527)	(2,559)	Net Working Capital
Margin Laba Bruto	51%	51.1%	51.1%	49.9%	51.3%	Gross Profit Margin
Margin Laba Usaha	23%	21.7%	21.8%	23.2%	23.3%	Operating Profit Margin
Margin Jumlah Penghasilan Komprehensif Tahun Berjalan	17%	14.9%	16.1%	17.6%	17.4%	Total Comprehensive Income for the Year Margin
Margin EBITDA	25%	23.1%	23.1%	24.3%	25.0%	EBITDA Margin
Jumlah Saham Beredar (dalam jutaan saham)	7,630	7,630	7,630	7,630	7,630	Number of Outstanding Shares (in millions of shares)
Laba Bersih per Saham Dasar (dalam nilai penuh Rupiah)	918	838	766	776	701	Basic Earnings per Share (in Rupiah full amount)
Pembayaran Dividen per Saham (dalam nilai penuh Rupiah)	870	799	758	707	664	Dividend Paid per Share (in Rupiah full amount)
Jumlah Pembayaran Dividen	6,638	6,096	5,784	5,394	5,066	Total Dividend Paid

(dalam %, kecuali disebutkan lain) **URAIAN**	2017	2016	2015	2014	2013	(in % unless otherwise specified) **DESCRIPTION**
RASIO USAHA						**OPERATING RATIOS**
Laba Usaha terhadap Ekuitas	183.6%	185.1%	164.5%	168.8%	176.1%	Operating Profit to Equity
Jumlah Penghasilan Komprehensif Tahun Berjalan terhadap Ekuitas	137.4%	126.7%	121.5%	127.9%	131.6%	Total Comprehensive Income for the Year to Equity
Laba Usaha terhadap Jumlah Aset	50.2%	52.0%	50.5%	56.1%	56.4%	Operating Profit to Total Assets
Jumlah Penghasilan Komprehensif Tahun Berjalan terhadap Jumlah Aset	37.6%	35.6%	37.3%	42.5%	42.1%	Total Comprehensive Income for the Year to Total Assets
Imbal Hasil atas Aset	39.3%	39.4%	39.0%	43.9%	44.5%	Return on Assets
Imbal Hasil atas Ekuitas	135,4%	135.8%	121.2%	124.9%	136.6%	Return on Equity
RASIO KEUANGAN						**FINANCIAL RATIOS**
Rasio Lancar	63.4%	60.6%	65.4%	71.5%	67.1%	Current Ratio
Jumlah Liabilitas terhadap Ekuitas	265.5%	256.0%	225.9%	200.9%	212.3%	Total Liabilities to Equity
Jumlah Liabilitas terhadap Jumlah Aset	72.6%	71.9%	69.3%	66.8%	68.0%	Total Liabilities to Total Assets

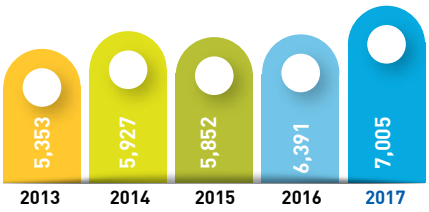
PENJUALAN BERSIH (dalam miliar Rupiah)
NET SALES (in billions of Rupiah)



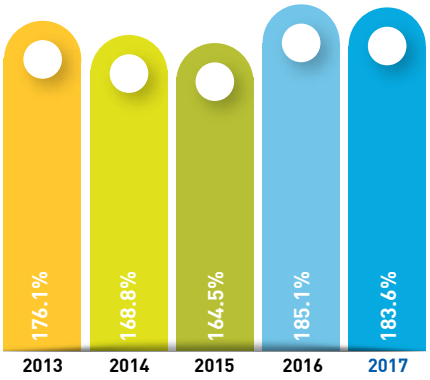
LABA USAHA (dalam miliar Rupiah)
OPERATING PROFIT (in billions of Rupiah)



LABA TAHUN BERJALAN (dalam miliar Rupiah)
INCOME FOR THE YEAR (in billions of Rupiah)



RASIO LABA USAHA TERHADAP EKUITAS (dalam %)
OPERATING PROFIT TO EQUITY RATIO (in %)



Ikhtisar Saham

STOCK HIGHLIGHTS

HARGA SAHAM, VOLUME PERDAGANGAN, DAN NILAI KAPITALISASI PASAR PER TRIWULAN 2016-2017
2016-2017 QUARTERLY SHARE PRICE, TRADING VOLUME AND MARKET CAPITALIZATION

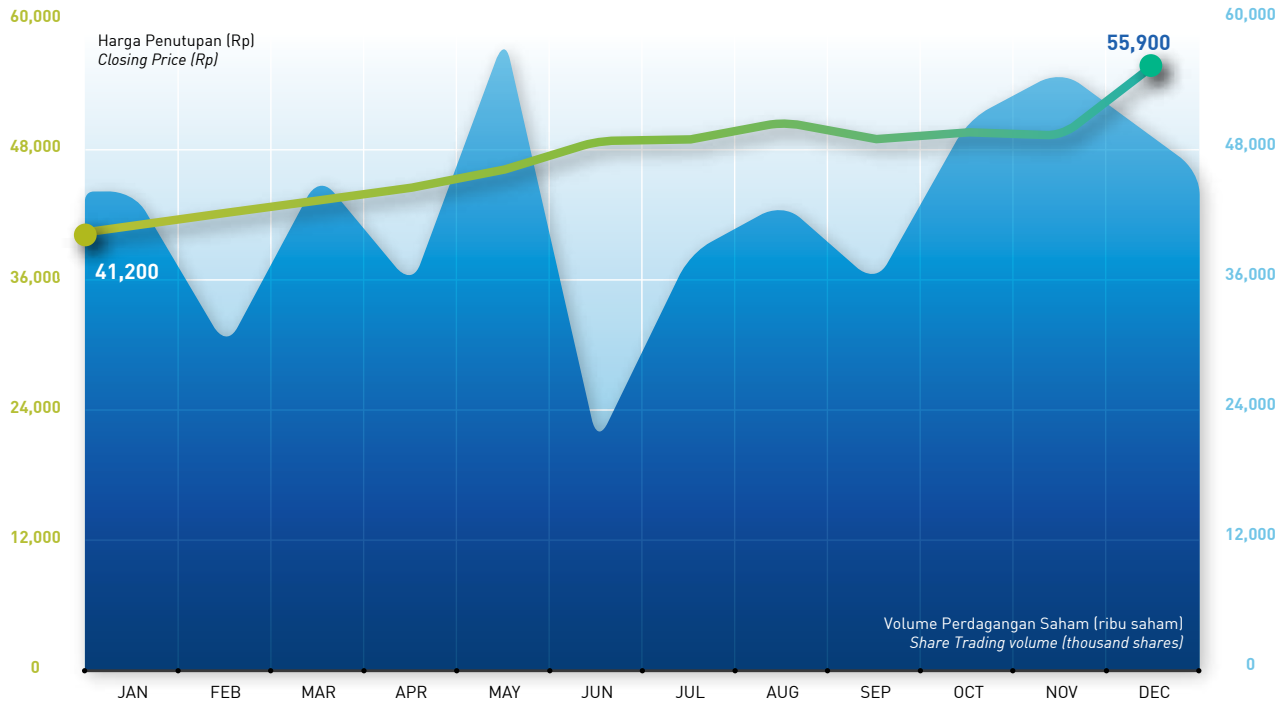
2016					
	Q1	Q2	Q3	Q4	
Tertinggi (Rp)	47,800	47,300	47,800	45,325	Highest (Rp)
Terendah (Rp)	35,300	42,025	43,625	37,825	Lowest (Rp)
Penutupan (Rp)	42,925	45,075	44,550	38,800	Closing (Rp)
Volume Perdagangan (Ribu Saham)	180,452	115,926	154,690	160,001	Trading Volume (Thousand Shares)
Kapitalisasi Pasar (Juta Rp)	327,517,750	343,922,250	339,916,500	296,044,000	Market Capitalization (Million Rp)

2017					
	Q1	Q2	Q3	Q4	
Tertinggi (Rp)	44,200	50,025	51,750	55,975	Highest (Rp)
Terendah (Rp)	38,800	43,400	46,525	48,550	Lowest (Rp)
Penutupan (Rp)	43,325	48,800	48,975	55,900	Closing (Rp)
Volume Perdagangan (Ribu Saham)	120,005	115,130	117,627	152,653	Trading Volume (Thousand Shares)
Kapitalisasi Pasar (Juta Rp)	330,569,750	372,344,000	373,679,250	426,517,000	Market Capitalization (Million Rp)

Sumber: Bursa Efek Indonesia

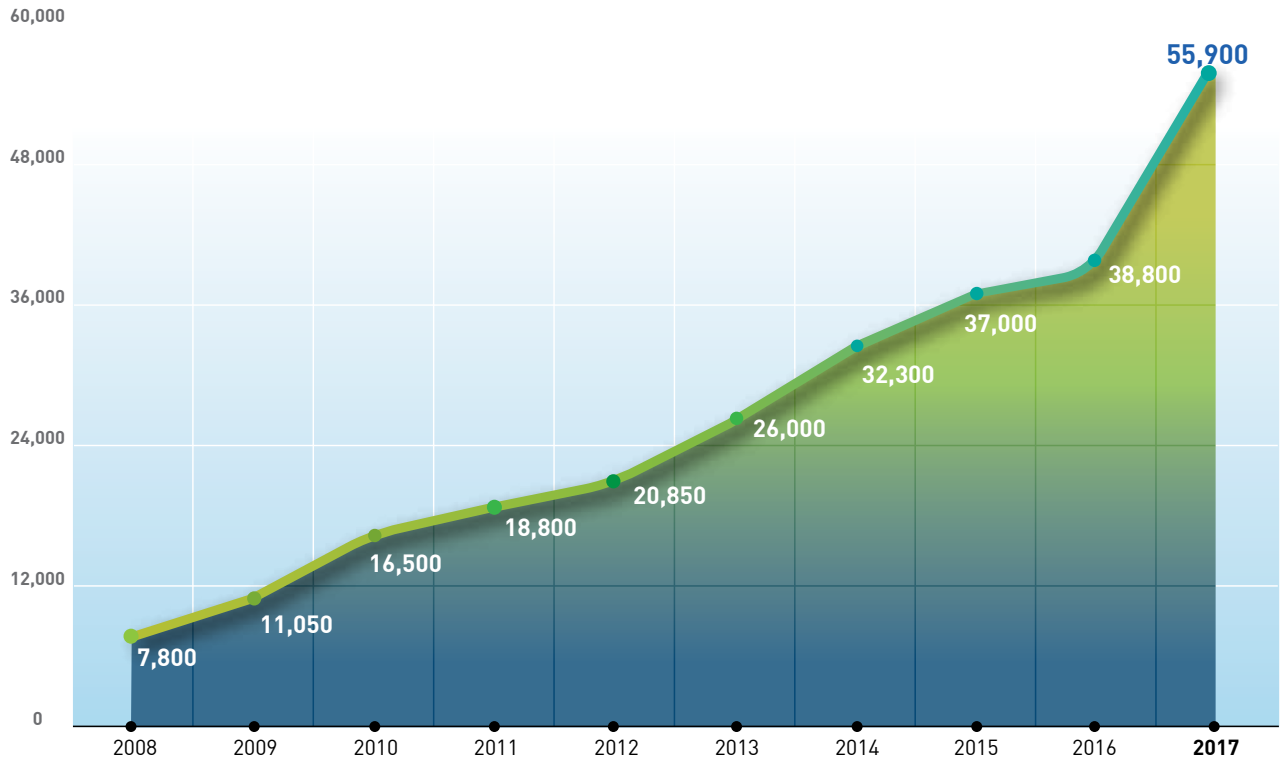
Source: Indonesia Stock Exchange

KINERJA SAHAM 2017
SHARE PERFORMANCE 2017



HARGA SAHAM 10 TAHUN TERAKHIR (AKHIR TAHUN)
10 YEARS SHARE PRICE (END OF YEAR)

dalam Rupiah/in Rupiah



LAPORAN MANAJEMEN
MANAGEMENT REPORT

Laporan Dewan Komisaris 17
REPORT FROM THE BOARD OF COMMISSIONERS

Laporan Direksi 23
REPORT FROM THE BOARD OF DIRECTORS

Disajikan sesuai dengan Kriteria Annual Report Award (ARA) Tahun 2016
Presented in accordance with the 2016 Annual Report Award (ARA) Criteria

DI TENGAH-TENGAH KONDISI YANG PENUH TANTANGAN, UNILEVER INDONESIA MENCATAT PENINGKATAN MARGIN YANG KUAT, YANG MENDUKUNG POSISINYA SEBAGAI PEMIMPIN PASAR.

IN A CHALLENGING OPERATING ENVIRONMENT, UNILEVER INDONESIA DELIVERED STRONG MARGIN PROGRESSION TO BACK UP ITS MARKET LEADERSHIP.

MAURITS DANIEL RUDOLF LALISANG
Presiden Komisaris
President Commissioner

Laporan Dewan Komisaris

REPORT FROM THE BOARD OF COMMISSIONERS

Di tengah-tengah kondisi yang penuh tantangan, Unilever Indonesia mencatat peningkatan margin yang kuat, yang mendukung posisinya sebagai pemimpin pasar. Pada saat yang sama, Perseroan meluncurkan sejumlah inisiatif transformasional untuk membangun bisnis yang lebih ramping, lincah, dan tangguh untuk masa depan.

EKONOMI

Perekonomian Indonesia terus menunjukkan tanda-tanda pemulihan, dengan percepatan pertumbuhan PDB ke angka 5,1% yang ditunjang oleh penguatan harga komoditas, dan peningkatan ekspor. Dengan didukung oleh kebijakan ekonomi, dan moneter pemerintah yang bijaksana serta peningkatan investasi, nilai tukar menjadi lebih stabil, dan inflasi dapat ditekan di angka yang cukup rendah yakni 3,6%. Namun, laju pertumbuhan ini terhambat oleh lemahnya konsumsi rumah tangga. Meskipun kepercayaan konsumen masih relatif tinggi, kami melihat terjadinya pergeseran dalam pola belanja. Konsumen pada segmen menengah ke bawah mengubah skala prioritas dalam berbelanja akibat meningkatnya biaya hidup dan kenaikan upah yang tidak setinggi biasanya. Sementara itu segmen menengah ke atas cenderung lebih memilih untuk menabung dan membelanjakan uangnya di sektor hiburan dan kesenangan. Hal ini menyebabkan dampak signifikan pada pertumbuhan pasar, yang hanya mencapai 2,0% di tahun 2017.

PENILAIAN ATAS KINERJA DIREKSI

Kami sangat menghargai upaya Direksi dalam mengendalikan Perseroan melalui masa-masa sulit ini. Sejalan dengan tujuan yang telah disepakati pada akhir tahun 2016, manajemen berfokus pada empat strategi pendorong pertumbuhan – daya saing utama, transformasi portofolio, penyempurnaan proses, dan optimalisasi talenta – untuk menghasilkan pertumbuhan yang konsisten, kompetitif, menguntungkan, dan berkelanjutan. Kami percaya bahwa Perseroan telah mencapai kemajuan yang signifikan pada keempat hal tersebut.

Kinerja pasar di 2017 jelas merupakan pertanda bahwa perilaku konsumen tidak dapat lagi diabaikan. Kekuatan digitalisasi, dan peningkatan daya beli memberi pilihan yang semakin luas lagi bagi konsumen mengenai apa, kapan, di mana, dan bagaimana cara mereka berkonsumsi. Oleh karenanya, sangat penting bagi kami untuk tetap dekat dengan konsumen dengan terus mencari cara untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik lagi. Oleh karena itu, kami mendorong manajemen untuk mengkaji ulang cara berbisnis yang selama ini dilakukan dan mempelajari cara untuk merespons tren, dan kondisi baru ini dengan lebih efektif dan lebih cepat. Kami gembira bahwa mereka telah meluncurkan atau mempercepat implementasi sejumlah prakarsa untuk memperkuat portofolio, meningkatkan ketangkasan seluruh lini bisnis, dan meningkatkan daya saing kami di pasar. Tindakan ini berhasil menciptakan pertumbuhan pendapatan sebesar 2,9%, yang walaupun di bawah ekspektasi kami, namun secara signifikan berada di atas rata-rata kinerja di pasar tahun ini.

In a challenging operating environment, Unilever Indonesia delivered strong margin progression to back up its market leadership. At the same time, a number of transformative initiatives have resulted in a more streamlined, agile and resilient business for the future.

ECONOMY

Indonesia's economy continued to show signs of recovery, with GDP growth accelerating to 5.1% on the back of strengthening commodity prices and rising exports. Supported by the government's prudent economic and monetary policies, investment increased, the currency stabilised and headline inflation remained reasonably low at 3.6%. However, the pace of growth was held back by weak household consumption. While consumer confidence has remained relatively high, we have witnessed distinct shifts in spending patterns as consumers in the mid to lower segment adjusted their priorities in response to rising living costs and slower wage growth, while the mid to upper segment has shown a preference for saving and leisure consumption. This has had a significant impact on market growth, which managed only 2.0% in 2017.

EVALUATION OF THE BOARD OF DIRECTORS' PERFORMANCE

We greatly appreciate the Board of Directors' efforts to navigate the Company through this challenging period. In line with the objectives agreed at the end of 2016, the management focused on four strategic drivers – core competitiveness, portfolio transformation, process improvement and talent optimisation—to deliver consistent, competitive, profitable and sustainable growth. We believe that significant progress has been made against each of these.

The performance of the market in 2017 sent a clear signal that we can no longer take consumer behaviour for granted. As the dual forces of digitalisation and growing affluence give people ever greater choice over what, when, where and how they consume, it is more important than ever that we stay close to our consumers by finding opportunities to serve them better. We therefore encouraged the management to challenge the norms of how we do business and learn how to respond more effectively, and more rapidly, to these new trends and new realities. We are pleased to note that they introduced or accelerated a number of initiatives that have strengthened the portfolio, driven agility throughout the business and enhanced our competitiveness in the market. These actions helped to deliver a solid revenue growth of 2.9%, which, although below our expectations, significantly outperformed the market in a tough operating year.

Pada saat yang sama, manajemen mencatatkan pertumbuhan keuntungan sebesar 9,6% sepanjang tahun dibanding tahun sebelumnya, dengan menerapkan manajemen biaya, menyederhanakan proses bisnis, dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, dan efektivitas operasional.

Direksi juga terus memperkuat penerapan tata kelola perusahaan dalam pengelolaan bisnis, dan meningkatkan akuntabilitas secara keseluruhan, sebagaimana antara lain tercermin dari membaiknya kinerja Perseroan di dalam ASEAN GCG Scorecard dan Annual Report Awards.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor di atas, secara keseluruhan kami merasa puas dengan pengelolaan yang dilaksanakan Direksi Perseroan sepanjang tahun.

PENGAWASAN DAN REKOMENDASI DALAM IMPLEMENTASI STRATEGI

Sebagai Komisaris, kami menjalankan tanggung jawab untuk mengawasi pelaksanaan strategi perusahaan sepanjang tahun. Pada tahun 2017, kami mengadakan 6 pertemuan formal dengan Direksi dimana kami membahas kemajuan pada masing-masing inisiatif strategis, masalah tata kelola perusahaan, risiko, dan peluang, serta memberikan saran terkait diluncurkannya prakarsa global, antara lain *Connected for Growth*. Pada kuartal terakhir, kami memberikan pertimbangan dalam penyusunan strategi tahun 2018. Kami juga mendorong manajemen untuk memanfaatkan berbagai keahlian anggota Dewan Komisaris. Sepanjang tahun 2017, para direktur telah beberapa kali berkonsultasi secara individual dengan para anggota dewan komisaris untuk mendapatkan pertimbangan mereka mengenai hal-hal yang spesifik dengan keahlian komisaris tersebut.

Selain pengawasan langsung , kami juga melakukan pengawasan melalui Komite Audit dan Komite Nominasi, dan Remunerasi, yang memberikan informasi mengenai pengungkapan laporan keuangan, manajemen risiko, pengendalian internal, kepatuhan, dan perencanaan suksesi Perseroan.

SARAN KEPADA DIREKSI

Dewan Komisaris memberikan saran dan rekomendasi kepada Direksi melalui 6 pertemuan gabungan yang terjadwal untuk menangani hal-hal spesifik dan melalui beberapa pertemuan informal serta konsultasi.

Saran yang diberikan mencakup berbagai topik, termasuk:
- Implementasi strategi global;
- Manajemen risiko;
- Peluang bisnis baru.

PENILAIAN PELAKSANAAN TATA KELOLA PERUSAHAAN

Agar dapat tumbuh secara berkelanjutan, kami harus bisa mendapat, dan menjaga kepercayaan konsumen, para pemegang saham, dan seluruh pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, Perseroan mematuhi semua persyaratan hukum, dan berupaya memenuhi standar tertinggi dalam tata kelola perusahaan dengan terus memperkuat proses, kontrol, dan standar untuk memastikan bahwa kepentingan semua pemangku kepentingan dilindungi dengan baik.

At the same time, the management delivered a commendable 9.6% year-on-year growth in profit by driving cost management, streamlining business processes and leveraging technologies to improve operational efficiency and effectiveness.

The Board of Directors has also continued to strengthen the application of corporate governance in its management of the business and improved overall accountability, as reflected in the Company's improved performance on the ASEAN GCG Scorecard and the Annual Report Awards, among others.

Taking the factors above into consideration, we are satisfied with the Board of Directors' overall management of the Company during the year.

SUPERVISION OF AND RECOMMENDATIONS ON STRATEGY IMPLEMENTATION

As Commissioners, we exercise our responsibility to oversee the management's execution of corporate strategies year round. In 2017 we had 6 formal meetings with the Board of Directors during which we discussed progress on each of the strategic initiatives, governance issues, risks and opportunities, and advised on the roll out of global initiatives, such as Connected for Growth, among other matters. In the last quarter, we provided our considerations on the development of the strategy for 2018. We also encourage the management to benefit from the wealth of expertise among the Board members, and in 2017 the Directors consulted individual commissioners several times for their advice on specific issues related to that expertise.

In addition to this direct supervision, we also exercise oversight through the work of the Audit Committee and the Nomination and Remuneration Committee, who keep us informed of the status of the Company's financial disclosures, risk management, internal control, compliance and succession planning.

ADVICE TO THE BOARD OF DIRECTORS

The Board of Commissioners provided advice and recommendations to the Board of Directors through 6 scheduled joint meetings to address specific matters, and several informal meetings and consultations.

The advice covered various topics, including:
- The implementation of global strategies;
- Risk management;
- New business opportunities.

ASSESSMENT OF CORPORATE GOVERNANCE IMPLEMENTATION

To grow sustainably, our business must earn and keep the trust of our consumers, shareholders and other stakeholders. The Company therefore complies with all statutory requirements and seeks to adhere to the highest standards of corporate governance by continually strengthening the comprehensive framework of processes, controls and standards that assure all our stakeholders that their interests are properly protected.

Kinerja Perseroan dalam tata kelola perusahaan dikaji setiap tahun dengan memakai tolok ukur ASEAN GCG Scorecard melalui penilaian independen oleh Indonesian Institute of Corporate Directorship (IICD). Pada tahun 2017, Perseroan mengalami peningkatan dari posisi 30 besar perusahaan dengan nilai tertinggi di Indonesia ke posisi 20 besar, dimana hal ini menunjukkan bahwa perbaikan signifikan telah dilakukan pada aspek-aspek utama dalam praktik tata kelola perusahaan. Selama tahun ini, IICD juga menilai kepatuhan Perseroan terhadap pedoman OJK mengenai tata kelola perusahaan publik. Rekomendasi OJK, serta masukan dari AGCSG, tengah ditindaklanjuti.

Perseroan juga menjalani Global Corporate Audit pada tahun 2017. Penilaian awal untuk kami adalah 'Memuaskan', dan kami akan melaksanakan rekomendasi selama tahun depan setelah kami menerima laporan terperinci.

Dengan bangga kami mencatatkan bahwa Perseroan memenangkan beberapa penghargaan untuk tata kelola pada tahun 2017, termasuk *Indonesia's Most Admired CEO, Indonesia's Most Powerful Companies, Indonesia's Corporate Secretary*, dan *Indonesia's Corporate Reputation* dari Warta Ekonomi, dan CFO Terbaik Indonesia dari Majalah SWA. Perseroan juga berhasil meraih penghargaan pemenang ketiga Indonesia Annual Report Award dalam kategori *non-financial listed private*. Pengakuan ini merupakan bukti tingkat kepercayaan publik yang tinggi terhadap Perseroan. Kami mengucapkan selamat kepada seluruh pihak yang terlibat.

Komite Dewan memainkan peran penting dalam memantau dan mengelola risiko yang dihadapi Perseroan. Komite Audit melaporkan kepada Dewan Komisaris mengenai pengawasan atas pengungkapan laporan keuangan, audit internal, pengendalian internal, dan proses manajemen, dan risiko, serta terhadap kemajuan audit eksternal. Sementara itu, Komite Nominasi, dan Remunerasi menyelesaikan proses peninjauan gaji, membuat rekomendasi mengenai paket remunerasi, dan mengidentifikasi serta merekomendasikan calon untuk suksesi manajemen. Kami merasa puas bahwa kedua Komite tersebut melaksanakan tanggung jawab mereka sepenuhnya sepanjang tahun.

Peraturan Unilever tentang Pedoman Prinsip Bisnis (Code of Business Principles), dan Peraturan Kebijakan yang menyertainya, menetapkan standar perilaku yang diharapkan dapat dilaksanakan oleh seluruh pihak di dalam Perseroan. Bersama manajemen, kami bertanggung jawab dalam memimpin pelaksanaan ini dengan memberi teladan untuk memastikan bahwa standar tersebut telah diterapkan tanpa kecuali di seluruh lini Perseroan. Menyadari pentingnya menyediakan sarana, dan pengetahuan yang tepat untuk mendukung kepatuhan, Perseroan menyelenggarakan sejumlah pertemuan, dan lokakarya sepanjang tahun, termasuk sesi dengan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK).

SISTEM WHISTLEBLOWING

Sistem *whistleblowing* Perseroan (WBS) menawarkan berbagai saluran bagi karyawan untuk melaporkan kesalahan atau pelanggaran terhadap Peraturan, dan Kebijakan, dengan dilindungi oleh kerahasiaan penuh jika diperlukan. Semua laporan tersebut dikaji, dan jika ditemukan adanya potensi pelanggaran, akan dilakukan penyelidikan oleh tim Integritas Bisnis.

The Company's performance on corporate governance is benchmarked annually against the ASEAN GCG Scorecard through an independent assessment by the Indonesian Institute of Corporate Directorship (IICD). In 2017, the Company rose from the top 30 highest scoring companies in Indonesia to the top 20, indicating that significant improvements have been made in key aspects of governance practices. During the year the IICD also assessed the Company's compliance with the OJK's own guidelines on governance for public companies, and their recommendations, as well as the feedback from the AGCGS, are being followed up.

The Company also underwent a Global Corporate Audit in 2017. We were given a preliminary 'Satisfactory' opinion, and will implement the recommendations over the coming year when we receive the detailed report.

We are proud to note that the Company won several awards for governance in 2017, including Indonesia's Most Admired CEO, Indonesia's Most Powerful Companies, Indonesia's Corporate Secretary and Indonesia's Corporate Reputation from Warta Ekonomi, and Indonesia's Best CFO from SWA Magazine. The Company also placed third in the Indonesia Annual Report Awards in the non-financial private listed category. This recognition is a further testament to the high level of public trust in the Company and we congratulate everyone involved.

The Board Committees play a vital role in monitoring and managing the risks the Company is exposed to. The Audit Committee reported to the Board of Commissioners on its oversight of financial disclosures, internal audit, internal control and risk and management processes, as well as on the progress of the external audit. Meanwhile, the Nomination and Remuneration Committee completed the process of salary review, made recommendations on the remuneration package and identified and recommended candidates for management succession. We are satisfied that both Committees exercised their responsibilities fully during the year.

Unilever's Code of Business Principles and the accompanying Code Policies set out the standards of conduct that everyone in the Company is expected to live up to. With the management, we are responsible for leading by example to ensure that these standards are applied, without exception, throughout the Company. Providing people with tools and know-how to support compliance is important, and to this end a number of meetings and workshops, including a session with the Anti-Corruption Commission (KPK), were held during the year.

WHISTLEBLOWING SYSTEM

The Company's whistleblowing system (WBS) offers multiple channels for employees to report any misconduct or breaches of the Code and the Code Policies, in complete confidence if necessary. All such reports are assessed, and, if found to have merit, investigated by the Business Integrity team.

Erry Firmansyah | Hikmahanto Juwana | Maurits Daniel Rudolf Lalisang | Mahendra Siregar | Cyrillus Harinowo

DEWAN KOMISARIS
Board of Commissioners

Di setiap pertemuan Komite Audit, kepala tim Integritas Bisnis memberikan laporan tentang pemanfaatan WBS, termasuk jumlah, dan status laporan yang diterima. Komite Audit memberikan masukan, dan arahan untuk WBS. Komite Audit dipimpin oleh salah satu Komisaris Independen kami, yang melaporkan perkembangan WBS ke Direksi. Dengan cara ini, Dewan Komisaris berperan dalam mengawasi, dan mengarahkan pelaksanaan WBS melalui Komite Audit. Hasil dari pemantauan kami menunjukan bahwa WBS Perseroan secara umum telah berfungsi secara memuaskan. Namun, berdasarkan rekomendasi kami, WBS telah diperkuat dengan penambahan saluran pelaporan baru di tahun 2017.

The Head of the Business Integrity team reports on the functioning of the WBS, including the number and status of reports received, at every meeting of the Audit Committee, which provides input and direction for the WBS. The Audit Committee is chaired by one of our Independent Commissioners, who reports any significant developments in the WBS back to the Board. In this way, the Board of Commissioners plays a role in the oversight and guidance of the WBS through the Audit Committee. We are satisfied, based on this oversight, that the Company's WBS is generally fulfilling its intended purpose. However, on the basis of our recommendations, the WBS was strengthened with the addition of new reporting channels in 2017.

TANGGUNG JAWAB DAN KEBERLANJUTAN

Kami percaya bahwa di dunia yang menghadapi tantangan besar seperti kemiskinan, perubahan iklim, kesehatan, dan sanitasi, serta polusi, bisnis harus menjadi bagian dari solusi. Oleh karena itu, bisnis kami memiliki satu tujuan: memasyarakatkan cara hidup yang berkelanjutan. Kami percaya bahwa melalui tujuan ini, kami dapat mempercepat pertumbuhan bisnis, mengurangi jejak lingkungan, dan meningkatkan dampak sosial kami. Berbagai prakarsa kami, dan dampak positifnya terhadap jutaan orang, dan komunitas di seluruh Indonesia serta terhadap lingkungan, dijelaskan pada bagian 'Keberlanjutan' dari laporan tahunan ini.

RESPONSIBILITY AND SUSTAINABILITY

We believe that in a world facing great challenges such as poverty, climate change, health and sanitation and pollution, business has to be part of the solution. Our business is therefore driven by a purpose: to make sustainable living commonplace. We believe that through this purpose, we can accelerate business growth, reduce the environmental footprint of the business and increase our social impact. Our initiatives, and the positive impact they are having on millions of people and communities across Indonesia and on the environment, are described in the 'Sustainability' section of this annual report.

PANDANGAN TERHADAP PROSPEK BISNIS

Sebagian besar proyeksi bisnis menempatkan pertumbuhan Indonesia pada kisaran 5,3-5,4% pada tahun 2018, didorong oleh kenaikan harga komoditas, dan investasi serta sedikit peningkatan dalam pengeluaran rumah tangga karena pulihnya kepercayaan konsumen. Walaupun proyeksi ini relatif lebih positif, manajemen memperkirakan bahwa pola, dan pilihan belanja konsumen akan tetap berubah-ubah, setidaknya dalam jangka pendek, dan bahwa persaingan untuk menangkap peluang pasar akan semakin meningkat. Namun, kami melihat masih adanya potensi yang sangat besar di pasar Indonesia dalam jangka panjang, dengan berkembangnya populasi usia produktif, meningkatnya kemakmuran, dan rendahnya tingkat konsumsi, yang semuanya menawarkan peluang yang luar biasa untuk pertumbuhan yang berkelanjutan, dan menguntungkan.

Oleh karena itu, Perseroan akan terus berfokus untuk memperkuat daya saing utama, mentransformasi portofolio secara strategis melalui berbagai inovasi, dan optimalisasi, mendorong disiplin biaya, dan efisiensi di setiap tahap rantai pasokan, dan berinvestasi pada sumber daya manusia guna menciptakan tim yang lebih gesit, saling terhubung, inovatif, dan berjiwa wirausaha.

Kami mendukung analisis manajemen terhadap prospek Perseroan di tahun 2018, dan kami percaya bahwa strategi yang telah dijabarkan di atas akan memperkuat daya saing Perseroan, menciptakan nilai lebih dan menumbuhkan marjin secara konsisten sepanjang tahun depan.

PERSPECTIVE ON PROSPECTS

Most projections put Indonesia's growth in the 5.3-5.4% range in 2018, driven by rising commodity prices and investment as well as a slight uptick in household spending as consumer confidence is restored. Against this more positive outlook, the management believes that consumer spending patterns and preferences will remain volatile, at least in the short term, and that competition to capture market opportunities will intensify. However, there is still enormous potential in Indonesia's market over the long term, as the country's young and growing population, steadily rising affluence and current low level of consumption offer tremendous opportunities for sustainable and profitable growth.

The Company will therefore continue to focus on strengthening core competitiveness, strategically transforming the portfolio through innovation and optimisation, driving cost discipline and efficiency at every stage of the supply chain, and investing in people to create a more agile, connected, innovative and entrepreneurial team going forward.

We support the management's analysis of the Company's prospects in 2018 and we believe that the strategy outlined above will strengthen the Company's underlying competitiveness, unlocking consistent value and margin growth over the next year.

PERUBAHAN DALAM DEWAN KOMISARIS

Tidak ada perubahan dalam komposisi Dewan Komisaris pada tahun 2017. Namun, saya ingin menyambut dua Direktur baru yaitu Bapak Jochanan Senf dan Ibu Ira Noviarti, yang bergabung dalam Direksi pada perjalanan tahun 2017.

CHANGES IN THE BOARD OF COMMISSIONERS

There were no changes in the composition of the Board of Commissioners in 2017. I would, however, like to welcome the two new Directors, Mr. Jochanan Senf and Mrs. Ira Noviarti, who joined the Board during the year.

APRESIASI

Sebagai penutup, atas nama Dewan Komisaris, saya ingin menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada setiap karyawan Unilever Indonesia atas kerja keras dan komitmen mereka terhadap tujuan Perseroan di sepanjang tahun. Terima kasih juga saya sampaikan kepada para pemegang saham dan seluruh pemangku kepentingan atas dukungan yang telah diberikan terhadap Perseroan. Kami tetap sangat yakin akan potensi bisnis dalam menciptakan nilai secara berkelanjutan ke depannya.

APPRECIATION

In closing, on behalf of the Board of Commissioners I would like to express my appreciation to all Unilever Indonesia's people for their hard work during the year and their ongoing commitment to the Company's goals. Our thanks are also due to the shareholders and stakeholders for your support. We remain very confident in the potential of the business to deliver sustainable value as we move forward.

Atas nama Dewan Komisaris
On behalf of the Board of Commissioners
Tangerang, 24 April 2018

MAURITS DANIEL RUDOLF LALISANG
Presiden Komisaris | President Commissioner

TAHUN INI MERUPAKAN TAHUN YANG PENUH TANTANGAN, NAMUN JUGA MENGHADIRKAN PELUANG YANG SANGAT BESAR. PERUSAHAAN KAMI, DAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI PADA UMUMNYA, HARUS MENGHADAPI PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN YANG BELUM PERNAH TERJADI SEBELUMNYA.

THIS HAS BEEN A CHALLENGING YEAR, BUT ONE OF TREMENDOUS OPPORTUNITY. OUR COMPANY, AND THE CONSUMER GOODS INDUSTRY IN GENERAL, HAS HAD TO ENGAGE WITH UNPRECEDENTED SHIFTS IN CONSUMER BEHAVIOUR.

HEMANT BAKSHI
Presiden Direktur
President Director

Laporan Direksi

REPORT FROM THE BOARD OF DIRECTORS

Tahun ini merupakan tahun yang penuh tantangan, namun juga menghadirkan peluang yang sangat besar. Perseroan kami, dan industri barang konsumsi pada umumnya, harus menghadapi perubahan perilaku konsumen yang belum pernah terjadi sebelumnya. Salah satu dampaknya adalah terjadi stagnasi dalam pembelanjaan oleh konsumen di 2017. Dalam situasi seperti ini, kami meninjau kembali berbagai hal yang kami lakukan, dan kami mempelajari, membuat prioritas, dan melakukan berbagai perbaikan yang akan menjadikan Perseroan lebih kuat dan lebih tangguh lagi di masa depan.

This has been a challenging year, but one of tremendous opportunity. Our Company, and the consumer goods industry in general, has had to engage with unprecedented shifts in consumer behaviour, one outcome of which was a stagnation of consumer spending in 2017. Amid these conditions, we seized the opportunity to challenge a lot of the things we do, to learn, to prioritise and to make improvements that will make our Company stronger and more resilient in future.

KONDISI EKONOMI DI TAHUN 2017

Beberapa indikator makroekonomi menunjukkan bahwa 2017 merupakan tahun yang positif bagi Indonesia. Pertumbuhan PDB mengalami sedikit peningkatan menjadi 5,1% dibanding tahun sebelumnya dengan didorong oleh pemulihan harga komoditas, yang menghasilkan peningkatan ekspor. Hal tersebut, ditambah dengan meningkatnya arus masuk investasi, berkontribusi menurunkan defisit rekening koran negara. Pemerintah terus mempercepat belanja, terutama dalam hal infrastruktur. Kebijakan makroekonomi dan moneter yang seksama juga membantu menjaga stabilitas Rupiah, yang ditutup pada sekitar Rp13.500 terhadap Dolar AS. Inflasi juga terkendali pada angka 3,7%. Namun, di tengah kondisi yang relatif kondusif ini, pertumbuhan konsumsi pribadi tetap di bawah 5% (Sumber: Bloomberg).

Belanja konsumen terkena imbas dari pertumbuhan pendapatan yang lebih lambat disebabkan oleh penurunan kenaikan gaji menjadi sekitar 8% di tahun 2017, dibandingkan dengan 15-20% pada 2-3 tahun sebelumnya. Segmen berpenghasilan rendah dan menengah juga menghadapi kenaikan biaya hidup, terutama kenaikan tarif listrik dan biaya pendidikan, dan terpaksa mengubah prioritas dalam membelanjakan uangnya. Sementara itu, segmen menengah ke atas juga tetap berhati-hati dalam konsumsi, yakni lebih memilih untuk menabung. Pada saat yang sama, kami melihat kecenderungan belanja yang lebih tinggi untuk sektor telekomunikasi, hiburan dan liburan. Akibatnya, pertumbuhan pasar di sektor barang konsumsi (FMCG) turun ke tingkat terendah selama lebih dari satu dekade: FMCG di Indonesia tumbuh hanya 2,0% di tahun 2017, dibandingkan pertumbuhan sebesar 7,7 % pada tahun 2016 dan 11,5% pada tahun 2015 (setahun penuh).

ECONOMIC CONDITIONS IN 2017

On several macroeconomic indicators, 2017 was a positive year for Indonesia. GDP growth saw a modest increase to 5.1% year-on-year, driven by a recovery in certain commodity prices, which in turn delivered an improved export performance. This, together with rising investment inflows, contributed to a reduction of the country's current account deficit. The government continued to accelerate spending, particularly on infrastructure. Prudent macroeconomic and monetary policies helped maintain stability in the Rupiah, which closed the year at around Rp 13,500 against the US Dollar, and inflation was under control at 3.7%. Set against these relatively conducive conditions, however, private consumption growth has remained below 5% (Source: Bloomberg).

Consumer spending has come under pressure from slower income growth as salary inflation slipped to around 8% in 2017, compared to 15-20% over the previous 2-3 years. Low- to middle-income groups have also faced rising living costs, driven particularly by hikes in electricity tariffs and education fees, and have been forced to shift their spending priorities. The mid to upper segment, meanwhile, has been cautious on consumption, opting to put their money in savings instead. At the same time, we are seeing a trend towards higher spending on telecommunications, entertainment and leisure. As a result, market growth in the fast-moving consumer goods (FMCG) sector has dropped to its lowest level for more than a decade: FMCG in Indonesia grew by just 2.0% in 2017, in contrast to 7.7% growth in 2016 and 11.5% in 2015 (full year).

1) AC Nielsen Indonesia Retail Audit, reported in Tightfisted consumers are squeezing Indonesia's economy, Nikkei Asian Review, Desember 2017.
AC Nielsen Indonesia Retail Audit, reported in Tightfisted consumers are squeezing Indonesia's economy, Nikkei Asian Review, December 2017.

PENCAPAIAN DIBANDINGKAN DENGAN TARGET DAN HASIL TAHUN SEBELUMNYA

Dengan dukungan yang kuat dari Dewan Komisaris dalam membentuk dan meninjau strategi Perseroan sepanjang tahun, kami dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan operasional yang penuh tantangan dan senantiasa dekat dengan konsumen. Berkat dua hal tersebut, kami dapat mewujudkan komitmen untuk menciptakan nilai yang tinggi serta tumbuh secara kompetitif. Pendapatan akhir tahun kami sebesar Rp41,2 triliun merupakan perwujudan pertumbuhan sebesar 2,9% dibanding tahun lalu. Hasil tersebut masih lebih rendah jika dibandingkan sejarah pertumbuhan Perseroan dan target kami sendiri. Namun, dibandingkan pertumbuhan rata-rata FMCG di Indonesia yakni sebesar 2,7%, kami tetap tumbuh di atas pasar.

Walaupun ada kendala dalam pertumbuhan penjualan, kami berhasil meraih peningkatan margin yang kuat di seluruh lini bisnis dengan meningkatkan efisiensi biaya dan kegesitan dalam menghadapi tantangan. Hasilnya, kami berhasil mencapai laba kotor sebesar Rp7 triliun untuk tahun 2017, atau meningkat sebesar 9,6% dibandingkan tahun 2016. Menurunnya harga gula kelapa, salah satu bahan baku utama kami, serta penerapan lindung nilai yang seksama, juga memberi dampak positif pada pertumbuhan margin kami.

Kami membuat banyak kemajuan dalam beberapa hal lain yang penting bagi tujuan dan sasaran perusahaan kami. Kami terus berinvestasi di Indonesia, dengan belanja modal untuk perluasan teknologi dan kapasitas di Surabaya dan Cikarang mencapai Rp1,7 triliun pada tahun 2017. Termasuk di dalamnya adalah investasi 7 juta euro pada pabrik daur ulang baru untuk mengatasi masalah limbah kemasan yang dibuang setelah dipakai oleh konsumen. Penyelesaian masalah limbah pasca konsumsi tersebut merupakan salah satu target penting dalam Unilever Sustainable Living Plan. Selain itu, 40% dari omset bisnis kami di tahun 2017 berasal dari brand-brand yang memiliki misi keberlanjutan.

TANTANGAN

Tantangan utama bagi bisnis kami di tahun 2017 adalah rendahnya tingkat konsumsi rumah tangga, yang telah melemahkan pertumbuhan industri barang konsumsi di Indonesia. Hal ini sebagian disebabkan oleh menurunnya daya beli konsumen di kalangan konsumen menengah ke bawah karena faktor rendahnya kenaikan upah dan tarif utilitas yang tinggi. Di lain pihak, kami juga melihat adanya faktor-faktor yang biasanya meningkatkan konsumsi, seperti inflasi dan suku bunga yang rendah. Oleh karena itu, menurunnya belanja rumah tangga mungkin merupakan indikasi pergeseran pola konsumsi dalam jangka panjang, di mana masyarakat makin memilih untuk menabung, serta meningkatnya tren belanja untuk gaya hidup dan pada produk-produk telekomunikasi.

Kami berusaha mengurangi dampak dari situasi ini melalui sejumlah strategi dan inisiatif yang telah dijelaskan di atas.

PELAKSANAAN STRATEGIS

Dalam situasi tersebut, strategi kami untuk tahun 2017 adalah menciptakan nilai lebih bagi konsumen, dan pada saat yang sama mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan dan menguntungkan. Untuk mencapai sasaran tersebut, kami berfokus pada lima arah strategis:

ACHIEVEMENTS COMPARED TO TARGETS AND PREVIOUS YEAR'S RESULTS

With the Board's strong support in shaping and reviewing the Company's strategy over the year, we were able to adjust to the challenging operating environment and stay close to our consumers, enabling us to deliver on our commitment to give great value and competitive growth. Our year-end revenue of Rp41.2 trillion represented a top line growth of 2.9% year-on-year. Set against historical trends and our own expectations, this was lower than anticipated. However, against the FMCG growth in Indonesia of 2.7%, we are growing ahead of the market.

Despite the constraints on sales growth, we were able to deliver strong margin progression across the business by driving cost discipline and agility. This enabled us to achieve a gross profit of Rp7 trillion for 2017, or increase 9.6% compared to 2016. Lower prices for coconut sugar, one of our key raw materials, as well as prudent hedging, also had a favourable impact on our margin growth.

We made notable progress on several other indicators that are fundamental to our corporate purpose and goals. We continued to invest in Indonesia, as our capital expenditure on technology and capacity expansion in Surabaya and Cikarang reached Rp1.7 trillion in 2017. This included a €7 million investment in a new recycling plant that addresses the challenge of post-consumer packaging waste, an important target in our Unilever Sustainable Living Plan. In addition, 40% of the turnover of our business in 2017 came from brands that have a sustainable living purpose.

CHALLENGES

The principal challenge for our business in 2017 was the low level of household consumption, which has put pressure on consumer goods industry growth in Indonesia. This may be partly attributable to declining purchasing power among the mid- to lower-income consumer segment as they contend with weaker wage growth and high utility tariffs. However, as the factors that typically support spending, such as low inflation and low interest rates, seem to be positive, we believe that the subdued household expenditure may be indicative of a longer-term shift in consumption patterns, in which the growing preference for saving, the upward trend in lifestyle spending and investment in telecommunication-related products may all be playing a part.

We attempted to mitigate the impact of these challenges through the strategies and initiatives described below.

STRATEGIC EXECUTION

Against this backdrop, our strategy for the year was to create more value for our consumers while driving sustainable and profitable growth. To achieve this, we focused on five strategic directions:

- Daya saing utama;
- Transformasi portofolio;
- Perbaikan proses ;
- karyawan;
- Masa depan yang berkelanjutan.

Kami telah mengidentifikasi tujuh prakarsa utama yang mendukung pelaksanaan strategi ini di tahun 2017. Setiap prakarsa menggarap satu peluang utama untuk membangun bisnis yang lebih kuat di masa mendatang.

Tiga prakarsa pertama difokuskan pada peluang-peluang untuk mendorong pertumbuhan penjualan.

1. **Transformasi portofolio:** di tengah kompetisi yang intensif, sangat penting bagi kami untuk tetap dekat dengan konsumen. Pada tahun 2017, kami meninjau kembali strategi masing-masing kategori dan membahas apakah strategi tersebut telah memenuhi kebutuhan setiap segmen konsumen, terutama pada kelas ekonomis dan premium. Dari sana, kami mengidentifikasi berbagai peluang untuk mengisi kebutuhan yang belum terpenuhi melalui peluncuran produk baru, seperti Pureline Hijab Fresh, yaitu inovasi perawatan tubuh untuk memenuhi kebutuhan perempuan berhijab yang jumlahnya semakin meningkat, serta Molto Detergent, yang merupakan rangkaian baru dari brand pelembut pakaian kami yaitu Molto. Kami juga melihat peluang yang luar biasa di berbagai segmen yang sedang berkembang dan tren baru di berbagai kategori.

2. **Daya saing utama:** kami berupaya lebih keras untuk memastikan bahwa kami memberikan nilai yang menguntungkan bagi konsumen. Artinya, kami harus memiliki strategi yang tepat dalam hal inovasi, jangkauan, penetrasi dan saluran penjualan, seraya berfokus pada segmen dengan pertumbuhan yang tinggi.

3. **Digital 2.0**: pada tahun 2017, teknologi digital berperan jauh lebih besar lagi dalam cara kami berinteraksi dengan konsumen. Kami melakukan investasi besar dalam komunikasi digital, lebih dari dua kali lipat pembelanjaan kami dalam 2 tahun terakhir. Kami telah menggunakan perangkat digital di setiap aspek bisnis, mulai dari analisis data hingga e-commerce. Setiap brand pun sekarang memiliki aset digital, mulai dari situs web dan laman penggemar hingga saluran Instagram, Twitter dan YouTube. Kami juga telah berinvestasi meningkatkan kemampuan inovasi digital kami dengan menciptakan 'U-Studio', yaitu unit kreasi digital dalam perusahaan, tempat kami mengembangkan beragam aplikasi dan konten baru.

Tiga inisiatif berikut ini menargetkan peluang untuk melindungi dan memperkuat pendapatan kami.

4. **NRM (Net Revenue Management/Manajemen Pendapatan Bersih):** Kami telah menggunakan strategi ini untuk meninjau secara cermat faktor-faktor utama yang menggerakkan setiap kategori dan brand, agar dapat menciptakan keseimbangan harga, posisi dan kemasan yang tepat. Dengan itu, kami dapat mengelola harga jual dengan meminimalisir dampak terhadap nilai yang diperoleh konsumen dari produk kami. Ini merupakan faktor penting yang mendorong pertumbuhan margin kami sepanjang tahun.

- Core competitiveness;
- Portfolio transformation;
- Process improvement;
- Talent;
- Sustainable future.

We have identified seven core initiatives that underpinned the delivery of this strategy in 2017. Each of these addresses a key area of opportunity to make our business stronger for the future.

The first three initiatives were focused around opportunities to drive top line growth.

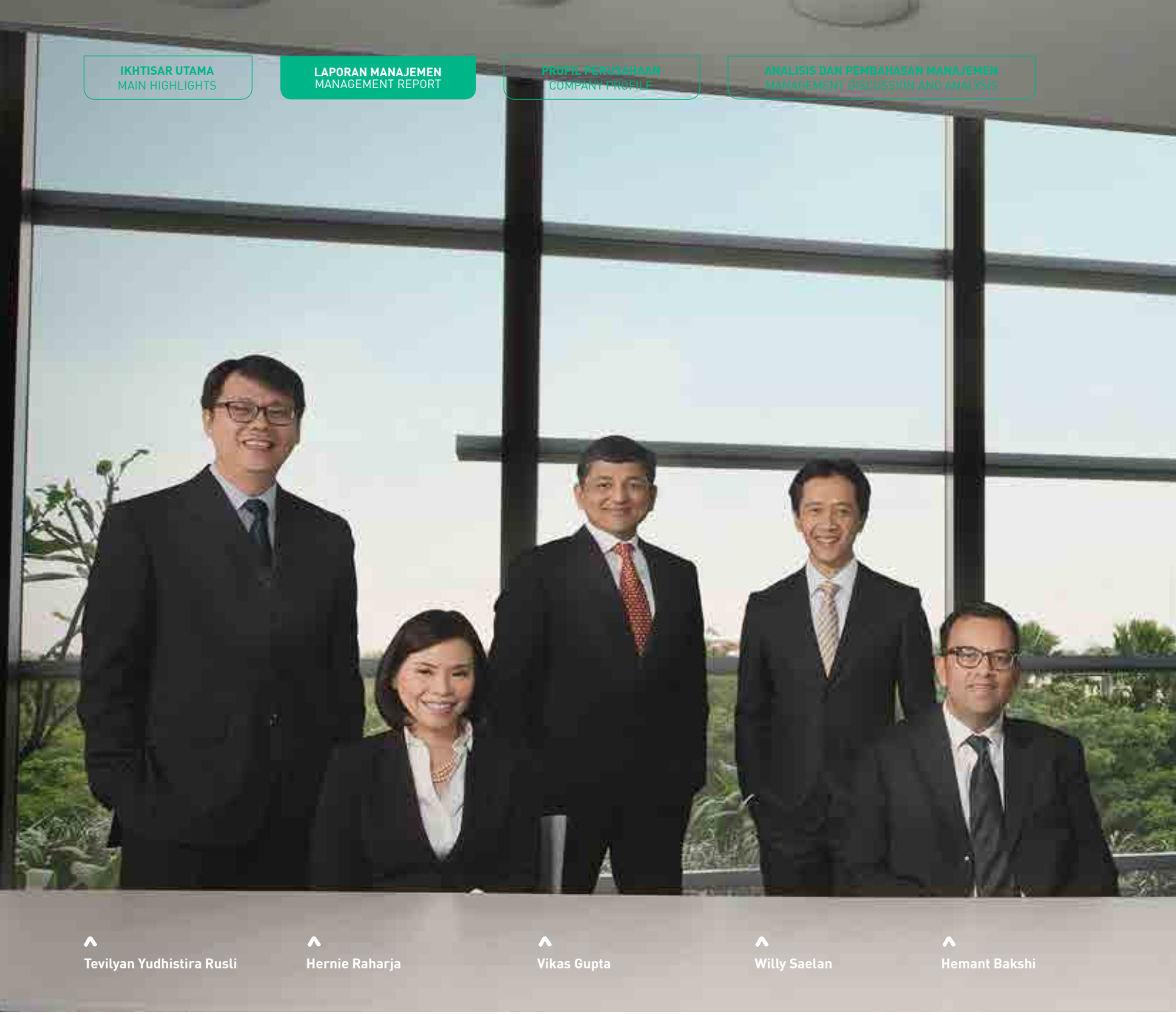
1. **Portfolio transformation:** in an intensely competitive environment, it is more important than ever that we stay close to our consumers. In 2017 we set out to do this by revisiting each of our category strategies and asking whether they are meeting the needs of each consumer segment, particularly at the value and premium ends. From there, we identified opportunities to fill the gaps with new launches, such as Pureline Hijab Fresh, a body care innovation to cater to the growing number of women who wear hijab, and Molto Detergent, an extension of our Molto fabric conditioner brand. We are also seeing tremendous opportunity in emerging segments and new trends across many categories.

2. **Core competitiveness:** we are doubling down on ensuring that we deliver great value to our consumers. This means getting our strategies right in terms of innovation, accessibility, penetration and channels while focusing on high-growth segments.

3. **Digital 2.0:** in 2017 digital technology played a significantly bigger role in the way we engage with our consumers than ever before. We made have made substantial investments in digital communications, more than doubling our spend in the last 2 years. We have embraced digital tools in every aspect of the business, from data analytics to ecommerce, and every brand now has digital assets, ranging from websites and fan pages to Instagram, Twitter and YouTube channels. We have also invested in our digital innovation capabilities by creating 'U-Studio', an in-house digital creative agency where we develop new apps and new content.

The next three initiatives targeted opportunities to protect and strengthen the bottom line.

4. **NRM (Net Revenue Management):** we have used this exercise to rigorously assess the key levers in every category and every brand in order to get the right balance of price, positioning and packaging. This has enabled us to secure price growth with minimal impact on value to consumers, which played a key role in driving our margin progression over the year.



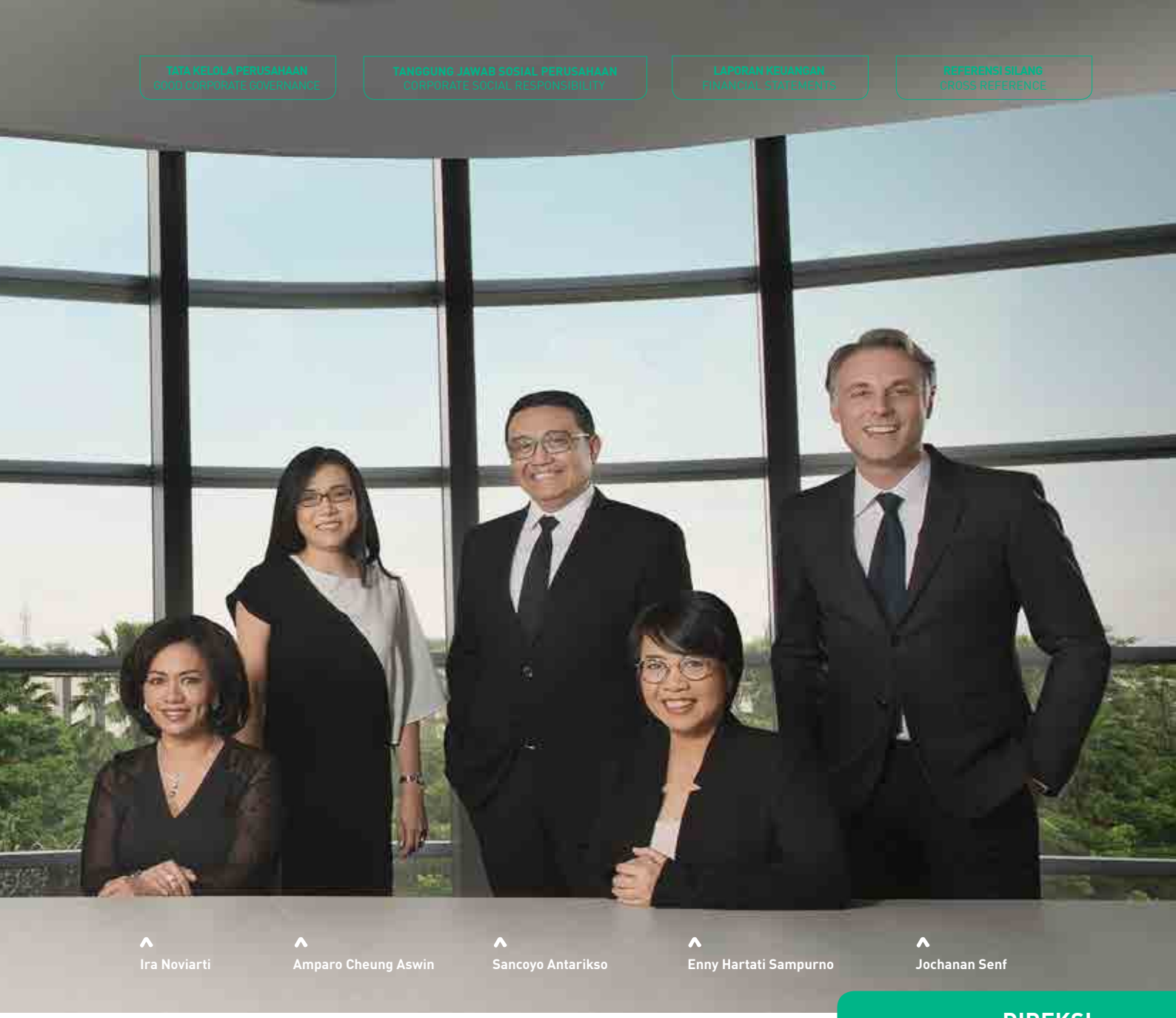
Tevilyan Yudhistira Rusli | Hernie Raharja | Vikas Gupta | Willy Saelan | Hemant Bakshi

5. **ZBB (*Zero-Based Budgeting*):** kami menganalisa seluruh lini dan proses kami dan mengidentifikasi berbagai peluang untuk melakukan penghematan yang signifikan, terutama dalam hal logistik, promosi, media dan biaya-biaya tetap lainnya (*overhead*).
6. **Supply Chain WCM (World Class Manufacturing/Manufaktur Kelas Dunia):**
   Dengan menerapkan program WCM, kami menemukan berbagai peluang untuk efisiensi harga dengan melakukan pemantauan secara *real-time* terhadap limbah dan kerugian yang ditimbulkan. Sebagai contoh, konsumsi energi mesin dipantau secara *real-time*, sehingga kami bisa menghindari kerugian akibat konsumsi berlebihan dan menciptakan konsumsi energi yang lebih bervariasi. Dengan WCM, ide-ide dari karyawan di lantai produksi untuk Kaizen (perbaikan terus menerus) juga bisa kami peroleh secara lebih terstruktur. Ide-ide yang kami peroleh bisa mulai dari perubahan proses yang sederhana sampai otomatisasi dengan biaya yang terjangkau. Kami juga telah menggunakan teknologi baru dan meningkatkan teknologi lama agar lebih efisien, lincah dan handal, dengan produktivitas lebih tinggi dan dampak lingkungan yang lebih kecil.

5. **ZBB (Zero-Based Budgeting):** we took a forensic look at all our lines and processes and identified opportunities to make significant savings, particularly in logistics, promotions, media and overheads.

6. **Supply chain WCM (World Class Manufacturing):**

   Our WCM program has enabled us to unlock cost improvement opportunities by driving detailed real-time monitoring of waste and losses. As a case in point, the energy consumption of our machines is monitored on a real-time basis, allowing us to address losses from excessive consumption and create more variable energy consumption. WCM also enabled a structured way of generating Kaizen (continuous improvement) ideas from the shopfloor, which range from simple process changes to affordable low-cost automation. We have also been embracing and upgrading to new technology that is more efficient, agile and reliable, with higher productivity and a smaller footprint.



Ira Noviarti | Amparo Cheung Aswin | Sancoyo Antarikso | Enny Hartati Sampurno | Jochanan Senf

DIREKSI
Board of Directors

Inisiatif ke-tujuh di bawah ini berfokus pada restrukturisasi organisasi untuk meningkatkan ketangkasan dalam perusahaan.

7. ***Connected for Growth,*** atau C4G, diluncurkan pada tahun 2017 untuk menciptakan bisnis yang lebih ramping dan lebih responsif terhadap dinamika lokal dengan memanfaatkan skala global Unilever. Kami membentuk divisi pemasaran dengan tim-tim lintas fungsi yang bertugas mengelola kategori secara lebih rinci. Dengan struktur ini, prakarsa global dapat dibawa ke tingkat lokal secara lebih cepat, dan inovasi pun dapat dilakukan lebih cepat untuk menjawab kebutuhan konsumen lokal. Salah satu contohnya adalah pengembangan dan peluncuran Pureline Hijab Fresh.

MEMPERKUAT TATA KELOLA PERUSAHAAN

Perseroan kami, dan semua kegiatan bisnisnya, dijalankan dengan berlandaskan pada pada prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Kami memastikan bahwa kami sepenuhnya mematuhi hukum lokal, internasional, dan praktik terbaik terkait dengan

The seventh initiative focused on restructuring the organization to unlock greater agility.

7. **Connected for Growth,** or C4G, was rolled out in 2017 to make the business leaner and more responsive to local market dynamics by leveraging Unilever's global scale. By simplifying our marketing division, we have created cross-functional business teams that are empowered to manage categories at a more granular level. This has allowed us to move our global initiatives into the local market more rapidly while increasing the speed to market of innovations in response to local consumer trends. One good example of this was the development and launch of Pureline Hijab Fresh.

STRENGTHENING CORPORATE GOVERNANCE

Our Company, and the execution of all our business, is based firmly on the principles of good corporate governance, and we take care to ensure that we comply fully with local and international law and best practices related to these principles. We are committed

prinsip-prinsip ini. Kami berkomitmen untuk terus menerus meningkatkan tata kelola Perseroan, dan kami bangga bahwa berdasarkan hasil ASEAN GCG Scorecard, saat ini kami termasuk dalam 11-20 emiten teratas di negeri ini. Artinya, kami berhasil mempertahankan peningkatan yang sudah kami lakukan selama 3 tahun belakangan, dari peringkat 20-30 pada tahun 2016 dan 30-40 di tahun 2015. Riset untuk ASEAN GCG Scorecard dilakukan oleh Indonesian Institute of Corporate Directors (IICD), yang juga menganugerahkan penghargaan Best Board Responsibility kepada Unilever Indonesia di tahun 2017.

IICD terus menilai kepatuhan kami terhadap Pedoman OJK tentang Tata Kelola Perusahaan dan merekomendasikan berbagai perbaikan. Kami kemudian mempergunakan umpan balik mereka, rekomendasi dari penilaian ASEAN GCG Scorecard dan audit internal kami untuk memperkuat tata kelola perusahaan selama setahun terakhir. Tindakan yang kami lakukan antara lain memperkuat fungsi Dewan Komisaris dan Komite, memperbaiki 4 kerangka kontrol Pertahanan kami, serta meningkatkan efektifitas penyampaian dan penerapan nilai dan kebijakan kami.

Salah satu prioritas kami adalah memberantas korupsi dan sogok menyogok. Dalam hal ini, kami bekerja sama dengan mitra strategis utama dalam pemerintahan yaitu Komisi Pemberantasan Korupsi Indonesia (KPK) untuk melakukan sosialisasi kepada karyawan terkait tata cara berinteraksi sehari-hari dengan pejabat pemerintah. Kami juga terus meluncurkan program Mitra Bisnis yang Bertanggung Jawab (Responsible Business Partner - RBP) untuk para pelanggan dan menggulirkan Program Pemasok yang Bertanggung Jawab (Responsible Supplier Program) untuk para pemasok.

Kami percaya bahwa pengawasan oleh Dewan Komisaris dan Komite, serta fungsi efektif Sekretaris Perusahaan dan Audit Internal serta Audit Eksternal telah berkontribusi terhadap tingginya tingkat transparansi dan akuntabilitas dalam cara berbisnis kami. Kami juga berusaha untuk memastikan bahwa kinerja Direksi juga memiliki akuntabilitas yang sama dengan melakukan penilaian diri secara menyeluruh di akhir setiap rapat Direksi. Kami juga mengadakan pertemuan di luar secara rutin, dimana kami mengevaluasi kinerja dan mengidentifikasi cara untuk terus meningkatkan keefektifan kami.

MENGEMBANGKAN KARYAWAN, MENDORONG KREATIVITAS

Di masa-masa sulit, lebih penting lagi bagi kami untuk memiliki karyawan terbaik yang kreatif dan lincah untuk memastikan bahwa Perseroan terus memberikan pertumbuhan dan nilai secara berkelanjutan. Untuk memastikan hal tersebut, kami menggulirkan sejumlah prakarsa di 2017.

Tahun 2017, untuk kedua kalinya dalam dua tahun berturut-turut kami menjadi pemberi kerja pilihan pertama bagi para mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa kami sudah melakukan strategi yang tepat untuk menarik talenta terbaik. Melalui Unilever Future Leaders, kami menawarkan program kepemimpinan kepada para talenta terbaik. Program ini merupakan salah satu cara kami untuk memastikan bahwa kami memiliki calon-calon pengganti para pemimpin perusahaan di masa depan.

to continuous improvement in the way we do governance in the Company, and we are proud to say that based on our ASEAN GCG Scorecard results, we are now ranked among the top 11-20 issuers in the country. This maintains our strong improvement trend over the last three years, having upgraded our ranking from the 20-30 range in 2016 and the 30-40 range in 2015. The ASEAN GCG Scorecard research is conducted by the Indonesian Institute of Corporate Directors (IICD), which also presented Unilever Indonesia with the award for Best Board Responsibility in 2017.

The IICD has continued to assess our compliance with the OJK Guidelines on Corporate Governance and recommend improvements. Their feedback, the recommendations of the ASEAN GCG Scorecard assessment, and our own internal audits have guided our actions to strengthen governance over the last year. These actions ranged from strengthening the function of Board of Commissioners and the Board Committees, to improving our 4 Defence control framework, and making the dissemination and application of our values and policies more effective.

One of our priorities is eliminating corruption and graft. On this, we worked closely with another key strategic partner on governance, Indonesia's Anti-Corruption Commission (KPK), who conducted a session for employees who interact on a day-to-day basis with government officials. We also continued to roll out the Responsible Business Partner (RBP) program with our customers and the Responsible Supplier Program with our vendors.

We believe that the oversight by the Board of Commissioners and the Board Committees, as well as the effective functioning of the Corporate Secretary and the Internal Audit and External Audits have contributed to a high level of transparency and accountability around the way we conduct our business. We seek to ensure the same accountability with regard to the work of the Board of Directors by conducting a thorough self-assessment at end of every Board meeting and holding regular away days, on which we evaluate our performance and identify ways to improve our effectiveness.

DEVELOPING TALENT, POWERING CREATIVITY

In challenging times, it is more important than ever to have the best, most creative and most agile people working to ensure that we continue to deliver sustainable growth and value. We took a number of initiatives in 2017 to ensure that we have such people in place.

Winning, for the second year running, the Employer Branding award for being the no. 1 choice of employer among students was an indication that we are doing the right things to attract the best of the best. Through the Unilever Future Leaders Programme, we offer the brightest of Indonesia's talent an accelerated leadership program while developing our succession pipeline.

Kami bertekad menciptakan lingkungan yang menginspirasi karyawan untuk mengembangkan komitmen yang lebih kuat dan lebih jelas terhadap apa yang sedang kami lakukan, dan mengapa kami melakukannya. Sebagai contoh, pada tahun 2017, sejumlah 450 orang di tingkat manajemen ke atas berpartisipasi dalam sebuah lokakarya 'Kepemimpinan yang memiliki Tujuan' untuk menyelaraskan tujuan pribadi mereka dengan kepentingan Perseroan sehingga memberi mereka tujuan dan motivasi yang lebih jelas guna menjadi pemimpin yang lebih baik.

We set out to create an environment that inspires our people to develop a stronger, clearer commitment to what we are doing, and why we are doing it. As an example, in 2017 some 450 people at management level and up took part in a 'Purpose-led Leadership' workshop to align their personal goals with those of the Company, giving them a clearer purpose and the motivation to be better leaders.

Kami menghargai keberagaman dan kami berkomitmen untuk memastikan bahwa perempuan memiliki akses yang sama terhadap kesempatan untuk mengembangkan dan meniti jenjang karir mereka di dalam Perseroan. Untuk mewujudkan komitmen tersebut, kami memberikan dukungan praktis yang akan membantu mereka menyeimbangkan karir dengan kehidupan keluarga mereka, seperti misalnya jam kerja yang fleksibel dan pengadaan ruang menyusui. Pada 2017, kami memperbarui kebijakan cuti melahirkan, memperpanjangnya dari tiga menjadi empat bulan, karena kami menyadari bahwa waktu tambahan tersebut tidak hanya bermanfaat untuk keluarga, namun membuat para karyawan perempuan lebih bahagia, lebih mandiri dan lebih efektif saat mereka kembali bekerja. Kami juga memperpanjang cuti untuk ayah dari tiga menjadi lima hari.

We value diversity, and we are committed to ensuring that women have equal access to opportunities to develop and prolong their career with the Company. To that end, we aim to provide practical support that will help them balance their career with their family life, such as flexible working hours and a nursery. In 2017 we updated our policy on maternity leave, extending it from three to four months, recognizing that the extra time is not only good for the family, but makes women happier, more settled and more effective when they come back to work. We also extended paternity leave from three to five days.

Pada 2017, kami juga mengidentifikasi budaya baru yang ingin kami tanamkan dalam cara kami berbisnis setiap harinya. Kami mulai dengan melihat nilai-nilai budaya kami saat ini dan mencari masukan dari karyawan, utamanya generasi muda. Kami menemukan bahwa mereka menghargai kerjasama tim, penghargaan, dan semangat kepeloporan, serta pembelajaran dan pengembangan diri. Nilai-nilai inilah yang akan kami pertahankan di tahun-tahun mendatang. Pada saat yang sama, kami juga menemukan bahwa orang ingin bekerja lebih cepat dan lebih proaktif karena mereka melihat perubahan yang cepat di dunia dan pasar di sekitar mereka. Dengan alasan ini, kami ingin membangun budaya yang lebih lincah dan berani bereksperimen di dalam bisnis. Budaya tersebut menuntut akuntabilitas pribadi yang lebih tinggi, yang merupakan nilai ketiga yang akan kami pupuk saat melangkah maju. Kami percaya bahwa kombinasi nilai lama dan baru ini akan menempatkan Perseroan pada posisi yang lebih kuat agar lebih kompetitif di masa depan.

In 2017 we also identified new cultures that we would like to embed in the way we do business every day. We started by looking at our existing cultural values and sounding out our employees, particularly the younger generation. We found that people value the teamwork, respect and pioneering spirit, as well as learning and development, and we will sustain these in the years ahead. But we also found that people want to work faster and more proactively as they see the rapid changes in the world, and the market, around them. For this reason, we want to build a culture of agility and experimentation into the business. This brings with it a need for greater personal accountability, which is the third value that we will be nurturing as we go forward. We believe that the combination of these old and new values will put the Company in a stronger position to be more competitive in future.

PENCAPAIAN DALAM MENCIPTAKAN MASA DEPAN YANG BERKELANJUTAN

Kami ingin 'memasyarakatkan hidup yang berkelanjutan', salah satunya dengan mengembangkan portofolio brand yang memiliki misi keberkelanjutan yang jelas, diantaranya Lifebuoy, Molto dan Bango. Melalui brand-brand ini, kami mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan dampak sosial kami seraya mengembangkan bisnis, yang sejalan dengan tujuan keberlanjutan kami secara global: pada tahun 2017, 40% dari omset bisnis kami berasal dari *brand- brand* yang memiliki misi untuk menciptakan kehidupan yang berkelanjutan.

Komitmen kami terhadap pertumbuhan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan memiliki dampak yang nyata terhadap kehidupan jutaan masyarakat Indonesia setiap harinya. Pada tahun 2017, melalui program sekolah, lebih dari 2 juta anak sekolah memperoleh edukasi mengenai bagaimana menanamkan kebiasaan seumur hidup untuk hidup bersih dan makan makanan

PROGRESSING ON SUSTAINABLE FUTURE

We are 'making sustainable living commonplace' with our growing portfolio of bands that have a clear sustainable living purpose, such as Lifebuoy, Molto and Bango, among others. Through these brands, we are reducing our environmental impact and increasing our social impact while growing the business, in line with our global sustainability goal: in 2017, 40% of the turnover of our business came from brands that have a sustainable living purpose.

Our commitment to responsible and sustainable growth is having a clear impact on the lives of millions of Indonesians, every day. In 2017 more than 2 million school children learned how to make good hygiene and nutrition a lifelong habit through our School Hygiene Programme. We also continued to empower communities to create, manage and profit from waste banks all

bergizi. Kami juga terus memberdayakan masyarakat untuk menciptakan, mengelola, dan mendapatkan keuntungan dari bank-bank sampah di seluruh penjuru negeri. Pada tahun 2017, 40% dari semua bank sampah di Indonesia diprakarsai oleh Unilever.

Kami juga menangani limbah mulai dari sumbernya sebagai salah satu inisiatif untuk mengurangi jejak lingkungan kami. Pada tahun 2016, kami berhasil mencapai target untuk mendaur ulang atau menggunakan kembali 100% limbah kami melalui program Zero Waste to Landfill. Pada tahun 2017, kami melangkah lebih jauh dengan memiliki teknologi yang memungkinkan kami mendaur ulang limbah kemasan plastik fleksibel menjadi bahan kemasan lagi. Pabrik daur ulang ini telah dibangun dan akan beroperasi pada 2018.

Kantor pusat kami yang baru yaitu Grha Unilever, dirancang sebagai bangunan berkonsep ramah lingkungan dan telah dianugerahi peringkat Gold Plus pada skema sertifikasi Green Mark untuk fitur dan kinerja ramah lingkungannya. Grha Unilever secara resmi dibuka pada tanggal 21 Juni 2017 oleh Menteri Perindustrian Republik Indonesia Airlangga Hartarto dan CEO Global Unilever Paul Polman.

Pertanian yang berkelanjutan akan memainkan peran yang semakin penting dalam memastikan bahwa kami memiliki rantai pasokan yang tangguh di masa depan, yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis. Untuk itu, salah satu elemen utama dalam strategi kami adalah pemasokan bahan baku dari sumber-sumber yang berkelanjutan. Pada tahun 2017, kami bekerja sama dengan sejumlah organisasi dan institusi untuk membantu sekitar 25.000 petani kecil kelapa sawit, kedelai hitam, teh dan gula kelapa menerapkan praktik pertanian yang berkelanjutan.

PROSPEK BISNIS DAN STRATEGI 2018

Kami memperkirakan akan terjadi sedikit percepatan pada perekonomian Indonesia di 2018, dengan target pertumbuhan PDB pemerintah sebesar 5,4%, sementara Word Bank dan IMF telah menetapkan perkiraan mereka sedikit lebih rendah, yaitu 5,3%. Harga komoditas diperkirakan akan terus membaik sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekspor, dan laju investasi diperkirakan akan meningkat. Pemerintah telah meluncurkan sejumlah prakarsa untuk memulihkan daya beli dan meningkatkan konsumsi, utamanya di segmen kelas menengah ke bawah, diantaranya meningkatkan anggaran untuk subsidi listrik dan program bantuan tunai untuk keluarga miskin. Selain itu, menurut Bank Indonesia dan beberapa pengukuran lain, kepercayaan konsumen berada di tingkat yang tinggi dan cenderung naik. Para analis dan ahli industri-industri percaya bahwa kondisi tersebut memungkinkan terjadinya peningkatan belanja konsumen dalam jangka pendek.

Pada tahun 2018 akan diselenggarakan pemilihan kepala daerah di beberapa daerah di Indonesia. Meskipun akan selalu ada potensi gangguan yang muncul dari kampanye politik, namun menilik dari proses yang telah berjalan dengan baik di masa lalu, kami tidak memperkirakan akan adanya masalah signifikan yang akan timbul.

Indonesia memiliki prospek jangka panjang yang positif. Negeri ini adalah pasar konsumen terbesar di kawasan Asia Tenggara, dengan penduduk lebih dari 250 juta orang. Selain itu, rendahnya konsumsi per kapita Indonesia menunjukkan masih luasnya peluang pertumbuhan.

over the country. As of 2017, an astonishing 40% of all waste banks in Indonesia were initiated by Unilever.

We are also tackling waste at source as one of our initiatives to reduce our environmental footprint. In 2016 we achieved our goal of recycling or reusing 100% of our waste under our Zero Waste to Landfill programme. In 2017 we went a step further by acquiring a technology that will enable us to recycle flexible post-consumer packaging waste into further packaging materials. The recycling plant has been built and will be operational in 2018.

Our new, purpose-built head office, Grha Unilever, was designed as a green building, and was awarded the Gold Plus rating on the Green Mark certification scheme for its environment-friendly features and performance. Grha Unilever was formally opened on 21 June 2017 by the Minister of Industry of the Republic of Indonesia Airlangga Hartarto and Unilever Global CEO Paul Polman.

Sustainable agriculture will play an increasingly important role in ensuring that we have a resilient supply chain in future, which is critical for the continuity of our business. For this reason, sustainable sourcing is another key strand in our strategy. In 2017 we cooperated with a number of organisations and institutions to help 25,000 smallholder farmers of oil palm, black soybean, tea and coconut sugar adopt sustainable farming practices.

BUSINESS PROSPECTS AND STRATEGY FOR 2018

A modest acceleration in Indonesia's economy is expected in 2018, with the government targeting 5.4% GDP growth for the year, while the Word Bank and the IMF have set their forecasts slightly lower, at 5.3%. Commodity prices are projected to continue their recovery, leading to further export growth, and the pace of investment is expected to pick up. The government has introduced a number of measures to restore purchasing power and boost consumption, especially in the lower middle class segment, including increasing the budgets for electricity subsidies and a cash transfer program for poor families. In addition, consumer confidence is high, and trending upwards, according to Bank Indonesia and other measures. Analysts and industry insiders believe, therefore, that the conditions are in place for an upturn in consumer spending in the short term.

Several regional elections will be held across the country in 2018. While there is always potential for disturbances to arise from political campaigning, the process has been well managed in the past, and we do not foresee any particular cause for concern.

The long-term outlook is positive. Indonesia is the region's largest consumer market, with more than 250 million people. Moreover, Indonesia's per capita consumption is still low, indicating considerable scope for growth.

Meskipun fundamental makroekonomi relatif kuat, kami memperkirakan bahwa pasar akan tetap berubah-ubah dan makin kompetitif sepanjang tahun, seiring dengan perjuangan para pelaku bisnis untuk meyikapi pergeseran prioritas dan preferensi belanja para konsumen. Oleh karena itu, strategi kami adalah mendorong daya saing serta pengembangan marjin dan kelincahan melalui sejumlah prioritas strategis berikut ini. Pertama, kami akan terus memperkuat daya saing utama produk-produk kami. Kedua, kami akan berfokus pada diferensiasi, dengan mengembangkan portofolio kami untuk memberikan nilai lebih pada segmen konsumen yang berbeda. Prioritas ketiga kami adalah terus mendorong efisiensi pada seluruh lini proses bisnis untuk memperkuat pendapatan kami. Prioritas berikutnya adalah mendorong keberlanjutan dalam segala hal yang kami lakukan dan mengaitkannya dengan pertumbuhan bisnis. Yang terakhir, kami akan terus mengoptimalkan potensi karyawan agar bisa terus berinovasi dan tumbuh secara kompetitif.

Despite the relatively robust macroeconomic fundamentals, we expect the market environment to be increasingly volatile and competitive during the year as businesses struggle to keep pace with the shifting patterns of consumer spending priorities and preferences. Our strategy will therefore be to drive competitiveness, margin progression and agility through the following strategic priorities. Firstly, we will continue to strengthen the core competitiveness of our products. Secondly, we will focus on differentiation, by evolving our portfolio to deliver more value to different segments of our consumer base. Our third priority is to continue to drive efficiency through all our business processes to strengthen our bottom line. The next priority is driving sustainability in everything we do, and linking it to business growth. Finally, we will continue to optimise the talent in our organisation in order to unlock innovation and competitive growth.

PERUBAHAN DIREKSI

Ibu Debora Herawati Sadrach mengundurkan diri dari jabatannya sebagai Direktur Perseroan, mulai 1 Maret 2017, setelah memasuki masa pensiunnya, sementara itu Ibu Annemarieke de Haan mengundurkan diri sebagai Direktur Perseroan pada tanggal 31 Agustus 2017. Atas nama Direksi, saya ingin mengucapkan terima kasih atas kontribusi tak kenal lelah yang telah mereka berikan kepada Perseroan dan mengharapkan yang terbaik untuk langkah-langkah ke depannya. Sebagai gantinya, kami menyambut dengan hangat Bapak Jochanan Senf, yang diangkat sebagai Direktur pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa Perseroan (RUPSLB) pada tanggal 27 April 2017, dan Ibu Ira Noviarti yang diangkat pada RUPSLB pada tanggal 18 Oktober 2017.

CHANGES IN THE BOARD OF DIRECTORS

Mrs. Debora Herawati Sadrach stepped down from her position as a Director of the Company, effective 1 March 2017, to enter her retirement, while Mrs. Annemarieke de Haan resigned as a Company Director as of 31 August 2017. On behalf of the Board of Directors, I would like to thank them both for their tireless contributions to the Company and wish them all the best for the future. In their place, we welcomed Mr. Jochanan Senf, who was appointed as a Director at the Company's Extraordinary General Meeting of Shareholders (EGMS) on 27 April 2017, and Mrs. Ira Noviarti, who was appointed at the EGMS on 18 October 2017.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh karyawan Unilever Indonesia atas dedikasi dan tekad mereka dalam menghadapi berbagai tantangan baru di sepanjang tahun ini. Keberhasilan kami dalam menyelesaikan perpindahan ke kantor pusat baru tanpa halangan yang berarti adalah hasil kerjasama lebih dari 1.200 karyawan dan kami pun sangat menghargai fleksibilitas mereka selama proses perpindahan tersebut berlangsung. Terima kasih juga saya sampaikan kepada seluruh pemegang saham, mitra bisnis dan konsumen atas kepercayaan yang telah diberikan kepada Perseroan. Saya yakin bahwa dengan menarik pembelajaran pada tahun 2017, kami akan dapat membangun perusahaan yang lebih kuat dan lebih tangguh lagi di masa depan.

ACKNOWLEDGEMENTS

I would like to thank all our people at Unilever Indonesia for their dedication and determination to rise to new challenges during the year. That we completed the transition to our new head office seamlessly is a credit to the more than 1,200 staff who made the move, and we appreciate their flexibility. Our thanks are also due to our shareholders, business partners and consumers for your trust. I believe that if we learn the lessons of 2017, we will have a stronger, more resilient company going forward.

Atas nama Direksi
On behalf of the Board of Directors
Tangerang, 24 April 2017

HEMANT BAKSHI
Presiden Direktur | President Director

PROFIL PERSEROAN
COMPANY PROFILE

Data Perseroan 34
CORPORATE DATA

Tentang Unilever Indonesia 35
ABOUT UNILEVER INDONESIA

Fakta-Fakta Penting 37
KEY FACTS

Jejak Langkah 38
MILESTONES

Model Bisnis Kami 40
OUR BUSINESS MODEL

***Brand-Brand* Kami** 42
OUR BRANDS

Struktur Organisasi 46
ORGANISATIONAL STRUCTURE

Struktur Kepemilikan Perseroan dan Entitas Anak 48
COMPANY OWNERSHIP STRUCTURE AND SUBSIDIARY

Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perusahaan 49
VISION, MISSION AND CORPORATE VALUES

Profil Dewan Komisaris 50
BOARD OF COMMISSIONERS' PROFILE

Profil Direksi 55
BOARD OF DIRECTORS' PROFILE

Pengelolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia 60
HR MANAGEMENT AND DEVELOPMENT

Informasi Pemegang Saham 72
SHAREHOLDERS' INFORMATION

Pembayaran Dividen 74
DIVIDEND PAYMENT

Kronologis Pencatatan Saham 75
SHARELISTING CHRONOLOGY

Lembaga Penunjang Profesi dan Pasar Modal 76
CAPITAL MARKET SUPPORTING INSTITUTIONS AND PROFESSIONALS

Penghargaan 77
AWARDS

Peristiwa Penting 79
SIGNIFICANT EVENTS OF THE YEAR

Informasi Pada Website Perseroan 84
Information on the Corporate Website

Pelatihan dan Pengembangan Dewan Komisaris, Direksi, Komite-Komite, Sekretaris Perusahaan, dan Unit Audit Internal 85
TRAINING AND DEVELOPMENT OF THE BOARD OF COMMISSIONERS, BOARD OF DIRECTORS, COMMITTEES, CORPORATE SECRETARY AND INTERNAL AUDIT UNIT

Disajikan sesuai dengan Kriteria Annual Report Award (ARA) Tahun 2016
Presented in accordance with the 2016 Annual Report Award (ARA) Criteria

Data Perseroan
CORPORATE DATA

NAMA **NAME**	**PT Unilever Indonesia Tbk**	
KEGIATAN USAHA DAN PRODUK YANG DIHASILKAN **BUSINESS ACTIVITY AND PRODUCTS**	Produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi, termasuk di dalamnya sabun, deterjen, margarin, es krim, bumbu-bumbu masak, kecap, produk-produk kosmetik, minuman dengan bahan pokok teh dan minuman sari buah.	Manufacturing, marketing and distribution of consumer goods including soaps, detergents, margarine, ice cream, savoury, soy sauce, cosmetic products, tea-based beverages and fruit juice.
KEPEMILIKAN **OWNERSHIP**	Penanaman Modal Asing	Foreign Direct Investment
TANGGAL PENDIRIAN **DATE OF ESTABLISHMENT**	5 Desember 1933	5 December 1933
DASAR HUKUM PENDIRIAN **LEGAL BASIS**	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. 16 tanggal 18 Juni 2008 • Notaris H. Syarif Siangan Tanudjaja, S.H. No. 2 tanggal 9 Juni 2011 • Notaris H. Syarif Siangan Tanudjaja, S.H. No. 6 tanggal 6 Juli 2015 • Notaris H. Syarif Siangan Tanudjaja, S.H. No. 22 tanggal 20 Juni 2016	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. 16 dated 18 June 2008 • Notary H. Syarif Siangan Tanudjaja, S.H. No. 2 dated 9 June 2011 • Notary H. Syarif Siangan Tanudjaja, S.H. No. 6 dated 6 July 2015 • Notary H. Syarif Siangan Tanudjaja, S.H. No. 22 dated 20 June 2016
DOMISILI **DOMICILE**	Tangerang	
KANTOR PUSAT **HEAD OFFICE**	Grha Unilever Green Office Park Kav. 3, Jl. BSD Boulevard Barat BSD City, Tangerang – 15345	
TELEPON **PHONE**	(62-21) 8082 7000 (hunting)	
FAKSIMILE **FAX**	(62-21) 8082 7002	
EMAIL	unvr.indonesia@unilever.com	
WEBSITE	www.unilever.co.id	

Tentang Unilever Indonesia

ABOUT UNILEVER INDONESIA

UNILEVER INDONESIA, YANG MERUPAKAN SALAH SATU PERSEROAN TERDEPAN UNTUK KATEGORI FAST MOVING CONSUMER GOODS DI INDONESIA, TELAH MENJADI BAGIAN TAK TERPISAHKAN DARI SEKTOR BARANG KONSUMSI DI INDONESIA SELAMA 84 TAHUN SEJAK PERTAMA KALI DIDIRIKAN PADA 5 DESEMBER 1933.

UNILEVER INDONESIA, ONE OF INDONESIA'S LEADING FAST MOVING CONSUMER GOODS COMPANIES, HAS BEEN A MAJOR PLAYER IN THE COUNTRY'S CONSUMER GOODS SECTOR SINCE ITS ESTABLISHMENT 84 YEARS AGO, ON 5 DECEMBER 1933.

Rangkaian produk Unilever Indonesia merupakan kombinasi *brand-brand* ternama di dunia dan Indonesia seperti Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight, Walls, Blue Band, Royco, Bango dan banyak lagi.

Tujuan Perseroan adalah untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari, kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati kehidupan melalui *brand* dan jasa yang memberikan manfaat untuk mereka maupun orang lain; kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan tindakan kecil setiap harinya yang bila digabungkan akan membuat perubahan besar bagi dunia, dan senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami untuk bertumbuh seraya mengurangi dampak terhadap lingkungan dan meningkatkan dampak positif bagi masyarakat.

Perseroan pertama kali didirikan dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V. pada 5 Desember 1933. Pada tahun 1980, nama Perseroan diubah menjadi "PT Unilever Indonesia" dengan akta No. 171 dari notaris Ny Kartini Muljadi, S.H. pada tanggal 22 Juli 1980. Perseroan mengalami perubahan nama lebih lanjut menjadi "PT Unilever Indonesia Tbk" pada 30 Juni 1997 oleh akta No. 92 dari notaris Mr. Mudofir Hadi, SH. Akta tersebut disahkan oleh Menteri Kehakiman Keputusan melalui Surat Keputusan No.C2-1.049HT.01.04-Th.1998 tertanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 39 tertanggal 15 Mei 1998, Suplemen No. 2620.

Saham Perseroan pertama kali ditawarkan kepada masyarakat pada tahun 1981 dan tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak 11 Januari 1982. Pada akhir tahun 2017, saham Perseroan menempati peringkat ke-5 kapitalisasi pasar terbesar di Bursa Efek Indonesia.

Sumber daya manusia kami adalah aset utama dari seluruh aktivitas Perseroan. Kami bertujuan untuk melibatkan, memotivasi, dan mendukung setiap individu dari keseluruhan

Unilever Indonesia's portfolio includes a mix of leading global and Indonesian brands such as Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight, Walls, Blue Band, Royco, Bango and more.

Our corporate mission is to work to create a better future every day, to help consumers feel good, look good and get more out of life with brands and services that are good for them and for others, to inspire people to take small everyday actions that can add up to a big difference for the world, and to develop new ways of doing business that will allow us to grow while reducing our environmental impact and increasing our positive impact on society.

The Company was established on 5 December 1933 as Lever's Zeepfabrieken N.V. In 1980, the Company' underwent a change of name to "PT Unilever Indonesia", as stated in deed No. 171 of public notary Mrs. Kartini Muljadi, S.H., dated 22 July 1980. The Company changed its name again on 30 June 1997 to "PT Unilever Indonesia Tbk", by deed No. 92 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.1998 dated 23 February 1998, and published in State Gazette No. 39 dated 15 May 1998, Supplement No. 2620.

Unilever Indonesia became a public company in 1981 and its shares have been listed since 11 January 1982, first on the Jakarta and Surabaya Stock Exchanges and now the Indonesia Stock Exchange. As of the end of 2017, Unilever Indonesia was the fifth largest company by market capitalisation on the Indonesia Stock Exchange.

Our people are the Company's heart. Our philosophy is to engage, motivate and support every one of our more than 6,000-strong workforce to achieve their potential, manage their life balance,

6.000 orang karyawan kami untuk mencapai seluruh potensi mereka, meningkatkan keseimbangan hidup, dan memperkuat kemampuan dan profesionalisme mereka, karena hanya dengan cara inilah kami dapat meningkatkan nilai dan potensi bisnis kami.

Kami berkomitmen mengembangkan bisnis secara bertanggung jawab dan berkelanjutan dengan melindungi seluruh pemangku kepentingan kami. Nilai dan standar perilaku Unilever Indonesia ditetapkan dalam Kode Etik Prinsip Bisnis (Code of Business Principles - CoBP), yang tertanam di seluruh organisasi dan disosialisasikan dengan para mitra bisnis kami, termasuk kepada para pemasok dan distributor kami.

Tujuan Perseroan adalah untuk menjadikan kehidupan berkelanjutan sebagai kebiasaan hidup sehari-hari. Untuk mendukung tujuan tersebut, Perseroan menjalankan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang berdampak luas dengan berlandaskan kepada prinsip-prinsip Unilever Sustainable Living Plan (USLP) yang kami miliki. Tiga pilar utama USLP adalah Meningkatkan Kesehatan dan Kesejahteraan, Mengurangi Dampak terhadap Lingkungan, dan Meningkatkan Penghidupan.

Perseroan saat ini memiliki sembilan pabrik yang berlokasi di kawasan industri Jababeka, Cikarang dan Rungkut, Surabaya. Kantor pusat kami berlokasi di Bumi Serpong Damai pada lahan seluas 3 hektar, yang dibangun secara khusus untuk ditempati oleh lebih dari 1.200 karyawan kami. Produk-produk Perseroan yang terdiri dari 42 *brand* unggulan dan kurang lebih 1.000 *Stock Keeping Unit* (SKU), dipasarkan melalui jaringan yang melibatkan lebih dari 800 distributor independen yang menjangkau ratusan ribu toko di seluruh Indonesia.

and strengthen their capacity and professionalism, because we know that this adds value and potential to our business.

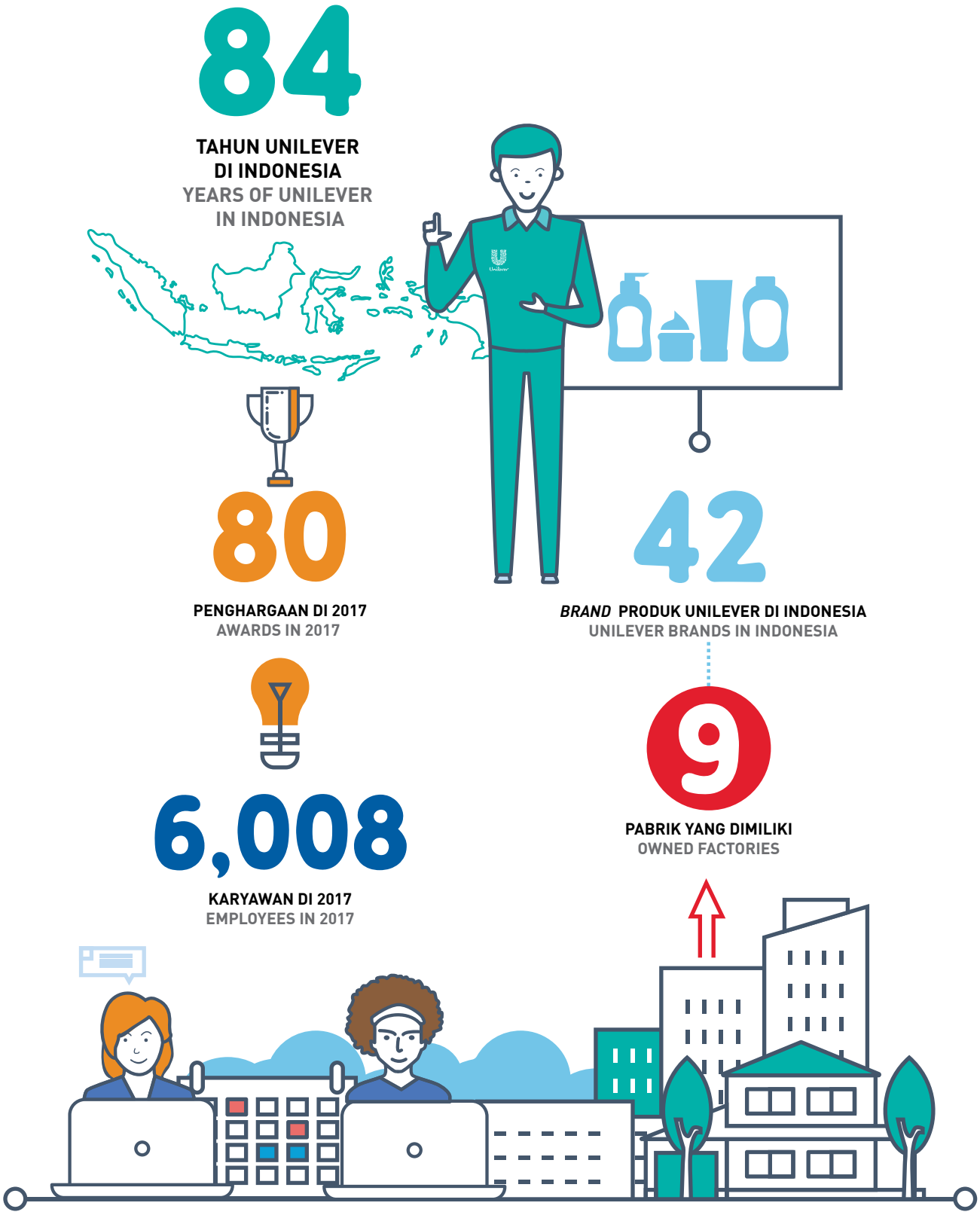
We are committed to growing the business responsibly and sustainably by protecting the interests of all our stakeholders. Unilever Indonesia's values and standards are defined in our Code of Business Principles (COBP), upheld rigorously across the organization, and shared with our business partners, including our suppliers and distributors.

Unilever Indonesia's purpose is to make sustainable living commonplace. In support of this, the Company has a comprehensive Corporate Social Responsibility (CSR) program which is based on the principles and targets of our Unilever Sustainable Living Plan (USLP). The USLP has three focus areas: Improving Health and Well-being, Reducing Environmental Impact and Enhancing Livelihoods.

The Company's nine factories are located in the Jababeka Industrial Zone in Cikarang, West Java and Rungkut in Surabaya, East Java. The head office is located in custom-built premises on a 3-heactare site in Bumi Serpong Damai, Tangerang, which accommodate 1,200 employees. The Company's extensive product range of 42 core brands and more than 1,000 stock keeping units (SKU) is marketed through a network of more than 800 independent distributors who serve hundreds of thousands of stores across Indonesia.

Fakta-Fakta Penting

KEY FACTS



Jejak Langkah
MILESTONES

1933

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

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

1936

Memasarkan margarin Blue Band dan sabun mandi Lux di Indonesia

Blue Band margarine and Lux soap were sold for the first time in Indonesia.

1982

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

Unilever Indonesia listed 15% of its shares on the Indonesia Stock Exchange, becoming a public company.

1992

Membuka pabrik es krim Wall's di Cikarang dan meluncurkan Conello dan Paddle Pop di Indonesia.

We marked the opening of the Wall's ice cream factory in Cikarang with the launch of Conello and Paddle Pop.

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 was acquired from Unilever Overseas Holding Ltd and merged with Unilever Indonesia.
- We relocated our hair care factory from Rungkut to Cikarang.

2008

- Membangun pabrik Perawatan Kulit (Skin Care) terbesar se-Asia di Cikarang.
- Memasuki bisnis minuman sari buah dengan mengakuisisi Buavita dan Gogo.
- Menerapkan SAP di seluruh Unilever Indonesia.

- We opened our new Skin Care factory, the largest in Asia, in Cikarang.
- We acquired Buavita and Gogo and made our first entry into the fruit juice business in Indonesia.
- SAP was rolled out throughout our operations in Indonesia.

2012

Meraih tonggak sejarah penting dengan mencatatkan hasil penjualan sebesar €2 miliar, berhasil melipatgandakan bisnis hanya dalam kurun waktu lima tahun.

We passed an important milestone by registering more than €2 billion in sales, having doubled the business within five years.

2013

Memperingati 80 tahun perjalanan Unilever di Indonesia dengan meluncurkan "Project Sunlight" untuk menginspirasi masyarakat agar bergabung menciptakan masa depan yang lebih cerah untuk anak-anak dan generasi mendatang.

We celebrated 80 years of Unilever Indonesia by launching Project Sunlight, aimed at inspiring people to create a brighter future for our children, and for future generations.

2014

Kami meluncurkan program 'Bitobe untuk Indonesia' sebagai bagian dari komitmen Lifebuoy untuk mendukung Indonesia yang lebih sehat, yang telah berjalan selama satu dekade.

We launched the 'Bitobe for Indonesia' programme as part of Lifebuoy's commitment to support a healthier Indonesia, which has been running for a decade.

2015

Membuka pabrik Foods baru di Cikarang. Pabrik seluas 6 hektar yang memiliki kapasitas produksi sebanyak 7 juta unit bumbu masak dan kecap setiap tahunnya ini merupakan pabrik ke-9 kami.

We opened our 9th production facility, a 6-hectare Foods factory, in Cikarang. It has an annual production capacity of 7 million units of seasonings and savoury.

2016

Kami memulai proses pemindahkan Kantor Pusat baru di BSD City, Tangerang, yang dibangun di atas lahan seluas 3 hektar dan berkonsep ramah lingkungan, kantor ini menampung sekitar 1.500 karyawan dan diresmikan di tahun 2017.

We started to move to the new Head Office in BSD City, Tangerang, which was built on a 3-hectare site to green specifications. The office houses around 1,500 employees and was inaugurated in 2017.

2017

Kami memperingati 35 tahun saham UNVR tercatat di Bursa Efek Indonesia. Dalam kurun waktu tersebut, saham perseroan menunjukkan kinerja yang sangat baik, yakni naik lebih dari 1.570 kali dibandingkan saat IPO dan aset Perseroan juga bertumbuh lebih dari 110 kali lipat.

We commemorated 35 years of UNVR shares being listed on the Indonesia Stock Exchange. During that period, the Company's shares have showed excellent performance, increasing more than 1,570 times since the IPO, and the Company's assets have also grown more than 110-fold.

Model Bisnis Kami

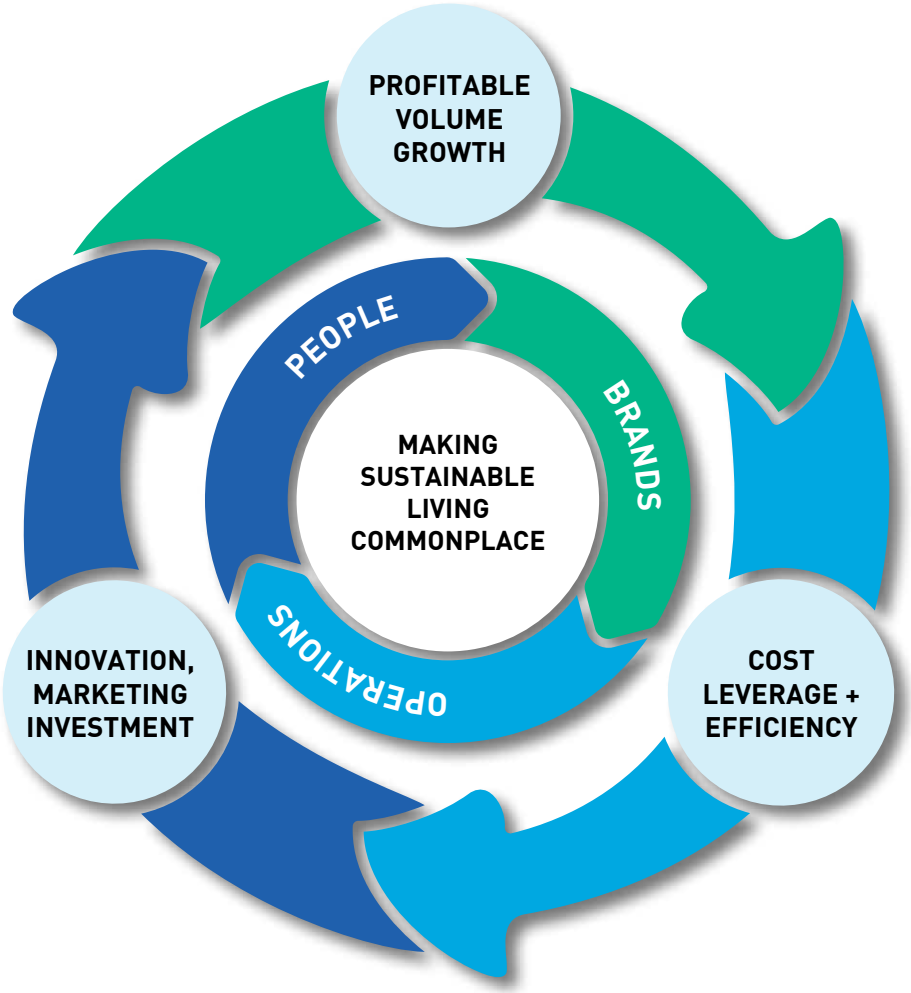
OUR BUSINESS MODEL

MEWUJUDKAN NILAI BERKELANJUTAN

Kami memadukan model dan strategi bisnis kami untuk menciptakan nilai bagi para pemegang saham. Berikut ini penjelasan tentang elemen-elemen tersebut dan bagaimana elemen tersebut dipadukan.

HOW WE CREATE SUSTAINABLE VALUE

Our business model, strategy and purpose work together to drive value for our shareholders. Here's how:



KONTRIBUTOR UTAMA

Menjadikan Kehidupan Berkelanjutan Sebagai Kebiasaan Sehari-Hari

Model bisnis kami berawal dari tujuan utama kami yang menyatakan dengan tegas apa yang kami yakini sebagai cara jangka panjang terbaik bagi Unilever untuk tumbuh. Sebuah tujuan sederhana namun jangka panjang, yang membantu kami memenuhi selera konsumen yang terus berubah dan tantangan dari dunia masa kini yang berubah-ubah, tidak menentu, dan kompleks.

Brand, Operasional, Karyawan

Model bisnis kami memadukan tiga elemen utama yaitu *brand*, operasional, dan karyawan kami yang kemudian berlandaskan pada Unilever Sustainable Living plan (USLP). *Brand-brand* kami memiliki nilai yang kuat dan meraih sukses melalui produk-produk yang dicintai oleh konsumen dan pelanggan kami. Kami mengembangkan *brand-brand* kami dengan memahami kebutuhan konsumen dan masyarakat dalam menumbuhkan, memproduksi, mendistribusikan dan memasarkan produk-produk kami. Kegiatan operasional kami meliputi fungsi *supply chain* yang penting serta aset-aset dari pasokan bahan mentah, pabrik, logistik, keahlian tentang seluk beluk pasar dan juga pemasaran. Karyawan adalah jantung dari bisnis kami dalam mendorong inovasi dan keunggulan. Kami menginvestasikan modal finansial guna menunjang keseluruhan aset dan kegiatan tersebut.

CARA KAMI MENINGKATKAN KEUNTUNGAN

Pertumbuhan Volume Yang Menguntungkan, Keunggulan Biaya + Efisisensi, Inovasi, Investasi Marketing

Kami berupaya untuk mewujudkan siklus pertumbuhan yang baik. Pertumbuhan volume yang menguntungkan tersebut dapat dicapai dengan berinvestasi pada inovasi dan *brand* guna menciptakan produk-produk yang digunakan oleh 2 miliar konsumen di seluruh dunia setiap hari. Skala yang besar ini memungkinkan kami mengatur penyebaran biaya-biaya tetap dan meningkatkan profitabilitas seraya terus berinvestasi untuk bisnis. Investasi kami mendanai kegiatan R&D dan inovasi untuk menciptakan produk-produk baru yang makin disempurnakan, didukung oleh pemasaran yang jitu yang semakin menguatkan *brand*. *Brand* yang kuat kemudian mendorong pertumbuhan volume yang menguntungkan dan siklus pertumbuhan yang baik pun terus berlanjut.

KEY INPUTS

Making Sustainable Living Commonplace

Our business model stems from this core purpose, which we believe is the best way for Unilever Indonesia to achieve growth over the long term. This simple yet far-reaching purpose helps us to stay close to consumers and address the volatile and complex challenges facing the world today.

Brands, Operations, People

Our business model brings together three key inputs—brands, operations and people—and filters them through the lens of the Unilever Sustainable Living Plan (USLP). Our brands have strong equity, built on products that our customers and consumers value. We grow our brands by identifying social and consumer needs, and innovating, manufacturing, marketing and distributing products that meet them. Our operations are the essential supply chain functions and assets of raw material supply, factories, logistics, go-to-market expertise and marketing. Our people are the heart of our business, driving innovation and excellence. We invest financial capital to sustain and improve all these assets and activities.

HOW WE DRIVE PROFIT

Profitable Volume Growth, Cost Leverage + Efficiency, Innovation, Marketing Investment

Our aim is to create a virtuous circle of growth. Profitable volume growth is driven by investment in innovation and brands to deliver products that 2 billion consumers, all over the world, use every day. Our scale enables us to spread fixed costs and improve profitability while investing behind the business. The investment funds R&D and innovation to create new and improved products, backed by marketing to make the brands even stronger. Strong brands drive profitable volume growth, and so the virtuous circle continues.

Brand-Brand Kami

OUR BRANDS

HOME AND PERSONAL CARE

DENGAN MENAWARKAN NILAI YANG ISTIMEWA DAN KINERJA YANG UNGGUL, *BRAND-BRAND* KAMI DI KATEGORI HOME AND PERSONAL CARE TELAH MEMBANTU JUTAAAN KONSUMEN INDONESIA UNTUK MEMBUAT MEREKA BERPENAMPILAN BAIK, MERASA NYAMAN, DAN LEBIH MENIKMATI KEHIDUPAN DARI HARI KE HARI.

OUR INNOVATION-DRIVEN HOME AND PERSONAL CARE BRANDS DELIVER UNBEATABLE QUALITY AND VALUE TO HELP INDONESIANS LOOK GOOD, FEEL GOOD AND GET MORE OUT OF LIFE, EVERY DAY.

Molto
DETERJEN

SariWangi BANGO Buavita DOES YOU GOOD Royco WALL'S Lipton be more tea

FOODS AND REFRESHMENT

DIBUAT DARI BAHAN-BAHAN ALAMI TERBAIK, DISEMPURNAKAN DENGAN INOVASI KELAS DUNIA, DAN TERINSPIRASI DARI WARISAN KULINER INDONESIA YANG KAYA, *BRAND-BRAND* FOODS AND REFRESHMENT KAMI TELAH MEMANJAKAN DAN BERTUMBUH BERSAMA GENERASI KE GENERASI DI INDONESIA.

FROM GLOBAL FAVOURITES TO THE BEST OF INDONESIA'S RICH CULINARY TRADITIONS, OUR FOODS AND REFRESHMENTS BRANDS USE ONLY THE FINEST INGREDIENTS TO DELIGHT AND SUSTAIN INDONESIAN CONSUMERS.

Struktur Organisasi

ORGANISATIONAL STRUCTURE

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM (RUPS)
Annual General Meeting of Shareholders (AGMS)

DEWAN KOMISARIS
Board of Commissioners

MAURITS D.R. LALISANG
(Presiden Komisaris/President Commissioner)

CYRILLUS HARINOWO
(Komisaris Independen/Independent Commissioner)

ERRY FIRMANSYAH
(Komisaris Independen/Independent Commissioner)

HIKMAHANTO JUWANA
(Komisaris Independen/Independent Commissioner)

MAHENDRA SIREGAR
(Komisaris Independen/Independent Commissioner)

HEMANT BAKSHI
Presiden Direktur
President Director

TEVILYAN YUDHISTIRA RUSLI
Direktur *Director*
CHIEF FINANCIAL OFFICER

- Finance & Accounting
- Corporate Management Accounting
- Business System
- IT & ERP

VIKAS GUPTA
Direktur *Director*
HOME CARE & MARKETING SERVICES

- Home Care Commercial and Home Care Marketing
- Marketing Services: CMI, CCM, CAS

HERNIE RAHARJA
Direktur *Director*
FOODS

- Commercial Foods
- Food Solutions Business Unit
- Foods Marketing

IRA NOVIARTI
Direktur *Director*
PERSONAL CARE

- Personal Care Commercial and Personal Care Marketing

1) Mulai 24 Februari 2017/
From 24 February 2017

KOMITE AUDIT AUDIT COMMITTEE
Erry Firmansyah (Ketua/Chairman)
Dwi Martani (Anggota/Member)
Haryanto Sahari (Anggota/Member)

KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI
NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE
Mahendra Siregar (Ketua/Chairman)
Maurits D.R. Lalisang (Anggota/Member)
Aditya Arisusetio (Anggota/Member)[1]

FRANSISCA HO
Audit Internal
Internal Audit

JOCHANAN SENF

Direktur *Director*
REFRESHMENT

- Refreshment Commercial and Refreshment Marketing

AMPARO CHEUNG ASWIN

Direktur *Director*
SUPPLY CHAIN

- Commercial Supply Chain
- Customer Services
- Supply Management
- Quality Assurance & Environment
- Supply & Demand Planning
- Engineering & Safety
- Manufacturing
- Logistics

ENNY HARTATI SAMPURNO

Direktur *Director*
CUSTOMER DEVELOPMENT

- Activation Implementation Management
- Sales Operations
- Customer Marketing & Trade Category Management
- Commercial Customer Development
- Customer Development Management

WILLY SAELAN

Direktur *Director*
HUMAN RESOURCES

- Corporate General Affairs
- HR Business Partners
- Industrial Relations
- Expertise Team (Talent, Learning), Remuneration, Service Delivery Centre, Medical Services

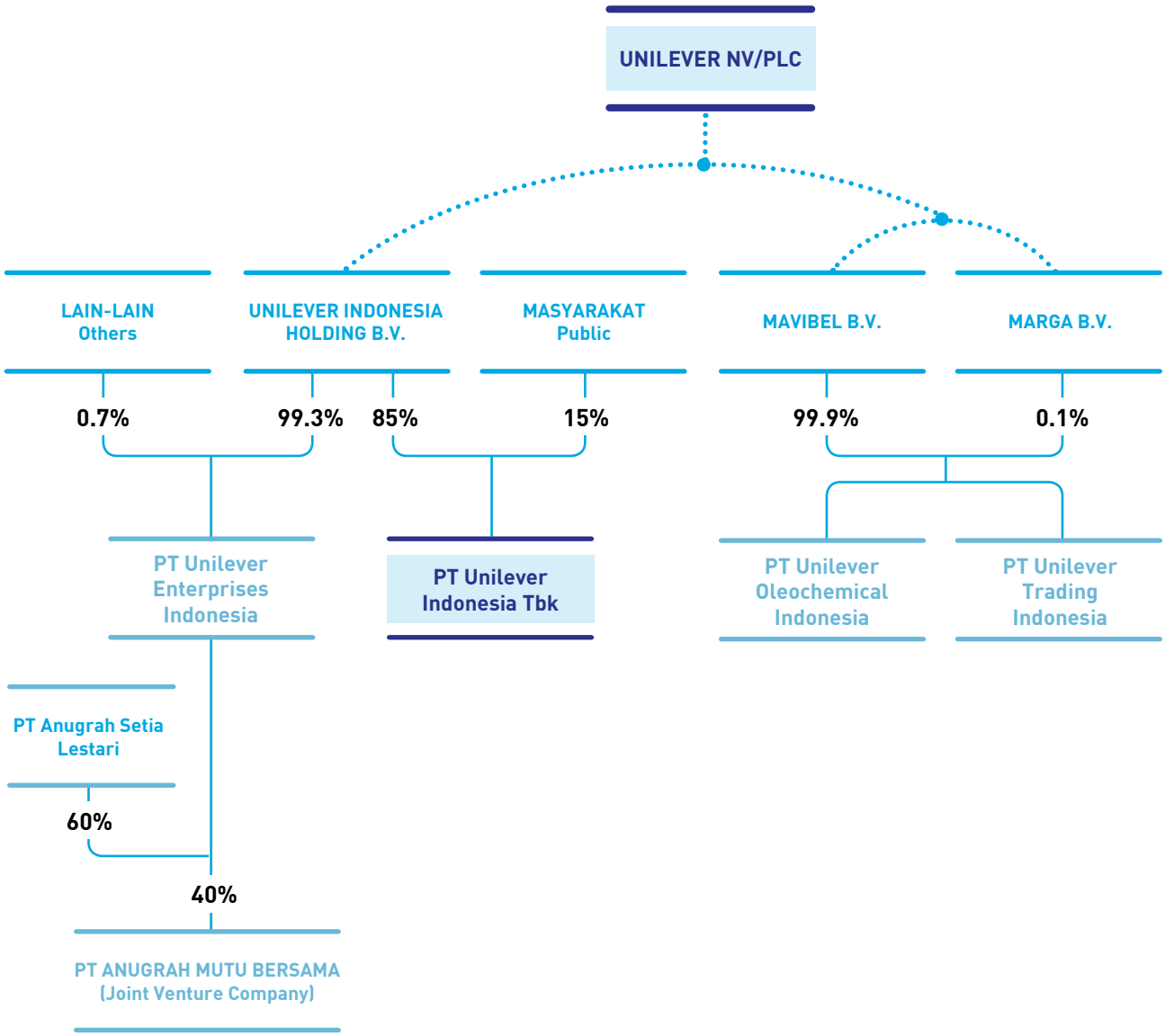
SANCOYO ANTARIKSO

Direktur & Sekretaris Perusahaan
Director & Corporate Secretary
GOVERNANCE & CORPORATE AFFAIRS

- The Corporate Secretary function
- Sustainable Business and Communications (Internal Communication, Media Relations, External Affairs)
- Unilever Indonesia Foundation (Enhancing Livelihoods, Health, Wellbeing and Nutrition Programme & Education, Environment);
- Investor Relations
- Legal Services
- Business Integrity

Struktur Kepemilikan Perseroan dan Entitas Anak

COMPANY OWNERSHIP STRUCTURE AND SUBSIDIARY



Kepemilikan tidak langsung
Indirect ownership

Per 27 Oktober 2015, Perseroan tidak memiliki entitas anak.
As of 27 October 2015, the Company has no subsidiary.

Visi, Misi dan Nilai-Nilai Perseroan

VISION, MISSION, AND CORPORATE VALUES

VISI

Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.

MISI

- Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
- Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
- Kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.
- Kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak terhadap lingkungan.

Visi dan misi Perseroan telah disetujui oleh Dewan Komisaris dan Direksi.

VISION

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

MISSION

- We work to create a better future every day.
- 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.
- We inspire people to take small, everyday actions that can add up to a big difference for the world.
- We will develop new ways of doing business that will allow us to double the size of our business while reducing our environmental impact.

The corporate vision and mission have been approved by the Board of Commissioners and the Board of Directors.

NILAI-NILAI KAMI

Integritas

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.

Respek

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.

Tanggung Jawab

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.

Semangat Kepeloporan

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.

OUR VALUES

Integrity

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.

Respect

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.

Responsibility

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.

Pioneering Spirit

We are committed to the pioneering spirit because that is how our business began, and it is what 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.

Profil Dewan Komisaris

BOARD OF COMMISSIONERS' PROFILE

MAURITS LALISANG

Presiden Komisaris & Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi

President Commissioner & Member of Nomination and Remuneration Committee

Warga negara Indonesia, lahir di Makassar, domisili di Jakarta (usia 64).

Indonesian citizen, born in Makassar, domiciled in Jakarta (age 64).

Diangkat sebagai Presiden Komisaris oleh Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 27 November 2014 yang efektif mulai 1 Desember 2014. Sebelumnya, beliau menjabat sebagai Presiden Direktur Unilever Indonesia dari Juni 2004 sampai Desember 2014. Beliau menjabat beragam posisi senior lain di Perseroan termasuk Direktur Corporate Relations (2003-2004), Direktur Foods (2000-2003), Direktur Home Care (1999-2000) dan Direktur Penjualan (1997-1999). Meraih gelar di bidang Administrasi Bisnis dari Universitas Indonesia (1978), dan lulus dari Program Eksekutif Lanjutan di Kellogg Graduate School of Management dari University of Chicago, Amerika Serikat, pada tahun 2001.

Maurits Lalisang was appointed as President Commissioner by the Extraordinary General Meeting of Shareholders on 27 November 2014, effective as of 1 December 2014. Prior to that, he was the Company's President Director from May 2004 until December 2014. He has held several other senior posts in the Company, including Corporate Relations Director (2003-2004), Foods Director (2000-2003), Home Care Director (1999-2000) and Sales Director (1997-1999). He graduated from the University of Indonesia in 1978 with a degree in Business Administration, and in 2001 he attended the Advanced Executive Programme at the Kellogg Graduate School of Management of the University of Chicago, USA.

MAHENDRA SIREGAR

Komisaris Independen & Ketua Komite Nominasi dan Remunerasi

Independent Commissioner & Chairman of Nomination and Remuneration Committee

Warga negara Indonesia, lahir di Bandung, domisili di Jakarta (usia 55).
Indonesian citizen, born in Bandung, domiciled in Jakarta (age 55).

Diangkat sebagai Komisaris Unilever Indonesia oleh Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada bulan Juni 2015, efektif pada tanggal 8 Juni 2015. Sebelumnya beliau menjabat sebagai Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal Indonesia (BKPM) dari 2013 sampai 2014, Wakil Menteri Keuangan (2011-2013) dan Wakil Menteri Perdagangan (2009-2011) dan merupakan penerima medali bergengsi Bintang Mahaputra. Setelah lebih dari dua dekade bekerja untuk pemerintah, beliau bergabung dengan dunia usaha. Saat ini menjabat sebagai Komisaris Utama PT Sarana Multi Infrastuktur (sejak 2017), Komisaris Utama Bank Mandiri (Europe) Ltd (sejak 2016), serta menjadi Komisaris PT Sequis (sejak 2015), PT AKR Corporindo Tbk (sejak 2015), dan PT Vale Indonesia Tbk (sejak 2016). Beliau juga menjabat sebagai anggota dari Dewan Penasehat Asosiasi Indonesia e-Commerce (IDEA) dan Asosiasi Fintech Indonesia. Sarjana di bidang Ekonomi Pembangunan dari Universitas Indonesia (1986), dan memperoleh gelar Master di bidang Ekonomi dari Monash University, Australia, pada tahun 1991.

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

Mahendra Siregar was appointed as a Commissioner of Unilever Indonesia by the Annual General Meeting of Shareholders in June 2015, effective on 8 June 2015. Prior to that he served as Chairman of the Indonesian Investment Coordinating Board (BKPM) from 2013 to 2014, Vice-Minister of Finance (2011-2013) and Vice-Minister of Trade (2009-2011), and he was awarded the prestigious Bintang Mahaputra medal. After more than two decades in government, he entered the private sector, and is currently the President Commissioner of PT Sarana Multi Infrastruktur (since 2017) and President Commissioner of Bank Mandiri (Europe) Ltd London (since 2016), as well as being a Commissioner of PT Sequis (since 2015), PT AKR Corporindo Tbk (since 2015), and PT Vale Indonesia Tbk (since 2016). In addition, he serves on the Advisory Councils of the Indonesian e-Commerce Association (idEA) and the Indonesia Fintech Association. He graduated from the University of Indonesia in 1986 with a degree in Development Economics, and received his Master's degree in Economics from Monash University, Australia, in 1991.

He does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder.

ERRY FIRMANSYAH

Komisaris Independen & Ketua Komite Audit

Independent Commissioner and Chairman of the Audit Committee

Warga negara Indonesia, lahir di Bandung, domisili di Jakarta (usia 62).
Indonesian citizen, born Bandung, domiciled in Jakarta (age 62).

Diangkat sebagai Komisaris Independen Unilever Indonesia oleh Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada bulan Juli 2009 dan sebagai Ketua Komite Audit pada bulan Mei 2012. Saat ini juga menjabat sebagai Komisaris Independen di PT Elang Mahkota Teknology Tbk (sejak 2009), PT Solusi Tunas Pratama Tbk (sejak 2012), PT Bali Towerindo Sentra Tbk (sejak 2013) dan PT Totalindo Eka Persada Tbk (sejak 2016). Beliau juga menjabat sebagai Komisaris di PT Makmur Sejahtera Wisesa (sejak 2009), PT Indo Premier Securities (sejak 2013), dan PT Eagle Capital (sejak 2009). Karirnya termasuk posisi tingkat Dewan lainnya, termasuk Presiden Komisaris PT KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia) (2009-2015) dan PT Bloom Capital Nusantara (2010-2013); Komisaris di PT Pefindo (2009-Juni 2016) dan PT Perusahaan Pengelola Aset (Persero) (2009-2012); Komisaris Independen di PT Astra Internasional Tbk (2009-2015), PT Elnusa (2010-2013) dan PT Berau Coal Energy Tbk (2010-2014); Presiden Direktur PT Bursa Efek Indonesia (2002-2009) dan PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (1998-2002); dan Direktur di PT AON Indonesia (1992-1997). Juga menjabat beberapa posisi senior dengan Grup Lippo (1990-1998), PT Sumarno Pabottingi (1985-1990) dan PT Dwi Satya Utama (1984-1985), setelah memulai karirnya sebagai Auditor di Drs. Hadi Sutanto (Koresponden PriceWaterhouse) dari tahun 1982 sampai 1984. Adalah anggota aktif dari beberapa organisasi, menjabat sebagai Ketua KADIN Komite GCG, Ketua BANI Arbitrase Indonesia, Ketua Dewan Penasehat Indonesia Overseas Alumni dan sebagai anggota dari Dewan Kehormatan BAPMI. Lulus dari Universitas Indonesia pada tahun 1981 dengan gelar sarjana Akuntansi.

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

Erry Firmansyah was appointed as an Independent Commissioner of Unilever Indonesia by the Annual General Meeting of Shareholders in July 2009 and as Chairman of the Audit Committee in May 2012. Other positions he holds concurrently include Independent Commissioner at PT Elang Mahkota Teknology Tbk (since 2009), PT Solusi Tunas Pratama Tbk (since 2012), PT Bali Towerindo Sentra Tbk (since 2013) and PT Totalindo Eka Persada Tbk (since 2016). He is also a Commissioner at PT Makmur Sejahtera Wisesa (since 2009), PT Indo Premier Securities (since 2013), and PT Eagle Capital (since 2009). He has held several other Board level positions during his career, including President Commissioner of PT KSEI (Indonesian Central Securities Depository) (2009-2015) and PT Bloom Capital Nusantara (2010-2013); Commissioner at PT Pefindo (2009-June 2016) and PT Perusahaan Pengelola Aset (Persero) (2009–2012); Independent Commissioner at PT Astra Internasional Tbk (2009-2015), PT Elnusa (2010-2013) and PT Berau Coal Energy Tbk (2010-2014); President Director of PT Bursa Efek Indonesia (2002–2009) and PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (1998-2002); and Director at PT AON Indonesia (1992-1997). From 1990 to 1998 he held a number of senior positions at the Lippo Group and worked at PT Sumarno Pabottinggi and PT Dwi Satya Utama from 1984 to 1985. He began his career as an Auditor at Drs. Hadi Sutanto (a PriceWaterhouse Correspondent), where he worked from 1982 to 1984. He is active in several prominent organisations, and is currently Chairman of KADIN's GCG Committee, Chairman of BANI Arbitrase Indonesia, Chairman of the Advisory Council of Indonesia Overseas Alumni and a member of the Honour Council of BAPMI. He graduated from the University of Indonesia in 1981 with a degree in Accounting.

He does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder.

HIKMAHANTO JUWANA

Komisaris Independen

Independent Commissioner

Warga negara Indonesia, lahir di Jakarta, domisili di Jakarta (usia 52).
Indonesian citizen, born in Jakarta, domiciled in Jakarta (age 52).

Diangkat sebagai Komisaris Independen Unilever Indonesia oleh Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada Juni 2011. Saat ini sebagai Guru Besar Hukum Internasional di Universitas Indonesia sejak tahun 2001. Posisi lainnya yang dijabat saat ini termasuk Komisaris Independen PT Aneka Tambang Tbk (2009-sekarang), anggota Komite Pemantau Risiko di PT Bank Panin Tbk (2012-sekarang), Ahli Hukum di Departemen Pertahanan (Februari 2010-sekarang), anggota Komite Hukum di Kementerian Badan Usaha Milik Negara (2008-sekarang) anggota dari Mekanisme Penyelesaian Sengketa ASEAN (2009-sekarang), arbitrator pada Badan Arbitrase Komoditas Indonesia (BAKTI) (2010-sekarang). Menjabat sebagai Komisaris Independen di PT Tugu Reasuransi Indonesia 2008-2012 dan pada PT Agro Sinar Mas Resouces dan Teknologi Tbk (2013 - sekarang). Sebelumnya bekerja untuk sejumlah institusi Pemerintah dalam kapasitasnya sebagai penasihat, termasuk sebagai anggota Komite Pemantau Pajak Departemen Keuangan (2010-2013), sebagai Advisor Ahli Hukum Internasional di Kantor Kejaksaan Agung (2013), sebagai anggota dari Dewan pakar di Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia (2004-2005), sebagai penasehat di Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (2001-2002) sebagai penasihat ahli di Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (2000- 2001); sebagai arbiter di Badan Arbitrase Pasar Modal Indonesia (BAPMI) (2013-2016). Sebelumnya menjabat berbagai posisi di sejumlah firma hukum terkemuka di Jakarta. Dalam dunia akademis, beliau menjabat sebagai Dekan Fakultas Hukum Universitas Indonesia, (2004-2008) dan mengajar hukum di beberapa universitas terkemuka di Indonesia dan sebagai profesor tamu di Jepang, Singapura dan Australia. Beliau adalah seorang peneliti independen yang telah menerbitkan berbagai buku, artikel dan makalah penelitian diantaranya mengenai berbagai aspek hukum internasional, hukum bisnis, dan hukum udara dan ruang. Lulus dengan gelar sarjana Hukum dari Universitas Indonesia pada tahun 1987, dan dianugerahi LLM dari Keio University, Jepang pada tahun 1992 dan PhD dari University of Nottingham, Inggris pada tahun 1997.

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

Hikmahanto Juwana was appointed as an Independent Commissioner of Unilever Indonesia by the Annual General Meeting of Shareholders in June 2011. He is also Professor of International Law at the University of Indonesia, having been appointed in 2001, and holds a number of other concurrent positions, which include being an Independent Commissioner of PT Aneka Tambang Tbk (2009-2017), a Legal Expert at the Ministry of Defence (February 2010-present), a member of the Legal Committee at the Ministry of State-Owned Enterprises (2008-present), arbitrator on the Indonesian Commodities Arbitration Body (BAKTI) (2010-present) and a member of Supervision Board of Bank Indonesia (BSBI) (2007-present). He served as an Independent Commissioner at PT Tugu Reasuransi Indonesia from 2008 to 2012 and at PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk (2013-present). He has held numerous advisory positions in Government, including as a member of the Taxation Oversight Committee at the Ministry of Finance (2010-2013), as an Expert Advisor on International Law at the Attorney General's Office (2013), as a member of the Council of Experts at the Ministry of Justice and Human Rights (2004-2005), as an adviser at the National Development Planning Board (2001-2002), as an expert adviser at the Coordinating Ministry for Economic Affairs (2000-2001), as an arbitrator on the Indonesian Capital Market Arbitration Board (BAPMI) (2013-2016). Earlier in his career he worked at several prominent law firms in Jakarta. In academia, he was Dean of the Faculty of Law at the University of Indonesia from 2004 to 2008, and has taught law at several leading universities in Indonesia and as a visiting professor in Japan, Singapore and Australia. He is also an independent researcher, and has published books, articles and research papers on various aspects of international law, business law, and air and space law, among others. He earned a degree in Law from the University of Indonesia in 1987, and was awarded an LLM from Keio University, Japan in 1992 and a PhD from the University of Nottingham, UK in 1997.

He does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder.

CYRILLUS HARINOWO

Komisaris Independen

Independent Commissioner

Warga negara Indonesia, lahir di Yogyakarta, domisili di Jakarta (usia 65).
Indonesian citizen, born in Yogyakarta, domiciled in Jakarta (age 65).

Diangkat sebagai Komisaris Independen Unilever Indonesia oleh Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada tahun 2004. Saat ini juga menjabat sebagai Komisaris Independen PT Bank Central Asia Tbk (2003-sekarang). Di sektor finansial, mulai tahun 1998 hingga 2003, beliau pernah bekerja di Dana Moneter Internasional (IMF) di Washington DC sebagai Alternate Executive Director dan Technical Assistance Advisor di Monetary and Exchange Affairs Department. Sebelumnya, berkarir selama 25 tahun di Bank Indonesia sebagai Kepala Departemen Pasar Uang dan Pengelolaan Moneter, yang merupakan posisi setingkat direktur, dari 1994 sampai 1998. Dari tahun 1988 sampai 1989 menjabat Asisten Menteri Perdagangan, dan telah menjabat beberapa posisi manajerial senior lainnya di lembaga-lembaga pemerintah dan non-pemerintah. Saat ini juga mengajar di beberapa universitas terkemuka di Jakarta dan menulis untuk berbagai publikasi media, serta seringkali menjadi pembicara di seminar domestik dan internasional. Lulus dengan gelar sarjana Akuntansi dari Universitas Gadjah Mada (1977), dan memegang gelar Master di bidang Ekonomi Pembangunan dari Centre for Development Economics, Williams College, USA (1981), dan gelar PhD dalam Kebijakan Moneter dan Internasional dari Vanderbilt University, USA (1985).

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

Cyrillus Harinowo was appointed as an Independent Commissioner of Unilever Indonesia by the Annual General Meeting of Shareholders in 2004. He is also currently an Independent Commissioner of PT Bank Central Asia Tbk (2003-present). During his career in the financial sector, he worked at the International Monetary Fund (IMF) in Washington DC as Alternate Executive Director and Technical Assistance Advisor in the Monetary and Exchange Affairs Department (1998-2003). This followed 25 years at Bank Indonesia, where he was Head of the Money Market and Monetary Management Department, a director-level position, from 1994 to 1998. Prior to that, he was Assistant to the Minister of Trade (1988-1989), and held several other senior managerial positions in government and non-government institutions. His current activities include teaching at a number of leading universities in Jakarta, writing for various publications, and speaking at domestic and international seminars. He holds a degree in Accounting from Gadjah Mada University (1977), and was awarded 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).

He does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder.

Profil Direksi

BOARD OF DIRECTORS' PROFILE

HEMANT BAKSHI

Presiden Direktur
President Director

Warga negara India, lahir di India, domisili di Jakarta (usia 54).
Indian citizen; born in India, domiciled in Jakarta (age 54).

Diangkat sebagai Presiden Direktur pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 27 November 2014 yang efektif 1 Desember 2014. Setelah bergabung di Hindustan Unilever Limited (HUL) pada tahun 1989, beliau menjabat berbagai posisi senior diantaranya Direktur Eksekutif untuk Home and Personal Care Business (2012), dan Direktur untuk Customer Development (2008). Sarjana Teknik Kimia dari Indian Institute of Technology, Mumbai (1986) dan dianugerahi gelar MBA dari Indian Institute of Management di Ahmedabad (1989).

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

Hemant Bakshi was appointed as President Director by the Extraordinary General Meeting of Shareholders on 27 November 2014, effective 1 December 2014. After joining Hindustan Unilever Limited (HUL) in 1989, he held a number of senior positions, including Executive Director for the Home and Personal Care Business (2012), and Director, Customer Development (2008). He graduated from the Indian Institute of Technology, Mumbai in 1986 with a B.Tech in Chemical Engineering and received his MBA from the Indian Institute of Management in Ahmedabad in 1989.

He does not have any affiliations with fellow members of the Board of Directors, or members of the Board of Commissioners, nor with the ultimate shareholder.

TEVILYAN YUDHISTIRA RUSLI

Direktur/Director

Warga negara Indonesia, lahir di Jakarta, domisili di Jakarta (usia 45).
Indonesian citizen; born in Jakarta, domiciled in Jakarta (age 45).

Diangkat sebagai Direktur oleh Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada Oktober 2013 dan telah menjabat sebagai Finance Director dan Chief Financial Officer efektif mulai tanggal 24 Oktober 2013. Sejak bergabung dengan Unilever Indonesia di tahun 2000, beliau telah memegang beberapa jabatan senior, termasuk Commercial Manager Foods (2003-2005), Financial Planning & Analysis Director di Unilever Vietnam (2005-2008), Global Corporate Audit Director yang berbasis di Singapura (2008 -2011), dan sebagai Regional Finance Director untuk Asia Africa Food Solutions (2011-2013). Sarjana Akuntansi dari Chung Yuan University di Taiwan (1996).

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

Tevilyan Yudhistira Rusli was appointed as a Director by the Extraordinary General Meeting of Shareholders on October 2013, effective 24 October 2013 and has served as Finance Director and Chief Financial Officer since that date. After joining Unilever Indonesia in 2000, he went on to hold a number of senior positions in the global organisation, including Commercial Manager – Food (2003-2005), Financial Planning & Analysis Director of Unilever Vietnam (2005-2008), Global Corporate Audit Director based in Singapore (2008-2011) and Regional Finance Director for Asia Africa Food Solutions (2011-2013). He holds a Bachelor's degree in Accountancy from Chung Yuan University in Taiwan (1996).

He does not have any affiliations with fellow members of the Board of Directors, or members of the Board of Commissioners, nor with the ultimate shareholder.

ENNY HARTATI SAMPURNO

Direktur/Director

Warga negara Indonesia, lahir di Rembang, Jawa Tengah, domisili di Jakarta (usia 49).
Indonesian citizen, born in Rembang, Central Java, domiciled in Jakarta (age 49).

Bergabung dengan Unilever Indonesia pada tahun 1991 dan diangkat sebagai Direktur oleh Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 8 Desember 2011. Menjabat sebagai Direktur Customer Development sejak Januari 2016. Jabatan senior sebelumnya di dalam Perseroan termasuk Direktur Human Resource (sampai dengan 31 Desember 2015), General Manager Supply Planning (2009-2011), Commercial Manager HPC (2008-2009), Commercial Manager Customer Care (2006-2008), Senior Finance Business Partner (2006), dan Commercial Manager Customer Care (2005-2006). Memiliki gelar Sarjana Akuntansi dari Universitas Parahyangan, 1991.

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

Enny Sampurno joined Unilever Indonesia in 1991 and was appointed as a Director by the Extraordinary General Meeting of Shareholders on 8 December 2011. She has served as Customer Development Director since January 2016. Prior to that, she served in several senior positions, including Human Resource Director (until 31 December 2015), General Manager Supply Planning (2009-2011), Commercial Manager, HPC (2008-2009), Commercial Manager, Customer Care (2006-2008), Senior Finance Business Partner (2006), and Manager, Customer Care (2005-2006). She graduated from Parahyangan University in 1991 with a Bachelor's degree in Accountancy.

She does not have any affiliations with fellow members of the Board of Directors, or members of the Board of Commissioners, nor with the ultimate shareholder.

VIKAS GUPTA

Direktur/Director

Warga negara India, lahir di Haryana, India, domisili di Tangerang (usia 42).
Indian citizen, born in Haryana, India, domiciled in Tangerang (age 42).

Diangkat sebagai Direktur oleh Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 30 Agustus 2016 dan menjabat sebagai Direktur Home Care sejak 1 September 2016. Bergabung dengan Unilever pada tahun 1998 sebagai *Management Trainee*. Selama 18 tahun terakhir, telah bekerja di bagian penjualan, brand building dan brand development di kategori perawatan rumah dan perawatan pribadi, dalam berbagai jabatan pada tingkat lokal, regional dan global di Delhi, Mumbai, London, Singapura dan Sao Paulo. Dua posisi terakhirnya adalah sebagai VP Laundry untuk India dan Asia Selatan yang berbasis di Mumbai (2015-2016) dan Global VP untuk Dirt is Good Initiative dari OPT/Persil (atau Rinso di Indonesia) yang berbasis di Singapura (2014-2015). Meraih gelar MBA di Pemasaran & Keuangan (1998) dan Sarjana Teknik Mesin (1996) dari universitas ternama di India yaitu Indian Institute of Management dan Delhi College of Engineering.

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

Vikas Gupta was appointed as a Director by the Extraordinary General Meeting of Shareholders on 30 August 2016, effective 1 September 2016, and has served as Director, Home Care since that date. Since joining Unilever in 1998 as a Management Trainee, he has worked in sales, brand building and brand development in home and personal care, and held local, regional and global roles in Delhi, Mumbai, London, Singapore and Sao Paulo. Most recently, he served as VP, Laundry, India and South Asia, based in Mumbai (2015-2016), and Global VP for the Dirt is Good initiative of OMO/Persil (i.e. Rinso in Indonesia), based in Singapore (2014-2015). He graduated from the Delhi College of Engineering in 1996 with a Bachelor of Engineering degree and earned his MBA in Marketing & Finance from the Indian Institute of Management in 1998.

He does not have any affiliations with fellow members of the Board of Directors, or members of the Board of Commissioners, nor with the ultimate shareholder.

HERNIE RAHARJA

Direktur/Director

Warga negara Indonesia, lahir di Serang, Banten, domisili di Tangerang (usia 44).
Indonesian citizen, born in Serang, Banten, domiciled in Tangerang (age 44).

Diangkat sebagai Direktur pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 30 Agustus 2016. Efektif menjabat sebagai Direktur Foods mulai 1 September 2016. Semenjak bergabung dengan Unilever Indonesia pada tahun 1997, beliau menjabat berbagai posisi senior sebelumnya di dalam Perseroan yang meliputi Global Brand Director, Pepsodent sejak 2014 sampai 2016, yang memimpin inovasi, menciptakan marketing mix, mengembangkan bisnis dan strategi di Asia Tenggara, Asia Selatan, Timur Tengah dan Afrika; Regional Brand Director for Oral Care Southeast Asia (2013-2014), Hair Care Indonesia Marketing Director (2010-2013), dan Oral Care Indonesia Marketing Director (2006-2010). Lulus dari Institut Pertanian Bogor pada tahun 1997, dan memegang gelar Sarjana Teknologi Pangan dan Gizi.

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

Hernie Raharja was appointed as a Director at the Extraordinary General Meeting of Shareholders on 30 August 2016, effective 1 September 2016, and has served as Director, Foods since then. Since joining Unilever Indonesia in 1997, she has held several senior positions in the Company, including Global Brand Director, Pepsodent, where she led innovations, marketing mix creation, business development and strategy in Southeast Asia, South Asia, the Middle East and Africa (2014-2016); Regional Brand Director, Oral Care Southeast Asia (2013-2014), Hair Care Indonesia Marketing Director (2010-2013), and Oral Care Indonesia Marketing Director (2006-2010). She graduated from Bogor Agricultural Institute in 1997 with a Bachelor's degree in Food Technology and Nutrition.

She does not have any affiliations with fellow members of the Board of Directors, or members of the Board of Commissioners, nor with the ultimate shareholder.

WILLY SAELAN

Direktur/Director

Warga negara Indonesia, lahir di Bandung, Jawa Barat, domisili di Tangerang (usia 48).
Indonesian citizen, born in Bandung, West Java, domiciled in Tangerang (age 48).

Bergabung dengan Unilever Indonesia pada tahun 1995 dan diangkat sebagai Direktur oleh Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 15 Desember 2015. Mulai menjabat sebagai Direktur Sumber Daya Manusia efektif mulai 1 Januari 2016. Berbagai posisi senior sebelumnya di Unilever termasuk Head of HR for Marketing and Sales di PT Unilever Indonesia Tbk (2011-2015), (Plt) Head of HR di Unilever Australia dan Selandia Baru (2015), HR Director Marketing & R&D untuk Asia Tenggara (2009-2011), HR Director Leadership Supply & Organization Effectiveness untuk wilayah AACEE (Asia Africa Middle East, Eastern Europe) (2007-2009), dan Reward Director untuk Indonesia & Filipina (2005-2006). Memegang gelar Sarjana Sosial dan Ilmu Politik dari Universitas Padjadjaran (1989-1994) dan Master of Arts dalam Manajemen Sumber Daya Manusia dari University of Leeds, Inggris (1996-1997).

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

Willy Saelan joined Unilever Indonesia in 1995 and was appointed as a Director by the Extraordinary General Meeting of Shareholders on 15 December 2015, effective 1 January 2016, and has served as Director, Human Resources since then. Since joining Unilever he has served as Head of HR for Marketing and Sales at PT Unilever Indonesia Tbk (2011-2015), (Acting) Head of HR at Unilever Australia and New Zealand (2015), HR Director Marketing and R&D South East Asia (2009-2011), HR Director Leadership Supply & Organization Effectiveness, AACEE (Asia Africa Middle East, Eastern Europe Region) (2007-2009), and Indonesia & Philippines Reward Director (2005-2006). He graduated from Padjadjaran University in 1994 with a Bachelor's Degree in Social and Political Sciences and was awarded a Master of Arts in Human Resources Management from the University of Leeds, UK, in 1997.

He does not have any affiliations with fellow members of the Board of Directors, or members of the Board of Commissioners, nor with the ultimate shareholder.

AMPARO CHEUNG ASWIN

Direktur/Director

Warga negara Filipina, lahir di San Pablo City, Filipina, domisili di Jakarta (usia 41).
Philippines citizen, born in San Pablo City, Philippines, domiciled in Jakarta (age 41).

Diangkat sebagai Direktur oleh Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada 15 Desember 2015 dan efektif menjabat sejak 1 Januari 2016 sebagai Supply Chain Director. Bergabung di Unilever sejak 1997 dengan beragam posisi senior antara lain VP Supply Chain Foods Asia, Africa, Middle East, Turkey and Russia di (2009); VP Logistics Excellence Asia, Africa, Middle East and Russia (2011); dan VP Manufacturing, Foods and Refreshment SEAA (2013). Sarjana di bidang Teknik Industri dengan minor di Teknik Kimia dari De La Salle University, Filipina, lulus dengan gelar kehormatan di 1997.

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

Amparo Cheung Aswin was appointed as a Director by the Extraordinary General Meeting of Shareholders, 15 December 2015, effective 1 January 2016 and has served as Director, Supply Chain since that date. Since joining Unilever in 1997, she has held a number of strategic positions in the global organisation, including VP Supply Chain Foods Asia, Africa, Middle East, Turkey and Russia (2009), VP Logistics Excellence Asia, Africa, Middle East, Turkey and Russia (2011), VP Manufacturing, Foods and Refreshment, SEAA (2013). She graduated from De La Salle University, Philippines, in 1997 with a Bachelor of Science (with honours) degree in Industrial Engineering with a minor in Chemical Engineering.

She does not have any affiliations with fellow members of the Board of Directors, or members of the Board of Commissioners, nor with the ultimate shareholder.

SANCOYO ANTARIKSO

Direktur Independen dan Sekretaris Perusahaan
Independent Director and Corporate Secretary

Warga negara Indonesia, lahir di Yogyakarta, domisili di Jakarta (usia 54).
Indonesian citizen, born in Yogyakarta, domiciled in Jakarta (age 54).

Diangkat sebagai Direktur oleh Rapat Umum Pemegang Saham pada 29 Mei 2012 dan saat ini menjabat sebagai Governance and Corporate Affairs Director. Beliau menjabat sebagai Sekretaris Perusahaan sejak Januari 2010. Semenjak bergabung dengan Unilever Indonesia di tahun 1990, beragam posisi senior sebelumnya di dalam Perseroan meliputi General Manager External Relations & Corporate Secretary (2009-2012); Financial Controller (2006-2009); Group Audit Manager (2005-2006); Commercial Manager, Home Care (2003-2004); Commercial Director, PT Kimberly-Lever Indonesia (2000-2003); dan International Project Manager, Ice Cream Take Home Innovation Centre untuk Unilever Eropa, Inggris (1999). Saat ini juga menjabat sebagai Ketua Presidium Dewan Periklanan Indonesia, Ketua Umum APPINA (Asosiasi Perusahaan Pengiklan Indonesia), Sekretaris Jenderal APJP (Asosiasi Perusahaan Jalur Prioritas) dan Sekretaris Jenderal PERKOSMI (Persatuan Perusahaan Kosmetik Indonesia). Sarjana Akuntansi dari Universitas Gadjah Mada dan memperoleh gelar Master di bidang Manajemen dari IPMI serta MBA dari Monash University's Mt. Eliza Business School di Australia (1997).

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

Sancoyo Antarikso was appointed as a Director by the Annual General Meeting of Shareholders on 29 May 2012 and is currently the Governance and Corporate Affairs Director. He has held the position of Corporate Secretary since January 2010. Since joining Unilever Indonesia in 1990, he has served in a number of senior positions, including General Manager External Relations & Corporate Secretary (2009-2012), Financial Controller (2006-2009), Group Audit Manager (2005-2006), Commercial Manager, Home Care (2003-2004), Commercial Director, PT Kimberly-Lever Indonesia (2000-2003), and International Project Manager, Ice Cream Take Home Innovation Centre, Unilever Europe, UK (1999). He is active in several professional associations, and is currently Chairman of Indonesian Advertising Council Presidium, Chairman of APPINA (Association of Indonesian Advertising Companies), Secretary General of APJP (Association of Corporate Priority Line) and Secretary General of PERKOSMI (Indonesian Cosmetics Association). He earned a degree in Accountancy from Gadjah Mada University in 1988, and was awarded a Master's degree in Management from IPMI in 1996 and an MBA from Monash University's Mt. Eliza Business School, Australia, in 1997.

He does not have any affiliations with fellow members of the Board of Directors, or members of the Board of Commissioners, nor with the ultimate shareholder.

JOCHANAN SENF

Direktur/Director

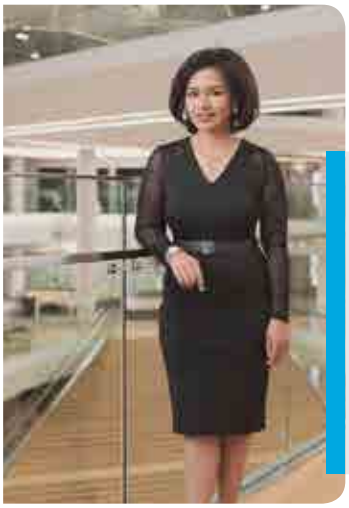
Warga negara Belanda, lahir di Amsterdam, domisili di Indonesia (usia 41).
Dutch citizen, born in Amsterdam, domiciled in Indonesia (age 41)

Jochanan Senf diangkat sebagai Direktur oleh Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada 27 April 2017, dan menjabat sebagai Direktur Refreshment. Sejak bergabung dengan Unilever pada tahun 2003, beliau telah memegang beberapa jabatan senior termasuk Managing Director Ben & Jerry's Europa yang berbasis di Inggris (2009-2017), Global Marketing dan Strategy Manager Beverages yang berbasis di Unilever Headquarter di Rotterdam (2006-2009), dan Brand- category Manager Foods Belanda (2003-2006). Ia meraih gelar Master di bidang Ekonomi (honor) dari Vrije Universiteit Amsterdam, Belanda.

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

Jochanan Senf was appointed as a Director by the Extraordinary General Meeting of Shareholders on 27 April 2017, and serves as the Refreshment Director. Since joining Unilever in 2003, he has held several senior posts including Managing Director Ben & Jerry's Europe based in the UK (2009-2017), Global Marketing and Strategy Manager Beverages based at Unilever Headquarters in Rotterdam (2006-2009), and Brand-category Manager Foods Netherlands (2003-2006). He holds a Master's degree in Economics (with honours) from the Vrije Universiteit Amsterdam, the Netherlands.

He does not have any affiliations with fellow members of the Board of Directors, or members of the Board of Commissioners, nor with the ultimate shareholder.



IRA NOVIARTI

Direktur/Director

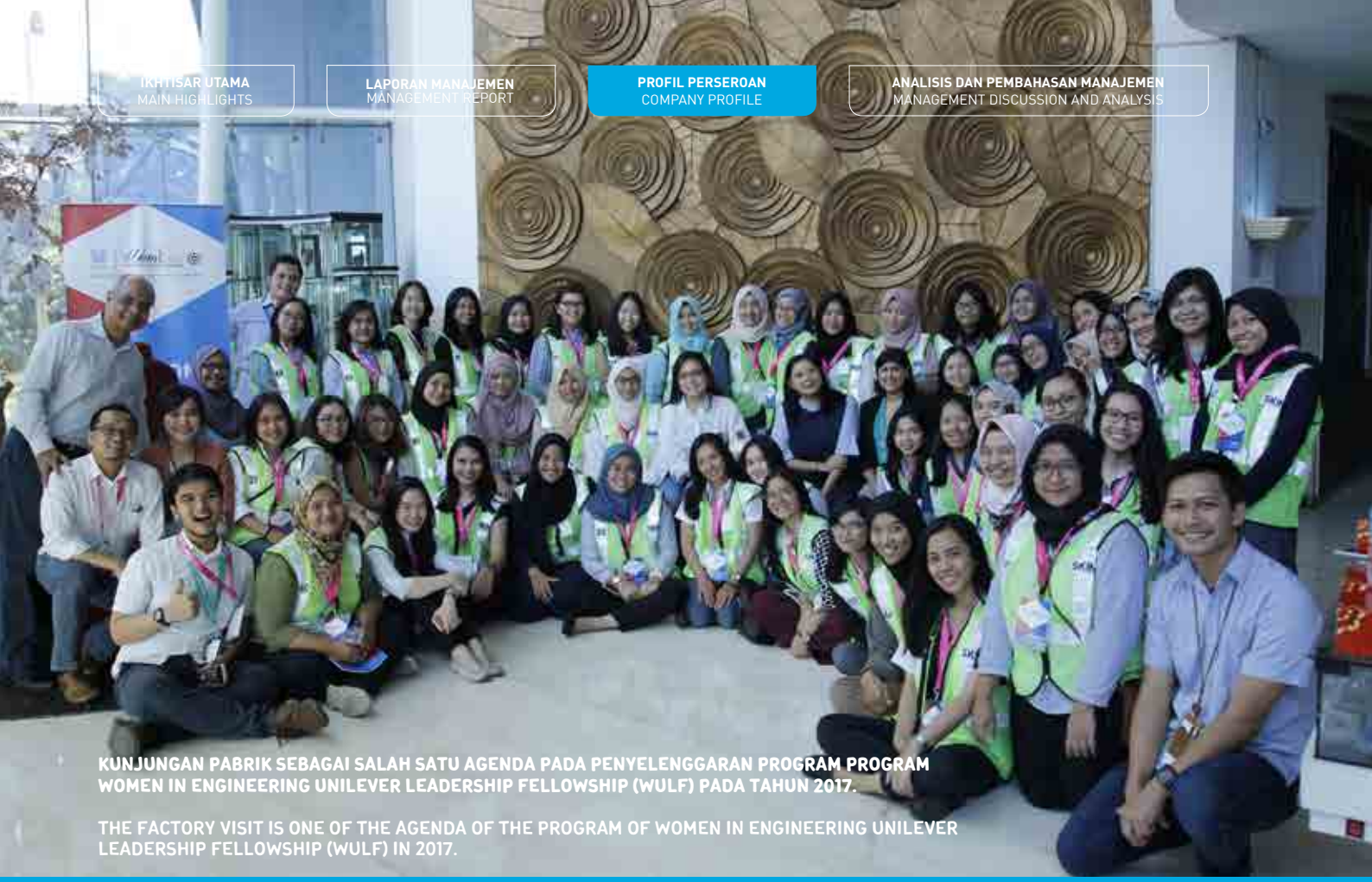
Warga negara Indonesia, lahir di Jakarta, domisili di Jakarta (usia 47).
Indonesian citizen, born in Jakarta, domiciled in Jakarta (age 47).

Ira Noviarti diangkat sebagai Direktur oleh Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada 18 Oktober 2017, dan saat ini menjabat sebagai Direktur Personal Care. Posisi senior sebelumnya termasuk Managing Director untuk Unilever Foods Solutions South East Asia (2015-2017), dan Wakil Presiden Direktur Ice Cream Media dan Consumer Market Insight di PT Unilever Indonesia Tbk (2010-2015). Dia meraih gelar di bidang Ekonomi dari Universitas Indonesia (1995), jurusan Akuntansi Keuangan.

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

Ira Noviarti was appointed as a Director by the Extraordinary General Meeting of Shareholders on 18 October 2017, and is currently the Personal Care Director. Her previous senior posts include Managing Director for Unilever Foods Solutions South East Asia (2015-2017), and Vice President of Ice Cream Media and Consumer Market Insight at PT Unilever Indonesia Tbk (2010-2015). She holds a degree in Economics from the University of Indonesia (1995), majoring in Financial Accounting.

She does not have any affiliations with fellow members of the Board of Directors, or members of the Board of Commissioners, nor with the ultimate shareholder.



KUNJUNGAN PABRIK SEBAGAI SALAH SATU AGENDA PADA PENYELENGGARAN PROGRAM PROGRAM WOMEN IN ENGINEERING UNILEVER LEADERSHIP FELLOWSHIP (WULF) PADA TAHUN 2017.

THE FACTORY VISIT IS ONE OF THE AGENDA OF THE PROGRAM OF WOMEN IN ENGINEERING UNILEVER LEADERSHIP FELLOWSHIP (WULF) IN 2017.

Pengelolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

HR MANAGEMENT AND DEVELOPMENT

UNILEVER INDONESIA TELAH BEROPERASI DI INDONESIA SELAMA 84 TAHUN. SEPANJANG PERJALANAN TERSEBUT, PERTUMBUHAN PERSEROAN DIPANDU OLEH SEBUAH TUJUAN/ *PURPOSE*: MEMASYARAKATKAN KEHIDUPAN YANG BERKELANJUTAN. KAMI YAKIN, DENGAN MEMILIKI *PURPOSE* YANG JELAS, KAMI AKAN DIPERCAYAI DAN DIHARGAI OLEH KONSUMEN. KINI, KAMI PUN BERUPAYA AGAR SELURUH KARYAWAN UNILEVER MEMILIKI *PURPOSE* YANG AKAN MENJADI PENDORONG UTAMA KINERJA MEREKA.

UNILEVER INDONESIA HAS BEEN OPERATING IN INDONESIA FOR 84 YEARS. DURING THAT TIME, THE COMPANY'S GROWTH HAS BEEN GUIDED BY A PURPOSE: MAKING SUSTAINABLE LIVING COMMONPLACE. WE BELIEVE THAT HAVING THIS CLEAR PURPOSE HAS BEEN INSTRUMENTAL IN EARNING OUR CONSUMERS' RESPECT AND TRUST. NOW, WE ARE INCREASINGLY LOOKING AT THE ROLE OF PURPOSE AS A KEY DRIVER OF THE PERFORMANCE OF UNILEVER INDONESIA'S PEOPLE.

KAMI MENANAMKAN TUJUAN/*PURPOSE* DALAM SEGALA HAL YANG KAMI LAKUKAN

Kami yakin, dengan menemukan *purpose* pribadi, apapun yang kami lakukan akan lebih bermakna dan memberikan kepuasan. Bagi para karyawan, *purpose* pribadi akan menjadi sebuah panduan untuk bergerak maju di tengah dunia yang penuh perubahan dan ketidakpastian ini. *Purpose* juga membantu menjelaskan makna pekerjaan dan kehidupan bagi karyawan. Karyawan akan memiliki daya tahan yang lebih tinggi, kesejahteraan yang lebih baik dan mendapatkan kepuasan kerja yang lebih besar, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap angka retensi serta keterlibatan karyawan di Perseroan. Para pemimpin yang memiliki *purpose* juga akan menjadi pimpinan yang lebih efektif, sedangkan tim yang memiliki *purpose* yang sama umumnya akan lebih mampu membuat keputusan dan memecahkan masalah. Studi telah menemukan bahwa karyawan yang bekerja dengan berorientasi pada *purpose*, 64% di antaranya meraih kepuasan lebih dalam bekerja, 50% lebih memungkinkan mencapai posisi pimpinan, dan 47% cenderung menyuarakan hal baik tentang perusahaan tempat bereka bekerja.

Berdasarkan temuan yang positif tersebut, Unilever Indonesia selama setahun terakhir telah mendorong tumbuhnya *purpose* tersebut. Melalui serangkaian lokakarya, kami mendorong karyawan untuk merenungkan arti kehidupan mereka, mengidentifikasi keunikan mereka, dan menemukan hal-hal yang membuat mereka bergairah dan bersemangat. Berdasarkan hal-hal tersebut, karyawan akan menentukan suatu 'tujuan' yang dapat membantu mereka menciptakan dampak positif setiap hari. Dari total 1.600 karyawan di tingkat manajemen, sebanyak 563 orang telah 'menemukan *purpose* kepemimpinan mereka', dan pada tahun 2018 kami akan terus menyelenggarakan pelatihan ini kepada para manajer dan pemimpin masa depan kami.

WE ARE EMBEDDING PURPOSE IN EVERYTHING WE DO

We believe that by discovering our individual purpose, whatever we do will be more meaningful and fulfilling. For our talent, having a purpose provides them with a compass with which to navigate this frequently volatile and uncertain world, and gives them greater clarity about the meaning of their work. This can contribute to improved personal resilience and wellbeing, as well as greater job satisfaction, which in turn positively influences employee engagement and retention. Purpose also plays an important role in effective leadership, while teams with a common purpose are typically more empowered to make decisions and solve problems. Studies have found that employees with a 'purpose orientation' report 64% greater job fulfilment, are 50% more likely to be in leadership positions, and are 47% more likely to be promoters of their employers.

With these positive outcomes in mind, Unilever Indonesia has, over the past year, been driving the purpose. Through a series of Purpose workshops, we are encouraging employees to reflect on their lives and identify what makes them unique, and what makes them passionate, and use these insights to define the goal or idea that will enable them to make an impact every day—this is their purpose. Out of a total of 1,600 employees at management level, 563 have already 'found their leadership purpose', and in 2018 we will continue to roll out the training to our managers and future leaders.

KARYAWAN KAMI SEDANG MENGIKUTI KELAS POUND FIT, OLAHRAGA DENGAN GERAKAN MENABUH DRUM YANG TERSEDIA DI FASILITAS FITNES GRHA UNILEVER.

OUR EMPLOYEES ARE TAKING POUND FIT CLASSES, A TYPE OF FITNESS ROUTINE WITH DRUMMING MOVEMENTS, WHICH IS AVAILABLE AT GRHA UNILEVER FITNESS CENTER.

KAMI MENDORONG KESEJAHTERAAN/*WELLBEING* KARYAWAN

Kami peduli dengan kesejahteraan karyawan kami, dan ingin memastikan bahwa setiap karyawan dapat menjaga keseimbangan dalam hidup mereka (secara fisik, emosional, mental, dan selaras dengan *purpose* mereka). Tidak hanya mendorong para pimpinan untuk memastikan bahwa anggota tim mereka terjaga keseimbangan hidupnya, kami juga menyediakan berbagai fasilitas pendukung yang tersedia di lokasi kerja, seperti pusat kebugaran, penitipan anak-anak, dan komunitas hobi yang menawarkan kesempatan kepada karyawan untuk mengembangkan minat di luar pekerjaan mereka seperti diantaranya basket, paduan suara, lari dan futsal. Sebagai bagian dari upaya kami untuk menjaga kesehatan mental dan fisik, kami meluncurkan sebuah program asistensi untuk karyawan pada Hari Kesehatan Mental pada tahun 2017. Melalui prakarsa ini, 6.000 karyawan kami secara pribadi dapat berkonsultasi dengan konselor terlatih, kapan saja dan bebas biaya. Di 2017, untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menjaga kesejahteraan diri, kami menyelenggarakan sejumlah acara, termasuk 'School of Rock', di mana sebanyak 700 orang karyawan memperoleh edukasi tentang 4 unsur yang ada di dalam kesejahteraan.

WE DRIVE WELLBEING

We care about our employees' wellbeing, and aim to ensure that every employee is able to maintain a balance in their life (physically, emotionally, mentally, and in relation to their purpose). We not only encourage our leaders to ensure that their team members take care of their wellbeing; we also provide facilities on-site to support this, such as a gym, children's day care, and vitality clubs that offer employees opportunities to develop their non-work interests through basketball, choir, running and futsal, among others. As part of our drive to maintain mental as well as physical wellbeing, we launched the Employee Assistant Program on Mental Health Day in 2017. Through this initiative, any of our 6,000 employees can talk to a trained counsellor, at any time, completely free of charge. To raise awareness about the importance of wellbeing in 2017, we organised a number of events, including the 'School of Rock', in which 700 employees learned about each dimension of wellbeing.

KAMI MERANGKUL KEBERAGAMAN DAN INKLUSIFITAS

Di Unilever Indonesia, kami menghormati dan menghargai perbedaan etnis, jenis kelamin, usia, asal kebangsaan, disabilitas, orientasi seksual, pendidikan, budaya dan agama, dan kami

WE EMBRACE DIVERSITY AND INCLUSION

At Unilever Indonesia, we respect and appreciate differences in ethnicity, gender, age, national origin, disability, sexual orientation, education, culture and religion, and we value the diverse

menghargai beragam perspektif yang hadir dari keberagaman ini. Kami bangga bahwa hampir separuh (40%) dari Direksi kami adalah perempuan. Lebih menariknya lagi, anggota anggota direksi kami yang perempuan memimpin divisi yang biasanya tidak diasosiasikan dengan perempuan, seperti Supply Chain dan Customer Development. 38% karyawan kami di tingkat manajerial adalah perempuan, dan kami terus melakukan langkah-langkah untuk meningkatkan komposisi ini.

Di dalam Unilever Sustainable Living Plan, dijabarkan target yang jelas untuk kinerja kami dalam hal keberagaman, serta meneguhkan komitmen yang lebih kuat untuk meningkatkan kehidupan perempuan di sepanjang rantai nilai kami. Lebih lanjut tentang hal ini dapat dilihat di bagian Tanggung Jawab Sosial Perseroan Laporan ini. Pada seluruh tingkat organisasi, kami melakukan perbaikan terus-menerus dalam upaya kesetaraan *gender* dengan menetapkan target yang jelas setiap tahunnya, serta rencana jangka panjang untuk mencapainya. Langkah-langkah yang telah kami lakukan meliputi:

- Membangun jajaran tenaga kerja yang seimbang secara jenis kelamin di dalam Unilever, khususnya pada tingkat manajemen;
- Mendorong keselamatan dan keamanan bagi para perempuan di komunitas tempat kami beroperasi;
- Meningkatkan akses para perempuan ke pelatihan dan keterampilan di seluruh rantai nilai kami;
- Memperluas peluang bagi perempuan dalam rantai nilai kami; dan
- Menyediakan sistem pendukung agar karyawan perempuan mencapai keseimbangan yang lebih baik antara karir dan keluarga mereka, seperti menawarkan jam kerja yang fleksibel dan menyediakan fasilitas ruang laktasi di tempat kerja serta penitipan anak di kantor pusat.

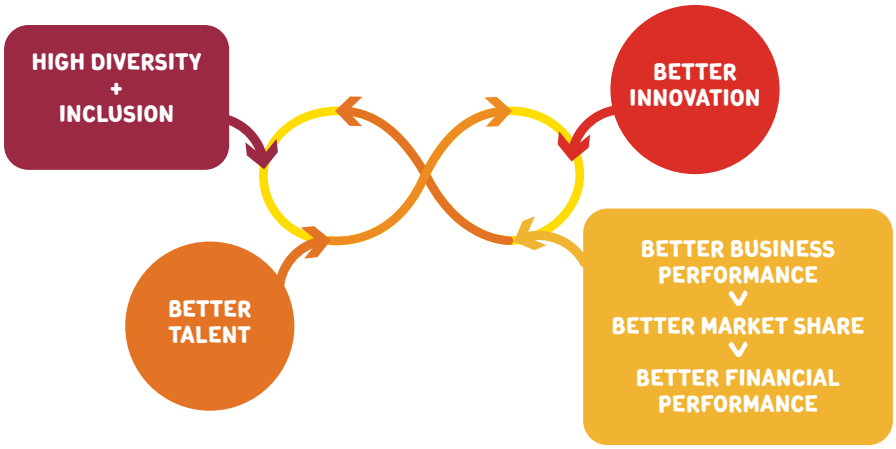
Di tahun 2017, untuk mendukung target kami dalam hal keberagaman, kami memperbaharui kebijakan cuti melahirkan dengan memperpanjangnya menjadi empat bulan, dan membuat kebijakan baru tentang cuti ayah, yaitu hingga satu minggu setelah kelahiran anak sehingga diharapkan dapat memberikan dukungan lebih besar di rumah. Selain itu, untuk memberdayakan perempuan khususnya lulusan teknik dalam memasuki lingkungan kerja yang biasanya lebih didominasi oleh laki-laki, kami menyelenggarakan *Women in Engineering Unilever Leadership Fellowship* (WULF) pada 2017. Unilever Indonesia adalah satu dari hanya lima negara Unilever dan yang pertama di Asia yang menyelenggarakan acara ini.

perspectives that these differences bring. We are proud that women make up almost half (40%) of our Board of Directors, and are further encouraged by the fact that our female board members are heading non-traditionally female functions, such as supply chain and customer development. At the managerial level, 38% of our employees are female, and we aim to continuously increase this proportion.

The Unilever Sustainable Living Plan sets out clear targets for our performance on diversity, as well as our wider commitment to improving the lives of women throughout our value chain. More about this can be seen in the Corporate Social Responsibility section of this Report. At all levels of the organisation, we seek to make continuous improvements in the gender balance by setting clear targets every year, as well as a long-term plan to achieve them. The steps we are taking include:

- Building a gender-balanced workforce within Unilever, with a focus on management;
- Promoting safety and security for women in the communities where we operate;
- Enhancing women's access to training and skills across our value chain;
- Expanding opportunities for women in our value chain; and
- Providing support systems to enable female employees to achieve a better balance between their career and their family, such as offering flexible work hours, providing nursery facilities in the workplace and a day care facility in our Head Office.

In 2017, to support our diversity goals, we revamped our policy on maternity leave, extending it to four months, and created a new policy on paternity leave, offering male employees up to one week of leave following the birth of a child so they can provide greater support at home. In addition, to empower female engineering graduates to enter traditionally male domains in the workplace, we held the Women in Engineering Unilever Leadership Fellowship (WULF) in 2017. Unilever Indonesia is one of only five Unilever countries and the first in Asia to hold this event.



KAMI SANGAT YAKIN BAHWA KOMITMEN TERHADAP KEBERAGAMAN AKAN MENGHASILKAN KONDISI POSITIF YANG MENARIK KARYAWAN DENGAN KUALITAS YANG LEBIH BAIK, MENCIPTAKAN LEBIH BANYAK INOVASI, DAN PADA AKHIRNYA MENINGKATKAN KINERJA BISNIS.

WE FIRMLY BELIEVE THAT COMMITMENT TO DIVERSITY RESULTS IN A POSITIVE FEEDBACK LOOP THAT ATTRACTS BETTER TALENT, LEADS TO MORE INNOVATION AND IMPROVES BUSINESS PERFORMANCE.

Salah satu aspek penting dalam komitmen kami terhadap keberagaman adalah memberikan kesempatan yang adil dan sama ke semua karyawan untuk mengikuti pelatihan. Sebagai pengejewantahannya, kami telah melakukan hal-hal berikut:

- Tim Learning Unilever Indonesia mengirimkan informasi tentang pelatihan yang tersedia kepada seluruh karyawan dan manajer untuk memastikan bahwa setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi;
- Rencana Pengembangan Individu Karyawan (IDP), yang didiskusikan dengan Manajer Lini, menjelaskan area mana yang harus difokuskan dan ditingkatkan oleh karyawan, sehingga memungkinkan manajer lini dan timnya dapat mengidentifikasi peluang yang sesuai;
- *Platform* buku *online* dan sumber pelatihan kami memungkinkan semua karyawan untuk mengakses berbagai materi, TEDx Talks, dan berbagai kelas setiap saat untuk pengembangan pribadi dan profesional mereka lebih lanjut.

ANALISIS ORGANISASI DAN KARYAWAN

Tim Analisis Organisasi dan Karyawan adalah tim ahli dengan pengalaman dan keahlian pada Data Science, Analisis, dan Wawasan Karyawan. Selain untuk menciptakan tempat kerja yang kondusif melalui berbagai prakarsa yang disebutkan di atas (*purpose*, kesejahteraan dan keberagaman & inklusifitas), kami juga berupaya untuk membangun organisasi berkinerja tinggi yang mampu mengembangkan pemimpin yang dapat menumbuhkan bisnis seraya memastikan bahwa Perseroan tetap mampu menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen yang berubah-ubah dan perkembangan teknologi. Kami bersinergi di seluruh fungsi perusahaan untuk memberikan panduan, alat, dan tolok ukur terkait dengan desain dan efektivitas organisasi, serta perencanaan tenaga kerja secara strategis. Salah satu contohnya adalah penerapan teknologi digital baru-baru ini, yaitu gamification yang berfungsi menghilangkan praduga yang sering tidak disadari saat melakukan proses rekrutmen.

PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI

Pembelajaran menjadi semakin penting bagi organisasi kami. Model bisnis dan lingkungan yang semakin cepat berubah menuntut keterampilan, pola pikir, dan pendekatan baru dalam pembelajaran. Selain itu, pembelajaran semakin menjadi pendukung dalam membangun organisasi yang lebih cepat bergerak dan lebih lincah sesuai harapan kami.

PELUNCURAN DEGREED

Kami meluncurkan Degreed di 2017, yang merupakan cara baru untuk belajar. Dengan Degreed, karyawan dapat belajar bersama, sehingga manfaatnya menjadi lebih tinggi. Degreed membuat proses pembelajaran menjadi lebih mandiri dengan memfasilitasi karyawan untuk mendapatkan materi pembelajaran dari berbagai sumber yang relevan di internet, sehingga memungkinkan mereka untuk dengan mudah menemukan informasi, pengetahuan, dan kemampuan yang mereka butuhkan dan dapat berbagi dengan rekan kerja, tim, dan manajer lini mereka.

An important aspect of our commitment to diversity is ensuring fair and equal access to training opportunities. We have specified the following practices to ensure that this is upheld:

- Unilever Indonesia's learning team sends information on any available training to employees and managers to ensure that each individual has equal opportunity to participate in them;
- Employees' Individual Development Plans (IDPs), which are discussed with Line Managers, indicate which areas the employee should focus on and improve, enabling line managers and the learning team to identify suitable opportunities;
- Our online book store and training resources enable all our employees to access a wide range of materials, TEDx Talks and classes at any time to further their personal and professional development.

ORGANIZATION AND PEOPLE ANALYTICS

The Organisation and People Analytics team is a team of embedded experts with experience in Data Science, Analytics and Employee Insights. As well as creating a stellar workplace through the initiatives mentioned above (purpose, wellbeing and diversity & inclusion), we are also striving to build a high-performing organization that develops leaders who are capable of driving the business while ensuring that the Company stays relevant to shifting consumer preferences and technology trends. We work synergistically across functions to provide guidance, tools and benchmarks related to organisational design and effectiveness, and strategic workforce planning. One example of our work is the recent adoption of digital technology such as gamification to eliminate unconscious bias our recruitment process.

TRAINING AND COMPETENCY DEVELOPMENT

Learning has never been more critical for our organisation. The increasing pace of change in business models and environments demands new skills, new mindsets and new approaches to learning. Moreover, learning is increasingly an enabler for building the faster-moving, more agile organisation that we want to become.

LAUNCHING DEGREED

2017 saw the launch of Degreed. This is the next generation of learning, making it a shared experience and thereby increasing its value. Degreed empowers learning by allowing employees to crowdsource learning materials from various relevant sources across the internet, enabling them to find the information, knowledge and capabilities they need and share them with their co-workers, teams and line managers.

JENIS PELATIHAN

Selain memfasilitasi karyawan untuk belajar secara mandiri melalui Degreed, kami tetap menyediakan pelatihan tatap muka yang dipimpin oleh instruktur dan pelatihan berbasis pekerjaan untuk terus membekali karyawan dengan pengetahuan dan kompetensi untuk meningkatkan profesionalisme mereka dan menumbuhkan bisnis.

Kompetensi utama yang dibutuhkan karyawan untuk dapat melakukan pekerjaan secara efektif diperkenalkan dan diasah melalui berbagai pelatihan profesional, teknis atau fungsional. Setiap tahun, tim *Learning* kami mengidentifikasi keterampilan yang diperlukan, sementara modul pelatihan disusun dan disampaikan oleh Global Academy Unilever yang mencakup berbagai divisi, termasuk Supply Chain Academy, Customer Development Academy, Finance Academy, dan Marketing Academy.

Kompetensi *soft skill* seperti kepemimpinan, efektivitas pribadi dan manajemen waktu, memiliki peran yang sama penting, dan kami memastikan bahwa kompetensi seperti ini dikembangkan melalui pelatihan tatap muka dan juga *e-learning*. Seperti telah disebutkan di atas, di 2017 kami melakukan investasi besar dalam memfasilitasi para pemimpin kami untuk menentukan *purpose* mereka. Kami juga mendorong profesionalisme di seluruh lini Perseroan dengan mempersiapkan karyawan kami untuk berbagai kualifikasi profesional melalui kemitraan dengan organisasi pelatihan eksternal. Di 2017, kami memberikan pelatihan untuk menyiapkan 24 karyawan kami mendapatkan Sertifikasi Chartered Institute of Management Accountants (CIMA).

Sejalan dengan komitmen kami untuk memberikan akses pelatihan bagi semua karyawan, kami memiliki pusat pembelajaran daring, sebagai wadah berbagai macam buku daring, TEDx Talks, dan kelas pembelajaran tatap muka yang tersedia setiap hari 24/7. Sarana ini memastikan bahwa seluruh karyawan kami memiliki kesempatan untuk belajar sesuai kecepatan dan kenyamanan mereka sendiri.

TYPE OF TRAINING

At the same time as enabling employees to take control of their own learning through Degreed, we continued to offer formal instructor-led and job-based training to equip our people with the knowledge and competencies to further their own professional development and the growth of the business.

The core competencies that each employee needs to do their job effectively are introduced and honed through a range of professional, technical or functional training. The skillsets needed are identified annually by our learning teams, while the training is developed and delivered by Unilever's global academies for the various functions, including the Supply Chain Academy, the Customer Development Academy, the Finance Academy and the Marketing Academy.

Soft competencies, such as leadership, personal effectiveness and time management, are equally important, and we ensure that these are developed through both classroom-based training and e-learning. As noted above, we made a substantial investment in facilitating our leaders to define their leadership purpose in 2017. We are also driving professionalism across the Company by preparing our people for a range of professional qualifications, in partnership with external training organisations. In 2017, we provided training to prepare 24 of our employees for the Chartered Institute of Management Accountants (CIMA) Certification.

Reflecting our commitment to make learning accessible to everyone in the organisation, we have an online learning hub, where a huge range of online books, TEDx Talks and face-to-face learning classes are available 24/7. This ensures that all our employees have opportunities to learn at their own pace and convenience.

PENYELENGGARAAN PROGRAM WOMEN IN ENGINEERING UNILEVER LEADERSHIP FELLOWSHIP (WULF) PADA TAHUN 2017. PERSEROAN ADALAH SATU DARI HANYA LIMA NEGARA UNILEVER DAN YANG PERTAMA DI ASIA YANG MENYELENGGARAKAN ACARA INI.

THE WOMEN IN ENGINEERING UNILEVER LEADERSHIP FELLOWSHIP (WULF) IN 2017. THE COMPANY IS ONE OF ONLY FIVE UNILEVER COUNTRIES AND THE FIRST IN ASIA TO HOLD THIS EVENT.

PENGEMBANGAN KARYAWAN

Setiap divisi di Perseroan memiliki forum diskusi yang membahas pengembangan karyawan, perencanaan karir dan peningkatan keterampilan. Di Unilever Indonesia , semua karyawan berhak atas pengembangan diri, dan para manajer lini bekerjasama dengan setiap anggota timnya untuk menyusun Rencana Pengembangan Individu/ Indvidual Development Plan (IDP) yang menjadi landasan untuk perencanaan dan pengembangan jangka panjang.

Kami juga melakukan perencanaan untuk suksesi anggota Direksi di masa yang akan datang dengan mengidentifikasi karyawan yang berpotensi menjadi anggota Direksi di 5,7 dan 10 tahun ke depan.

Di tahun 2017, Perseroan berinvestasi sebesar Rp9,3 miliar pada program pengembangan kompetensi karyawan. Beragam pelatihan yang disediakan pada tahun 2017 ditunjukkan pada tabel berikut ini:

EMPLOYEE DEVELOPMENT

Every function in the Company conducts an ongoing talent discussion forum where people development, career planning and skill enhancements are discussed. At Unilever Indonesia, we believe that development is for everyone, and line managers work with each individual to craft Individual Development Plans (IDPs) which serve as a basis for long-term planning and development.

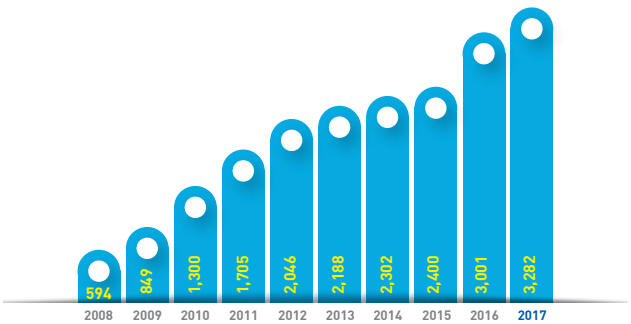
We also prepare for future Board development by identifying talents who can potentially be Directors of Unilever Indonesia within 5, 7 and 10 years.

In 2017, the Company invested Rp9.3 billion in competency development programmes. The training provided in 2017 is shown below:

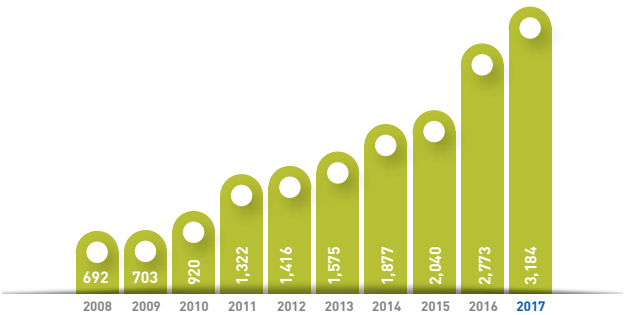
JENIS PELATIHAN TYPE OF TRAININGS	RINCIAN DETAILS	PENJELASAN EXPLANATION	JUMLAH PESERTA NUMBER OF PARTICIPANTS
Pelatihan Teknis Technical Trainings	Supply Chain Academy	- Induction New Employee - MOH Training - Pre-retirement Training - PLC Training - ISO Training - Safety Training - SAP Training - Focus Improvement Training - K3 Training - Lunch and Learn - Cinemania - Managing Exit Training - Positive Leadership Training - Communication Skill Training - Problem Solving Skill Training - Followership Skill Training - Quality Training - Mechanic and Electric Training - Discover your purpose workshop - DOE training - Environmental Training - Personality Development Workshop - Sparkle training	11,208
	CD Academy	- A Journey From Data Quality to Applied Machine - AASM Trainer License To Operate - Account Excellent Management IC Training Day 1 & Day 2 - Basic Presentation Skill - BCS Calculator - Bravo Training - Capability Brief - Category Management_batch 1 - CCD Essential Foundation - CCD Global Community Workshop - CD Finance Induction 2017 - DSR Training - Excellent Account Management - Fast Team - GT Foundation 2017 - High Performance Team - Minimarket People Day: The Story of Us - Intermediate Category Management 2017 Day 1 & 2 - IQ & BCP WORKSHOP FOR SALESMAN DISTRIBUTOR - Komunikasi Efektif - LAT - PATHS to PURCHASE - LMT Foundation 2017 - Nielsen Based Category Management - NPD Workshop & Allignment - SLC Training - SSC Training IC East - Strategy to win in FG - Train the Trainer SSC & OM - TTT - Perfect Store Blockbuster, LeverEdge R3.7, UBP - UFSA Workshop - Unilever Selling Foundation - Workshop MUT Leaders	16,941

JENIS PELATIHAN TYPE OF TRAININGS	RINCIAN DETAILS	PENJELASAN EXPLANATION	JUMLAH PESERTA NUMBER OF PARTICIPANTS
Kompetensi Lunak Soft Competencies	Business Skills	- Empowered Leadership for First Line Managers - Advanced Media Training - Assertiveness & Self-Confidence - Breaking Bias (VILT) - C4G Mindset - Empowerment, Collaborations & Experimentation - Capability Program IPSOS - Capability Program MBI - Capability Program SEAA - CD in Connected World - Challenging Messages (VILT) - Change Management - Coaching Skills - Coaching Skills for Line Managers (VILT) - Coaching Skills for Line Managers (ILT) - Communication Research in Practice - Conflict Management (VILT) - Connected World - Corporate Induction - Creativity & Innovation for Business Performances - Delivering Change (VILT) - Dynamic Delegation (VILT) - Getting Things Done (VILT) - Great Feedback (VILT) - High Performing Teams (VILT) - Honest Conversations (WL1-WL2) (virtual workshop) - HR Familiarization - Kantar World Panel I - Leading Local Mixed (LLMD) - Leading Teams when You are Not the Boss - Making an Impact with a Virtual Audience (virtual programme) - Managing Expectations (VILT) - Marketing Foundation 1 - Marketing Foundation 2 - Marketing Foundation 3 - Numbers are Stories Too (VILT) - Peak Performance (VILT) - Pra-Pensiun - Reimagine HRS - SCRUM Training - TTT 7 Habits of Highly Effective People - UFLP Sharing Session - Your Impact on Others	515
	Leadership	- 7 Habits of Highly Effective People - Essentials for Business Leadership Training - Discover Your Purpose Training - Unilever Management Development Program 1	475
Sertifikasi Certification	7 Habits of Highly Effective People	Vendor: Dunamis	4
	Professional Coach Certification Program	Vendor: Coaching Indonesia	4
	Industrial Relations Certification Program	Vendor: Apindo	3
	Chartered Institute of Management Accountants (CIMA) Certification Program	Vendor: AICPA – CIMA	24

JUMLAH MODUL PELATIHAN
TOTAL TRAINING MODULES



JUMLAH PELATIH INTERNAL
TOTAL INTERNAL TRAINERS



PENGELOLAAN DAN PENILAIAN KINERJA

Kinerja karyawan dikelola melalui proses yang transparan dan responsif yang dikenal sebagai '*Always ON*'. Berbeda dengan sistem pengelolaan kinerja tradisional di mana karyawan hanya dapat melakukan diskusi kinerja pada waktu-waktu tertentu sepanjang tahun, pendekatan kami memastikan bahwa terdapat diskusi terus-menerus antara karyawan dengan manajer lini, sehingga karyawan dapat mengetahui posisi mereka dalam hal kinerja dan pencapaian di sepanjang tahun. Awal tahun dimulai dengan penetapan tujuan dan persetujuan target (KPI), yang selaras dengan tujuan Perseroan dan target (KPI) tim, untuk kemudian masuk ke Rencana Pengembangan Individu (IDP) karyawan. Dengan diluncurkannya pelatihan *Purpose* di semua divisi, *purpose* pun semakin penting bagi pondasi pengembangan diri setiap karyawan. Kinerja dipantau dan didiskusikan secara terus menerus, dan kemudian pada akhir tahun akan dikalibrasi dan diberi peringkat. Peringkat masing-masing karyawan kemudian dimasukkan ke dalam proses peninjauan bakat, di mana komite akan menentukan kesiapan karyawan dalam kenaikan jabatan. Sistem ini memberikan kejelasan yang jauh lebih tinggi terkait tingkat kinerja, baik untuk karyawan dan juga manajer lini, serta memastikan bahwa talenta yang memiliki potensial tinggi dapat diidentifikasi dengan cepat. Pada saat yang sama, sistem ini memastikan bahwa tindakan yang tepat waktu dapat dilakukan bagi mereka yang membutuhkannya.

PERFORMANCE MANAGEMENT AND ASSESSMENT

Employee performance is managed through a transparent and responsive process known as 'Always ON'. Unlike traditional performance management systems, when employees receive feedback only at certain times during the year, our approach ensures that there is a continuous feedback loop between employees and their line managers, so that they know where they stand in terms of performance and achievement throughout the year. The year begins with goal setting and signing off on KPIs, which are aligned with both the Company's goals and the team KPIs, and go into the employee's Individual Development Plan (IDP). As we roll out Purpose training across the Company, an employee's purpose is increasingly providing an important foundation for the development plan. Performance is monitored and discussed on a continuous basis, and at the end of the year, it is calibrated and rated. The rating is fed into the talent review process, where a committee will determine employees' readiness for promotion. The system allows for much greater visibility of the level of performance for both employees and line managers, as well as ensuring that high potential talent is quickly identified. At the same time, it ensures that timely interventions can be made for those who need it.

REKRUTMEN, RETENSI DAN RENCANA SUKSESI

Kami memiliki program rekrutmen yang sangat terfokus dan proaktif, yang dirancang bukan hanya untuk menarik bakat terbaik di semua tingkatan organisasi, tetapi juga untuk mengidentifikasi talenta-talenta yang berpotensi dipromosikan untuk naik jabatan untuk mengisi posisi-posisi penting.

Kami percaya bahwa karyawan yang telah memiliki tujuan karir yang jelas akan cenderung memilih untuk tetap bersama Perseroan. Selain menawarkan berbagai peluang untuk mengembangkan potensi mereka dan memberikan paket gaji yang kompetitif, kami memastikan bahwa setiap karyawan memiliki Rencana Pengembangan Individu (IDP). Rencana yang disepakati antara karyawan dan manajer lini mereka diperbarui secara berkala dan hal ini membantu untuk menyeimbangkan ekspektasi karyawan serta memberikan kejelasan bagi manajer lini dan karyawan tentang tujuan dan strategi pengembangan yang tepat untuk mereka. Diskusi yang kami sebut sebagai *'Stay' conversation* adalah komponen penting lainnya dalam strategi kami untuk memastikan karyawan tetap berkarir dalam Perseroan. Kami menggunakan teknik ini untuk mengetahui indikasi awal ketidakpuasan karyawan yang dapat mengakibatkan mereka meninggalkan Perseroan. Kami kemudian dapat melakukan tindakan untuk mengatasi ketidakpuasan ini untuk mencegah karyawan tersebut mengundurkan diri dari Perseroan. Strategi ini telah berkontribusi pada tingkat pengunduran karyawan yang 20% lebih rendah dari rata-rata pasar. Hal ini juga telah membantu memastikan bahwa Unilever Indonesia telah secara konsisten mencapai posisi terdepan pada jajak pendapat dan survei terkait tempat-tempat kerja yang paling disukai oleh para karyawan dan lulusan perguruan tinggi. Pada tahun 2017, Perseroan memenangkan Penghargaan HR Asia sebagai salah satu Perusahaan Terbaik untuk Bekerja di Asia.

RECRUITMENT, RETENTION AND SUCCESSION PLANNING

We have a highly focused and proactive recruitment programme that is designed not only to attract the best talent for all levels of the organisation, but also to identify exceptional candidates who are most likely to be promoted to our talent pool for 'hot' roles.

We believe that employees who have a defined path towards their career goals are more likely to stay with the Company. In addition to offering a wide range of opportunities to develop their potential, and a competitive salary package, we ensure that each employee has an Individual Development Plan (IDP). The plan, which is agreed between the employee and their line manager, is updated regularly, and helps to manage expectations as well as providing clarity for both line manager and employee on development goals and strategies to reach them. The 'Stay' conversation is another key component in our retention strategy. We use this to identify early indications of dissatisfaction in an employee that could result in them leaving the Company. We can then intervene to address the issue and halt attrition. These strategies have contributed to an attrition rate that is 20% lower than the market average. They have also helped to ensure that Unilever Indonesia has consistently topped polls and surveys of employees' and graduates' preferred places to work, and in 2017 won an HR Asia Award for Best Companies to Work For in Asia.

Kami memiliki proses perencanaan suksesi yang berkesinambungan untuk semua tingkat organisasi. Termasuk di dalam proses ini adalah forum yang diadakan setahun dua kali khusus untuk membahas tentang karyawan, yang tujuannya adalah untuk menyikapi perubahan-perubahan yang terjadi di dalam organisasi. Orang-orang yang memiliki potensi, dan mereka yang siap untuk kenaikan jabatan, dicatat dan dicocokkan dengan peran yang diperlukan di masa mendatang. Rencana ini kemudian dapat disepakati dengan individu terkait dan manajer lini mereka, untuk kemudian dimasukkan dalam Rencana Pengembangan Individu mereka.

We have a continuous succession planning process for all levels of the organization. The process includes twice-yearly people forums to address any changes in the organization. Those who have potential, and those who are ready for promotion, are earmarked and matched with future roles in the Company. This can then be agreed with both the individual and their line manager, and incorporated in their Individual Development Plan.

HUBUNGAN INDUSTRI

Hak seluruh karyawan Unilever Indonesia ditetapkan dan dilindungi oleh Prinsip Bisnis dan Pedoman Kebijakan (Kode Etik), serta oleh ketentuan dalam Perjanjian Kerja Bersama (PKB). PKB dinegosiasikan dan ditandatangani ulang setiap dua tahun oleh serikat pekerja dan Manajemen. Sejak 2016, negosiasi PKB telah menyertakan pengaturan kenaikan gaji untuk pekerja kerah biru Perseroan. Pada tahun 2017, terdapat 2 (dua) diskusi pokok yang telah didiskusikan antara Manajemen dan Serikat Pekerja, yang diselesaikan secara lancar.

Tanggung jawab Perseroan kepada karyawan telah dijabarkan dalam Pedoman. Termasuk diantaranya adalah memastikan tempat kerja yang aman dan sehat, menjunjung tinggi seluruh undang-undang dan peraturan yang berlaku, dan memastikan bahwa hubungan kerja berlandaskan pada rasa saling menghormati dan kepercayaan. Sementara itu, setiap keluhan dari karyawan dapat diajukan melalui mekanisme bipartit Perseroan di tingkat lokal, regional dan nasional (lihat Mekanisme Keluhan Karyawan pada halaman 273 Laporan Tahunan ini), atau melalui mekanisme pelaporan Perseroan, seperti yang dijelaskan pada halaman 229 dari Laporan ini. Sebagaimana disebutkan di atas, kesejahteraan karyawan adalah prioritas utama bagi kami. Sistem serta proses yang telah kami laksanakan untuk memastikan lingkungan kerja yang aman diuraikan di bagian 'Kesehatan dan Keselamatan Kerja' di halaman 270 dari Tahunan ini.

INDUSTRIAL RELATIONS

The rights of all Unilever Indonesia's employees are defined and protected by our Code of Business Principles and Code Policies (the Code) and the terms of the Collective Labour Agreement (CLA). The CLA is renegotiated and signed every two years by the employees' union and Management. Since 2016, the CLA negotiations have included the setting of salary increments for the Company's blue-collar workers. In 2017, there were two principal ongoing discussions between Management and the labour union, which were resolved peacefully.

The Company's responsibilities to the employees, which include ensuring a safe and healthy workplace, upholding all relevant employment and other laws, and ensuring that the working relationship is based on mutual respect and trust, are articulated in the Code. Meanwhile, any grievances on the part of employees can be raised through the Company's bipartite mechanisms at local, regional and national level (see Employee Grievance Mechanisms on page 273 of this Annual Report), or through the Company's whistleblower mechanism, which is described on page 229 of this Report. As noted above, the wellbeing of our employees is a top priority for us, and the systems and processes we have put in place to ensure a safe working environment are outlined in the 'Health and Safety at Work' section on page 270 of this Annual Report.

NILAI-NILAI PERSEROAN

Nilai-nilai inti Perseroan yaitu integritas, respek, tanggung jawab dan semangat kepeloporan, adalah landasan bagi cara kami berinteraksi satu sama lain dan terhadap pekerjaan kami. Untuk memastikan bahwa setiap karyawan yang bergabung dalam organisasi menyadari dan memahami nilai-nilai tersebut dan juga standar perilaku yang dijelaskan dalam Pedoman Perilaku Bisnis, kami memberikan pemahaman saat masa orientasi karyawan baru yang diselenggarakan empat kali dalam setahun. Sesi ini difasilitasi oleh Direktur Sumber Daya Manusia.

Komite Integritas Bisnis yang bekerja secara independen Integritas Bisnis juga berperan aktif dalam menyebarluaskan pesan mengenai etika bisnis yang baik, rasa hormat dan integritas. Komite yang berdiskusi setiap bulan ini, juga bertemu secara teratur dengan Presiden Direktur untuk membahas cara menanamkan perilaku yang baik secara lebih mendalam di seluruh organisasi. Pada tahun 2017, seperti yang dilakukan sejak beberapa tahun terakhir, Komite Integritas Bisnis mengundang Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) untuk berbicara dengan karyawan tentang memberantas korupsi di tempat kerja. Mengenali dan menghargai perilaku teladan merupakan bagian penting dari strategi antikorupsi kami. Sehingga di tahun 2017, kami memberikan penghargaan kepada beberapa karyawan yang dianggap telah menjadi teladan yang sangat baik bagi rekan-rekan mereka.

CORPORATE VALUES

Unilever Indonesia's core values of integrity, respect, responsibility and pioneering spirit are the foundation for the way we interact with one another and with our work. We ensure that everyone joining the organisation is aware of and understands the values, along with the expected standards of behaviour explained in the Code of Business Conduct, by introducing them during the induction provided four times a year for all new joiners. These sessions are facilitated by the Vice President for Human Resources.

Our independent Business Integrity Committee also plays an active role in promoting good business ethics, respect and integrity. The Committee, which meets monthly, also meets regularly with the Company's Chairman to discuss how to embed good conduct more deeply throughout the organisation. In 2017, as they have done for the last few years, the Business Integrity Committee invited the national Corruption Eradication Commission (KPK) to talk to our employees about combatting corruption in the workplace. Recognising and rewarding exemplary conduct is an important part of our anti-corruption strategy, and in 2017 we presented awards to several employees who were deemed to have been excellent role models for their peers.

KOMPOSISI KARYAWAN

Pada 31 Desember 2017, Unilever Indonesia memiliki keseluruhan total 6.008 karyawan dalam daftar gaji, dibandingkan dengan 6.185 pada akhir tahun 2016. Terdapat sedikit perubahan dalam proporsi karyawan tetap, yaitu 94% dari total jumlah karyawan pada tahun 2017 dan 93% pada tahun 2016.

Proporsi karyawan yang memegang kualifikasi pasca-sekolah menengah juga tetap stabil yaitu sebanyak 2.133 karyawan (35,5%) pada tahun 2017 dibandingkan 2.173 karyawan (35,1%) pada tahun 2016.

Pada tahun 2017, 23,8% dari seluruh jumlah karyawan (1.430) berada di level Asisten Manajer ke atas, dibandingkan dengan 23,2% (1.436) di tahun 2016.

EMPLOYEE COMPOSITION

As at 31 December 2017, Unilever Indonesia had a total of 6,008 employees on its payroll, compared to 6,185 at the end of 2016. There has been little change in the proportion of permanent employees, at just over 94% of the total in 2017 and 93% in 2016.

The proportion of employees holding a post-high school qualification has also remained stable, at 2,133 employees (35.5%) in 2017 and 2,173 employees (35.1%) in 2016.

In 2017, 23.8% of employees (1,430) were at Assistant Manager level and above, compared to 23.2% (1,436) in 2016.

	2017	2016	
STATUS KEPEGAWAIAN			**EMPLOYMENT STATUS**
Pegawai Tetap	5,654	5,763	Permanent Employee
Pegawai Sementara	354	422	Temporary Employee
	6,008	**6,185**	
JENIS KELAMIN			**GENDER**
Perempuan	1,019	1,053	Female
Laki-Laki	4,988	5,132	Male
	6,008	**6,185**	
TINGKATAN			**JOB LEVEL**
Direktur	10	10	Director
Manajer & Manajer Senior	329	345	Manager & Senior Manager
Asisten Manajer	1,091	1,081	Assistant Manager
Staf	4,578	4,749	Staff
	6,008	**6,185**	
PENDIDIKAN			**EDUCATION**
Di bawah SMA	524	533	Below Senior High School
SMA atau Setara	3,351	3,479	Senior High School or Equivalent
D2	37	40	Diploma 2
D3	345	348	Diploma 3
Sarjana atau diatasnya	1,751	1,785	Bachelor's or above

PERAYAAN 84 TAHUN PT UNILEVER INDONESIA TBK OLEH KARYAWAN.
CELEBRATION OF PT UNILEVER INDONESIA TBK'S 84TH ANNIVERSARY BY OUR EMPLOYEES.

Informasi Pemegang Saham
SHAREHOLDERS' INFORMATION

15%

MASYARAKAT/*PUBLIC* – **1,145,122,500** (lembar saham/*number of shares*)

85%

UNILEVER INDONESIA HOLDING B.V.– **6,484,877,500** (lembar saham/*number of shares*)

KELOMPOK PEMEGANG SAHAM (PER 31 DESEMBER 2017)
GROUPS OF SHAREHOLDERS (AS OF DECEMBER 31, 2017)

STATUS PEMILIK SHAREHOLDERS STATUS	JUMLAH PEMEGANG SAHAM NUMBER OF SHAREHOLDERS	JUMLAH SAHAM NUMBER OF SHARES	%
Perorangan/Individual	6,855	74,165,315	0.97
Asuransi/Insurance	82	163,659,840	2.14
Bank	4	15,400	0.00
Koperasi/Cooperative	8	220,200	0.00
Perseroan Terbatas/Limited Liability Company	1,032	7,219,079,826	94.61
Reksadana/Mutual Funds	278	133,975,929	1.76
Yayasan/Foundation	21	4,111,900	0.05
Dana Pensiun/Pension Fund	91	34,771,590	0.46
Total	**8,371**	**7,630,000,000**	**100.00**

JENIS KEPEMILIKAN SAHAM (PER 31 DESEMBER 2017)
TYPE OF SHARE OWNERSHIP (AS OF DECEMBER 31, 2017)

JENIS KEPEMILIKAN SAHAM TYPE OF SHARE OWNERSHIP	JUMLAH PEMEGANG SAHAM NUMBER OF SHAREHOLDERS	JUMLAH SAHAM NUMBER OF SHARES	%
Institusi Lokal/Local Institution	559	400,087,323	5.24
Institusi Asing/Foreign Institution	957	7,155,747,362	93.78
Individu Lokal/Local Individual	6,805	74,042,015	0.97
Individu Asing/Foreign Individual	50	123,300	0.00
Total	**8,371**	**7,630,000,000**	**100.00**

KEPEMILIKAN SAHAM ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI
SHARE OWNERSHIP BY THE BOARD OF COMMISSIONERS AND THE BOARD OF DIRECTORS

DEWAN KOMISARIS/BOARD OF COMMISSIONERS

NAMA NAME	KEPEMILIKAN SAHAM (SAHAM) SHARE OWNERSHIP (SHARE)	PERSENTASE PERCENTAGE
Maurits Daniel Rudolf Lalisang	0	0%
Mahendra Siregar	0	0%
Cyrillus Harinowo	0	0%
Erry Firmansyah	0	0%
Hikmahanto Juwana	0	0%

DIREKTUR/BOARD OF DIRECTORS

NAMA NAME	KEPEMILIKAN SAHAM (SAHAM) SHARE OWNERSHIP (SHARE)	PERSENTASE PERCENTAGE
Hemant Bakshi	0	0%
Tevilyan Yudhistira Rusli	0	0%
Debora Herawati Sadrach	0	0%
Annemarieke de Haan	0	0%
Enny Hartati Sampurno	0	0%
Amparo Cheung Aswin	0	0%
Vikas Gupta	0	0%
Hernie Raharja	34	0.00000%
Willy Saelan	477	0.00001%
Sancoyo Antarikso	0	0%

KEPEMILIKAN SAHAM OLEH DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Dewan Komisaris
Per tanggal 31 Desember 2017, tidak ada anggota Dewan Komisaris yang memiliki saham publik Perseroan baik secara langsung ataupun tidak langsung, kecuali Ibu Hernie Raharja dan Bapak Willy Saelan, yang masing-masing memiliki sekitar 0,00000% dan 0,00001%.

Direksi
Per tanggal 31 Desember 2017, tidak ada anggota Direksi yang memiliki saham Perseroan baik secara langsung maupun tidak langsung kecuali Bapak Willy Saelan dan.Ibu Hernie Raharja, yang masing-masing memiliki sekitar 0,0001% dan 0,00001% dari jumlah modal dasar yang sah, diterbitkan, dan disetor penuh oleh Perseroan.

SHARE OWNERSHIP OF MEMBERS OF THE BOARD OF COMMISSIONERS AND THE BOARD OF DIRECTORS

Board of Commissioners
As of 31 December 2017, none of the members of the Board of Commissioners owned, either directly or indirectly, any of the Company's publicly traded shares, with the exception of Mrs. Hernie Raharja and Mr. Willy Saelan, who own approximately 0.00000% and 0.00001%.

Board of Directors
As of 31 December 2017, none of the members of the Board of Directors owned, either directly or indirectly, any of the Company's shares, with the exception of Mr. Willy Saelan and Mrs. Hernie Raharja, who own approximately 0.00001% and 0.000001% , respectively, of the Company's authorised, issued, and fully paid-up capital.

Pembayaran Dividen

DIVIDEND PAYMENT

PEMBAYARAN DIVIDEND SELAMA DUA TAHUN TERAKHIR

Pembayaran dividen di tahun 2016 dan 2017 adalah sebagai berikut:

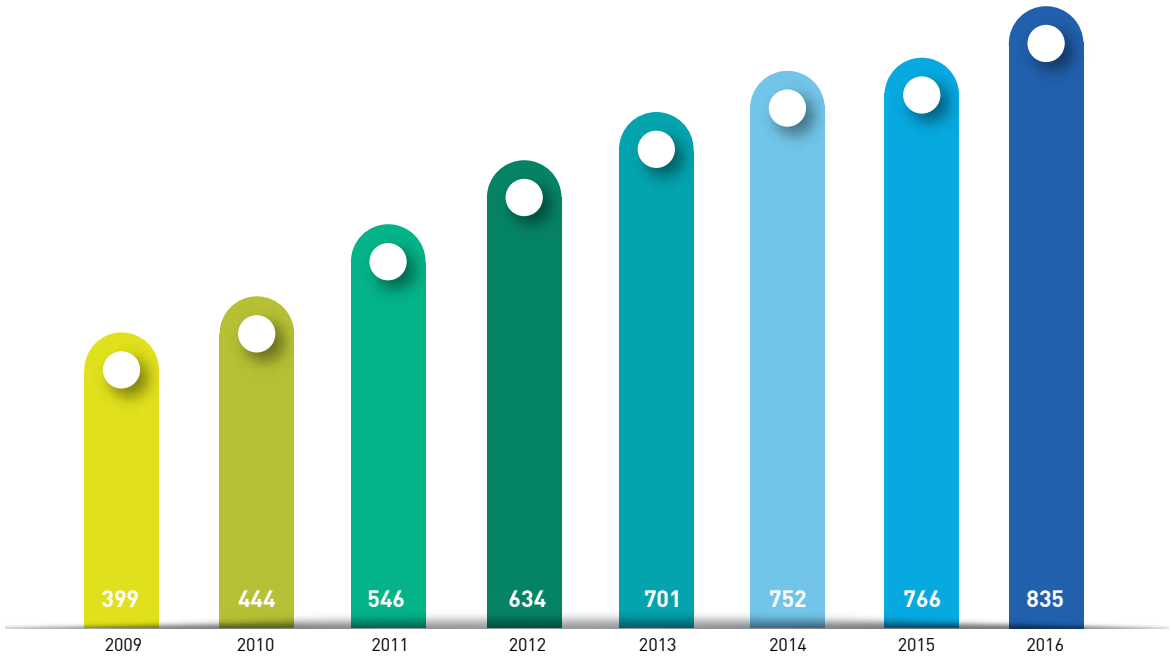
TWO YEARS DIVIDEND PAYMENT

Details of dividends paid in the years 2016 and 2017 were as follows:

TAHUN YEAR	TANGGAL PEMBAYARAN PAYMENT DATE		TAHUN BUKU YEAR BOOK	JUMLAH DIVIDEN DALAM JUTA RP (KOTOR) TOTAL DIVIDEND IN MILLION RP (GROSS)
2016	15 Juli/July	Final	2015	3,235,120
	22 Desember/December	Interim	2016	2,861,250
Jumlah/Total				**6,096,370**
2017	20 Juli/July	Final	2016	3,509,800
	20 Desember/December	Interim	2017	3,128,300
Jumlah/Total				**6,638,100**

SEJARAH PEMBAYARAN DIVIDEN

DIVIDEND HISTORY



Kronologis Pencatatan Saham

SHARELISTING CHRONOLOGY

KRONOLOGIS PENCATATAN SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA

Saham Perseroan pertama kali diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia di Jakarta pada tanggal 11 Januari 1982. Harga saham Perseroan ditawarkan pada harga Rp3.175 dengan nilai nominal Rp1.000 per saham. Jumlah saham yang ditawarkan kepada masyarakat pada saat itu adalah 9.200.000 lembar atau setara dengan 15% dari total kepemilikan modal dasar Perseroan.

REGISTRATION OF SHARES ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE

The Company's shares were first publicly traded on the Indonesia Stock Exchange in Jakarta on 11 January 1982. They were offered at Rp3,175 at face (par) value of Rp1,000 per share. The total number of shares offered to the public was 9,200,000 shares or equivalent to 15% of the Company's authorised capital.

TANGGAL DATE	TINDAKAN KORPORASI CORPORATE ACTION	JUMLAH PENAMBAHAN/ PENGURANGAN SAHAM TOTAL ADDITION/ REDUCTION SHARES	JUMLAH AKUMULASI SAHAM TOTAL CUMULATIVE SHARES
11 Januari/January 1982	Penawaran Umum Initial Public Offering	9,200,000	9,200,000
15 Desember/ December 1989	Saham bonus dengan rasio 6:1 Bonus shares with ratio 6:1	1,533,334	10,733,334
22 September/ September 1993	Saham bonus dengan rasio 1:0,06688 Bonus shares with ratio 1:0.06688	717,891	11,451,225
2 Januari/January 1998	Saham Pendiri Company Listing	64,848,775	76,300,000
6 November/ November 2000	Pemecahan Saham/Stock Split Nilai nominal Rp1.000 menjadi Rp100/Par value Rp1,000 to Rp100	686,700,000	763,000,000
3 September/ September 2003	Pemecahan Saham/Stock Split Nilai nominal Rp100 menjadi Rp10/Par value Rp100 to Rp10	6,867,000,000	7,630,000,000
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 vor Internationale Beleggingen) B.V., Rotterdam, the Netherlands to Unilever Indonesia Holding B.V., the Netherlands	0	7,630,000,000

OBLIGASI/SUKUK/OBLIGASI KONVERSI, DAN EFEK LAINNYA DAN KRONOLOGIS PENCATATAN

Perseroan tidak menerbitkan obligasi/sukuk/obligasi konversi dan efek lainnya.

BONDS/SUKUK/COVERTIBLE BONDS AND OTHER SECURITIES AND LISTING CHRONOLOGY

The Company has not issued bonds/sukuk/convertible bonds and any other securities.

INFORMASI MENGENAI SUSPENSI SAHAM PERSEROAN

Selama tahun buku, perdagangan saham Perseroan di Bursa Efek Indonesia tidak pernah dihentikan.

INFORMATION ABOUT THE COMPANY'S SHARES SUSPENSION

During the fiscal year, trading of the Company's shares was not suspended.

Lembaga Penunjang Profesi dan Pasar Modal

CAPITAL MARKET SUPPORTING INSTITUTIONS AND PROFESSIONALS

BIRO ADMINISTRASI EFEK
SHARE REGISTRAR

PT Sharestar Indonesia
Gedung BeritaSatu, 7th Floor
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36
Jakarta 12950
Indonesia
Tel. +62 21 527 7966
Fax. +62 21 527 7967
Email: customer-relation@sharestar.co.id

AKUNTAN PUBLIK PERSEROAN
EXTERNAL AUDITOR

Siddharta Widjaja & Rekan
(Registered Public Accountants)
33rd Floor Wisma GKBI, 23, Jl. Jend. Sudirman
Jakarta 10210, Indonesia
Tel. +62 21 574 2333, +62 21 574 2888
Fax. +62 21 574 1777, +62 21 574 2777

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
Email : callcenter@idx.co.id
Web : www.idx.co.id

Catatan/Note:
- Perusahaan tidak memiliki entitas anak.
- Informasi lebih lanjut mengenai lembaga dan profesi penunjang pasar modal dapat dilihat di halaman Tata Kelola Perusahaan.
- The Company does not have business entities.
- Further information regarding capital market supporting institutions and professionals can be seen in the Corporate Governance section.

ALAMAT KANTOR PUSAT AND PABRIK
HEAD OFFICE AND FACTORY ADDRESSES

Kantor Pusat/Head Office
Grha Unilever
Green Office Park Kav. 3
Jl. BSD Boulevard Barat
BSD City, Tangerang – 15345
Tel. +62 21 8082 7000
Fax. +62 21 8082 7002

Kantor/Offices
Customer Services
Wisma Aldiron Dirgantara
Jl. Gatot Subroto Kav. 72
Pancoran, Jakarta 12780
Tel. +62 21 791 81880
Fax. +62 21 791 96951

Pabrik/Factories
Skin Care
Jl. Jababeka V Blok U No. 14-16
Cikarang, Bekasi 17520, Indonesia
Tel. +62 21 2863 8000

HPC Liquid & Powder
Jl. Jababeka Raya Blok O
Cikarang, Bekasi 17520, Indonesia
Tel. +62 21 893 4886/7
Fax. +62 21 893 4884

Foods & Ice Cream
Jl. Jababeka IX, Blok D 1-29
Cikarang, Bekasi 17520, Indonesia
Tel. +62 21 893 4453
Fax. +62 21 8983 0068

Personal Care
Jl. Rungkut Industri IV/5-11
Surabaya 60291, Indonesia
Tel. +62 31 843 8297
Fax. +62 31 843 9159

Savoury
Jl. Jababeka XI, Blok L 1-2
Cikarang, Bekasi 17520, Indonesia
Tel. +62 21 2980 1631

Suara Konsumen/Contact Center
• 0800 1 55 8000 (Toll Free)
• 021 5299 5299 (Regular)
website: www.unilever.co.id

Penghargaan
AWARDS

Di tahun 2017, Unilever Indonesia meraih beragam penghargaan pada tingkat nasional dan internasional:

Unilever Indonesia received 80 national and international awards in 2017:

	Penghargaan/Awards	Dari/From
1	The World's Most Innovative Companies	Forbes
2	Asia's Best Companies 2017 • Most Committed to Corporate Governance (5th place) • Best Managed Companies (7th place)	Finance Asia
3	HR Asia Best Companies to Work for in Asia	HR Asia
4	Indonesia Annual Report Award 2016	OJK
5	Indonesia Corporate Reputation Award 2017, Warta Ekonomi	Warta Ekonomi
6	Indonesia's Most Admired CEO Award 2017	Warta Ekonomi
7	Indonesia Corporate Secretary Award 2017	Warta Ekonomi
8	Indonesia Best CFO Award 2017	SWA
9	Indonesia Most Powerful Companies Award (MPCA 2017) (Cosmetics & Household Category, Consumer Goods Sector)	Warta Ekonomi

	Penghargaan/Awards	Dari/From
10	Economic Challenges Award 2017 (Consumer, Retail & Pharmacy Category)	Metro TV
11	Indonesia PR of the Year 2017 (UFS, Blue Band, Bango)	SWA
12	Top Halal Awards	LPPOMUI
13	Indonesia Sharia Finance Award	Warta Ekonomi
14	LINE Business Award – Official Account Award for Most Interactive Brand Chatbot 2017 (UEI)	LINE
15	Indonesia Prestige Brand Awards 2017 – Women's Shampoo Category: Dove and Sunsilk	Warta Ekonomi
16	Indonesia Digital Popular Brand Awards • Vaseline • Citra • Dove	Tras n Co Research
17	Indonesia Best Brand Awards 2017 • Lifebuoy (Platinum Award) • Ponds Facial Foam (Platinum Award) • Pepsodent (Platinum Award) • Ponds Moisturiser (Platinum Award) • Citra (Platinum Award) • Bango (Platinum Award) • Rinso (Gold Award) • Blue Band (IBBA Award)	SWA

Peristiwa Penting

SIGNIFICANT EVENTS OF THE YEAR

JANUARI JANUARY

ASET UNILEVER INDONESIA TUMBUH 110 KALI DALAM 35 TAHUN TERAKHIR

Mencerminkan komitmennya untuk berinvestasi di Indonesia, PT Unilever Indonesia Tbk. merayakan ulang tahun ke-35 pencatatan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Saham Perseroan telah menunjukkan kinerja yang sangat baik selama 35 tahun, meningkat lebih dari 1.570 kali dibandingkan dengan pertama kalinya saham ditawarkan ke publik. Selain itu, nilai aset Perseroan telah tumbuh lebih dari 110 kali, dari Rp140,4 miliar pada awal tahun 1982 menjadi Rp16,8 triliun pada kwartal ke-3 2016. Di Bursa Efek Indonesia (BEI), Komisaris Utama PT Unilever Indonesia Tbk, Maurits Lalisang dan Presiden Direktur, Hemant Bakshi, menandai ulang tahun pencatatan Perseroan dengan secara resmi membuka perdagangan di BEI.

UNILEVER INDONESIA'S ASSETS GROW 110 TIMES IN THE LAST 35 YEARS

Reflecting its commitment to investing in Indonesia, PT Unilever Indonesia Tbk celebrated the 35th anniversary of its share listing on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The Company's shares have shown excellent performance over the 35 years, increasing more than 1,570 times compared to the IPO. Moreover, the Company's asset value has grown more than 110 times, from Rp140.4 billion at the beginning of 1982 to Rp16.8 trillion in 3Q 2016. At the Indonesia Stock Exchange (IDX), of PT Unilever Indonesia Tbk's President Commissioner, Maurits Lalisang and President Director, Hemant Bakshi, marked the anniversary of the Company's listing by formally opening trading at the IDX.

FEBRUARI FEBRUARY

UNILEVER MENANDATANGANI PERJANJIAN KERJA BERSAMA KE-22

PT Unilever Indonesia Tbk menandatangani Perjanjian Kerja Bersama ke-22 di Grha Unilever. Acara ini disaksikan oleh Norvan R. Lubis, Ketua PUK SPKEP SPSI Jakarta; Sudarwanto, Ketua PUK SPKEP SPSI Surabaya; dan Haiyani Rumondang M.A, Direktur Jenderal Pengembangan Hubungan Industrial dan Jaminan Sosial Pekerja. Unilever Indonesia telah berkembang selama 84 tahun bersama masyarakat Indonesia, dan memiliki pemahaman mendalam tentang pentingnya menciptakan dan memelihara hubungan industrial yang harmonis. Penandatanganan perjanjian kerja bersama ini menegaskan niat baik dari semua pemangku kepentingan dalam hal menciptakan hubungan industrial yang harmonis dan mencapai kesepakatan yang menguntungkan seluruh pihak.

UNILEVER SIGNS ITS 22ND COLLECTIVE LABOUR AGREEMENT

PT Unilever Indonesia Tbk signed its 22nd Collective Labour Agreement at Grha Unilever. The event was witnessed by Norvan R. Lubis, Chair of the PUK SPKEP SPSI Jakarta; Sudarwanto, Chair of the PUK SPKEP SPSI Surabaya; and Haiyani Rumondang M.A, Director General of Industrial Relations Development and Workers' Social Security. Unilever Indonesia has grown for 84 years alongside the people of Indonesia, and has a deep understanding of the importance of creating and maintaining harmonious industrial relations. The signing of the collective labour agreement confirms the good intentions of all the stakeholders with regard to creating harmonious industrial relations and reaching agreements that benefit all parties.

MARET MARCH

'FAIR & LOVELY STAR SCHOLARSHIP' MENDUKUNG PEREMPUAN MUDA UNTUK MENGGAPAI IMPIAN MEREKA

Fair & Lovely terus menginspirasi para perempuan untuk menjadi lebih mandiri dan percaya diri dengan memberdayakan mereka untuk memberi dampak positif pada masyarakat. Kali ini, Fair & Lovely bekerja sama dengan Hoshizora Foundation memberikan akses ke pendidikan tinggi bagi 50 perempuan muda Indonesia berprestasi melalui 'Fair & Lovely Star Scholarship'. Program ini merupakan bagian dari dukungan Fair & Lovely terhadap para perempuan Indonesia untuk maju dan menggapai impian mereka, karena semua wanita modern harus dapat melakukannya.

'FAIR & LOVELY STAR SCHOLARSHIPS' SUPPORT YOUNG WOMEN TO ACHIEVE THEIR DREAMS

Fair & Lovely continues to inspire women to be more independent and confident by empowering them to have a positive impact on society. This time, the brand worked with the Hoshizora Foundation to provide access to higher education for 50 outstanding young Indonesian women through the 'Fair & Lovely Star Scholarships'. This program is part of Fair & Lovely's support for Indonesian women to advance and achieve their dreams, as all modern women should be able to.

APRIL APRIL

PELUNCURAN MAGNUM RED VELVET DALAM SUASANA CERIA 'MAGNUM RED VELVET PLAYGROUND'

Magnum mengutamakan inovasi untuk menciptakan kejutan baru dan memanjakan para pleasure seekers. Sebagai bagian dari kampanye #NeverStopPlaying yang diselenggarakan sepanjang tahun 2017, Magnum meluncurkan varian terbarunya, Magnum Red Velvet, yang terinspirasi oleh salah satu hidangan pencuci mulut favorit favorit para pleasure seekers, yaitu kue Red Velvet. Peluncuran ini dimeriahkan oleh Magnum Red Velvet Playground, yaitu sebuah tempat bermain yang menyenangkan untuk memanjakan para pleasure seekers, yang berlokasi di Atrium Utama, Gandaria City.

MAGNUM RED VELVET IS LAUNCHED IN THE PLAYFUL ATMOSPHERE OF THE 'MAGNUM RED VELVET PLAYGROUND'

Magnum prioritises innovation when offering new treats to spoil pleasure seekers. As part of the #NeverStopPlaying campaign that was held throughout 2017, Magnum launched its newest variant, Magnum Red Velvet, inspired by one of the legendary favourite desserts of pleasure seekers, Red Velvet cake. The launch was enlivened by the Magnum Red Velvet Playground, a happy place of play and excitement to pamper pleasure seekers in the Main Atrium, Gandaria City.

MEI MAY

UNILEVER INDONESIA MEMFASILITASI 'BERSIH 1001 MASJID' UNTUK MENYAMBUT RAMADAN

Menyambut bulan suci Ramadan, Unilever Indonesia memfasilitasi berbagai kegiatan melalui beragam brand Home Care seperti Vixal, Rinso, Superpell, dan Molto, untuk menjaga masjid tetap bersih dan nyaman melalui inisiatif 'Bersih 1001 Masjid'. Kegiatan yang diresmikan oleh Drs. H. Muhammad Jusuf Kalla sebagai Ketua Dewan Masjid Indonesia ini, berlangsung di 33 kota dan kabupaten di 11 provinsi di Indonesia dari 21 April hingga 23 Mei 2017. Masjid yang bersih dan nyaman dapat membantu para jamaah untuk melaksanakan kewajibannya dengan baik agar dapat mengalami kesempurnaan bulan Ramadan.

UNILEVER INDONESIA FACILITATES THE 'CLEAN 1001 MOSQUES' TO WELCOME RAMADHAN

To welcome the holy month of Ramadhan, Unilever Indonesia facilitated a range of activities through its Home Care brands such as Vixal, Rinso, Superpell and Molto, to keep mosques clean and comfortable through the 'Clean 1001 Mosques' initiative. The activities, which were inaugurated by Drs. H. Muhammad Jusuf Kalla, Chairman of the Indonesian Mosque Council, took place in 33 cities and districts in 11 provinces in Indonesia from 21 April to 23 May 2017. A clean and comfortable mosque can help worshippers to perform their obligations properly in order to experience the perfection of Ramadan.

JUNI JUNE

MEMPERKUAT KOMITMEN UNTUK TUMBUH DI INDONESIA, UNILEVER MERESMIKAN KANTOR PUSAT BARU

Unilever mencapai tonggak penting dalam sejarah perjalanan kami di Indonesia dengan meresmikan kantor pusat baru, Grha Unilever, di Green Office Park di BSD City, Tangerang, Banten. Tempat baru ini dibangun di atas lahan seluas 30.000 m2 dengan luas bangunan 50.000 m2 dan dapat menampung hingga 1.500 karyawan. Peresmian kantor baru ini ditandai dengan penandatanganan plakat oleh Menteri Perindustrian Republik Indonesia, Airlangga Hartarto, dan Chief Executive Officer Unilever, Paul Polman. Selama lebih dari 84 tahun, Unilever telah melayani masyarakat Indonesia melalui rangkaian produk kami dan berkontribusi dalam pengembangan sektor bisnis, ekonomi dan sosial Indonesia. Pembangunan gedung kantor pusat kami yang baru di Indonesia ini adalah sebuah investasi besar yang melambangkan komitmen jangka panjang kami kepada Indonesia dan mencerminkan tekad kami untuk meraih standar baru dalam segala hal yang kami lakukan.

STRENGTHENING OUR COMMITMENT TO GROW IN INDONESIA, UNILEVER INAUGURATES THE NEW HEAD OFFICE

Unilever passed an important milestone in our history in Indonesia by inaugurating our new head office, Grha Unilever, at Green Office Park in BSD City, Tangerang, Banten. The new premises, built on 30,000 m2 of land with a building area of 50,000 m2, can accommodate up to 1,500 employees. The inauguration was marked by the signing of a commemorative plaque by the Minister of Industry of the Republic of Indonesia, Airlangga Hartarto, and Unilever Chief Executive Officer, Paul Polman. For more than 84 years, Unilever has served the Indonesian people through our brands and contributed to the development of Indonesia's business, economic and social sectors. The construction of our new head office building in Indonesia is a huge investment that symbolizes our long-term commitment to Indonesia while reflecting our determination to create new standards in everything we do.

SEPTEMBER SEPTEMBER

BULAN KESEHATAN GIGI NASIONAL 'LIVE MOUTH SMART'

Dalam rangka merayakan Hari Kesehatan Mulut Sedunia 2017, Pepsodent, bekerja sama dengan Dewan Eksekutif Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PB PDGI), mengingatkan masyarakat akan pentingnya Kebiasaan Hidup Bersih Sehat untuk menghindari berbagai faktor risiko yang dapat memicu masalah kesehatan gigi dan mulut. Kegiatan ini, yang merupakan bagian dari Bulan Kesehatan Gigi Nasional, diselenggarakan di Universitas Islam Sultan Agung di Semarang, Jawa Tengah, pada 12 September 2017.

NATIONAL ORAL HEALTH MONTH 'LIVE MOUTH SMART'

In celebrating World Oral Health Day (WOHD) 2017, Pepsodent, in collaboration with the Executive Board of the Indonesian Dentists Association (PB PDGI), reminded people of the importance of Healthy Clean Living Habits to avoid various risk factors that can trigger dental and oral health problems. This activity, which was part of National Oral Health Month, was held at Sultan Agung Islamic University in Semarang, Central Java, on 12 September 2017.

OKTOBER OCTOBER

UNILEVER INDONESIA MENJADI TUAN RUMAH ORANGE ASEAN FACTORY

Unilever Indonesia terus berkontribusi dalam pembangunan yang berkelanjutan dengan menyelenggarakan acara Orange ASEAN Factory di kantor pusat Unilever Indonesia pada 9-27 Oktober 2017. Acara yang diselenggarakan oleh Kedutaan Besar Belanda bekerja sama dengan TheRockGroup Consultancy di Amsterdam dan Unilever ini adalah program konsultasi terkait keberlanjutan selama 3 minggu yang bertujuan untuk menyatukan para profesional muda berbakat, pengusaha dan mahasiswa untuk merancang solusi dalam menjawab tantangan keberlanjutan di kawasan ASEAN. Sebanyak 26 peserta dari berbagai negara di ASEAN dan Belanda menghadiri acara tersebut di Grha Unilever.

UNILEVER INDONESIA HOSTS THE ORANGE ASEAN FACTORY

Unilever Indonesia continued to contribute to sustainable development by hosting the Orange ASEAN Factory event at Unilever Indonesia headquarters on 9-27 October 2017. The event, organized by the Dutch Embassy in cooperation with TheRockGroup Consultancy in Amsterdam and Unilever, is a 3-week sustainability consultation program aimed at bringing together talented young professionals, entrepreneurs and students to design solutions to sustainability challenges in the ASEAN region. A total of 26 participants from various countries in ASEAN and the Netherlands attended the event at Grha Unilever.

NOVEMBER NOVEMBER

TRESEMMÉ INDONESIA MENYELENGGARAKAN KEMBALI TRESEMMÉ THE RUNWAY YANG MENGUNDANG PEREMPUAN INDONESIA UNTUK MENUNJUKKAN RASA PERCAYA DIRI MEREKA

TRESemmé Indonesia sekali lagi menyelenggarakan acara TRESemmé 'The Runway 2017' untuk menginspirasi semua perempuan di Indonesia agar tampil percaya diri dan 'Runway Ready' dengan rambut indah dan sehat setiap hari. Perhelatan ini memberikan kesempatan bagi para perempuan untuk berjalan di runway eksklusif TRESEMME dan menjadi Wajah Digital TRESemmé berikutnya. Dengan tema, 'The World is Your Runway', TRESemmé The Runway 2017, yang merupakan tahun ke-4 penyelenggaraannya, mengundang para perempuan untuk memamerkan rambut indah mereka dan penampilan 'Runway Ready' di mana saja, kapan saja. Dari lebih dari 6.700 peserta yang mendaftar, 50 finalis terpilih untuk berpartisipasi dalam serangkaian kegiatan untuk TRESemme The Runway 2017 di Jakarta pada 11-12 November 2017. Para finalis datang dari seluruh Indonesia, mulai Bandung dan Malang hingga Manado dan Papua.

INVITING INDONESIAN WOMEN TO SHOW THEIR CONFIDENCE, TRESEMMÉ INDONESIA HOLDS ANOTHER EDITION OF TRESEMMÉ THE RUNWAY

TRESemmé Indonesia once again held the TRESemmé 'The Runway 2017' event to inspire all women in Indonesia to appear confident and 'Runway Ready' with beautiful and healthy hair every day, and to provide an opportunity to walk on the exclusive TRESEMME runway and become the next TRESemmé Digital Face. With the theme, 'The World is Your Runway', TRESemmé The Runway 2017, now in its 4th year, invited women to show off their beautiful hair and 'Runway Ready' appearance anywhere, at any time. Of the more than 6,700 participants who signed up, 50 finalists were selected to participate in a series of activities for TRESemmé The Runway 2017 in Jakarta on 11-12 November 2017. The finalists came from all over Indonesia, from Bandung and Malang to Manado and Papua.

DESEMBER DECEMBER

KAMPANYE UNILEVER DAN HYPERMART: 'BERBELANJA TANPA MEMBUANG SAMPAH SEMBARANGAN: MENYORTIR SAMPAH ITU MUDAH'

Sampah adalah masalah kompleks yang harus ditangani secara kolektif. Setiap tahunnya, 65,8 juta ton sampah diproduksi di Indonesia, tetapi sangat sedikit inisiatif pemisahan limbah yang dilakukan. Akibatnya, Indonesia menyumbang 1,29 juta metrik ton sampah plastik ke laut setiap tahun. Sebagai tanggapan terhadap permasalahan ini, Unilever Indonesia dan Hypermart mengundang para konsumen untuk memilah sampah mereka di rumah dan kemudian mengantarkannya ke dropbox yang ditempatkan di 3 toko Hypermart (Hypermart Pakuwon, Hypermart Sidoarjo dan Hypermart East Coast) sebagai bagian dari Program 'Belanja Tanpa Mengotori: Menyortir Sampah Itu Mudah', yang diselenggarakan antara Desember 2017 dan Februari 2018. Inisiatif ini dimaksudkan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya memilah sampah untuk mengurangi volume sampah yang meningkat di alam dan di tempat pembuangan sampah.

UNILEVER AND HYPERMART CAMPAIGN FOR 'SHOPPING WITHOUT LITTERING: SORTING THE GARBAGE IS EASY'

Waste is a complex problem that must be tackled collectively. Each year, 65.8 million tons of waste is produced in Indonesia, but the number of waste segregation initiatives is still very minimal. As a result, Indonesia contributes 1.29 million metric tons of plastic waste to the sea every year. In response, Unilever Indonesia and Hypermart invited shoppers to sort their garbage at home and deliver it to dropboxes placed in 3 Hypermart stores (Hypermart Pakuwon, Hypermart Sidoarjo and Hypermart East Coast) as part of the 'Shopping Without Littering: Sorting the Garbage is Easy' program between December 2017 and February 2018. This initiative was intended to educate the public about the importance of sorting waste to reduce the mounting volumes of waste in natural surroundings and landfills.

Informasi Pada Website Perseroan

INFORMATION ON THE COMPANY WEBSITE

Website Perseroan, www.unilever.co.id, menyediakan setidaknya informasi berikut ini:

- Informasi tentang pemegang saham mayoritas dan jumlah pemegang saham publik;
- Penjabaran Pedoman Prinsip-Prinsip Bisnis (Code of Business Principles - CoBP) secara lengkap;
- Risalah Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan dan Luar Biasa serta semua pemberitahuan terkait dan undangan mulai tahun 2011;
- Laporan Tahunan/Laporan Keuangan Perseroan mulai tahun 2007 dan laporan keuangan triwulan (interim) mulai tahun 2008, dan Laporan Keberlanjutan mulai tahun 2013;
- Profil Dewan Komisaris, Direksi, Komite, dan Sekretaris Perusahaan; dan
- Piagam Dewan Komisaris dan Direksi, dan Pedoman Kerja untuk Komite Audit, Komite Nominasi dan Remunerasi dan Unit Audit Internal.

The corporate website, www.unilever.co.id, provides at least the following information:

- Information on the majority shareholder and number of public shareholders;
- The Code of Business Principles (Unilever's code of conduct) in full;
- Summaries of the minutes of Annual and Extraordinary General Meetings of Shareholders as well as all related notices and invitations, dating back to 2011;
- The Company's annual reports/financial statements dating from 2007, quarterly (interim) financial statements dating from 2008 and Sustainability Report dating from 2013;
- Profiles of the Board of Commissioners, Board of Directors, Board Committees and the Corporate Secretary; and
- The Board of Commissioners' and Board of Directors' Charters, and the Manuals for the Audit Committee, Nomination and Remuneration Committee and Internal Audit Unit.

Pelatihan dan Pengembangan Dewan Komisaris, Direksi, Komite-Komite, Sekretaris Perusahaan, dan Unit Audit Internal

TRAINING AND DEVELOPMENT OF THE BOARD OF COMMISSIONERS, BOARD OF DIRECTORS, COMMITTEES, CORPORATE SECRETARY AND INTERNAL AUDIT UNIT

Para Komisaris dan pejabat Perseroan yang berperan utama dalam melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik, yaitu Direksi, anggota Komite Dewan, anggota Unit Audit Internal dan Sekretaris Perusahaan, perlu memastikan bahwa mereka tetap mengikuti perkembangan terbaru dalam tata kelola perusahaan dan dalam bidang keahlian masing-masing. Oleh karenanya, mereka diharuskan untuk melakukan pembelajaran secara terus menerus sepanjang tahun.

Di bawah ini adalah pelatihan dan pengembangan yang dilakukan pada tahun 2017:

PENINGKATAN KOMPETENSI UNTUK DEWAN KOMISARIS

Seperti yang tercantum dalam Piagam Dewan Komisaris, para Komisaris diwajibkan untuk melakukan pembelajaran secara terus menerus untuk memastikan mereka tetap mengikuti perkembangan terbaru berkaitan dengan industri dan tata kelola perusahaan yang baik. Untuk mencapai tujuan ini, Presiden Direktur, dengan dukungan dari Sekretaris Perusahaan, memfasilitasi, memberikan persetujuan dan memonitor program untuk mengembangkan pengetahuan profesional, kompetensi dan keterampilan kepemimpinan masing-masing Komisaris, diantaranya termasuk program eksekutif pelatihan dan pendidikan, konsultasi, seminar dan konferensi.

Commissioners and Company officers who have a significant role in the implementation of good corporate governance (the Directors, Board Committee members, Internal Audit Unit members and the Corporate Secretary) have a responsibility to keep themselves abreast of the latest developments in both corporate governance and their individual fields of expertise. They are therefore expected to engage in continuous learning throughout the year.

A summary of their training and development activities in 2017 is presented below:

COMPETENCY DEVELOPMENT FOR THE BOARD OF COMMISSIONERS

The Board of Commissioners' Charter stipulates that Board members must engage in continuous learning to ensure that they are up-to-date with the latest standards, developments and practices in the field of good corporate governance and the consumer goods sector. With the support of the Corporate Secretary, the President Director facilitates, approves and monitors a program aimed at enhancing the professional knowledge, competencies and leadership skills of each Commissioner. The program may include executive training and education programmes, consultations, seminars and conferences.

PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN TRAINING AND DEVELOPMENT	PENYELENGGARA/TEMPAT ORGANIZER/VENUE	PESERTA PARTICIPANT	TANGGAL DATE
Global Emerging Market Conference with TD Securities	Global Emerging Market, Italy & Germany	Cyrillus Harinowo	20-28 September 2017
Indonesia Knowledge Forum (IKF)	BCA, Jakarta		3-4 Oktober/October 2017
Talking ASEAN on Southeast Asia and The New U.S President : Mapping the Next Four Years	The Habibie Center	Hikmahanto Juwana	19 Januari/January 2017
Global & External Dynamics of National Development Towards a Golden Indonesia 2045	Secretariat of the Presidential Advisory Council		24 Januari/January 2017
Expand Program for BoD/BoC: Roles and Responsibilities of BoD & BoD in Prevailing Laws and Regulations and Legal Case Studies	CLDI		9 Februari/February 2017
Negotiation Skills and Contract Drafting	PLN		18 Mei/May 2017
Legal Audit & Legal Opinion	Justitia Training Center		8 Agustus/August 2017
The Impact of Globalization Towards Transnational Organized Crime and Solutions	Universitas Sebelas Maret Sebelas Maret University (ICGLOW)		14 Oktober/October 2017

PENINGKATAN KOMPETENSI UNTUK DIREKSI

COMPETENCY DEVELOPMENT FOR THE BOARD OF DIRECTORS

PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN TRAINING AND DEVELOPMENT	PENYELENGGARA/TEMPAT ORGANIZER/VENUE	PESERTA PARTICIPANT	TANGGAL DATE
SEAA Digital Masterclass Workshop 2017	Unilever Asia Private Limited/ Singapore	Hemant Bakshi	6-8 Maret/March 2017
Indonesia Coaching Movement	Coachnesia/Jakarta		3 Mei/May 2017
Inspiring Unilever Leader	BINUS University/Tangerang		9 Juni/June 2017
CEO Talk International Week 2017	UGM University/Yogyakarta		25 Juli/July 2017
Senior General Manager Programme	Unilever Global/London		13-15 September 2017
Change Leadership Conference	Unilever Global/London		8-9 November 2017
Inspiring Unilever Leader	FEB UI/Jakarta	Tevilyan Yudhistira Rusli	6 Februari/February 2017
SEAA Digital Masterclass Workshop 2017	Unilever Asia Private Limited/ Singapore		6-8 Maret/March 2017
4th CFO Innovation Indonesia Forum 2017	CFO Innovation/Jakarta		16 Maret/March 2017
Chartered Institute Management Accountant Forum	CIMA/Jakarta		18 Mei/May 2017
CFO Forum Mandiri	Bank Mandiri/Bali		15 September 2017
Executive Briefing on Economy: Understanding Indonesia's Economic Slowdown	CR Unilever Indonesia/ Jakarta		18 September 2017
Daiwa: The Best of Indonesia 2017	Daiwa/Japan		5-6 Oktober/October 2017
Meeting with Senior Deputy Governance of BI	Bank Indonesia/Jakarta		20 Oktober/October 2017
SEAA Digital Masterclass Workshop 2017	Unilever Asia Private Limited/ Singapore	Enny Sampurno	6-8 Maret/March 2017
Unstereotype Talk Show (to celebrate International Women's Day)	Unilever Indonesia HR/ Tangerang		16 Maret/March 2017
Executive Briefing on Economy: Understanding Indonesia's Economic Slowdown	CR Unilever Indonesia/Jakarta		18 September 2017
Change Leaders Conference 2017	Unilever Global/London		8-9 November 2017
SEAA Digital Masterclass Workshop 2017	Unilever Asia Private Limited/ Singapore	Vikas Gupta	6-8 Maret/March 2017
Inspiring Unilever Leaders	FEB UGM/Yogyakarta		11 Februari/February 2017
Change Leaders Conference 2017	Unilever Global/London		7-9 November 2017
Unilever 2020	Unilever Global/London		28-30 November 2017
C4G Ways of Working Workshop	HR Unilever Indonesia/ Tangerang	Hernie Raharja	19 Januari/January 2017
SEAA Digital Masterclass Workshop 2017	Unilever Asia Private Limited/ Singapore		6-8 Maret/March 2017
Demand Space 2.0 Workshop ID	CMI Unilever Indonesia/ Tangerang		25 April 2017
e-learning: Safety, Connected World	HR Unilever Indonesia/ e-learning		23 Juni/June 2017
Data Lake & Data Strategy Workshop	BIT Unilever Indonesia/ Tangerang		31 Juli/July 2017
Sustainable Business Virtual Conference 2017	Unilever SEAA/Virtual conference		10 September 2017
PURPOSE Workshop	BB Unilever Indonesia/ Tangerang		26 Oktober/October 2017
Change Leaders Conference 2017	Unilever Global/London		7-9 November 2017
Lokakarya Nasional: Kontribusi Dunia Usaha dalam Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan	Kamar Dagang dan Industri (Kadin)/Jakarta		30 November 2017
BCS Workshop	HR Unilever Indonesia/ Tangerang		18 Desember/December 2017

PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN TRAINING AND DEVELOPMENT	PENYELENGGARA/TEMPAT ORGANIZER/VENUE	PESERTA PARTICIPANT	TANGGAL DATE
Digital Innovation	Unilever Global/Shanghai	Willy Saelan	7-10 Februari/February 2017
SEAA Digital Masterclass Workshop 2017	Unilever Asia Private Limited/ Singapore		6-8 Maret/March 2017
PMSM Indonesia/Jakarta	Global HR Strategy for Today's Culturally Diverse Workplace		14 Maret/March 2017
Sharing workshop SDM PT Pembangkit Jawa Bali	PT Pembangkit Jawa Bali/ Jakarta		17 April 2017
Sharing session at IPMI	IPMI International Business School/Jakarta		20 April 2017
Press Conference 1001 Bersih-Besih di Masjid Sunda Kelapa	Unilever Indonesia/Jakarta		3 Mei/May 2017
Building a Great HR Career	PMSM Indonesia/Jakarta		18 Mei/May 2017
SEAA HR LT Meeting	Unilever Asia Private Limited/ Singapore		14-15 Juni/June 2017
Coaching Workhsop	Vanaya/Jakarta		3-5 Agustus/August & 10-12 Agustus/August 2017
Discover Your Purpose Workshop	HR Unilever Indonesia/ Tangerang		23 Agustus/August 2017
HR Forum	Unilever Global/London		19-21 September 2017
Inspiring Unilever Leader	ITB/Bandung		28 Oktober/October 2017
SEAA Digital Masterclass Workshop 2017	Unilever Asia Private Limited/ Singapore	Amparo Cheung Aswin	6-8 Maret/March 2017
Unilever Women's Leadership Program	INSEAD/London		13-17 November 2017
Company visit BEM UI Law Faculty	HR Unilever Indonesia/ Jakarta	Sancoyo Antarikso	2 Februari/February 2017
SEAA Digital Masterclass Workshop 2017	Unilever Asia Private Limited/ Singapore		6-8 Maret/March 2017
Development People Forum - G&CA	Unilever SEAA/Teleconference		18 Juli/July 2017
Development People Forum - BoD	HR Unilever Indonesia/ Jakarta		28 Juli/July 2017
Change Leaders Conference 2017	Unilever Global/London	Ira Noviarti	7-9 November 2017
Media Induction	BB Unilever Indonesia/ Tangerang	Jochanan Senf	5 Juni/June 2017
Tension Mining Workshop SariWangi Indonesia	BB Unilever Indonesi/ Tangerang		19 September 2017
SEAA Refreshments Leadership Team Programme	Unilever Asia Private Limited/ Singapore		26 Oktober/October 2017
Change Leaders Conference 2017	Unilever Global/London		8-9 November 2017

PENINGKATAN KOMPETENSI UNTUK KOMITE AUDIT

COMPETENCY DEVELOPMENT FOR THE AUDIT COMMITTEE

PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN TRAINING AND DEVELOPMENT	PENYELENGGARA/TEMPAT ORGANIZER/VENUE	PESERTA PARTICIPANT	TANGGAL DATE
Risk Management Certification (RMC) Level 1 Commissioner	LSPP/Jakarta	Haryanto Sahari	2017
Risk Management Certification (RMC) Level 2 Commissioner	LSPP/Jakarta		2017
PPL Capital Market Accountants Forum (FAPM): Auditing Group Financial Statements and Opinions & Reporting on Issuers' Financial Statements	Indonesian Institute of Public Accountants /Jakarta		2017
PPL Khusus IAPI & PPPK : Mandatory Workshop on the Management and Oversight of Public Accountants	Indonesian Institute of Public Accountants /Jakarta		2017
Banking Workshop: Audit Overview of General Bank Financial Statements & Important Considerations on accounting aspects and banking audit regulations	Indonesian Institute of Public Accountants /Jakarta		2017
Audit Workshop: Internal Control and Risk Management	Indonesian Institute of Public Accountants /Jakarta		2017
Taxation Workshop: Observing Bank Confidentiality post-Tax Amnesty			2017
IAPI Continuing Professional Education - speaker on Government Accounting	Indonesian Association of Public Accountants/Jakarta	Dwi Martani	17 Januari/January 2017
CACP Workshop batch IV – speaker on Financial Accounting	Indonesian Audit Committee Association/Jakarta		2 Agustus/August 2017
IAPI Continuing Professional Education - speaker on ED PSAK 72 and PSAK 73	Indonesian Association of Public Accountants/ Semarang		15 Agustus/August 2017
Asean Global Leadership Programme	Cambridge Judge Business School Executive Education/ Cambridge University, UK		10-15 September 2017
National Accountancy Symposium on Harmonizing the Spirit of Diversity to Strengthen Accountants' Professionalism towards a Great Indonesia	Indonesian Association of Accountants/Jember University		27-29 September 2017
International Conference Towards 2030: Transforming the Role of Professional Accountants in the New Order	Indonesian Association of Accountants /Semarang		14-15 Desember/ December 2017

PENINGKATAN KOMPETENSI UNTUK SEKRETARIS PERUSAHAAN

COMPETENCY DEVELOPMENT FOR THE CORPORATE SECRETARY

PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN TRAINING AND DEVELOPMENT	PENYELENGGARA/TEMPAT ORGANIZER/VENUE	PESERTA PARTICIPANT	TANGGAL DATE
Annual Meeting of Financial Services Sector 2017 with the Vice-President of the Republic of Indonesia	Otoritas Jasa Keuangan/ Jakarta	Sancoyo Antarikso	13 Januari/January 2017
CEO Briefing & Dialogue: Is your nonfinancial performance revealing the true value of your business to investors?	Ernst & Young/Jakarta		12 April 2017
INA Sustainability Seminar: Making Business Sense of Sustainability	Indonesian Benelux Chamber of Commerce/Jakarta		13 April 2017
Seminar with Ministry of Communications & Informatics	Ministry of Comunications & Informatics/Jakarta		14 Agustus/August 2017
Nielsen CEO Forum	GAPMI/Jakarta		15 Agustus/August 2017
Executive briefing on economic: Understanding Indonesia's Economic Slowdown	CR Unilever Indonesia/Jakarta		18 September 2017
Consumer Protection Law Training	Adams & Co/Tangerang		26 September 2017
Masterclass Sustainability and e-Sourcing in Supply Chain	Wordclass Legal/ Teleconference		27 September 2017
Daiwa: The Best of Indonesia 2017	Daiwa/Japan		5-6 Oktober/October 2017
Sustainable Business Virtual Conference 2017	Wordclass Legal/Teleconference		9 Oktober/October 2017
Meeting with Senior Deputy Governance of BI	Bank Indonesia/Jakarta		20 Oktober/October 2017
Discover Your Purpose Workshop	HR Unilever Indonesia/Tangerang		26 Oktober/October 2017
Advertising Asia Forum 2017	Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia/Bali		8-10 November 2017
BCS Workshop	HR Unilever Indonesia/ Tangerang		20 Desember/December 2017

PENINGKATAN KOMPETENSI UNTUK UNIT AUDIT INTERNAL

COMPETENCY DEVELOPMENT FOR THE INTERNAL AUDIT UNIT

PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN TRAINING AND DEVELOPMENT	PENYELENGGARA/TEMPAT ORGANIZER/VENUE	PESERTA PARTICIPANT	TANGGAL DATE
2017 IIA Indonesia National Conference M.O.V.E Forward (Mastery, Open Minded, Value, and Ethics)	The Institute of Internal Audit Indonesia, Bandung	Head of Internal Audit	10-11 Oktober/October 2017
IDEA Refreshment Training (Comprehensive Audit Data Analytics Tools)	Insight Consulting, Jakarta	Head of Internal Audit and Internal Audit team	18-19 Desember/ December 2017

ANALISIS DAN PEMBAHASAN MANAJEMEN
MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS

Tinjauan Operasional 93
OPERATIONAL REVIEW

Tinjauan Keuangan 125
FINANCIAL REVIEW

Kemampuan Membayar Utang 133
SOLVENCY

Tingkat Kolektibilitas Piutang 133
RECEIVABLES COLLECTABILITY

Arus Kas 134
CASH FLOWS

Likuiditas 135
LIQUIDITY

Struktur Modal 135
CAPITAL STRUCTURE

Komitmen Material untuk Investasi Barang Modal 135
MATERIAL COMMITMENTS FOR INVESTMENT IN CAPITAL GOODS

Transaksi Lindung Nilai 136
HEDGING TRANSACTIONS

Investasi Barang Modal yang Direalisasikan 136
REALISATION OF CAPITAL INVESTMENT

Informasi dan Fakta Material yang Terjadi Setelah Tanggal Pelaporan Keuangan 136
SIGNIFICANT SUBSEQUENT EVENTS

Perbandingan Antara Target/Proyeksi pada Awal Tahun Buku dengan Hasil yang Dicapai (Realisasi), Mengenai Pendapatan, Laba, Struktur Permodalan, atau Lainnya yang Dianggap Penting bagi Perseroan 136
COMPARISON BETWEEN TARGET/PROJECTION AT BEGINNING OF YEAR AND RESULT (REALISATION), CONCERNING INCOME, PROFIT, CAPITAL STRUCTURE OR OTHERS DEEMED NECESSARY FOR THE COMPANY

Target/Proyeksi yang Ingin Dicapai Perseroan untuk Satu Tahun Mendatang 137
COMPANY TARGET/PROJECTION AT MOST FOR THE NEXT ONE YEAR

Prospek Usaha 137
BUSINESS PROSPECTS

Prospek 2018 138
2018 OUTLOOK

Aspek Pemasaran atas Produk dan Jasa 138
MARKETING ASPECTS OF THE PRODUCTS AND SERVICES

Kebijakan Pembagian Dividen 139
DIVIDEND POLICY

Saham Karyawan 140
EMPLOYEE STOCK

Informasi Material Mengenai Investasi, Ekspansi, Divestasi, Penggabungan/Peleburan Usaha, Akuisisi atau Restrukturisasi Utang/Modal 140
MATERIAL INFORMATION RELATED TO INVESTMENT EXPANSION, DIVESTATION, CONSOLIDATION/MERGER, ACQUISITION OR DEBT/CAPITAL RESTRUCTURISATION

Transaksi yang Mengandung Benturan Kepentingan dan Transaksi dengan Pihak Berelasi 140
TRANSACTIONS CONTAINING A CONFLICT OF INTEREST AND TRANSACTIONS WITH RELATED PARTIES

Transaksi dengan Pihak Berelasi 140
TRANSACTIONS WITH RELATED PARTIES

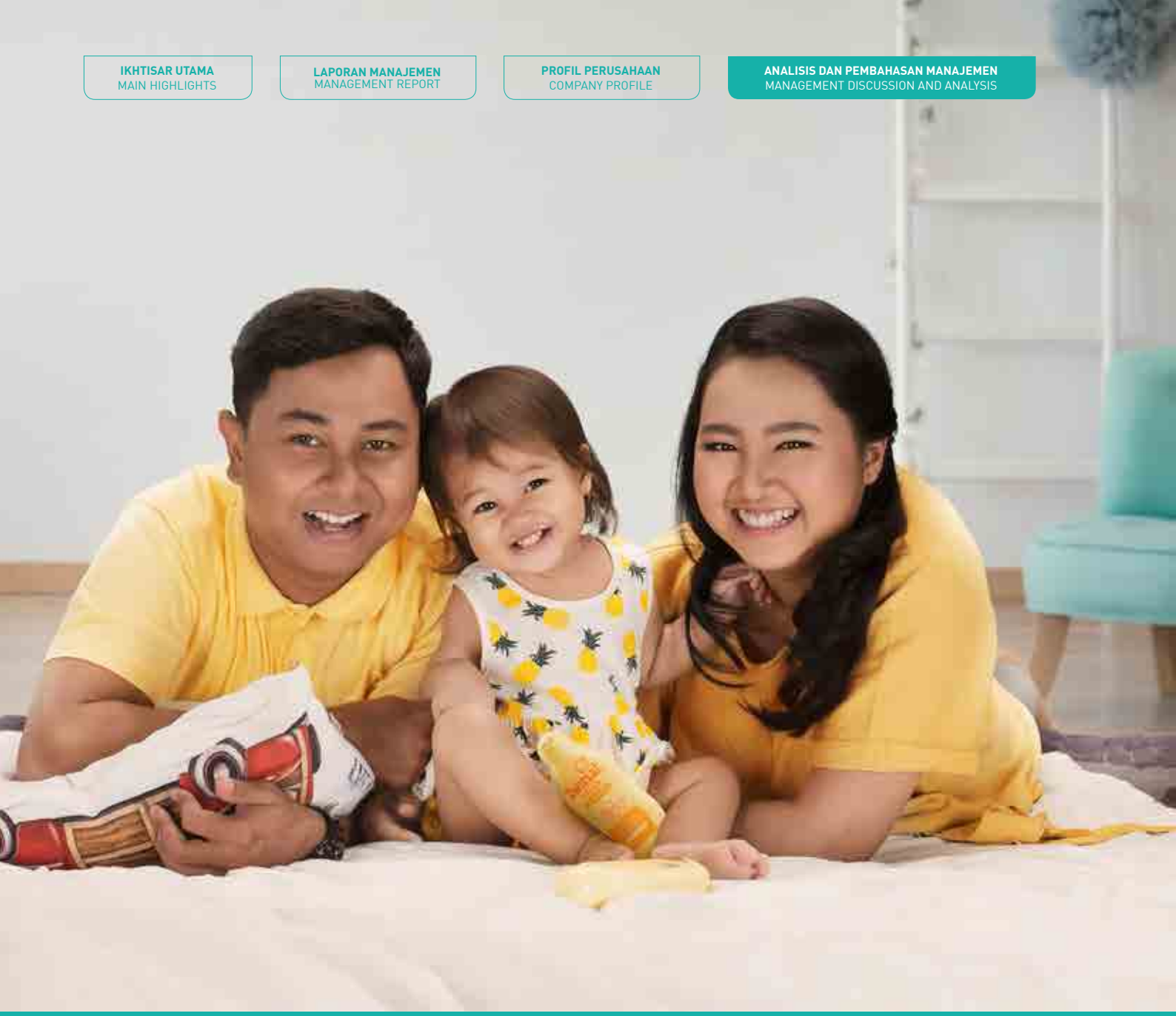
Perubahan Peraturan Perundang-undangan yang Berpengaruh Signifikan Terhadap Perseroan 143
CHANGE IN LEGISLATION THAT HAD A SIGNIFICANT IMPACT ON THE COMPANY

Kebijakan Akuntansi 143
ACCOUNTING POLICY

Perubahan pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 143
CHANGES TO THE STATEMENTS OF FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS

Kelangsungan Usaha 145
BUSINESS CONTINUITY

Disajikan sesuai dengan Kriteria Annual Report Award (ARA) Tahun 2016
Presented in accordance with the 2016 Annual Report Award (ARA) Criteria

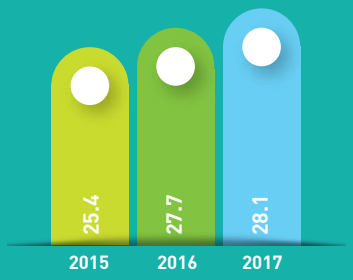


HOME AND PERSONAL CARE

PERTUMBUHAN
GROWTH

↑ 1.6%

PENJUALAN BERSIH (dalam triliun Rp)
NET SALES (in trillion Rp)



Tinjauan Operasional
OPERATIONAL REVIEW

HOME AND PERSONAL CARE

Rangkaian *brand* Home Care kami meliputi sejumlah pemimpin pasar terpercaya, seperti Sunlight, Rinso dan Molto, yang terbagi dalam tiga kategori utama, yaitu Perawatan Rumah Tangga, Pembersih Pakaian, dan Pelembut Pakaian.

Sementara itu, portofolio Personal Care kami merupakan kombinasi unggul dari *brand* global dan lokal, seperti Lifebuoy, Pepsodent, Sunsilk, Fair and Lovely dan Citra, yang terbagi dalam kategori Perawatan Gigi dan Mulut, Perawatan Rambut, Perawatan Kulit, Perawatan Bayi, dan Deodoran.

PENDAPATAN DAN KEUNTUNGAN

Home and Personal Care menyumbang 68,3% dari keseluruhan penjualan bersih Perseroan di tahun 2017 dan mencatatkan pertumbuhan sebesar 1,6%. Margin laba kotor menurun tipis menjadi 54,2% dibanding 55,2% di tahun sebelumnya.

Hasil tersebut merupakan cerminan dari melambatnya belanja konsumen dan makin intensifnya persaingan di hampir seluruh segmen. Namun, beberapa *brand* favorit yang melakukan peluncuran produk, seperti Molto dan Fair and Lovely, tetap menunjukkan kinerja yang menonjol.

HOME CARE

KINERJA DAN PANGSA PASAR

Home Care mencatatkan pertumbuhan yang mantap di 2017 dan mencapai peningkatan margin yang signifikan. Home Care tetap kompetitif dengan mempertahankan peningkatan margin yang kuat selama empat tahun berturut-turut.

Di 2017, faktor utama yang mendorong pertumbuhan nilai adalah *brand* marketing dan pengembangan pasar. *Brand* Pelembut Pakaian unggulan kami yaitu Molto, mencatatkan kinerja yang luar biasa. Hal ini disebabkan karena tersedianya beragam jenis produk dengan wewangian yang disukai oleh konsumen dari berbagai tingkat ekonomi sosial, dengan pilihan ukuran kemasan yang lebih terjangkau. Pada tahun 2017, kami memperluas rangkaian Molto ke segmen *Fabric Cleaning*, dengan tetap menjanjikan aroma premium dan pembersih kain terbaik di kelasnya. Sambutan awal terhadap produk ini sangat baik, dan konsumen pun senang karena *brand* favorit mereka sekarang ada di deretan produk pencuci pakaian.

Kami melihat adanya pertumbuhan ekonomi di dua segmen di Indonesia, yaitu di segmen paling atas dan segmen paling bawah. Untuk menangkap peluang ini, kami berfokus pada inovasi yang kuat dan berbasis teknologi untuk konsumen premium, sembari menawarkan ukuran kemasan yang lebih terjangkau serta mengembangkan model bisnis yang berbeda untuk pasar bagian bawah.

HOME AND PERSONAL CARE

Our Home Care brand line-up includes trusted market leaders such as Sunlight, Rinso and Molto in our three key categories of Household Care, Fabric Cleaning and Fabric Conditioner.

The Personal Care portfolio has a winning mix of global and local brands, including Lifebuoy, Pepsodent, Sunsilk, Fair and Lovely and Citra, across our major categories of Oral Care, Hair Care, Skin Care, Baby Care and Deodorants.

REVENUE AND PROFITABILITY

Home and Personal Care contributed 68.3% of the Company's net sales in 2017 and delivered growth of 1.6%. The gross profit margin fell slightly to 54.2% from 55.2% in previous year.

The results reflect the slower consumer spending and intensifying competition across almost all segments. However, there were some standout performances, particularly as some of our best-loved brands, such as Molto and Fair and Lovely, launched products in new categories.

HOME CARE

PERFORMANCE AND MARKET SHARE

Home Care delivered solid growth in 2017, and a significant increase in margin. Home Care remained competitive, maintaining a strong margin expansion for the fourth consecutive year.

Strong brand marketing and market development were the key drivers of value creation in 2017. Our market-leading Fabric Conditioner brand, Molto, turned in a tremendous performance, with its highly popular fragrance range appealing to consumers across the socio-economic spectrum as we made the product available in more accessible pack sizes. In 2017 we extended Molto to the Fabric Cleaning segment, with the similar promise of premium fragrance and best-in-class cleaning. The brand has made an excellent start and consumers are delighted at finding their beloved brand available in the adjacent laundry category.

We are seeing the emergence of a 2-speed economy in Indonesia, with growth opportunities at the top end and the bottom end of the market. To capture these, we have focused on strong, technology-led innovations at the premium end of the market, while providing more accessible pack sizes and developing differential business models at the bottom end.

HOME CARE MENCATATKAN PERTUMBUHAN YANG KOMPETITIF DI TAHUN 2017 DAN BERHASIL MEMPERTAHANKAN PENINGKATAN MARJIN YANG KUAT.

HOME CARE DELIVERED COMPETITIVE GROWTH IN 2017 AND MAINTAINED A STRONG MARGIN EXPANSION.

Tantangan utama sepanjang tahun ini adalah persaingan promosi yang luar biasa dari para pesaing untuk memenangkan hati konsumen. Menghadapi tekanan tersebut, kami tetap berfokus memberikan nilai lebih melalui produk unggulan kami dan menawarkan *brand* yang berlandaskan pada sebuah tujuan mulia. Kedua hal tersebut memastikan bahwa kami dapat menciptakan nilai tambah yang kuat dan kompetitif dalam situasi pasar yang sulit.

The key challenge during the year was the exceptional promotional pressure from the competition to buy consumer preference. Against this pressure, we remained focused on delivering value through our superior products and purpose-driven brand propositions. This ensured strong and competitive value creation in a difficult market context.

STRATEGI PEMASARAN

Pengembangan pasar pada kategori Home Care didukung oleh peluncuran kemasan dengan harga terjangkau di seluruh rangkaian portofolio, yang diperkuat oleh pesan pengembangan pasar. Hal ini juga membantu mendorong pertumbuhan yang kompetitif. Kami juga melakukan beberapa penyesuaian harga untuk mengatasi tingginya inflasi sepanjang tahun.

Di 2017, kami mempergunakan pendekatan baru untuk pembelian media promosi kami, yang berfokus untuk menjangkau lebih banyak konsumen pada berbagai titik interaksi. Pendekatan baru ini mengurangi duplikasi penempatan media (konsumen yang sama terlalu sering melihat iklan yang sama) dan membantu meningkatkan pengenalan dan pengetahuan konsumen terhadap *brand*, sekaligus menghemat biaya iklan secara signifikan.

MARKETING STRATEGIES

Market expansion in Home Care was supported by the introduction of accessible price packs across the portfolio, reinforced by market development messages. This also helped to drive competitive growth. Some decisive pricing action was taken to recover gross material inflation during the year.

In 2017 we adopted a new approach to buying media, focusing on reaching more consumers across various touch points. This resulted in a lowering of media duplication (the same consumer viewing advertising multiple times) and helped to improve brand recognition and awareness, while delivering a significant saving in advertising costs.

PERSONAL CARE

KINERJA DAN PANGSA PASAR

Di tengah-tengah menurunnya belanja konsumen, beberapa kategori masih menghasilkan kinerja yang cemerlang, terutama kategori Perawatan Bayi, diikuti oleh Perawatan Tangan dan Tubuh serta Perawatan Gigi dan Mulut. Seluruh kategori Personal Care kami mempertahankan kepemimpinan pasar mereka, melalui sejumlah *brand* terkemuka seperti Pepsodent, Rexona dan Lifebuoy.

Secara umum, Personal Care menghadapi tahun yang penuh tantangan di tahun 2017. Masih terimbas dari dampak pertumbuhan ekonomi yang lambat selama dua tahun terakhir, di tahun 2017 konsumen menyiasati pertumbuhan pendapatan yang lebih lambat dengan cara menahan konsumsi, menata ulang pengeluaran mereka, dan mengurangi frekuensi belanja. Salah satu kategori yang paling terpukul adalah Personal Care. Untuk mengatasi tantangan ini, kami memastikan bahwa *brand* kami tetap dekat dengan konsumen melalui produk-produk dengan manfaat yang relevan dan harga yang tepat. Cara ini juga mendorong kami untuk merencanakan promosi kami secara lebih efektif.

Di tengah situasi yang penuh tantangan ini, kami juga harus menghadapi sengitnya persaingan di pasar, utamanya pada kategori Perawatan Rambut, Deodoran dan Perawatan Kulit. Baik pesaing global maupun lokal makin meningkatkan keberadaan mereka di toko-toko dan memperbanyak diskon mereka sepanjang tahun.

Sementara sejumlah *brand* Personal Care kami yang telah mapan menunjukkan pertumbuhan yang lambat di tahun 2017, beberapa *brand* lain bahkan mendorong pertumbuhan. Mengikuti keberhasilan pelembabnya, Fair and Lovely terus memberikan hasil yang kuat pada segmen ekonomis melalui pembersih mukanya. Dalam kategori Perawatan Bayi, Zwitsal juga mencapai hasil yang sangat baik. *Brand* Perawatan Tubuh kami yaitu Citra dan Vaseline menghasilkan pertumbuhan yang kuat dengan berfokus pada produk utama, seraya mempersiapkan portofolio di masa mendatang melalui peluncuran varian baru.

INOVASI

Di 2017, kami mewujudkan misi untuk membantu masyarakat "merasa nyaman, berpenampilan baik, dan lebih menikmati kehidupan" dengan mendorong berbagai inovasi dan memberikan nilai lebih di seluruh kategori. Jajaran produk-produk inovatif kami yang diluncurkan selama tahun ini mendapat sambutan yang baik dari masyarakat dan menghasilkan tambahan penjualan yang solid untuk bisnis. Beberapa peluncuran yang paling berkesan antara lain:

PERSONAL CARE

PERFORMANCE AND MARKET SHARE

Despite subdued consumer spending, some categories still delivered exceptional performance, particularly Baby Care, followed by Hand and Body Care and Oral Care. All our Personal Care categories retained their market leadership, while star brands like Pepsodent, Rexona and Lifebuoy.

Overall, however, Personal Care faced a challenging year in 2017. Compounding the impact of slow economic growth over the last two years, in 2017 consumers adjusted to slower income growth by holding back on consumption, recalibrating their spending, and reducing their shopping frequency. One of the hardest hit categories was Personal Care. To respond to this challenge, we made sure that our brands stayed close to the consumers, offering relevant benefits with the right value. It also drove us to plan our promotions more effectively.

Against this backdrop we also had to contend with rising competitive heat in the market, particularly in Hair Care, Deodorants and Skin Care. Both global and local contenders increased their presence in stores and deepened their price discounts throughout the year.

While a number of established Personal Care brands showed slower growth in 2017, other brands were driving the growth. Following the success of its moisturizer, Fair and Lovely continued to deliver strong results in the value segment with its cleansers. In Baby Care, Zwitsal also achieved excellent results. Our Body Care brands Citra and Vaseline delivered robust growth by focusing on their core products, while future-proofing the portfolio with the launch of new variants.

INNOVATIONS

In 2017 we delivered our mission of helping people to 'feel good, look good and get more out of life' by driving innovation and value throughout the category. Our line-up of breakthrough product launches during the year created excitement and yielded solid incremental turnover for the business. Some of our most impressive launches were:

- Pureline Hijab Fresh, sebuah *brand body lotion* baru yang secara khusus dirancang untuk segmen pemakai Hijab yang makin berkembang saat ini. Produk ini menyediakan sensasi mendinginkan ketika bersentuhan dengan kulit serta memberikan rasa yang menyegarkan;
- Vaseline Repairing Jelly, yaitu krim perawatan kulit terkemuka di dunia yang dikenal karena kemampuannya yang luar biasa untuk memperbaiki bahkan masalah kulit yang paling berat sekalipun, dari bibir pecah-pecah hingga tumit kering. Produk ini diterima dengan sangat baik oleh pasar dan kami akan terus menumbuhkannya di tahun 2018;
- Axe Eau De Parfum, produk pertama dari *brand* unggulan kami Axe dalam format parfum, dan salah satu dari banyak rangkaian menarik dalam portofolio perawatan pria kami;
- Citra Sakura Fair UV Lotion, yang menawarkan perawatan untuk mendapatkan kulit cerah, berona merah muda yang sehat, dan segar tahan lama. Peluncuran ini adalah hasil kejelian menangkap tren di kalangan generasi milenium di Indonesia dan menjadi varian yang tumbuh paling kuat dalam portofolio Citra;
- Pepsodent Famili, sikat gigi ekonomis yang memberikan tiga manfaat untuk kesehatan mulut: bulu yang halus, jangkauan yang dalam, dan pegangan yang nyaman, dengan harga hanya Rp 2.500.

STRATEGI PEMASARAN

Tujuan strategis utama kami untuk tahun ini adalah membangun ekuitas dan daya tarik *brand* yang lebih kuat melalui kualitas produk yang unggul, memastikan bahwa kami menetapkan harga yang kompetitif, dan memberikan dukungan yang optimal melalui media dan tampilan yang mantap di dalam toko.

Sepanjang tahun, kami berusaha memastikan bahwa produk kami ditawarkan dengan harga kompetitif yang mencerminkan persepsi konsumen terhadap nilai produk yang sebenarnya. Kami memantau pasar dengan ketat untuk memastikan bahwa harga kami selalu kompetitif. Kami pun meninjau ulang harga jual produk secara berkala untuk melihat peluang untuk menyesuaikannya. Pada tahun 2017, kami terus mengembangkan portofolio dengan *brand* dan ukuran kemasan baru untuk memastikan bahwa kami memiliki jangkauan yang menyeluruh guna memenuhi kebutuhan konsumen pada setiap segmen sosial ekonomi konsumen.

Kami benar-benar memaksimalkan kekuatan media digital sebagai cara yang sangat efektif untuk melibatkan konsumen di berbagai platform guna memaksimalkan daya tarik kami terhadap mereka. Saat ini, setiap *brand* dan seluruh inovasi kami didukung oleh kampanye digital yang kuat untuk memastikan jangkauan dan kedekatan yang erat dengan konsumen. Salah satu kampanye digital kami yang paling sukses di tahun 2017 adalah Pond's Goals Generation, sebuah konsep yang dirancang untuk menjalin hubungan emosional yang lebih dalam antara Pond's dan generasi milenium di Indonesia. Berlandaskan pada keinginan generasi muda untuk berpetualang dan mencapai tujuan mereka tanpa rasa takut

- Pureline Hijab Fresh, a new body lotion brand that is specifically tailored for the growing segment of Hijab wearers; it provides an instant cooling burst on contact with the skin, giving an all-over refreshing sensation;
- Vaseline Repairing Jelly, the world-renowned skin healing balm that is known for its amazing ability to repair even the toughest skin issues, from chapped lips to dry heels. It was very well received by the market and we will be driving its growth even further in 2018;
- Axe Eau De Parfum, the first-ever perfume format of our star brand Axe, and one of many exciting additions to our male grooming portfolio;
- Citra Sakura Fair UV Lotion, offering the benefit of brighter, rosier skin and long-lasting freshness. This launch successfully captured the trend among Indonesian millennials, becoming the strongest growing variant in Citra's portfolio;
- Pepsodent Famili, a value toothbrush that delivers three great benefits for oral health: soft bristles, deep reach and a comfortable handle, at a price point of just Rp 2,500.

MARKETING STRATEGIES

Our key strategic objectives for the year were to build stronger brand equity and brand appeal through superior quality, ensure that our products were priced competitively, and give them optimal support through a strong media and in-store presence.

Throughout the year, we sought to ensure that our products were offered at competitive price points that reflect the consumers' perception of their true value. We monitored the market closely to ensure that our prices were always competitive, and we did regular comprehensive reviews of prices to identify any opportunities to adjust them. In 2017 we continued to grow our portfolio with new brands and pack sizes to ensure that we have comprehensive coverage of all consumer segments, giving us the power to cater to the needs of consumers across every socio-economic segment.

We are going from strength to strength in digital media as a highly effective means of engaging with consumers across multiple platforms to maximise consumer pull. Every brand and all our innovations are now supported by a strong digital campaign to ensure high reach and engagement. One of our most successful digital campaigns in 2017 was Pond's Goals Generation, a concept designed to forge a deeper emotional connection between Pond's and young millennials in Indonesia. Pivoting on the young people's desire to be adventurous and achieve their #goals but without fear of their skin getting damaged, the campaign also tied in with an in-store promotion that gave shoppers the chance to win trips

PERSEROAN MELUNCURKAN HIJAB FRESH: SOLUSI UNTUK KESEGARAN SEPANJANG HARI BAGI WANITA AKTIF YANG MENGENAKAN HIJAB.

THE COMPANY LAUNCHED HIJAB FRESH: A SOLUTION FOR ALL-DAY FRESHNESS FOR ACTIVE WOMEN WHO WEAR HIJAB.

kulit menjadi rusak, kampanye tersebut dikaitkan dengan promosi di dalam toko yang memberi kesempatan kepada pembeli untuk mendapatkan berbagai perjalanan ke destinasi #TravelGoals di Indonesia. Kampanye ini sangat cocok untuk generasi milenial, dan menarik lebih dari 75.000 peserta dari seluruh penjuru negeri.

Untuk mendukung pengembangan pasar melalui berbagai produk inovatif, kami mendorong konsumen untuk membangun kebiasaan baru. Dengan *brand* seperti Rexona, Fair and Lovely, dan Pond's, misalnya, kami mencoba menginspirasi konsumen muda Indonesia tentang pentingnya perawatan pribadi yang baik sejak usia muda. Untuk mengkomunikasikan hal ini, pesan yang disampaikan harus mudah dipahami dan relevan dengan target konsumen kami. Salah satu contoh sukses di tahun 2017 ini adalah kampanye untuk Fair and Lovely Cleanser kami.

Kami ingin menjangkau konsumen Indonesia, terutama yang saat ini hanya menggunakan air atau sabun batangan, untuk memahami manfaat penggunaan busa pembersih wajah untuk kulit. Kami ingin memotivasi mereka untuk mulai menggunakan produk tersebut untuk membersihkan muka. Kami mengembangkan sebuah *jingle* tentang manfaat pembersih wajah Fair and Lovely dan menayangkannya di seluruh media komunikasi kami untuk menciptakan gaung yang signifikan di antara target pemirsa kami. Konsumen pun mulai mengunggah video diri mereka saat menyanyikan *jingle* tersebut dan juga saling berbincang tentang topik ini di media sosial, sehingga awareness pun meningkat. Suksesnya kampanye ini nampak dari tingginya daya tarik terhadap konsumen, sehingga Pembersih Fair and Lovely menjadi *brand* yang kuat.

to several Indonesian #TravelGoals destinations. This campaign resonated well with the millennial audience, attracting more than 75,000 participants from all over the country.

For many of our innovative products, we are trying to develop the market by encouraging consumers to adopt new habits. With brands like Rexona, Fair and Lovely, and Pond's, for example, we are trying to educate young Indonesian consumers about the importance of good personal care from a young age. In creating a campaign to communicate this, the message needs to be both easy to understand and relevant to our target consumers. One successful example of this in 2017 was the campaign for our Fair and Lovely Cleanser.

Our objective was to get Indonesian consumers, particularly those who still use only water or bar soap, to understand the benefits of facial foam for their skin, and motivate them to start using such a product to wash their face. We developed a jingle about the benefits of Fair and Lovely facial foam and aired it across our communication platforms to create a significant buzz among our target audience. People began to post videos of themselves singing the jingle and created conversations around it on social media, boosting awareness even further. The success of this campaign was ultimately reflected in the strong consumer pull, making Fair and Lovely Cleanser as strong brand.

SUSTAINABILITY GOALS

Semakin banyak *brand* Home and Personal Care kami memiliki misi sosial yang berfungsi sebagai titik awal untuk menginspirasi dan menggerakkan konsumen untuk bertindak, baik secara pribadi atau sebagai bagian dari komunitas, untuk membangun masa depan yang berkelanjutan. Pada tahun 2017, Sunlight memulai sebuah program misi sosial untuk memberdayakan 5 juta perempuan di Indonesia selama 5 tahun ke depan dengan membekali mereka dengan keterampilan untuk meningkatkan pendapatan. Wipol meluncurkan kampanye 'Aksi Anti-Kuman' untuk mendidik dan mendukung 50.000 rumah tangga di 17 kota dan distrik tentang bagaimana menjaga kebersihan di rumah dan pentingnya kebersihan untuk kesehatan keluarga. Pada bulan Mei, beberapa merek Home Care kami, termasuk Rinso, Superpell, Molto, dan Vixal, menyelenggarakan program 'Bersih 1001 Masjid' yang mempersatukan berbagai komunitas selama periode hari raya.

Pepsodent telah menjadi bagian tak terpisahkan dari senyum masyarakat Indonesia selama hampir 84 tahun. Selama lebih dari 20 tahun, Pepsodent juga telah melaksanakan program pendidikan kesehatan gigi dan mulut di sekolah-sekolah dan masyarakat, dengan fokus pada pesan sederhana untuk menyikat gigi pagi dan malam. Pada tahun 2017 kampanye kesehatan gigi dan mulut kami meraih 2 juta anak, sehingga secara keseluruhan kami telah mencapai hampir 16 juta anak di lebih dari 250 kota di seluruh negeri. Bekerja sama dengan mitra kami, Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI) dan Asosiasi Fakultas Kedokteran Gigi Indonesia (AFDOKGI), Pepsodent juga memberikan perawatan gigi gratis di 22 fakultas kedokteran gigi di seluruh Indonesia antara bulan September-November 2017, sebagai bagian dari Bulan Kesehatan Gigi Nasional (BKGN).

SUSTAINABILITY GOALS

A growing number of our Home and Personal Care brands are purpose-driven, carrying a social mission that serves as an entry point to inspire and mobilise consumers to take action, whether personally or as part of a community, to build a more sustainable future. In 2017 Sunlight embarked on a social mission program to empower 5 million women in Indonesia over the next 5 years by providing them with skills to enhance their livelihoods. Wipol launched an 'Anti-Germ Action' campaign to educate and support 50,000 households in 17 cities and districts on how to maintain hygiene in the home, and its importance for family health. In May, several of our Home Care brands, including Rinso, Superpell, Molto and Vixal, led the 'Clean 1001 Mosques' program to bring communities together during the festive period.

Pepsodent has been protecting Indonesian smiles for almost 84 years, and for more than 20 years, it has been carrying out an oral health education program in schools and communities, focusing on the simple message of tooth brushing day and night. In 2017 our oral health campaign reached 2 million children, bringing the total to almost 16 million children reached in more than 250 cities throughout the nation. In collaboration with our partners, the National Dental Association (PDGI) and the Association of Deans of Dental Schools in Indonesia (AFDOKGI), Pepsodent also delivered free dental treatment in 22 dentistry faculties across Indonesia between September-November 2017, as part of National Oral Health Month (BKGN).

PEPSODENT MENGAJAK KELUARGA INDONESIA AGAR BEBAS DARI GIGI BERLUBANG DI BULAN KESEHATAN GIGI NASIONAL (BKGN) 2017. RANGKAIAN KEGIATAN BKGN 2017 INI DISELENGGARAKAN DI 57 LOKASI YANG TERSEBAR DI BEBERAPA KOTA DAN KABUPATEN DI SELURUH INDONESIA.

PEPSODENT INVITED INDONESIAN FAMILIES TO BE FREE FROM CAVITIES DURING NATIONAL ORAL HEALTH MONTH (BKGN) 2017. BKGN 2017 ACTIVITIES WERE HELD IN 57 LOCATIONS IN SEVERAL CITIES AND DISTRICTS THROUGHOUT INDONESIA.

Program Kampanye Cuci Tangan Lifebuoy 21 Hari terus memberikan kontribusi yang berharga bagi kesehatan masyarakat, dengan membantu menanamkan kebiasaan hidup bersih pada 1.5 juta anak dan 150.000 ibu pada tahun 2017, yang membantu mencegah penyakit seperti diare dan penyakit menular lainnya. Lifebuoy, yang ingin memasyarakatkan kebiasaan cuci tangan pakai sabun di setiap keluarga di Indonesia, menargetkan untuk mencapai 100 juta tangan sehat pada tahun 2020 melalui program Sekolah, Ibu, dan Rumah Sakit. Pada tahun 2017, Lifebuoy juga mendukung kampanye Kementerian Kesehatan dengan bekerja sama dengan PERSI (Asosiasi Rumah Sakit Indonesia), untuk mempromosikan kebersihan tangan sebagai salah satu pilar untuk melawan kekebalan terhadap antibiotik.

Fair and Lovely telah mulai memberdayakan perempuan Indonesia untuk menjadi lebih percaya diri dan mandiri, menginspirasi mereka untuk menentang ekspektasi sosial yang rendah dan mengatasi masalah keuangan yang selama ini menjadi kendala bagi mereka dalam mengejar impian, dengan cara memberi mereka akses ke pendidikan tinggi. Pada tahun 2017, untuk pertama kalinya Fair and Lovely meluncurkan program Fair and Lovely Star Scholarship bekerjasama dengan Hoshizora Foundation, memberikan beasiswa universitas kepada 50 perempuan untuk membawa mereka selangkah lebih dekat untuk mewujudkan impian mereka.

PANDANGAN DAN STRATEGI UNTUK 2018

Di Home Care, kami ingin menjadikan 2018 sebagai tahun yang penuh nilai lebih, dengan bertumbuh secara kompetitif dan meningkatkan keuntungan.

Untuk pasar Personal Care, kami memperkirakan akan adanya kompetisi yang semakin meningkat di tahun 2018. Untuk mengantisipasi hal ini dan tetap menjadi yang terdepan, kami harus bisa bergerak lebih lincah dalam setiap kegiatan operasi kami, dan lebih giat dan cepat dalam inovasi. Kami telah memiliki rangkaian inovasi menarik untuk kategori Personal Care di 2018 dan akan terus membangun '*brand love*' untuk berbagai *brand* kami. Agar tumbuh lebih cepat, kami akan mengembangkan pasar dengan memanfaatkan berbagai peluang baru, seperti segmen dan saluran penjualan baru yang potensial, dan meningkatkan pangsa pasar melalui inovasi terbaik, produk terbaik di kelasnya, dan memberikan nilai lebih bagi konsumen. Pada saat yang sama, kami akan terus melakukan peningkatan dalam kegiatan operasional dan pengelolaan biaya.

Lifebuoy's 21 Days of Handwashing program continued to make a valuable contribution to the nation's health, helping to embed good hygiene habits in 1.5 million children and 150,000 mothers in 2017 and thereby contributing to the prevention of major public health threats like diarrhea and other communicable diseases. Moving towards its goal of making handwashing with soap a habit for every family in Indonesia, Lifebuoy aims to reach 100 million healthy hands by the year 2020 through Unilever Indonesia's School, Mothers and Hospital programs. In 2017, Lifebuoy also supported a Ministry of Health campaign, in collaboration with PERSI (Association of Indonesian Hospitals), to promote hand hygiene as one of the pillars to fight antibiotic resistance.

Fair and Lovely has begun to empower Indonesian women to be more self-confident and self-reliant, inspiring them to overcome the low social expectations and financial constraints that prevent them from pursuing their dreams by giving them access to higher education. In 2017, Fair and Lovely launched the first year of the Fair and Lovely Star Scholarship program in collaboration with the Hoshizora Foundation, providing university scholarships to 50 women to bring them a step closer to realising their dreams.

OUTLOOK AND STRATEGIES FOR 2018

In Home Care, we are aiming for another year of value creation with competitive growth and further improvement on the bottom line.

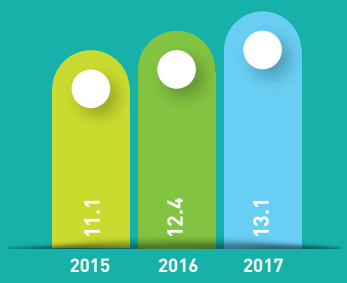
In Personal Care we expect to see the competitive pressure increase further in the market. To anticipate this and stay ahead of the competition, we will need to build greater agility into our operations and move faster with our innovations. We already have an exciting line-up of Personal Care innovations for 2018 and will continue to build 'brand love' for our existing brands. In order to grow faster, we will develop the market by tapping into new opportunities, such as promising new segments and channels, and seek to win share with the excellent innovations in our pipeline, best-in-class products and great value for consumers. At the same time, we will continue to drive improvements in operational excellence and cost management.

FOODS AND REFRESHMENT

PERTUMBUHAN
GROWTH

↑ 5.8%

PENJUALAN BERSIH (dalam triliun Rp)
NET SALES (in trillion Rp)



FOODS AND REFRESHMENT

Kami memiliki serangkaian brand unggulan yang hadir di hampir setiap rumah tangga di Indonesia. Kami memanfaatkan kekuatan brand-brand ini di tahun 2017 melalui inovasi yang terus-menerus dan dengan mempertajam strategi pemasaran digital untuk menarik konsumen baru melalui konten yang relevan dan menarik.

PENDAPATAN DAN KEUNTUNGAN

Secara keseluruhan, divisi Foods dan Refreshment memiliki kinerja yang baik dengan tingkat pertumbuhan 5.8%. Foods and Refreshment bertumbuh dengan mantap dengan margin kotor sebesar 45.7% yang menutup kinerja setahun penuh di 2017. Kategori Foods menghasilkan pertumbuhan nilai dan volume yang tinggi, serta dapat mempertahankan posisi terdepan di pasar. Beragam brand primadona kami seperti Bango, Royco dan Blue Band berkontribusi paling besar terhadap pencapaian tersebut. Kategori Refreshment menghadapi pasar yang lebih ketat, dengan meningkatnya persaingan yang diperparah dengan melambatnya belanja konsumen di tahun ini. Di sisi lain, kinerja yang kuat di beberapa kategori dan inisiatif penghematan menghasilkan peningkatan laba yang signifikan.

FOODS

KINERJA DAN PANGSA PASAR

Foods terus tumbuh dengan mantap di depan pasar pada tahun 2017. Kategori ini mencatatkan pertumbuhan nilai dan volume yang tinggi, serta mempertahankan momentum bisnis pangan Unilever di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Kinerja ini didorong oleh brand terkemuka kami yaitu Bango, Royco, dan Blue Band. Semua brand terus menampilkan keunikan masing-masing melalui misi yang ingin dicapai, dan tetap menjadi produk pilihan dari ibu rumah tangga di Indonesia karena kualitas dan rasa yang ditawarkan. Sementara itu, penyesuaian harga di sepanjang tahun sebagian besar dilakukan karena kenaikan harga komoditas.

STRATEGI PEMASARAN

Strategi promosi yang efektif dengan berlandaskan pada pesan yang konsisten dan relevan memiliki pengaruh yang kuat pada kinerja Foods sepanjang 2017, terutama untuk kategori Savoury, yang memiliki pertumbuhan pangsa pasar yang positif dan tinggi sepanjang tahun. Kampanye yang menarik adalah faktor utama yang mendorong kuatnya pertumbuhan Royco di 2017, selain juga didorong oleh keunggulan formulasi dan nilai yang ditawarkan pada konsumen.

Fokus kami yang semakin intensif pada promosi antara lain merupakan respons terhadap pasar yang melambat, terutama selama periode hari raya Idul Fitri. Kami menyadari bahwa kami harus memberikan alasan yang tepat kepada pembeli untuk kembali berbelanja ke toko.

FOODS AND REFRESHMENT

We have a portfolio of superior brands that have a presence in almost every household in Indonesia. We leveraged the power of these brands in 2017 through continued innovation and by sharpening our digital marketing strategy to win over new audiences with relevant and exciting content.

REVENUE AND PROFITABILITY

Overall, the Foods & Refreshment division performed well with a 5.8% growth rate. Foods and Refreshment grew solidly, with the gross margin standing firm at 45.7% to close the full-year performance. Foods delivered high value and volume growth, staying ahead of the market, with star brands Bango, Royco and Blue Band driving much of the performance. Refreshments faced a tougher market, with increasing competition exacerbating the lower consumer spending conditions that characterised the year. On the other hand, a strong performance in several categories and saving initiatives resulted in a significant improvement in margin.

FOODS

PERFORMANCE AND MARKET SHARE

Foods continued to grow strongly ahead of the market in 2017, delivering high value and volume growth and continuing the momentum of Unilever's Foods business in Indonesia in recent years. This performance was driven by our leading brands Bango, Royco and Blue Band. All brands continued to drive differentiation through their brand purpose, and remained the products of choice for Indonesian homemakers due to the quality and taste that was offered. Pricing strategy adjustments during the year were largely done due to commodity price inflation.

MARKETING STRATEGIES

Effective promotion strategies with consistent and relevant messaging had a strong influence on Foods performance throughout 2017, particularly in Savoury, which saw a positive high growth in market share during the year. A great campaign was a key factor in Royco's strong growth in 2017, alongside its winning formulation and value proposition.

Our intensified focus on promotion was, in part, a response to the slowing market, particularly during the festive period, as we recognised that we had to give shoppers a good reason to come back to the stores.

Kami juga melihat adanya pergeseran pilihan konsumen. Semakin banyak upaya interaksi kami ditujukan kepada generasi millennial, yang tumbuh di era digital. Profil mereka sangat berbeda—seperti jarang menonton televisi, menginginkan kepuasan secara instan, serta menghabiskan hanya sedikit waktu untuk memasak di rumah. Mereka juga lebih peduli dengan lingkungan dan lebih kritis tentang pilihan produk mereka. Untuk menjangkau segmen ini secara efektif, kami telah meningkatkan investasi dan keberadaan kami secara signifikan di dunia Digital, utamanya melalui Instagram, YouTube, dan Facebook. Pada saluran-saluran digital ini, kami mengembangkan konten yang inovatif dan relevan untuk mendorong generasi millennial kembali menghidupkan tradisi memasak di rumah, dengan menggunakan momen spesial seperti Hari Valentine sebagai waktu memasak untuk orang-orang tercinta. Untuk menyampaikan pesan kami ke khalayak yang lebih luas, kami berfokus pada perayaan penting yang memiliki tradisi santap makan seperti Idul Fitri, Idul Adha dan Natal.

Keunggulan Bango yang konsisten di pasar pada tahun 2017 didukung oleh kampanye Malika, yang menampilkan kacang kedelai hitam berkualitas tinggi yang dipasok secara berkelanjutan dari petani kecil di Indonesia. Kedelai hitam ini adalah bahan baku utama kecap Bango yang merupakan kecap favorit keluarga di Indonesia dan menjadikannya kecap terbaik untuk masakan Indonesia. Kampanye ini mengingatkan konsumen bahwa bahkan masakan sehari-hari seperti tumisan dapat dibuat menjadi sesuatu yang istimewa, dan khas Indonesia, dengan sentuhan kecap Bango.

We also saw a shift in consumer preferences. We are talking increasingly to millennials, who have grown up in the digital era. Their profile is very different - they rarely watch television, need instant gratification, and spend little time cooking at home. They also care more about the environment and are more critical about their product choices. To reach this segment effectively, we have significantly increased our spending and presence in Digital, particularly though Instagram, YouTube and Facebook. For these platforms, we developed relevant, innovative content to encourage the millennial generation to keep the tradition of cooking at home alive, by highlighting special moments such as Valentine's Day as a time to cook for loved ones. To drive our message to a wider audience, we highlighted key festive food occasions such as Eid al-Fitri, Eid al-Adha and Christmas.

Bango's consistent lead in the market was supported in 2017 by the Malika campaign, featuring the high quality black soy bean that is sustainably sourced from smallholder farmers in Indonesia. This is the key ingredient that has made Bango Indonesia's favourite soy sauce and the best kecap for Indonesian dishes. The campaign reminds consumers that even everyday dishes such as stir fries can be made into something special, and distinctively Indonesian, with a dash of Bango.

FOODS TERUS TUMBUH DENGAN MANTAP MELEBIHI PASAR. STRATEGI PROMOSI YANG EFEKTIF DENGAN PESAN YANG KONSISTEN DAN RELEVAN MEMILIKI PENGARUH YANG KUAT PADA KINERJA FOODS SEPANJANG TAHUN 2017.

FOODS CONTINUED TO GROW STRONGLY AHEAD OF THE MARKET. EFFECTIVE PROMOTION STRATEGIES WITH CONSISTENT AND RELEVANT MESSAGING HAD A STRONG INFLUENCE ON FOODS PERFORMANCE THROUGHOUT 2017.

Kami terus meningkatkan penetrasi Royco untuk konsumen di pedesaan, dengan memperkenalkan misi sosial baru dalam hal nutrisi, yakni mengajak para juru masak di rumah untuk memasukkan sayuran ke dalam masakan sehari-hari. Kampanye kami menunjukkan bahwa kombinasi bahan-bahan berkualitas tinggi dan rasa bumbu Royco dapat meningkatkan rasa masakan-masakan sederhana seperti ayam rebus, tempe goreng, dan sayuran rebus, dan menjadikannya hidangan yang lezat.

Untuk mempertahankan kedekatan dan relevansi Blue Band terhadap konsumen, kami menemukan solusi inovatif untuk jutaan ibu di seluruh Indonesia yang tidak memiliki oven di dapur mereka. Kampanye kami berfokus pada periode hari raya ketika masyarakat biasa mengkonsumsi atau memberikan kue-kue sebagai hantaran, dengan menampilkan resep kue dan kue kering tanpa oven, sehingga santapan lezat ini tetap dapat dibuat di rumah, bahkan oleh mereka yang tidak memiliki oven.

REFRESHMENT

KINERJA DAN PANGSA PASAR

2017 adalah tahun yang penuh tantangan untuk Refreshment, sebagian besar karena konsumen menyesuaikan pola pengeluaran mereka dalam menyiasati kenaikan pendapatan yang lebih rendah di tahun ini, ditambah dengan makin ketatnya persaingan di pasar.

Dalam hal pangsa pasar, kategori Refreshment Unilever Indonesia terus memimpin pasar berkat kekuatan berbagai brand terkemuka kami, seperti Cornetto, Populaire, Dung Dung, dan Solero yang merupakan bagian dari Wall's Ice Cream, serta Buavita, dan Sarimurni.

Di tengah tekanan persaingan, kategori teh kami berhasil memberikan pertumbuhan yang positif serta peningkatan marjin yang signifikan karena harga komoditas yang lebih rendah dan karena adanya inisiatif penghematan. Sarimurni menunjukkan kinerja yang sangat kuat, meningkatkan pangsa pasar dan memposisikan diri sebagai pemimpin pasar pada segmen teh vanila. Sarimurni tumbuh di atas pertumbuhan rata-rata kategori di tahun 2017.

Jus buah juga mampu bertahan menjadi yang terdepan, di tengah-tengah menurunnya pertumbuhan pasar. Perbaikan marjin di segmen ini terutama berasal dari peningkatan efisiensi, dengan lebih sedikitnya limbah produksi dibandingkan tahun sebelumnya. Sebagai hasilnya, Buavita tetap kompetitif dan bahkan dapat meningkatkan pangsa pasar di tengah perlambatan pasar, melalui varian utama, yaitu Buavita Guava yang berkontribusi terhadap sebagian besar pertumbuhan.

Ice Cream menghadapi situasi yang sangat menantang, dengan munculnya dinamika pasar baru dengan menguatnya segmen bawah. Kami melakukan inisiatif disruptif di arena kompetisi ini dengan meluncurkan produk seharga Rp2.000. Kami terus menunjukkan eksekusi lapangan yang kuat dengan mempertajam

We continued to drive penetration of Royco amongst rural consumers, introducing a new nutrition-based social mission for the brand that encourages homemakers to include vegetables in the dishes they cook every day. Our campaigns demonstrated that the high quality ingredients and flavours of Royco seasoning elevate the flavour of simple elements like boiled chicken, fried tempe and boiled vegetables, to make a delicious dish.

To maintain Blue Band's visibility and relevance, we came up with an innovative solution for the millions of moms all over Indonesia who do not have an oven in their kitchens. Focusing on the festive periods when baked goods are traditionally consumed and given as gifts, our campaign featured no-oven recipes for cakes and cookies that enable home bakers to produce delicious treats for family and friends, even without an oven.

REFRESHMENT

PERFORMANCE AND MARKET SHARE

2017 was a challenging year for Refreshment, largely due to consumers adjusting their spending patterns in response to slower income growth in 2017, coupled with the increasing competitive heat in the market.

In terms of share, Unilever Indonesia's Refreshment category continued to lead the market thanks to the strength of our stellar brands, such as Cornetto, Populaire, Dung Dung and Solero in Wall's Ice Cream, Buavita and Sarimurni.

Amid the competitive pressures, Tea managed to deliver positive growth, as well as a significant margin improvement due to lower commodity prices and saving initiatives. Sarimurni made a particularly strong showing, gaining share and taking its place as a market leader in the vanilla tea segment. Sarimurni grew at above category growth in 2017.

Juice was also able to stay well ahead of the market, despite the market growth decline. Margin improvements in this segment were mainly contributed by increased efficiency, with less production waste than in the prior year. As a result, Buavita remained competitive and was even able to gain share despite the market slowdown, with our core variant, Buavita Guava, driving much of the growth.

Ice cream was particularly challenging, with a new market dynamic emerging as the low-value segment gained strength. We caused a lot of disruption amongst the competition by launching products priced at Rp2,000. We continued to demonstrate strong execution by sharpening our segmentation across channels,

segmentasi di seluruh saluran penjualan, memperkuat produk yang kami tawarkan di setiap segmen harga, dan terus menggairahkan pasar di segmen menengah-atas melalui Cornetto, Heartbrand, dan Magnum.

Baik produk-produk utama maupun produk yang prospektif untuk masa depan menghasilkan pertumbuhan yang kuat di Ice Cream, utamanya melalui Cornetto. Hasil ini sebagian besar didorong oleh kinerja cemerlang dari varian utama kami, inovasi menarik, dan beragam program pemasaran yang menargetkan remaja dan mendapat sambutan yang hangat dari pecinta es krim. Pertumbuhan Wall's Heartbrand didorong oleh varian utama, seperti Feast and Populaire yang telah menjadi favorit konsumen sejak lama, serta oleh es krim rasa buah Solero yang menyegarkan.

INOVASI

Dengan adanya persaingan yang ketat di segmen Es Krim harga ekonomis, kami memprakarsai beberapa strategi inovatif untuk memenangkan pasar, diantaranya meluncurkan Paddle Pop Happy Fruit dengan harga 'ajaib' Rp2.000, dan juga memperkenalkan produk Choco Magma dan Trico RP2.000. Cornetto Rainbow Pop menyelenggarakan acara peluncuran akbar melalui Cornetto Pop Awards, yaitu sebuah kampanye yang mengundang para remaja untuk memilih selebriti atau figur publik favorit mereka untuk memenangkan salah satu penghargaan Cornetto yang bergengsi. Solero varian baru rasa Mangga diluncurkan untuk memanfaatkan semakin populernya makanan dan minuman rasa mangga yang sedang tren di Indonesia. Di segmen premium, penawaran utama kami adalah varian Magnum Red Velvet yang mewah. Namun, fokus pada tahun ini adalah edisi khusus Sandwich pertama kami, yang diluncurkan pada kuartal ke-3 agar bertepatan dengan Hari Kemerdekaan Indonesia. Es krim ikonik ini ditampilkan dalam perayaan hari kemerdekaan, mulai dari istana kepresidenan sampai ke setiap sudut jalan di Indonesia. Di kategori Minuman, inovasi utama kami termasuk Sariwangi Teh Melati, yang diluncurkan untuk menyaingi produk yang lebih dahulu ada di pasar.

STRATEGI PEMASARAN

Perlambatan konsumsi konsumen yang mempengaruhi Refreshment di 2017, justru makin menantang kami untuk mempertajam eksekusi pada pemasaran dan promosi. Dalam kategori Minuman, perlambatan ini dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen dan munculnya sejumlah alternatif minuman. Di 2017, Sariwangi meluncurkan kampanye "Berani Berbagi" yang inovatif, guna mendorong anggota keluarga untuk saling membuka diri, berbicara satu sama lain dan membicarakan topik yang sulit didiskusikan melalui secangkir teh. Kampanye yang didukung oleh iklan TV dan video di saluran digital kami ini mendapat tanggapan yang baik, sehingga terjadi sedikit peningkatan keyakinan konsumen dan diferensiasi brand.

Di kategori jus buah, Buavita terus memperkuat jati dirinya sebagai jus buah asli melalui kampanye 'Nikmati Kebaikannya'.

strengthening our offering in every price segment and continuing to excite the market in middle-up price range with Cornetto, Heartbrand and Magnum.

Both our core and future prospects delivered strong growth in Ice Cream, with Cornetto leading the growth. This was largely driven by stellar performances by our core variants, exciting innovations and several award-winning marketing programmes targeting teens, which gained high acceptance by ice cream lovers. Wall's Heartbrand growth was driven by core variants, such as longtime favourites Feast and Populaire and the fruity, refreshing Solero.

INNOVATIONS

Faced with intense competition in the low-value Ice Cream segment, we came up with some innovative strategies to win the market, including launching Paddle Pop Happy Fruit at the 'magic price' of Rp2,000, as well as Choco Magma and Trico Rp2.000. Cornetto Rainbow Pop had a big launch with the Cornetto Pop Awards, an award-winning campaign that invited teens to vote for their favourite celebrity or key opinion leader to win one of the prestigious Cornetto awards. Solero's new Mango variant was launched to tap into the growing popularity of mango-flavoured foods and beverages, which are trending in Indonesia. In the premium segment, our key new offering was the luxurious Magnum Red Velvet variant. However, the highlight of the year was our very first special edition of Sandwich, launched in Q3 to coincide with Indonesia's Independence Day. This iconic ice cream featured in independence celebrations from the presidential palace to every street corner in Indonesia. In Beverages, key innovations included Sariwangi Teh Melati (Jasmine Tea), which was launched as a contender to the more established players.

MARKETING STRATEGIES

The slowdown in consumer consumption that impacted the Refreshment category in 2017 challenged us to sharpen our execution on marketing and promotion. In Beverages, it is being impacted by changing consumer behaviours and the emergence of a number of beverage alternatives. In 2017, Sariwangi launched its innovative 'Dare to Share' campaign, which encouraged families to open up, talk to each other and have potentially difficult conversations over a cup of tea. The campaign, supported by TV ads and videos on our digital channels, got good traction, which we saw in a slight uplift in conviction and brand differentiation.

In Juice, Buavita continued to strengthen its credentials as a real fruit juice through its 'Nikmati Kebaikannya' ('Enjoy the Goodness') campaign.

KAMI TERUS MELAKUKAN STRATEGI INOVATIF UNTUK MEMENANGKAN PASAR. MELALUI PRODUK TEROBOSAN BARU SEHARGA RP2.000 DAN TERUS MENGGAIRAHKAN PASAR DI SEGMEN MENENGAH-ATAS MELALUI CORNETTO, HEARTBRAND, DAN MAGNUM.

WE INTRODUCED SOME INNOVATIVE STRATEGIES TO WIN THE MARKET, CAUSED DISRUPTION BY LAUNCHING PRODUCTS PRICED AT RP2.000 AND CONTINUE TO EXCITE THE MARKET IN THE MIDDLE-UP PRICE RANGE WITH CORNETTO, HEARTBRAND AND MAGNUM.

Pada Ice Cream, kami menyelenggarakan sebuah kampanye di sepanjang tahun ini yang mengangkat tema perayaan 25 tahun Wall's di Indonesia. Seperti pada umumnya perayaan hari jadi, kami memberikan banyak hadiah; khususnya, hadiah untuk konsumen Indonesia dalam bentuk produk baru yang menarik dan harga yang lebih murah. Paddle Pop memperkenalkan karakter baru yang menyenangkan dengan tampilan yang lebih modern dan cerita yang lebih relevan dan menarik untuk anak-anak masa kini. Cornetto memperkuat kepemimpinannya dan memposisikan dirinya di pasar remaja melalui sejumlah kampanye yang telah memenangkan beberapa penghargaan. Diantaranya kampanye Cornetto Love Ribbon saat Hari Valentine yang bermitra dengan Gojek, dan Cornetto Pop Awards, yang ditayangkan di saluran TV terkemuka serta mendapatkan view digital yang luar biasa. Persembahan kami yang paling istimewa bagi Indonesia adalah peluncuran Sandwich Hari Kemerdekaan edisi terbatas, dengan didukung oleh sebuah kampanye yang kuat yang dimulai dari Hari Kemerdekaan Indonesia pada bulan Agustus hingga Hari Sumpah Pemuda Nasional pada bulan Oktober.

In Ice Cream, we executed a year-long umbrella campaign centred around the celebration of 25 years of Wall's in Indonesia. As is usual with anniversaries, there were lots of gifts; specifically, gifts for Indonesian consumers in the form of exciting new products and lower prices. Paddle Pop introduced a fun new character with a more modern look and more relevant, exciting stories to appeal to today's kids. Cornetto strengthened its leadership and positioning in the important teens market with powerful, award-winning campaigns, including the Valentine's Day-themed Cornetto Love Ribbon in partnership with Gojek, and the Cornetto Pop Awards, which were aired on a leading TV channel and made a huge impression in digital. Our most special gift to Indonesia was the launch of the limited edition Independence Day Sandwich, backed up by a strong campaign that ran from Indonesia's Independence Day in August until the National Youth Pledge Day in October.

TUJUAN KEBERLANJUTAN

Seperti telah disebutkan di atas, brand kami hadir di hampir setiap rumah tangga di Indonesia. Kami berupaya memanfaatkan kekuatan ini untuk menyampaikan pesan sosial dan kesehatan, yang selaras dengan tujuan kami untuk membangun masa depan yang berkelanjutan melalui tindakan kecil sehari-hari. Di bawah ini adalah beberapa cara bagaimana beragam brand Foods and Refreshment kami berkontribusi dalam mencapai tujuan tersebut di 2018.

- Setelah absen di tahun 2016, kami menghidupkan kembali Festival Jajanan Bango di tahun ini. Dengan didukung oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf), kampanye ini bertujuan untuk merayakan kekayaan warisan kuliner Indonesia dan melestarikannya untuk generasi mendatang. Tahun ini, kami mengusung regenerasi kuliner Indonesia melalui kreasi para koki dan koki rumahan yang sedang naik daun saat ini. Kami mengundang para pemilik start-up kuliner terbaik negeri ini untuk berbagi visi mereka tentang kuliner Indonesia. Sementara itu, kami juga terus berkolaborasi dengan para petani kedelai hitam Bango untuk meningkatkan penghidupan mereka dan mendukung praktik pertanian berkelanjutan;
- Kampanye Royco Kekuatan untuk Kebaikan diluncurkan untuk mengatasi masalah serius yaitu anemia, yang banyak dialami oleh remaja perempuan pedesaan Jawa. Pesan yang disampaikan melalui kampanye ini berfokus untuk memasukkan sayuran ke dalam hidangan sehari-hari yang sederhana seperti nasi goreng, sehingga dapat meningkatkan asupan nutrisi harian keluarga;
- Pesan Paddle Pop tentang camilan sehat dan higienis dapat disampaikan kepada jutaan anak sekolah dasar berkat kunjungan sekolah oleh Paddle Pop Lion Mascot dan program edutainment yang menyenangkan. Sementara itu, Blue Band, terus mengkomunikasikan peran penting sarapan sehat dalam mempersiapkan anak-anak untuk menjalani hari sekolah dan memastikan pertumbuhan yang sehat;
- Teh, bekerja sama dengan Yayasan Unilever, bermitra dengan perkebunan teh di Jawa Tengah untuk memberdayakan para pemetik teh perempuan melalui serangkaian program kewirausahaan dan melek finansial.

SUSTAINABILITY GOALS

As noted above, our brands are present in almost every household in Indonesia. We have sought to leverage this by linking them to social and health messages that are aligned with our goal of building a sustainable future through everyday actions. These are some of the ways in which our Foods and Refreshments brands contributed to this goal in 2018.

- After its absence in 2016, we revived the Festival Jajanan Bango in 2017. Endorsed by Indonesia's Creative Economy Agency (Bekraf), this campaign is aimed at celebrating Indonesia's rich culinary heritage and preserving it for future generations. This year, we set out to highlight the regeneration of Indonesian cuisine as it is interpreted by the next wave of up and coming chefs and home cooks, inviting the entrepreneurs behind some of the country's best new culinary start-ups to share their vision of Indonesian cuisine. We also continued to collaborate with the farmers who grow Bango's famous black soy beans on improving livelihoods and sustainable farming practices;
- Royco's Force for Good campaign was deployed to address the serious issue of anaemia, which is prevalent among young girls in rural Java. The message focused on including vegetables in simple, everyday dishes such as fried rice, to improve families' daily nutritional intake;
- Paddle Pop's message of healthy and hygienic snacking reached millions of elementary school kids thanks to school visits by the Paddle Pop Lion Mascot and a fun edutainment programme. Blue Band, meanwhile, continued to communicate the crucial role a healthy breakfast plays in setting up kids for the school day and ensuring healthy growth;
- Tea, alongside the Unilever Foundation, is partnering a tea plantation in Central Java to empower female tea pickers through a series of programmes on entrepreneurship and financial literacy.

PERSEROAN MEMPELOPORI PROGRAM KOMUNITAS BANK SAMPAH SECARA MASIF DI BEBERAPA KOTA DI INDONESIA. KAMI BERPARTISIPASI AKTIF MEMPROMOSIKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI DAUR ULANG SAMPAH ANORGANIK, TERMASUK KEMASAN UNILEVER MELALUI PROGRAM GREEN AND CLEAN.

THE COMPANY IS A PIONEER OF MASS COMMUNITY GARBAGE BANK PROGRAMS IN SEVERAL CITIES IN INDONESIA. WE ACTIVELY PARTICIPATE IN PROMOTING COMMUNITY EMPOWERMENT THROUGH RECYCLING OF INORGANIC WASTE, INCLUDING UNILEVER PACKAGING THROUGH THE GREEN AND CLEAN PROGRAMME.

PANDANGAN DAN STRATEGI UNTUK 2018

Di Foods, kami tetap berfokus untuk terus mendorong peningkatan pangsa pasar dan bertumbuh di atas rata-rata pasar. Untuk merealisasikannya, kami telah memiliki beberapa rencana inovasi baru dan juga akan terus mempertajam strategi dan eksekusi kami di lapangan.

Meningkatnya tekanan persaingan pada Refreshment telah menantang kami untuk bergerak lebih lincah dan lebih mempercepat inovasi-inovasi kami di 2018 agar tetap unggul dalam persaingan. Oleh karena itu kami memiliki strategi yang kuat untuk memberikan pertumbuhan pangsa pasar dan mempertahankan posisi kami sebagai pemimpin pasar.

Kami memiliki beberapa rencana menarik untuk Ice Cream. Kami akan terus memperkuat rangkaian portofolio kami di setiap segmen harga dengan meluncurkan inovasi yang akan memanfaatkan harga 'spesial' dan tren makanan masa kini. Kami juga akan menjadikan saluran penjualan kami lebih tersegmentasi berdasarkan perilaku pembeli, serta memastikan bahwa kabinet es krim kami hadir lebih cepat ke pasar untuk mendorong distribusi dan penetrasi yang lebih luas.

Kami memperkirakan pasar minuman akan tetap bertumbuh secara lambat karena adanya perubahan perilaku konsumen. Karena itu kami akan berfokus untuk menghadirkan kembali antusiasme dan relevansi teh, melalui kampanye komunikasi yang menarik tentang manfaat kantung bundar di segmen teh melati, dan meningkatkan kampanye "Berani Berbagi" yang akan menyampaikan pesan tentang beragam keadaan sosial di Indonesia.

Pada Jus buah, Buavita akan mengawali tahun ini dengan kampanye digital "Kebaikan Jambu", untuk mendorong orang meminum Buavita Jambu yang kaya vitamin C guna meningkatkan kekebalan mereka selama musim hujan.

OUTLOOK AND STRATEGIES FOR 2018

In Foods, our focus in 2018 will continue to be on driving further market share gains and growing ahead of the market. To achieve this, we have several new innovations in the pipeline and will also continue to sharpen our strategies and execution.

The rising competitive pressure in Refreshments has challenged us to be more agile and accelerate our innovations in 2018 so that we can stay ahead of the competition. We therefore have a solid strategy in place to deliver share growth and maintain our market leadership.

We have exciting plans for Ice Cream. We will continue to strengthen our cabinet portfolio in every price segment by launching innovations that will tap into 'magic' price points and upcoming food trends. We will also execute a more sharply segmented channel approach based on shopper behaviour, and ensure faster cabinet deployment to the market to drive wider distribution and penetration.

We expect the Beverage market to remain on its slow growth trajectory as consumers change their behaviour. We will therefore focus on bringing back the excitement and relevance of tea, with a compelling communication campaign on the benefits of the round bag in the Jasmine tea segment, and taking our "Dare To Share" campaign to another level by talking about social contexts in Indonesia.

In Juice, Buavita will kick off the year with the "Guava Goodness" digital campaign, encouraging people to drink vitamin C-rich Buavita Guava to boost their immunity during the rainy season.

Kami terus memberikan manfaat bagi para pelanggan dan masyarakat dengan meluncurkan program 'Sahabat UFS', Blue Band Master Oleh-Oleh 2017, dan juga program sosial Bakti UFS.
We continued to deliver value to our customers and communities by launching the 'Sahabat UFS' programme, the Blue Band Master Oleh-Oleh 2017 and the Bakti UFS social programme.

UNILEVER FOOD SOLUTIONS

Kami mendukung para profesional di industri boga melalui Unilever Food Solutions, yang merupakan penyedia bahan masakan yang inovatif dan berkualitas tinggi bagi juru masak dan dapur profesional. Rangkaian produk UFS yang terdiri dari spread, teh, kaldu, bumbu masak, saus dan pasta, tidak hanya menginspirasi dan mendukung para profesional dan penyedia makanan di seluruh Indonesia, tetapi juga berperan mengembangkan kekayaan tradisi kuliner Indonesia.

UFS Indonesia mempertahankan momentumnya pada tahun 2017, dengan mencatatkan pertumbuhan kuat selama tiga tahun berturut-turut, di tengah-tengah melambatnya pasar setelah perayaan Ramadhan. Berkat penghematan biaya dan turunnya harga komoditas, marjin kotor pun meningkat secara signifikan. Lebih lanjut, peningkatan marjin kotor dan optimalisasi dalam BMI (brand and marketing investment) menghasilkan peningkatan laba bersih.

Kosumsi yang menurun dibanding tahun-tahun sebelumnya di periode hari raya paling terasa dampaknya pada bisnis spread, khususnya industri kue rumahan. Tantangan utama datang dari konsumen dengan penghasilan rendah, yang harus mengelola pengeluaran uang tunai mereka secara lebih cermat selama periode hari raya. Meskipun demikian, secara keseluruhan, UFS tetap meraih peningkatan penjualan secara signifikan, terutama pada kategori savoury dan spread, serta memperkuat posisinya pada kategori Teh.

Pertumbuhan pada kategori Savory disokong oleh brand unggulan kami yaitu Bango, Knorr dan Royco. Bango, yang digunakan di banyak rumah makan di Indonesia, terus meningkatkan penetrasinya di pasar. Sementara itu, Knorr banyak digunakan di restoran masakan Indonesia maupun Barat, sedangkan Royco sebagian besar dipakai di restoran-restoran yang menyediakan hidangan lokal. Untuk mempererat hubungan dengan para pelanggan, kami meluncurkan program 'Sahabat UFS'. Dengan program ini, pelanggan mendapatkan poin reward yang dapat ditukar dengan voucher belanja serta manfaat-manfaat lainnya.

UNILEVER FOOD SOLUTIONS

We support professionals in the food service business through Unilever Food Solutions, a supplier of high quality ingredients and innovative, value-added solutions for professional chefs and kitchens. The spreads, tea, stocks, seasonings, cooking sauces and pastes that make up the UFS portfolio are not only inspiring and supporting food professionals and operators across the country, they are also playing a part in helping Indonesia's rich culinary traditions to thrive.

UFS Indonesia maintained its momentum in 2017, posting its third consecutive year of strong growth, despite the market downturn following the Ramadhan festive period. Cost-saving initiatives and the favorable impact of lower-priced commodities drove a significant improvement in the gross margin, while margin improvements and optimization in BMI (brand and marketing investment) resulted in an increase in net profit.

The impact of the weaker festive period was felt most in the spread business, and particularly among home baker operators. They faced a specific challenge from consumers in the lower income segment, who were forced to manage their cash outlay during this period. Despite this, UFS gained significance overall, especially in the Savoury and Spread categories, and strengthened its presence in the Tea category.

The growth in Savoury was driven by our star brands Bango, Knorr and Royco. Bango continued to increase its penetration in free trade, being used primarily by Indonesian restaurants. Meanwhile, Knorr is used widely in both local and western establishments, whereas Royco continued to serve predominantly local eateries. We stepped up engagement with our customers by launching a loyalty program, 'Sahabat UFS', which gives participants the opportunity to exchange reward points for shopping vouchers, as well as access other value-added benefits.

Kami terus memberikan manfaat bagi para pelanggan dengan meluncurkan berbagai inovasi di 2017. Sebagai contoh, kami meluncurkan Knorr Potato Flakes dalam ukuran kemasan yang lebih kecil, sehingga lebih terjangkau oleh lebih banyak konsumen. Knorr Potato Flakes didistribusikan secara luas ke toko-toko grosir dan digunakan dalam berbagai masakan Indonesia yang menggunakan kentang sebagai bahan dasarnya. Kami juga memperkenalkan dua varian rasa baru dari teh celup Sariwangi yang populer, yaitu rasa Melati dan Vanila. Format teh celup semakin banyak digunakan di restoran-restoran kelas atas.

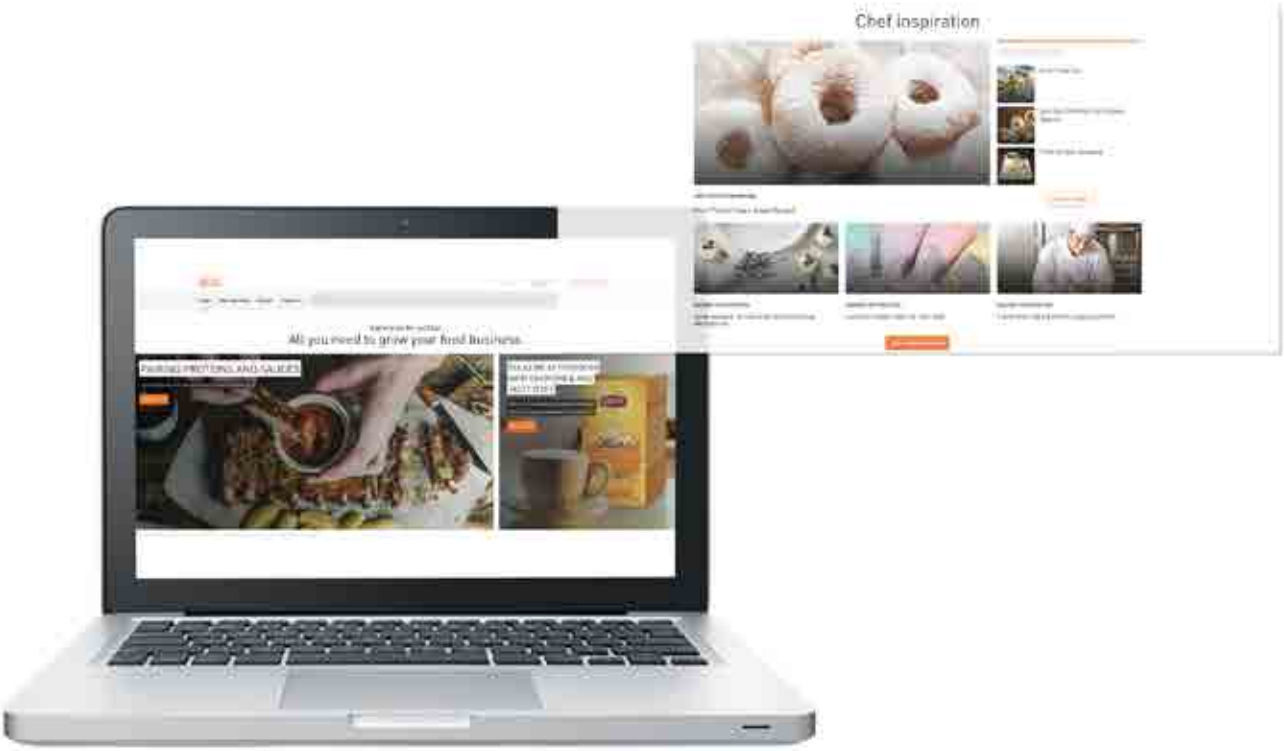
We also continued to deliver value through the innovations we brought to the market in 2017. For example, we launched Knorr Potato Flakes in a smaller pack size, making it accessible to a broader range of consumers. Knorr Potato Flakes are widely distributed across many wholesalers and are being used in many potato-based Indonesian dishes. We also introduced two new flavour variants of the popular Sariwangi Tea Potbag, Jasmine and Vanilla. The Potbag Tea format is being used increasingly in upper tier eateries.

Setelah mendapat sambutan yang sangat baik di 2016, program Blue Band Master Oleh-Oleh meraih sukses yang lebih besar lagi di tahun kedua penyelenggaraannya. Terjadi peningkatan jumlah peserta, yang merupakan pelaku bisnis boga dari hampir semua propinsi di Indonesia. Program yang ditujukan untuk memperkuat citra brand ini merupakan ajang pencarian oleh-oleh makanan ringan khas daerah yang paling disukai. Kampanye ini memenangkan penghargaan 'Best of The Best Social PR Programme 2017' dari Mix Magazine. Peserta program pun merasakan dampak positif karena memperoleh akses yang lebih luas ke pasar melalui penjualan secara digital.

The Blue Band Master Oleh-Oleh program made a huge splash in 2016, and it was even bigger and better in its second year, attracting even more operators from almost very province in Indonesia. This brand-building campaign, which is a nationwide search for the best regional snack food specialties, won the 'Best of The Best Social PR Program 2017' award from Mix Magazine, and has had a positive impact on home bakers by giving them access to markets through digital selling.

UFS melakukan transformasi digital pada tahun 2017 melalui peluncuran program Digital PLUS untuk toko grosir. Dengan program digital ini kami dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan para pelanggan. Selain itu, produk-produk UFS kini juga tersedia di berbagai *platform e-commerce*.

UFS underwent its own digital transformation in 2017 with the launch of the Digital PLUS program for wholesalers, which has allowed us to build closer relationships with our customers. In addition, UFS products are now readily available on many e-commerce platforms.



Perseroan mendukung ekonomi kreatif masyarakat sekitar dengan mengadakan program sosial Bakti UFS yang mengangkat tema 'Berkarya dari Memasak' dan menyasar lima belas perempuan dari komunitas Desa Suradita, Kelurahan Cisauk, Tangerang.

The Company supported the creative economy of the local community by organizing a social programme, Bakti UFS, on the theme of 'Work from Cooking', targeting fifteen women from Suradita village, Kelurahan Cisauk, Tangerang.

Selaras dengan tujuan keberlanjutan Unilever Indonesia, di 2017 UFS meluncurkan program sosial yang inovatif, Bakti UFS, bekerja sama dengan Program Unilever Care For Area Surrounding (CFAS). Program ini bertujuan memberdayakan para ibu rumah tangga untuk memulai usaha kuliner dalam skala kecil untuk meningkatkan perekonomian rumah tangga mereka. Lima belas perempuan dari Suradita, sebuah desa kecil di daerah Cisauk Tangerang, berpartisipasi dalam program 'Berkarya dari Memasak'. Program ini meliputi modul-modul untuk membuat menu makanan ringan dari produk UFS, pentingnya kebersihan dalam persiapan makanan, nutrisi makanan, kemasan yang aman, dan perhitungan biaya-laba, dan ditutup dengan sesi pemasaran melalui media sosial, yang disampaikan oleh para pemenang kontes Blueband Master Oleh-Oleh di tingkat provinsi. Pada akhir program, para peserta menjadi agen UFS yang bertanggung jawab untuk berbagi ilmu yang telah didapat dan menjual produk ke 200 perempuan lainnya. Sebagai dorongan tambahan untuk bisnis mereka, mereka diberi kesempatan untuk menjual makanan ringan yang mereka buat dengan produk UFS kepada karyawan Unilever, baik melalui kantin kantor atau secara langsung.

UFS became more closely aligned with Unilever Indonesia's sustainability goals in 2017 with the launch of a ground-breaking social program, Bakti UFS, in collaboration with the Unilever Care For Area Surrounding (CFAS) Program. The program aims to empower housewives to start small-scale culinary businesses to improve their economic situation. Fifteen women from Suradita, a small village in the Cisauk area of Tangerang, took part in the 'Work from Cooking' program, which included modules on building snack menus from UFS products, the importance of hygiene in food preparation, food nutrition, safe packaging, and cost-profit calculation, closing with a session on marketing through social media from the provincial winner of the Blueband Master Oleh-Oleh contest. At the end of the program, the participants became UFS agents, responsible for re-sharing and re-selling to a further 200 women. As an additional boost to their business, they were given the opportunity to sell snacks made with UFS products to Unilever employees, either through the office canteen or directly.

Kami melihat adanya potensi pertumbuhan yang besar untuk bisnis boga ke depannya. Walaupun pertumbuhan konsumsi di bidang lain mengalami penurunan, ternyata ada peningkatan pembelanjaan untuk gaya hidup di Indonesia, termasuk makan di luar. Selain itu, upaya pemerintah untuk mencapai 20 juta wisatawan asing yang mengunjungi Indonesia di 2020 diperkirakan akan meningkatkan sektor pariwisata, dan hal ini akan mendorong pertumbuhan yang kuat juga di sektor jasa boga ke depannya.

Looking ahead, there is considerable potential in the food service business. Indonesia is seeing a distinct upward trend in lifestyle spending, including eating out, even while consumption growth in other areas has slowed. Moreover, the anticipated increase in tourism on the back of the government's efforts to reach the target of 20 million foreign tourist arrivals by 2020, is expected to drive strong growth in the food services sector in the near future.

KARYAWAN PABRIK ES KRIM DI AREA PRODUKSI.

THE EMPLOYEES OF THE ICE CREAM FACTORY IN THE PRODUCTION AREA.

SUPPLY CHAIN

Kekuatan di sepanjang rantai pasokan Unilever Indonesia adalah salah satu keunggulan kompetitif kami. Di 2017, kami terus mendorong peningkatan produktivitas di seluruh mata rantai pasokan kami agar dapat melayani pasar yang semakin dinamis dan beragam secara lebih efisien, dengan tetap berupaya mencapai tujuan keberlanjutan kami.

Pasar terus berubah dengan sangat cepat, sehingga menghasilkan percepatan ekonomi pada kalangan atas dan menengah bawah. Hal ini mengakibatkan terjadinya segmentasi besar-besaran pada kategori-kategori yang kami miliki. Untuk menyiasati hal ini, kami menerapkan pendekatan rantai pasokan yang juga lebih tersegmentasi. Kami menerapkan model yang lebih ramping, lincah, dan lebih responsif untuk menambah nilai bagi pelanggan dan konsumen kami.

Sejak penerapan sistem World Class Manufacturing (WCM) di 2014, kami menjadi lebih disiplin dan berkomitmen pada pendekatan zero-based untuk mendorong peningkatan produktivitas secara berkesinambungan di seluruh rantai pasokan kami dari hulu ke hilir. Selain itu, melalui program Partner to Win, kami berupaya untuk bekerjasama lebih erat dengan para pemasok kami untuk terus berinovasi, meningkatan proses, serta terus mengidentifikasi dan menghilangkan kegiatan-kegiatan yang tidak memberi nilai tambah.

Di 2017, investasi kami pada teknologi digital membuahkan peningkatan yang signifikan pada kinerja rantai pasokan kami. Peningkatan kemampuan digital ini diantaranya teknik pembelian cerdas seperti e-tendering untuk pengadaan; otomatisasi proses dalam kegiatan perencanaan dan manajemen pemesanan;

SUPPLY CHAIN

The strength along Unilever Indonesia's supply chain is one of our key competitive advantages. In 2017 we continued to drive productivity improvements in our end-to-end processes in order to serve an increasingly dynamic and diverse market more efficiently, while achieving our sustainability objectives.

We continued to see the market change at incredible speed, giving rise to a dual-speed economy that is leading to massive fragmentation of the categories we operate in. To address this, we have embraced a segmented supply chain approach, applying leaner, more agile and more responsive models to add value for our customers and consumers.

Since adopting the World Class Manufacturing (WCM) system in 2014, we have become more disciplined, committing to a zero-based approach to drive continuous productivity improvements across our end-to-end supply chain. Through our Partner to Win programme, we sought closer collaboration with our suppliers on innovation, process improvement and an ongoing process of identifying and eliminating non value-added activities.

In 2017, our investments in digital technology delivered step change improvements in our supply chain. Our new and enhanced digital capabilities include smart buying techniques such as e-tendering for procurement; process automation in our planning and order management activities; low cost automation

otomatisasi berbiaya rendah di pabrik, dan peningkatan analitik data di gudang serta transportasi untuk mendorong peningkatan produktivitas pada logistik kami. Selain pada bidang logistik, analitik data yang semakin kuat juga memberikan dampak positif pada produktivitas dan efisiensi di keseluruhan proses.

in the factories and enhanced data analytics in warehouse and transportation to drive productivity improvements in our logistics backbone. In addition to logistics, our growing strength in data analytics is leveraging productivity and efficiency across all our processes.

RANTAI NILAI YANG DIDORONG OLEH KUALITAS

Upaya kami untuk terus meningkatkan kualitas digerakkan oleh keinginan untuk selalu memberikan lebih dari yang dharapkan konsumen. Untuk mewujudkan komitmen ini, kami telah menempatkan proses dan kontrol terhadap kualitas produk secara menyeluruh, yang mencakup setiap tahap rantai nilai, mulai desain produk hingga penataan rak pelanggan. Kami memastikan keamanan dan kualitas dari setiap produk kami dengan melakukan audit internal secara teratur untuk menguji kepatuhan terhadap proses pembuatan kosmetik dan makanan, yaitu Good Manufacturing Process untuk kosmetik dan standar manajemen keselamatan FSSC 22000 untuk makanan. Di 2017, seluruh pabrik Personal Care kami telah sukses disertifikasi ulang untuk CPKB (Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik). Secara teratur, kami memantau penerapan dan kelayakan semua sistem kualitas kami dengan mengacu pada indikator kinerja yang telah kami tetapkan. Hasil pemantauan ini kami gunakan untuk melakukan peningkatan secara terus menerus. Fokus kami untuk melakukan peningkatan kualitas secara terus-menerus membuahkan penurunan angka keluhan konsumen sebesar 24% di tahun 2017.

QUALITY-DRIVEN VALUE CHAIN

Our approach to quality is driven by our desire to consistently surpass consumer expectations. We have put in place comprehensive product quality processes and controls that cover every stage of the value chain, from product design to customer shelf. We ensure the safety and quality of each of our products by undertaking regular internal audits to test the compliance of our cosmetics and food manufacturing processes with Good Manufacturing Processes and the FSSC 22000 safety management standards, respectively. In 2017, all our personal care manufacturing sites were successfully recertified for CPKB, the Indonesian Cosmetics Good Manufacturing Processes. We regularly monitor the implementation and efficacy of all our quality systems against performance indicators, and use our observations to target improvements as part of an ongoing process. Our focus on continuous quality improvement resulted in a 24% reduction in consumer complaints in 2017.

Kami menjaga hubungan yang erat dan konstruktif dengan para pemasok utama kami untuk memastikan bahwa bahan baku yang kami terima secara konsisten memenuhi standar kualitas kami yang ketat. Kami juga mendorong mereka untuk memperoleh sertifikasi eksternal dalam sistem pengelolaan kualitas mereka. Di 2017, kolaborasi kami yang kuat untuk meningkatkan kualitas dengan 10 pemasok utama kami menurunkan jumlah bahan baku yang kami tolak sebesar 17%.

We maintain close and constructive relationships with our key suppliers to ensure that the materials we receive from them consistently meet our rigorous quality standards and support them on obtaining external certification for their quality management systems. Our strong collaboration on improving quality with 10 of our key suppliers yielded a 17% reduction in material defect rejections in 2017.

BERINVESTASI UNTUK PERTUMBUHAN

Rantai pasokan adalah tulang punggung bisnis kami. Oleh karena itu, sangat penting bagi kami untuk terus berinvestasi secara strategis, tidak hanya untuk pengembangan kapasitas, tetapi juga untuk melakukan peningkatan terus-menerus dalam hal keselamatan, kualitas, dan produktivitas. Pada tahun 2017, kami melakukan investasi sebesar Rp1,7 triliun atau 4,2% dari omset untuk belanja modal. Dari keseluruhan jumlah ini, sebanyak Rp261 miliar kami gunakan untuk pembangunan dan relokasi Kantor Pusat baru kami, sementara investasi penting lainnya kami fokuskan pada program-program keberlanjutan untuk pengelolaan lingkungan.

INVESTING IN GROWTH

As our supply chain is the backbone of our business, it is vitally important that we continue to invest strategically, not only in capacity expansion, but also to drive continuous improvements in safety, quality and productivity. In 2017 we invested a total of IDR 1.7 trillion, or 4.2% of turnover, in capital spending. Of this amount, IDR 261 billion was spent on the construction and relocation to our new Head Office, while other significant investments were made in sustainability-led projects that support our environmental management goals.

MEMINIMALKAN DAMPAK LINGKUNGAN

Komitmen kami untuk mendorong perbaikan secara konsisten di sepanjang rantai pasokan juga berdampak pada kinerja keberlanjutan kami. Di setiap pabrik, kami telah menetapkan indikator kinerja utama (KPI) untuk memantau perkembangan kami dalam konsumsi air, penggunaan energi, emisi dan pengelolaan limbah. KPI ini mengacu pada tujuan-tujuan dalam Unilever Sustainable Living Plan kami.

Kami memonitor konsumsi energi menggunakan analisa secara real time, yang memungkinkan kami menemukan celah untuk melakukan penghematan dan efisiensi energi. Berbagai inisiatif yang kami lakukan di 2017 termasuk diantaranya mengoptimalkan retubing chiller, meningkatkan efisiensi boiler dengan mengoptimalkan burner, dan melakukan pendekatan sistematis untuk menutup kebocoran uap air.

Sejak mengimplementasikan sistem pemanen air hujan, kami mampu mengurangi 60% konsumsi air menara pendingin kompresor kami, serta mampu menggunakan kembali air hujan yang dikumpulkan sebagai sumber daya air terbarukan. Kami juga terus mengoptimalkan penggunaan air di setiap proses di semua pabrik kami agar air dapat digunakan dan didaur ulang seefisien mungkin.

Setelah mencapai zero waste to landfill untuk pertama kalinya pada tahun 2014, kami telah mengimplementasikan berbagai macam proses untuk memastikan bahwa semua limbah padat yang dihasilkan dari pabrik kami dapat digunakan kembali, didaur ulang, dikomposkan dan/atau dibuang secara ramah lingkungan. Pada tahun 2017, melalui beberapa inisiatif, kami berhasil mengurangi kadar kelembapan limbah lumpur hingga 10%. Saat ini, kami terus melanjutkan fokus kami untuk meminimalkan volume limbah yang kami hasilkan di masa mendatang.

MINIMIZING OUR ENVIRONMENTAL IMPACT

Our commitment to driving continuous improvement throughout the supply chain is having an impact on our sustainability performance. In each of our manufacturing sites we have defined leading key performance indicators (KPIs) to track our progress on water consumption, energy usage, emissions and waste management. These KPIs are aligned with our Unilever Sustainability Living Plan goals.

Our energy consumption is monitored using real time analytics, which enables us to find energy savings and efficiencies. The initiatives we took in 2017 included optimizing our retubing chiller, improving boiler efficiency by optimizing the burners, and taking a systematic approach to closing steam leakage, among others.

Since installing our rainwater harvesting system, we have been able to reduce 60% of our compressor cooling tower water consumption, as well as being able to reuse the harvested rainwater as a renewable water resource. We also continue to optimize water usage at each step of every process in all our factories to make our water recycling and re-use as efficient as possible.

Having passed the zero waste to landfill milestone in 2014, we have institutionalized processes to ensure that all solid waste produced at our manufacturing sites is reused, recycled, composted and/or disposed of in a sustainable manner. In 2017, through several initiatives, we successfully reduced the moisture content of sludge waste by up to 10%, and we are now continuing our focus on on minimizing the volume of waste we generate in future.

KAMI TERUS MENDORONG PENINGKATAN PRODUKTIVITAS DI SELURUH MATA RANTAI PASOKAN KAMI AGAR DAPAT MELAYANI PASAR YANG SEMAKIN DINAMIS DAN BERAGAM SECARA LEBIH EFISIEN, DENGAN TETAP BERUPAYA UNTUK TERUS MENINGKATKAN STANDAR KUALITAS DAN KESELAMATAN, DAN MENCAPAI TUJUAN KEBERLANJUTAN KAMI.

WE CONTINUED TO DRIVE PRODUCTIVITY IMPROVEMENTS IN OUR END-TO-END PROCESSES IN ORDER TO SERVE AN INCREASINGLY DYNAMIC AND DIVERSE MARKET MORE EFFICIENTLY, WHILE IMPROVING QUALITY AND SAFETY STANDARDS AS WELL AS ACHIEVING OUR SUSTAINABILITY OBJECTIVES.

KAMI TERUS MEMPERLUAS JANGKAUAN DAN DISTRIBUSI DENGAN MENYEMPURNAKAN PRAKARSA 'MORE STORES, BETTER STORES' KAMI DENGAN MENAMBAHKAN ELEMEN 'BETTER SERVED'. MELALUI INISIATIF INI, KAMI SEMAKIN BERFOKUS UNTUK MEMBANGUN KERJASAMA YANG SANGAT ERAT DENGAN RETAILER, DISTRIBUTOR, CONCESSIONAIRES, DAN PENGECER KAMI GUNA MENGOPTIMALKAN POTENSI PASAR DI SELURUH INDONESIA.

WE CONTINUED TO DRIVE OUR COVERAGE AND DISTRIBUTION CHANNEL BY EXPANDING OUR 'MORE STORES, BETTER STORES' INITIATIVE TO INCLUDE 'BETTER SERVED'. THIS INCREASED THE FOCUS ON BUILDING EXCELLENT COLLABORATION WITH OUR RETAILERS, DISTRIBUTORS, CONCESSIONAIRES AND RETAILERS TO OPTIMIZE MARKET POTENTIAL THROUGHOUT INDONESIA.

CUSTOMER DEVELOPMENT

Tujuan utama Customer Development adalah memastikan bahwa *brand-brand* Unilever secara konsisten menjadi pilihan pertama pelanggan dan konsumen kami. Untuk mencapai tujuan tersebut, kami memastikan bahwa produk senantiasa tersedia di toko, kapan dan dimanapun konsumen berbelanja.

Pengamatan kami sepanjang tahun menunjukkan bahwa konsumen dari berbagai latar belakang yang berbeda berusaha untuk berdaptasi dengan kondisi ekonomi dengan cara yang berbeda pula. Kami sadar bahwa konsumen menjadi lebih hati-hati dengan masalah harga, dan oleh karena itu kami meluncurkan kemasan *sachet* yang terjangkau pada lebih banyak kategori dan *brand* kami, termasuk Molto, Pond's, dan Superpell, sehingga inovasi terbaru kami menjadi lebih terjangkau bagi konsumen yang mencari produk ekonomis.

Kami juga melihat adanya perubahan dalam cara berbelanja konsumen. Dengan semakin tingginya penetrasi ponsel pintar, meningkatnya urbanisasi, naiknya pendapatan yang dapat dibelanjakan dan gaya hidup yang semakin sibuk dimana waktu menjadi semakin berharga, konsumen mulai beralih ke belanja secara *online*. Kenyamanan, kepraktisan serta semakin banyaknya pilihan yang tersedia menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja secara *online*. Unilever memanfaatkan peluang luar biasa dalam *e-commerce* dengan melakukan investasi signifikan dalam hal digital. Kami telah memasarkan produk kami di berbagai *platform e-commerce*, dan mencatat pertumbuhan yang signifikan dalam bisnis online kami di tahun 2017.

CUSTOMER DEVELOPMENT

In Customer Development, our goal is to ensure that Unilever brands are consistently the first choice of our customers and consumers, by ensuring the availability of our products to consumers wherever and whenever they prefer to shop.

During the year, we saw consumers across different demographics adapting in different ways to the economic conditions. We recognized that consumers are being more price conscious, and we therefore launched affordable sachet packs across more of our categories and brands, including Molto, Ponds and Superpell, giving value-conscious shoppers better accessibility to our latest innovations.

We are also seeing a transformation in the way people shop. Driven by the rapid increase in smartphone penetration, rising urbanization, growing disposable income and increasingly busy lifestyles where time has become a precious commodity, people are beginning to shift to online shopping, attracted by the convenience and the growing array of choices available. Unilever is embracing the tremendous opportunities offered by e-commerce with significant investments in our digital capabilities. Having made our products available on various e-commerce platforms, we saw a significant growth in online business in 2017.

Di tengah lingkungan yang dinamis ini, sangat penting bagi kami untuk bekerja secara intensif dengan para pelanggan baik di pasar tradisional maupun pasar modern untuk menciptakan nilai tambah. Untuk itu, kami telah meningkatkan kekuatan kami di lapangan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Pada tahun 2017, kami mengerahkan lebih dari 25.000 orang tenaga penjualan, mulai dari Tim Merchandising Unit hingga para Sahabat Belanja Anda (SBA), penjaja es krim keliling dan tenaga penjual, untuk mendukung aktivasi brand dan meningkatkan keberadaan kami di seluruh Indonesia.

In this dynamic environment, it is more important than ever to work intensively with both our general trade and modern trade customers to create value. To accomplish this, we have boosted our strength in the field, both qualitatively and quantitatively. In 2017 we deployed a sales force of more than 25,000 people, from our Merchandising Unit Teams to Shopping Soulmates (SBA), Ice Cream Hawkers and salespeople, to support our brand activation and increase our visibility across Indonesia.

Kami selalu menargetkan seluruh eksekusi kami berjalan dengan mulus, oleh karena itu kami memastikan bahwa tim kami di lapangan dibekali dengan semua perlengkapan dan dukungan yang mereka butuhkan, termasuk sarana teknologi informasi. Patform distribusi berbasis IT kami yang dapat diakses melalui aplikasi, LeverEdge, memungkinkan distributor dan tim penjualan di lapangan untuk berbagi informasi dari toko secara akurat dan real time, sehingga kami dapat membuat analisis yang lebih tajam dan membuat keputusan secara lebih cepat dan lebih tepat. Dengan berbekal pengetahuan ini, tim kami dapat menawarkan produk yang tepat ke toko yang tepat pada waktu yang tepat pula, sehingga distribusi dan jangkauan pun dapat diperluas. Kami juga memastikan bahwa tim kami memiliki kesempatan untuk mengembangkan kompetensi pribadi dan profesional mereka. Hal ini membantu terciptanya tim penjualan yang lebih lebih termotivasi, cakap dan terfokus, yang secara efektif mendukung tercapainya target pertumbuhan Perseroan.

We always aim for nothing less than flawless execution, so we ensured that our teams have access to the tools and support they need. This includes our IT-based distribution platform. Accessible through a mobile app, LeverEdge gives our frontline distributors and sales teams the ability to share accurate information from stores in real time, which allows for sharper analysis and quicker, more informed decision making. Equipped with this knowledge, our teams can offer the right brands to the right stores at the right time, resulting in greater distribution and coverage. We have also ensured that our teams have opportunities to develop their personal and professional competencies. This helps to shape a more motivated, capable and focused sales force that effectively supports the achievement of our growth objectives.

Selain eksekusi yang mulus, salah satu keunggulan kompetitif Unilever Indonesia adalah dalam hal distribusi. Kami terus memperluas jangkauan dan distribusi di pasar tradisional dengan menyempurnakan prakarsa *'More Stores, Better Stores'* kami dengan menambahkan elemen *'Better Served'*. Dengan itu, kami dapat semakin berfokus untuk membangun kerjasama yang sangat erat dengan distributor, konses, dan pengecer kami guna mengoptimalkan potensi pasar di seluruh Indonesia. Dengan didukung oleh LeverEdge, prakarsa ini membuat kami dapat menjangkau lebih banyak toko dan menyediakan lebih banyak lemari Es Krim dibanding sebelumnya.

As well as flawless execution, another of Unilever Indonesia's competitive advantages is winning with distribution. We continued to drive our coverage and distribution in the general trade channel by expanding our 'More Stores, Better Stores' initiative to include 'Better Served'. This increased the focus on building excellent collaboration with our distributors, concessionaires and retailers to optimize market potential throughout Indonesia. Supported by LeverEdge, this initiative enabled us to cover more stores and deploy more Ice Cream cabinets than ever before.

Di tahun 2017, kami juga terus meluncurkan program *'Marketing-to-Shopper'* di berbagai saluran penjualan dan kategori, melalui kolaborasi dengan pengecer untuk mengembangkan ribuan program dengan target yang jelas, untuk meningkatkan visibilitas *brand-brand* Unilever dan memastikan bahwa produk kami tetap menjadi pilihan pertama konsumen saat berbelanja ke toko. Dengan memanfaatkan *consumer insights* dan pengetahuan mendalam para pengecer terhadap pelanggan, melalui berbagai prakarsa ini kami bisa memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efektif.

In 2017 we also continued to roll out our 'Marketing-to-Shopper' programme across multiple channels and categories, collaborating with retailers to develop thousands of targeted initiatives to give Unilever brands higher visibility and ensure that they are the first choice of shoppers when they come into the store. These initiatives leverage both our own consumer insights and retailers' deep knowledge of their customers, enabling us to meet shoppers' needs more effectively.

Masa liburan dan hari raya menawarkan peluang besar untuk kami menjadi lebih dekat dengan pelanggan dan konsumen serta memberikan nilai tambah yang lebih besar. Mengacu pada kesuksesan kampanye '1001 Inspirasi Ramadhan' pada tahun 2016, kami berupaya untuk menjadikannya lebih besar dan lebih baik lagi di tahun 2017. Berfokus pada tema 'Keberkahan dalam kebaikan', kami ingin menginspirasi masyarakat konsumen,

Key holidays and festivities offer a great opportunity for us to get closer to our customers and consumers and deliver greater value. Building on the success of the '1001 Inspirasi Ramadhan' campaign in 2016, we strove to make it bigger and better in 2017. Focusing on the theme of 'Keberkahan dalam kebaikan', we sought to inspire people—our consumers, employees, business partners and communities—to do good during the month of Ramadhan,

karyawan, mitra bisnis dan komunitas-komunitas untuk melakukan kebaikan selama bulan Ramadan, dan merasakan berkah di dalamnya. Program ini diluncurkan di seluruh saluran penjualan melalui kegiatan di dalam toko dan melalui berbagai konten, termasuk ide-ide inspiratif dan tips praktis untuk resep, kecantikan, perawatan rumah dan perjalanan liburan, yang ditampilkan di seluruh platform digital kami.

Kami juga meluncurkan program khusus untuk merayakan Hari Kemerdekaan Indonesia, 'Bangga Jadi Indonesia'. Melalui tema ini, kami menampilkan berbagai cara masyarakat mengekspresikan kebanggaan mereka sebagai orang Indonesia baik melalui kekayaan budaya ataupun warisan kuliner. Pengunjung toko pun kami libatkan secara langsung di toko dalam keriaan 'Bangga Jadi Indonesia' melalui program promosi yang menarik perhatian dan dengan mendistribusikan produk kemasan khusus ke seluruh toko di Indonesia.

Kenaikan harga komoditas, meningkatnya urbanisasi terutama di kota-kota sekunder Indonesia, dan upaya pemerintah untuk meningkatkan kekuatan ekonomi dan keterhubungan antar kota-kota ini, semua ini mendorong peningkatan pendapatan konsumen Indonesia. Para retailer di pasar modern memanfaatkan peluang ini dengan membuka gerai baru di kota-kota sekunder utama, agar dapat bertumbuh lebih kuat. Untuk memanfaatkan momentum ini ini, pada tahun 2017 kami mengoptimalkan saluran penjualan yang berlokasi dekat dengan konsumen, termasuk minimarket dan toko grosir keluarga. Kami juga meningkatkan jumlah belanja konsumen untuk produk kami dengan menciptakan serangkaian program belanja yang menarik dan inspirasional.

and experience the blessings that brings. The programme was rolled out across channels with in-store activations and a range of content, including inspiring ideas and practical tips for recipes, beauty, home care and holiday travel, across our digital platforms.

We also launched a special programme to celebrate Indonesia's Independence Day, 'Bangga Jadi Indonesia', or 'Proud to be Indonesian'. This theme enabled us to showcase all the ways in which people express pride in their Indonesian-ness, whether through the country's rich culture or its stunning culinary heritage. We engaged shoppers directly by amplifying the joy of 'Bangga Jadi Indonesia' at points of sale, through an eye-catching promotion programme and by distributing special pack products to all stores in Indonesia.

Rising commodity prices, increasing urbanisation, especially in Indonesia's second-tier cities, and the government's focus on improving the connectedness and economic strength of these cities, is driving an increase in disposable income among Indonesian consumers. Modern trade retailers are seizing this opportunity, ramping up their presence by opening new outlets in key secondary cities, and seeing stronger growth as a result. To capitalize on this upsurge, in 2017 we sought to optimize the proximity channels, including minimarkets and family grocers, and increase our basket size in the hypermarket and supermarket channel by creating a series of engaging and inspiring shopper programmes.

SAHABAT BELANJA ANDA (SBA) KAMI SEDANG MENYUSUN PRODUK DI RAK SESUAI PETUNJUK PLANOGRAM.

OUR SAHABAT BELANJA ANDA (SBA) PLACES THE PRODUCT ON THE SHELF ACCORDING TO THE GUIDELINE.

CORPORATE RELATIONS

Sebagai perusahaan yang berinteraksi langsung dengan konsumen, kemampuan dalam mengkomunikasikan apa yang kami lakukan, mengapa kami melakukannya, dan apa yang membuat kami berbeda dengan yang lain, menjadi salah satu faktor utama dalam keberhasilan bisnis. Oleh karena itu, kami mempergunakan kekuatan komunikasi untuk mendukung semua hal yang kami lakukan, mulai dari aktivasi brand hingga program-program keberlanjutan. Kami pun mempergunakan kekuatan komunikasi kami untuk membina hubungan dengan para pemangku kepentingan, mulai dari kementerian, konsumen, hingga para petani yang menanam bahan baku produk kami. Program komunikasi kami gunakan untuk menyampaikan informasi, memberi inspirasi, memotivasi dan mendorong masyarakat untuk melakukan suatu tindakan.

Karyawan adalah aset terbesar Perseroan sekaligus pemangku kepentingan yang terpenting bagi kami. Penting bagi kami bahwa seluruh karyawan memiliki visi yang sama tentang tujuan dan cita-cita Perseroan, baik mengenai target bisnis, keselamatan, keberlanjutan, kode etik, maupun mengapa kami pindah ke kantor baru. Persamaan visi ini penting bagi pertumbuhan jangka panjang Perseroan. Melalui kerjasama dengan berbagai divisi dalam Perseroan, divisi Komunikasi meluncurkan 63 aktivitas yang melibatkan karyawan selama 2017, beberapa diantaranya diuraikan di bawah ini.

Unilever Indonesia menancapkan satu tonggak sejarah penting di 2017 dengan diresmikannya kantor pusat baru, Grha Unilever, di Green Office Park di BSD City, Tangerang, Banten. Bangunan seluas 50.000 m2, yang dibangun di atas lahan seluas 30.000 m2 ini dapat menampung hingga 1.500 karyawan. Grha Unilever diresmikan oleh Menteri Perindustrian Republik Indonesia, Airlangga Hartarto, dan Chief Executive Officer Unilever, Paul Polman. Hadir juga sebagai tamu kehormatan, Ketua BKPM, Thomas Lembong.

Selama 84 tahun terakhir, Unilever Indonesia telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemajuan sektor bisnis, ekonomi dan sosial di Indonesia. Pembangunan kantor pusat baru kami, dengan investasi sekitar Rp600 miliar, melambangkan komitmen jangka panjang Perseroan di Indonesia serta tekad kami untuk menetapkan standar baru untuk cara berbisnis yang berkelanjutan. Grha Unilever, yang menyatukan karyawan dari empat lokasi kantor yang berbeda, dibangun dengan standar terkini untuk desain bangunan yang ramah lingkungan dan menerapkan prinsip keberlanjutan. Gedung ini menggunakan material yang berkelanjutan, teknologi hemat energi dan menyediakan ruang terbuka hijau. Grha Unilever juga membawa standar baru dalam hal penyediaan fasilitas guna mengoptimalkan dan mendukung kesehatan dan kesejahteraan karyawan, termasuk fasilitas penitipan anak, perpustakaan, dan pusat kebugaran. Sementara itu, desain dan tata letak kantor menciptakan ruang kerja yang dinamis , nyaman dan mendorong semangat saling berbagi, kerjasama tim, kewirausahaan, serta memudahkan pertukaran ide kreatif diantara karyawan yang bekerja di sana.

CORPORATE RELATIONS

As a consumer-facing company, telling people what we do, why we do it, and how we are different, is a key factor in the success of our business. Communication therefore underpins everything we do, from our brand activations to our sustainability initiatives and our relationships with stakeholders, who cover a broad population that spans government ministries, consumers and the people who grow the raw materials for our products, to mention but a few. These communications are intended to inform, to inspire, to motivate, and to urge people to act.

Our employees are the Company's greatest asset—and our most important stakeholders. Ensuring that we all share the same vision on the Company's goals and purpose, whether in relation to our business targets, safety, sustainability, ethical conduct or our move to our new premises, is important for the long-term growth of the business. Partnering with different functions within the Company, the Communications division rolled out 63 employee engagement activities in 2017, some of which are outlined below.

Unilever Indonesia passed an important new milestone in 2017 with the inauguration of our new headquarters, Grha Unilever, at Green Office Park in BSD City, Tangerang, Banten. The new 50,000 m2 building, which was constructed on a 30,000 m2 plot, can accommodate up to 1,500 employees, and was inaugurated by the Minister of Industry of the Republic of Indonesia, Airlangga Hartarto, and Unilever Chief Executive Officer, Paul Polman. The Chairman of Indonesia's Investment Coordinating Board (BKPM), Thomas Lembong, was an honoured guest.

Over the past 84 years, Unilever Indonesia has made a significant contribution to the advancement of the business, economic and social sectors in Indonesia. The construction of our new headquarters, representing a total investment of approximately IDR 600 billion, symbolizes the Company's long-term commitment to Indonesia as well as our resolve to set new standards for sustainable ways of doing business. Grha Unilever, which accommodates employees from our four separate former head office locations, was built to the latest standards in sustainable and eco-friendly design, deploying sustainable materials, energy-saving technology and providing green, open spaces. The premises also set a new standard in terms of facilities that can optimize and support health and welfare, including a day-care centre, a library and a fitness centre. At the same time, the design and layout of the office creates dynamic, user-friendly workspaces that encourage sharing, teamwork, entrepreneurship and creative agility among the people who work there.

KARYAWAN KAMI SEDANG BERDISKUSI DI M CAFÉ YANG TERSEDIA DI GRHA UNILEVER.

OUR EMPLOYEES IN DISCUSSION AT M CAFÉ, GRHA UNILEVER.

Salah satu prakarsa utama untuk mencapai agenda keberlanjutan kami adalah Zero Waste to Nature (ZWTN). Prakarsa ini bertujuan untuk mengurangi pembuangan sampah secara sembarangan serta pembuangan sampah di tempat pembuangan akhir. Perpindahan Unilever Indonesia ke kantor pusat baru yang lebih ramah lingkungan memberikan kesempatan lebih besar bagi karyawan untuk terlibat dalam ZWTN, dengan cara mengurangi, menggunakan kembali, dan mendaur ulang sampah mereka. Di Kantor Pusat, kami memberikan tips-tips harian melalui media digital terkait topik mengurangi dan memilah sampah, serta menyelenggarakan talkshow dengan tema 'New Waste Culture for U & Nature' dengan menghadirkan selebriti, Nicholas Saputra dan pendiri Greeneration Indonesia dan Waste4Change, Mohamad Bijaksana Junerosano. Untuk lebih memotivasi karyawan, kami menampilkan lantai-lantai dengan hasil terbaik dan terburuk dalam pemilahan dan volume sampah yang dikumpulkan, pada 'Wall of Fame and Shame' setiap bulannya. Hingga akhir tahun 2017, Kantor Pusat kami berhasil mempertahankan tingkat pemilahan sampah di atas 60%, yang antara lain merupakan hasil dari program-program ini.

One of our key initiatives to meet our ambitious sustainability goals is Zero Waste to Nature (ZWTN), which aims to reduce the impact of littering and the disposal of waste in landfills. Unilever Indonesia's move to our new green headquarters provided an opportunity to engage all our employees in ZWTN by encouraging them to reduce, reuse and recycle their waste. At the Head Office, we disseminated daily tips via digital media on reducing and segregating waste, as well as a talk show on the theme of 'New Waste Culture for U & Nature' with celebrity Nicholas Saputra and Mohamad Bijaksana Junerosano (Founder of Greeneration Indonesia and Waste4Change). As an incentive, the floors with the best and worst achievement on waste segregation and overall volume each month are displayed on our 'Wall of Fame and Shame.' As of the end of 2017, the Head Office had managed to keep the level of segregated waste above 60%, due in part to these initiatives.

Dalam beberapa tahun terakhir, kami telah bekerja keras untuk memasyarakatkan cara hidup yang lebih berkelanjutan pada masyarakat serta karyawan kami. Pertama-tama, kami menjelaskan arti kata 'keberlanjutan' dan bagaimana menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian kami memberikan tantangan dan mendorong semua orang untuk melakuan tindakan kecil yang jika digabungkan keseluruhannya dapat menciptakan perbedaan yang nyata bagi masyarakat dan bagi bumi.

In recent years we have been working hard to make sustainability mainstream, among the general public as well as our employees, first by demonstrating what sustainability means and how it can be implemented in everyday life, and then by challenging and supporting people to take small, personal actions that all together can make a significant difference to our society and our planet.

Untuk menyuarakan konsep Zero Waste to Nature kepada khalayak yang lebih luas, kami bermitra dengan Hypermart di Surabaya untuk mengedukasi para pengunjung toko mengenai manfaat

To bring the Zero Waste to Nature concept to a wider audience, we partnered with Hypermart in Surabaya to educate shoppers about the difference that segregating household waste can

dari memilah sampah rumah tangga. Agar semua pengunjung dapat berpartisipasi, kami menyediakan dropbox di dalam gerai Hypermart tempat masyarakat dapat mengumpulkan sampah kemasan produk mereka. Hanya dalam waktu satu bulan, kami berhasil mengedukasi hampir 1.000 pembeli dan menginspirasi 2.249 pengikut Instagram untuk mulai mengelola sampah mereka dengan benar. Sementara itu, untuk memperingati Hari Peduli Sampah Nasional, karyawan Unilever Indonesia bersama dengan PRAISE (the Packaging and Recycling Alliance for Indonesia Sustainable Environment) bekerja sama dengan masyarakat setempat membersihkan area di sekitar Taman Menteng Jakarta sembari mengedukasi masyarakat tentang cara-cara yang lebih berkelanjutan dalam mengelola sampah.

make. To make this a collective effort, we provided a dropbox inside Hypermart stores in the area for shoppers to deposit their product packaging waste. In just a month, we successfully educated almost 1,000 shoppers and inspired 2,249 Instagram followers to start managing their waste properly. Meanwhile, to mark National Waste Day, Unilever Indonesia employees together with PRAISE (the Packaging and Recycling Alliance for Indonesia Sustainable Environment) teamed up with local communities to clean up the area around Taman Menteng in Jakarta while educating the public on sustainable ways of dealing with waste.

Mitra kerja terdekat kami dalam melaksanakan berbagai program pengembangan lingkungan dan masyarakat adalah Yayasan Unilever Indonesia. Bertepatan dengan Sustainability Day 2017, kami merayakan ulang tahun Yayasan Unilever Indonesia yang ke-17 dengan menghadirkan sejumlah pembicara inspiratif seperti mantan Menteri Mari Elka Pangestu, mitra LSM kami, sociopreneur muda, perusahaan-perusahaan lain, dan para digital influencer. Melalui kegiatan ini, kami berhasil melibatkan dan memotivasi 199 wartawan, blogger, mahasiswa, mitra LSM, lembaga pemerintah, dan karyawan untuk melakukan suatu tindakan kecil yang dapat memberikan perubahan yang nyata.

Our close partner in many of our environmental and community development programmes is the Unilever Indonesia Foundation. On Sustainability Day 2017 we celebrated the Foundation's 17th anniversary alongside inspiring speakers such as former government minister Mari Elka Pangestu, our NGO partners, young sociopreneurs, other companies, and digital influencers. Through this activity we successfully engaged and motivated 199 journalists, bloggers, university students, NGO partners, government institutions, and employees to make their own small actions for a real difference.

Safety/keselamatan adalah sebuah topik yang mengambil porsi yang cukup besar dalam program komunikasi internal kami. Memang, salah satu prioritas utama kami adalah memastikan terciptanya lingkungan kerja yang aman bagi seluruh karyawan kami, baik di Kantor Pusat, pabrik, kantor depo maupun di lapangan. Komunikasi mengenai keselamatan kerja kami dengungkan sepanjang tahun, Pada 5 September 2017, kami mengadakan Unilever Indonesia Safey Day yang merupakan kesempatan bagi Acara yang bertemakan #ICHOOSETOBESAFE, ini bertujuan mengingatkan karyawan bahwa setiap kecelakaan dapat dicegah, dan bahwa setiap orang memiliki pilihan untuk tetap selamat di manapun dan kapanpun.

A considerable portion of Unilever Indonesia's internal communications focuses on safety. One of our top priorities is ensuring a safe working environment for all our employees, whether they are at the Head Office, in the factories, in our depots or in the field. These communications are run throughout the year, but Unilever Indonesia Safety Day, held on 5 September 2017, is a chance to bring a special focus to the issue. The theme, #ICHOOSETOBESAFE, served as a reminder that all accidents can be prevented, and that it is our choice to be safe wherever we are, at any time.

Sama seperti keselamatan kerja, kesejahteraan karyawan tak kalah penting agar tercipta tempat kerja yang sehat dan kondusif, yang akan menghasilkan bisnis yang berkelanjutan. Karyawan yang sehat dan memiliki keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesionalnya cenderung lebih termotivasi dan lebih berprestasi. Dalam rangka perayaan ulang tahun ke-84 Unilever Indonesia, kami menyelenggarakan serangkaian kegiatan yang berfokus pada kesejahteraan karyawan, salah satunya adalah #weRUnilever, yang bekerja sama dengan salah satu komunitas karyawan, yaitu Unilever Running Club. Mulai 27 November sampai 4 Desember 2017, kami mengundang karyawan untuk berlari sejauh yang mereka mampu, dan menjumlahkan total jarak yang ditempuh pada akhir minggu. Kami kemudian menggantikan jumlah total kilometer mereka dengan uang tunai, yang disumbangkan untuk masyarakat sekitar sebagai bagian dari program Care for Area Surrounding (CFAS). Kami menutup perayaan ulang tahun dengan Virtual Run, dimana kami mengundang seluruh karyawan Unilever Indonesia dari Sabang sampai Merauke untuk berlari pada saat yang sama, dan saling berinteraksi satu sama lain.

Like safety, the well-being of our employees is important for a positive, healthy workplace, and for the sustainability of the business: healthy employees with a positive work-life balance tend to be more motivated, and achieve more. To celebrate Unilever Indonesia's 84th anniversary, we organized a series of activities focusing on well-being, one of which was #weRUnilever, held in cooperation with the Unilever Running Club, an employee-led community. Between 27 November and 4 December 2017, employees were invited to run as far as they could, calculating the total kilometers at the end of the week. The overall kilometer total was matched with cash, the value of which was donated to communities in need as part of our Care for Area Surrounding (CFAS) programme. We closed the anniversary celebrations with a Virtual Run, in which all Unilever Indonesia employees from Sabang at one end of the country to Merauke at the other were invited to run at the same time, connecting with each other.

Fasilitas Daycare menumbuhkembangkan kemandirian anak sejak dini untuk mewujudkan well-being family.
The Daycare facility develops child independence early to make well-being family.

Kami sepenuhnya yakin bahwa dengan mempererat hubungan antara karyawan dengan masyarakat, kami akan dapat menanamkan cara hidup yang lebih berkelanjutan dan meraih kepercayaan yang lebih besar dari masyarakat. Pada tahun 2017, kami meluncurkan beragam kegiatan kesukarelawanan yang mengakomodir minat karyawan yang berbeda-beda. Ratusan karyawan di berbagai lokasi ikut serta dalam kegiatan ini. Termasuk dalam kegiatan ini antara lain: membantu mengedukasi anak-anak tentang mencuci tangan pakai sabun dalam rangka Hari Cuci Tangan Sedunia yang didukung Lifebuoy, bekerja dengan siswa sekolah menengah melalui kampanye kepercayaan diri Dove, mengirim surat motivasi secara rutin kepada penerima program beasiswa Fair & Lovely kami, dan membantu memberdayakan perempuan untuk mendirikan bisnis kuliner, yang beberapa diantaranya sekarang dijual di kantor pusat kami.

We firmly believe that strengthening the connection between our employees and communities has a positive impact on embedding sustainable living while earning the community's trust. In 2017, we rolled out a broad array of volunteering activities catering to the different interests and passions of hundreds of our employees across the country. These ranged from helping to educate children about handwashing with soap during the annual Lifebuoy Global Handwashing Day celebrations, to working with high school students through the Dove self-confidence campaign, sending regular motivation letters to our Fair & Lovely scholars, and helping to empower women to set up culinary businesses – some of which are now selling to our head office.

Kegiatan kesukarelawanan lainnya diselenggarakan untuk memperingati Hari Pangan Sedunia pada 16 Oktober 2017. Kami menyediakan sarana bagi karyawan di Grha Unilever untuk menunjukkan kepedulian terhadap orang-orang yang masih sering mengalami kelaparan. Kami mengadakan bazaar truk makanan untuk karyawan Unilever, dimana untuk setiap pembelian makanan, Unilever Indonesia akan menyumbangkan satu porsi makanan bergizi kepada mereka yang membutuhkan. Selama tiga hari pelaksanaan kegiatan Hari Pangan Sedunia ini, Unilever Indonesia mengumpulkan sebanyak 5.318 porsi makanan untuk disumbangkan kepada komunitas masyarakat di sekitar Grha Unilever. Kegiatan ini berlandaskan pada filosofi kami bahwa setiap orang harus memiliki akses ke makanan yang lezat, bernutrisi, dan terjangkau. Kami percaya bahwa sebagai produsen makanan terkemuka, kami bertanggung jawab untuk berkontribusi menciptakan sistem pangan berkelanjutan yang memenuhi kebutuhan nutrisi dari populasi masyarakat yang terus berkembang, seraya mendukung peningkatan penghidupan dan kelestarian planet bumi.

Another volunteering initiative was organized to commemorate World Food Day on 16 October 2017. We provided a channel for employees at Grha Unilever to show their concern for people who still regularly experience hunger, making this opportunity hard to turn down by holding a food-truck bazaar for Unilever employees, where for every purchase of a meal, Unilever Indonesia donated one nutritious meal to those in need. During the three days of the World Food Day activation, Unilever Indonesia collected 5,318 portions of food to be donated to people in the communities surrounding Grha Unilever. This activity was underpinned by our philosophy that everyone should have access to food that tastes good, does good and is affordable. We believe that it is our responsibility, as a leading food manufacturer, to contribute to the creation of a sustainable food system that meets the nutrition needs of growing populations while supporting livelihoods and the planet.

MEMPERTAHANKAN HUBUNGAN YANG KUAT DENGAN BERBAGAI PEMANGKU KEPENTINGAN EKSTERNAL KAMI MERUPAKAN CERMINAN DARI KEKUATAN KEMITRAAN KAMI. KEMAMPUAN KAMI UNTUK TURUT MEMBANGUN ARENA YANG SEIMBANG BAGI SEMUA PELAKU BISNIS DI DALAM INDUSTRI KAMI MERUPAKAN FAKTOR YANG SANGAT PENTING UNTUK MEMPERTAHANKAN DAYA SAING JANGKA PANJANG DAN UNTUK MENCAPAI TUJUAN PERTUMBUHAN BERKELANJUTAN KAMI.

MAINTAINING STRONG, COLLABORATIVE RELATIONSHIPS WITH A WIDE VARIETY OF EXTERNAL STAKEHOLDERS INDICATE THE POWER OF OUR PARTNERSHIPS. OUR ABILITY TO WORK TOWARDS A MORE LEVEL PLAYING FIELD FOR OUR INDUSTRY IS A VITALLY IMPORTANT FACTOR IN ENSURING OUR COMPETITIVENESS OVER THE LONG TERM AND ACHIEVING OUR SUSTAINABLE GROWTH OBJECTIVES.

Unilever Indonesia adalah perusahaan teh nomor 1 di dunia. Di tahun 2017, kami memanfaatkan keunggulan ini untuk mengembalikan kecintaan masyarakat Indonesia terhadap minum teh, dengan dimulai dari karyawan kami sendiri. Kami memulai kampanye Tea Time 2017 dengan memberikan sampel teh setiap minggu di kantin kantor pusat kami selama bulan November dan Desember untuk memperkenalkan varian teh kami kepada karyawan. Selama periode ini, kami menyelenggarakan dua kali sesi 'Afternoon Tea Pairing ' bekerjasama dengan brand Lipton untuk membantu karyawan agar bisa memilih teh yang tepat sebagai teman setiap cemilan atau acara. Sebagai puncak acara, kami mengadakan inTEAmate, yang diadakan di Lab Teh kantor pusat kami pada 14 November 2017 untuk memperkenalkan perjalanan lengkap teh, mulai dari perkebunan hingga manufaktur, dan memberi kesempatan pada karyawan untuk mengenali berbagai rasa teh dan cara membuatnya melalui kegiatan tersebut, kami berharap karyawan yang telah dibekali pengetahuan baru dan pengalaman menyenangkan dari kampanye Tea Time ini akan menjadi Duta Teh kami yang dapat menyebarkan kecintaan terhadap teh diantara keluarga dan teman-teman mereka.

Unilever Indonesia is the world's number 1 tea company. In 2017, we decided to capitalize on this position by bringing back Indonesia's enthusiasm for tea, starting with our own employees. We kicked off our Tea Time 2017 campaign with weekly tea samplings in our head office canteen during November and December to introduce our tea variants to employees. Twice during this period we held an Afternoon Tea Pairing with Lipton to help employees be more discerning in choosing the right tea to pair with every snack or occasion. The highlight was the inTEAmate activity, held at head office's Tea Lab on 14 November 2017, to introduce our employees to the full story of tea, from plantation to manufacturing, and give them the chance to recognize the various tea flavours and how they are blended. We now hope that our employees, armed with their new knowledge and pleasant experiences from the Tea Time campaign, will become our Tea Ambassadors, spreading the love for tea among their families and friends.

Mempertahankan hubungan yang kuat dengan berbagai pemangku kepentingan eksternal sangat penting untuk mengkomunikasikan tujuan kami ke khalayak yang lebih luas. Pada tahun 2017, Unilever Indonesia mengadakan sekitar 40 kegiatan yang melibatkan wartawan untuk menyampaikan informasi positif terkait dengan brand dan inovasi, prakarsa Perseroan, konsep 'great people, great place', dan program keberlanjutan kami. Misalnya, kami mengaktifkan Jakarta Food Editors Club untuk memberikan edukasi kepada masyarakat melalui media mengenai masalah gula, garam dan lemak. Sementara itu sebagai bagian dari kampanye #OfficeGoals kami, kami mengundang para wartawan ke Grha Unilever dan memberikan mereka kesempatan merasakan sendiri berbagai fasilitas berkualitas tinggi yang dimiliki kantor pusat kami. Secara keseluruhan, keterlibatan dengan media ini menghasilkan 2.065 artikel positif tentang Perseroan, atau setara dengan nilai sekitar Rp327 miliar.

Maintaining strong, collaborative relationships with a wide variety of external stakeholders is essential for communicating our purpose to a wider audience. In 2017, Unilever Indonesia managed some 40 media engagements to convey positive stories related to our brands and innovation, our corporate initiatives, the 'great people, great place' concept, and our sustainability initiatives. For example, we activated the Jakarta Food Editors Club to engage them in our campaign to educate the public about sugar, salt and fat issues, while as part of our #OfficeGoals campaign, we invited the media to Grha Unilever to let them experience the state-of-the art facilities. Altogether, these engagements helped to generate a total of 2,065 positive articles about the Company, with a value of Rp327 billion.

Aktivitas bernilai tinggi seperti ini tidak hanya menuntut tim komunikasi yang sangat terampil tetapi juga tim pemasaran dan brand yang memiliki visi yang sama, kepercayaan diri dan kompetensi. Pada tahun 2017, Departemen Communications/

Such a high-value activity demands not only a highly skilled communications team but also a shared vision, as well as confidence and competence, across the marketing and brand functions. In 2017, the Communications/Media Relations

Media Relations bekerja sama dengan Tim Learning menyelenggarakan pelatihan lanjutan tentang cara menghadapi media untuk para Direktur Pemasaran dan Manajer Senior Brand. Pelatihan ini berfokus untuk memberikan peserta pengetahuan dan keterampilan praktis dalam membangun cerita yang menarik mengenai kategori dan brand mereka masing-masing, penyampaian secara efektif kepada media, serta penanganan media ketika terjadi masalah. Kami juga memperbarui protokol Media Relations kami.

Keputusan untuk memperbarui protokol Media Relations dilatarbelakangi oleh perubahan cepat yang terjadi pada media. Sebagian besar media cetak tradisional telah bergeser ke jalur daring, dan pada saat yang sama, penggunaan media sosial juga semakin meningkat, seperti Instagram, YouTube, dan Twitter. Tren baru ini mengharuskan kami menyesuaikan cara kami berkomunikasi. Di satu sisi, media digital adalah sarana yang kuat, dinamis dan terutama efektif untuk menjangkau secara langsung berbagai segmen konsumen dengan pesan yang relevan dan menarik. Di sisi lain, media digital memungkinkan Informai negatif atau informasi palsu dapat menjadi viral dalam hitungan menit. Oleh karenanya, tipe media baru ini perlu ditangani dengan hati-hati dan penuh perhatian.

Sepanjang tahun kami bergerak untuk sepenuhnya mengintegrasikan ekosistem digital Unilever Indonesia. Kami terus menggunakan akun Twitter kami @Unilever IDN, yang telah memperoleh lebih dari 2.000 pengikut dalam setahun, sebagai sumber informasi terbaru tentang perusahaan dan brand. Peluncuran akun Instagram korporat kami, @Unileveridn, menarik bahkan lebih banyak lagi minat dari pengguna digital yang digambarkan dari perolehan lebih dari 7.000 pengikut secara organik dalam waktu kurang dari tiga bulan, dengan jumlah yang terus bertambah. Berkat akun-akun digital ini, kami dapat memperbarui informasi eksternal kami secara real time dengan demikian tentunya meningkatkan kualitas kinerja kami.

Pemerintah Indonesia adalah salah satu mitra terpenting kami. Kami menjalin kerjasama yang erat dengan otoritas lokal dan nasional pada berbagai program lingkungan dan sosial, sebagaimana dijelaskan pada bagian CSR dalam laporan ini. Melalui tim External Affairs (EA), kami juga melakukan dialog secara rutin dengan pemerintah mengenai berbagai isu strategis untuk menyuarakan kepentingan, tidak hanya Perseroan, tetapi juga industri kami secara umum. Pada tahun 2017, tim EA berhasil melibatkan pejabat pemerintah tingkat tinggi, untuk melakukan lobi dan advokasi untuk topik-topik yang penting bagi bisnis kami.

Salah satu contohnya adalah upaya kami bersama Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI) dan Kementerian Pertanian pada tahun 2017 untuk meringankan beberapa persyaratan teknis guna mempercepat proses impor beberapa bahan baku utama kami, seperti teh, bawang putih dan bubuk cabai.

Unilever Indonesia juga diberikan fasilitas Tarif Impor yang Ditanggung Pemerintah untuk bisnis kosmetik kami. Fasilitas yang hanya diberikan kepada industri dan perusahaan tertentu

department collaborated with the Indonesia Learning Team to organize advanced training on media handling for Marketing Directors and Senior Brand Managers. The training focused on equipping participants with the knowledge and practical skills to build compelling stories for their categories and brands, and convey them effectively to the media, as well as how to handle the media when any issues arise. We also updated our Media Relations Protocol.

The decision to update the Media Relations Protocol reflects the rapid changes taking place in media. Much of the traditional printed media is shifting online, and at the same time we are witnessing the unprecedented rise of new online social media platforms such as Instagram, YouTube and Twitter. This new trend has required us to adjust the way we communicate. On the one hand, digital media is a powerful, dynamic and above all effective means of engaging different consumer segments directly, with relevant and appealing messages. On the other hand, digital media can enable negative issues or false information to go viral within a matter of minutes, and therefore needs to be handled with due care and attention.

Over the year we moved to fully integrate Unilever Indonesia's digital ecosystem. We continued to utilize our Twitter handle @Unilever IDN as a source of information on corporate and brand updates, gaining more than 2,000 followers in a year. The launch of our corporate Instagram account, @Unileveridn, attracted even more interest as we gained more than 7,000 followers organically within less than three months, and the number is still growing. These accounts allow us to update our external information in real time, thereby improving the quality of our performance.

The Government of Indonesia is one of our most important partners. We work closely with both local and national authorities on a wide range of environmental and social initiatives, as explained in the CSR section of this report. We also, through the External Affairs (EA) team, maintain a regular dialogue with the government on various strategic issues to advocate for the interests, not only of the Company, but our industry in general. In 2017, the EA team engaged successfully with high-level government officials, achieving a number of lobbying and advocacy goals on issues that drive our business.

One example of this was our work alongside the Indonesian Food and Beverages Association (GAPMMI) and the Ministry of Agriculture in 2017 to ease some of the technical requirements and thereby expedite the import process of some of our key raw materials, such as tea, garlic and chili powder.

Unilever Indonesia was also granted the Import Tariff Borne by the Government facility for our cosmetics business. This facility is aimed at boosting industry competitiveness by easing the import

ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing industri dengan mempermudah impor bahan baku. Industri kosmetik dimasukkan dalam fasilitas ini untuk pertama kalinya pada tahun 2017, dan Unilever Indonesia bukan hanya satu dari enam perusahaan yang diberikan fasilitas, tetapi juga diberikan nilai tertinggi.

Sejalan dengan tujuan keberlanjutan kami, Unilever Indonesia secara aktif terlibat dalam penyusunan kebijakan yang akan meningkatkan keselarasan antara agenda ekonomi dan lingkungan, termasuk mempromosikan rantai nilai sampah kemasan sebagai bagian dari circular economy, yang tujuan akhirnya adalah menghilangkan sampah. Pada tahun 2017, sebagai bagian dari Recycling Alliance for Indonesia Sustainable Environment (PRAISE), Unilever Indonesia memimpin advokasi tentang pengelolaan sampah. Upaya ini juga mendorong dikeluarkannya Keputusan Presiden tentang kebijakan dan strategi nasional tentang pengelolaan sampah rumah tangga. Keputusan Presiden ini menetapkan target dan program nasional untuk mengurangi sampah dan mengharuskan pemerintah daerah untuk melakukan hal serupa. Melalui PRAISE, Unilever Indonesia juga menjalin kemitraan yang kuat dengan Kementerian Koordinator Bidang Kelautan dengan fokus bersama untuk memerangi sampah yang dibuang ke laut.

Kunjungan CEO Unilever Paul Polman ke Indonesia untuk meresmikan Grha Unilever pada bulan Juli 2017, membuka kesempatan untuk sejumlah pertemuan tingkat tinggi, termasuk pertemuan dengan Presiden Joko Widodo. Dalam pertemuan tersebut, Paul Polman menegaskan komitmen jangka panjang Unilever di Indonesia, yang menyoroti beberapa investasi penting Perseroan, menawarkan dukungan untuk Kebijakan Ekonomi Berkeadilan, serta meminta dukungan Presiden untuk terus mengembangkan kebijakan ramah investasi.

of raw materials, and is granted only to selected industries and companies. The cosmetics industry was included in the facility for the first time in 2017, and Unilever Indonesia was not only one of six companies to be granted the facility, but was also granted the highest value.

In line with our sustainability purpose, Unilever Indonesia has been actively involved in shaping policies that will lead to a better alignment of economic and environmental targets, including promoting the packaging waste value chain as part of a circular economy, which ultimately seeks to eliminate waste. In 2017, as part of the Packaging and Recycling Alliance for Indonesia Sustainable Environment (PRAISE), Unilever Indonesia led the advocacy on waste management. This contributed to the issuance of a Presidential Decree on the national policy and strategy on household waste management, which sets national targets and programs for waste reduction and requires local governments to do the same. With PRAISE, Unilever Indonesia also forged a strong partnership with the Coordinating Ministry for Maritime Affairs with a shared focus on combatting marine debris.

The visit of Unilever CEO Paul Polman to Indonesia for the inauguration of Grha Unilever in July 2017 provided an opportunity for a number of high-level meetings, including a meeting with President Joko Widodo. Paul Polman affirmed Unilever's long-term commitment in Indonesia, highlighting the Company's significant investments, and offered support for the President's Equitable Economic Policy as well as requesting the President's continued support for developing investment-friendly policies.

Peluncuran PRAISE yaitu Recycling Alliance for Indonesia Sustainable Environment/Aliansi Pengemasan dan Daur Ulang untuk Lingkungan Berkelanjutan Indonesia, untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap pengelolaan sampah kemasan di Indonesia. PRAISE diprakarsai oleh Unilever Indonesia beserta lima perusahaan lainnya.
Launch of PRAISE, the Packaging and Recycling Alliance for Indonesia Sustainable Environment, to bring greater attention to packaging waste management in Indonesia. PRAISE was initiated by Unilever Indonesia and five other companies.

Paul Polman juga bertemu dengan Menteri Keuangan Sri Mulyani dan Ketua Badan Koordinasi Penanaman Modal Indonesia (BKPM) Thomas Lembong untuk menyampaikan komitmen Unilever dalam berinvestasi di Indonesia, dan untuk menunjukkan bagaimana Perseroan dapat mendukung, antara lain, rencana jangka panjang Indonesia untuk ekonomi hijau.

Sebuah prakarsa di tahun 2017 yang telah mendukung upaya kami dalam melibatkan para pemangku kepentingan eksternal adalah EASE (External Affairs and Stakeholder Engagement), yaitu sistem digital yang memfasilitasi dan mempercepat alur dokumentasi internal untuk berbagai perijinan yang kami butuhkan. Tim EA telah bekerja dengan tim terkait, termasuk dengan Supply Chain, Customs Indirect Tax, Impor & Ekspor, Logistik, Regulasi dan juga Pemasaran, untuk memastikan kelancaran pengoperasian sistem ini.

Kesuksesan dari berbagai hubungan eksternal kami di tahun 2017 merupakan cerminan dari kekuatan kemitraan kami. Kemampuan kami untuk turut membangun arena yang seimbang untuk semua pelaku bisnis di dalam industri kami merupakan faktor yang sangat penting untuk mempertahankan daya saing jangka panjang dan untuk mencapai tujuan pertumbuhan berkelanjutan kami. Oleh karena itu, kami bangga untuk terus secara aktif terlibat dan memimpin asosiasi industri terkemuka seperti GAPMMI, PERKOSMI (asosiasi kosmetik), EUROCHAM, APJP (asosiasi jalur prioritas) dan PEKERTI (asosiasi produk perawatan rumah tangga), sehingga kami dapat menjadi mitra yang dihargai oleh pemerintah dalam pengembangan regulasi yang akan mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia yang adil, selain mendorong pertumbuhan bisnis kami.

Paul Polman also met with the Minister of Finance Sri Mulyani and Chairman of Indonesia's Investment Coordinating Agency (BKPM) Thomas Lembong to convey Unilever's commitment to continued investment in Indonesia, and to indicate how the Company can support, among other matters, the Indonesia roadmap for a green economy.

One initiative in 2017 that has supported our engagement with external stakeholders is EASE (External Affairs and Stakeholders Engagement), a digital system that facilitates and accelerates the flow of internal documentation for the various licenses we require. The EA team has been working with the related teams, including Supply Chain, Customs Indirect Tax, Import & Export, Logistics, Regulatory Affairs and Marketing, to ensure the smooth roll-out of the system.

Many of our external relations successes in 2017 indicate the power of partnerships. Our ability to work towards a more level playing field for our industry is a vitally important factor in ensuring our competitiveness over the long term and achieving our sustainable growth objectives. We are therefore proud to continue our active involvement in leading industry associations such as GAPMMI, PERKOSMI (the cosmetics association), EUROCHAM, APJP (the priority lane association) and PEKERTI (the home care products association), in order to be a valued partner for the government in the development of regulation that will support Indonesia's equitable economic growth, and the growth of our business.

Tinjauan Keuangan
FINANCIAL REVIEW

Pembahasan dan analisis berikut mengacu pada Laporan Keuangan PT Unilever Indonesia Tbk ("Unilever Indonesia") tanggal dan untuk tahun-tahun yang berakhir pada 31 Desember 2017 dan 2016 yang disajikan dalam buku Laporan Tahunan ini. Laporan keuangan tersebut telah diaudit oleh KAP Siddharta Widjaja & Rekan.

The following discussion and analysis refers to the Financial Statements of PT Unilever Indonesia Tbk ("Unilever Indonesia") as of and for the years ended 31 December 2017 and 2016, which are presented in this Annual Report. The financial statements were audited by KAP Siddharta Widjaja & Rekan.

KINERJA KEUANGAN

FINANCIAL PERFORMANCE

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

KINERJA KEUANGAN	2017	2016	^(%)	FINANCIAL PERFORMANCE
Penjualan bersih	41,204,510	40,053,732	2.9%	Net sales
Harga pokok penjualan	19,984,776	19,594,636	2.0%	Cost of goods sold
Laba bruto	21,219,734	20,459,096	3.7%	Gross profit
Laba usaha	9,495,764	8,707,661	9.1%	Operating profit
Laba	7,004,562	6,390,672	9.6%	Profit
Margin laba	17.0%	16.0%	1.0%	Profit margin
Laba bersih per saham dasar	918	838	9.5%	Basic earnings per share

PENJUALAN BERSIH

Selama tahun 2017, Perseroan berhasil membukukan penjualan bersih sebesar Rp41,2 triliun, meningkat 2,9% dari tahun 2016. Penjualan ini berasal dari dua segmen usaha, yaitu segmen Home and Personal Care serta segmen Foods and Refreshment. Kontribusi masing-masing segmen tersebut terhadap penjualan bersih tahun 2017 berturut-turut adalah 68,3% dan 31,7%. Peningkatan penjualan ini disebabkan oleh meningkatnya penjualan produk melalui distributor di dalam negeri dan juga meningkatnya penjualan ekspor, yang mencapai kenaikan sebesar 9,3% dibanding tahun lalu.

NET SALES

During 2017, the Company managed to book Rp41.2 trillion in net sales, a growth of 2.9% compared to 2016. 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 2017 were as follows: 68.3%; and 31.7%. The growth in sales was attributable to an increase in the sales of products through domestic distributors and increase in export sales, which achieved a 9.3% increase compared to last year.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

INFORMASI SEGMEN	HOME AND PERSONAL CARE			FOODS AND REFRESHMENT			TOTAL		SEGMENT INFORMATION
	2017	2016	^(%)	2017	2016	^(%)	2017	2016	
Penjualan bersih	28,127,035	27,697,234	1.6%	13,077,475	12,356,498	5.8%	41,204,510	40,053,732	Net sales
Laba bruto	15,246,292	15,294,134	-0.3%	5,973,442	5,164,962	15.7%	21,219,734	20,459,096	Gross profit
Hasil segmen	9,082,846	8,880,827	2.3%	2,496,688	1,905,277	31.0%	11,579,534	10,786,104	Segment result
Margin laba bruto	54.2%	55.2%	-1.0%	45.7%	41.8%	3.9%	51.5%	51.1%	Gross profit margin
Kontribusi penjualan	68.3%	69.2%	-0.9%	31.7%	30.8%	0.9%	100.0%	100.0%	Sales contribution

HARGA POKOK PENJUALAN

Harga pokok penjualan meningkat 2,0% atau sebesar Rp390 miliar dari Rp19,6 triliun di tahun 2016 menjadi Rp20,0 triliun di tahun 2017. Harga pokok penjualan di tahun 2017 terdiri dari biaya bahan baku yang digunakan dalam produksi sebesar Rp15,5 triliun, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp602 miliar, beban penyusutan aset tetap sebesar Rp454 miliar dan beban pabrikasi

COST OF GOODS SOLD

Cost of goods sold increased by 2.0% or amounted Rp390 billion from Rp19.6 trillion in 2016 to Rp20.0 trillion in 2017. Cost of goods sold in 2017 comprised the cost of raw materials used in production of Rp15.5 trillion, direct labour costs of Rp602 billion, depreciation expense of fixed assets of Rp454 billion and manufacturing overheads of Rp1.7 trillion. Work in process

lainnya sebesar Rp1,7 triliun. Biaya produksi tersebut ditambah dengan persediaan barang dalam proses dan barang jadi awal tahun serta ditambah pembelian barang jadi tahun berjalan dan dikurangi persediaan barang dalam proses dan barang jadi akhir tahun menjadi Harga Pokok Penjualan (HPP). Peningkatan HPP terutama berasal dari meningkatnya beban pabrikasi lainnya.

and finished goods inventories at the beginning of the year and purchases of finished goods during the year are added to these production costs and work in process and finished goods inventories at the end of the year are subtracted to arrive at the Cost of Goods Sold (CoGS). The increase in CoGS was mainly derived from the increase of manufacturing overheads.

LABA BRUTO

Meningkatnya penjualan bersih menyebabkan laba bruto Unilever Indonesia mengalami peningkatan sebesar 3,7% atau Rp761 miliar, dari Rp20,4 triliun pada tahun 2016 menjadi Rp21,2 triliun pada tahun 2017. Unilever Indonesia mencapai marjin laba bruto 0,4% lebih tinggi dibanding tahun sebelumnya, yaitu sebesar 51,1% di tahun 2016 menjadi 51,5% di tahun 2017.

GROSS PROFIT

With the growth in net sales, Unilever Indonesia's gross profit increased by 3.7% or Rp761 billion, from Rp20.4 trillion in 2016 to Rp21.2 trillion in 2017. Unilever Indonesia achieved its gross profit margin 0.4% higher from previous year, that was 51.1% in 2016 to 51.5% in 2017.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

LABA BRUTO	2017	2016	^(%)	GROSS PROFIT
Home and Personal Care	15,246,292	15,294,134	-0.3%	Home and Personal Care
Foods and Refreshment	5,973,442	5,164,962	15.7%	Foods and Refreshment
Jumlah laba bruto	**21,219,734**	**20,459,096**	**3.7%**	**Total Gross Profit**

BEBAN USAHA

Beban usaha di 2017 turun 0.2% dibanding tahun 2016 menjadi Rp11,7 triliun. Beban usaha terdiri dari beban pemasaran dan penjualan, serta beban umum dan administrasi. Beban pemasaran dan penjualan relatif stabil, sedikit naik sebesar 0,6% dibandingkan tahun 2016 menjadi Rp7,8 triliun; sedangkan beban umum dan administrasi turun sebesar 2,2% dibandingkan tahun 2016 menjadi Rp3,9 triliun. Beban pemasaran dan penjualan tahun 2017 dipengaruhi oleh penurunan beban iklan, distribusi dan promosi sebagai hasil dari program efisiensi yang dilakukan Perseroan pada tahun 2017 yang dioffset dengan peningkatan beban penjualan dan distribusi. Hasil yang positif juga terlihat dari penurunan beban umum dan administrasi sebesar 2,2% didorong oleh penurunan biaya jasa konsultan dan jasa-jasa lainnya.

OPERATING EXPENSES

Operating expenses in 2017 decreased by 0.2% compared to 2016 to become Rp11.7 trillion. Operating expenses consist of marketing and selling expenses, and general and administration expenses. Marketing and selling expenses is relatively stable, slightly increased by 0.6% compared to 2016 to become Rp7.8 trillion; while the general and administration expenses decreased by 2.2% compared to 2016 to become Rp3.9 trillion. The 2017 marketing and selling expenses was affected by decrease in advertising, distribution and promotion expenses as results of the Company's efficiency program in 2017 which was offset by the increase of sales and distribution expenses. The positive results were also reflected in the decrease of general and administration expenses by 2.2% which was triggered by decreased consultant fees and other services.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

	2017	% terhadap Penjualan % to Sales	2016	% terhadap Penjualan % to Sales	^%	
Harga pokok penjualan	19,984,776	48.5%	19,594,636	48.9%	2.0%	Cost of goods sold
Beban Usaha						**Operating Expenses**
Beban pemasaran dan penjualan	7,839,387	19.0%	7,791,556	19.5%	0.6%	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi	3,875,371	9.4%	3,960,830	9.9%	-2.2%	General and administration expenses
Beban/(penghasilan) lain-lain, termasuk (kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	9,212	0.0%	(951)	0.0%	-1,068.8%	Other expenses/(income), including loss/(gain) on foreign exchange, net
Jumlah Beban Usaha	**11,723,970**	**28.5%**	**11,751,435**	**29.3%**	**-0.2%**	**Total Operating Expenses**

LABA USAHA

Unilever Indonesia mencatat kenaikan laba usaha sebesar 9,1%, dari Rp8,7 triliun di tahun 2016 menjadi Rp9,5 triliun di tahun 2017. Marjin laba usaha secara keseluruhan juga meningkat dari 21,7% di tahun 2016 menjadi 23,0% di tahun 2017. Peningkatan

OPERATING PROFIT

Unilever Indonesia recorded an increase in operating profit of 9.1%, from Rp8.7 trillion in 2016 to Rp9.5 trillion in 2017. The overall operating profit margin also increased from 21.7% in 2016 to 23.0% in 2017. The increase in operating profit was triggered

laba usaha didorong oleh kenaikan laba bruto dan penurunan beban umum dan administrasi.

by higher gross profit and lower general and administration expenses.

PENGHASILAN/(BIAYA) KEUANGAN BERSIH

Pada tahun 2017, biaya keuangan bersih mengalami penurunan sebesar 8,6% dari Rp135,8 miliar menjadi Rp124,1 miliar. Biaya keuangan bersih yang lebih rendah, sebagian besar diakibatkan penurunan tingkat suku bunga pinjaman pada tahun 2017.

NET FINANCE INCOME/(COSTS)

In 2017, net finance costs decreased by 8.6% from Rp135.8 billion to Rp124.1 billion. The relatively lower net finance costs were mostly due to lower loan interest rate in 2017.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

	2017	2016	^(%)	GROSS PROFIT
Penghasilan keuangan	3,579	7,468	-52.1%	Finance income
Biaya keuangan	(127,682)	(143,244)	-10.9%	Finance costs
Biaya keuangan bersih	(124,103)	(135,776)	-8.6%	Net finance costs

LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN

Meningkatnya laba usaha selama tahun 2017 menyebabkan laba sebelum pajak penghasilan naik sebesar Rp799,8 miliar, atau 9,3% lebih tinggi dibanding pencapaian tahun lalu menjadi Rp9,4 triliun pada tahun 2017. Hal tersebut terutama disebabkan oleh optimalisasi biaya.

PROFIT BEFORE INCOME TAX

The increase in operating profit in 2017 led to an additional Rp799.8 billion in profit before income tax, which was 9.3% higher than last year's achievement to become Rp9.4 trillion in 2017. This was mainly due to the cost optimalization.

BEBAN PAJAK PENGHASILAN

Di tahun 2017, Perseroan membukukan beban pajak penghasilan sebesar Rp2,4 triliun atau Rp185,9 miliar lebih besar dibanding periode yang sama di tahun sebelumnya. Hal ini sejalan dengan kenaikan laba kena pajak.

INCOME TAX EXPENSE

In 2017, the Company recorded income tax expense of Rp2.4 trillion or Rp185.9 billion higher than the same period in the previous year. This is in line with the increase in taxable profit.

PENGHASILAN/(RUGI) KOMPREHENSIF LAIN

Di tahun 2017, Perseroan mencatat penghasilan komprehensif lain sebesar Rp 102,7 miliar. Sedangkan, di tahun 2016 Perseroan mencatat rugi komprehensif lain sebesar Rp 433,2 miliar. Hal ini terutama disebabkan oleh pendapatan atas pengukuran kembali kewajiban imbalan kerja jangka panjang sebesar Rp 136,9 miliar pada tahun 2017.

OTHER COMPREHENSIVE INCOME (LOSS)

In 2017, the Company recorded other comprehensive income amounted to Rp 102.7 billion. Meanwhile, in 2016 the Company booked other comprehensive loss of Rp 433.2 billion. This was mainly due to the income from remeasurements of long-term employee benefits obligations of Rp 136.9 billion in 2017.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

PENGHASILAN (RUGI) KOMPREHENSIF	2017	2016	COMPREHENSIVE INCOME (LOSS)
Laba tahun berjalan	7,004,562	6,390,672	Profit of the year
Pengukuran kembali kewajiban imbalan kerja jangka panjang	136,891	(577,554)	Remeasurements of long-term employee benefits obligations
Beban pajak atas penghasilan (rugi) komprehensif lain	(34,223)	144,389	Tax on other comprehensive income (loss)
Jumlah Penghasilan Komprehensif	**7,107,230**	**8,707,661**	**Total Comprehensive Income**

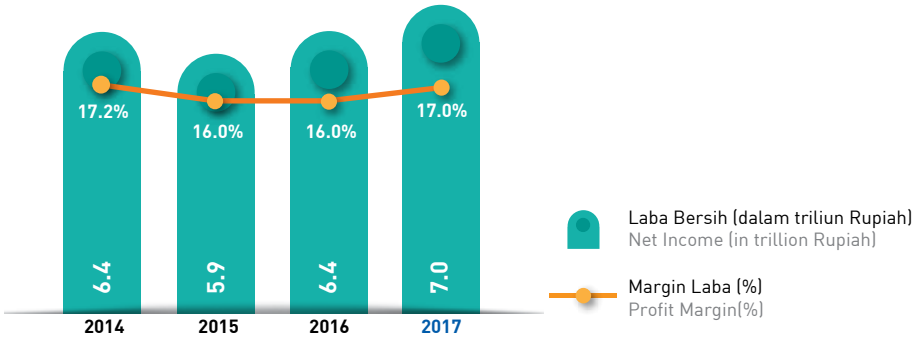
LABA TAHUN BERJALAN

Di tahun 2017, Perseroan telah berhasil membukukan laba bersih sebesar Rp 7,0 triliun atau meningkat 9.6% dibanding periode yang sama tahun lalu. Unilever Indonesia menutup marjin laba untuk tahun 2017 pada tingkat yang lebih tinggi, yaitu 17.0% dari total penjualan bersih atau naik 100 basis poin dibandingkan dengan tahun 2016. Hal tersebut terutama disebabkan oleh kenaikan penjualan dan berkorelasi positif dengan optimalisasi biaya yang dilakukan Perseroan.

PROFIT FOR THE YEAR

In 2017, the Company succeeded in recording Rp 7.0 trillion of net profit or increase of 9.6% compared to the same period last year. The Company closed its 2017 profit margin at a higher level, which was 17.0% of the total net sales or an increase of 100 basis points compared to 2016. This was mainly due to the increase in sales and positive correlation to the cost optimization done by the Company.

LABA BERSIH DAN MARGIN LABA
NET INCOME AND PROFIT MARGIN



(%) (%)

RASIO	2017	2016	RATIO
Margin Laba (Laba tahun berjalan terhadap penjualan bersih)	17.0%	16.0%	Profit Margin (Profit for the year divided by net sales)
Imbal Hasil atas Aset (Laba tahun berjalan terhadap rata-rata jumlah aset)	39.3%	39.4%	Return on Assets (Profit for the year divided by average total assets)
Imbal Hasil atas Ekuitas (Laba tahun berjalan terhadap jumlah ekuitas)	135.4%	135.8%	Return on Equity (Profit for the year divided by total equity)

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

POSISI KEUANGAN	2017	2016	^(%)	FINANCIAL POSITION
Aset lancar	7,941,635	6,588,109	20.5%	Current assets
Aset tidak lancar	10,964,778	10,157,586	7.9%	Non-current assets
Jumlah Aset	18,906,413	16,745,695	12.9%	Total Assets
Liabilitas jangka pendek	12,532,304	10,878,074	15.2%	Current liabilities
Liabilitas jangka panjang	1,200,721	1,163,363	3.2%	Non-current liabilities
Jumlah Liabilitas	13,733,025	12,041,437	14.0%	Total Liabilities
Ekuitas	5,173,388	4,704,258	10.0%	Equity
Jumlah Liabilitas dan Ekuitas	**18,906,413**	**16,745,695**	**12.9%**	**Total Liabilities and Equity**

ASET
Jumlah asset mengalami peningkatan sebesar sebesar 12,9% dari Rp16,7 triliun di tahun 2016 menjadi Rp18,9 triliun di tahun 2017. Peningkatan berasal dari peningkatan aset lancar dan aset tidak lancar.

ASSETS
The total assets increased by 12.9% from Rp16.7 trillion in 2016 to Rp18.9 trillion in 2017. The increase is derived from the increase in current assets and non-current assets.

ASET LANCAR
Aset lancar Unilever Indonesia naik sebesar 20,5% dari Rp6,6 triliun di tahun 2016 menjadi Rp7,9 triliun di tahun 2017. Hal tersebut terutama disebabkan oleh peningkatan piutang usaha dari pelanggan-pelanggan yang tidak memiliki sejarah gagal bayar.

CURRENT ASSETS
Unilever Indonesia's current assets increased by 20.5% from Rp6.6 trillion in 2016 to Rp7.9 trillion in 2017. This is mainly due to the increase in trade debtors from customers for whom there is no recent history of default.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

ASET LANCAR	2017	Kontribusi Contribution	2016	Kontribusi Contribution	^%	CURRENT ASSETS
Kas dan setara kas	404,784	5.1%	373,835	5.7%	8.3%	Cash and cash equivalents
Piutang usaha	4,715,554	59.4%	3,708,257	56.3%	27.2%	Trade debtors
Uang muka dan piutang lain-lain	139,271	1.8%	101,597	1.5%	37.1%	Advances and other debtors
Persediaan	2,393,540	30.1%	2,318,130	35.2%	3.3%	Inventories
Pajak dibayar dimuka	3,707	0.0%	-	0.0%	100.0%	Prepaid taxes
Beban dibayar dimuka	109,578	1.4%	86,290	1.3%	27.0%	Prepaid expenses
Aset yang dimiliki untuk dijual	175,201	2.2%	-	0.0%	100.0%	Assets held for sale
Jumlah Aset Lancar	**7,941,635**	**100.0%**	**6,588,109**	**100.0%**	**20.5%**	**Total Current Assets**

a. Kas dan Setara Kas

Kas dan setara kas Unilever Indonesia terdiri dari kas dan kas di bank dengan total keseluruhan sebesar Rp404,8 miliar dengan komposisi 0,04% kas dan 99,96% kas di bank. Mengalami peningkatan dari saldo tahun lalu sebesar Rp373,8 miliar. Per 31 Desember 2017, Perseroan tidak memiliki setara kas berupa deposito berjangka.

a. Cash and Cash Equivalents

Unilever Indonesia's cash and cash equivalents consisted of cash on hand and cash in banks amounting to a total of Rp404.8 billion, of which 0.04% is cash on hand and 99.96% is cash in banks. An increase from last year's Rp373,8 billion. As of 31 December 2017, the Company does not have any cash equivalents in the form of time deposits.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

KAS DAN SETARA KAS	2017	Kontribusi Contribution	2016	Kontribusi Contribution	CASH AND CASH EQUIVALENTS
Kas	166	0.0%	206	0.1%	Cash on hand
Kas di bank					Cash in banks
Rupiah	275,513	68.1%	147,838	39.5%	Rupiah
Dolar Amerika Serikat	57,101	14.1%	149,890	40.1%	U.S. Dollar
Euro	72,004	17.8%	75,901	20.3%	Euro
Jumlah Kas dan Setara Kas	**404,784**	**100.0%**	**373,835**	**100.0%**	**Total Cash and Cash Equivalents**

b. Piutang Usaha

Jumlah piutang usaha bersih meningkat menjadi Rp4,7 triliun pada tahun 2017 yang hampir sebagian besar merupakan piutang usaha dari pelanggan yang sudah ada atau pihak-pihak berelasi yang tidak memiliki kasus gagal bayar di masa terdahulu. Per 31 Desember 2017, Unilever Indonesia mencadangkan Rp37,3 miliar untuk menutupi kerugian yang mungkin muncul dari piutang tidak tertagih.

b. Trade Debtors

Total net trade debtors increased to Rp4.7 trillion in 2017, almost majority of which were trade debtors from existing customers or related parties with no previous default experience. As of 31 December 2017, Unilever Indonesia allocated a provision of Rp37.3 billion to cover losses that may have arisen from uncollectible receivables.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

	2017	2016	
Lancar	3,201,378	1,747,937	Current
Lewat jatuh tempo			Overdue
1 - 30 hari	806,418	1,358,081	1 - 30 days
>30 hari	745,071	632,730	>30 days
Jumlah	**4,752,867**	**3,378,748**	**Total**
Provisi atas penurunan nilai	(37,313	(30,491)	Provision for impairment
Jumlah Piutang Usaha Bersih	**4,715,554**	**3,708,257**	**Total Net Trade Debtors**

c. Uang Muka dan Piutang Lain-Lain

Pos ini mengalami kenaikan sebesar Rp37,7 miliar menjadi Rp139,3 miliar, yang sebagian besar disebabkan oleh kenaikan uang muka ke pihak berelasi.

c. Advances and Other Debtors

This item experienced an increase of Rp37.7 billion to Rp139.3 billion, which was largely derived from increase in advances to related parties.

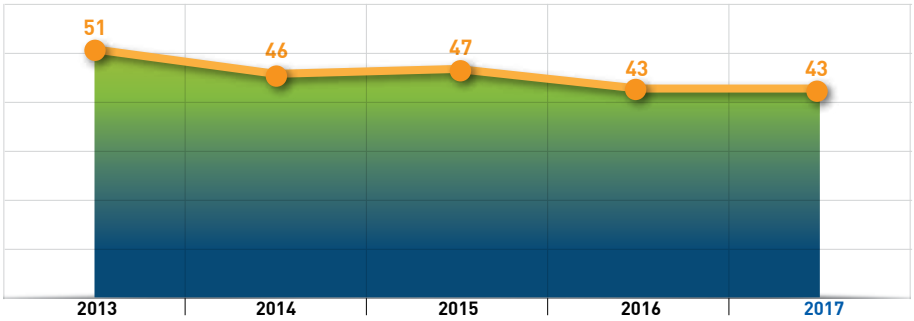
d. Persediaan

Persediaan meningkat sebesar 3,3% dibandingkan dengan angka tahun lalu menjadi Rp2.4 triliun. Termasuk di dalamnya adalah provisi atas persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/slow-moving yang turun dari Rp161,2 miliar pada tahun 2016 menjadi Rp111,5 miliar pada tahun 2017. Rata-rata hari persediaan di tangan stabil di 43 hari. Persediaan juga telah dilindungi dengan asuransi terhadap risiko kerugian karena bencana alam, kebakaran, dan risiko-risiko lainnya dengan jumlah pertanggungan sebesar Rp2,9 triliun.

d. Inventories

Inventories increased by 3.3% compared to the previous year's figure to Rp2.4 trillion. This included a provision for obsolete and unused/slow-moving inventories, which decreased from Rp161.2 billion in 2016 to Rp111.5 billion in 2017. The average days-on-hand of inventory was stable at 43 days. Inventories were also insured against the risk of loss due to natural disaster, fire and other risks, with a total coverage of Rp2.9 trillion.

HARI PERSEDIAAN DI TANGAN
DAYS OF INVENTORY ON HAND



e. Beban dibayar dimuka

Beban dibayar dimuka mengalami kenaikan dari Rp86,3 miliar di tahun 2016 menjadi Rp109,6 miliar di tahun 2017.

f. Aset yang dimiliki untuk dijual

Beberapa aset tertentu (bagian dari segmen Makanan dan Minuman) disajikan sebagai aset yang dimiliki untuk dijual setelah adanya rencana manajemen untuk menjual aset dari kategori Spread.

e. Prepaid expenses

Prepaid expenses increased from Rp86.3 billion in 2016 to Rp109.6 billion in 2017.

f. Assets held for sale

Certain assets (part of the Foods and Refreshment segment) have been presented as assets held for sale following the management's plan to sell the assets of the Spread category.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

	2017	2016	
Aset Tetap	132,367	-	Fixed Assets
Persediaan	42,834	-	Inventories
	175,201	**-**	

ASET TIDAK LANCAR

Aset tidak lancar meningkat sebesar 7,9% dibandingkan dengan tahun 2016 menjadi Rp11,0 triliun, didorong oleh peningkatan dari aset tetap.

NON-CURRENT ASSETS

Non-current assets increased by 7.9% compared to 2016, to Rp11.0 trillion, mainly driven by the increase of fixed assets.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

ASET TIDAK LANCAR	2017	Kontribusi Contribution	2016	Kontribusi Contribution	^%	NON-CURRENT ASSETS
Aset tetap	10,422,133	95.1%	9,529,476	93.8%	9.4%	Fixed assets
Goodwill	61,925	0.5%	61,925	0.6%	0.0%	Goodwill
Aset takberwujud	390,838	3.6%	409,802	4.0%	-4.6%	Intangible assets
Aset tidak lancar lainnya	89,882	0.8%	156,383	1.6%	-42.5%	Other non-current assets
Jumlah Aset Tidak Lancar	**10,964,778**	**100.0%**	**10,157,586**	**100.0%**	**7.9%**	**Total Non-Current Assets**

a. Aset Tetap

Aset tetap yang dimiliki Unilever Indonesia pada tanggal 31 Desember 2017 adalah sebesar Rp10,4 triliun atau mengalami kenaikan sebesar 9,4% dibanding tahun lalu sebesar Rp9,5 triliun. Kenaikan ini terutama berasal dari penambahan mesin dan peralatan di pabrik dalam rangka peningkatan kapasitas produksi dan penyelesaian gedung kantor pusat baru.

a. Fixed Assets

Fixed assets owned by Unilever Indonesia as of 31 December 2017 is Rp10.4 trillion or experienced an increase of 9.4% from the prior year Rp9.5 trillion. This was largely derived from addition of machinery and equipment in the factories in relation to production capacity expansion and completion of construction of the new head office building.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

ASET TETAP	2017	Kontribusi Contribution	2016	Kontribusi Contribution	FIXED ASSETS
Tanah	277,326	2.7%	277,326	2.9%	Land
Bangunan	2,294,121	22.0%	1,422,025	14.9%	Buildings
Mesin dan peralatan	6,804,083	65.3%	5,799,023	60.9%	Machinery and equipment
Kendaraan bermotor	14,943	0.1%	19,692	0.2%	Motor vehicles
Aset dalam penyelesaian	1,031,660	9.9%	2,011,410	21.1%	Construction in progress
Nilai tercatat bersih	**10,422,133**	**100.0%**	**9,529,476**	**100.0%**	**Net carrying value**

b. Goodwill

Nilai buku bersih goodwill pada tanggal 31 Desember 2017 adalah Rp61,9 miliar. Goodwill merupakan selisih lebih dari jumlah yang dibayar atas nilai tercatat dari kepentingan non pengendali PT Anugrah Lever yang diakuisisi oleh Perseroan pada bulan Agustus 2007, dan berkaitan dengan produk Bango. Tidak ada penambahan goodwill di tahun 2017.

c. Aset Tak Berwujud

Aset tak berwujud yang dimiliki Perseroan pada tanggal 31 Desember 2017 adalah sebesar Rp390,8 miliar. Termasuk didalamnya adalah merek dagang, perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak. Di tahun 2017, penambahan aset tak berwujud berasal dari merek dagang Hijab Fresh sebesar Rp2,2 miliar.

Aset tak berwujud timbul dari perolehan atas merek yang berhubungan dengan produk Hazeline, Bango, Buavita dan Hijab Fresh yang diperoleh masing-masing pada tahun 1996, 2001, 2008 dan 2017, serta perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak yang diperoleh dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2013. Penurunan nilai tercatat bersih aset tak berwujud dikarenakan adanya amortisasi sepanjang tahun 2017 sebesar Rp 21,2 miliar.

d. Aset Tidak Lancar Lainnya

Aset tidak lancar lainnya mengalami penurunan menjadi Rp89,9 miliar di tahun 2017.

LIABILITAS

Unilever Indonesia membukukan total liabilitas di akhir tahun 2017 sebesar Rp13,7 triliun yang terdiri dari 91,3% liabilitas jangka pendek dan 8,7% liabilitas jangka panjang. Nilai total liabilitas mengalami kenaikan sebesar Rp1,7 triliun atau 14,0% dibandingkan dengan pada akhir tahun 2016. Kenaikan nilai total liabilitas tersebut terutama disebabkan oleh kenaikan liabilitas jangka pendek sebesar Rp1,7 triliun atau 15,2% dibandingkan dengan pada akhir tahun 2016.

b. Goodwill

The net book value of goodwill as of 31 December 2017 is Rp61.9 billion. 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, and relates to Bango products. There was no additional goodwill in 2017.

c. Intangible Assets

Intangible assets owned by the Company as of 31 December 2017 amounted to Rp390.8 billion. This includes trademarks, software and software licences. In 2017, additional of intangible assets comes from Hijab Fresh trademarks amounting to Rp2.2 billion.

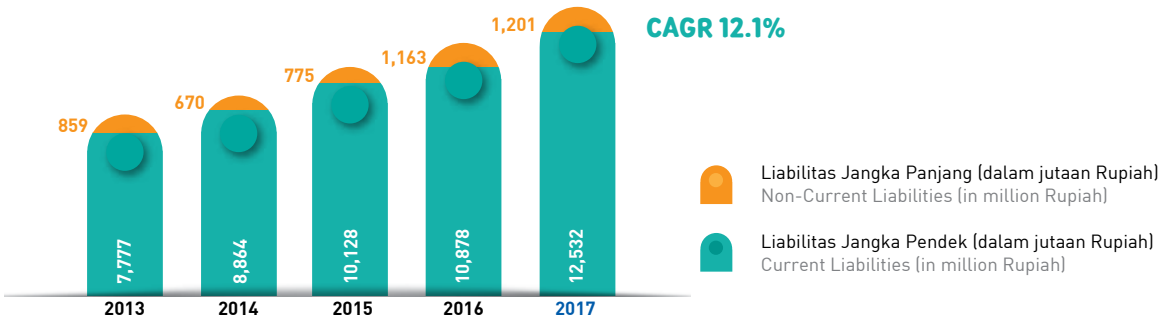
Intangible assets principally comprise acquisitions of trademarks related to Hazeline, Bango, Buavita and Hijab Fresh products which were acquired in 1996, 2001 2008 and 2017, respectively, as well as software and software licenses which were acquired from 2004 until 2013. The decrease in the net carrying value of intangible assets was due to amortization during 2017 amounted to Rp21.2 billion.

d. Other Non-Current Assets

Other non-current assets decreased to Rp89.9 billion in 2017.

LIABILITIES

Unilever Indonesia booked total liabilities at year end 2017 of Rp13.7 trillion, of which 91.3% were current liabilities and 8.7% were non-current liabilities. The total liabilities value increased by Rp1.7 trillion or 14.0% compared to at the end of 2016, which was caused largely by an increase in current liabilities of Rp1.7 trillion or 15.2% compared to at the end of 2016.



LIABILITAS JANGKA PENDEK

Pada akhir tahun 2017, liabilitas jangka pendek meningkat sebesar 15,2% dibandingkan dengan pada akhir tahun 2016, menjadi Rp12,5 triliun. Komposisi dari liabilitas jangka pendek ini adalah pinjaman bank sebesar 27,5%, utang usaha 36,1%, utang pajak 3,5%, akrual 18,3%, utang lain-lain 13,4%, dan bagian lancar dari kewajiban imbalan kerja jangka panjang 1,2%. Peningkatan jumlah liabilitas jangka pendek sebesar Rp1,7 triliun terutama disebabkan oleh naiknya pinjaman bank dan akrual.

CURRENT LIABILITIES

At the end of 2017, current liabilities were up by 15.2% from 2016, to Rp12.5 trillion. The current liabilities composition was as follows: bank borrowings of 27.5%; trade creditors 36.1%, taxes payable 3.5%, accruals 18.3%, other payables 13.4% and current portion of long-term employee benefits obligations 1.2%. The increase in current liabilities of Rp 1.7 trilion was primarily due to increase of bank borrowings and accruals.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

LIABILITAS JANGKA PENDEK	2017	Kontribusi Contribution	2016	Kontribusi Contribution	^%	CURRENT LIABILITIES
Pinjaman bank	3,450,000	27.5%	2,392,970	22.0%	44.2%	Bank borrowings
Utang usaha	4,527,110	36.1%	4,641,910	42.7%	-2.5%	Trade creditors
Utang pajak	444,562	3.5%	698,477	6.4%	-36.4%	Taxes payable
Akrual	2,288,992	18.3%	1,659,753	15.3%	37.9%	Accruals
Utang lain-lain	1,675,111	13.4%	1,340,313	12.3%	25.0%	Other payables
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang – bagian lancar	146,529	1.2%	144,651	1.3%	1.3%	Long-term employee benefits obligations – current portion
Jumlah Liabilitas Jangka Pendek	**12,532,304**	**100.0%**	**10,878,074**	**100.0%**	**15.2%**	**Total Current Liabilities**

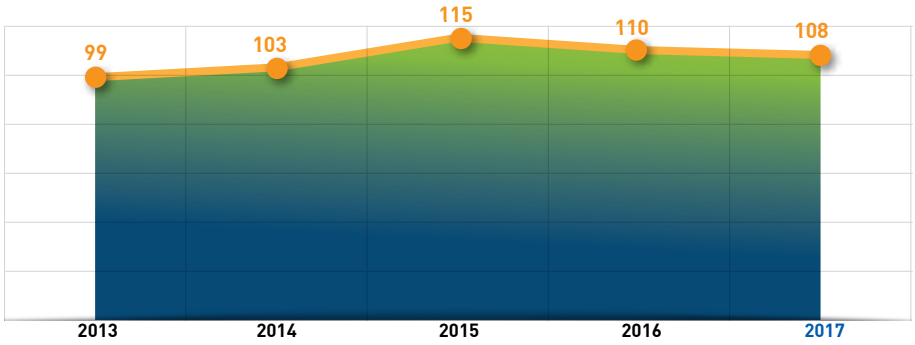
Analisis umur utang usaha adalah sebagai berikut:

The ageing analysis of trade creditors is as follows:

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

	2017	2016	
Lancar	4,483,306	4,535,185	Current
Lewat jatuh tempo			Overdue
1 - 30 hari	7,096	102,172	1 - 30 days
>30 hari	36,708	4,553	>30 days
Jumlah	**4,527,110**	**4,641,910**	**Total**

HARI UTANG USAHA DIBAYAR
DAYS OF PAYABLES PAID



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.

LIABILITAS JANGKA PANJANG

Pada 31 Desember 2017 Unilever Indonesia membukukan liabilitas jangka panjang sebesar Rp1,2 triliun dengan komposisi liabilitas pajak tangguhan 28,7% dan bagian tidak lancar dari kewajiban imbalan kerja jangka panjang 71,3%. Kenaikan jumlah liabilitas jangka panjang sebesar Rp37,4 miliar atau 3,2% terutama disebabkan oleh kenaikan liabilitas pajak tangguhan sebesar Rp99,8 miliar yang di offset dengan penurunan kewajiban imbalan kerja jangka panjang sebesar Rp62,4 miliar.

NON-CURRENT LIABILITIES

As of 31 December 2017 Unilever Indonesia recorded non-current liabilities amounting to Rp1.2 trillion which comprised deferred tax liabilities of 28.7% and the non-current portion of long-term employee benefits obligations of 71.3%. The increase in non-current liabilities by Rp37.4 billion or 3.2% was mainly attributable to increase of deferred tax liabilities by Rp99.8 billion, offset with decrease of long-term employee benefits obligations by Rp62.4 billion.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

LIABILITAS JANGKA PANJANG	2017	Kontribusi Contribution	2016	Kontribusi Contribution	Pergerakan Movement	^%	NON-CURRENT LIABILITIES
Liabilitas pajak tangguhan	344,96	28.7%	245,152	21.1%	99,813	40.7%	Deferred tax liabilities
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang – bagian tidak lancar	855,756	71.3%	918,211	78.9%	(62,455)	-6.8%	Long-term employee benefits obligations-non-current portion
Jumlah Liabilitas Jangka Panjang	1,200,721	**100.0%**	1,163,363	**100.0%**	37,358	3.2%	Total Non-Current Liabilities

EKUITAS

Ekuitas Unilever Indonesia naik Rp469,1 miliar dari Rp4,7 triliun pada tahun 2016 menjadi Rp5,2 triliun pada tahun 2017. Kenaikan ini terutama disebabkan oleh kenaikan penghasilan komprehensif yang di offset dengan dividen tahun berjalan.

EQUITY

Unilever Indonesia's equity increased by Rp469.1 billion from Rp4.7 trillion in 2016 to Rp5.2 trillion in 2017. The increase was caused primarily by the increase of current year's comprehensive income, offset with the current year's dividends.

KEMAMPUAN MEMBAYAR UTANG

Terdapat sedikit kenaikan rasio liabilitas terhadap ekuitas (DER) menjadi 66.7% pada tahun 2017, terutama disebabkan oleh kenaikan pinjaman bank. Unilever Indonesia masih mencatat rasio kemampuan membayar utang yang sehat. Interest coverage tercatat 73 kali. Pada rasio lancar dan rasio solvabilitas, kami memonitor dengan menggunakan posisi saldo akhir rata-rata kuarter.

SOLVENCY

The debt to equity ratio (DER) slightly increased to 66,7% in 2017, mainly as a result of the increase of bank borrowings. Unilever Indonesia still recorded a healthy solvency ratio. Interest coverage was reported at 73 times. For current ratio and solvability ratio we monitor by using quarterly average ending balance position.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

RASIO LANCAR DAN RASIO SOLVABILITAS	2017	2016	2015	CURRENT RATIO AND SOLVABILITY RATIO
Rasio Lancar	63.4%	60.6%	65.4%	Current Ratio
Rasio Gearing	58.9%	42.9%	22.2%	Gearing Ratio
Rasio Utang Terhadap Ekuitas	66.7%	50.9%	35.2%	Debt to Equity Ratio

TINGKAT KOLEKTIBILITAS PIUTANG

Pada akhir tahun 2017, periode penagihan piutang Unilever Indonesia (*collection period*) sedikit melemah dari 32 hari pada tahun 2016 menjadi 37 hari pada tahun 2017. Hal ini disebabkan oleh penundaan pembayaran dari beberapa pelanggan di akhir tahun.

RECEIVABLES COLLECTABILITY

At the end of 2017, Unilever Indonesia's collection period slightly weakened from 32 days in 2016 to 37 days in 2017. This was driven by delay payments from several customers at year end.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

TINGKAT KOLEKTIBILITAS PIUTANG	2017	2016	RECEIVABLES COLLECTABILITY
Penjualan bersih	41,204,510	40,053,732	Net sales
Rata-rata piutang usaha	4,211,906	3,476,442	Average trade receivables
Periode Rata-rata Penagihan Piutang (hari)	37	32	Average Receivable Collection Period (days)

ARUS KAS

Unilever Indonesia berhasil menjaga arus kasnya, dengan jumlah kas dan setara kas sebesar Rp404,8 miliar pada akhir tahun 2017. Di saat kondisi bisnis dan ekonomi yang menantang, Perseroan mampu menunjukkan arus kas bersih positif dari aktivitas operasi. Hal ini di offset dengan aktivitas investasi sehubungan dengan pembelian aset tetap, serta aktivitas pendanaan melalui pembayaran dividen kas kepada pemegang saham sebesar Rp6,5 triliun.

Posisi kas dan setara kas Unilever Indonesia pada akhir tahun 2017 meningkat sebesar Rp21 miliar dengan detail sebagai berikut.

CASH FLOWS

Unilever Indonesia was able to maintain its cash flows, with total cash and cash equivalents stood at Rp404.8 billion at the end of 2017. Despite challenging business and economic conditions, the Company showed positive net cash flows from operating activities. This was offset by investing activities involving acquisition of fixed assets, as well as financing activities through the payment of cash dividends to the shareholders amounted to Rp6.5 trillion.

The Company's cash and cash equivalents position at the end of year 2017 increased by Rp21 billion, with details as follows.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

ARUS KAS	2017	2016	^(%)	CASH FLOWS
Arus kas bersih dari aktivitas operasi	7,059,862	6,684,219	5.6%	Net cash flows from operating activities
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi	(1,601,761)	(1,779,098)	-10.0%	Net cash flows used in investing activities
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	(5,437,015)	(5,150,214)	5.6%	Net cash flows used in financing activities
Kenaikan/(penurunan) bersih kas dan setara kas	21,086	(245,093)	-108.6%	Net increase/(decrease) in cash and cash equivalents
Dampak perubahan kurs terhadap kas dan setara kas	9,863	(9,231)	-206.9%	Effect of exchange rate changes on cash and cash equivalents
Kas dan setara kas pada awal tahun	373,835	628,159	-40.5%	Cash and cash equivalents at the beginning of the year
Kas dan setara kas pada akhir tahun	404,784	373,835	8.3%	Cash and cash equivalents at the end of the year

ARUS KAS DARI AKTIVITAS OPERASI

Arus kas Unilever Indonesia dari aktivitas operasi naik 5,6% atau Rp375,6 miliar. Kenaikan arus kas dari aktivitas operasi berasal dari kenaikan penerimaan dari pelanggan sebesar 1,6% atau Rp685,5 miliar, penurunan pembayaran untuk beban jasa dan royalti sebesar 34,0% atau Rp1,1 triliun; di offset dengan peningkatan pembayaran kepada pemasok sebesar 3,7% atau Rp1,1 triliun, dan pembayaran pajak penghasilan badan meningkat sebesar 16,4% atau Rp339,1 miliar.

CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES

Unilever Indonesia's cash flows from operating activities increased by 5.6% or Rp375.6 billion. The increase of cash flows from operating activities was due to increase of receipts from customers by 1.6% or Rp685.5 billion, decrease of payments of service fees and royalties by 34.0% or Rp1.1 trillion; offset by increase of payments to suppliers by 3.7% or Rp1.1 trillion and increase of payments of corporate income tax of 16.4% or Rp339.1 billion.

ARUS KAS DARI AKTIVITAS INVESTASI

Arus kas yang digunakan untuk aktivitas investasi menurun sebesar 10,0% atau Rp177,3 miliar. Hal ini terutama karena menurunnya pembayaran atas pembelian aset tetap sebesar Rp180,3 miliar.

CASH FLOWS FROM INVESTING ACTIVITIES

Cash flows used in investing activities decreased by 10.0% or Rp177.3 billion. This was mainly due to decrease of payments related to purchases of fixed assets by Rp180.3 billion.

ARUS KAS DARI AKTIVITAS PENDANAAN

Arus kas Unilever Indonesia yang digunakan untuk aktivitas pendanaan meningkat sebesar 5,6% atau Rp286,8 miliar yang terutama berasal dari meningkatnya pembayaran dividen kas sebesar Rp650,9 miliar. Adapun komposisi pembayaran dividen di tahun 2017 adalah 47,1% pembayaran dividen interim 2017 dan 52,9% pembayaran dividen final 2016.

Pada tahun 2017, terdapat peningkatan penerimaan pinjaman bank (setelah dikurangi pelunasan pinjaman bank tahun berjalan) sebesar 52,5% atau Rp364,1 miliar.

CASH FLOWS FROM FINANCING ACTIVITIES

Unilever Indonesia's cash flows used in financing activities increased by 5.6% or Rp286.8 billion, which was largely due to a Rp650.9 billion increase in cash dividend payouts. Of the total dividend payment in 2017, 47.1% was paid out as the 2017 interim dividend and 52.9% as the 2016 final dividend.

In 2017, there was an increase in receipts from bank borrowings (less bank borrowings payments during the year) of 52.5% or Rp364.1 billion.

LIKUIDITAS

Unilever Indonesia memiliki likuiditas yang cukup kuat dengan nilai asset lancar sebesar Rp7,9 triliun. Rasio lancar Unilever Indonesia pada akhir tahun 2017 tercatat sebesar 63,4%.

LIQUIDITY

Unilever Indonesia has reasonably strong liquidity with current assets of Rp7.9 trillion. Unilever Indonesia had a current ratio of 63.4% at the end of 2017.

STRUKTUR MODAL

Pada akhir tahun 2017, kontribusi dari utang terhadap struktur modal Unilever Indonesia meningkat sebesar 15,8% dibandingkan dengan tahun lalu. Meningkatnya jumlah utang disebabkan oleh meningkatnya pinjaman bank. Sebaliknya, kontribusi ekuitas terhadap total modal mengalami sedikit penurunan.

Unilever Indonesia tidak memiliki kebijakan struktur modal secara spesifik namun pada praktiknya, kami mematuhi peraturan pajak yang berlaku (Peraturan Menteri Keuangan No. 169/PMK.010/2015) dimana rasio maksimum untuk DER yang diperbolehkan untuk tujuan perpajakan adalah 4:1. Pada akhir tahun 2017, DER yang dimiliki oleh Unilever Indonesia adalah 1:3,6.

CAPITAL STRUCTURE

At the end of 2017, debt to total capital structure had increased by 15.8% compared to last year. The higher contribution of debt was coming from the increase of bank borrowings. In return, the equity to total capital margin slightly decreased.

Unilever Indonesia does not have any particular capital structure policy but in practice, we are in compliance with the prevailing tax regulations (Finance Ministry Regulations No. 169/PMK.010/2015) where the maximum ratio of DER allowed for tax purposes is 4:1. At year end 2017, Unilever Indonesia's DER is 1:3,6.

(Dalam jutaan Rupiah) (In millions of Rupiah)

	2017	Kontribusi Contribution	2016	Kontribusi Contribution	
Jumlah Liabilitas	13,733,025	72.6%	12,041,437	71.9%	Total Liabilities
Liabilitas Jangka Pendek	12,532,304	66.3%	10,878,074	65.0%	Current Liabilities
Liabilitas Jangka Panjang	1,200,721	6.3%	1,163,363	6.9%	Non-Current Liabilities
Ekuitas	5,173,388	27.4%	4,704,258	28.1%	Equity
Jumlah Liabilitas dan Ekuitas	**18,906,413**	**100.0%**	16,745,695	**100.0%**	**Total Liabilities and Equity**

KOMITMEN MATERIAL UNTUK INVESTASI BARANG MODAL

Pada tanggal 31 Desember 2017, Unilever Indonesia memiliki komitmen dengan sejumlah pemasok terkait pembelian aset tetap dan bahan baku untuk produksi, dalam mata uang USD, Rupiah, dan Euro.

Komitmen atas pembelian aset tetap dan persediaan dilakukan Unilever Indonesia dengan pemasok, termasuk di dalamnya pihak ketiga dan pihak berelasi. Sumber pendanaan atas komitmen ini berasal dari pendanaan internal dan pinjaman jangka pendek.

Pada tanggal 31 Desember 2017, komitmen-komitmen untuk pembelian aset tetap dan persediaan masing-masing sebesar Rp280 miliar dan Rp4,4 triliun (2016: Rp789 miliar dan Rp3,0 triliun). Tujuan dari komitmen-komitmen ini adalah untuk pemeliharaan aset dan penambahan kapasitas masa depan.

Langkah-langkah yang dilakukan oleh Unilever Indonesia dalam melindungi risiko dari posisi mata uang asing yang terkait tersedia dalam laporan keuangan Perseroan catatan 33. Manajemen risiko keuangan Unilever Indonesia sebagian besar dilakukan oleh departemen treasury sesuai dengan standar dan prosedur yang diberlakukan oleh Global Treasury Centre di Schaffhausen, Swiss.

MATERIAL COMMITMENTS FOR INVESTMENT IN CAPITAL GOODS

As at 31 December 2017, Unilever Indonesia had commitments with a number of suppliers in relation to purchases of fixed assets and raw materials for production, denominated in USD, Rupiah, and Euro.

Commitments on fixed assets and inventories purchases were conducted by Unilever Indonesia with third party suppliers and related parties. These commitments were financed through internal funding and short-term loans.

As at 31 December 2017, commitments for the purchase of fixed assets and inventories amounted to Rp280 billion and Rp4.4 trillion, respectively (2016: Rp789 billion and Rp3.0 trillion). The purpose of these commitments is for future asset maintenance and additional capacity.

The steps that Unilever Indonesia has taken in order to protect the related foreign currency position can be found on the Company's financial statements note 33. Unilever Indonesia's risk management primarily performed by the treasury department in accordance with official standards and procedures from the Global Treasury Centre in Schaffhausen, Switzerland.

Selain dari yang telah disebutkan, Unilever Indonesia tidak memiliki komitmen material untuk investasi barang modal lainnya yang harus dilaporkan, kecuali yang sudah diungkapkan di laporan keuangan Perseroan catatan 31.

Apart from what has been disclosed, Unilever Indonesia did not have any other material commitments for investment in capital goods that should be reported, which were not already disclosed in the Company's financial statements note 31.

TRANSAKSI LINDUNG NILAI

Instrumen keuangan derivatif yang dimiliki secara ekonomis merupakan lindung nilai atas eksposur risiko nilai tukar mata uang asing.

HEDGING TRANSACTIONS

Derivative instruments are entered into to economically hedge the foreign exchange risk exposures.

INVESTASI BARANG MODAL YANG DIREALISASIKAN

Pada tahun 2017, Unilever Indonesia melaporkan total pengeluaran modal sebesar Rp1,7 triliun. Investasi barang modal ini dialokasikan untuk penambahan kapasitas, lini pengaduk dan/atau lini pengemas di pabrik-pabrik kami. Jenis investasi mencakup pembelian mesin dan peralatan terkait.

REALISATION OF CAPITAL INVESTMENT

In 2017, Unilever Indonesia reported a total capital expenditure of Rp1.7 trillion. The capital investment was allocated for capacity expansion, mixing line and/or packing line in our factories. The type of investment includes the purchase of machinery and related equipments.

INFORMASI DAN FAKTA MATERIAL YANG TERJADI SETELAH TANGGAL PELAPORAN KEUANGAN

Tidak ada peristiwa/kejadian penting setelah tanggal pelaporan keuangan yang berpengaruh signifikan terhadap laporan keuangan Perseroan.

SIGNIFICANT SUBSEQUENT EVENTS

No significant events after the date of financial reporting that have significant effect on Company's financial statements.

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 2017 merupakan tahun yang penuh tantangan bagi industri barang konsumsi. Namun di tengah pertumbuhan pasar yang lebih lambat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, Perseroan masih bertumbuh dan berkomitmen terhadap perekonomian Indonesia. Unilever Indonesia membukukan penjualan bersih di 2017 sebesar Rp41,2 triliun atau 2,9% lebih tinggi dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Pertumbuhan ini berasal dari dua segmen bisnis yaitu Home and Personal Care (HPC) serta Foods & Refreshment (F&R). HPC mencatatkan pertumbuhan yang stabil pada 1,6% sementara pertumbuhan penjualan F&R berada pada 5,8% dibandingkan tahun sebelumnya.

Dengan eksekusi yang fokus pada optimalisasi biaya, Perseroan berhasil menambahkan Rp614 miliar pada laba atau meningkat sebesar 9,6% dibanding tahun sebelumnya, dari Rp4,4 triliun pada tahun 2016 menjadi Rp7,0 triliun pada tahun 2017. Sementara itu, Rasio Utang terhadap Ekuitas sedikit meningkat sebesar 66,7%. Peningkatan ini sejalan dengan peningkatan pinjaman jangka pendek Unilever Indonesia selama tahun ini.

COMPARISON BETWEEN TARGETS/ PROJECTIONS AT BEGINNING OF YEAR AND RESULTS (REALIZATION), CONCERNING INCOME, PROFIT, CAPITAL STRUCTURE OR OTHERS DEEMED NECESSARY FOR THE COMPANY

2017 was a challenging year for the consumer goods industry. In the midst of slower market growth compared to previous years, the Company still grew and was committed to the Indonesian economy. Unilever Indonesia reported net sales of Rp41.2 trillion, 2.9% higher than the same period last year. The growth was derived from two business segments, Home and Personal Care (HPC) and Foods and Refreshments (F&R). HPC recorded steady growth at 1.6% while F&R sales growth was 5.8% year on year.

With strong execution on cost optimisation, the Company successfully added another Rp 614 billion to its profit, or an increase of 9.6% YoY, from Rp 6.4 trillion in 2016 to Rp 7.0 trillion in 2017. Meanwhile, the Debt to Equity Ratio slightly increased to 66.7%. This figure was in line with the increase in Unilever Indonesia's short-term borrowing during the year.

TARGET/PROYEKSI YANG INGIN DICAPAI PERSEROAN PALING LAMA UNTUK SATU TAHUN MENDATANG

Tahun 2018 dapat kembali menjadi tahun yang menantang. Meskipun kami melihat akan timbulnya beberapa tantangan, kami meyakini masih adanya ruang yang signifikan bagi Unilever Indonesia untuk bertumbuh secara kompetitif. Kekuatan brand dan inovasi akan berperan utama dalam rencana pertumbuhan kami. Kami berinvestasi secara intensif dalam memperkuat ekuitas brand kami, yaitu untuk mencari hubungan antara konsumen dan produk yang mereka beli.

Dengan strategi yang kuat sepanjang tahun, Perseroan mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan yang penuh tantangan ini dan tetap dekat di hati konsumen kami. Fokus kami pada pelaksanaan di lapangan dan efisiensi di seluruh lini operasional mendorong perwujudan komitmen kami dalam memberikan nilai yang istimewa dan pertumbuhan yang kompetitif.

TARGET/PROJECTION AT MOST FOR THE NEXT ONE YEAR FOR THE COMPANY

2018 could be another challenging year. Although we foresee some challenges, we believe there is still significant white space for Unilever Indonesia to grow competitively. 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.

With the strong strategy over the year, the Company was able to adjust to this challenging environment and stay close to our consumers, focus on execution and efficiency across all operations enabling us to deliver on our commitment to give great value and competitive growth.

PROSPEK USAHA

MAKROEKONOMI

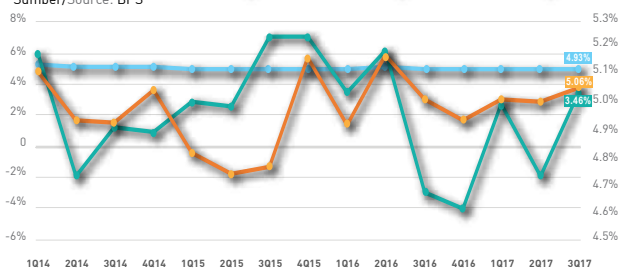
Perekonomian Indonesia pada tahun 2017 menguat tipis 5,1% dibandingkan dengan pertumbuhan tahun lalu sebesar 5,02%, sebagian didorong oleh ekspansi yang kuat dalam belanja infrastruktur publik, peningkatan investasi swasta dan pertumbuhan ekspor sebesar 16,2%. Pertumbuhan konsumsi tetap datar dari tahun ke tahun. Inflasi telah lebih stabil pada kisaran 3,0% -3,6% dalam 3 tahun terakhir. Dalam hal nilai tukar mata uang asing, kendati the Fed menaikkan Suku Bunga-nya tiga kali pada tahun 2017, hal ini tidak berpengaruh pada nilai tukar Rupiah selama tahun ini. Rupiah ditutup stabil sekitar Rp13.500 terhadap Dolar AS.

BUSINESS PROSPECTS

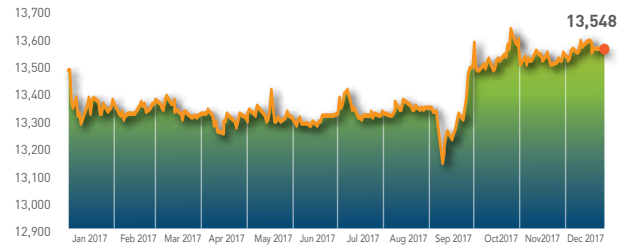
MACROECONOMICS

The Indonesia's economy in 2017 strengthened modestly at 5,10% compared to last year's growth of 5,02%, partly due to strong expansion in public infrastructure spending, rising private investment and export growth by 16.2%. Consumption growth remained flat on a year-on-year basis. Inflation has been stabilized at 3.0%-3.6% range in the past 3 years. In term of foreign exchange rate, although the Fed raised its Fund Rate three times in 2017, it did not affect the Rupiah exchange rate during the year. Rupiah is recorded stable at Rp13.200-13,600.

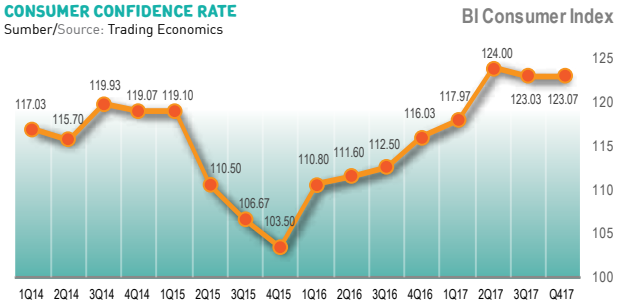
GDP GROWTH PER CAPITA
Sumber/Source: BPS



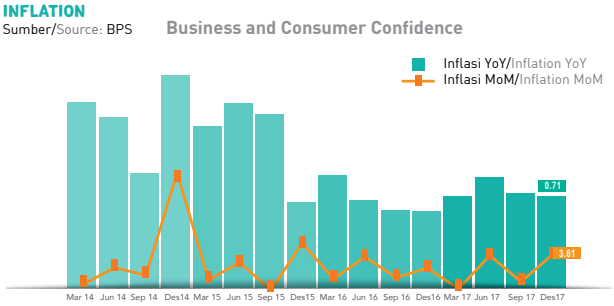
USD/IDR RATE 2017
Sumber/Source: Bank Indonesia



CONSUMER CONFIDENCE RATE
Sumber/Source: Trading Economics



INFLATION
Sumber/Source: BPS



INDUSTRI BARANG KONSUMSI

Di 2017, industri barang konsumsi relatif melambat. Konsumsi melambat di tengah indikator ekonomi makro secara keseluruhan. Menurut Studi dari Nielsen yang mengukur konsumsi dasar industri barang konsumsi (FMCG), penurunan telah terjadi sejak pertengahan 2016, di mana total pertumbuhan FMCG secara nasional sebesar 2,0% di tahun 2017 dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan konsumsi rumah tangga tetap stagnan di 4,95% meskipun terdapat peningkatan investasi dan belanja pemerintah baru-baru ini. Datarnya konsumsi rumah tangga ini terjadi karena konsumen memprioritaskan belanja lain, terjadinya pergeseran gaya hidup sementara pendapatan riil atau pendapatan rata-rata melambat (kenaikan upah minimum 8%, lebih rendah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya).

PROSPEK 2018

Di tahun 2018, ekonomi Indonesia diperkirakan akan mengalami percepatan yang stabil, dengan target pemerintah untuk pertumbuhan PDB sebesar 5,4% di tahun ini. Harga komoditas diproyeksikan akan terus pulih, sehingga mengarah ke pertumbuhan ekspor lebih lanjut. Laju investasi pun diperkirakan akan meningkat. Pemerintah telah memperkenalkan sejumlah langkah untuk memulihkan daya beli dan meningkatkan konsumsi, terutama di segmen kelas menengah bawah, diantaranya termasuk meningkatkan anggaran untuk subsidi listrik dan program dana sosial untuk keluarga miskin serta terus mendorong pembangunan infrastruktur di seluruh Indonesia. Konsumsi diperkirakan akan berbalik arah jika tren peningkatan investasi riil dan harga komoditas yang tetap tinggi akan terus berlanjut.

Unilever Indonesia sangat percaya bahwa industry barang konsumsi di Indonesia belum mengeluarkan potensi penuhnya. Prospek jangka panjang tetap positif. Indonesia adalah pasar konsumen terbesar di kawasan Asia Tenggara, dengan populasi lebih dari 250 juta orang. Terlebih lagi, konsumsi per kapita Indonesia masih rendah, menunjukkan peluang yang cukup besar untuk pertumbuhan.

ASPEK PEMASARAN ATAS PRODUK DAN JASA

Unilever Indonesia memiliki portofolio yang terdiri dari 42 brand pada sejumlah kategori yang berbeda. Strategi pemasaran kami berfokus untuk menumbuhkan pasar dan membangun ekuitas brand guna meningkatkan pangsa pasar. Kami merumuskan strategi ini pada lima prinsip utama, yang berhubungan dengan pelanggan dan konsumen, portofolio, akses, biaya, dan investasi.

1. **Fokus pada Konsumen dan Pelanggan**
   Kami melakukan riset pasar dan terus menerus melibatkan diri dengan konsumen untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi mereka; dan menjalin kerjasama yang erat dengan pelanggan untuk membuat produk kami lebih mudah ditemukan dan terlihat lebih menarik di toko-toko;

CONSUMER GOODS INDUSTRY

In 2017, consumer goods industry is relatively subdued. Consumption is decelearting despite the overall macro economy indicator. According to Nielsen Studies measure on FMCG basic consumption, it was decrease since mid 2016 where total national FMCG growth was 2.0% respectively in 2017 compared to last year. Growth of household consumption remained stagnant at 4.95% despite recent increase of investment and government spending. The stagnancy of household consumption as a result of prioritization other expenditure, lifestyle shifting whilst real income or earning average is decelerating (minimum wage 8% increase, lower compared to previous years).

2018 OUTLOOK

A stable acceleration in Indonesia's economy is expected in 2018, with the government targeting 5.4% GDP growth for the year. Commodity prices are projected to continue their recovery, leading to further export growth, and the pace of investment is expected to pick up. The government has introduced a number of measures to restore purchasing power and boost consumption, especially in the lower middle class segment, including increasing the budgets for electricity subsidies and social fund program for poor families and continue to push infrastructure development across Indonesia. Consumption growth may reverse course if the trend of increased real investment and sustained higher commodity price will continue.

Unilever Indonesia believes that the Indonesian consumer industry has not yet unleashed its full potential. The long-term outlook is positive. Indonesia is the region's largest consumer market, with more than 250 million people. Moreover, Indonesia's per capita consumption is still low, indicating considerable scope for growth.

MARKETING ASPECTS OF THE PRODUCTS AND SERVICES

Unilever Indonesia has a portfolio of 42 brands across several different categories. Our marketing strategy is focused on growing our markets and building brand equity to drive market share. The strategy is formulated around five key principles, which relate to customers and consumers, portfolio, access, costs and investment.

1. **Focus on Consumers and Customers**
   We conduct market research and engage continuously with consumers to better understand their needs and preferences, and work closely with our customers to make our products more accessible and attractive in stores;

2. **Menyiasati Portofolio**
   Kami mengoptimalkan cakupan portofolio kami dengan memastikan bahwa kami menyediakan produk-produk untuk kebutuhan yang berbeda dan berbagai tingkatan daya beli di setiap kategori;

3. **Menciptakan Akses**
   Kami menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan penetrasi produk kami, diantaranya dengan menyediakan ukuran kemasan yang berbeda untuk memastikan produk-produk kami terjangkau oleh berbagai segmen konsumen, dan dengan meningkatkan efisiensi jaringan distribusi nasional kami;

4. **Tidak Berkompromi terhadap Biaya**
   Kami berfokus untuk menjaga biaya tetap rendah sementara efisiensi tetap meningkat, dalam proses dari hulu sampai hilir, untuk memastikan imbal hasil yang baik atas investasi pemasaran kami;

5. **Melanjutkan Investasi untuk Masa Depan**
   Aspek terakhir dari strategi ini adalah investasi yang terus menerus dalam operasi pemasaran kami: investasi dalam meningkatkan kemampuan karyawan kami, investasi dalam meningkatkan dan melaksanakan visi bisnis kami, investasi di bidang infrastruktur pemasaran dan kemampuan logistik, dan investasi dalam digitalisasi, seperti sistem distribusi LeverEdge, untuk mendukung pengambilan keputusan dan meningkatkan efisiensi.

Melalui prinsip-prinsip ini, Unilever Indonesia dapat berfokus dan melaksanakan strategi pemasaran secara efektif yang menghasilkan kinerja yang kuat pada semua brand Food and Refreshment dan brand Personal and Home Care di 2017.

2. **Play the Portfolio**
   We optimize our portfolio coverage by ensuring that our offerings cover different needs and a range of price points within each category;

3. **Create Access**
   We deploy a variety of strategies to increase the penetration of our products, including different pack sizes to ensure they are accessible to various consumer segments, and by increasing the efficiency of our nationwide distribution network;

4. **Ruthless on Cost**
   We continually focus on keeping costs down and efficiency up from our end to end process, to ensure a good return on marketing investment;

5. **Continue Investing for the Future**
   The final aspect of the strategy is continuous investment in our marketing operation: investing in improving the capabilities of our people, investing in enhancing and implementing our business vision, investing in marketing infrastructure and logistics capability and investing in digitization, such as our LeverEdge distribution system, to support decision making and improve efficiency.

These principles have enabled Unilever Indonesia to focus and execute an effective marketing strategy that resulted in strong performance across all Food and Refreshment brands and Personal and Home Care brands in 2017.

KEBIJAKAN PEMBAGIAN DIVIDEN

Perseroan membayar dividen (interim dan final) secara adil dan tepat waktu. Semua pemegang saham diperlakukan sama dan dibayar dalam waktu 30 hari setelah dividen diumumkan.

Berdasarkan Anggaran Dasar Unilever Indonesia, pembayaran dividen interim dapat ditetapkan dalam rapat Direksi untuk kemudian bersama-sama dengan dividen final disahkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST).

Pada tanggal 20 Desember 2017, Unilever Indonesia telah membagikan dividen interim tahun 2017 sebesar Rp410 per saham. Dividen interim ini akan diperhitungkan dalam penetapan dividen final dalam RUPST Unilever Indonesia untuk tahun buku 2017.

DIVIDEND POLICY

The Company pays dividends (interim and final) in an equitable and timely manner. All shareholders are treated equally and paid within 30 days after the dividends are declared.

According to Unilever Indonesia'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).

On 20 December 2017, Unilever Indonesia paid out the 2017 interim dividend of Rp410 per share. This interim dividend will be taken into account in the determination of the final dividend at the AGMS for fiscal year 2017.

DIVIDEN	2016	2015	2014	DIVIDENDS
Laba Bersih (dalam miliar Rupiah)	6,390.7	5,851.8	5,926.7	Profit (in billions of Rupiah)
Dividen yang Dibagikan (dalam miliar Rupiah)	6,371.1	5,844.6	5,737.8	Dividend Payout (in billions of Rupiah)
Dividen per Saham	835	766	752	Dividend per Share
Persentase Dividen	99.7%	99.9%	96.8%	Dividend Payout Ratio

Detail tentang tanggal pembayaran dan pengumuman dividen dapat dilihat pada informasi pembayaran dividen pada bagian Profil Perseroan dan laporan keuangan catatan 21.

Details of the date of dividend payment and dividend declaration can be seen in the dividend payment section in the Company's Profile and in note 21 of the financial statements.

SAHAM KARYAWAN

Pada saat ini, Unilever Indonesia tidak memiliki Skema Pemilikan Saham Karyawan.

EMPLOYEE STOCK

Currently, Unilever Indonesia does not have Employee Stock Ownership Plan (ESOP).

PENGGUNAAN DANA HASIL IPO

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

USE OF IPO PROCEEDS

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

INFORMASI MATERIAL MENGENAI INVESTASI, EKSPANSI, DIVESTASI, PENGGABUNGAN/ PELEBURAN USAHA, AKUISISI, ATAU RESTRUKTURISASI UTANG/MODAL

Tidak ada transaksi material yang harus dilaporkan, kecuali yang sudah diungkapkan di laporan keuangan Perseroan.

MATERIAL INFORMATION RELATED TO INVESTMENT EXPANSION, DIVESTATION, CONSOLIDATION/MERGER, ACQUISITION, OR DEBT/CAPITAL RESTRUCTURISATION

There are no material transactions that should be reported that are not already disclosed in the Company's financial statements.

TRANSAKSI YANG MENGANDUNG BENTURAN KEPENTINGAN DAN TRANSAKSI DENGAN PIHAK BERELASI

Di tahun 2017, Unilever Indonesia tidak melakukan transaksi yang mengandung benturan kepentingan. Semua transaksi afiliasi Unilever Indonesia telah dilakukan sesuai dengan syarat dan kondisi serta manfaat ekonomis yang secara substansial sebanding dengan transaksi dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

Perseroan melakukan tinjauan secara berkala terhadap semua transaksi afiliasi dalam hal kewajaran dan kelaziman transaksi sesuai dengan Peraturan No. IX.E.1 Lampiran Keputusan Ketua Bapepam-LK No. KEP-412/BL/2009 Tentang Transaksi Afiliasi dan Benturan Kepentingan Transaksi Tertentu.

TRANSACTIONS CONTAINING A CONFLICT OF INTEREST AND TRANSACTIONS WITH RELATED PARTIES

In 2017, Unilever Indonesia did not engage in any transactions that contained a conflict of interest. All related party transactions of Unilever Indonesia were conducted on substantially comparable terms and conditions as well as economic benefit to the Company, as those with unrelated parties.

The Company maintains a regular review of all related party transactions of their arm's length nature in accordance with Regulation No. IX.E.1 Lampiran Keputusan Ketua Bapepam-LK No. KEP-412/BL/2009 that regulates affiliated transactions and conflicts of interest.

TRANSAKSI DENGAN PIHAK BERELASI

Yang termasuk dalam pihak berelasi dengan Unilever Indonesia adalah perusahaan-perusahaan afiliasi. Berikut adalah jenis transaksi dengan pihak-pihak berelasi di tahun 2017:

a. Unilever Indonesia memiliki piutang dari transaksi antar entitas sepengendali atas penjualan barang jadi, penggantian biaya riset regional, training, meeting, dan sebagainya;

TRANSACTIONS WITH RELATED PARTIES

Related parties include affiliated companies. Our transactions with related parties in 2017 were as follows:

a. Unilever Indonesia has receivables from entities under common control on the sale of finished goods, reimbursement of regional research, training, meetings, et cetera;

b. Unilever Indonesia memiliki utang dari transaksi antar entitas sepengendali atas jasa regional, pembelian bahan baku, barang jadi, biaya lisensi sistem, biaya training, dan sebagainya;
c. Unilever Indonesia membayarkan royalti dan dividen masing-masing kepada entitas induk terakhir dan entitas induk;
d. Unilever Indonesia melakukan kerjasama fasilitas pinjaman.

Rincian sifat hubungan dan jenis transaksi yang material dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut:

b. Unilever Indonesia has payables to entities under common control for regional services, purchases of raw materials, finished goods, system licensing costs, training costs, et cetera;
c. Unilever Indonesia paid royalties and dividends to the ultimate parent entity and the parent entity, respectively;
d. Unilever Indonesia conduct loan facility.

Details of the nature and types of material transactions with related parties are as follows:

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
Hindustan Unilever Ltd.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Indonesia Holding B.V.	Pemegang saham mayoritas Majority shareholder	Pembayaran dividen Dividend payments
Unilever Asia Private Ltd.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever China Ltd.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Deutschland Holding GmbH	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Europe IT	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Europe Business Center B.V.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Malaysia Services Sdn Bhd	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Global Service B.V. Philippines	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Industries Private Ltd.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Philippines, Inc.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever U.K. Central Resources Ltd.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Italy Holdings SRL	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Pakistan Ltd.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Thai Services Limited	Entitas sepengendali/ Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Nigeria PLC	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Research Laboratory Port Sunlight	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever South Africa (Pty) Ltd.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Vietnam International Co.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penjualan aset tetap dan penggantian beban Sales of fixed assets and expense reimbursements

PIHAK BERELASI RELATED PARTIES	SIFAT HUBUNGAN DENGAN PIHAK BERELASI NATURE OF THE RELATIONSHIP	JENIS TRANSAKSI TYPE OF TRANSACTION
Unilever RFM Ice Cream Inc.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Finance International AG	Entitas sepengendali Entity under common control	Fasilitas pinjaman Borrowing facility
PT Unilever Enterprises Indonesia (d/h/formerly PT Unilever Body Care Indonesia)	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban/Expense reimbursements Sewa mesin/Lease of machineries
PT Unilever Oleochemical Indonesia	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya Other related party	Pembayaran kontribusi Perseroan atas program manfaat pasti Payment of contribution for the Company's defined benefit plan
Dana Pensiun Iuran Pasti Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya Other related party	Pembayaran kontribusi Perseroan atas program iuran pasti Payment of contribution for the Company'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

Transaksi-transaksi material dengan pihak berelasi selama tahun 2017 juga mencakup transaksi atas biaya royalti dengan Unilever N.V., entitas induk utama, dan penjualan barang kepada Unilever Asia Private Ltd., entitas sepengendali. Beban royalti selama tahun berjalan adalah total sebesar Rp2.789 miliar (2016: Rp2.758 miliar) dimana beban trademark, teknologi, dan biaya jasa masing-masing berjumlah Rp960 miliar, Rp663 miliar, dan Rp1.165 miliar (2016: RpRp 962 miliar, Rp669 miliar, dan Rp1.127 miliar). Perjanjian atas biaya royalti telah mematuhi Peraturan No. IX.E.1.

Transaksi dilakukan untuk menyederhanakan organisasi Unilever dan struktur manajemen untuk memperbaiki kemampuan di bidang pemasaran, pengelolaan pelanggan serta research and development. Secara keseluruhan, Perseroan memperoleh manfaat ekonomi dalam terkait dengan teknologi dan technical know-how antara lain adalah (i) diversifikasi dan cakupan yang luas atas produk termasuk didalamnya desain dan formula yang mutakhir; (ii) meningkatkan nilai merek sebagai bentuk dari suatu pengembangan yang berkelanjutan dalam desain produk, kualitas dan desain kemasan; (iii) menggalang perilaku konsumen yang positif melalui desain produk dan kemasan yang atraktif serta kualitas yang memuaskan; (iv) meningkatkan kesesuaian dengan standar internasional untuk mempertahankan standar Unilever; (v) memaksimalkan dari segi efektivitas dan effisiensi proses produksi untuk memperoleh keuntungan biaya dan waktu;

Pada tahun 2017, Unilever Indonesia mencatat transaksi penjualan kepada Unilever Asia Private Ltd. sebesar Rp1.661 miliar (2016: Rp1.499 miliar). Transaksi tersebut merupakan transaksi reguler yang menjadi bagian aktivitas usaha Perseroan. Transaksi penjualan dan pembelian dengan pihak berelasi lainnya dapat dilihat di laporan keuangan Perseroan catatan 23 dan 24.

Material transactions with related parties during 2017 also included transactions of royalty fees with Unilever N.V., the ultimate parent entity, and sales of goods to Unilever Asia Private Ltd., an entity under common control. Royalty expenses during the year totalled Rp 2,789 billion (2016: Rp 2,758 billion) comprising trademark, technology, and service fees amounting to Rp 960 billion, Rp 663 billion, and Rp 1,165 billion (2016: Rp Rp 962 billion, Rp 669 billion, and Rp 1,127 billion), respectively. The agreement on royalty fees is in compliance with Regulation No. IX.E.1.

The transaction was made to simplify the Unilever organization and management structure and to improve capabilities in marketing, customer management and research and development. In general, the Company gained economic advantages with respect to technology and know-how, which among others are (i) a diversified and wide range of products along with sophisticated design and formulations, (ii) enhanced value of the brand as a result of continuous improvement in product design, quality and packaging design, (iii) positive consumer behavior elicited through attractive product design and packaging as well as satisfactory quality, (iv) increased compliance with world-quality standards to maintain Unilever's standards , (v) maximized effectiveness and efficiency of the production process to derive cost and time benefits.

In 2017, Unilever Indonesia recorded sales to Unilever Asia Private Ltd., totaling Rp 1,661 billion (2016: 1,449 billion). This transaction was a regular transaction in related to the Company's business activities. Other related parties' sales and purchases transactions can be found at Unilever Indonesia's financial statements notes 23 and 24.

Pada tahun 2017 Perseroan melakukan transaksi material dengan perusahaan afiliasi Unilever Finance International AG (UFI) atas penerimaan fasilitas pinjaman tanpa komitmen yang dapat digunakan oleh Perseroan untuk tujuan pendanaan kebutuhan umum Perseroan. Fasilitas pinjaman dari UFI kepada Perseroan dilakukan dengan syarat dan ketentuan yang wajar dan kompetitif. Fasilitas tersebut bersifat non-ekslusif dan opsional bagi kedua belah pihak, dan tidak membatasi keleluasaan masing-masing pihak untuk melakukan transaksi serupa dengan pihak ketiga lainnya. Total fasilitas pinjaman yang ditawarkan oleh UFI kepada Perseroan adalah sebesar Rp 3 triliun yang dapat ditarik berkali-kali (multiple draw downs) dan bergulir (revolving) dengan jangka waktu fasilitas pinjaman untuk setiap penarikan minimum 1 bulan dan maksimum kurang dari 1 tahun selama periode antara 21 Juni 2017 – 20 Juni 2022 (*availability period*).

In 2017, the Company entered into transactions with affiliated company of Unilever Finance International AG (UFI) of a non-commitment loan facility that can be used for Company financing. The UFI loan facility is conducted under fair and competitive terms and conditions. The facility is non-exclusive and supportive to opposing parties, and do not change the discretion of each party to transact with other third parties. The total loan facility offered by UFI to the Company amounts to Rp 3 trillion which can be drawn multiple draw downs and revolving with the loan facility for each minimum withdrawal of 1 month and a maximum of less than 1 year during the period between June 21, 2017 - June 20, 2022 (availability period).

PERUBAHAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN YANG BERPENGARUH SIGNIFIKAN TERHADAP PERSEROAN

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

CHANGE IN LEGISLATION THAT HAD A SIGNIFICANT IMPACT ON THE COMPANY

There was no change in legislation that had a significant impact on Unilever Indonesia.

KEBIJAKAN AKUNTANSI

Laporan Keuangan kami 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).

ACCOUNTING POLICY

Our Financial Statements were prepared in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards and the Capital Market and Financial Institutions Supervisory Agency (BAPEPAM-LK)'s regulations (currently Indonesian Financial Services Authority or OJK).

PERUBAHAN PADA PERNYATAAN STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN

STANDAR DAN PERUBAHAN STANDAR AKUNTANSI YANG BERLAKU EFEKTIF TANGGAL 1 JANUARI 2017

Pada tanggal 1 Januari 2017, Perseroan menerapkan beberapa pernyataan standar akuntansi keuangan ("PSAK") baru/amandemen/penyesuaian dan interpretasi standar akuntansi keuangan ("ISAK") baru, yang efektif sejak tanggal tersebut. Perubahan kebijakan akuntansi Perseroan telah dibuat seperti yang disyaratkan, sesuai dengan ketentuan transisi dalam masing-masing standar.

Standar-standar akuntansi keuangan dan interpretasi berikut ini telah diterbitkan atau diamandemen atau disesuaikan, namun tidak menimbulkan perubahan substansial terhadap kebijakan akuntansi Perseroan dan tidak berdampak material atas jumlah yang dilaporkan atas periode berjalan atau periode sebelumnya:

- PSAK 1, "Penyajian Laporan Keuangan"
- PSAK 24, "Imbalan Kerja"
- PSAK 58, "Aset Tidak Lancar yang Dimiliki untuk Dijual dan Operasi yang Dihentikan"
- PSAK 60, "Instrumen Keuangan: Pengungkapan"
- ISAK 32, "Definisi dan Hierarki Standar Akuntansi Keuangan".

CHANGES TO THE STATEMENTS OF FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS

ACCOUNTING STANDARDS AND CHANGES EFFECTIVE ON 1 JANUARY 2017

On 1 January 2017, the Company adopted certain new/amended/improved statements of financial accounting standards ("SFAS") and its interpretation ("ISFAS") that are mandatory for application from that date. Changes to the Company's accounting policies have been made as required, in accordance with the transitional provisions in the respective standards.

The following accounting standards and interpretation have been issued or amended or improved, but did not result in substantial changes to the Company's accounting policies and had no material effect on the amounts reported for the current or prior financial periods:

- SFAS 1, "Presentation of Financial Statements"
- SFAS 24, "Employee Benefits"
- SFAS 58, "Non-current Assets Held for Sale and Discontinued Operation"
- SFAS 60, "Financial Instruments: Disclosures"
- ISFAS 32, "Definition and Hierarchy of SAK".

STANDAR AKUNTANSI YANG TELAH DITERBITKAN NAMUN BELUM BERLAKU EFEKTIF

Berikut ini adalah standar-standar akuntansi dan interpretasi yang telah diterbitkan atau diamandemen atau disesuaikan, namun belum berlaku efektif pada tahun 2017:

Efektif berlaku pada atau setelah tanggal 1 Januari 2018:

a. Amandemen PSAK 2, "Laporan Arus Kas" tentang Prakarsa Pengungkapan, amandemen ini mengharuskan entitas untuk menyediakan pengungkapan yang memungkinkan pengguna laporan keuangan untuk mengevaluasi perubahan pada liabilitas yang timbul dari aktivitas pendanaan, termasuk perubahan yang timbul dari arus kas maupun perubahan non-kas.

b. Amandemen PSAK 46, "Pajak Penghasilan" tentang Pengakuan Aset Pajak Tangguhan untuk Rugi yang Belum Direalisasi, amandemen ini mengklarifikasi bahwa keberadaan perbedaan temporer yang dapat dikurangkan hanya tergantung pada perbandingan nilai tercatat suatu aset dan dasar pengenaan pajaknya pada tanggal pelaporan, dan tidak dipengaruhi oleh kemungkinan perubahan atas nilai tercatat di masa depan atau cara pemulihan yang diharapkan dari aset tersebut.

Efektif berlaku pada atau setelah tanggal 1 Januari 2019:

- ISAK 33, "Transaksi Valuta Asing dan Imbalan di Muka". ISAK 33 diadopsi dari IFRIC 22, Transaksi Mata Uang Asing dan Imbalan di Muka. ISAK ini mengklarifikasi penggunaan tanggal transaksi dalam menentukan kurs yang digunakan dalam pengakuan awal suatu aset, beban atau pendapatan ketika entitas menerima atau membayar imbalan di muka dalam mata uang asing.

Efektif berlaku pada atau setelah tanggal 1 Januari 2020:

a. PSAK 71, "Instrumen Keuangan". Model baru untuk pengklasifikasian aset keuangan berdasarkan karakteristik arus kas dan model bisnis pada waktu suatu aset dimiliki. Model penurunan nilai kerugian ekspektasian mengharuskan entitas untuk memperhitungkan kerugian kredit ekspektasian mulai dari saat pengakuan awal instrumen keuangan serta mengakui seluruh kerugian ekspektasian sepanjang umur instrumen keuangan tersebut secara tepat waktu. Model baru akuntansi lindung nilai menyesuaikan perlakuan akuntansi terhadap aktivitas manajemen risiko dan mencakup pengungkapan informasi tambahan tentang manajemen risiko dan dampak akuntansi lindung nilai terhadap laporan keuangan.

ACCOUNTING STANDARDS THAT HAVE BEEN PUBLISHED BUT HAVE NOT BECOME EFFECTIVE

The following standards and interpretation were issued or amended or improved but are not yet effective in 2017:

Effective on or after 1 January 2018:

a. Amendments to SFAS 2, "Statement of Cash Flows" on the Disclosure Initiative, this amendment requires entities to provide disclosures that enable the financial statements users to evaluate the changes in liabilities arising from financing activities, including changes arising from cash flow and non-cash changes.

b. Amendments to SFAS 46, "Incomes Taxes" on the Recognition of Deferred Tax Assets for Unrealized Losses, this amendment clarifies that the existence of a deductible temporary difference depends solely on a comparison of the carrying amount of an asset and its tax base at the reporting date, and is not affected by possible future changes in the carrying amount or expected manner of recovery of the asset.

Effective on or after 1 January 2019:

- ISFAS 33, "Foreign Currency Transactions and Advance Considerations". ISFAS 33 is an adoption of IFRIC 22, Foreign Currency Transactions and Advance Considerations. It clarifies the use of the date of the transaction in determining the exchange rate to be used for initial recognition of asset, expense or income when the entity receives or pays advance considerations in foreign currency.

Effective on or after 1 January 2020:

a. SFAS 71, "Financial Instruments". The new model for classification of financial assets is driven by cash flow characteristics and the business model in which an asset is held. The expected-loss impairment model requires entities to account for expected credit losses from when financial instruments are first recognized and to recognize full lifetime expected losses on a timely basis. The new hedge-accounting model aligns the accounting treatment with risk management activities and includes additional disclosures of information about risk management and the effect of hedge accounting on the financial statements.

b. PSAK 72, "Pendapatan dari Kontrak dengan Pelanggan". Prinsip utama PSAK 72 adalah bagi entitas dalam melakukan pengakuan pendapatan untuk mencatat berdasarkan pengalihan barang atau jasa kepada pelanggan dalam jumlah yang mencerminkan imbalan yang diharapkan dapat diterima entitas atas barang atau jasa tersebut. Model ini mencakup analisis transaksi dengan lima langkah berdasarkan kontrak untuk menentukan saat dan jumlah pendapatan yang diakui dan difokuskan pada pengalihan kendali. PSAK 72 juga mencakup pengungkapan tentang pendapatan yang disempurnakan dan memberikan panduan untuk transaksi yang sebelumnya tidak dibahas secara komprehensif.

c. PSAK 73, "Sewa" memperkenalkan model tunggal akuntansi untuk sewa, yang tecatat di neraca bagi lessee. Penyewa mengakui aset hak-guna yang merupakan hak penyewa untuk menggunakan aset yang mendasari perjanjian sewa dan liabilitas sewa yang merupakan kewajiban penyewa untuk melakukan pembayaran sewa. Terdapat pengecualian opsional untuk sewa jangka pendek dan sewa atas barang bernilai rendah. Akuntansi untuk lessor tetap sama dengan praktik saat ini – yaitu lessor tetap mengklasifikasikan sewa sebagai sewa pembiayaan atau sewa operasi.

KELANGSUNGAN USAHA

Perseroan tidak melihat hal-hal signifikan yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha perusahaan pada tahun buku terakhir. Dasar Penilaian terkait penilaian ini dapat dibaca lebih lanjut di Laporan Direksi dan Laporan Dewan Komisaris, di mana Dewan Komisaris dan Direksi telah menjelaskan rangkuman kinerja pada tahun buku terakhir dan pandangan atas prospek usaha.

b. SFAS 72, "Revenue from Contracts with Customers". The core principle of SFAS 72 is for entities in recognizing revenue to depict the transfer of goods or services to customers in amounts that reflect the consideration to which the entities expect to be entitled in exchange for those goods or services. The model includes a contract-based five-step analysis of transactions to determine when and how much revenue is recognized and is focused on transfer of control. SFAS 72 also includes enhanced disclosures about revenue and provides guidance for transactions that were not previously addressed comprehensively.

c. SFAS 73, "Leases" introduces a single, on-balance sheet lease accounting model for lessees. A lessee recognizes a right-of-use asset representing its right to use the underlying asset and a lease liability representing its obligation to make lease payments. There are optional exceptions for short-term leases and leases of low-value items. Lessor accounting remains similar to current practice – i.e. lessors continue to classify leases as finance or operating leases.

BUSINESS CONTINUITY

The Company did not foresee any significant event that may have impact on the continuity of the business. The assumption used by the management can be found at the Board of Directors Report and the Board of Commissioners Report where Board of Commissioners and Board of Directors have summarised the business performance of the latest financial year as well as their view on business prospect.

TATA KELOLA PERUSAHAAN
GOOD CORPORATE GOVERNANCE

Tujuan Tata Kelola Perusahaan yang Baik 148
PURPOSE OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE

Pernyataan Komitmen pada Tata Kelola Perusahaan yang Baik 149
STATEMENT OF COMMITMENT TO CORPORATE GOVERNANCE IMPLEMENTATION

Dasar-Dasar bagi Implementasi dan Pengembangan GCG 150
BASIS FOR GCG IMPLEMENTATION AND DEVELOPMENT

Memperkuat Implementasi GCG 151
STRENGTHENING GCG IMPLEMENTATION

Penilaian Implementasi Tata Kelola Perusahaan di Tahun 2017 152
ASSESSMENT OF CORPORATE GOVERNANCE IMPLEMENTATION IN 2017

Struktur dan Mekanisme Tata Kelola Perusahaan 153
CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE AND MECHANISMS

Rapat Umum Pemegang Saham 154
THE GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

Dewan Komisaris 172
THE BOARD OF COMMISSIONERS

Direksi 179
THE BOARD OF DIRECTORS

Komite-Komite 192
COMMITTEES

Transaksi Dengan Pihak Berelasi 200
RELATED PARTY TRANSACTIONS

Sekretaris Dewan Komisaris 200
BOARD OF COMMISSIONERS' SECRETARY

Sekretaris Perusahaan 201
CORPORATE SECRETARY

Unit Internal Audit 205
INTERNAL AUDIT

Audit Eksternal 209
EXTERNAL AUDIT

Manajemen Risiko 210
RISK MANAGEMENT

Keamanan TI 217
IT SECURITY

Pengendalian Internal 219
INTERNAL CONTROL

Material Litigasi 221
MATERIAL LITIGATION

Sanksi Administratif 221
ADMINISTRATIVE SANCTION

Akses ke Informasi 222
ACCESS TO INFORMATION

Pedoman Perilaku 222
CODE OF CONDUCT

Sistem Pelaporan 229
WHISTLEBLOWER SYSTEM

Program Kepemilikan Saham 232
SHARE OWNERSHIP PROGRAM

Keberagaman Dewan Komisaris dan Direksi 232
DIVERSITY OF THE BOARD OF COMMISSIONERS AND BOARD OF DIRECTORS

Pengadaan Barang dan Jasa 233
PROCUREMENT OF GOODS AND SERVICES

Pelaksanaan Penerapan Aspek dan Prinsip Tata Kelola Perusahaan Sesuai Ketentuan OJK 236
IMPLEMENTATION OF CORPORATE GOVERNANCE ASPECTS AND PRINCIPLES IN COMPLIANCE WITH OJK PROVISIONS

Disajikan sesuai dengan Kriteria Annual Report Award (ARA) Tahun 2016
Presented in accordance with the 2016 Annual Report Award (ARA) Criteria

Tujuan Tata Kelola Perusahaan yang Baik

PURPOSE OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE

Perseroan berkomitmen untuk melindungi kepentingan seluruh pemangku kepentingan dan meningkatkan nilai bagi para pemegang saham. Agar dapat mencapai tujuan tersebut, kami menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan secara konsisten pada seluruh operasi bisnis kami. Bagi Perseroan, tujuan pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan yang Baik adalah untuk:

1. Mendukung pencapaian visi dan misi jangka panjang Perseroan;
2. Memastikan efektifitas dan efisiensi kegiatan operasional dan pengawasan bisnis;
3. Meningkatkan nilai yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan; dan
4. Meningkatkan daya saing Perseroan dalam industri.

Dalam pelaksanaannya, kami menegakkan lima prinsip dasar tata kelola perusahaan yang baik, sebagai berikut:

1. TRANSPARANSI

Perseroan berinisiatif untuk secara konsisten memberikan informasi yang jelas dan relevan kepada para pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya dan sebagaimana diwajibkan untuk mematuhi undang-undang dan peraturan yang berlaku.

2. AKUNTABILITAS

Perseroan bertanggung jawab atas segala keputusan dan tindakan yang diambil dan memastikan pengelolaannya berjalan dengan baik, adil, dan terukur sesuai dengan kepentingan para pemangku kepentingan.

3. TANGGUNG JAWAB

Perseroan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan bertindak secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, sehingga bisnis dapat berkembang secara berkelanjutan.

4. INDEPENDENSI

Perseroan dikelola secara profesional tanpa adanya benturan kepentingan dan tanpa tekanan atau intervensi dari pihak manapun.

5. KEADILAN

Perseroan memastikan perlakuan yang setara dan adil dalam memenuhi hak pemangku kepentingan, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

The Company is committed to protecting the interests of all our stakeholders and increasing value to the shareholders, and in order to achieve this, we consistently apply the principles of good corporate governance in all our business operations. Thus, for the Company, the purposes of Good Corporate Governance are to:

1. Support the achievement of the Company's long-term vision and mission;
2. Ensure the effective and efficient operation and monitoring of the business;
3. Enhance sustainable value for our stakeholders; and
4. Increase the Company's competitiveness within the industry.

To achieve these objectives, we strive to uphold the five core principles of good corporate governance, as follows:

1. TRANSPARENCY

The Company takes the initiative to consistently provide clear and relevant information to the shareholders and other stakeholders and as required to comply with the laws and regulations.

2. ACCOUNTABILITY

The Company is responsible for the decisions and actions it takes and ensuring that they are managed properly, fairly, and measurably in accordance with the interests of the stakeholders.

3. RESPONSIBILITY

The Company complies with the prevailing laws and regulations, and acts responsibly with regard to society and the environment, so that the business can grow sustainably.

4. INDEPENDENCE

The Company is professionally managed without any conflicts of interest and without any pressure or intervention from any parties.

5. FAIRNESS

The Company ensures equal and fair treatment in fulfilling the rights of the stakeholders, in accordance with prevailing laws and regulations.

Pernyataan Komitmen pada Implementasi Tata Kelola Perusahaan

STATEMENT OF COMMITMENT TO CORPORATE GOVERNANCE IMPLEMENTATION

Perseroan memiliki tujuan untuk memberikan nilai yang optimal bagi para pemangku kepentingan. Kami percaya bahwa hanya melalui penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG), kami akan mencapai tujuan tersebut. Perubahan besar-besaran yang terjadi pada pasar global maupun dalam negeri, serta perubahan dalam cara berbisnis yang telah terjadi dalam beberapa tahun terakhir ini, menggarisbawahi pentingnya tata kelola perusahaan yang baik untuk menunjang kelangsungan bisnis Perseroan dalam jangka panjang. Karena itulah kami berkomitmen untuk terus melakukan perbaikan dalam sistem dan praktik tata kelola kami sesuai dengan standar, *scorecards*, dan praktik terbaik yang ada, baik pada tataran lokal, regional maupun global. Komitmen ini ditegakkan di semua tingkat organisasi dengan dipimpin oleh Direksi.

The Company's goal is to deliver optimal value to our stakeholders, and we believe that implementing Good Corporate Governance (GCG) will enable us to achieve that goal. The profound changes in global and local markets and in the way business is conducted that have taken place in recent years underline the importance of good governance to sustain the Company's business over the long term. For this reason, we are committed to making continuous improvements in our governance systems and practices in line with local, regional and global standards, scorecards, and best practices. This commitment is upheld Company-wide, led by the Board.

Komitmen dalam melaksanakan Tata Kelola Perusahaan yang Baik, tercermin dalam tindakan kami yang secara konsisten menerapkan prinsip dan praktik tata kelola perusahaan yang baik pada semua tingkat dalam Perseroan, membangun kesadaran karyawan, mencontohkan dan melakukan berbagai macam pelatihan terkait. Beragam kegiatan yang disebarluaskan melalui rapat Direksi, pertemuan *town hall* karyawan, rapat tim, lokakarya dan media komunikasi internal kami, dijelaskan lebih lanjut di bagian 'Kode Etik' pada halaman 222 dari Laporan Tahunan ini.

This commitment is reflected in our ongoing actions to embed good corporate governance principles and practices at all levels of the Company, through awareness raising, modelling and training. These activities, which are disseminated through Board meetings, town hall meetings, team meetings, workshops and our internal communications media, are described further in the 'Code of Conduct' section on page 222 of this Annual Report.

Perseroan memiliki kerangka tata kelola perusahaan yang mengatur hubungan antara Perseroan dengan pemegang saham dan pemangku kepentingannya, serta hubungan antara Rapat Umum Pemegang Saham, Dewan Komisaris dan Direksi. Kerangka ini terdiri dari kebijakan, struktur dan sistem yang mengatur pengambilan keputusan, akuntabilitas, kepatuhan, serta aset dan manajemen risiko. Keseluruhannya dirancang untuk mendukung pertumbuhan Perseroan yang berkesinambungan, sejalan dengan tujuan keuangan, sosial dan lingkungan kami.

The relationships between the Company and its shareholders and stakeholders, and the relationships between the General Meeting of Shareholders, the Board of Commissioners and the Board of Directors, are defined by the Company's corporate governance framework. This framework comprises the policies, structures and systems that govern decision making, accountability, compliance and asset and risk management. They are designed to support the continued growth of the Company in line with our financial, social and environmental objectives.

Standar tata kelola dan pedoman Perseroan untuk penerapan tata kelola perusahaan ditetapkan dalam Prinsip Bisnis dan Aturan Kebijakan (Keduanya disebut sebagai 'Kode Etik'), dengan penyesuaian terbaru yang telah disetujui dalam Rapat Integritas Bisnis Perusahaan pada tanggal 24 Mei 2016.

The Company's governance standards and guidelines for the implementation of corporate governance are set out in the Code of Business Principles and the Code Policies (together referred to as 'the Code'), the most recent update of which was approved at the Company's Business Integrity Meeting on 24 May 2016.

Dasar-Dasar Implementasi dan Pengembangan GCG

BASIS FOR GCG IMPLEMENTATION AND DEVELOPMENT

Implementasi tata kelola perusahaan yang dilakukan Perseroan memiliki dasar hukum dan kebijakan yang kuat, mencakup undang-undang, peraturan, dan pedoman berikut ini:

- Undang-undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (Undang-undang Perseroan)
- Undang-undang No. 8/1995 tentang Pasar Modal.
- Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 30/SEOJK.04/2016 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten dan Perusahaan Publik;
- Peraturan OJK No.21/POJK.04/2015 tanggal 16 November 2015 tentang Penerapan Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka;
- Peraturan OJK No.32/SeOJK.04/2014 tentang tentang Rencana dan Organisasi Rapat Umum Pemegang Saham di Perusahaan Publik;
- Peraturan OJK No.33/SeOJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten dan Perusahaan Publik;
- Pedoman Tata Kelola Perusahaan yang dikeluarkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG).
- ASEAN Corporate Governance Scorecard.

Dalam melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik, Perseroan juga didukung dan dipandu oleh dokumen internal berikut ini:

1. Pedoman Prinsip-Prinsip Bisnis dan Pedoman Kebijakan (Kode Etik) Unilever;
2. Anggaran Dasar;
3. Piagam Dewan Komisaris dan Direksi
4. Piagam Komite Audit dan Audit Internal;
5. Kebijakan Pasokan yang Bertanggung Jawab, dan Kode etik Pertanian Berkelanjutan (USAC);
6. Kebijakan Perlindungan Kreditor;
7. Kebijakan Kewajiban Keluar yang Tepat;
8. Kebijakan Komunikasi Pemegang Saham;
9. Kebijakan Mitra Bisnis yang Bertanggung Jawab;
10. Kebijakan Transaksi Pihak Terkait.

Semua dokumen di atas tersedia dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia pada situs kami: www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tata-kelola/.

Kami mewajibkan seluruh karyawan baru untuk menandatangani sebuah deklarasi komitmen terhadap Pedoman Prinsip-Prinsip Bisnis dan Pedoman Kebijakan Unilever. Kami mengingatkan kembali komitmen mereka setiap tahunnya, sekaligus mendorong mereka untuk menandatangani Ikrar Integritas. Semua karyawan pada tingkat manajer ke atas wajib menandatangani Ikrar Integritas ini.

The Company's implementation of corporate governance has a robust legal and policy foundation that includes the following laws, regulations and guidelines:

- Law No. 40/2007 on Limited Liability Companies ('the Company Law');
- Law No.8/1995 on the Capital Market.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK)/Financial Services Authority (FSA) Circular Letter No. 30/SEOJK.04/2016 on the Form and Contents of Annual Reports Filed by Issuers or Public Companies;
- OJK Regulation No.21/POJK.04/2015 dated 16 November 2015 on the Implementation of the Governance Guidelines for Listed Companies;
- OJK Regulation No.32/POJK.04/2014 on the Plans and Organisation of the General Meeting of Shareholders in a Public Company;
- OJK Regulation No.33/POJK.04/2014 on the Board of Directors and Board of Commissioners of Issuers and Public Companies;
- The Good Corporate Governance Guidelines issued by the National Committee on Governance Policy (KNKG).
- The ASEAN Corporate Governance Scorecard.

The Company's good corporate governance is also underpinned and guided by the following internal documents:

1. The Unilever Code of Business Principles and the Code Policies (the Code);
2. The Articles of Association;
3. The Charters of the Board of Commissioners and Board of Directors;
4. The Charters of the Audit Committee and Internal Audit;
5. The Responsible Sourcing Policy and Sustainable Agriculture Code (USAC);
6. The Creditor protection policy;
7. The Outwardly Appropriate Obligation Policy;
8. The Shareholders' Communication Policy;
9. The Responsible Business Partner Policy;
10. The Related Party Transactions Policy.

All the above documents are available in English and Indonesian on our website www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tata-kelola/.

All new employees are required to sign a declaration of commitment to Unilever's Code of Business Principles and Code Policies, which is then refreshed annually. When refreshing their commitment to the Code, employees are also encouraged to sign the Integrity Pledge. For everyone at manager level and above, signing the Integrity Pledge is mandatory.

Memperkuat Implementasi GCG

STRENGTHENING GCG IMPLEMENTATION

Perseroan berkomitmen untuk terus menyempurnakan tata kelola perusahaan pada seluruh lini bisnis, sejalan dengan perkembangan praktik terbaik di tingkat nasional, regional maupun global. Pada tahun 2017, kami melakukan penilaian mandiri terhadap penerapan tata kelola perusahaan dengan menggunakan ASEAN Corporate Governance Scorecard, yang merupakan instrumen yang dikembangkan oleh ASEAN Capital Market Forum (ACMF) berdasarkan Prinsip Tata Kelola Perusahaan OECD. Hasil penilaian ini kemudian dinilai dan ditinjau secara eksternal oleh Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD), dan kami telah menggunakannya sebagai ukuran obyektif kinerja tata kelola perusahaan kami dan sebagai alat untuk mengimplementasikan dan memperbaiki praktik GCG sehari-hari. Hasil penilaian ini kami sajikan pada bagian selanjutnya.

Sepanjang tahun ini kami mengambil beberapa tindakan untuk memperkuat kerangka kerja, kebijakan dan implementasi GCG kami. Tindakan tersebut mencakup hal-hal sebagai berikut:

- Mengubah Piagam Direksi untuk memastikan kepatuhan yang lebih baik terhadap peraturan OJK;
- Melaksanakan penilaian mandiri secara terus menerus dan menyeluruh dengan menggunakan ASEAN Good Corporate Governance Scorecard;
- Menyelaraskan praktik tata kelola perusahaan dengan meningkatkan pengungkapan berdasarkan Peraturan Bapepam LK.X.K.6;
- Mengadakan sesi penyegaran terkait Prinsip Bisnis dan Pedoman Kebijakan;
- Menerbitkan Kebijakan Perlindungan Kreditor;
- Menerbitkan Kebijakan Komunikasi Pemegang Saham;
- Menerbitkan Kebijakan Transaksi Pihak Berelasi.

The Company is committed to the continuous improvement of corporate governance across the business in line with the development of national, regional and global best practice. In 2017, we conducted a self-assessment of our governance implementation using the ASEAN Corporate Governance Scorecard, an instrument developed by the ASEAN Capital Market Forum (ACMF) based on the OECD Principles of Corporate Governance. The results were externally assessed and reviewed by the Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD), and we have used them both as an objective measure of our corporate governance performance and as a tool for implementing and improving GCG practice on a day-to-day basis. The results are presented in the next section.

During the year we took several other actions to strengthen our GCG framework, policy and implementation. They included the following:

- Amended the Board of Directors' Charter to ensure better compliance with OJK regulations;
- Undertook continuous, comprehensive self-assessment using the ASEAN Good Corporate Governance Scorecard;
- Aligned our governance practices by improving our disclosure based on Bapepam Regulation LK.X.K.6;
- Held refresher sessions on the Code of Business Principles and Code Policies;
- Issued a Creditor Protection Policy;
- Issued a Shareholders' Communication Policy;
- Issued a Related Party Transactions Policy.

Penilaian Implementasi Tata Kelola Perusahaan di Tahun 2017

ASSESSMENT OF CORPORATE GOVERNANCE IMPLEMENTATION IN 2017

Penerapan tata kelola perusahaan yang baik tercermin dalam upaya konsisten Perseroan untuk mematuhi peraturan dan standar yang berlaku dalam mencapai visi, misi dan nilai kami. Seperti disebutkan di atas, kami menggunakan ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) untuk menilai kinerja tata kelola perusahaan secara berkelanjutan.

Penilaian terhadap penerapan GCG dilakukan oleh Lembaga Independen, yaitu Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD) untuk parameter Scorecard Tata Kelola Perusahaan ASEAN. Di tahun 2017, atas kinerja tahun 2016 kami mencapai skor 93.02 (2015: 53.85) pada ACGS, mendapatkan predikat "sangat baik", yang menandakan bahwa praktik GCG Perseroan telah berlandaskan pada standar internasional. Hasil ini mendorong peringkat ACGS Perusahaan dari 20-30 emiten teratas di tahun 2016 menjadi 10-20 teratas di tahun 2017. Peringkat tersebut didasarkan pada informasi publik, khususnya dalam laporan tahunan serta situs web Perseroan.

Kami juga melakukan penilaian mandiri terkait kinerja GCG kami terhadap Pedoman Tata Kelola untuk Perusahaan Tercatat yang dikeluarkan oleh OJK melalui Peraturan OJK No. 21/POJK.04/2015 dan Surat Edaran OJK No. 32/SEOJK.04/2015. Kami terus memperkuat penerapan rekomendasi dalam Panduan tersebut, yang dapat dilihat di halaman 236 Laporan Tahunan ini.

The implementation of good corporate governance is reflected in the Company's consistent efforts to comply with the relevant regulations and standards in achieving our vision, mission and values. As, noted above, we use the ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) to assess our corporate governance performance on an ongoing basis.

The assessment of the implementation of GCG was carried out by an independent institution, namely the Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD) for the ASEAN Corporate Governance Scorecard parameters. In 2017, for the performance of 2016 we achieved a score of 93.02 (2016: 53.85) on the ACGS, earning the predicate of "very good", which signifies that the Company's GCG practices reflect international standards. This result pushed the Company's ACGS ranking from the top 20-30 Indonesian issuers in 2016 to the top 10-20 in 2017. Ratings are based on public information, particularly in the annual report as well as the Company's website.

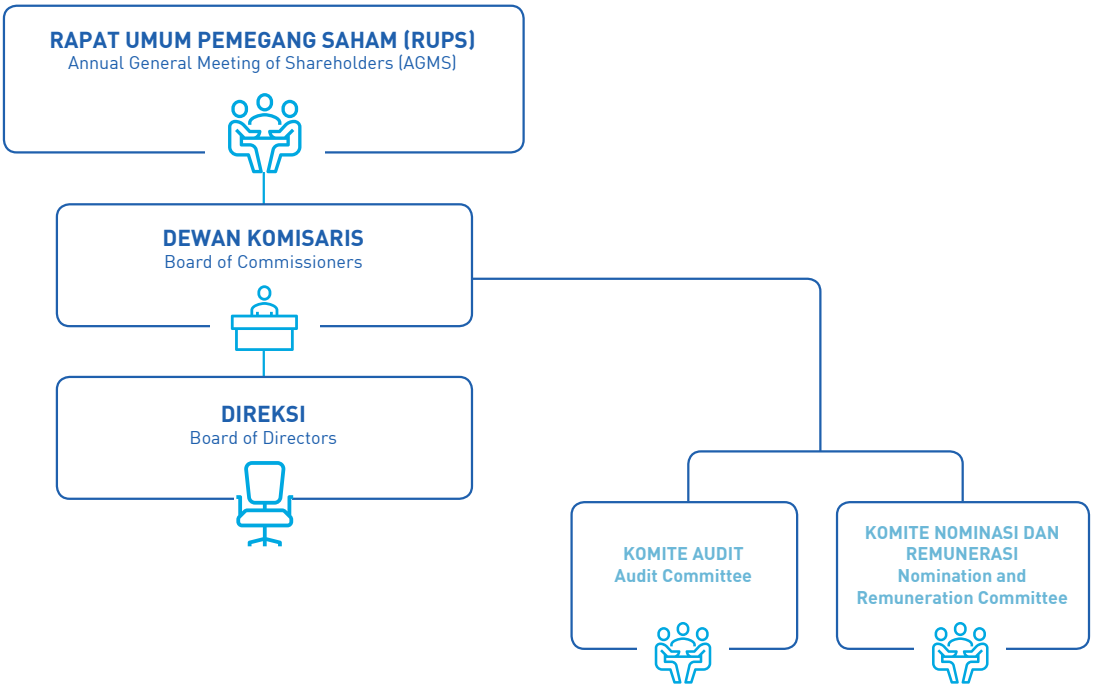
We also self-assessed our GCG performance against the Governance Guidelines for Listed Companies issued by OJK through OJK Regulation No. 21/POJK.04/2015 and OJK Circular Letter No 32/SEOJK.04/2015. We have continued to strengthen our implementation of the recommendations in the Guidelines, which can be seen on page 236 of this Annual Report.

Struktur dan Mekanisme Tata Kelola Perusahaan

CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE AND MECHANISMS

Seperti dipersyaratkan oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dan sebagaimana tercantum dalam Anggaran Dasar Unilever Indonesia, Perseroan terdiri dari tiga organ perusahaan utama, yang saling berdiri sendiri: Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris (BoC) dan Direksi (BoD). Dewan Komisaris (BoC) dan Direksi (BoD) bertanggung jawab kepada RUPS. Ketiga organ ini bertanggung jawab untuk membangun kerangka kerja tata kelola perusahaan yang baik, dan untuk memimpin pelaksanaan GCG dengan bantuan Sekretaris Perusahaan dan Komite di bawah Dewan Komisaris.

In compliance with Law No. 40/2007 on Limited Liability Companies, and as stated in Unilever Indonesia's Articles of Association, the Company comprises three main corporate organs, which are mutually independent: the General Meeting of Shareholders (GMS), the Board of Commissioners (BoC) and the Board of Directors (BoD). The Board of Commissioners (BoC) and the Board of Directors (BoD) are both accountable to the GMS. These three organs are responsible for establishing the framework for good corporate governance, and for leading its GCG implementation with the assistance of the Corporate Secretary and the Committees under the Board of Commissioners.



Kerangka kerja tata kelola perusahaan yang baik ini didukung oleh beberapa mekanisme yang saling melengkapi untuk memastikan bahwa tata kelola perusahaan diterapkan secara efektif dan konsisten di seluruh lini operasional kami dan oleh seluruh karyawan di dalam organisasi. Mekanisme tersebut antara lain sistem pengendalian internal, sistem manajemen risiko, audit internal dan eksternal, Kode Etik, Anggaran Dasar, Kode Mitra Bisnis Unilever, manajemen sistem mutu, dan prosedur operasi standar dan proses bisnis kami.

This good corporate governance framework is supported by several mechanisms that work in a complementary manner to ensure that corporate governance is applied effectively and consistently across our operations and by everyone in the organisation. The mechanisms are, among others, the internal control system, the risk management system, the internal and external audits, the Code, the Articles of Association, the Unilever Code of Business Partners, quality system management, and our standard operating procedures and business processes.

Rapat Umum Pemegang Saham

THE GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) adalah otoritas tertinggi di Perseroan, dan oleh karenanya memiliki hak untuk mengangkat dan memberhentikan Komisaris dan Direksi serta meminta pertanggungjawaban mereka atas pengelolaan Perseroan. Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) merupakan kesempatan utama bagi Pemegang Saham untuk memberikan keputusan mengenai hal-hal terkait bisnis dan operasional Perseroan, termasuk persetujuan laporan keuangan dan laporan keuangan Perseroan, pembayaran dividen dan pembagian keuntungan, jumlah remunerasi Direksi dan Komisaris, pengangkatan auditor independen, perubahan Anggaran Dasar, dan pendelegasian wewenang kepada Direksi untuk menindaklanjuti hal-hal yang dibahas dan disetujui dalam RUPST.

Sesuai dengan Peraturan OJK No. 32/POJK.04/2014 tentang Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan Terbuka, RUPS harus diselenggarakan paling lambat enam bulan setelah akhir tahun anggaran.

RUPST Perseroan pada tahun 2017 diselenggarakan pada tanggal 20 Juni 2017 di Kantor Pusat Perseroan, Grha Unilever, Green Office Park Kav 3, Jalan BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang, Banten 1534.

RUPST dihadiri oleh para pemegang saham dan/atau kuasanya yang mewakili sebanyak 7.027.113.231 saham atau setara dengan 92,0985% dari jumlah saham dengan hak suara sah yang dikeluarkan oleh Perseroan. Ketentuan kuorum RUPS, sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar Perseroan, oleh karena itu telah dipenuhi, dan RUPS tersebut sah dan dapat mengambil keputusan yang mengikat.

The General Meeting of Shareholders (GMS) is the highest authority in the Company, and as such has the right to appoint and dismiss the Commissioners and Directors and hold them accountable for the management of the Company. The Annual General Meeting of Shareholders (AGMS) is the principal opportunity for the Shareholders to pass resolutions on matters relating to the Company's business and operations, including the approval of the Company's financial statements and Annual Report, the payment of dividends and distribution of profits, the amount of the Directors' and Commissioners' remuneration, 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.

In compliance with OJK Regulation No. 32/POJK.04/2014 on the Planning and Organisation of the General Meeting of Shareholders of a Public Company, the AGMS must be convened no later than six months after the end of the fiscal year.

The Company's 2017 AGMS was held on 20 June 2017 at the Company's Head Office, Grha Unilever, Green Office Park Kav 3, Jalan BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang, Banten 1534.

The AGMS was attended by shareholders and/or their proxies representing 7,027,113,231 shares, or equivalent to 92.0985% of the total shares with valid voting rights issued by the Company. The provisions of the GMS quorum, as stipulated in the Company's Articles of Association, were therefore duly met, and the AGMS was legitimate and able to take binding decisions.

SEBELUM RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM

Pengumuman penyelenggaraan RUPS Perseroan dimuat di dua surat kabar terkemuka (Bisnis Indonesia dan Investor Daily), di situs Perseroan, media sosial (Twitter) dan situs web Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta situs Bursa Efek Indonesia. Pengumuman penyelenggaraan RUPST 2017 diumumkan pada tanggal 28 April 2017 dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.

Pemanggilan dan undangan RUPS kepada Pemegang Saham untuk menghadiri RUPS juga dimuat di dua surat kabar terkemuka (Bisnis Indonesia dan Investor Daily), di situs Perseroan, media sosial (Twitter) dan situs web Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta situs Bursa Efek Indonesia. Undangan menentukan secara spesifik pihak yang berhak menghadiri RUPS, agenda dan prosedur untuk memberikan kuasa pada pemungutan suara. Pemanggilan RUPST 2017 dipublikasikan pada tanggal 23 Mei 2017 dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.

BEFORE GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS DAY

The announcement of the GMS was published in two leading newspapers (Bisnis Indonesia and Investor Daily), on the Company's website , social media (Twitter) and on the Financial Services Authority (OJK) and Indonesia Stock Exchange websites. The announcement of the 2017 AGMS was published on 28 April 2017 in Indonesian and English.

The summons and invitation to Shareholders to attend the GMS were also posted in two leading newspapers (Bisnis Indonesia and Investor Daily), on the Company's website , social media (Twitter) and on the Financial Services Authority (OJK) and Indonesia Stock Exchange websites. The invitation specified who was entitled to attend the AGMS, the agenda and the procedures for voting by proxy. The summons to the 2017 AGMS was published on 23 May 2017 in Indonesian and English.

Tanggal pengumuman dan pemanggilan serta penyampaian informasi RUPS telah memenuhi ketentuan yang berlaku, baik Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Peraturan No. 32/ POJK.04/2014 maupun ASEAN GCG.

The date of the announcement and the summons as well as the submission of information on the GMS complied with the applicable provisions; the Regulation of OJK Regulation No. 32/ POJK.04/2014 and ASEAN GCG.

Aturan RUPS dibagikan sebelum RUPS diselenggarakan, dan juga diunggah di situs kami. Materi untuk rapat tersedia di kantor pusat Perseroan selama jam kerja dan juga di situs web sejak tanggal pemberitahuan RUPS dan termasuk pada hari Rapat. Untuk agenda pengangkatan Direktur baru dan auditor independen baru, kami mengungkapkan profil anggota Direksi atau calon auditor independen dalam materi rapat.

The rules of the GMS are distributed before the GMS is held, and they are also uploaded on our website. The material for the meeting is available in the Company's head office during business hours and also on the website from the notification date of the GMS up and including the day of the Meeting. For the appointment of a new Director or new independent auditor, we disclose of the profile of board members or independent auditor candidates in the meeting materials.

Perseroan memberikan keterangan dan penjelasan untuk setiap hal dalam agenda/ keputusan dalam pemberitahuan/surat edaran RUPS/atau pernyataan yang menyertainya. Perseroan memberi kesempatan kepada pemegang saham untuk mengajukan usulan materi dalam agenda RUPS, yang tertuang dalam pengumuman rapat. Setiap usulan dari pemegang saham akan ditambahkan ke dalam materi rapat jika memenuhi persyaratan Anggaran Dasar Perseroan dan sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 12 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Peraturan No. 32/POJK.04/2014 tentang Perencanaan dan Organisasi dan Pelaksanaan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan Publik. Materi rapat tersedia di Kantor Pusat dan di situs kami.

The Company provides the rationale and explanation for each agenda item/resolution in the GMS notice/circulars and/or accompanying statement. The Company gives the opportunity for shareholders to propose items for the agenda of the GMS. This is stipulated in the meeting announcement. Any proposal from the shareholders of the Company shall be added in the meeting materials if it meets the requirements of the Company's Articles of Association and the provisions of Article 12 of the Regulation of OJK Regulation No. 32/POJK.04/2014 on the Planning and Organisation of the General Meeting of Shareholders of a Public Company. Meeting materials are made available at the Head Office and on our website.

Perseroan telah melakukan beberapa langkah untuk meningkatkan kehadiran dan partisipasi pemegang saham melalui cara-cara di bawah ini:

1. Mengumumkan RUPS secara publik di 2 (dua) surat kabar, di situs web dan media sosial (Twitter) Perseroan;
2. Publikasi mengenai Kebijakan Komunikasi pemegang saham di situs web;
3. Menyediakan bis dari stasiun kereta ke Lokasi RUPS untuk memudahkan pemegang saham menghadiri pertemuan;
4. Anggota Dewan Komisaris, Direksi, manajemen senior serta auditor eksternal Perseroan hadir di RUPS untuk menanggapi pertanyaan atau kekhawatiran yang mungkin dimiliki pemegang saham.

The Company has taken some measures to encourage greater shareholder attendance and participation in the form of the following:

1. Publicly announcing the meeting in 2 (two) newspapers, on the Company's website and on social media (Twitter);
2. Publishing the Shareholders' Communication Policy on the website;
3. Providing a shuttle bus from the train station to the GMS venue to facilitate shareholders' attendance at the meeting;
4. Members of the Board of Commissioners, Board of Directors, senior management as well as the external auditors of the Company are present at the AGM to address any questions or concerns that shareholders may have.

HARI PELAKSANAAN RUPS

ON GMS DAY

Agenda Rapat menyatakan bahwa pada akhir pembahasan agenda rapat, Ketua Rapat memberikan kesempatan kepada pemegang saham atau kuasanya untuk mengajukan pertanyaan dan/atau pendapat mengenai agenda tersebut.

The Meeting Agenda states that at the end of the discussion of said agenda, the Chairman of the Meeting gives an opportunity to the shareholders or their proxies present at the Meeting to put forward questions and/or opinions regarding the agenda.

Jumlah pertanyaan yang diajukan dan dijawab, dicatat dalam hasil keputusan setiap Rapat, yang dapat ditemukan pada situs perseroan kami.

The number of questions asked and answered is recorded in the resolutions of each Meeting, which can be found on our corporate website.

Auditor independen, notaris, biro administrasi efek, dan penasihat hukum Perseroan hadir dalam RUPS.

PROSEDUR PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Sebagaimana dinyatakan dalam paragraf 15.8 Pasal 15 Anggaran Dasar Perseroan, dan dalam Aturan Pelaksanaan Rapat yang dibagikan kepada pemegang saham atau kuasanya pada Rapat, keputusan diambil secara konsensus. Apabila gagal, keputusan harus disetujui oleh mayoritas suara afirmatif lebih dari 1/2 (setengah) suara yang dimasukan secara sah pada Rapat tersebut. Jumlah suara yang dimiliki oleh seorang pemegang saham mempertimbangkan jumlah saham yang dimilikinya ("Poll vote").

PEMUNGUTAN SUARA

Ketua Rapat akan menanyakan apakah ada pemegang saham dan/atau kuasanya yang tidak menyetujui usulan yang sedang dipertimbangkan atau yang memilih abstain dalam pemungutan suara. Sesuai dengan Pasal 15.7 Anggaran Dasar Perseroan, abstain akan dianggap memberikan suara sama dengan suara yang dikeluarkan oleh mayoritas pemegang saham yang memberikan suara. Semua hasil pemungutan suara divalidasi oleh pihak independen (notaris publik). Pemungutan suara yang berkaitan dengan seseorang (misalnya, dalam pengangkatan Direksi) dilakukan melalui pemungutan suara tertutup.

PASCA RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM

Hasil RUPS dan risalah rapat dipublikasikan di dua surat kabar (Bisnis Indonesia dan Investor Daily), di situs Perseroan, media sosial (Twitter) dan situs web Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta situs web Bursa Efek Indonesia. Risalah RUPST 2017 diumumkan pada tanggal 21 Juni 2017 dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.

KEBIJAKAN DIVIDEN

Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan, pembayaran dividen interim dapat ditetapkan dalam rapat Direksi untuk kemudian bersama-sama dengan dividen final disahkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST). Perseroan membayar dividen (interim dan final) dengan cara yang adil dan tepat waktu, di mana semua pemegang saham diperlakukan sama dan dibayar dalam waktu 30 hari setelah dinyatakan memenuhi syarat untuk mendapatkan dividen. Dividen dapat dibayarkan sesuai dengan kemampuan keuangan Perseroan dengan berdasarkan keputusan yang diambil dalam Rapat Umum Pemegang Saham. Dividen per setiap saham dibayarkan kepada orang yang namanya terdaftar dalam Daftar Pemegang Saham pada hari kerja yang akan ditentukan oleh atau atas wewenang Rapat Umum Pemegang Saham. Pembagian dividen selengkapnya dapat dilihat di Tinjauan Keuangan pada halaman 139 Laporan Tahunan ini.

Hasil RUPST dan RUPS Luar Biasa yang diselenggarakan pada tahun 2016 dan 2017 disajikan di bawah ini:

The Company's independent auditor, public notary, share registrar and legal advisor also attended the GMS.

RESOLUTION PROCEDURE

As stated in paragraph 15.8 Article 15 of the Company's Articles of Association, and in the Meeting Rules of Conduct distributed to the shareholders and their proxies at the Meeting, a resolution shall be adopted on a consensus basis. Failing this, a resolution shall be adopted by the majority of affirmative votes of more than 1/2 (half) of the votes validly cast at the Meeting. This process takes into account the number of shares that a voter has ("a Poll vote").

VOTING

The Chairman of the Meeting will ask whether there are any shareholders and/or proxies of shareholders who are against the proposal under consideration or who are abstaining from voting. Pursuant to Article 15.7. of the Company's Articles of Association, abstentions shall be assumed to vote as the votes issued by the majority of the shareholders who vote. All voting results are validated by an independent party (public notary). Voting related to a person (for example, the appointment of a Director) is conducted via closed voting.

AFTER GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS DAY

The results of the GMS and the minutes of the meeting are published in two newspapers (Bisnis Indonesia and Investor Daily), on the Company's website, social media (Twitter) and on the Financial Services Authority (OJK) and Indonesia Stock Exchange websites. The minutes of the 2017 AGMS were posted on 21 June 2017 in Indonesian and English.

DIVIDEND POLICY

According to Unilever Indonesia'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). The Company paid the interim and final dividends in an equitable and timely manner, wherein all shareholders were treated equally and paid within 30 days after being declared eligible for dividends. Dividends may be paid only in accordance with the financial capabilities of the Company, based on the decision taken in the General Meeting of Shareholders. Dividends for one share shall be paid to the person on whose behalf the shares are listed in the Shareholder Register on a working day to be determined by or on the authority of the General Meeting of Shareholders. The Dividend distribution can be seen in the Financial Review on page 139 of this Annual Report.

The results of the AGMS and EGMS held in 2016 and 2017 are presented below:

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM TAHUN 2016

Rapat Umum Tahunan Unilever Indonesia 2016 diadakan pada 14 Juni 2016, dengan agenda dan keputusan sebagai berikut:

ANNUAL GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS 2016

Unilever Indonesia's 2016 Annual General Meeting was held on 14 June 2016. The agenda and resolutions were as follows:

RUPST 14 Juni 2016/AGMS 14 June 2016

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPST AGMS Resolution	REALISASI Realization
Agenda 1 First Agenda	1. Mengesahkan Laporan Keuangan Perseroan dan menyetujui Laporan Tahunan Perseroan termasuk Laporan Tugas Pengawasan Dewan Komisaris Perseroan dan Laporan Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perseroan untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2015. To ratify the Financial Statements of the Company and to approve the Annual Report of the Company including the Report on the Supervisory Duties of the Board of Commissioners of the Company and Report on the Company's Social Responsibility Activities for the accounting year ended on 31 December 2015;	Telah direalisasikan Has been realized
	2. Membebaskan sepenuhnya para anggota Direksi dari seluruh tanggung jawab atas seluruh tindakan pengelolaan dan pelaksanaan kewenangan mereka serta kepada para anggota Dewan Komisaris Perseroan atas semua tindakan pengawasan yang mereka lakukan selama tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2015 sepanjang tindakan tersebut tercermin dalam Laporan Keuangan Perseroan yang disahkan dan Laporan Tahunan Perseroan yang disetujui. To give full acquittal and discharge to the members of the Board of Directors of the Company for their managerial actions and performance of their authorities and to the members of the Board of Commissioners of the Company for their supervisory actions during the accounting year ended on 31 December 2015 to the extent such actions are reflected in the ratified Annual Accounts of the Company and in the approved Annual Report of the Company;	
	3a. Membagikan dividen final dari laba bersih Perseroan untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2015 sejumlah Rp424,- (Empat Ratus Dua Puluh Empat Rupiah) per saham atau keseluruhannya berjumlah Rp3.235.120.000.000 (Tiga Triliun Dua Ratus Tiga Puluh Lima Miliar Seratus Dua Puluh Juta Rupiah) ("Dividen Final"), kepada pemegang/pemilik 7.630.000.000 (tujuh miliar enam ratus tiga puluh juta) saham Perseroan yang namanya tercatat dalam Daftar Pemegang Saham Perseroan pada tanggal 24 Juni 2016 pukul 16:00 Waktu Indonesia Barat ("Pemegang Saham Yang Berhak"), dengan memperhatikan peraturan PT Bursa Efek Indonesia untuk perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia, dengan catatan bahwa untuk saham Perseroan yang berada dalam penitipan kolektif, berlaku ketentuan sebagai berikut: - Cum Dividen Tunai di Pasar Reguler dan Negosiasi pada tanggal 21 Juni 2016; - Ex Dividen di Pasar Reguler dan Negosiasi pada tanggal 22 Juni 2016; - Cum Dividen di Pasar Tunai pada tanggal 24 Juni 2016; dan - Ex Dividen di Pasar Tunai pada tanggal 27 Juni 2016. To distribute final dividend for the accounting year ended on 31 December 2015 in the amount of IDR 424 (four hundred twenty-four Rupiah) per share or in total IDR 3.235.120.000.000 (three trillion two hundred and thirty-five billion one hundred and twenty million Rupiah) ("Final Dividend") to the holders/owners of 7,630,000,000 (seven billion and six hundred thirty million) shares of the Company, whose names are recorded in the Register of Shareholders of the Company on the 24 June 2016 at 4.00 p.m. Western Indonesia Time ("Eligible Shareholders"), with due regard to the regulations of PT. Bursa Efek Indonesia for trading of shares at the Indonesia Stock Exchange, provided that for the shares in the Company which are deposited in the Collective Depository, the following provision shall prevail: - Cum Dividend at the Regular and Negotiation Markets on 21 June 2016; - Ex Dividend at the Regular and Negotiation Markets on 22 June 2016; - Cum Dividend at the Spot Market on 24 June 2016; and - Ex Dividend at the Spot Market on 27 June 2016.	

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPST AGMS Resolution	REALISASI Realization
	3b. Mengesahkan pembagian dividen interim untuk tahun buku 2015 dari laba bersih Perseroan untuk periode yang berakhir tanggal 31 Desember 2015 sebesar Rp342,- (Tiga Ratus Empat Puluh Dua Rupiah) per saham atau semuanya berjumlah Rp2.609.460.000.000,- (Dua Triliun Enam Ratus Sembilan Milyar Empat Ratus Enam Puluh Juta Rupiah) kepada pemegang/pemilik 7.630.000.000 (tujuh miliar enam ratus tiga puluh juta) saham Perseroan yang namanya tercatat dalam daftar pemegang saham Perseroan pada tanggal 4 Desember 2015 pukul 16:00 Waktu Indonesia Barat dan pembayaran dividen interim tersebut telah dilakukan pada tanggal 17 Desember 2015. To ratify the distribution of the interim dividend for the accounting year 2015 from the net profit of the Company for the period ending 31 December 2015 in the amount of IDR 342 (three hundred forty-two Rupiah) per share or in total IDR 2.609.460.000.000,- (two trillion six hundred and nine billion four hundred and sixty million Rupiah) to the holders/owners of 7,630,000,000 (seven billion six hundred thirty million) shares of the Company, whose names are registered in the register of shareholders of the Company on 4 December 2015 at 4 p.m. Western Indonesia Time and the payments of such interim dividend was effected on 17 December 2015. Dengan demikian, dividen Perseroan yang akan diterima oleh pemegang saham Perseroan untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2015 semuanya berjumlah Rp766,- (Tujuh Ratus Enam Puluh Enam Rupiah) per saham atau semuanya berjumlah Rp5.844.580.000.000,- (Lima Triliun Delapan Ratus Empat Puluh Empat Miliar Lima Ratus Delapan Puluh Juta Rupiah). Pembayaran Dividen Final kepada Pemegang Saham Yang Berhak akan dilaksanakan selambatnya pada tanggal 15 Juli 2016. Therefore, the total dividend of the Company which will be received by the shareholders of the Company for the accounting year ended on 31 December 2015 will be amounted to Rp766 (seven hundred and sixty six Rupiah) per share or in total Rp Rp5.844.580.000.000 (five trillion eight hundred and forty four billion five hundred and eighty million Rupiah). The payments of such Final Dividend will be made to the Eligible Shareholders of the Company, at the latest on 15 July 2016.	

Hasil pemungutan suara pada RUPS
The outcome of the voting of the AGM

AGENDA Agenda	SETUJU Approve	TIDAK SETUJU Disapprove	ABSTAIN Abstain	JUMLAH SETUJU + ABSTAIN Total Approve +Abstain
Agenda Pertama/ First Agenda	7.028.794.657 lembar saham/ shares (99,87%)	2.064.420 lembar saham/ shares (0,03%)	7.000.300 lembar saham/ shares (0.1%)	7.035.794.957 lembar saham/ shares (99,97%)

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan / pernyataan terkait agenda Rapat.
The number of shareholders raising questions and/or opinions with regard to the agenda of the Meeting.

	JUMLAH PEMEGANG SAHAM ATAU PROXY Number of Shareholder or Proxy	JUMLAH SAHAM YANG DIMILIKI ATAU DIWAKILI Number of Shares Owned or Represented
AGM:		
- Agenda Pertama/First Agenda	3	299.900 saham/shares

Agenda 2 **Second Agenda**	1. Memberikan kewenangan kepada Dewan Komisaris Perseroan untuk menunjuk Kantor Akuntan Publik yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan untuk mengaudit buku Perseroan untuk tahun buku yang akan berakhir pada tanggal 31 Desember 2016; dan To authorize the Board of Commissioners of the Company to designate a Firm of Public Accountants which is registered with the Financial Service Authority to audit the books of the Company for the accounting year ending on 31 December 2016; and	Telah direalisasi Has been realized
	2. Menetapkan besarnya honorarium serta persyaratan lain penunjukan Kantor Akuntan Publik tersebut. To determine the amount of honorarium and other terms of designation of such Firm of Public Accountants.	

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPST AGMS Resolution	REALISASI Realization

Hasil pemungutan suara pada RUPS
The outcome of the voting of the AGM

AGENDA Agenda	SETUJU Approve	TIDAK SETUJU Disapprove	ABSTAIN Abstain	JUMLAH SETUJU + ABSTAIN Total Approve +Abstain
Agenda Kedua/ Second Agenda	6.988.024.896 lembar saham/ shares (99,29%)	42.649.724 lembar saham/ shares (0,61%)	7.184.757 lembar saham/ shares (0,10%)	6.995.209.653 lembar saham/ shares (99,39%)

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda Rapat.
The number of shareholders raising questions and/or opinion with regard to the agenda of the Meeting.

	JUMLAH PEMEGANG SAHAM ATAU PROXY Number of Shareholder or Proxy	JUMLAH SAHAM YANG DIMILIKI ATAU DIWAKILI Number of Shares Owned or Represented
AGM:		
- Agenda Kedua/Second Agenda	0	0

Agenda Ketiga
Third Agenda

1. Memberikan kuasa dan kewenangan penuh kepada Presiden Komisaris Perseroan untuk menetapkan besarnya honorarium anggota Dewan Komisaris Perseroan untuk tahun buku yang akan berakhir pada tanggal 31 Desember 2016 dan rincian alokasinya bagi setiap anggota Dewan Komisaris Perseroan;

   To give power of attorney and full authority to President Commissioner, to determine the amount of honorarium for the members of the Board of Commissioners of the Company for the accounting year ended on 31 December 2016 and its allocations in detail.

2. Memberikan kuasa dan kewenangan penuh kepada Dewan Komisaris Perseroan untuk menetapkan besarnya remunerasi anggota Direksi Perseroan untuk tahun buku yang akan berakhir pada tanggal 31 Desember 2016 dan rincian alokasinya bagi setiap anggota Direksi Perseroan.

   To authorize the Board of Commissioners of the Company to determine the amount of remuneration for the members of the Board of Directors of the Company for the accounting year ended on 31 December 2016 and its allocation in detail.

Telah direalisasi
Has been realized

Hasil Pemungutan Suara pada RUPS
The outcome of the voting of the AGM

AGENDA Agenda	SETUJU Approve	TIDAK SETUJU Disapprove	ABSTAIN Abstain	JUMLAH SETUJU + ABSTAIN Total Approve +Abstain
Agenda Ketiga/ **Third Agenda**	7.008.383.891 lembar saham/ shares (99,58%)	15.578.509 lembar saham/ shares (0,22%)	13.896.977 lembar saham/ shares (0,2%)	7.022.280.868 lembar saham/ shares (99,78%)

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda Rapat.
The number of shareholders raising questions and/or opinions with regard to the agenda of the Meeting.

	JUMLAH PEMEGANG SAHAM ATAU PROXY Number of Shareholder or Proxy	JUMLAH SAHAM YANG DIMILIKI ATAU DIWAKILI Number of Shares Owned or Represented
AGM:		
- **Agenda Ketiga/Third Agenda**	1	2.500 lembar saham/shares

RUPSLB 14 Juni 2016/EGMS 14 June 2016

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPLB EGMS Resolution	REALISASI Realization
Agenda Pertama First Agenda	Sementara menunggu penerimaan pemberitahuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia ("Menkumham"), menyetujui perubahan tempat kedudukan Perseroan dari sebelumnya di Jakarta Selatan menjadi Kabupaten Tangerang dan karenanya, ayat 1.1 Pasal 1 Anggaran Dasar Perseroan diubah menjadi sebagai berikut: Subject to the acceptance of notification by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia ("MOLHR"), to approve the amendment of the Articles of Association of the Company regarding the change of the domicile of the Company from South Jakarta to Kabupaten Tangerang and therefore Article 1 of paragraph 1 of the Articles of Association of the Company is changed as follows: Nama dan Tempat Kedudukan Pasal 1 Perseroan terbatas ini bernama "PT. Unilever Indonesia Tbk" (selanjutnya dalam Anggaran Dasar disebut "Perseroan") dan mempunyai tempat kedudukan di Kabupaten Tangerang. Name and Domicile Article 1 This Limited Liability Company names is PT Unilever Indonesia Tbk (hereinafter referred to in these Articles of Association as the "Company") and has a place of domicile in Kabupaten Tangerang	Telah direalisasikan Has been realized
	Memberikan kuasa kepada Direksi Perseroan untuk menyatakan perubahan ketentuan dalam Anggaran Dasar Perseroan yang diputuskan pada butir 1 di atas dalam suatu akta di hadapan Notaris serta melakukan segala sesuatu yang diperlukan untuk maksud permohonan persetujuan perubahan Anggaran Dasar Perseroan tersebut kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dan mendaftarkannya dalam Daftar Perusahaan di Kantor Pendaftaran Perusahaan setempat, dan membuat perubahan dan/atau penambahan, jika disyaratkan oleh pihak yang berwenang. Kuasa ini diberikan dengan ketentuan sebagai berikut: 1. Kuasa ini diberikan dengan hak untuk melimpahkan kuasa ini kepada pihak lain; 2. Kuasa ini berlaku sejak ditutupnya Rapat ini; dan 3. Rapat setuju untuk mengesahkan semua tindakan yang dilaksanakan oleh penerima kuasa berdasarkan kuasa ini. To give power of attorney to the Board of Directors of the Company to state the amendment of the Articles of Association of the Company as resolved in point 1 above, before a notary and to conduct any necessary action in notifying the amendment of the Articles of Association of the Company to the MOLHR and to register it under the Company Registration in the local Company Registrar Office and to make any amendment and/or addition as required by the authorities. This power of attorney is given with the following conditions: 1. This power of attorney is given with the right to delegate these powers to other parties (substitution right); 2. This power of attorney shall be effective as of the closing of this Meeting; and 3. The Meeting agrees to ratify all actions taken by the attorney by virtue of this power of attorney.	

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan / pernyataan terkait agenda Rapat.
The number of shareholders raising questions and/or opinions with regard to the agenda of the Meeting.

	JUMLAH PEMEGANG SAHAM ATAU PROXY Number of Shareholder or Proxy	JUMLAH SAHAM YANG DIMILIKI ATAU DIWAKILI Number of Shares Owned or Represented
EGM:		
Agenda Pertama/First Agenda :	2	281.300 lembar saham/shares

RUPST tanggal 14 Juni 2016 dihadiri oleh:
The AGMS on 14 June 2016 was attended by the following:

Direksi/Board of Directors:
- Presiden Direktur/President Director : Hemant Bakshi;
- Direktur/Director : Debora Herawati Sadrach;
- Direktur/Director : Annemarieke Edwardine Eva de Haan;
- Direktur/Director : Enny Hartati;
- Direktur/Director : Ainul Yaqin;
- Direktur/Director : Amparo Cheung Aswin;
- Direktur/Director : Tevilyan Yudhistira Rusli;
- Direktur/Director : Willy Saelan; dan
- Direktur Independen/Independent Director : Sancoyo Antarikso.

Dewan Komisaris/Board of Commissioners:
- Presiden Komisaris/President Commissioner : Maurits Daniel Rudolf Lalisang;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Erry Firmansyah;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Cyrillus Harinowo;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Hikmahanto Juwana; dan
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Mahendra Siregar.

Pemegang Saham: 92,24% dari jumlah keseluruhan 7,630.000.000 lembar saham Perseroan hadir atau diwakili pada pertemuan tersebut.
Shareholders: 92.24% of the Company's entire amount of 7,630,000,000 shares were present or represented at the meeting.

Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa diselenggarakan pada tanggal 30 Agustus 2016, dengan agenda dan keputusan sebagai berikut:
An Extraordinary General Meeting was held on 30 August 2016, with the following agenda and decisions:

RUPSLB 30 Agustus 2016 / EGMS 30 August 2016

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPSLB EGMS Resolution	REALISASI Realization
Agenda Pertama **First Agenda**	1. Menerima pengunduran diri Bapak Ainul Yaqin dari jabatannya sebagai Direktur Perseroan terhitung sejak 1 September 2016 dan membebaskan dan melepaskan sepenuhnya atas tindakan pengelolaan dan penggunaan wewenang selama masa jabatannya sebagai Direktur Perseroan, sebagaimana tercantum dalam aturan Perseroan. To accept the resignation of Mr. Ainul Yaqin from his position as a Director of the Company, effective as of 1 September 2016 and to give full acquittal and discharge for managerial actions and the performance of authority during his term of office as a Director of the Company, to the extend such action is reflected on the books of the Company.	Telah direalisasikan Has been realized
	2. Menunjuk Bapak Vikas Gupta dan Ibu Hernie Raharja sebagai Direktur Perseroan terhitung sejak 1 September 2016; To appointment Mr. Vikas Gupta and Mrs. Hernie Raharja as Directors of the Company, effective as of 1 September 2016;	
	3. Mengukuhkan susunan Direksi Perseroan efektif sejak 1 September 2016 hingga penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan yang akan diselenggarakan pada tahun 2017, sebagai berikut: To confirm the composition of the Board of Directors of the Company effective as of 1 September 2016 until the closing of the Annual General Meeting of Shareholders to be held in 2017, as follows: **Direksi/Board of Directors:** Presiden Direktur/President Director : Bapak/Mr. Hemant Bakshi; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Debora Herawati Sadrach; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Tevilyan Yudhistira Rusli; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Enny Hartati - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Annemarieke Edwardine Eva de Haan; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Willy Saelan; dan - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Amparo Cheung Aswin; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Vikas Gupta; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Hernie Raharja; dan - Direktur Independen/Independent Director : Bapak/Mr. Sancoyo Antarikso.	

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPSLB EGMS Resolution	REALISASI Realization

4. Untuk memberikan kuasa pada Direksi Perseroan dan/atau Bapak Wawan Sunaryawan, Sarjana Hukum, sebagai orang pribadi, baik bersama-sama maupun secara terpisah:
   a. Untuk menyatakan sebagian atau seluruh keputusan yang diambil dalam rapat ini dalam bahasa Indonesia dan/atau dalam bahasa Inggris di hadapan Notaris;
   b. Untuk memberitahukan perubahan komposisi Direksi Perseroan sebagaimana yang diputuskan dalam rapat ini kepada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dan mendaftarkannya dalam Daftar Perusahaan lokal di Kantor Pendaftaran Perusahaan yang bersangkutan dan membuat amandemen dan/atau tambahannya jika diperlukan;
   c. Untuk melakukan setiap dan semua tindakan lain yang diperlukan untuk tujuan yang disebutkan di atas tanpa pengecualian.

   To confer power of attorney to the Board of Directors of the Company and/or Mr. Wawan Sunaryawan, Sarjana Hukum, all private persons, either jointly as well as severally:
   a. To state the part or all resolutions adopted in this Meeting in the Indonesian language and/or in English before a Notary;
   b. To notify the change in the composition of the Board of Directors of the Company as resolved in this Meeting to the Minister of Law and Human Rights and to register it in the local Companies Registry at the relevant Office of the Registration of Companies and to make any amendments and/or additions thereto if required;
   c. To perform any and all other actions necessary for the above mentioned purposes without any exception.

Hasil pemungutan suara pada RUPS LB
The outcome of the voting of the EGM

AGENDA Agenda	SETUJU Approve	TIDAK SETUJU Disapprove	ABSTAIN Abstain	JUMLAH SETUJU + ABSTAIN Total Approve +Abstain
Agenda Pertama/ First Agenda	6.658.505.615 lembar saham/ shares (93,43%)	316.207.813 lembar saham/ shares (4,44%)	151.931.377 lembar saham/ shares (2,13%)	6.810.436.992 lembar saham/ shares (95,56%)

Tidak ada pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda Rapat.
There are no shareholders or proxy that submit any question and/or opinion in the Meeting.

RUPSLB pada 30 Agustus 2016 dihadiri oleh:
The EGMS on 30 August 2016 was attended by the following:

Direksi/Board of Directors:
- Presiden Direktur/President Director : Hemant Bakshi;
- Direktur/Director : Debora Herawati Sadrach;
- Direktur/Director : Annemarieke Edwardine Eva de Haan;
- Direktur/Director : Enny Hartati;
- Direktur/Director : Ainul Yaqin;
- Direktur/Director : Amparo Cheung Aswin;
- Direktur/Director : Tevilyan Yudhistira Rusli;
- Direktur/Director : Willy Saelan; dan
- Direktur Independen/Independent Director : Sancoyo Antarikso.

Dewan Komisaris/Board of Commissioners:
- Presiden Komisaris/President Commissioner : Maurits Daniel Rudolf Lalisang;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Erry Firmansyah;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Cyrillus Harinowo;

Pemegang Saham: 93,4% dari jumlah keseluruhan 7,630.000.000 lembar saham Perseroan hadir atau diwakili pada pertemuan tersebut.
Shareholders: 93.4% of the Company's entire amount of 7,630,000,000 shares were present or represented at the meeting.

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM 2017

Rapat Umum Tahunan dan Rapat Umum Luar Biasa 2017 diselenggarakan pada 20 Juni 2017 dengan agenda dan keputusan berikut:

ANNUAL GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS 2017

The 2017 Annual General Meeting and Extraordinary General Meeting were held on 20 June 2017 with the following agenda and decisions:

RUPST 20 Juni 2017/AGMS 20 June 2017

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPST AGMS Resolution	REALISASI Realization
Agenda Pertama First Agenda	1. Mengesahkan Laporan Keuangan Perseroan dan menyetujui Laporan Tahunan Perseroan termasuk Laporan Tugas Pengawasan Dewan Komisaris Perseroan dan Laporan Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perseroan untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2016. To approve the Financial Statement and Annual Report of the Company including the Supervisory Report of the Board of Commissioners of the Company and the Corporate Social Responsibility Report for the accounting year which ended 31 December 2016.	Telah direalisasikan Has been realized
	2. Membebaskan sepenuhnya para anggota Direksi Perseroan dari semua tindakan pengelolaan dan pelaksanaan kewenangan mereka serta kepada para anggota Dewan Komisaris Perseroan atas semua tindakan pengawasan yang mereka lakukan selama tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2016, sepanjang tindakan tersebut tercermin dalam Laporan Keuangan Perseroan yang disahkan dan Laporan Tahunan Perseroan yang disetujui. To grant full acquittal and discharge to the members of the Board of Directors from all managerial duties and exercise of their powers and authorities and to the members of the Board of Commissioners from their supervisory duties in the accounting year which ended 31 December 2016 to the extent reflected in the approved Financial Statement of the Company and Annual Report.	

AGENDA Agenda	SETUJU Consenting	TIDAK SETUJU Dissenting	ABSTAIN Abstain	TOTAL Total
Agenda Pertama First agenda	7.026.226.631 lembar saham yang mewakili/shares representing 99,99%	0	886.600 lembar saham yang mewakili/shares representing 0,013%	7.027.113.231 lembar saham yang mewakili/shares representing 100%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda Rapat.
The number of shareholders raising questions and/or expressing opinions relating to the Agenda of Meeting:

JUMLAH PEMEGANG SAHAM Number of Shareholders	JUMLAH SAHAM YANG DIMILIKI ATAU DIWAKILI OLEH PEMILIK/ PEMEGANG SAHAM Number of shares held or represented by the Owners/Holders
1	5,300

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPST AGMS Resolution	REALISASI Realization
Agenda Kedua Second Agenda	1. Membagikan dividen final dari laba bersih Perseroan untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2016 sejumlah Rp460,- (Empat Ratus Enam Puluh Rupiah) per saham atau total berjumlah Rp3.509.800.000.000 (Tiga Triliun Lima Ratus Sembilan Miliar Delapan Ratus Juta Rupiah) ("Dividen Final"), kepada pemegang/pemilik 7.630.000.000 (tujuh miliar enam ratus tiga puluh juta) saham Perseroan yang namanya tercatat dalam Daftar Pemegang Saham Perseroan pada tanggal 10 Juli 2017*) pada pukul 16:00 Waktu Indonesia Barat ("Pemegang Saham Yang Berhak"), dengan memperhatikan peraturan PT Bursa Efek Indonesia untuk perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia, dengan catatan bahwa untuk saham Perseroan yang berada dalam penitipan kolektif, berlaku ketentuan sebagai berikut: - Cum Dividen Tunai di Pasar Reguler dan Negosiasi pada tanggal 5 Juli 2017*); - Ex Dividen di Pasar Reguler dan Negosiasi pada tanggal 6 Juli 2017*); - Cum Dividen di Pasar Tunai pada tanggal 10 Juli 2017*); dan - Ex Dividen di Pasar Tunai pada tanggal 11 Juli 2017*). To distribute final dividend from the Company's net earnings for the accounting year which ended 31 December 2016 totaling IDR 460,- (four hundred sixty Rupiah) per share or totaling IDR 3.509.800.000.000 (three trillion five hundred nine billion eight hundred million Rupiah) ("Final Dividend"), to the holder/owner of 7.630.000.000 (seven billion six hundred thirty million) shares whose names are entered in the Company's Shareholder Register as of 10 July 2017* at 16:00 Western Indonesia Time ("Eligible Shareholders"), in compliance with the rules of PT Bursa Efek Indonesia however for the purpose of trade of shares in the Indonesia Stock Exchange, in case of shares in the collective custody, the following provisions shall apply: - Cash Cum Dividend in the Regular and Negotiation Market on 5 July 2017; - Ex Dividend in the Regular and Negotiation Market on 6 July 2017; - Cum Dividend in the Cash Market on 10 July 2017; and - Ex Dividend in the Cash Market on 11 July 2017.	Telah direalisasikan Has been realized
	2. Mengesahkan pembagian dividen interim untuk tahun buku 2016 dari laba bersih Perseroan yang tercatat dalam buku Perseroan untuk periode yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2016 sebesar Rp375,- (Tiga Ratus Tujuh Puluh Lima Rupiah) per saham atau semuanya berjumlah Rp2.861.250.000.000,- (Dua Triliun Delapan Ratus Enam Puluh Satu Miliar Dua Ratus Lima Puluh Juta Rupiah) kepada pemegang/pemilik 7.630.000.000 (tujuh miliar enam ratus tiga puluh juta) saham Perseroan yang namanya tercatat dalam daftar pemegang saham Perseroan pada tanggal 8 Desember 2016 pada pukul 16:00 Waktu Indonesia Barat dan pembayarannya telah dilakukan pada tanggal 22 Desember 2016. Dengan demikian, dividen Perseroan yang akan diterima oleh pemegang saham Perseroan untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2016 semuanya berjumlah Rp835,- (Delapan Ratus Tiga Puluh Lima Rupiah) per saham atau semuanya berjumlah Rp6.371.050.000.000,- (Enam Triliun Tiga Ratus Tujuh Puluh Satu Miliar Lima Puluh Juta Rupiah). Pembayaran Dividen Final kepada Pemegang Saham Yang Berhak akan dilaksanakan selambatnya pada tanggal 20 Juli 2017. To approve the distribution of the interim dividend for the accounting year 2016 from the net profit credited in the Company's books for the period which ended 31 December 2016 an amount of IDR 375,- (three hundred seventy-five Rupiah) per share or totaling IDR 2.861.250.000.000,- (two trillion eight hundred sixty-one billion two hundred fifty million Rupiah) to the holders/owners of 7.630.000.000 (seven billion six hundred thirty million) shares in the company whose names are entered in the Company's Shareholder Register as of 8 December 2016 at 16:00 Western Indonesia Time and the payment of which was effected on 22 December 2016. Therefore, the amount of dividend to be received by the shareholders of the Company for the accounting year which ended 31 December 2016 is totaling IDR 835,- (eight hundred thirty-five Rupiah) per share or IDR6.371.050.000.000,- (six trillion three hundred seventy-one billion fifty million Rupiah). The payment of the final dividend to the Eligible Shareholders will be made no later than 20 July 2017.	

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPST AGMS Resolution	REALISASI Realization

3. Memberikan wewenang kepada Direksi Perseroan untuk melaksanakan pembagian Dividen Final tersebut dan melakukan semua tindakan yang diperlukan termasuk tetapi tidak terbatas untuk mengumumkan pembagian Dividen Final tersebut dalam sedikitnya 2 (dua) surat kabar harian dalam bahasa Indonesia yang menurut Direksi Perseroan memiliki peredaran yang luas di Republik Indonesia.

   To appoint and authorize the Board of Directors of the Company to distribute the final dividend and for such purpose, to take all actions required and necessary including but not limited to announce the distribution of final dividend in at least 2 (two) daily Indonesian newspapers published nationwide within the territory of the Republic of Indonesia.

4. Menetapkan sisa saldo laba yang belum dicadangkan Perseroan setelah pembayaran Dividen Final sebagai saldo laba Perseroan yang belum dicadangkan untuk tahun buku berikutnya.

   To determine the amount of retained earnings not appropriated by the Company, following the payment of the final dividend for the subsequent accounting year.

AGENDA Agenda	SETUJU Consenting	TIDAK SETUJU Dissenting	ABSTAIN Abstain	TOTAL Total
Agenda Kedua Second Agenda	7.016.256.531 lembar saham yang mewakili/ shares representing 99,85%	10.856.700 lembar saham yang mewakili/ shares representing 154%	0	7.016.256.531 lembar saham yang mewakili/ shares representing 99,85%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan / pernyataan terkait agenda Rapat.
The number of shareholders raising questions and/or expressing opinions relating to the Agenda of Meeting:

JUMLAH PEMEGANG SAHAM Number of Shareholders	JUMLAH SAHAM YANG DIMILIKI ATAU DIWAKILI OLEH PEMILIK/ PEMEGANG SAHAM Number of shares held or represented by the Owners/Holders
2	8,300

Agenda Ketiga
Third Agenda

1. Menunjuk akuntan publik yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan untuk mengaudit buku Perseroan yang akan berakhir pada tanggal 31 Desember 2017, dengan ketentuan bahwa akuntan publik tersebut terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan dan memahami bisnis Perseroan; dan

   To appoint a Public Accountant registered with the Financial Services Authority to perform an audit of the Company's ledgers for the accounting year which will end on 31 December 2017, however it is a condition that Public Accountant to be appointed is registered with the Financial Services Authority and must have a good understanding of the Company's business; and

2. Menetapkan honorarium akuntan publik tersebut serta persyaratan lain penunjukannya.

   To fix the amount of remuneration to the Public Accountant and other requirements as applicable.

AGENDA Agenda	SETUJU Consenting	TIDAK SETUJU Dissenting	ABSTAIN Abstain	TOTAL Total
Agenda Ketiga/ Third Agenda	6.995.924.368 lembar saham yang mewakili/ shares representing 99,56%	30.837.083 lembar saham yang mewakili/ shares representing 0,44%	351.780 lembar saham yang mewakili/shares representing 0,005%	6.996.276.148 lembar saham yang mewakili/ shares representing 99,56%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda Rapat.
The number of shareholders raising questions and/or expressing opinions relating to the Agenda of Meeting:

JUMLAH PEMEGANG SAHAM Number of Shareholders	JUMLAH SAHAM YANG DIMILIKI ATAU DIWAKILI OLEH PEMILIK/ PEMEGANG SAHAM Number of shares held or represented by the Owners/Holders
2	9,300

Telah direalisasi. Kami menunjuk Kantor Akuntan Publik Siddharta Widjaja & Rekan (sebuah perusahaan anggota jaringan KPMG dengan akuntan Publik Kartika Singodimejo, S.E., CPA izin Akuntan Publik No. AP. 0847

Has been realized. We appointed public accountants Siddharta Widjaja & Rekan (a member firm of the KPMG network) with public accountant Kartika Singodimejo, S.E., CPA Accountant License No. AP. 0847

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPST AGMS Resolution	REALISASI Realization
Agenda Keempat Fourth agenda	1. Mengangkat kembali para anggota Direksi Perseroan yang saat ini menjabat, efektif terhitung sejak ditutupnya Rapat ini, sehingga susunan Direksi Perseroan untuk masa jabatan sampai dengan ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan yang akan diselenggarakan di tahun 2018 adalah sebagai berikut: To reappoint the current members of the Board of Directors effective as of the close of the Meeting, therefore the composition of the members of the Board of Directors of the Company for the term of office until the close of the Annual General Meeting of Shareholders of the Company to be held in 2020 is as follows: - Presiden Direktur/President Director : Bapak/Mr. Hemant Bakshi; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Enny Hartati; - Direktur Independen/Independent Director : Bapak/Mr. Sancoyo Antarikso. - Direktur/Director : Bapak/Mr. Tevilyan Yudhistira Rusli; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Annemarieke Edwardine Eva de Haan; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Willy Saelan; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Amparo Cheung Aswin; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Vikas Gupta; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Hernie Raharja; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Jochanan Senf. 2. Menegaskan bahwa susunan Dewan Komisaris Perseroan untuk masa jabatan sampai dengan ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan yang akan diselenggarakan di tahun 2018 adalah sebagai berikut: To confirm that the composition of the members of the Board of Commissioners for their term of office to the close of Annual General Meeting of Shareholders to be held in 2018 is as follows: **Dewan Komisaris/Board of Commissioners:** - Presiden Komisaris/President Commissioner : Bapak/Mr. Maurits Daniel Rudolf Lalisang; - Komisaris Independen/Independent Commissioner : Bapak/Mr. Cyrillus Harinowo; - Komisaris Independen/Independent Commissioner : Bapak/Mr. Erry Firmansyah; - Komisaris Independen/Independent Commissioner : Bapak/Mr. Hikmahanto Juwana; dan - Komisaris Independen/Independent Commissioner : Bapak/Mr. Mahendra Siregar. 3. Menetapkan penyesuaian gaji dan tunjangan anggota Dewan Komisaris dengan kenaikan sebesar 9% (sembilan persen) dari besarnya gaji dan tunjangan pada tahun 2016 dan memberikan kuasa dan kewenangan penuh kepada Presiden Komisaris Perseroan untuk menetapkan rincian alokasinya bagi setiap anggota Dewan Komisaris Perseroan. To fix the adjustment to salary and allowance to the members of the Board of Commissioners at increment rate of 9% (nine percent) of the amount of salary and allowance in 2016 and to authorize the President Commissioner of the Company to fix the allocation to each member of the Board of Commissioners. 4. Memberikan kuasa dan kewenangan penuh kepada Dewan Komisaris Perseroan untuk menetapkan besarnya gaji dan tunjangan Direksi Perseroan untuk tahun buku yang akan berakhir pada tanggal 31 Desember 2017 dan rincian alokasinya bagi setiap anggota Direksi Perseroan. To appoint and authorize with full powers and authorities the Board of Commissioners Company to fix the amount of salary and allowance to the Board of Directors Company for the accounting year which will end on 31 December 2017 and the allocation to each member of the Board of Directors.	Telah Direalisasi Has been realized

AGENDA Agenda	SETUJU Consenting	TIDAK SETUJU Dissenting	ABSTAIN Abstain	TOTAL Total
Agenda Keempat/ Fourth agenda	6.723.379.035 lembar saham yang mewakili/shares representing 95,68%	297.086.196 lembar saham yang mewakili/shares representing 4,23%	6.648.000 lembar saham yang mewakili/shares representing 0,09%	6.730.027.035 lembar saham yang mewakili/shares representing 95,77%

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPST AGMS Resolution	REALISASI Realization

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda Rapat.
The number of shareholders raising questions and/or expressing opinions relating to the Agenda of Meeting:

JUMLAH PEMEGANG SAHAM Number of Shareholders	JUMLAH SAHAM YANG DIMILIKI ATAU DIWAKILI OLEH PEMILIK/ PEMEGANG SAHAM Number of shares held or represented by the Owners/Holders
2	9,300

RUPSLB 20 Juni 2017 / EGMS 20 June 2017

NO	HASIL KEPUTUSAN RUPSLB AGMS Resolution	REALISASI Realization
Agenda Pertama First Agenda	1. Memberikan persetujuan kepada Direksi Perseroan untuk menandatangani Perjanjian Pinjaman dengan Unilever Finance International AG, Switzerland dengan maksud Perseroan memperoleh fasilitas pinjaman dengan nilai maksimum Rp3 triliun Rupiah berdasarkan syarat dan ketentuan yang telah dinyatakan wajar oleh KJPP Felix Sutandar & Rekan berdasarkan laporan penilaian kewajaran transaksi melalui surat No. FSR/FO-FS/060310/2017, tertanggal 9 Juni 2017 mengenai Pendapat Kewajaran atas Rencana Transaksi; dan To authorize the Board of Directors of the Company to sign the Loan Agreement with Unilever Finance International AG, Switzerland to enable the Company to secure the loan facility at maximum value of IDR 3 trillion subject to the terms and conditions reasonably set out by KJPP Felix Sutandar & Rekan on Fairness Report by letter No. FSR/FO-FS/040256/2017 dated April 27 2017 on Fairness Opinion of Transaction Plan; and 2. Memberikan wewenang kepada Direksi Perseroan untuk melakukan segala tindakan yang disyaratkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam pelaksanaan Transaksi tersebut. To authorize the Board of Directors to take any actions required by applicable laws on the Transaction.	Telah direalisasikan Has been realized

AGENDA Agenda	SETUJU Consenting	TIDAK SETUJU Dissenting	ABSTAIN Abstain	TOTAL Total
Agenda Pertama First Agenda	6.950.557.831 lembar saham yang mewakili/shares representing 98.91%	3.132.300 lembar saham yang mewakili/shares representing 0,05%	73.394.300 lembar saham yang mewakili/shares representing 1,04%	7.023.952.131 lembar saham yang mewakili/shares representing 99,96%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda Rapat.

The number of shareholders raising questions and/or expressing opinions relating to the Agenda of Meeting:

JUMLAH PEMEGANG SAHAM Number of Shareholders	JUMLAH SAHAM YANG DIMILIKI ATAU DIWAKILI OLEH PEMILIK/ PEMEGANG SAHAM Number of shares held or represented by the Owners/Holders
3	12,600

Agenda Kedua Second Agenda	1. Memberikan persetujuan kepada Direksi Perseroan untuk membentuk Dana Pensiun Iuran Pasti Perseroan untuk menyelenggarakan Program Dana Pensiun Iuran Pasti bagi karyawan Perseroan dan memberikan kuasa kepada Direksi Perseroan untuk melaksanakan pembentukan tersebut. To authorize to the Board of Directors of the Company to establish a Fixed Benefit Pension Fund for the employees of the Company; and to authorize the Board of Directors of the Company to carry out such establishment.	Telah direalisasikan Has been realized
	2. Memberikan wewenang kepada Direksi Perseroan untuk melakukan setiap dan semua tindakan yang diperlukan dalam pelaksanaan pembentukan Dana Pensiun Iuran Pasti Perseroan sebagaimana disyaratkan oleh instansi terkait yang berwenang. To authorize the Board of Directors to take any and all actions required and necessary to establish the Fixed Benefit Pension Fund as required by the relevant authorities.	

AGENDA Agenda	SETUJU Consenting	TIDAK SETUJU Dissenting	ABSTAIN Abstain	TOTAL Total
Agenda Kedua Second Agenda	6.744.203.094 lembar saham yang mewakili/shares representing 95,97%	280.797.937 lembar saham yang mewakili/shares representing 4,00%	2.083.400 lembar saham yang mewakili/shares representing 0,03%	6.746.286.494 lembar saham yang mewakili/shares representing 96,00%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan / pernyataan terkait agenda Rapat.

The number of shareholders raising questions and/or expressing opinions relating to the Agenda of Meeting:

JUMLAH PEMEGANG SAHAM Number of Shareholders	JUMLAH SAHAM YANG DIMILIKI ATAU DIWAKILI OLEH PEMILIK/ PEMEGANG SAHAM Number of shares held or represented by the Owners/Holders
1	5,300

RUPST dan RUPSLB pada 20 Juni 2017 dihadiri oleh:
The AGMS and EGMS on 20 June 2017 were attended by the following:

Direksi/Board of Directors:
- Presiden Direktur/President Director : Hemant Bakshi;
- Direktur/Director : Enny Hartati;
- Direktur/Director : Tevilyan Yudhistira Rusli;
- Direktur Independen/Independent Director : Sancoyo Antarikso.
- Direktur/Director : Annemarieke Edwardine Eva de Haan;
- Direktur/Director : Willy Saelan; dan
- Direktur/Director : Amparo Cheung Aswin;
- Direktur/Director : Vikas Gupta;
- Direktur/Director : Hernie Raharja; dan/and
- Direktur/Director : Jochanan Senf.

Dewan Komisaris/Board of Commissioners:
- Presiden Komisaris/President Commissioner : Maurits Daniel Rudolf Lalisang;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Cyrillus Harinowo;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Erry Firmansyah;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Hikmahanto Juwana; dan/and
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Mahendra Siregar.

Pemegang Saham: 92,1% dari jumlah keseluruhan 7,630.000.000 saham Perseroan hadir atau diwakili pada pertemuan tersebut.
Shareholders: 92.1% of the Company's entire amount of 7,630,000,000 shares were present or represented at the meeting.

Rapat Umum Luar Biasa diselenggarakan pada tanggal 27 April 2017, dengan agenda dan keputusan berikut:
An Extraordinary General Meeting was held on 27 April 2017, with the following agenda and decisions:

RUPSLB 27 April 2017/EGMS 27 April 2017

NO	KEPUTUSAN RUPSLB EGMS Resolution	REALISASI Realisastion
1	Menerima pengunduran diri Ibu Deborah Herawati Sadrach dari jabatannya sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak 1 Maret 2017, serta membebaskan dan melepaskan sepenuhnya atas tindakan pengelolaan dan penggunaan wewenang selama masa jabatan beliau sebagai Direktur Perseroan, sejauh tindakan tersebut sesuai dengan laporan Perseroan To accept the resignation of Mrs Deborah Herawati Sadrach from her position as a Director of the Company, effective 1 March 2017, and to give full acquittal and discharge for managerial actions and the performance of authority during his term of office as a Director of the Company, to the extend such action is reflected on the books of the Company.	Telah direalisasikan Has been realized
2	Mengangkat Bapak Jochanan Senf sebagai Direktur Perusahaan, efektif sejak ditutupnya Rapat ini. To appoint Mr Jochanan Senf as a Director of the Company, effective as of the close of this Meeting.	
3	Mengukuhkan susunan Direksi Perusahaan efektif sejak ditutupnya Rapat ini sampai dengan penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan yang akan diselenggarakan pada tahun 2017, sebagai berikut: To confirm the composition of the Board of Directors of the Company effective as of the closing of this Meeting until the closing of the Annual General Meeting of Shareholders to be held in 2017, as follows: - Presiden Direktur/President Director : Bapak/Mr. Hemant Bakshi; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Annemarieke Edwardine Eva de Haan; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Enny Hartati; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Amparo Cheung Aswin; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Hernie Raharja; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Willy Saelan; dan - Direktur/Director : Bapak/Mr. Vikas Gupta; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Tevilyan Yudhistira Rusli; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Jochanan Senf; dan/and - Direktur Independen/Independent Director : Bapak/Mr. Sancoyo Antarikso.	Telah direalisasikan Has been realized
4	Memberikan kuasa pada Direksi Perseroan dan/atau Bapak Wawan Sunaryawan, Sarjana Hukum, sebagai orang pribadi, baik secara bersama maupun secara terpisah: a. Menyatakan sebagian atau seluruh keputusan yang diambil dalam rapat ini dalam bahasa Indonesia dan / atau dalam bahasa Inggris di hadapan Notaris; b. Untuk memberitahukan perubahan komposisi Direksi Perseroan sebagaimana diputuskan dalam rapat ini kepada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dan mendaftarkannya dalam Daftar Perusahaan lokal di Kantor Pendaftaran Perusahaan yang bersangkutan dan membuat amandemen dan / atau tambahannya jika diperlukan; c. Untuk melakukan setiap dan semua tindakan lain yang diperlukan untuk tujuan yang disebutkan di atas tanpa pengecualian. To confer power of attorney to the Board of Directors of the Company and/or Mr. Wawan Sunaryawan, Sarjana Hukum, all private persons, either jointly as well as severally: a. To state the part or all resolutions adopted in this Meeting in the Indonesian language and/or in English before a Notary; b. To notify the change in the composition of the Board of Directors of the Company as resolved in this Meeting to the Minister of Law and Human Rights and to register it in the local Companies Registry at the relevant Office of the Registration of Companies and to make any amendments and/or additions thereto if required; c. To perform any and all other actions necessary for the above mentioned purposes without any exception.	

Hasil dari pemungutan suara dari rapat:
The outcome of the voting of the meeting:

SETUJU Approve	TIDAK SETUJU Disapproved	ABSTAIN Abstain	TIDAK MEMILIH No vote	JUMLAH SETUJU + ABSTAIN Total Approve + Abstain
7,008,453,411 lembar saham/ shares (99.768%)	13,524,590 lembar saham/ shares (0.193%)	2,520,217 lembar saham/ shares (0.036%)	227,390 lembar saham/ shares (0.003%)	7,010,973,628 lembar saham/ shares (99.804%)

RUPSLB pada tanggal 27 April 2017 dihadiri oleh:
The EGMS on 27 April 2017 was attended by the following:

Direksi/Board of Directors:
- Presiden Direktur/President Director : Hemant Bakshi;
- Direktur/Director : Annemarieke Edwardine Eva de Haan;
- Direktur/Director : Enny Hartati;
- Direktur/Director : Amparo Cheung Aswin;
- Direktur/Director : Hernie Raharja;
- Direktur/Director : Willy Saelan;
- Direktur/Director : Vikas Gupta;
- Direktur/Director : Tevilyan Yudhistira Rusli;
- Direktur Independen/Independent Director : Sancoyo Antarikso.

Dewan Komisaris/Board of Commissioners:
- Presiden Komisaris/President Commissioner : Maurits Daniel Rudolf Lalisang;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Erry Firmansyah;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Cyrillus Harinowo;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Mahendra Siregar.

Pemegang Saham: 92,0% dari jumlah keseluruhan 7,630.000.000 saham Perseroan hadir atau diwakili pada pertemuan tersebut.
Shareholders: 92.0% of the Company's entire amount of 7,630,000,000 shares were present or represented at the meeting.

Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) diadakan pada 18 Oktober 2017, dengan keputusan utama sebagai berikut:
A further Extraordinary Meeting of Shareholders (EGMS) was held on 18 October 2017. The key resolutions were as follows:

RUPSLB 18 Oktober 2017 / EGMS 18 October 2017

NO.	HASIL KEPUTUSAN RUPSLB EGMS Resolution	REALISASI Realisastion
Agenda Pertama **First Agenda**	Menerima pengunduran diri Ibu Annemarieke de Haan dari jabatannya sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak 31 Agustus 2017 dan membebaskan dan melepaskan sepenuhnya atas tindakan pengelolaan dan penggunaan wewenang selama masa jabatan beliau sebagai Direktur Perseroan, sejauh tindakan tersebut sesuai dengan laporan Perseroan To accept the resignation of Mrs. Annemarieke de Haan from position as Director of the Company, effective as of 31 August 2017 and to give full acquittal and discharge for managerial actions and the performance of the authority during the term of office as a Director of the Company, to the extent their actions are reflected in the books of the Company	Telah direalisasikan Has been realized
Agenda Kedua **Second Agenda**	Mengangkat Ibu Ira Noviarti sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak ditutupnya Rapat ini hingga penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan yang akan diadakan pada tahun 2020. To appoint Mrs. Ira Noviarti as a Director of the Company, effective as of the closing of this Meeting until the closing of the Annual General Meeting of Shareholders of the Company to be held in 2020.	Telah direalisasikan Has been realized
Agenda Ketiga **Third Agenda**	Menetapkan susunan Direksi Perseroan efektif sejak ditutupnya Rapat ini hingga penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan yang akan diadakan pada tahun 2020, sebagai berikut: To confirm the composition of the Board of Directors of the Company effective as of the closing of this Meeting until the closing of the Annual General Meeting of Shareholders of the Company to be held in 2020, as follows: - Presiden Direktur/President Director : Bapak/Mr. Hemant Bakshi; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Enny Hartati; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Tevilyan Yudhistira Rusli; - Direktur Independen/Independent Director : Bapak/Mr. Sancoyo Antarikso. - Direktur/Director : Bapak/Mr. Willy Saelan; dan - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Amparo Cheung Aswin; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Vikas Gupta; - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Hernie Raharja; - Direktur/Director : Bapak/Mr. Jochanan Senf; dan/and - Direktur/Director : Ibu/Mrs. Ira Noviarti.	Telah direalisasikan Has been realized

Agenda Keempat **Fourth Agenda**	Memberikan kuasa pada Direksi Perseroan dan/atau Bapak Wawan Sunaryawan, Sarjana Hukum, sebagai orang pribadi, baik secara bersama maupun secara terpisah: a. Menyatakan sebagian atau seluruh keputusan yang diambil dalam rapat ini dalam bahasa Indonesia dan / atau dalam bahasa Inggris di hadapan Notaris; b. Untuk memberitahukan perubahan komposisi Direksi Perseroan sebagaimana yang diputuskan dalam rapat ini kepada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dan mendaftarkannya dalam Daftar Perusahaan lokal di Kantor Pendaftaran Perusahaan yang bersangkutan dan membuat amandemen dan / atau tambahannya jika diperlukan; c. Untuk melakukan setiap dan semua tindakan lain yang diperlukan untuk tujuan yang disebutkan di atas tanpa pengecualian. To confer power of attorney on the Board of Directors of the Company and/or Mr. Wawan Sunaryawan, Sarjana Hukum, all private persons, either jointly as well as severally: a. To state the part or all resolutions adopted in this Meeting in the Indonesian language and/or in English before a Notary; b. To notify the change in the composition of the Board of Directors of the Company as resolved in this Meeting to the Minister of Law and Human Rights and to register it in the local Companies Registry at the relevant Office of the Registration of Companies and to make any amendments and/or additions thereto if required; c. To perform any and all other actions necessary for the above mentioned purposes without any exception.	Telah direalisasikan Has been realized

Hasil dari pemungutan suara dari rapat:
The outcome of the voting of the meeting:

SETUJU Approve	TIDAK SETUJU Disapproved	ABSTAIN Abstain	TIDAK MEMILIH No vote	JUMLAH SETUJU + ABSTAIN Total Approve + Abstain
6,968,637,135 lembar saham/ shares (98.830.%)	8,665,526 lembar saham/ shares (0.123%)	73,786,860 lembar saham/ shares (1.046%)	7,042,423,995 lembar saham/ shares (99.877%)	15,931 lembar saham/ shares

RUPSLB pada 18 Oktober 2017 dihadiri oleh:
The EGMS on 18 October 2017 was attended by the following:

Direksi/Board of Directors:
- Presiden Direktur/President Director : Hemant Bakshi;
- Direktur/Director : Enny Hartati;
- Direktur/Director : Tevilyan Yudhistira Rusli;
- Direktur/Director : Willy Saelan; dan/and
- Direktur Independen/Independent Director : Sancoyo Antarikso.

Dewan Komisaris/Board of Commissioners:
- Presiden Komisaris/President Commissioner : Maurits Daniel Rudolf Lalisang;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Erry Firmansyah;
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Cyrillus Harinowo; dan/and
- Komisaris Independen/Independent Commissioner: Mahendra Siregar.

Pemegang Saham: 92,4% dari jumlah keseluruhan 7,630.000.000 saham Perseroan hadir atau diwakili pada pertemuan tersebut.
Shareholders: 92.4% of the Company's entire amount of 7,630,000,000 shares were present or represented at the meeting.

Dewan Komisaris

THE BOARD OF COMMISSIONERS

KOMPOSISI DEWAN KOMISARIS

Anggaran Dasar Perseroan menetapkan bahwa Dewan Komisaris harus memiliki minimal tiga anggota, termasuk satu Komisaris Utama dan dua atau lebih Komisaris. Komposisi Dewan Komisaris per 31 Desember 2017 adalah sebagai berikut:

Presiden Komisaris : Maurits Daniel Rudolf Lalisang;
Komisaris Independen : Erry Firmansyah;
Komisaris Independen : Cyrillus Harinowo;
Komisaris Independen : Hikmahanto Juwana; dan
Komisaris Independen : Mahendra Siregar.

Tidak ada perubahan dalam komposisi Dewan Komisaris pada tahun 2017.

KRITERIA UNTUK PENUNJUKAN KOMISARIS INDEPENDEN

Kriteria penunjukan kami untuk komisaris independen selaras dengan kriteria yang ditentukan dalam Peraturan OJK No. 33POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik:

a. Tidak bekerja untuk, atau memiliki wewenang untuk merencanakan, memimpin, mengendalikan, atau mengawasi kegiatan Perseroan selama 6 bulan sebelum pengangkatannya, kecuali dalam kasus komisaris independen yang diangkat kembali;
b. Tidak secara langsung atau tidak langsung memiliki saham di Perseroan;
c. Tidak memiliki afiliasi dengan Perseroan atau pemegang saham mayoritas atau salah satu anggota Dewan Komisaris atau Direksi;
d. Tidak memiliki hubungan kerja/profesional langsung atau tidak langsung dengan Perseroan.

PERSYARATAN TIDAK ADANYA KONFLIK KEPENTINGAN

Setiap konflik kepentingan atau konflik kepentingan yang jelas antara Perseroan dan anggota Dewan Komisaris harus dihindari. Dewan Komisaris bertanggung jawab untuk memastikan bahwa terdapat aturan untuk menghindari konflik kepentingan dari setiap anggota. Ketika konflik muncul, Dewan Komisaris juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa penanganannya telah mematuhi semua hukum, peraturan dan Prinsip Bisnis Perseroan.

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB DEWAN KOMISARIS

Sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar Perseroan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, Dewan Komisaris memiliki tanggung jawab utama untuk mengawasi pengelolaan Perseroan yang dilaksanakan oleh Direksi. Tugas dan tanggung jawab Dewan

COMPOSITION OF THE BOARD OF COMMISSIONERS

The Company's Articles of Association stipulate that the Board of Commissioners must have a minimum of three members, including one President Commissioner and two or more Commissioners. The composition of the Board of Commissioners as at 31 December 2017 was as follows:

President Commissioner : Maurits Daniel Rudolf Lalisang;
Independent Commissioner : Erry Firmansyah;
Independent Commissioner : Cyrillus Harinowo;
Independent Commissioner : Hikmahanto Juwana; and
Independent Commissioner : Mahendra Siregar.

There were no changes in the composition of the Board of Commissioners in 2017.

CRITERIA FOR APPOINTMENT OF THE INDEPENDENT COMMISSIONERS

Our appointment criteria for the independent commissioners are aligned with the criteria specified in OJK Regulation No. 33/POJK.04/2014 regarding the Board of Directors and the Board of Commissioners of an Issuer or Public Company:

a. Has not worked for, or had any authority to plan, lead, control, or supervise the activities of the Company for 6 months prior to his/her appointment, except in the case of independent commissioners who are being reappointed;
b. Does not directly or indirectly hold any shares in the Company;
c. Does not have any affiliation with the Company or its majority shareholders or any of the members of the Boards of Commissioners or Directors;
d. Does not have any direct or indirect working/professional relationship with the Company.

NO CONFLICT OF INTEREST REQUIREMENT

Any conflict of interest or apparent conflict of interest between the Company and the members of its Board of Commissioners is to be avoided. The Board of Commissioners is responsible for ensuring that there are rules to avoid conflicts of interest on the part of any of the members. Where conflicts arise, the Board of Commissioners is also responsible for ensuring that in dealing with them all applicable laws, regulations and the Code of Business Principles are complied with.

DUTIES AND RESPONSIBILITIES OF THE BOARD OF COMMISSIONERS

As stipulated in the Company's Articles of Association and the prevailing laws and regulations, the Board of Commissioners (BoC) has primary responsibility for supervising the management of the Company by the Board of Directors. The duties and responsibilities

Komisaris dijabarkan dalam Piagam Dewan sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab atas semua tindakan Perseroan dan memberikan saran kepada Direksi.
2. Melaksanakan pengawasan ini secara bertanggung jawab dan bijaksana.
3. Bertanggung jawab untuk mengawasi manajemen risiko Perseroan dan penerapan tata kelola perusahaan yang baik.
4. Membuat rekomendasi kepada RUPS berdasarkan rekomendasi dari Komite Nominasi dan Remunerasi terkait mengenai nominasi dan remunerasi Direksi dan Dewan Komisaris.
5. Memberikan rekomendasi perbaikan kepada Direksi berdasarkan temuan Komite Audit.
6. Membentuk komite tertentu untuk memastikan efektifitas kinerja tugasnya.
7. Bertanggung jawab untuk mengevaluasi pelaksanaan komite-komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris.

Tugas dan tanggung jawab utama dari Komisaris Utama adalah sebagai berikut:

a. Mengoordinasikan dan memimpin rapat Dewan Komisaris.
b. Memimpin Dewan Komisaris dalam pelaksanaan tanggung jawab pengawasannya.

KEWENANGAN DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris menjalankan kewenangan sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar. Hal ini termasuk menyetujui tindakan tertentu sebagaimana ditentukan dalam Anggaran Dasar, sebagai berikut:

a. Setiap pinjaman yang diambil oleh Perseroan dari pihak manapun selama 2 tahun atau lebih, jika jumlah pinjaman dalam 1 transaksi melebihi 50% dari modal disetor Perseroan dan cadangan terakhirnya sebagaimana ditetapkan dalam laporan saldo Perseroan yang disetujui oleh RUPS, sebagaimana dinyatakan secara tertulis oleh akuntan publik yang melakukan audit atas catatan Perseroan;
b. Jaminan atau jaminan pinjaman apa pun kepada siapa pun atau badan hukum lainnya, jika jumlah jaminan untuk setiap transaksi melebihi 50% dari modal disetor Perseroan dan cadangan terakhirnya sebagaimana ditetapkan dalam laporan saldo Perseroan sebagaimana disetujui oleh RUPS, sebagaimana dinyatakan dalam penulisan oleh akuntan publik yang mengaudit laporan keuangan Perseroan;
c. Pengalihan atau penempatan dengan jaminan aset Perseroan untuk setiap transaksi dengan nilai yang setara atau lebih dari 40% hingga 50% dari nilai buku aktiva bersih sebagaimana ditetapkan dalam laporan saldo Perseroan sebagaimana disetujui oleh RUPS, sebagaimana dinyatakan secara tertulis oleh akuntan publik yang mengaudit laporan keuangan Perseroan.

Dalam menjalankan tugasnya, Dewan Komisaris memiliki wewenang untuk mengakses semua dokumen, mengunjungi lokasi Perseroan dan berbicara dengan karyawan Perseroan.

of the BoC are defined in the Board Charter as follows:

1. To be responsible for all the actions of the Company and advise the Board of Directors.
2. To exercise this supervision responsibly and judiciously.
3. To be responsible for overseeing the Company's risk management and the implementation of good corporate governance.
4. To make recommendations to the AGMS based on recommendations from the Nomination and Remuneration Committee with regard to nominations for and the remuneration of the Board of Directors and Board of Commissioners.
5. To make recommendations for improvements to the Board of Directors based on the findings of the Audit Committee.
6. To ensure the effective performance of its duties the Board of Commissioners may establish specific committees.
7. To be responsible for evaluating the implementation of the committees established by the Board of Commissioners.

The key duties and responsibilities of the President Commissioner are as follows:

a. To coordinate and lead the Board of Commissioners' meetings.
b. To lead the Board of Commissioners in the execution of its supervisory responsibilities.

AUTHORITY OF THE BOARD OF COMMISSIONERS

The Board of Commissioners exercises the authority as provided in the Articles of Association. This includes the approval of certain actions as specified in the Articles of Association, as follows:

a. Any loan taken by the Company from any parties for 2 years or more, if the amount of such loan in 1 transaction is more than 50% of the Company's paid up capital and its last reserve as stipulated in the Company's balance statement as approved by the GMS, as stated in writing by the public accountant who audited the Company's books;
b. Any loan guarantee or security to anyone or other legal entity, if the guaranteed amount for each transaction is more than 50% of the Company's paid up capital and its last reserve as stipulated in the Company's balance statement as approved by the GMS, as stated in writing by the public accountant who audited the Company's financial statement;
c. The transfer or placing under security of the Company's assets for each transaction with a value equal to more than 40% up to 50% of the book net asset value as stipulated in the Company's balance statement as approved by the GMS, as stated in writing by the public accountant who audited the Company's financial statement.

In performing its duties, the Board of Commissioners has the authority to access all documents, visit the Company's premises and talk to the Company's employees.

Dewan Komisaris memiliki wewenang untuk melakukan pemeriksaan atas informasi yang disiapkan oleh Direksi sehubungan dengan setiap transaksi material dan/atau transaksi afiliasi yang akan dilakukan oleh Perseroan.

The Board of Commissioners has the authority to review information prepared by the Board of Directors in relation to any material transaction and/or affiliated transaction to be performed by the Company.

PIAGAM DEWAN KOMISARIS

Piagam Dewan Komisaris secara resmi dikeluarkan pada tanggal 1 Maret 2016. Piagam ini menetapkan dasar hukum; tugas, tanggung jawab dan wewenang; aturan bisnis; jam kerja; pelaporan dan pertanggungjawaban Dewan Komisaris. Piagam ini ditinjau ulang secara berkala dan diperbarui bilamana diperlukan. Piagam Dewan tersedia pada situs Perseroan di www.unilever.co.id/investor-relations.

BOARD OF COMMISSIONERS' CHARTER

The Charter of the Board of Commissioners was formally adopted on 1 March 2016. The charter defines the legal basis; duties, responsibilities and authority; rules of business; working hours; and reporting and accountability of the Board of Commissioners. The Charter is reviewed regularly and updated whenever necessary. The Board Charter is available on the Company's website at www.unilever.co.id/investor-relations.

REMUNERASI DEWAN KOMISARIS

Kebijakan remunerasi dan jumlah remunerasi Dewan Komisaris pada tahun 2017 dijelaskan dalam bagian 'Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi' pada halaman 190 dari Laporan Tahunan ini.

REMUNERATION OF THE BOARD OF COMMISSIONERS

The remuneration policy and amount of the Board of Commissioners' remuneration in 2017 are described in the section 'Remuneration of the Board of Commissioners and Board of Directors' on page 190 of this Annual Report.

RAPAT DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris bertemu setidaknya enam kali dalam setahun, sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar Perseroan dan Peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014. Minimal tiga dari pertemuan ini setiap tahun juga dihadiri oleh Direksi. Komisaris yang tidak dapat menghadiri rapat secara fisik, dapat mengikuti pertemuan melalui video atau *teleconferencing*. Setidaknya satu kali pertemuan dalam setahun, tanpa kehadiran Direksi, Komisaris meninjau fungsi, keanggotaan, dan kompetensi Direksi.

Dewan Komisaris telah mengadakan enam pertemuan pada tahun 2017. Jadwal pertemuan ini direncanakan pada bulan Desember 2016. Demikian juga, jadwal pertemuan 2018 telah diselesaikan pada akhir tahun 2017.

MEETINGS OF THE BOARD OF COMMISSIONERS

The Board of Commissioners meets at least six times a year, as stipulated by the Company's Articles of Association and OJK Rule No. 33/POJK.04/2014. A minimum of three of these meetings each year are also attended by the Board of Directors. If any Commissioner is unable to physically attend a meeting, he or she is permitted to participate via video or teleconferencing. In at least one of the meetings a year, without the Board of Directors present, the Commissioners review the function, membership and competence of the Board.

The Board of Commissioners had six meetings in 2017. The schedule for these meetings was planned in December 2016. Likewise, the meeting schedule for 2018 was finalised at the end of 2017.

Rapat Dewan Komisaris pada 2017

Board of Commissioners' Meetings in 2017

NAMA Name	JABATAN Position	1 24-FEB-17	2 27-APR-17	3 20-JUN-17	4 15-AUG-17	5 18-OCT-17	6 7-DEC-17	JUMLAH RAPAT Number of Meetings	JUMLAH KEHADIRAN Number Attended	PERSENTASI KEHADIRAN Percentage Attendance
Maurits Lalisang	Presiden Komisaris President Commissioner	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6	6	100.0%
Erry Firmansyah	Komisaris Independen Independent Commissioner	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6	6	100.0%
Hikmahanto Juwana	Komisaris Independen Independent Commissioner	✓	✓	✓	X	✓	✓	6	5	83.3%
Cyrillus Harinowo	Komisaris Independen Independent Commissioner	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6	6	100.0%
Mahendra Siregar	Komisaris Independen Independent Commissioner	✓	X	✓	✓	✓	✓	6	5	83.3%
RATA-RATA KEHADIRAN DEWAN KOMISARIS **AVERAGE MEETING ATTENDANCE OF THE BOARD OF COMMISSIONERS**										**93.3%**

AGENDA RAPAT DEWAN KOMISARIS

Agenda pertemuan mencakup hal-hal yang berada dalam lingkup tanggung jawab Dewan, termasuk strategi dan kinerja perusahaan, masalah tata kelola perusahaan, persetujuan proposal investasi dan isu strategis lainnya.

AGENDAS OF THE BOARD OF COMMISSIONERS MEETINGS

The meeting agendas covered matters that are within the scope of the Board's responsibilities, including corporate strategies and performance, corporate governance issues, approval of investment proposals and other strategic issues.

PENILAIAN KINERJA KOMITE DI BAWAH DEWAN KOMISARIS

PROSES PENILAIAN DAN KRITERIA KINERJA

Kinerja komite-komite di bawah Dewan Komisaris dinilai setiap tahun oleh Dewan Komisaris terkait tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan untuk setiap Komite oleh Komisaris pada awal tahun. Sasaran dan tujuan ini terkait dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing Komite. Untuk Komite Audit, kriteria penilaian mencakup kehadiran, dukungan mereka dalam penerapan tata kelola perusahaan yang baik, efisiensi dan efektivitas pelaporan keuangan Perseroan dan kegiatan manajemen risiko, jaminan atas kelayakan proses dan operasi bisnis, dan kepatuhan terhadap peraturan. Sementara kriteria penilaian untuk Komite Nominasi dan Remunerasi meliputi kehadiran, dukungan untuk penerapan tata kelola perusahaan yang baik, saran tentang penggantian Manajemen serta struktur dan praktik remunerasi, dan kepatuhan terhadap peraturan.

Kinerja komite dinilai secara kolegial pada akhir tahun, sebagai dasar untuk penetapan tujuan tahun berikutnya serta kenaikan kompensasi.

HASIL PENILAIAN KINERJA

Pada tahun 2017 Komite Audit telah menyelesaikan program kerja yang telah direncanakan, melaporkan temuan kepada Dewan Komisaris, dan menindaklanjuti rekomendasi mereka. Para Komisaris menilai bahwa Komite Audit telah cukup memastikan efisiensi dan efektivitas pelaporan keuangan dan kegiatan manajemen risiko, dan memberikan jaminan yang memadai tentang kelayakan proses dan operasi terkait.

Komite Nominasi dan Remunerasi juga berhasil menyelesaikan rencana kerjanya. Begitu pula rekomendasi mengenai remunerasi Direksi dan Dewan Komisaris telah disetujui oleh Rapat Umum Pemegang Saham, sebagaimana didelegasikan kepada Presiden Komisaris dan Dewan Komisaris. Selain itu, Komite Nominasi dan Remunerasi telah mengidentifikasi dan memberikan masukan tentang nominasi untuk kandidat Direksi, Komite Audit, Komite Nominasi dan Remunerasi, serta untuk sejumlah posisi manajerial selama tahun berjalan.

Melalui kinerja yang dilakukan sepanjang tahun, kedua Komite memberikan kontribusi pada peningkatan hasil ASEAN GCG Scorecard Perseroan, yang meningkatkan peringkat Perseroan dari 20-30 emiten teratas di tahun 2016 menjadi 10-20 emiten teratas di tahun 2017.

Dengan mempertimbangkan semua hal di atas, Dewan Komisaris menyimpulkan bahwa kedua Komite telah berfungsi secara efektif pada tahun 2017, namun demikian tetap meminta mereka untuk makin meningkatkan kinerja di tahun mendatang.

PERFORMANCE ASSESSMENT OF THE COMMITTEES UNDER THE BOARD OF COMMISSIONERS

PERFORMANCE ASSESSMENT PROCESS AND CRITERIA

The performance of the committees under the BoC is assessed every year by the Commissioners against the goals and objectives that have been defined for each Committee, by the Commissioners, at the beginning of the year. These goals and objectives are linked to the Committees' respective duties and responsibilities. For the Audit Committee, the assessment criteria therefore include attendance, their support for good corporate governance implementation, the efficiency and effectiveness of the Company's financial reporting and risk management activities, assurance on the adequacy of the business process and operations, and compliance with regulations. The assessment criteria for the Nomination and Remuneration Committee, meanwhile, include attendance, support for good corporate governance implementation, advice on the Management's succession and remuneration structure and practices, and compliance with regulations.

Committee performance is assessed on a collegial basis at the end of the year. The assessment forms the basis for the following year's goal setting as well as compensation increments.

PERFORMANCE ASSESSMENT RESULTS

In 2017 the Audit Committee completed its planned programme of work, reported its findings to the Board of Commissioners and followed up on their recommendations. In their assessment, the Commissioners judged that the Audit Committee had adequately ensured the efficiency and effectiveness of our financial reporting and risk management activities, and provided sufficient assurance on the adequacy of the related process and operations.

The Nomination and Remuneration Committee also successfully completed its work plan, and its recommendations on the remuneration of the Board of Directors and Board of Commissioners were approved by the General Meeting of Shareholders, as delegated to the President Commissioners and Board of Commissioners respectively. In addition, the Nomination and Remuneration Committee identified and provided input on the nomination of candidates for the Board of Directors, the Audit Committee, the Nomination and Remuneration Committee and a number of managerial positions during the year.

Through their work during the year, both Committees contributed to the improvement of the Company's ASEAN GCG Scorecard results, which increased the Company's ranking from the top 20-30 issuers in 2016 to the top 10-20 in 2017.

Taking all of the above into consideration, the Board of Commissioners concluded that both Committees performed effectively in 2017, but has asked them to further enhance their performance in the coming year.

PENGANGKATAN DAN PEMBERHENTIAN KOMISARIS

Rapat Umum Pemegang Saham memiliki wewenang untuk mengangkat dan memberhentikan anggota Dewan Komisaris. Komisaris dinominasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi dan ditunjuk oleh Rapat Umum Pemegang Saham untuk bekerja selama jangka waktu yang ditentukan pada Rapat Umum Pemegang Saham sampai dengan penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan ketiga setelah penunjukan Komisaris yang bersangkutan. Rapat Umum Pemegang Saham berhak memberhentikan seorang Komisaris kapan saja sebelum tanggal ini.

Komisaris Independen yang telah menjabat selama dua periode dapat diangkat kembali dengan syarat bahwa mereka memberikan pernyataan independensi mereka.

Komisaris baru menjalani proses orientasi terhadap Perseroan setelah resmi ditunjuk.

ORIENTASI UNTUK KOMISARIS BARU

Setiap anggota baru Dewan Komisaris menerima program orientasi penuh terkait tanggung jawab mereka saat pertama kali ditunjuk. Proses ini dilaksanakan melalui program orientasi yang disiapkan oleh Sekretaris Perusahaan, yang dirancang untuk memberikan pemahaman tentang karakter Perseroan, bisnis, pasar serta lingkungan legislatif dimana perusahaan beroperasi; untuk membangun hubungan dengan personil Perseroan, dan memastikan pemahaman mengenai prinsip hubungan dalam Perseroan.

INDEPENDENSI DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris wajib melaksanakan tugasnya secara independen untuk memastikan bahwa Perseroan melindungi kepentingan semua pemegang saham secara setara, dan bahwa mekanisme kontrol Perseroan berjalan secara efektif dan legal. Untuk memastikan independensi ini, Unilever Indonesia memiliki empat Komisaris Independen, sesuai persyaratan pencatatan Bursa Efek Indonesia bahwa setidaknya 30% dari Dewan harus merupakan komisaris independen.

PERNYATAAN INDEPENDENSI OLEH KOMISARIS INDEPENDEN

Setiap Komisaris Independen menyatakan independensinya secara berkala dengan membuat pernyataan terkait. Pernyataan independensi ini dapat dilihat di situs Perseroan: www.unilever.co.id/investor-relations.

APPOINTMENT AND DISMISSAL OF COMMISSIONERS

The General Meeting of Shareholders has the authority to appoint and dismiss members of the Board of Commissioners. Commissioners are nominated by the Nomination and Remuneration Committee and appointed by the General Meeting of Shareholders to serve for a term that runs from the date determined at the General Meeting of Shareholders concerned until the closing of the third Annual General Meeting of Shareholders following the appointment of the Commissioner concerned. The General Meeting of Shareholders reserves the right to dismiss a Commissioner at any time before this date.

Independent Commissioners who have served for two terms may be reappointed on the condition that they provide a statement of their independence.

New Commissioners undergo an orientation to the Company following their appointment.

ORIENTATION FOR NEW COMMISSIONERS

Every new member of the Board of Commissioners receives a full orientation to their responsibilities when they are first appointed. This is done through an induction program prepared by the Corporate Secretary, which is designed to provide an understanding of the Company's character, business, and the market and legislative environment in which it operates; to build a connection with Company's personnel; and ensure an understanding of the principal relationships in the Company.

INDEPENDENCE OF THE BOARD OF COMMISSIONERS

The Board of Commissioners is required to carry out its duties independently. This is to ensure that the Company protects the interests of all shareholders equally, and that the Company's control mechanisms operate effectively and legally. To ensure this independence, Unilever Indonesia has four Independent Commissioners, which makes the Company compliant with the Indonesia Stock Exchange listing requirement that at least 30% of the Board must be independent commissioners.

DECLARATION OF INDEPENDENCE BY INDEPENDENT COMMISSIONERS

Each Independent Commissioner declares his/her independence by periodically making a statement to that effect. These independence statements are available on the Company's website: www.unilever.co.id/investor-relations.

PENGUNGKAPAN DEWAN KOMISARIS ATAS AFILIASI DAN POSISI MANAJEMEN DI PERUSAHAAN LAIN

Seluruh anggota Dewan Komisaris harus mengungkapkan hubungan keluarga dengan anggota Dewan Komisaris lain dan/atau anggota Direksi dan/atau dengan Pemegang Saham Utama dan /atau Pemegang Saham Pengendali Perseroan.

Pada tahun 2017, tidak ada Komisaris yang memiliki hubungan sebagaimana tersebut di atas. Deklarasi independensi terkait hubungan tersebut tersedia di situs web Perseroan.

Posisi manajemen yang dipegang oleh anggota Dewan Komisaris di perusahaan lain dinyatakan dalam profil masing-masing, yang dijabarkan pada halaman 50-54 Laporan Tahunan ini.

PENILAIAN KINERJA DEWAN KOMISARIS

PENILAIAN DEWAN KOMISARIS

1. Dewan Komisaris menetapkan indikator kinerja utama berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi.
2. Dewan Komisaris melakukan penilaian sendiri atas kinerja (i) setiap anggota Dewan Komisaris dan (ii) Dewan Komisaris sebagai unit kolegial, berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi (Lihat di bawah).
3. RUPS menilai kinerja Dewan Komisaris sebagaimana tercermin dalam laporan tahunan.

KRITERIA PENILAIAN KINERJA TERHADAP DEWAN KOMISARIS:

- Pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing Komisaris;
- Kepatuhan Perseroan terhadap peraturan;
- Implementasi GCG oleh Dewan Komisaris;
- Tingkat kehadiran masing-masing anggota Dewan Komisaris dalam rapat dan rapat Dewan Komisaris dengan Dewan Komite;
- Keterlibatan setiap Komisaris dalam penugasan khusus.

Hasil penilaian kinerja Dewan Komisaris dan Direksi baik sebagai entitas kolegial maupun individual merupakan pertimbangan mendasar dalam proses penentuan kompensasi, bonus dan insentif untuk Dewan Komisaris dan Direksi serta dalam proses mempertimbangkan pemberhentian atau penunjukan kembali.

DISCLOSURE OF BOARD OF COMMISSIONERS' AFFILIATION AND MANAGEMENT POSITIONS IN OTHER COMPANIES

Members of the Board of Commissioners must declare any familial relationships with any other member of the Board of Commissioners and/or Board of Directors and/or with the Majority and/or Controlling Shareholders of the Company.

In 2017, none of the Commissioners had any such relationships. The independence declarations regarding such relationships are available on the Company's website.

The current management positions held by members of the Company's Board of Commissioners in other companies are stated in their respective profiles, which can be found on page 50-54 of this Annual Report.

PERFORMANCE ASSESSMENT OF THE BOARD OF COMMISSIONERS

ASSESSMENT OF THE BOARD OF COMMISSIONERS

1. The Board of Commissioners defines the key performance indicators based on the criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee.
2. The Board of Commissioners conducts a self-assessment on the performance of (i) each member of the Board of Commissioners and (ii) the Board of Commissioners as a collegial unit, based on the criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee (see below).
3. The GMS assesses the performance of the Board of Commissioners as reflected in the annual report.

PERFORMANCE ASSESSMENT CRITERIA FOR THE BOARD OF COMMISSIONERS:

- The implementation of tasks and functions of each Commissioner;
- The Company's compliance with regulations;
- The implementation of GCG by the BoC;
- The level of attendance of each Commissioner at BoC meetings and meetings with Board Committees;
- The involvement of each Commissioner in specific assignments.

The results of the performance assessments of the BoC and BoD both as collegial entities and individually are a fundamental consideration in the process of determining the compensation, bonus and incentives for the BoC and BoD and in the process of considering the discharge or reappointment of the members concerned.

Direksi

THE BOARD OF DIRECTORS

Tanggung jawab Direksi adalah mengelola dan menetapkan arah strategis Perseroan, dan untuk mengelola, memanfaatkan, dan menjaga aset Perseroan secara konsisten sesuai dengan tujuan dan kepentingan Perseroan. Direksi melapor kepada Dewan Komisaris.

The responsibilities of the Board of Directors are to manage and set the strategic direction of the Company, and to manage, utilize and safeguard the Company's assets in a manner consistent with the Company's objectives and interests. The Board of Directors reports to the BoC.

KOMPOSISI DIREKSI

Anggaran Dasar Perseroan menetapkan bahwa Direksi harus terdiri dari satu Direktur Utama dan setidaknya empat Direktur. Pada 31 Desember 2017, susunan Direksi adalah sebagai berikut:

Presiden Direktur : Hemant Bakshi;
Direktur : Tevilyan Yudhistira Rusli;
Direktur : Enny Hartati;
Direktur : Willy Saelan;
Direktur : Amparo Cheung Aswin;
Direktur : Vikas Gupta;
Direktur : Hernie Raharja;
Direktur : Jochanan Senf;
Direktur : Ira Noviarti; dan
Direktur Independen: Sancoyo Antarikso.

COMPOSITION OF THE BOARD OF DIRECTORS

The Company's Articles of Association stipulate that the Board of Directors must comprise one President Director and at least four Directors. As at 31 December 2017, the composition of the Board of Directors was as follows:

President Director : Hemant Bakshi;
Director : Tevilyan Yudhistira Rusli;
Director : Enny Hartati;
Director : Willy Saelan;
Director : Amparo Cheung Aswin;
Director : Vikas Gupta;
Director : Hernie Raharja;
Director : Jochanan Senf;
Director : Ira Noviarti; and
Independent Director : Sancoyo Antarikso.

KRITERIA ANGGOTA DIREKSI

Perseroan memiliki kriteria kelayakan untuk calon anggota Direksi yang tercantum dalam Piagam Direksi. Proses pencarian kualitas direksi tersebut harus selaras dengan arah strategis perusahaan. Anggota Direksi adalah individu yang memenuhi prasyarat berikut:

PERSYARATAN FORMAL:

Sebagai prasyarat untuk menjadi anggota Direksi, seseorang harus:

1. Memiliki karakter, moral dan integritas yang baik;
2. Mampu melakukan tindakan hukum apa pun;
3. Dalam 5 (lima) tahun terakhir sebelum pemilihan dan selama masa jabatannya:
   a. Belum pernah dinyatakan pailit;
   b. Belum pernah menjadi bagian dari Direksi dan/atau Dewan Komisaris perusahaan yang dinyatakan pailit;
   c. Belum pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana yang melibatkan keuangan negara dan/atau sektor keuangan lainnya; dan
   d. Belum pernah menjadi bagian dari Direksi dan/atau Dewan Komisaris perusahaan yang:
      (i) pernah menangguhkan rapat umum pemegang saham tahunan;
      (ii) rapat umum pemegang saham-nya menolak laporan pertanggungjawaban Direksi dan/atau Dewan Komisaris, atau pernah menahan penyerahan

CRITERIA FOR MEMBERS OF THE BOARD OF DIRECTORS

The Company's eligibility criteria for candidates for the Board of Directors are stated in the Charter of the Board of Directors. The qualities sought are aligned with the Company's strategic directions. Members of the Board of Directors are individuals who satisfy the following prerequisites:

FORMAL REQUIREMENTS:

As a prerequisite for becoming a member of the Board of Directors, the individual must:

1. Have a good character, morals and integrity;
2. Be capable of conducting any legal action;
3. In the last 5 (five) years before election and during his/her term in the office:
   a. Have never been declared bankrupt;
   b. Have never been part of a Board of Directors and/or Board of Commissioners of a company that has been declared bankrupt;
   c. Have never been sentenced for a criminal action involving state finances and/or other financial sectors; and
   d. Have never been part of a Board of Directors and/or Board of Commissioners of a company that:
      (i) ever refrained from conducting an annual general shareholders' meeting;
      (ii) the accountability report of the Board of Directors and/or Board of Commissioners was rejected by the general shareholders' meeting, or ever refrained

laporan pertanggungjawaban Direksi dan/atau Dewan Komisaris kepada rapat umum pemegang saham; dan

(iii) pernah menyebabkan perusahaan yang telah memperoleh izin, persetujuan atau pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan gagal memenuhi kewajibannya untuk menyerahkan laporan tahunan dan/atau laporan keuangan tahunan kepada Otoritas Jasa Keuangan.

e. Berkomitmen mematuhi peraturan yang berlaku; dan
f. Memenuhi persyaratan lain sebagaimana ditentukan oleh undang-undang yang berlaku, selama tidak bertentangan dengan persyaratan yang disebutkan di atas.

4. Berdomisili di Indonesia.
5. Anggota Direksi dilarang memiliki hubungan keluarga sampai derajat kedua dengan sesama anggota Direksi dan / atau Dewan Komisaris.

PERSYARATAN MATERIAL:

1. Keahlian dan pengalaman yang diinginkan:
   Mengingat tujuan dan kegiatan yang dilakukan Perseroan, penting bahwa Direksi memiliki kemampuan keuangan yang cukup, memiliki setidaknya satu ahli keuangan dan disusun sedemikian rupa sehingga keahlian dan pengalaman berikut dimiliki oleh satu atau lebih anggotanya:
   a. Pengalaman dan pengetahuan terkait masalah tata kelola perusahaan di perusahaan yang sebanding dalam ukuran dan jenis kegiatan berskala internasional, yang terdaftar pada bursa saham;
   b. Memahami sumber daya manusia dan remunerasi perusahaan internasional berskala besar;
   c. Pengalaman dalam administrasi keuangan, kebijakan akuntansi dan pengendalian internal;
   d. Pengalaman dalam manajemen risiko perusahaan multinasional dengan saham terdaftar;
   e. Memahami pasar tempat beroperasinya Perseroan;
   f. Berpengalaman dalam dan memahami pasar fast-moving consumer goods (FMCG);
   g. Pengetahuan tentang keahlian pemasaran dan komersial; dan
   h. Kesadaran mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Kualifikasi pribadi yang diinginkan
   a. Selain keahlian, pengalaman, jejaring, visi dan kehadiran yang memadai, kualitas pribadi seperti ketidakberpihakan, integritas, toleransi terhadap sudut pandang lain, keseimbangan dan kemampuan untuk bertindak secara kritis dan mandiri memiliki bobot yang sama pentingnya.
   b. Seorang Direktur harus mampu menilai garis besar kebijakan secara keseluruhan dan harus memiliki keahlian khusus yang diperlukan untuk memenuhi tugas yang diberikan atas peran yang ditetapkan kepada mereka dalam kerangka profil Direksi.
   c. Seorang Direktur harus memperhatikan prinsip-prinsip yang mendasari aturan tata kelola perusahaan di Republik Indonesia.

from submitting a accountability report of the Board of Directors and/or Board of Commissioners to the general shareholders' meeting; and

(iii) ever caused a company that had obtained a permit, approval or effective statement from the Financial Services Authority to fail to comply with its obligation to submit its annual report and/or annual financial report to the Financial Services Authority.

e. Be committed to complying with the prevailing regulations; and
f. Meet other requirements as determined by the legislation in force, provided that it is not contrary to the requirements mentioned above.

4. Be domiciled in Indonesia.
5. Members of the Board of Directors are prohibited from having family ties to the second degree with a fellow member of the Board of Directors and/or Board of Commissioners.

MATERIAL REQUIREMENTS:

1. Desired expertise and experience:
   In view of the Company's objectives and activities, it is important that the Board of Directors has sufficient financial literacy, has at least one financial expert and is composed in such a way that the following expertise and experience are present in one or more of its members:
   a. Experience and knowledge of corporate governance issues in a company comparable in size and international spread of activities with a stock exchange listing;
   b. Understanding of human resources and remuneration of large international companies;
   c. Experience in financial administration, accounting policies and internal control;
   d. Experience in risk management of multinationals with share listings;
   e. Understanding of the markets where the Company is active;
   f. Experience in and understanding of the fast-moving consumer goods (FMCG) market;
   g. Knowledge of marketing and commercial expertise; and
   h. Awareness of corporate social responsibility issues.

2. Desired personal qualifications
   a. Besides expertise, experience, contacts, vision and adequate availability, personal qualities such as impartiality, integrity, tolerance of other points of view, balance and ability to act critically and independently are equally important.
   b. A Director should be capable of assessing the broad outline of the overall policy and shall have the specific expertise required for the fulfilment of the duties assigned to the role designated to them within the framework of the Board of Directors' profile.
   c. A Director should observe the principles underlying the corporate governance codes of the Republic of Indonesia.

d. Seorang Direktur harus menghindari konflik kepentingan.
e. Pekerjaan Direksi dan Komite dilakukan dalam bahasa Inggris dan oleh karenanya seorang Direktur harus fasih berbahasa Inggris.

PERSYARATAN DIREKTUR INDEPENDEN

a. Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan pemegang saham pengendali sedikitnya dalam 6 (enam) bulan sebelum penunjukan sebagai Direktur Independen;
b. Tidak memiliki afiliasi dengan anggota Direksi atau Dewan Komisaris;
c. Tidak bekerja sebagai anggota Direksi di perusahaan (-perusahaan) lain;
d. Bukan seseorang dalam lembaga pendukung pasar modal atau organisasi profesional yang jasanya digunakan oleh Perseroan dalam masa 6 (enam) bulan sebelum diangkat sebagai Direktur;
e. Ditunjuk oleh Dewan Komisaris.

PERSYARATAN TIDAK ADANYA KONFLIK KEPENTINGAN

Setiap konflik kepentingan atau kecenderungan konflik kepentingan antara Perseroan dan anggota Direksi harus dihindari. Direksi bertanggung jawab untuk memastikan bahwa Perseroan memiliki aturan untuk menghindari konflik kepentingan oleh anggota Direksi. Ketika konflik muncul, Direksi juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua hukum, peraturan dan Etika Prinsip Bisnis telah dipatuhi dalam mengatasi konflik kepentingan tersebut.

INDEPENDENSI & KEPEMILIKAN SAHAM DIREKSI

Anggota Direksi harus mematuhi aturan Transaksi Saham sebagaimana telah diatur oleh Perseroan dan dievaluasi secara teratur.

Agar Perseroan dapat memberikan pemberitahuan kepada pihak berwenang secara tepat waktu, anggota Direksi harus memberitahukan kepada Perseroan secara tertulis sesegera mungkin atau selambat-lambatnya 2 hari kerja setelah tanggal transaksi saham Perseroan. Kepemilikan Saham Direksi tercantum pada halaman 73 Kepemilikan Saham Anggota Dewan Komisaris dan Direksi.

d. A Director should avoid material conflicts of interest.
e. The business of the Board of Directors and their Committees may be conducted in the English language and a Director therefore should be fluent in English.

INDEPENDENT DIRECTOR REQUIREMENTS

a. Has had no affiliate relationship with the controlling shareholders for at least 6 (six) months prior to the appointment as an Independent Director;
b. Has no affiliation with any member of the Board of Directors or the Board of Commissioners;
c. Does not work as a member of the Board of Directors in other company(ies);
d. Is not an insider in a capital market supporting institution or professional organization whose services were used by the Company for the 6 (six) months prior to appointment as a Director;
e. Appointed by the Board of Commissioners.

NO CONFLICT OF INTEREST REQUIREMENT

Any conflict of interest or apparent conflict of interest between the Company and its members of the Board of Directors is to be avoided. The Board of Directors are responsible for ensuring that there are rules to avoid conflicts of interest by the Board members. Where conflicts arise the Board of Directors is also responsible for ensuring that in dealing with them all applicable laws, regulations and the Code of Business Principles are complied with.

INDEPENDENCE & SHARE OWNERSHIP OF THE BOARD OF DIRECTORS

The members of the Board of Directors must comply with the Share Dealing Manual as issued by the Company which is subject to evaluation from time to time.

To allow the Company to make the notification to the regulator on time, the members of the Board of Directors must notify the Company in writing as soon as possible but no later than 2 business days after the date of the transaction of the Company' shares. The share ownership of the Board of Directors is stated on page 73 of this Annual Report.

PIAGAM DIREKSI

Piagam Direksi berfungsi sebagai serangkaian prosedur dan pedoman yang dirancang untuk memfasilitasi dan membantu kegiatan operasional Direksi. Piagam Direksi dikeluarkan pada tanggal 11 Maret 2016 dan kemudian direvisi pada tanggal 24 Februari 2017. Piagam ini menetapkan dasar hukum untuk Direksi; tugas, tanggung jawab dan wewenang; aturan bisnis; jam kerja; dan pelaporan serta akuntabilitas Direksi. Piagam ini ditinjau dan diperbarui secara berkala apabila diperlukan. Piagam Direksi ini tersedia di situs Perseroan di www.unilever.co.id/investor-relations

PERUBAHAN PIAGAM DIREKSI PADA TAHUN 2017

Piagam Direksi diubah pada tahun 2017 untuk memastikan kepatuhan yang lebih baik dengan peraturan OJK. Perubahan-perubahan tersebut adalah sebagai berikut:

Pada 'Persyaratan', kami menambahkan dua prinsip:
1. Berdomisili di Indonesia
2. Anggota Direksi dilarang memiliki hubungan keluarga sampai dengan derajat ke-dua dengan sesama anggota Direksi atau Dewan Komisaris.

Pada 'Persyaratan Direktur Independen', kami menambahkan:
a. Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan pemegang saham pengendali paling sedikit 6 (enam) bulan sebelum penunjukan sebagai Direktur Independen;
b. Tidak memiliki afiliasi dengan anggota Direksi atau Dewan Komisaris manapun;
c. Tidak bekerja sebagai anggota Direksi di perusahaan lain;
d. Bukan seseorang di dalam lembaga penunjang pasar modal atau badan profesional yang jasanya digunakan oleh Perseroan selama 6 (enam) bulan sebelum diangkat sebagai Direktur;
e. Ditunjuk oleh Dewan Komisaris.

Di bawah 'Ketentuan Masa Kerja', kami menambahkan sehubungan dengan pengangkatan kembali, bahwa masa jabatan untuk Direktur Independen adalah maksimum dua (2) periode.

Pada 'Tugas dan Tanggung Jawab Direktur Utama', kami menambahkan:
a. Untuk mengoordinasikan, mengarahkan, mengendalikan, mengawasi Direksi dalam memastikan pelaksanaan strategi yang disetujui Perseroan, termasuk tanggung jawab laba dan mengelola kinerja bisnis;
b. Untuk memimpin pelaksanaan dan pemantauan strategi dan rencana tahunan, menyetujui tempat pemasaran dan tempat operasi untuk produk dalam kegiatan Kategori, dan memastikan bahwa rencana dan strategi bisnis selaras dengan tujuan dan prioritas Perseroan yang disepakati dengan Direksi;
c. Untuk memimpin persiapan laporan kinerja bisnis guna mendapatkan persetujuan oleh RUPS, termasuk pengumuman hasil tahunan.

BOARD OF DIRECTORS' CHARTER

The Charter of the Board of Directors serves as a set of procedures and guidelines designed to facilitate and assist the functional operation of the Board. The Board of Directors' Charter was issued on 11 March 2016 and subsequently revised on 24 February 2017. The charter sets out the legal basis for the Board; duties, responsibilities and authority; rules of business; working hours; and reporting and accountability of the Board of Directors. The Charter is regularly reviewed and updated when necessary. The Board of Directors' Charter is available on the Company's website at www.unilever.co.id/investor-relations

UPDATES OF THE BOARD OF DIRECTORS' CHARTER IN 2017

The Charter of the Board of Directors was amended in 2017 to ensure better compliance with OJK regulations. The changes were as follows:

Under 'Requirements', we added two principles:
1. Domicile in Indonesia
2. Members of the Board of Directors are prohibited from having family ties to the second degree with a fellow member of the Board of Directors or Board of Commissioners.

Under 'Independent Director Requirements', we added:
a. Has had no affiliate relationship with the controlling shareholders for at least 6 (six) months prior to the appointment as an Independent Director;
b. Has no affiliation with any member of the Board of Directors or Board of Commissioners;
c. Does not work as a member of the Board of Directors in any other company(ies);
d. Is not an insider in a capital market supporting institution or professional body whose services have been used by the Company for the 6 (six) months prior to appointment as a Director;
e. Is appointed by the Board of Commissioners.

Under 'Term of Service', we added with regard to reappointment that the term of service for an Independent Director is a maximum of two (2) terms.

Under 'Duties and Responsibilities of the President Director', we added:
a. To coordinate, direct, control, supervise the Board of Directors in ensuring delivery of the Company's agreed strategy including profit responsibility and managing business performance;
b. To lead the implementation and monitoring of strategies and annual plans, agreeing product markets for Category activities and places of operation, and ensuring that business plans and strategies are aligned with the corporate objectives and priorities agreed with the Board of Directors;
c. To lead the preparation for approval by the AGM of business performance reports, including annual results announcements.

d. Melakukan koordinasi, pengendalian, dan evaluasi terkait pemahaman dan pelaksanaan prinsip-prinsip GCG dan standar etika secara konsisten di dalam Perseroan; dan
e. Untuk memastikan bahwa informasi yang berkaitan dengan perusahaan selalu tersedia ketika diperlukan oleh Dewan Komisaris.

Pada bagian 'Prinsip Bisnis', kami menambahkan pengungkapan terkait dengan Pedoman Transaksi Saham:
Anggota Direksi harus mematuhi Pedoman Transaksi Saham sebagaimana diterbitkan oleh Perseroan, dan dievaluasi secara teratur.

Agar Perseroan dapat memberikan pemberitahuan kepada pihak berwenang secara tepat waktu, anggota Direksi harus memberitahukan kepada Perseroan secara tertulis sesegera mungkin atau selambat-lambatnya 2 hari kerja setelah tanggal transaksi saham Perseroan.

Berkenaan dengan Rapat dan Lokasi, kami menambahkan:
Dalam hal pertemuan diadakan di luar jadwal yang direncanakan, materi pertemuan harus disampaikan kepada peserta rapat paling lambat sebelum rapat diadakan. Setidaknya satu kali dalam setiap 4 bulan (3 kali pertemuan), rapat Direksi akan dihadiri oleh Dewan Komisaris.

Direktur Utama memimpin rapat. Dalam hal posisi Direktur Utama kosong atau Direktur Utama tidak dapat menghadiri rapat, salah satu anggota Direksi yang dipilih oleh anggota lain akan memimpin rapat.

'Evaluasi Kinerja' diperbarui sebagai berikut:
1. Dewan Komisaris harus menetapkan target kinerja utama Direksi berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi.
2. Dewan Komisaris harus melakukan evaluasi kinerja (i) anggota Direksi dan (ii) Direksi sebagai kolegial; berdasarkan kriteria yang disepakati, antara lain kinerja keuangan dan bisnis, penerapan tata kelola perusahaan yang baik dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku.
3. Direksi juga harus melakukan penilaian secara mandiri atas kinerja (i) setiap anggota Direksi dan (ii) Direksi sebagai entitas kolegial, berdasarkan kriteria sebagaimana direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi.
4. Selain penilaian dan penilaian mandiri yang menyeluruh oleh Dewan Komisaris, penilaian Direksi juga dilakukan pada saat penyajian laporan tahunannya kepada RUPS.

Terakhir, Perseroan memiliki kebijakan mengenai Transaksi Direktur selama maksimal 3 hari kerja dan kebijakan yang mewajibkan komite Direksi / Komisaris Independen untuk meninjau material / dampak dari transaksi pihak terkait untuk menentukan apakah hal tersebut bermanfaat bagi kepentingan Perseroan.

d. To perform coordination, control and evaluation of the internalization of the principles of GCG and ethical standards consistently in the Company; and
e. To ensure that the information relating to the corporation is always available when required by the Board of Commissioners.

Under 'Business Principles', we added disclosures related to the Share Dealing Manual:
The members of the Board of Directors shall comply with the Share Dealing Manual as issued by the Company, which is subject to evaluation from time to time.

To allow the Company to make the notifications to the regulator on time, the members of the Board of Directors must notify the Company in writing as soon as possible but no later than 2 business days after the date of a transaction of the Company' shares.

With regard to Meeting and Location, we added:
In the event that a meeting is held outside the planned schedule, the meeting materials are to be presented to the meeting participants at the latest before the meeting is held and at least once in every 4 months (3 meetings) the meeting of the Board of Directors will be joined by the Board of Commissioners.

The President Director chairs the meeting. In the event that the President Director position is vacant or the President Director is unable to attend the meeting, one member of the Board of Directors elected by the other members will chair the meeting.

'Performance Evaluation' was updated as follows:
1. The Board of Commissioners shall set out key performance indicators of the Board of Directors based on criteria as recommended by the Nomination and Remuneration Committee.
2. The Board of Commissioners shall conduct a performance evaluation of (i)the member of the Board of Directors and (ii) the Board of Directors as a collegial body; based on the criteria as agreed, including financial and business performance, implementation of good corporate governance and compliance with the prevailing regulations.
3. The Board of Directors shall also conduct a self-assessment on the performance of (i) each member of the Board of Directors and (ii) the Board of Directors as a collegial body, based on the criteria as recommended by the Nomination and Remuneration Committee.
4. In addition to the thorough self-assessment and assessment by the Board of Commissioners, the assessment of the Board of Directors is also conducted at the time of the presentation of its annual report to the GMS.

Lastly, the Company has a policy on Director Dealing max 3 Business Days and a policy requiring a committee of Independent Directors/Commissioners to review material/significant related party transactions to determine whether they are in the best interests of the Company.

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB DIREKSI

Tugas dan tanggung jawab Direksi ditentukan dalam Piagam Direksi, sesuai dengan Anggaran Dasar Perseroan serta hukum dan peraturan yang berlaku. Secara keseluruhan, tugas Direksi adalah sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab atas seluruh tindakan perusahaan dan memiliki kekuasaan, wewenang dan tugas yang diberikan kepada mereka masing-masing, sesuai dengan hukum terkait dan Anggaran Dasar.
2. Dalam keseluruhan tindakan yang dilakukan, Direksi mempertimbangkan kepentingan Perseroan secara keseluruhan, termasuk pemegang saham, karyawan, pelanggan dan pemasok, dan menjalankan tanggung jawab sosial dan hukum Perseroan kepada masyarakat di mana perseroan beroperasi dan juga terhadap lingkungan.
3. Untuk menerapkan praktik tata kelola perusahaan yang baik dalam setiap kegiatan bisnis dan pada semua tingkatan organisasi.
4. Bertanggung jawab atas manajemen, arah dan kinerja Perseroan serta bisnisnya.
5. Untuk mengidentifikasi dan mengelola risiko secara signifikan dalam melaksanakan strategi Perseroan dan mencapai tujuan jangka panjang, serta sepenuhnya bertanggung jawab untuk mengelola dan meninjau efektivitas sistem pengendalian internal dan manajemen risiko.
6. Untuk melaksanakan tugas-tugas ini secara efektif, Direksi dapat membentuk komite khusus.

Tugas dan tanggung jawab utama dari Direktur Utama adalah:

1. Mengkoordinasikan, mengarahkan, mengendalikan, dan mengawasi Direksi dalam rangka memastikan pelaksanaan strategi yang disepakati Perseroan, termasuk tanggung jawab atas laba dan pengelolaan kinerja bisnis.
2. Memimpin pelaksanaan dan pemantauan strategi dan rencana tahunan, menyetujui pasar produk dan tempat operasi kegiatan Kategori, serta memastikan bahwa rencana dan strategi bisnis selaras dengan tujuan dan prioritas Perseroan yang disepakati bersama Direksi.
3. Memimpin penyusunan laporan kinerja bisnis, termasuk pengumuman hasil tahunan, untuk disetujui oleh RUPS.
4. Mengkoordinasikan, mengendalikan, dan mengevaluasi pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik dan standar etika secara konsisten dilaksanakan di dalam Perseroan.
5. Memastikan bahwa informasi yang berkaitan dengan Perseroan selalu tersedia ketika diperlukan oleh Dewan Komisaris.

DUTIES AND RESPONSIBILITIES OF THE BOARD OF DIRECTORS

The duties and responsibilities of the Board of Directors are defined in the Board Charter, in accordance with the Company's Articles of Association and the prevailing laws and regulations. Their overall duties are as follows:

1. To be responsible for all the Company's actions and to have the power, authority and duties vested in them respectively, pursuant to the relevant laws and the Articles of Association.
2. In all their dealings, to take into consideration the interests of Company as a whole, including its shareholders, employees, customers and suppliers, and to exercise the Company's social and legal responsibilities to the communities in which it operates and to the environment.
3. To implement good corporate governance practices in their business activities and at all levels of the organisation.
4. To be responsible for the management, direction and performance of the Company and its business.
5. To identify and manage significant risks in executing the Company's strategy and achieving its long-term objectives, and to be fully responsible for managing and reviewing the effectiveness of the of internal control and risk management systems.
6. In order to carry out these duties effectively, the Board of Directors may form special committees.

The principal duties and responsibilities of the President Director are:

1. To coordinate, direct, control and supervise the Board of Directors in ensuring the delivery of the Company's agreed strategy, including profit responsibility and managing business performance.
2. To lead the implementation and monitoring of strategies and annual plans, agreeing product markets for Category activities and places of operation, and ensuring that business plans and strategies are aligned with the corporate objectives and priorities agreed with the Board of Directors.
3. To lead the preparation of business performance reports, including annual results announcements, for approval by the AGM.
4. To coordinate, control and evaluate the internalization of the principles of Good Corporate Governance and ethical standards consistently in the Company.
5. To ensure that the information relating to the Company is always available when required by the Board of Commissioners.

Tanggung jawab spesifik dari masing-masing Direktur diuraikan di bawah ini.

The specific responsibilities of each of the Directors are outlined below.

Tanggung Jawab Masing-masing Direktur / Responsibilities of each Director

Hemant Bakshi	Presiden Direktur President Director	Seperti yang telah dijelaskan di atas. Bertanggung jawab untuk memimpin dan mengoordinasikan seluruh aktivitas usaha Perseroan dan memastikan terpenuhinya seluruh tanggung jawab tata kelola perusahaan. Responsible for leading and coordinating all the business activities of the Company and ensuring the fulfillment of all the Company's governance responsibilities.
Tevilyan Yudhistira Rusli	Director/Chief Financial Officer	Bertanggung jawab atas Finance & Accounting, Corporate Management Accounting, Business Systems, IT & ERP. Responsible for Finance & Accounting, Corporate Management Accounting, Business Systems, IT & ERP.
Amparo Cheung Aswin	Director Supply Chain	Bertanggung jawab atas Commercial Supply Chain, Customer Services, Supply Management, Quality Assurance & Environment, Supply & Demand Planning, Engineering & Safety, Manufacturing, Logistics. Responsible for Commercial Supply Chain, Customer Services, Supply Management, Quality Assurance & Environment, Supply & Demand Planning, Engineering & Safety, Manufacturing, Logistics.
Annemarieke Edwardine de Haan* **Ira Noviarti****	Director Personal Care	Bertanggung jawab atas Personal Care Commercial dan Personal Care Marketing. Responsible for Personal Care Commercial and Personal Care Marketing.
Enny Hartati Sampurno	Director, Customer Development	Bertanggung jawab atas Activation Implementation Management, Sales Operations, Customer Marketing & Trade Category Management, Commercial Customer Development, Customer Development Management. Responsible for Activation Implementation Management, Sales Operations, Customer Marketing & Trade Category Management, Commercial Customer Development, Customer Development Management.
Deborah Herawati Sadrach*** **Jochanan Senf******	Director Refreshment	Bertanggung jawab atas Refreshment Commercial and Refreshment Marketing Responsible for Refreshment Commercial and Refreshment Marketing Bertanggung jawab atas Refreshment Commercial dan Refreshment Marketing Responsible for Refreshment Commercial and Refreshment Marketing
Vikas Gupta	Director Home Care & Marketing Services	Bertanggung jawab atas Home Care Commercial dan Home Care Marketing serta Marketing Service: CMI, CCM, CAS. Responsible for Home Care Commercial and Home Care Marketing and Marketing Services: CMI, CCM, CAS.
Willy Saelan	Director Human Resources	Bertanggung jawab atas Corporate General Affairs, HR Business Partners, Industrial Relations, Expertise Team (Talent, Learning), Remuneration, Service Delivery Centre, Medical Services. Responsible for Corporate General Affairs, HR Business Partners, Industrial Relations, Expertise Team (Talent, Learning), Remuneration, Service Delivery Centre, Medical Services.
Hernie Raharja	Director Foods	Bertanggung jawab atas Foods Commercial, Food Solutions Business Unit, Foods Marketing. Responsible for Foods Commercial, Food Solutions Business Unit, Foods Marketing.
Sancoyo Antarikso	Director External Relations & Corporate Secretary	Bertanggung jawab atas Corporate Secretary; Sustainable Business and Communications (Internal Communication, Media Relations, External Affairs); Unilever Indonesia Foundation (Enhancing Livelihoods, Health, Wellbeing and Nutrition Programme, Environment); Investor Relations; Legal Services; dan Integritas Bisnis. Responsible for the Corporate Secretary function; Sustainable Business and Communications (Internal Communication, Media Relations, External Affairs); Unilever Indonesia Foundation (Enhancing Livelihoods, Health, Wellbeing and Nutrition Programme, Environment); Investor Relations; Legal Services and Business Integrity.

* Hingga 31 Agustus 2017/until 31 August 2017
** Mulai 18 Oktober 2017/from 18 October 2017
*** Hingga 1 Maret 2017/until 1 March 2017
**** Mulai 27 April 2017/from 27 April 2017

PENILAIAN KINERJA KOMITE DI BAWAH DIREKSI

Perseroan tidak memiliki Komite di bawah Direksi. Tugas dan tanggung jawab Direksi didukung oleh unit kerja yang dipimpin oleh Direksi.

PENGANGKATAN DAN MASA KERJA

Anggota Direksi dinominasikan dalam Rapat Umum Pemegang Saham oleh Direksi atas rekomendasi Komite Nominasi dan Remunerasi.

Direksi ditunjuk untuk periode yang dimulai dari tanggal yang ditentukan oleh Rapat Umum Pemegang Saham sampai dengan penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan ketiga setelah penunjukan Direktur yang bersangkutan. Namun demikian, Rapat Umum Pemegang Saham berhak untuk memberhentikan Direktur setiap saat sebelum tanggal tersebut.

Semua Direktur baru menjalani orientasi sesaat setelah pengangkatannya.

ORIENTASI BAGI DIREKSI BARU

Setelah pengangkatan mereka, setiap anggota baru dari Direksi menerima program orientasi yang komprehensif terkait tanggung jawab mereka. Program orientasi, yang dipimpin oleh Sekretaris Perusahaan, dirancang untuk memberikan pemahaman mengenai karakter Perseroan, bisnis, dan pasar serta lingkungan legislatif di tempat beroperasinya perusahaan; untuk membangun hubungan dengan personil Perseroan; dan memastikan pemahaman mengenai prinsip hubungan dalam Perseroan.

Program orientasi dilakukan untuk seorang direktur baru yaitu Bapak Jochanan Senf, pada tahun 2017 dan untuk Ibu Ira Noviarti, pada awal tahun 2018.

RAPAT DIREKSI

Sesuai dengan Peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014, Direksi Perseroan bertemu minimal 12 kali dalam setahun, dan mereka juga dapat mengadakan pertemuan tambahan jika dianggap perlu. Jika tidak dapat hadir secara fisik, Direksi diizinkan untuk berpartisipasi dalam pertemuan melalui video atau *teleconferencing.*

Keputusan pada Rapat Direksi diambil berdasarkan suara terbanyak, dengan masing-masing Direktur memiliki satu suara. Sesuai dengan Anggaran Dasar, kuorum tercapai jika lebih dari separuh anggota Direksi hadir atau diwakili dalam rapat. Namun, dalam kasus transaksi yang penting, setidaknya dua pertiga anggota Direksi harus hadir atau diwakili untuk mencapai kuorum.

Direksi juga dapat membuat keputusan yang sah dan mengikat tanpa mengadakan rapat secara formal, dengan ketentuan bahwa semua anggota Direksi telah setuju secara tertulis dengan menandatangani surat keputusan yang berisi rencana terkait. Keputusan yang dibuat dengan cara tersebut memiliki validitas hukum yang serupa dengan keputusan yang dibuat dalam rapat formal Direksi.

ASSESSMENT OF THE PERFORMANCE OF COMMITTEES UNDER THE BOARD OF DIRECTORS

The Company does not have a Committee under the Board of Directors. Duties and responsibilities of the Board of Directors are supported by the working unit headed by the Board of Directors.

APPOINTMENT AND TERM OF OFFICE

Members of the Board of Directors are nominated to the General Meeting of Shareholders by the Board of Directors upon the recommendation of the Nomination and Remuneration Committee.

Directors are appointed for a period that runs from the date determined by the General Meeting of Shareholders until the closing of the third Annual General Meeting of Shareholders following the appointment of the Director concerned. Nevertheless, the General Meeting of Shareholders reserves the right to dismiss a Director at any time prior to this date.

All new Directors undergo an orientation following their appointment.

ORIENTATION FOR NEW DIRECTORS

Following their appointment, each new member of the Board of Directors receives a comprehensive orientation to their responsibilities. The orientation program, which is led by the Corporate Secretary, is designed to provide an understanding of the nature of the Company, its business, and the market and legislative environment in which it operates; to create connections with the Company personnel; and provide an understanding of the principal relationships in the Company.

The orientation program was conducted for one new director, Mr Jochanan Senf, in 2017 and for Mrs Ira Noviarti, in early 2018.

MEETINGS OF THE BOARD OF DIRECTORS

In compliance with OJK Rule No. 33/POJK.04/2014, the Company's Board of Directors meets at a minimum of 12 times a year, and they may also convene additional meetings if deemed necessary. If they cannot be physically present, Directors are permitted to participate in meetings via video or teleconferencing.

Decisions at Board of Directors' Meetings are taken by majority vote, with each Director holding one vote. In accordance with the Articles of Association, a quorum is reached if more than half of the Directors attend or are represented at the meeting. However, in the case of material transactions, at least two-thirds of the Directors must attend or be represented to reach a quorum.

The Board of Directors may also make a valid and binding decision without formally holding a meeting, provided that all members of the Board of Directors have agreed in writing by signing the decision letter containing the relevant proposal. Decisions made in such manner shall have similar legal validity to decisions made in formal meetings of the Board of Directors.

Direksi mengadakan keseluruhan 22 kali pertemuan selama tahun 2017. Jumlah ini tidak termasuk enam rapat gabungan dengan Dewan Komisaris sepanjang tahun.

Rapat Direksi untuk tahun 2017 dijadwalkan pada akhir 2016. Materi rapat dibagikan lima hari sebelum setiap pertemuan yang telah dijadwalkan.

The Board of Directors held a total of 22 meetings during 2017. This total does not include the six joint meetings with the Board of Commissioners during the year.

The Board of Directors' meetings for the year 2017 were scheduled at the end of 2016. The meeting materials were distributed five days before each scheduled meeting.

Rapat Direksi di tahun 2017

Board of Directors' Meetings in 2017

NO	TANGGAL RAPAT Date of Meeting	HEMANT BAKSHI	AMPARO CHEUNG ASWIN	ANNEMARIEKE DE HAAN**	IRA NOVIARTI ****	DEBORAH HERAWATI SADRACH *	JOCHANAN SENF***	ENNY HARTATI SAMPURNO	HERNIE RAHARJA	SANCOYO ANTARIKSO	VIKAS GUPTA	WILLY SAELAN	TEVILYAN YUDHISTIRA RUSLI
		PRESIDEN DIREKTUR President Director	DIREKTUR Director	DIREKTUR Director	DIREKTUR Director	DIREKTUR Director	DIREKTUR Director	DIREKTUR Director	DIREKTUR Director	DIREKTUR Director	DIREKTUR Director	DIREKTUR Director	DIREKTUR Director
1	10-Jan-17	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	31-Jan-17	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	X	✓	✓
3	14-Feb-17	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	28-Feb-17	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	13-Mar-17	✓	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6	31-Mar-17	✓	✓	✓	-	-	-	✓	X	✓	✓	X	✓
7	11-Apr-17	✓	X	✓	-	-	-	✓	✓	✓	X	✓	✓
8	28-Apr-17	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9	16-May-17	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓
10	31-May-17	✓	✓	✓	-	-	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	21-Jun-17	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
12	27-Jul-17	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓
13	31-Jul-17	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14	14-Aug-17	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
15	31-Aug-17	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
16	12-Sep-17	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
17	29-Sep-17	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
18	17-Oct-17	✓	✓	-	-	-	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓
19	31-Oct-17	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
20	14-Nov-17	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
21	30-Nov-17	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓
22	12-Dec-17	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Jumlah Rapat Number of Meetings		**22**	**22**	**15**	**4**	**4**	**15**	**22**	**22**	**22**	**22**	**22**	**22**
Jumlah Kehadiran Number Attended		**22**	**21**	**15**	**4**	**4**	**14**	**22**	**20**	**21**	**19**	**20**	**21**
Persentasi Kehadiran Percentage Attendance		**100%**	**95%**	**100%**	**100%**	**100%**	**93%**	**100%**	**91%**	**95%**	**86%**	**91%**	**95%**

* until 1 March 2017
** until 31 August 2017
*** from 27 April 2017
**** from 18 October 2017

Agenda setiap pertemuan mencakup hal-hal yang berada dalam lingkup tanggung jawab Direksi, termasuk strategi perusahaan, kinerja keuangan dan operasional, masalah manajemen, manajemen risiko, dan hal-hal strategis lainnya.

The agenda of each meeting covered matters that are within the scope of the Board of Director's responsibilities, including corporate strategies, financial and operational performance, management issues, risk management, and other strategic matters.

RAPAT GABUNGAN DIREKSI DAN DEWAN KOMISARIS

JOINT MEETINGS OF THE BOARD OF DIRECTORS AND THE BOARD OF COMMISSIONERS

Direksi mengadakan enam kali rapat bersama dengan Dewan Komisaris pada tahun 2017.

The Board of Directors held six joint meetings with the Board of Commissioners in 2017

Agenda pertemuan mencakup pembahasan situasi ekonomi dan politik; kondisi terkini industri dan perusahaan, risiko dan tata kelola, serta diskusi mengenai strategi perusahaan.

The meeting agendas covered the economic and political situation; industry and company updates, risk and governance, and discussions on company strategies.

PERSEROAN MENYELENGGARAKAN RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM DAN RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM LUAR BIASA DI 2017.

THE COMPANY HELD ANNUAL GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS AND EXTRAORDINARY GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS IN 2017.

PENGUNGKAPAN AFILIASI DARI ANGGOTA DIREKSI

Setiap anggota Direksi diwajibkan untuk melaporkan afiliasi apa pun yang ia miliki dengan anggota Direksi dan/atau anggota Dewan Komisaris lainnya dan/atau dengan Pemegang Saham Utama dan /atau Pemegang Saham Pengendali Perseroan.

Pada tahun 2017, tidak ada Direksi yang memiliki hubungan tersebut.

DISCLOSURE OF AFFILIATION OF THE MEMBERS OF THE BOARD OF DIRECTORS

Every member of the Board of Directors is required to declare any affiliation that he or she has with any other member of the Board of Directors and/or Board of Commissioners and/or with the Majority Shareholder and/or Controlling Shareholders of the Company.

In 2017, none of the Directors had any such relationships.

HUBUNGAN KERJA ANTARA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Sebagai bagian dari fungsi pengawasannya, Dewan Komisaris secara aktif melakukan pengawasan dan memberikan arahan kepada Direksi. Fungsi ini dilakukan baik secara langsung pada rapat gabungan antara Dewan Komisaris dan Direksi, melalui Komite Dewan, atau melalui konsultasi khusus dengan para direktur mengenai isu-isu spesifik. Mekanisme ini memberikan peluang bagi Dewan Komisaris untuk memberikan saran dan rekomendasi strategis kepada Direksi dengan tujuan meningkatkan kinerja Perseroan dan mempercepat pencapaian tujuan-tujuannya.

WORKING RELATIONSHIP BETWEEN THE BOARD OF COMMISSIONERS AND BOARD OF DIRECTORS

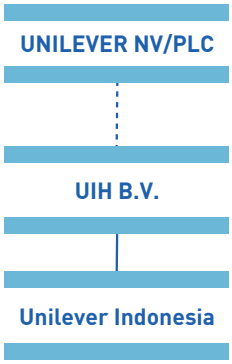
As part of its supervisory function, the Board of Commissioners actively exercises oversight and provides guidance to the Board of Directors. This is done directly at their joint BoC-BoD meetings, through the Board committees, or through ad hoc consultation with directors on specific issues. These mechanisms provide an opportunity for the Board of Commissioners to offer strategic advice and recommendations to the Board of Directors with the intention of enhancing the Company's performance and accelerating the achievement of its objectives.

MAYORITAS/PENGENDALI KEPENTINGAN

Mayoritas/pengendali kepentingan PT Unilever Indonesia adalah Unilever NV/PLC.

MAJORITY/CONTROLLING INTEREST

The majority/controlling interest of PT Unilever Indonesia is Unilever NV/PLC.



PENILAIAN KINERJA DIREKSI

Direksi dan Dewan Komisaris melakukan penilaian mandiri secara menyeluruh atas kinerja mereka setiap tahunnya, berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi. Hasil penilaian mandiri Direksi tersebut kemudian dikaji oleh Dewan Komisaris dan disampaikan kepada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan, yang juga mengevaluasi kinerja Direksi melalui laporan pertanggungjawaban tahunan Direksi. RUPS juga mengkaji penilaian mandiri Dewan Komisaris.

PERFORMANCE ASSESSMENT OF THE BOARD OF DIRECTORS

The Board of Directors and the Board of Commissioners conduct a thorough self-assessment of their performance each year, based on criteria recommended by Nomination and Remuneration Committee. The results of the Board of Directors' self-assessment are reviewed by the Board of Commissioners and presented to the Annual General Meeting of Shareholders, which also evaluates the Board of Directors' performance through the BoD's annual accountability report. The GMS also reviews the Board of Commissioners' self-assessment.

PENILAIAN DIREKSI

Proses penilaian kinerja Direksi adalah sebagai berikut:

1. Dewan Komisaris menetapkan target-target kinerja utama untuk Direksi berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi.
2. Dewan Komisaris mengevaluasi kinerja Direksi sebagai unit kerja kolegial, berdasarkan kriteria yang disepakati (lihat di bawah).
3. Direksi melakukan penilaian mandiri atas kinerja (i) masing-masing anggota Direksi dan (ii) Direksi sebagai unit kerja kolegial, berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi.
4. Selain penilaian mandiri dan penilaian oleh Dewan Komisaris, Direksi juga dinilai pada saat penyajian laporan tahunannya kepada RUPS.

KRITERIA PENILAIAN KINERJA DIREKSI:

- Pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing direktur;
- Kinerja keuangan dan bisnis Perseroan;
- Kepatuhan Perseroan dalam mematuhi peraturan;
- Implementasi GCG oleh masing-masing direktur;
- Tingkat kehadiran masing-masing direktur di rapat Direksi;
- Keterlibatan setiap direktur dalam tugas tertentu.

REMUNERASI DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

KEBIJAKAN REMUNERASI

Setiap tahun, Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan menyerahkan wewenang kepada Dewan Komisaris untuk menentukan jumlah total remunerasi. Dewan Komisaris kemudian menugaskan Komite Nominasi dan Remunerasi untuk mengusulkan paket remunerasi berdasarkan indikator di bawah ini. Dewan Komisaris kemudian menyetujui jumlah akhir, sebagai bagian dari wewenang yang didelegasikan oleh RUPST.

PROSEDUR REMUNERASI

Prosedur untuk menentukan remunerasi adalah sebagai berikut:

- Komite Nominasi dan Remunerasi meninjau struktur dan jumlah remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi dalam tahun berjalan;
- Komite membuat rekomendasi mengenai kenaikan remunerasi tahun berikutnya untuk Dewan Komisaris dan Direksi;
- Rekomendasi dievaluasi oleh Dewan Komisaris;
- Dewan Komisaris mengusulkan rekomendasi ini kepada Rapat Umum Pemegang Saham berikutnya untuk persetujuan pemegang saham.

ASSESSMENT OF THE BOARD OF DIRECTORS

The process for the performance assessment of the Board of Directors is as follows:

1. The Board of Commissioners defines the key performance indicators for the Board of Directors based on the criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee.
2. The Board of Commissioners evaluates the performance of the Board of Directors as a collegial unit, based on the agreed criteria (see below).
3. The Board of Directors conducts a self-assessment of the performance of (i) each member of the Board of Directors and (ii) the Board of Directors as a collegial unit, based on the criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee.
4. In addition to the self-assessment and the assessment by the Board of Commissioners, the Board of Directors is also assessed at the time of the presentation of its annual report to the GMS.

PERFORMANCE ASSESSMENT CRITERIA FOR THE BOD:

- The implementation of the tasks and functions of each director;
- The financial and business performance of the Company;
- The Company's compliance with regulations;
- The implementation of GCG by each director;
- The level of attendance of each director at BOD meetings;
- The involvement of each director in specific assignments.

REMUNERATION OF THE BOARD OF COMMISSIONERS AND BOARD OF DIRECTORS

REMUNERATION POLICY

Each year, the Annual General Meeting of Shareholders delegates authority to the Board of Commissioners to determine the total remuneration amount. The Board of Commissioners then instructs the Nomination and Remuneration Committee to propose a remuneration package based on the indicators below. The Board of Commissioners then approves the final amount, acting on the authority delegated by the AGMS.

REMUNERATION PROCEDURE

The procedure for determining the remuneration is as follows:

- The Nomination and Remuneration Committee reviews the structure and amount of the Board of Commissioners' and Board of Directors' remuneration in the current year;
- The Committee makes recommendations on the next year's remuneration increment for both the Board of Commissioners and Board of Directors;
- The recommendations are evaluated by the Board of Commissioners;
- The Board of Commissioners proposes these recommendations to the next General Meeting of Shareholders for the shareholders' approval.

INDIKATOR UNTUK MENENTUKAN PAKET KOMPENSASI

Setiap Direktur dan Komisaris Perseroan berhak untuk menerima remunerasi yang sepadan dengan tanggung jawab dan pengalaman, pengetahuan, serta keterampilan yang diberikan ke dalam Peruseroan. Komite Nominasi dan Remunerasi juga mempertimbangkan sejumlah faktor lain dalam menentukan jumlah remunerasi, seperti:

1. Pembandingan secara berkala terhadap perusahaan sejenis pada industri FMCG;
2. Kinerja keuangan perusahaan dan pemenuhan kewajiban keuangannya;
3. Kinerja dan pencapaian individu masing-masing Direktur dan Komisaris;
4. Tugas, tanggung jawab dan wewenang masing-masing anggota Direksi dan Dewan Komisaris; dan
5. Pencapaian tujuan kinerja jangka pendek atau jangka panjang yang selaras dengan strategi Perseroan.

STRUKTUR PAKET KOMPENSASI

Paket remunerasi untuk Direksi terdiri dari gaji, tunjangan, bonus dan imbalan pasca kerja. Paket remunerasi untuk Dewan Komisaris termasuk gaji pokok. Dewan Komisaris tidak menerima bonus jangka pendek, bonus saham, atau opsi.

PAKET KOMPENSASI UNTUK DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI PADA TAHUN 2017

Total kompensasi bagi Direksi dan Dewan Komisaris pada tahun 2017 masing-masing sebesar Rp 78,2 miliar dan Rp 5,6 miliar (2016: Rp 62,2 miliar dan Rp 4,8 miliar).

Rincian paket kompensasi tersebut diungkapkan dalam catatan Laporan Keuangan 7e yang dipublikasikan pada tanggal 26 Februari 2018.

INDICATORS FOR DETERMINING COMPENSATION PACKAGES

Each Director and Commissioner of the Company is entitled to receive remuneration commensurate with his or her responsibilities and the experience, knowledge and skills that he or she brings to the Company. The Nomination and Remuneration Committee may also take a number of other factors into consideration in determining the remuneration amount, such as:

1. Periodic benchmarking against peer companies in the FMCG industry;
2. The Company's financial performance and fulfilment of its financial obligations;
3. The individual performance and achievements of the respective Directors and Commissioners;
4. The duties, responsibilities and authority of each member of the Board of Directors and Board of Commissioners; and
5. The achievement of short-term or long-term performance goals that are aligned with the Company's strategies.

STRUCTURE OF COMPENSATION PACKAGES

The remuneration package for Board of Directors comprises the salary, allowances, bonuses and post-employment benefits. The remuneration package for the Board of Commissioners includes a basic salary. The Board of Commissioners does not receive a short-term bonus, share bonus, or options.

COMPENSATION PACKAGE FOR THE BOARD OF COMMISSIONERS AND BOARD OF DIRECTORS IN 2017

The total compensation for the Board of Directors and Board of Commissioners in 2017 amounted to IDR 78.2 billion and IDR 5.6 billion respectively (2016: IDR 62.2 billion and IDR 4.8 billion respectively).

Details of the compensation packages are disclosed in Financial Report notes 7e which published on 26 February 2018.

Komite-Komite
COMMITTEES

KOMITE AUDIT

DASAR HUKUM PEMBENTUKAN KOMITE AUDIT

Dasar hukum pembentukan dan tugas Komite Audit adalah sebagai berikut:
1. Undang-Undang Nomor 40/2007 tentang Perseroan Terbatas;
2. Undang-Undang Nomor 8/1995 tentang Pasar Modal;
3. Peraturan Bapepam IX.I.5 pada Keputusan Ketua Bapepam-LK Nomor KEP-643 / BL / 2012 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Komite Audit;
4. Ketentuan-ketentuan Anggaran Dasar Perseroan mengenai tugas dan wewenang Dewan Komisaris.
5. Keputusan Rapat Dewan Komisaris tanggal 29 Mei 2012 (Bpk. Erry Firmansyah); Surat Edaran Dewan Komisaris tanggal 1 Juli 2016 (Ibu Dwi Martani) dan Surat Edaran Dewan Komisaris tanggal 1 Oktober 2016 (Bp. Haryanto Sahari).

Anggota Komite Audit ditunjuk oleh Dewan Komisaris.

KOMPOSISI KOMITE AUDIT

Sebagaimana ditentukan dalam Piagam Komite Audit, Komite Audit harus terdiri dari paling sedikit satu Komisaris Independen Perseroan dan setidaknya dua anggota lain yang tidak berafiliasi dengan Perseroan. Para anggota Komite Audit per 31 Desember 2017 adalah sebagai berikut:
Ketua : Erry Firmansyah (Komisaris Independen)
Anggota : Dwi Martani
Anggota : Haryanto Sahari

PROFIL ANGGOTA KOMITE AUDIT

AUDIT COMMITTEE

LEGAL BASIS FOR THE ESTABLISHMENT OF THE AUDIT COMMITTEE

The legal basis for the establishment and operation of the Company's Audit Committee is as follows:
1. Law No. 40/2007 on Limited Liability Companies;
2. Law No. 8/1995 on the Capital Market;
3. Bapepam Regulation IX.I.5 on the Decision of the Chairman of Bapepam-LK No. KEP-643/BL/2012 regarding the Establishment and Guidelines for the Implementation of Audit Committees;
4. The provisions of the Company's Articles of Association regarding the duties and authority of the Board of Commissioners.
5. Board of Commissioners' Meeting decision dated 29 May 2012 (Mr. Erry Firmansyah); Board of Commissioners Circular dated 1 July 2016 (Mrs. Dwi Martani) and Board of Commissioners Circular dated 1 October 2016 (Mr. Haryanto Sahari).

The Audit Committee members are appointed by the Board of Commissioners.

COMPOSITION OF THE AUDIT COMMITTEE

As specified in the Audit Committee Charter, the Audit Committee must comprise at least one of the Company's Independent Commissioners and at least two other members who are not affiliated with the Company. As of 31 December 2017, the members of the Audit Committee were as follows:
Chairman : Erry Firmansyah (Independent Commissioner)
Member : Dwi Martani
Member : Haryanto Sahari

PROFILES OF THE AUDIT COMMITTEE MEMBERS

ERRY FIRMANSYAH

Warga Negara Indonesia, lahir di Bandung, berdomisili di Jakarta (usia 62).

Diangkat sebagai Ketua Komite Audit pada Mei 2012 berdasarkan keputusan rapat Dewan Komisaris pada tanggal 29 Mei 2012. Profil selengkapnya dapat dilihat pada profil Dewan Komisaris pada halaman 52 Laporan Tahunan ini.

ERRY FIRMANSYAH

Indonesian citizen, born in Bandung, domiciled in Jakarta (age 62).

Appointed as the Chairman of the Audit Committee in May 2012 pursuant to a decision of the Board of Commissioners' meeting on 29 May 2012. His full biodata can be seen in the profile of the Board of Commissioners on page 52 of this Annual Report.

DWI MARTANI

Warga Negara Indonesia, lahir di Wonogiri, berdomisili di Depok (usia 47).

Indonesian citizen, born in Wonogiri, domiciled in Depok (age 47).

Diangkat sebagai anggota Komite Audit Perseroan pada tanggal 1 Juli 2016 berdasarkan Surat Edaran Dewan Komisaris tertanggal 1 Juli 2016. Sejak April 2013 beliau juga telah menjadi anggota Komite Audit PT Pertamina (Persero). Selain itu, beliau adalah anggota Dewan Standar Akuntansi Pemerintah, Komite Kebijakan Akuntansi Bank Sentral, Dewan Nasional Akuntan Indonesia (IAI), dan anggota Komite Asistensi Implementasi Standar Profesi - Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI). Beliau juga seorang akademisi di Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Indonesia (FEB UI) dan merupakan konsultan serta pelatih di Pusat Pengembangan Akuntansi FEB UI. Beliau juga pembicara dalam kuliah umum, seminar, ataupun pelatihan mengenai PSAK, IFRS, dan Standar Akuntansi Pemerintahan, Pajak, Analisis Laporan Keuangan, Keuangan, ataupun kurikulum Akuntansi. Beliau sebelumnya pernah menjabat sebagai anggota Komite Audit PT Adhi Karya (Tbk) (2005-2007) dan LPP TVRI (2008-2011). Beliau juga pernah menjabat sebagai Kepala Departemen Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, Sekretaris Departemen Akuntansi, Kepala Laboratorium Akuntansi dan Kepala Bagian Kemahasiswaan Diploma Akuntansi. Lulus dari Universitas Indonesia dengan gelar Sarjana Ekonomi, jurusan Akuntansi, tahun 1993, dan mendapat gelar Doktor di bidang Keuangan pada tahun 2004.

She was appointed as a member of the Company's Audit Committee on 1 July 2016 pursuant to the Board of Commissioners' Circular dated 1 July 2016. Since April 2013 she has also been a member of the Audit Committee of PT Pertamina (Persero). In addition, she is a member of the Government Accounting Standards Board, the Central Bank Accounting Policy Committee, the National Board Institute of Indonesian Accountants (IAI), and a member of the Standard Implementation Assistance Implementation Committee - Indonesian Institute of Certified Public Accountants (IAPI). She is also academic in the Accounting Department of the Faculty of Economics and Business at the University of Indonesia (FEB UI) and is a consultant and trainer at the Accounting Development Center FEB UI. She is also a speaker in public lectures, seminars, or training on PSAK, IFRS, and Government Accounting Standards, Tax, Financial Statement Analysis, Finance or Accounting Curriculums. She was previously a member of the Audit Committees of PT Adhi Karya (Tbk) (2005-2007) and LPP TVRI (2008-2011). She also previously served as Head of the Accounting Department at the University of Indonesia Faculty of Economics and Business, Secretary of the Accounting Department, Head of the Accounting Laboratory and Head of Student Affairs in the Accounting Diploma. She graduated from the University of Indonesia with a Bachelor's degree in Economics, majoring in Accounting, in 1993, and a Doctorate degree in Finance in 2004.

HARYANTO SAHARI

Warga Negara Indonesia, lahir di Lahat, berdomisili di Jakarta (usia 62).

Indonesian citizen, born in Lahat, domiciled in Jakarta (age 62).

Beliau diangkat sebagai anggota Komite Audit Perseroan pada 1 Oktober 2016 berdasarkan Surat Edaran Dewan Komisaris tertanggal 1 Oktober 2016. Beliau menjabat sebagai Komisaris Independen PT Bank Permata Tbk (sejak November 2017), sebagai Komisaris Utama PT Bukit Barisan Indah Prima (2011-sekarang), sebagai anggota Komite Audit Universitas Indonesia (2016-sekarang), dan sebagai anggota Komite Audit Medikaloka Hermina (2017-sekarang). Sebelumnya beliau menjabat sebagai Komisaris Utama di beberapa perusahaan, yaitu PT. Batanghari Sawit Sejahtera, PT. Kaswari Unggul, PT Flora Wahana Tirta, PT Ekajaya Multiperkasa, PT Aditarwan, PT Arta Prigel, dan PT Perkebunan Inti Sawit Subur dari tahun 2011 hingga Juni 2017. Beliau juga memiliki karir yang panjang di PriceWaterhouseCoopers (PwC Indonesia), dimulai pada tahun 1985 menjabat sebagai Asisten Manajer (1986-1987), Manajer (1987-1990), Partner (1990-1996 dan 2006-2017), dan Country Senior Partner (1996-2006). Beliau lulus dari Universitas Indonesia pada tahun 1982 dengan gelar Sarjana Ekonomi, jurusan Akuntansi.

He was appointed as a member of the Company's Audit Committee on 1 October 2016 pursuant to the Board of Commissioners' Circular dated 1 October 2016. He serves concurrently as an Independent Commissioner of PT Bank Permata Tbk (since November 2017), as President Commissioner of PT Bukit Barisan Indah Prima (2011-present), as a member of the Audit Committee of the University of Indonesia (2016-present), and as a member of the Audit Committee of Medikaloka Hermina (2017-present). He previously served as the President Commissioner of several companies, namely PT Batanghari Sawit Sejahtera, PT Kaswari Unggul, PT Flora Wahana Tirta, PT Ekajaya Multiperkasa, PT Aditarwan, PT Arta Prigel, and PT Perkebunan Inti Sawit Subur from 2011 until June 2017. He also had a long career at PriceWaterhouseCoopers (PwC Indonesia), which he joined in 1985, serving as Assistant Manager (1986-1987), Manager (1987-1990), Partner (1990-1996 and 2006-2017), and Country Senior Partner Indonesia (1996-2006). He graduated from the University of Indonesia in 1982 with a Bachelor of Economics degree, majoring in Accounting.

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB KOMITE AUDIT

Secara umum, Komite Audit memberikan dukungan kepada Dewan Komisaris dengan memantau, mengkaji, dan memberikan jaminan pada integritas dan efektivitas laporan keuangan Perseroan, manajemen risiko dan pengendalian internal, serta kepatuhan Perseroan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku. Dalam melaksanakan tugasnya, Komite Audit bekerja dalam koordinasi yang erat dengan Unit Audit Internal dan Auditor Eksternal. Komite Audit juga memonitor fungsi audit internal, mengawasi kinerja, kualifikasi dan independensi auditor eksternal, dan memfasilitasi auditor eksternal selama pelaksanaan audit.

Lebih khusus lagi, Komite Audit mendukung Dewan Komisaris dengan memberikan pendapat yang independen dan profesional mengenai laporan atau hal-hal lain yang disampaikan oleh Direksi, dan dengan mengidentifikasi isu-isu yang memerlukan perhatian Dewan Komisaris. Tanggung jawab mereka termasuk diantaranya, tetapi tidak terbatas pada hal-hal berikut ini:

1. Membuat rencana kerja tahunan;
2. Meninjau laporan keuangan, dan informasi keuangan lainnya yang akan diungkapkan oleh Perseroan;
3. Meninjau hasil triwulan sebelum diterbitkan;
4. Membuat rekomendasi kepada Dewan Komisaris atas pengangkatan, pengangkatan kembali dan pengangkatan auditor eksternal;
5. Meninjau kepatuhan Perseroan terhadap hukum pasar modal dan peraturan terkait lainnya;
6. Meninjau dan mengevaluasi audit yang dilakukan oleh audit internal dan memantau tindak lanjut Direksi atas hasil temuan audit internal;
7. Meninjau dan melaporkan kepada Dewan Komisaris mengenai keluhan tentang Perseroan;
8. Memastikan kerahasiaan dokumen, data dan informasi Perseroan;
9. Mengawasi hubungan dengan auditor eksternal dan melakukan konsultasi secara teratur dengan mereka selama pelaksanaan audit;
10. Meninjau dan memperbarui Piagam Komite Audit bila diperlukan;
11. Mengevaluasi dan memastikan bahwa semua tanggung jawab yang ditetapkan dalam Piagam Komite Audit dijalankan dengan benar;
12. Memberikan pendapat yang independen dalam hal perbedaan pendapat antara manajemen dan Akuntan atas layanan yang diberikan;
13. Meninjau pelaksanaan manajemen risiko oleh Direksi;
14. Meninjau dan memberikan saran kepada Dewan Komisaris atas potensi konflik kepentingan dalam Perseroan.

Komite Audit melapor langsung kepada Dewan Komisaris.

PIAGAM KOMITE AUDIT

Piagam Komite Audit menjabarkan organisasi, keanggotaan, tanggung jawab, wewenang dan pelaporan Komite Audit. Versi saat ini dari Piagam Komite Audit dikeluarkan pada 23 Oktober 2013 dan dapat dilihat pada situs Perseroan di www.unilever.co.id/investor-relations

DUTIES AND RESPONSIBILITIES OF THE AUDIT COMMITTEE

In general, the Audit Committee provides support to the Board of Commissioners by monitoring, reviewing and providing assurance on the integrity and effectiveness of the Company's financial statements, risk management and internal controls, and the Company's compliance with legal and regulatory requirements. In these tasks the Audit Committee works in close coordination with the Internal Audit Unit and the External Auditor. The Audit Committee also monitors the internal audit function, oversees the performance, qualifications and independence of the external auditor, and facilitates the external auditor during the course of the audit.

More specifically, the Audit Committee supports the Board of Commissioners by providing an independent and professional opinion on reports or other matters conveyed by the Board of Directors, and by identifying issues that require the attention of the Board of Commissioners. Their responsibilities include, but are not limited to, the following:

1. Making an annual work plan;
2. Reviewing the financial reports and other financial information that the Company intends to disclose;
3. Reviewing quarterly results prior to publication;
4. Making recommendations to the Board of Commissioners on the appointment, reappointment and removal of the external auditor;
5. Reviewing the Company's compliance with capital market laws and other relevant regulations;
6. Reviewing and evaluating the audits performed by the internal audit unit and monitoring the follow-up of the internal audit findings by the Board of Directors;
7. Reviewing and reporting to the Board of Commissioners any complaints about the Company;
8. Ensuring the confidentiality of corporate documents, data and information;
9. Overseeing relations with the external auditors and consulting regularly with them during the course of the audit;
10. Reviewing and updating the Audit Committee Charter when necessary;
11. Evaluating and confirming that all the responsibilities set out in the Audit Committee Charter are properly executed;
12. Providing an independent opinion in the event of a difference of opinion between the management and the Public Accountant on the services rendered;
13. Reviewing the implementation of risk management by the Board of Directors;
14. Reviewing and advising the Board of Commissioners on potential conflicts of interest in the Company.

The Audit Committee reports directly to the Board of Commissioners.

AUDIT COMMITTEE CHARTER

The Audit Committee Charter defines the organization, membership, responsibilities, authority and reporting of the Audit Committee. The current version of the Audit Committee Charter was issued on 23 October 2013 and can be seen on the Company's website at www.unilever.co.id/investor-relations

INDEPENDENSI KOMITE AUDIT

Untuk memastikan fungsi Komite Audit sepenuhnya independen dan objektif, Ketua Komite Audit adalah salah satu Komisaris Independen Perseroan, sementara dua anggota lainnya adalah pihak eksternal independen. Pernyataan Independensi Komite Audit dapat ditemukan di situs web Perseroan di www.unilever.co.id/investor-relations

INDEPENDENCE OF THE AUDIT COMMITTEE

To ensure that the Audit Committee functions completely independently and objectively, the Audit Committee is chaired by one of the Company's Independent Commissioners, and the other two members are both external, independent parties. The Statement of Independence of the Audit Committee can be found on the Company's website at www.unilever.co.id/investor-relations

RAPAT KOMITE AUDIT

Seperti dinyatakan dalam Piagam, Komite Audit setidaknya mengadakan pertemuan empat kali dalam setahun, dan mengadakan pertemuan tambahan setiap kali dianggap perlu. Rapat Komite Audit juga dihadiri oleh Chief Financial Officer Perseroan, Sekretaris Perusahaan, Kepala Audit Internal, Kepala Corporate Controller, Manajer Integritas Bisnis dan auditor eksternalAgenda setiap pertemuan mencakup tinjauan atas praktek tata kelola perusahaan, termasuk manajemen risiko, pelaporan keuangan dan kode etik Perseroan.

Rapat Komite Audit di tahun 2017
Komite Audit bertemu 4 kali pada tahun 2017, dengan tingkat kehadiran rata-rata 100%.

AUDIT COMMITTEE MEETINGS

As stipulated in the Charter, the Audit Committee meets at a minimum of four times a year, and may hold additional meetings whenever deemed necessary. Audit Committee meetings are also attended by the Company's Chief Financial Officer, Corporate Secretary, Head of Internal Audit, Head of Corporate Controller, Business Integrity Manager and the external auditor. The agenda of each meeting includes a review of the Company's corporate governance practices, including risk management, financial reporting and corporate conduct.

Audit Committee Meetings in 2017
The Audit Committee met 4 times in 2017, with an average attendance rate of 100%.

NAMA Name	JABATAN Position	1 10-MAR-17	2 27-APR-17	3 25-JUL-17	4 24-OCT-17	JUMLAH RAPAT Number of Meetings	JUMLAH KEHADIRAN Number Attended	PERSENTASE KEHADIRAN Percentage Attendance
Erry Firmansyah	Ketua Komite Audit Chairman of Audit Committee	✓	✓	✓	✓	4	4	100.0%
Dwi Martani	Anggota Komite Audit Member of Audit Committee	✓	✓	✓	✓	4	4	100.0%
Haryanto Sahari	Anggota Komite Audit Member of Audit Committee	✓	✓	✓	✓	4	4	100.0%
RATA-RATA KEHADIRAN KOMITE AUDIT **ATTENDANCE OF THE AUDIT COMMITTEE**								**100.0%**

KEGIATAN KOMITE AUDIT PADA TAHUN 2017

Pada 2017, kegiatan yang dilakukan Komite Audit adalah sebagai berikut:

- Mengkaji dan memberikan pendapat atas hasil audit Laporan Keuangan Perseroan untuk tahun fiskal 2017 oleh auditor eksternal.
- Menelaah hasil keuangan setiap triwulan sebelum dipublikasikan;
- Mengevaluasi kinerja, kompetensi, independensi dan obyektifitas Auditor Eksternal, dan membuat rekomendasi kepada Dewan Komisaris mengenai apakah auditor yang bersangkutan harus diajukan ke RUPS untuk mengaudit Laporan Keuangan Perseroan untuk tahun fiskal 2018.
- Meninjau laporan audit internal yang dilakukan selama tahun 2017 dan memberitahukan kepada Dewan Komisaris tentang masalah penting apa pun yang perlu mendapat perhatian mereka.
- Memantau kelayakan dan efektivitas pengendalian internal Perseroan untuk memberikan jaminan bahwa penerapan setiap kontrol material telah layak untuk menghindari dan / atau memitigasi risiko.
- Menelaah kepatuhan Perseroan terhadap hukum dan peraturan pasar modal serta peraturan dan ketentuan terkait lainnya.

AUDIT COMMITTEE ACTIVITIES IN 2017

In 2017, the activities of the Audit Committee included the following:

- Reviewed and provided an opinion on the results of the audit of the Company's Financial Statements for fiscal year 2017 by the external auditor.
- Reviewed the quarterly financial results before they were published;
- Evaluated the performance, competence, independence and objectivity of the External Auditor, and made recommendations to the Board of Commissioners on whether the auditor concerned should be proposed to the GMS for the audit of the Company's Financial Statements for fiscal year 2018.
- Reviewed the reports on the internal audits performed during 2017 and alerted the BoC of any material issues that required their attention.
- Monitored the adequacy and effectiveness of the Company's internal controls to provide assurance that the application of each material control is sufficient to avoid and/or mitigate risks.
- Reviewed the Company's compliance with capital market laws and regulations and other relevant rules and regulations.

KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI

DASAR HUKUM BAGI PEMBENTUKAN KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI

Dasar hukum pembentukan Komite Nominasi dan Remunerasi adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 40/2007 tentang Perseroan Terbatas;
2. Undang-Undang Nomor 8/1995 tentang Pasar Modal;
3. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 34/POJK.04/2014 tanggal 8 Desember 2014 tentang Komite Nominasi dan Remunerasi Emiten atau Perusahaan Publik ("POJK No. 34/2014");
4. Ketentuan-ketentuan Anggaran Dasar Perseroan mengenai tugas dan wewenang Dewan Komisaris;
5. Surat Edaran Dewan Komisaris tanggal 29 Januari 2016 tentang pembentukan Komite Nominasi dan Remunerasi. Pengangkatan anggota Komite Nominasi dan Remunerasi terbaru berdasarkan Surat Edaran Dewan Komisaris tertanggal 24 Februari 2017.

KOMPOSISI KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI

Komite Nominasi dan Remunerasi ditunjuk oleh, dan melapor kepada Dewan Komisaris. Komposisi Komite Nominasi dan Remunerasi telah sesuai dengan Peraturan OJK Nomor 34/POJK.04/2014 tentang Komite Nominasi dan Remunerasi.

Per 31 Desember 2017, Komposisi Komite Nominasi dan Remunerasi adalah sebagai berikut:
Ketua : Mahendra Siregar
Anggota : Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Anggota : Aditya Arisusetio

PROFIL KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI

NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE

LEGAL BASIS FOR THE ESTABLISHMENT OF THE NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE

The legal basis for the establishment of the Nomination and Remuneration Committee is as follows:

1. Law No. 40/2007 on Limited Liability Companies;
2. Law No. 8/1995 on the Capital Market;
3. Financial Services Authority (OJK) Regulation No. 34/POJK.04/2014 dated 8 December 2014 on Nomination and Remuneration Committees of Issuers or Public Companies ("POJK No. 34/2014");
4. The provisions of the Company's Articles of Association regarding the duties and authority of the Board of Commissioners;
5. Board of Commissioners Circular dated 29 January 2016 on the establishment of the Nomination and Remuneration Committee. The appointment of the most recent new member of the Nomination and Remuneration Committee was based on Board of Commissioners Circular dated 24 February 2017.

COMPOSITION OF THE NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE

The Nomination and Remuneration Committee is appointed by, and reports to, the Board of Commissioners. The composition of the Nomination and Remuneration Committee is compliant with OJK Regulation No. 34/POJK.04/2014 regarding the Nomination and Remuneration Committee.

As of 31 December 2017, the Nomination and Remuneration Committee comprised the following:
Chairman : Mahendra Siregar
Member : Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Member : Aditya Arisusetio

NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE PROFILES

MAHENDRA SIREGAR

Warga Negara Indonesia, lahir di Bandung, berdomisili di Jakarta (usia 55 tahun)

Diangkat sebagai Ketua Komite Nominasi dan Remunerasi melalui keputusan Dewan Komisaris, efektif sejak 29 Januari 2016. Detail selengkapnya dapat dilihat pada Profil Dewan Komisaris pada halaman 51 Laporan Tahunan ini.

MAHENDRA SIREGAR

Indonesian citizen, born in Bandung, domiciled in Jakarta (age 55)

Appointed as the Chairman of the Nomination and Remuneration Committee by decision of the Board of Commissioners, effective 29 January 2016. His full bio can be seen in the Profile of the Board of Commissioners on page 51 of this Annual Report.

MAURITS DANIEL RUDOLF LALISANG

Warga Negara Indonesia, lahir di Makassar, berdomisili di Jakarta (usia 64 tahun).

Diangkat sebagai anggota Komite Nominasi dan Remunerasi melalui keputusan Dewan Komisaris, efektif mulai 29 Januari 2016. Detail selengkapnya dapat dilihat pada Profil Dewan Komisaris pada halaman 50 Laporan Tahunan ini.

MAURITS DANIEL RUDOLF LALISANG

Indonesian citizen, born in Makassar, domiciled in Jakarta (age 64).

Appointed as a member of the Nomination and Remuneration Committee by decision of the Board of Commissioners, effective 29 January 2016. His full bio can be seen in the Profile of the Board of Commissioners on page 50 of this Annual Report.

ADITYA ARISUSETIO

Warga Negara Indonesia, lahir di Jakarta (usia 35).
Indonesian citizen, born in Jakarta (age 35).

Diangkat sebagai anggota Komite Nominasi dan Remunerasi oleh keputusan Dewan Komisaris pada pertemuan tanggal 24 Februari 2017. Telah bergabung dengan Unilever Indonesia sejak tahun 2016 sebagai Rewards Manager. Sebelum bergabung dengan Perseroan, beliau adalah Manajer Senior Rewards & HRIS di PT L'Oreal Indonesia (2015-2016), dan Compensation Benefits Manager, juga di PT L'Oreal Indonesia (2014-2015). Sebelumnya menjabat berbagai peran di bidang sumber daya manusia, termasuk Compensation Benefits & Industrial Relations Manager, Head of Personnel Administration & Compensation Benefits, dan Human Resources Specialist, di PT Aero Systems Indonesia (Garuda Indonesia Group) mulai 2010 hingga 2014, dan di Save the Children Indonesia (2008-2010), PT Buana Investment Global Futures (2007-2008) dan PT Blue Bird Group (2005-2007). Lulus dari Universitas Indonesia pada tahun 2005 dengan gelar Bachelor di bidang Psikologi.

Appointed as a member of the Nomination and Remuneration Committee by a decision of the Board of Commissioners at their meeting on 24 February 2017. He has been at Unilever Indonesia since 2016 as Rewards Manager. Before joining the Company, he was Rewards & HRIS Senior Manager at PT L'Oreal Indonesia (2015-2016), and Compensation Benefits Manager, also at PT L'Oreal Indonesia (2014-2015). Prior to that, he served in various human resource roles, including Compensation Benefits & Industrial Relations Manager, Head of Personnel Administration & Compensation Benefits, and Human Resources Specialist, at PT Aero Systems Indonesia (Garuda Indonesia Group) from 2010 to 2014, and at Save the Children Indonesia (2008-2010), PT Buana Investment Global Futures (2007-2008) and PT Blue Bird Group (2005-2007). He graduated from the University of Indonesia in 2005 with a Bachelor's degree in Psychology.

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI

Tugas utama Komite Nominasi dan Remunerasi meliputi:

1. Membuat rekomendasi kepada Dewan Komisaris terkait dengan komposisi, nominasi, evaluasi dan kompetensi Dewan Komisaris, Direksi, Komite Dewan dan pejabat eksekutif Perseroan;
2. Menentukan kriteria untuk mengidentifikasi, meneliti dan menyetujui kandidat untuk posisi-posisi di atas, dan melaksanakan proses tersebut;
3. Mengevaluasi kebijakan remunerasi secara berkala;
4. Meninjau dan memberikan rekomendasi kepada Dewan Komisaris atas kebijakan, struktur dan besarnya remunerasi bagi Dewan Komisaris dan Direksi, untuk disajikan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan;
5. Memberikan rekomendasi kepada Dewan Komisaris terkait paket remunerasi bagi anggota Komite Dewan, pejabat dan juga karyawan eksekutif;
6. Membantu Dewan Komisaris dalam menilai kinerja Direksi dan/atau Dewan Komisaris dan Komite Dewan.

DUTIES AND RESPONSIBILITIES OF THE NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE

The principal duties of the Nomination and Remuneration Committee include:

1. Providing recommendations to the Board of Commissioners on the composition, nomination, evaluation and competency development of the Board of Commissioners, Board of Directors, Board Committees and executive officers of the Company;
2. Determining criteria for identifying, assessing and approving candidates for the positions above, and carrying out said processes;
3. Periodically reviewing the remuneration policy;
4. Reviewing and making recommendations to the Board of Commissioners on the policy, structure and amount of remuneration for the Board of Commissioners and Board of Directors, for presentation to the Annual General Meeting of Shareholders for their approval;
5. Making recommendations to the Board of Commissioners on the compensation packages for members of Board Committees, executive officers and employees;
6. Providing support to the Board of Commissioners in their assessment of the performance of the Board of Directors and/or Board of Commissioners and Board Committees.

PIAGAM KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI

Piagam Komite Nominasi dan Remunerasi menjabarkan latar belakang, struktur, keanggotaan, tugas, tanggung jawab, wewenang, pertemuan dan pelaporan Komite Nominasi dan Remunerasi. Versi terakhir dari Piagam Komite Nominasi dan Remunerasi disahkan pada 29 Januari 2016 melalui Keputusan Dewan Komisaris, dan akan ditinjau secara rutin, serta diubah dan diperbarui jika diperlukan. Piagam Komite Nonimasi dan Remunerasi dapat dilihat pada situs Perseroan di www.unilever.co.id/investor-relations

NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE CHARTER

The background, structure, membership, duties, responsibilities, authority, meetings and reporting of the Nomination and Remuneration Committee are defined in the Committee's Charter, the current version of which was enacted on 29 January 2016 by a Decision of the Board of Commissioners. The Charter is periodically reviewed, and updated whenever deemed necessary. The Charter can be seen on the Company's website at www.unilever.co.id/investor-relations

KEANGGOTAAN KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI

Perseroan menjamin independensi Komite Nominasi dan Remunerasi melalui persyaratan keanggotaan sebagai berikut:

1. Komite ini diketuai oleh Komisaris Independen;
2. Ketua dan anggota independen Komite tidak dapat memiliki afiliasi apapun dengan pemegang saham mayoritas, anggota Dewan Komisaris atau anggota Direksi;
3. Anggota bersedia mempersiapkan dan menandatangani pernyataan tertulis terkait persyaratan independensi dan tidak adanya konflik kepentingan;
4. Anggota mampu bekerja sama dan berkomunikasi dengan baik dan berdasarkan etika serta memberikan waktu yang cukup untuk melakukan tugas dengan baik serta memberi nilai tambah;
5. Anggota tidak boleh memiliki hubungan bisnis baik langsung maupun tidak langsung yang berhubungan dengan kegiatan Perseroan yang dapat menyebabkan konflik kepentingan;
6. Wajib mematuhi Pedoman Prinsip Bisnis Perseroan; serta
7. Anggota Direksi tidak diizinkan untuk bekerja dalam Komite.

MEMBERSHIP OF THE NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE

The independence of the Nomination and Remuneration Committee is assured by the following requirements of the members:

1. The Committee is chaired by an Independent Commissioner;
2. The Chair and the independent members of the Committee do not have any affiliation with the majority shareholder, members of the Board of Commissioners or members of the Board of Directors;
3. Members are willing to prepare and sign a written statement relating to the independence requirements and that they have no conflicts of interest;
4. Members are able to cooperate and communicate in a proper and ethical manner, and allocate sufficient time to perform their tasks properly and with added value;
5. Members must not have any direct or indirect business relationship that is related to the Company's activities that could cause a conflict of interest;
6. Being obliged to adhere to the Company's Code of Business Principles and Code Policies; and
7. Members of the Board of Directors are not permitted to serve on the Committee.

RAPAT KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI

Piagam menjelaskan bahwa Komite Nominasi dan Remunerasi harus melaksanakan setidaknya tiga kali pertemuan dalam setahun. Rapat harus dihadiri oleh sedikitnya 51% dari keanggotaan. Pihak terkait lainnya dapat diundang untuk menghadiri rapat dengan persetujuan Dewan Komisaris.

Komite Nominasi dan Remunerasi bertemu 3 kali pada tahun 2017, dengan tingkat kehadiran rata-rata 100%.

NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE MEETINGS

The Charter specifies that the Nomination and Remuneration Committee must meet three times a year at a minimum. Meetings must be attended by at least 51% of the membership, and other relevant persons may be invited to attend with the approval of the Board of Commissioners.

The Nomination and Remuneration Committee met 3 times in 2017, with an average attendance rate of 100%.

Rapat Komite Nominasi dan Remunerasi tahun 2017

Nomination and Remuneration Committee Meetings in 2017

NAMA Name	JABATAN Position	1 25-JAN-17	2 16-JUN-17	3 13-JUL-17	JUMLAH RAPAT Number of Meetings	JUMLAH KEHADIRAN Number Attended	PERSENTASE KEHADIRAN Percentage Attendance
Mahendra Siregar	Ketua Komite Nominasi dan Remunerasi Chairman of Nomination and Remuneration Committee	✓	✓	✓	3	3	100.0%
Maurits Daniel Rudolf Lalisang	Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi Member of Nomination and Remuneration Committee	✓	✓	✓	3	3	100.0%
Aditya Arisusetio	Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi Member of Nomination and Remuneration Committee	✓	✓	✓	3	3	100.0%
RATA-RATA KEHADIRAN KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI ATTENDANCE OF THE NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE							**100.0%**

KEGIATAN KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI DI TAHUN 2017:

- Meninjau gaji tahunan untuk tahun 2017;
- Menelaah dan memberikan rekomendasi mengenai paket remunerasi bagi Dewan Komisaris dan Direksi, dengan mempertimbangkan kinerja, tanggung jawab, dan hak mereka, serta menyajikan rekomendasi tersebut kepada Dewan Komisaris dan kepada Pemegang Saham untuk mendapatkan persetujuan pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST);
- Memimpin proses perencanaan penggantian Dewan Komisaris, Direksi dan Komite Dewan dengan mengidentifikasi, mengevaluasi dan mengusulkan kandidat untuk posisi yang akan kosong. Penunjukan orang-orang yang bersangkutan, mengacu pada kebijaksanaan dan persetujuan dari badan yang terpisah. Dalam hal penunjukan Dewan Komisaris dan Direksi, badan yang berwenang memutuskan adalah RUPSLB. Pada tahun 2017, Komite Nominasi dan Remunerasi memainkan peran utama dalam pencalonan dua anggota Direksi dan dua anggota Komite Audit.

KEBIJAKAN SUKSESI UNTUK DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Kebijakan Suksesi untuk Dewan Komisaris

Perseroan memiliki daftar kandidat potensial untuk anggota Dewan Komisaris, termasuk Komisaris Independen. Untuk dapat dipertimbangkan sebagai kandidat, seseorang harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Piagam Dewan Komisaris. Komite Nominasi dan Remunerasi bertanggung jawab untuk mengkaji dan memperbarui daftar tersebut secara berkala, dan memanfaatkannya untuk mengidentifikasi dan merekomendasikan kandidat yang cocok kepada Dewan Komisaris untuk mendapatkan persetujuan lebih lanjut dari RUPS.

Kebijakan Suksesi untuk Direksi

Melalui Komite Nominasi dan Remunerasi, Perseroan telah mengembangkan rencana suksesi yang komprehensif untuk memastikan bahwa ketika terjadi kekosongan tingkat manajer senior ke atas, terdapat pilihan kandidat yang memenuhi syarat dengan pengalaman dan keahlian yang diperlukan untuk mengisi posisi tersebut. Komite Nominasi dan Remunerasi bertanggung jawab untuk mengidentifikasi dan merekomendasikan kandidat yang cocok dan menentukan kriteria pemilihan mereka. Namun, keputusan pengangkatan Direksi sepenuhnya tunduk pada persetujuan dari RUPS.

Perseroan memilki kebijakan untuk sedapat mungkin mempromosikan seseorang dari internal jika memungkinkan. Komposisi Direksi saat ini telah mencerminkan komitmen tersebut, dengan lebih dari separuh anggota telah dipromosikan dari dalam Unilever Indonesia. Divisi sumber daya manusia berperan penting dalam proses ini melalui pemetaan bakat, mengidentifikasi talenta yang memiliki potensi kepemimpinan di seluruh organisasi, dan memastikan mereka memiliki kesempatan mengikuti program pengembangan terpadu dan/atau dipercepat agar mereka mendapat paparan yang luas pada seluruh aspek Perseroan melalui pemberian tugas dan rotasi pekerjaan serta pelatihan, pembinaan dan bimbingan.

NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE ACTIVITIES IN 2017:

- Reviewed the annual salaries for 2017;
- Reviewed and made recommendations on the remuneration packages for the Board of Commissioners and Board of Directors, taking into consideration their performance, responsibilities, and entitlements, and presented the recommendations to the BoC and to the Shareholders for approval at the Annual General Meeting of Shareholders (AGMS);
- Led the process of succession planning for the Board of Commissioners, Board of Directors and Board Committees by identifying, evaluating and proposing candidates for positions that will become vacant. The appointment of the persons concerned 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. In 2017, the Nomination and Remuneration Committee played a key role in the nomination of two members of the Board of Directors and two Audit Committee members.

SUCCESSION POLICY FOR THE BOARD OF COMMISSIONERS AND BOARD OF DIRECTORS

Succession Policy for the Board of Commissioners

The Company at all times maintains a list of potential candidates for the Board of Commissioners, including independent commissioners. To be considered as a candidate, an individual must fulfil the requirements specified in the BoC charter. The Nomination and Remuneration Committee is responsible for periodically reviewing and updating the list , and using it to identify and recommend suitable candidates to the BoC for the further approval of the AGMS.

Succession Policy for the Board of Directors

Through the Nomination and Remuneration Committee, the Company has developed a comprehensive succession plan to ensure that whenever there is a vacant position at senior manager level and above, there is a pipeline of candidates with the appropriate qualifications, skills and experience to fill it. With regard to the Board of Directors, the Nomination and Remuneration Committee is responsible for identifying and recommending suitable candidates and determining the criteria for their selection, but the decision on the appointment of a Director rests with the AGMS.

The Company's policy is to promote internally where possible. The current composition of the BoD attests to this, with more than half of the members having been promoted from within Unilever Indonesia. The human resources division plays a key role in this process by mapping talent with leadership potential across the organisation, and ensuring that they have access to integrated and/or accelerated development programs that give future leaders wide exposure to all aspects of the Company through assignments and rotations as well as training, coaching and mentoring.

PERSYARATAN KEANGGOTAAN UNTUK DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Persyaratan formal dan material untuk anggota Dewan Komisaris, Komisaris Independen dan Direksi ditetapkan dalam Piagam Perseroan. Masing-masing Piagam tersedia di situs Perseroan www.unilever.co.id/investor-relations.

MEMBERSHIP REQUIREMENTS FOR THE BOARD OF COMMISSIONERS AND THE BOARD OF DIRECTORS

The formal and material requirements for members of the Board of Commissioners, Independent Commissioners and the Board of Directors are set out in the respective Board Charters. These Charters are available on the Company's website at www.unilever.co.id/investor-relations.

Transaksi Dengan Pihak Berelasi

RELATED PARTY TRANSACTIONS

Perseroan memiliki kebijakan yang dirancang untuk mengatur transaksi dengan pihak terkait. Kebijakan ini memastikan identifikasi, persetujuan, pengungkapan dan pelaporan transaksi antara Perseroan dan setiap pihak yang terkait, transparan dan mematuhi undang-undang serta peraturan yang belaku. Kebijakan Transaksi Pihak yang Terkait tersedia di situs Perseroan www.unilever.co.id/investor-relations.

The Company has a policy that governs transactions with related parties. This policy ensures that the identification, approval, disclosure and reporting of transactions between the Company and related parties is transparent and complies with the applicable laws and regulations in Indonesia. The Related Party Transactions Policy can be seen on our website at www.unilever.co.id/investor-relations.

Sekretaris Dewan Komisaris

BOARD OF COMMISSIONERS' SECRETARY

Posisi khusus ini tidak ada dalam struktur perusahaan Unilever Indonesia; namun, fungsi ini dilakukan oleh staf Perseroan.

This specific position does not exist in the corporate structure of Unilever Indonesia; however, the function is performed by staff of the Company.

Sekretaris Perusahaan

CORPORATE SECRETARY

DASAR HUKUM PEMBENTUKAN SEKRETARIS PERUSAHAAN

Dasar Hukum Pembentukan Sekretaris Perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas;
2. Undang-Undang No. 8/1995 tentang Pasar Modal;
3. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 35 / POJK.04 / 2014 tanggal 8 Desember 2014 tentang Sekretaris Perusahaan Emiten atau Perusahaan Publik ("POJK No. 35/2014").

Sekretaris Perusahaan, per tanggal 31 Desember 2017, adalah Bapak Sancoyo Antarikso. Detail selengkapnya dapat dilihat di Profil Direksi pada halaman 58 Laporan Tahunan ini.

KEBIJAKAN KOMUNIKASI PEMEGANG SAHAM

Sesuai dengan Prinsip Kebijakan Komunikasi Pemegang Saham, Perseroan berkomitmen untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi para pemegang sahamnya. Salah satu cara mewujudkan komitmen ini adalah melalui komunikasi secara teratur dan membangun dengan para pemegang saham baik individu maupun institusional ("Para Pemegang Saham") serta dengan komunitas investasi pada umumnya. Perseroan akan menyediakan akses yang setara, adil, dan tepat waktu untuk semua Pemegang Sahamnya. Perseroan melakukan hal ini untuk memastikan bahwa informasi yang mudah dipahami dan seimbang, terkait kegiatan bisnis Perseroan dapat tersampaikan dengan benar dan akurat. Di bawah ini adalah beragam saluran komunikasi yang tersedia untuk para Pemegang Saham dan/atau komunitas investasi:

- **Rapat Umum Pemegang Saham**
  Rapat Umum Pemegang Saham adalah salah satu saluran komunikasi Unilever Indonesia dengan para Pemegang Saham. Komisaris Utama Perseroan, anggota Dewan Komisaris, Direktur Utama, anggota Direksi, dan tim manajemen senior, sedapat mungkin akan hadir pada acara tersebut dan menjawab setiap pertanyaan dari Pemegang Saham. Perseroan akan memberi para Pemegang Saham kesempatan untuk mengajukan pertanyaan selama pertemuan.

- **Paparan Publik**
  Perseroan menyelenggarakan paparan publik tahunan yang menyajikan informasi terkait kinerja Perseroan kepada Pemegang Saham dan komunitas investasi. Paparan publik diselenggarakan untuk memastikan bahwa Perseroan telah menyampaikan informasi secara merata kepada masyarakat.

- **Laporan Keuangan Tahunan dan Interim**
  Perseroan mempublikasikan laporan keuangan setiap triwulan-nya sesuai dengan peraturan lokal. Pernyataan tersebut mengungkapkan kondisi keuangan secara adil, sebanding, dapat dimengerti, dan relevan yang mewakili

LEGAL BASIS FOR THE ESTABLISHMENT OF THE CORPORATE SECRETARY

The legal basis for the establishment of the Corporate Secretary is as follows:

1. Law No. 40/2007 on Limited Liability Companies;
2. Law No. 8/1995 on the Capital Market;
3. Financial Services Authority (OJK) Regulation No. 35/ POJK.04/2014 dated 8 December 2014 on Corporate Secretary of Issuers or Public Companies ("POJK No. 35/2014").

As of 31 December 2017, the Corporate Secretary was Mr. Sancoyo Antarikso. His profile can be seen in the profile of the Board of Directors on page 58 of this Annual Report.

SHAREHOLDERS' COMMUNICATION POLICY

Pursuant to Principles of the Shareholders' Communication Policy, the Company is committed to creating long-term shareholder value for its shareholders. One of the ways in which this commitment is realised is through regular and constructive communication with both individual and institutional shareholders ("the Shareholders") and in appropriate circumstances, the investment community at large. The Company shall provide equal, fair and timely access for all of its Shareholders. This is to ensure that understandable and balanced information, in relation to the Company's business activities, is properly and accurately distributed. The channels for communication with the Shareholders and/or investment community shall be as follows:

- **General Meeting of Shareholders**
  The General Meeting of Shareholders is one of Unilever Indonesia's channels of communication with its Shareholders. The Company's President Commissioner, members of the Board of Commissioners, the President Director, members of the Board of Directors, and the senior management team, to the extent possible, will be present at the event and answer any questions from Shareholders. The Company shall give the Shareholders the opportunity to raise questions during the meeting.

- **Public Expose**
  The Company conducts an annual public expose that briefs on the Company's updates to the Shareholders and the investment community. The public expose is arranged to ensure that information has been equally distributed to the public.

- **Annual and Interim Financial Statements**
  The Company publishes its quarterly financial statements in compliance with local regulations. Statements prepared provide fair, comparable, understandable and relevant financial disclosures that represent the Company's latest

situasi keuangan terbaru Perseroan. Informasi keuangan diumumkan dalam dua surat kabar nasional dua kali setahun.

- **Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan**
  Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan adalah sebuah laporan komprehensif tentang kegiatan Perseroan sepanjang tahun sebelumnya. Laporan tahunan dan Laporan Keberlanjutan dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya tentang kegiatan Perseroan dan kinerja keuangan.

- **Komunikasi untuk Komunitas Investasi**
  Perseroan menyelenggarakan pertemuan, pengarahan, dan konferensi untuk investor/analis dan juga komunitas investasi secara berkala guna memfasilitasi komunikasi antar semua pihak. Selama pertemuan, Perseroan akan memberikan informasi yang relevan terkait tinjauan bisnis, aktivitas terbaru, dan kondisi keuangan.

- **Situs web**
  Perseroan memanfaatkan situs web sebagai sarana untuk memberikan informasi publik kepada Pemegang Saham dan pemangku kepentingan. Situs web ini berisi beragam informasi terkait kegiatan bisnis terbaru Perseroan yang berupa pengumuman, laporan sementara, laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan komunikasi perusahaan lainnya.

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB SEKRETARIS PERUSAHAAN

Tanggung jawab utama Sekretaris Perusahaan adalah memonitor kepatuhan Perseroan terhadap peraturan dan ketentuan yang berlaku; memberikan informasi yang lengkap, akurat dan tepat kepada pemegang saham mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Perseroan, kepada otoritas pasar modal, investor, analis dan masyarakat; dan memastikan transparansi pengungkapan Perseroan dan komunikasi internal dan eksternal lainnya. Selain itu, Sekretaris Perusahaan memimpin divisi Hubungan Investor. Tanggung jawab khusus Sekretaris Perusahaan meliputi:

- Memonitor kepatuhan Perseroan dengan Undang-undang Perseroan Terbatas dan ketentuan perundang-undangan lainnya, Anggaran Dasar, Otoritas Jasa Keuangan dan aturan pasar modal serta peraturan perundang-undangan terkait, dengan koordinasi bersama Departemen Legal;
- Menjaga komunikasi rutin dengan lembaga regulator pasar modal, termasuk Otoritas Jasa Keuangan dan Bursa Efek Indonesia, pada setiap dan semua hal yang berkaitan dengan tata kelola, tindakan korporasi dan transaksi penting;
- Memastikan bahwa para pemegang saham, media, investor, analis dan masyarakat umum secara teratur dan secepatnya menerima informasi mengenai tindakan Perseroan, posisi keuangan dan hal-hal penting lainnya;
- Menyelenggarakan Rapat Umum Pemegang Saham, serta rapat Dewan Komisaris dan Direksi, serta mendokumentasikan risalah rapat tersebut;

financial condition. The financial information is announced in two national newspapers twice a year.

- **Annual Report and Sustainability Report**
  Annual reports and sustainability reports are comprehensive reports on the Company's activities throughout the preceding year. They are intended to give shareholders and other interested people information about the Company's activities and financial performance.

- **Communication with the Investment Community**
  Investor/analysts' meetings, briefings and conferences for both investors and investment community will be held periodically in order to facilitate communication between all parties. During the meetings, the Company will provide relevant information that explains the overview of its business, latest activities, and financial condition.

- **Website**
  The Company utilises the website as a means of providing public information to the Shareholders and stakeholders. The website contains information related to the Company's latest business activities that can be made through announcements, interim reports, annual reports, sustainability reports and any other corporate communications.

DUTIES AND RESPONSIBILITIES OF THE CORPORATE SECRETARY

The Corporate Secretary's primary responsibility is to monitor the Company's compliance with all applicable rules and regulations; provide full, accurate and prompt information to the shareholders about matters relating to the Company, capital market authorities, investors, analysts and the public; and ensure that the Company is transparent in its disclosures and other internal and external communications. In addition, the Corporate Secretary leads the Investor Relations division. The Corporate Secretary's specific responsibilities include:

- Monitoring the Company's compliance with the Company Law and other statutory provisions, the Articles of Association, OJK and capital market rules and regulations, and any other relevant statutory regulations, in close coordination with the Legal Department;
- Maintaining regular communications with the capital market regulatory agencies, including the Financial Services Authority and the Indonesia Stock Exchange, on any and all matters pertaining to governance, corporate actions and material transactions;
- Ensuring that shareholders, the media, investors, analysts and the general public are kept regularly and promptly informed about the Company's actions, financial position and other material matters;
- Organizing the General Meeting of Shareholders, and meetings of the Board of Commissioners and the Board of Directors, and documenting the minutes of such meetings;

- Memastikan bahwa Dewan Komisaris dan Direksi segera diinformasikan tentang perubahan peraturan yang relevan, dan bahwa mereka memahami implikasi dari perubahan tersebut;
- Memberikan orientasi kepada Direksi dan Komisaris yang baru diangkat.

HUBUNGAN INVESTOR

Divisi Hubungan Investor berfungsi untuk mendukung komitmen Perseroan dalam memastikan bahwa seluruh pemegang saham memiliki akses yang sama atas informasi penting mengenai kondisi keuangan, kinerja dan prospek Perseroan, dengan memfasilitasi komunikasi reguler dan terbuka antara manajemen Perseroan dengan pemegang saham, analis dan investor. Divisi Hubungan Investor berkoordinasi langsung dengan Chief Financial Officer dan diketuai oleh Sekretaris Perusahaan.

Divisi Hubungan Investor juga berperan penting dalam mengirimkan laporan rutin ke OJK dan Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk memenuhi persyaratan pengungkapan OJK. Pengungkapan baik untuk BEI dan OJK juga disampaikan melalui fasilitas *e-reporting* masing-masing, yaitu IDXNet dan Sistem Laporan Elektronik OJK. Sementara itu, laporan keuangan triwulan Perseroan dilaporkan melalui Sistem XBRL. Sementara itu, laporan keuangan triwulan Perseroan dilaporkan melalui Sistem XBRL untuk IDXNet dan *e-reporting* pada Laporan Elektronik OJK.

Divisi Hubungan Investor menyelenggarakan *conference call*, rapat dan pertemuan secara reguler sepanjang tahun untuk memberikan kesempatan kepada para analis, investor institusi dan investor ritel berinteraksi langsung dengan Perseroan. Selain itu, paparan publik diselenggarakan setidaknya satu kali setiap tahun, untuk menyampaikan kinerja dan kegiatan Perseroan kepada pemegang saham, komunitas investor, dan masyarakat umum. Materi paparan publik tersebut tersedia di situs web Perseroan, beserta siaran pers dan berita perusahaan lainnya.

Investor dan calon investor bebas untuk bertanya kepada Divisi Hubungan Investor kami kapan saja. Pertanyaan dapat dialamatkan melalui halaman 'Hubungi Kami' di situs web kami, atau melalui email langsung ke unvr.indonesia@unilever.com.

Dalam menjunjung transparansi dan akuntabilitas, Divisi Hubungan Investor secara konsisten mengupayakan peningkatan jumlah kehadiran dan keterlibatan pemegang saham dalam berbagai pertemuan dan peluang komunikasi. Beberapa tindakan yang dilaksanakan untuk mengupayakan partisipasi yang lebih tinggi adalah sebagai berikut:

a. Menyelenggarakan Rapat Umum Pemegang Saham di lokasi yang mudah dijangkau oleh para Pemegang Saham;
b. Mengumumkan undangan Rapat Umum Pemegang Saham di dua surat kabar nasional, dan di situs web Perseroan. Pengumuman dibuat sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan 32/POJK.04/2014;
c. Melayani setiap saat dalam membantu investor ritel jika terdapat masalah atau pertanyaan melalui situs web Perseroan, e-mail, atau telepon;

- Ensuring that both the Board of Commissioners and the Board of Directors are promptly informed of any relevant regulatory changes, and that they understand the implications of such changes;
- Providing the orientation to the Company for newly appointed Directors and Commissioners.

INVESTOR RELATIONS

The Investor Relations division serves to support the Company's commitment to ensuring that all shareholders have equal access to material information regarding the Company's financial condition, performance and outlook, by facilitating regular and open communication between the Company's management and its shareholders, analysts and investors. The Investor Relations Division coordinates directly with the Chief Financial Officer and is chaired by the Corporate Secretary.

The Investor Relations division also plays an important role in submitting regular reports to OJK and the Indonesia Stock Exchange (IDX) to meet the OJK's disclosure requirements. Disclosures to both the IDX and OJK are also submitted through their respective e-reporting facilities, IDXNet and the OJK Electronic Report System. The Company's quarterly financial statement is reported through the XBRL System. The Company's quarterly financial statement is reported through the XBRL System for IDXNet and e-reporting on OJK Electronic Report.

The Investor Relations division organizes regular conference calls, meetings and gatherings during the year to provide an opportunity to analysts, institutional investors and retail investors to speak directly to the Company. In addition, a full public expose is held at least once every year, when the Company's performance and activities are presented to shareholders, the investor community and the general public. Materials from the presentations are available on the corporate website, along with press releases and other corporate news.

Investors and potential investors are free to make inquiries to our Investor Relations Division at any time. Questions can be addressed through the 'Contact Us' page on our website, or by direct email to unvr.indonesia@unilever.com.

In the interests of transparency and accountability, the Investor Relations Division consistently seeks to increase shareholder attendance and engagement in meetings and communication opportunities. Some of the actions we have taken to encourage greater participation are as follows:

a. Holding the General Meeting of Shareholders at a location that is easily accessible to our Shareholders;
b. Announcing the invitation of General Meeting of Shareholders in two national newspaper, and on the Company's website. Announcements are made in compliance with Financial Authority Services Regulations 32/POJK.04/2014;
c. Being ready at any time to assist retail investors with any concerns or queries, which can be made through the website, by email or by phone;

d. Menyelenggarakan pertemuan tatap muka antara anggota Dewan dengan pemegang saham institusional dan komunitas investasi. Kepala Hubungan Investor dan Chief Financial Officer secara teratur memberikan informasi terbaru kepada pemegang saham tentang Perseroan dan prospek bisnis. Tim Hubungan Investor bertemu pemegang saham institusional sebanyak 68 kali pada tahun 2017;
e. Anggota Dewan hadir pada setiap RUPS untuk menjawab pertanyaan atau masalah dari pemegang saham.

Perseroan melaksanakan berbagai inisiatif ini untuk mendorong partisipasi aktif pemegang saham. Saluran dan kebijakan komunikasi secara lengkap dapat dilihat pada halaman 201 Laporan Tahunan atau dapat diakses situs web Perseroan (https://www.unilever.co.id/investorrelations/pedoman-tatakelolaperusahaan/kebijakan-terkaittatakelola/).

STRUKTUR ORGANISASI FUNGSI SEKRETARIS PERUSAHAAN

Fungsi Sekretaris Perusahaan adalah mengawasi Fungsi Hubungan Investor.

AKTIVITAS SEKRETARIS PERUSAHAAN DI TAHUN 2017

Kegiatan Sekretaris Perusahaan di 2017 meliputi:

- Menyelenggarakan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan 2017 dan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa;
- Menyelenggarakan paparan publik, pertemuan analis, konferensi investor, dan pertemuan media;
- Berkomunikasi dengan dan menyerahkan semua laporan dan arsip yang diperlukan kepada OJK, Kementerian terkait, dan organisasi self-regulatory (SRO) seperti Bursa Efek Indonesia (BEI), KSEI dan KPEI, serta organisasi terkait lainnya;
- Menghadiri setiap rapat Dewan Komisaris dan Direksi dan membuat risalah rapat.

KEGIATAN SEKRETARIS PERUSAHAAN / HUBUNGAN INVESTOR DI TAHUN 2016

d. Organizing one-on-one meetings between Board members and institutional shareholders and the investment community. The Head of Investor Relations and Chief Financial Officer regularly give shareholders updates on the Company and the business outlook. The Investor Relations Team met institutional shareholders 68 times in 2017;

e. Members of the BoD and BoC are present at each GMS to address any question or concern from the shareholders.

These initiatives were taken to encourage the regular and active participation of shareholders. The communication channel and policy can be seen on the page 201 in this Annual Report or may be accessed on the corporate website (https://www.unilever.co.id/investorrelations/pedoman-tatakelolaperusahaan/kebijakan-terkaittatakelola/).

ORGANISATION STRUCTURE OF THE CORPORATE SECRETARY FUNCTION

The Corporate Secretary Function supervises the Investor Relations Function.

CORPORATE SECRETARY ACTIVITIES IN 2017

The Corporate Secretary's activities in 2017 included:

- Organising the 2017 Annual General Meeting of Shareholders and Extraordinary General Meetings of Shareholders;
- Organising public exposes, analysts' meetings, investor conferences and media gatherings;
- Communicating with and submitting all required reports and filings to OJK, the relevant Ministries, and self-regulatory organisations (SROs) 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 the meetings.

CORPORATE SECRETARY/INVESTOR RELATIONS ACTIVITIES IN 2016

KEGIATAN Activity	JUMLAH Frequency
Laporan Eksternal/External Reports	
Laporan ke OJK/Report to OJK	39
Laporan ke BEI/Report to IDX	39
Laporan ke IDXnet/Report to IDXnet	57
Laporan ke SPEOJK/Report to SPEOJK	57
Pengumuman di surat kabar/ Newspaper Announcements RUPS & RUPST/ GMS & AGMS Laporan Keuangan/Financial Statement	 6 2
Konferensi Investor/Investor Conferences	1
Pertemuan Analis & Investor/Analyst & Investor Meetings	68
Dapat mengacu pada halaman Hubungan Investor pada situs web Perseroan untuk mengunduh materi-materi yang disajikan untuk analis dan media. Please refer to the Investor Relations page on our website for the materials provided in briefings to analysts and the media.	
RUPST/AGMS	1
RUPSLB/EGMS	3
Paparan Publik/Public Expose	1
Konferensi Tingkat Tinggi Investor/Investor Summit	1
Laporan Tahunan/Annual Report	1

Audit Internal

INTERNAL AUDIT UNIT

DASAR HUKUM UNTUK PEMBENTUKAN UNIT AUDIT INTERNAL

Unit Audit Internal Perseroan didirikan atas dasar sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 40/2007 tentang Perseroan Terbatas;
2. Undang-Undang Nomor 8/1995 tentang Pasar Modal;
3. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 56 /POJK.04/2015 tanggal 29 Desember 2015 tentang Pembentukan dan Pedoman untuk Penyusunan Piagam Unit Internal Audit ("POJK No. 56/2015").
4. Penunjukan Kepala Audit Internal telah dipastikan melalui Edaran Dewan Komisaris tertanggal 23 Desember 2015.

Per 31 Desember 2017, Kepala Audit Internal adalah Ibu Fransisca Ho.

LEGAL BASIS FOR THE ESTABLISHMENT OF THE INTERNAL AUDIT UNIT

The Company's Internal Audit Unit was established on the basis of the following:

1. Law No. 40/2007 on Limited Liability Companies;
2. Law No. 8/1995 on the Capital Market;
3. OJK Regulation No. 56/POJK.04/2015 dated 29 December 2015 on the Establishment and Guidance on the Formulation of the Internal Audit Unit Charter ("POJK No. 56/2015").
4. The appointment of the Head of Internal Audit was confirmed by the Board of Commissioners Circular dated 23 December 2015.

As of 31 December 2017, the Head of Internal Audit is Ms. Fransisca Ho.

FRANSISCA HO

Warga Negara Indonesia, berdomisili dan lahir di Jakarta (usia 39).
Indonesian citizen, domiciled and born in Jakarta (aged 39)

Beliau diangkat sebagai Kepala Audit Internal, efektif mulai 1 Januari 2016, melalui keputusan Dewan Komisaris. Beliau telah bekerja di beberapa posisi strategis sejak bergabung dengan Unilever Indonesia pada tahun 2001 termasuk Supply Chain Finance Manager untuk Home and Personal Care (2015), Supply Chain Finance Manager untuk Cikarang (2014), Brand Building Finance Manager untuk Home Care (2012-2013), dan Treasury Manager (2005-2006). Beliau juga memegang posisi regional senior sebagai Brand Development Finance Manager untuk Laundry, Asia Tenggara (2008-2011) dan untuk Fabric Conditioner dan Household Homecare, Asia (2006-2008). Lulus dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBII pada tahun 2000, jurusan Akuntansi.

She was appointed as the Head of Internal Audit, effective 1 January 2016, by a decision of the Board of Commissioners. She has worked in several strategic positions since joining Unilever Indonesia in 2001including Supply Chain Finance Manager for Home and Personal Care (2015), Supply Chain Finance Manager for Cikarang (2014), Brand Building Finance Manager for Home Care (2012-2013), and Treasury Manager (2005-2006). She has also held senior regional positions as a Brand Development Finance Manager for Laundry, South East Asia (2008-2011) and for Fabric Conditioner and Household Homecare, Asia (2006-2008). She graduated from Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBII in 2000, majoring in Accounting.

STRUKTUR DAN POSISI DEPARTEMEN AUDIT INTERNAL

Departemen Audit Internal dipimpin oleh Kepala Audit Internal. Pada tahun 2017, Kepala Audit Internal dibantu oleh dua orang Manajer Audit Internal dan tiga orang Asisten Manajer Audit Internal, yang seluruhnya memiliki pengalaman profesional pada bidang keuangan di industri barang konsumen.

PENUNJUKAN UNIT AUDIT INTERNAL

Kepala Audit Internal ditunjuk oleh Direksi dengan persetujuan Dewan Komisaris, dan melapor kepada Presiden Direktur. Anggota lain dari Unit Audit Internal melapor langsung kepada Kepala Audit Internal.

STRUCTURE AND POSITION OF THE INTERNAL AUDIT UNIT

The Internal Audit Unit is led by the Head of Internal Audit. In 2017, the Head of Internal Audit was assisted by two Internal Audit Managers, three Internal Audit Assistant Managers, and two Internal Audit staff all of whom are financial professionals with substantial experience in the consumer goods industry.

APPOINTMENT OF THE INTERNAL AUDIT UNIT

The Head is appointed by the Board of Directors upon the approval of the Board of Commissioners, and reports to the President Director. The other members of the Internal Audit Unit report directly to the Head of Internal Audit.

Jika Kepala Audit Internal tidak dapat memenuhi tanggung jawabnya sebagaimana diatur dalam Peraturan No. IX.1.7, ia dapat diberhentikan oleh Direktur Utama, dengan persetujuan Dewan Komisaris.

If the Head of Internal Audit is unable to fulfil their responsibilities as stipulated in Regulation No. IX.1.7, he or she can be dismissed by the President Director, with the approval of the Board of Commissioners.

TUJUAN

Audit Internal adalah sebuah fungsi untuk menjamin dan memberikan konsultasi secara independen dan obyektif untuk menambah nilai dan meningkatkan kegiatan operasional Perseroan. Fungsi ini membantu Perseroan mencapai tujuannya melalui pendekatan yang sistematis dan disiplin untuk mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas proses manajemen risiko, kontrol dan tata kelola.

Dalam melaksanakan tugasnya, Auditor Internal akan menerapkan dan menjunjung prinsip-prinsip berikut ini:
• Integritas;
• Objektivitas;
• Kerahasiaan;
• Kompetensi.

PURPOSE

Internal auditing is an independent, objective assurance and consulting activity designed to add value and improve the operations of the Company. It helps the Company accomplish its objectives by bringing a systematic, disciplined approach to evaluate and improve the effectiveness of risk management, control and governance processes.

In performing its duties, the Internal Auditors shall apply and uphold the following principles:
• Integrity;
• Objectivity;
• Confidentiality;
• Competence.

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB UNIT AUDIT INTERNAL

Fungsi Unit Audit Internal adalah untuk memberikan jaminan yang independen dan obyektif terhadap efektivitas dan integritas operasional Perseroan. Dalam melaksanakan tugasnya, Audit Internal memberikan konsultasi kepada departemen dan unit tertentu untuk memperkuat operasional masing-masing.

Tanggung jawab Departemen Internal Audit meliputi:

- Mengidentifikasi dan mengevaluasi paparan terhadap risiko , dan berkontribusi untuk memperkuat manajemen risiko dan sistem kontrol;
- Membantu Perseroan dalam mempertahankan kontrol yang efektif dengan mengevaluasi efektivitas dan efisiensi dengan mendorong perbaikan secara terus-menerus untuk memastikan:
  - Keandalan dan integritas informasi keuangan dan operasional Perseroan,
  - Efektifitas operasional Perseroan sehingga memberikan hasil yang efektif;
  - Pengamanan yang tepat terhadap aset Perseroan sehingga dapat terjaga dengan baik; dan
  - Kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang relevan dalam seluruh tindakan dan keputusan Perseroan.

Unit Audit Internal menyiapkan rencana audit tahunan melalui konsultasi dengan Direktur Utama dan Komite Audit, dan melalui koordinasi yang erat dengan Dewan Komisaris, Direksi dan Komite Audit. Unit Audit Internal membahas rencana audit tahunan tersebut melalui rapat-rapat rutin. Unit Audit Internal membuat laporan tertulis berdasarkan pengamatan, temuan, kesimpulan dan rekomendasi dari setiap audit yang diselesaikan. Ringkasan dari laporan tersebut dilaporkan kepada Direktur Utama dan Dewan Komisaris. Unit Audit Internal menindaklanjuti semua hasil audit untuk memastikan bahwa manajemen telah menerapkan

DUTIES AND RESPONSIBILITIES OF THE INTERNAL AUDIT UNIT

The function of the Internal Audit Unit is to give independent and objective assurance on the effectiveness and integrity of the Company's operations, and to work in a consultative capacity with specific departments and units to strengthen those operations.

The Internal Audit Unit is responsible for:

- Identifying and evaluating significant exposures to risk, and contributing to the strengthening of risk management and control systems;
- Assisting the Company in maintaining effective controls by evaluating their effectiveness and efficiency and by promoting continuous improvement to achieve the following conditions:
  - The reliability and integrity of the Company's financial and operational information is assured;
  - The Company's operations are performed effectively to deliver effective results;
  - Proper safeguarding of the Company's assets are properly safeguarded; and
  - All the Company's actions and decisions are in compliance with the relevant laws and regulations.

The Internal Audit Unit prepares an annual audit plan in consultation with the President Director and the Audit Committee, and maintains close coordination with the Board of Commissioners, Board of Directors and the Audit Committee on the plan's execution through routine meetings. Written reports are made on the observations, findings, conclusions and recommendations of each completed audit, and summaries are reported to the President Director and the Board of Commissioners. The Internal Audit Unit follows up all audits to ensure the recommended management actions are effectively

secara efektif tindakan-tindakan yang direkomendasikan, atau bahwa manajemen senior telah mengetahui risiko yang timbul apabila tidak mengambil tindakan. Selain itu, Unit Audit Internal mendukung Auditor Eksternal selama pelaksanaan audit atas laporan keuangan Perseroan, dan membantu manajemen dalam memastikan kepatuhan terhadap pasal 404 Sarbanes Oxley Act, meskipun tanggung jawab penuh untuk kepatuhan dipegang oleh manajemen.

implemented or that senior management has accepted the risk of not taking action. In addition, the Internal Audit Unit supports the External Auditor during its audit of the Company's financial statements, and assists the management in ensuring compliance with article 404 of the Sarbanes Oxley Act, although full responsibility for compliance rests with the management.

PIAGAM AUDIT INTERNAL

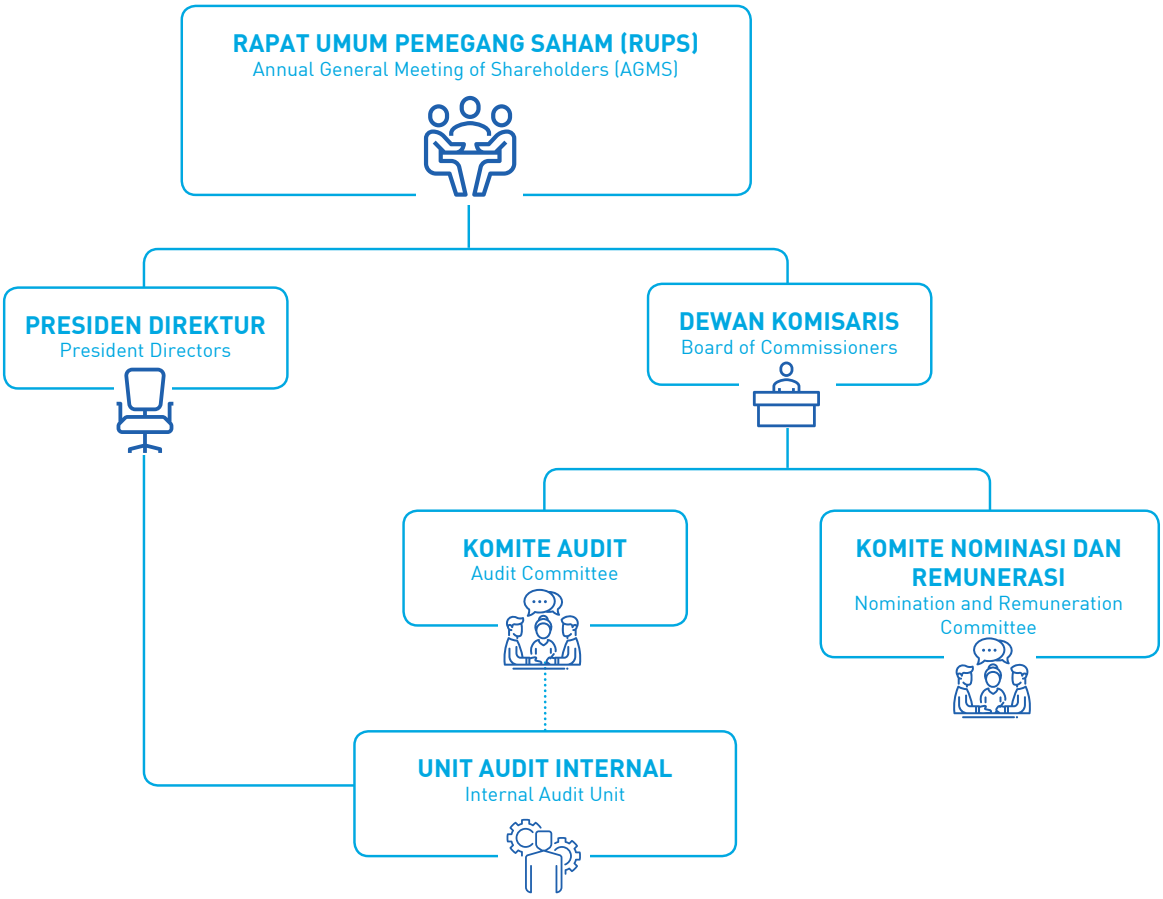
Lingkup kerja Unit Audit Internal ditentukan oleh Piagam Audit Internal, yang menjabarkan tentang tujuan, organisasi, tanggung jawab dan wewenang Unit. Piagam Audit Internal Unilever Indonesia tersedia di situs web kami www.unilever.co.id/investor-relations.

INTERNAL AUDIT CHARTER

The scope of work of the Internal Audit Unit is defined by the Internal Audit Charter, which states the objectives, organization, responsibilities and authority of the Unit. Unilever Indonesia's Internal Audit Charter is available at our website www.unilever.co.id/investor-relations.

STRUKTUR ORGANISASI DEPARTEMEN AUDIT INTERNAL

ORGANISATION STRUCTURE OF THE INTERNAL AUDIT UNIT



KEGIATAN DEPARTEMEN AUDIT INTERNAL DI TAHUN 2017

Kegiatan utama Unit Audit Internal pada tahun 2017 adalah sebagai berikut:

- Melakukan 16 unit audit dan investigasi audit ad hoc, termasuk meninjau proses bisnis.
- Menindaklanjuti pelaksanaan rekomendasi audit yang disepakati.
- Mendukung investigasi kasus penipuan COBP.
- Memfasilitasi Auditor Eksternal selama pelaksanaan audit atas laporan keuangan Perseroan.
- Memprakarsai beberapa aktivitas jaminan yang mencakup SoA, Akses Pengguna, dan pengujian Kepatuhan SOX.
- Bertemu secara teratur dengan Direksi dan Komite Audit.

Laporan tentang semua audit di atas diserahkan kepada Direktur Utama dan Direktur yang relevan setelah manajemen telah menerima tindakan yang direkomendasikan.

Sebagai bagian dari Jaringan Unilever Global, Unilever Indonesia juga menjalani Audit Korporat Global setiap 2 hingga 3 tahun sekali. Audit Global dilaksanakan pada tahun 2017 dan secara keseluruhan Perseroan mendapatkan opini memuaskan.

EVALUASI KINERJA DARI DEPARTEMEN AUDIT INTERNAL

Penilaian kinerja Unit Audit Internal dapat ditemukan di bawah Kegiatan Komite Audit pada tahun 2017.

INTERNAL AUDIT UNIT ACTIVITIES IN 2017

Key activities of the Internal Audit Unit in 2017 were as follows:

- Conducting 16 audit units and ad hoc audit investigations, including the business process review.
- Following up the implementation of the agreed audit recommendations.
- Supporting the COBP fraud case investigation.
- Facilitating the External Auditor during its audit of the Company's financial statements.
- Championing several assurance activities which cover SoA, User Access, SOX Compliance testing.
- Meeting regularly with the Board of Directors and the Audit Committee.

Reports on all the above audits were submitted to the President Director and the relevant Directors after management had accepted the recommended actions.

As part of the Global Unilever Network, Unilever Indonesia also undergoes a Global Corporate Audit every 2 to 3 years. The Global Audit was performed in 2017 and the overall opinion was 'satisfactory'.

PERFORMANCE EVALUATION OF THE INTERNAL AUDIT UNIT

The performance assessment of the Internal Audit Unit can be found under the Audit Committee Activities in 2017.

Audit Eksternal

EXTERNAL AUDIT

Laporan keuangan konsolidasi Perseroan untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2017 diaudit oleh akuntan publik Siddharta Widjaja & Rekan (perusahaan anggota jaringan KPMG). Firma ini dan mitranya saat ini telah memberikan layanan audit kepada Perseroan sejak tahun 2014. Firma tersebut tidak menyediakan layanan lain yang tidak terkait dengan audit untuk Perseroan selama tahun berjalan.

The Company's consolidated financial statements for the year ended 31 December 2017 were audited by public accountants Siddharta Widjaja & Rekan (a member firm of the KPMG network). The current auditor and partner has rendered audit services to the Company since 2014. The firm did not provide any other non-audit-related services for the Company during the year.

Periode Kantor Akuntan Publik yang Telah Mengaudit Laporan Keuangan Tahunan.

Total number of periods for which public accounting firms have audited the annual financial statements

AKUNTAN PUBLIK Public Accountants	MITRA PENANDATANGAN Signing Partner	PERIODE Period
Siddharta Widjaja & Rekan (a member firm of the KPMG network)	Kartika Singodimejo, S.E., CPA Dra. Tohana Widjaja, MBA, CPA	2017 2016 2015
Tanudiredja, Wibisana & Rekan (PwC Indonesia)	Jumadi, S.E., CPA	2014 2013

BIAYA LAYANAN YANG DIBERIKAN OLEH KANTOR AKUNTAN PUBLIK

KPMG telah memberikan layanan kepada Perseroan selama 3 tahun, dimulai dengan audit untuk tahun fiskal 2014. Pada tahun 2017, biaya audit yang dikenakan adalah sekitar Rp5 miliar, sementara biaya pada tahun adalah sekitar Rp4,5 miliar. Tidak ada biaya audit atau non-audit lain pada tahun 2017 selain yang ditetapkan tersebut.

FEE FOR SERVICES RENDERED BY THE PUBLIC ACCOUNTING FIRM

KPMG has been providing services to the company for 3 years, starting with the audit for fiscal year 2014. In 2017, the audit fee was approximately Rp5 billion, while in 2016 the fee was approximately Rp4.5 billion. There were no other audit or non-audit fees in 2017 other than those stipulated here.

LAYANAN LAIN YANG DISEDIAKAN SELAIN AUDIT LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN

Tidak ada layanan audit atau non-audit selain yang ditentukan di atas, yang disediakan oleh kantor akuntan publik yang disebutkan di atas.

OTHERS SERVICES PROVIDED IN ADDITION TO THE AUDIT OF THE ANNUAL FINANCIAL STATEMENTS

No audit or non-audit services other than those stipulated above were provided by the above-mentioned public accounting firm.

Manajemen Risiko
RISK MANAGEMENT

SISTEM MANAJEMEN RISIKO

Piagam Dewan menetapkan bahwa salah satu tanggung jawab Direksi adalah untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi paparan Perseroan terhadap risiko dan memastikan bahwa Perseroan mengurangi potensi risiko secara efektif. Dalam melaksanakan tanggung jawab ini, Direksi didukung oleh Komite Manajemen Risiko. Komite ini dipimpin oleh Chief Financial Officer Perseroan, dengan anggota terdiri dari Kepala Audit Internal, Corporate Controller, Manajer Komersial, Manajer Sistem Bisnis dan Sekretaris Perusahaan. Komite mengawasi desain, implementasi, dan pembaruan rutin sistem manajemen risiko Perseroan, termasuk matriks risiko, untuk memastikan bahwa mereka telah secara efektif menangani risiko yang ada dalam konteks bisnis saat ini dan dalam pertumbuhan bisnis. Komite Manajemen Risiko bertanggung jawab kepada Direksi.

PENDEKATAN KAMI UNTUK MANAJEMEN RISIKO

Kami percaya bahwa manajemen risiko yang efektif sangat penting untuk mencapai tujuan dan sasaran Perseroan dalam jangka panjang. Daya saing dan tentunya kesuksesan bisnis kami ditentukan oleh kemampuan untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang dihasilkan oleh bisnis dan pasar tempat beroperasinya Perseroan. Oleh karena itu, penilaian risiko dan peluang merupakan inti dari agenda manajemen. Profil risiko kami selaras dengan misi kami, yaitu untuk mempercepat pertumbuhan bisnis sekaligus mengurangi jejak lingkungan dan meningkatkan dampak sosial kami yang positif. Pendekatan kami terhadap risiko didorong oleh hal-hal berikut ini:

1. Pertumbuhan harus sejalan dengan strategi 4G kami, dimana kami bertujuan untuk memberikan pertumbuhan yang konsisten, kompetitif, menguntungkan dan bertanggung jawab.
2. Perilaku kami harus selaras dengan Pedoman.
3. Kami berusaha untuk terus meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional kami.

Pendekatan kami terhadap manajemen risiko dirancang untuk memberikan jaminan yang masuk akal namun tidak mutlak, sehingga memberikan jaminan bahwa kami tetap dapat menjaga aset kami, dan bahwa kami selalu meninjau dan memitigasi risiko yang dihadapi bisnis.

ORGANISASI

Struktur organisasi Perseroan secara jelas telah menguraikan pertanggungjawaban atas paparan risiko utama Perseroan dalam jangka pendek, menengah dan panjang. Seluruh manajemen senior bertanggungjawab dan secara proaktif berfokus pada risiko-risiko utama tersebut. Tim dan/atau individu tertentu dialokasikan untuk bertanggungjawab memastikan bahwa Kontrol Utama terkait telah beroperasi sesuai kebutuhan. Sejalan dengan filosofi kami untuk menanamkan budaya sadar-risiko ke segenap tingkatan perseroan, kami meminta seluruh karyawan untuk menyadari dampak yang dihasilkan dari potensi risiko

THE RISK MANAGEMENT SYSTEM

The Board Charter specifies that one of the responsibilities of the Board of Directors is identifying and evaluating the Company's exposure to risks and ensuring that potential risks are effectively mitigated. In executing this responsibility, the BoD is supported by the Risk Management Committee. This Committee is led by the Company's Chief Financial Officer, with the Head of Internal Audit, Corporate Controller, commercial managers, business system managers and the Corporate Secretary as members. The Committee supervises the design, implementation and regular updating of the Company's risk management systems, including the risk matrix, to ensure that they are effectively addressing the risks inherent in the current business context and in the growth of the business. The Risk Management Committee reports to the Board of Directors.

OUR APPROACH TO RISK MANAGEMENT

We believe that effective risk management is essential to the achievement of the Company's goals and objectives over the long term. The competitiveness—and therefore the success—of our business is driven by our capacity to identify and exploit opportunities generated by our business and the markets we are in. Risk and opportunity assessment is therefore at the core of the management's agenda. Our risk profile is aligned with our mission, which is to accelerate the growth of the business while reducing our environmental footprint and increasing our positive social impact. Our appetite for risk is driven by the following:

1. Our growth should be in line with our 4G strategy, where we aim to deliver consistent, competitive, profitable and responsible growth.
2. Our behaviours must be aligned with the Code.
3. We strive to continuously improve our operational efficiency and effectiveness.

Our approach to risk management is designed to provide reasonable, but not absolute, assurance that our assets are safeguarded, and that the risks the business is exposed to are being assessed and mitigated.

ORGANISATION

The Company's organisational structure clearly defines accountabilities for the Company's principal risk exposures in the short, medium and long term. The entire senior management is responsible for, and proactively focuses on, the key areas of risk. Specific teams and/or individuals are allocated responsibility for ensuring that specific Key Controls are operating as required. However, in line with our philosophy of embedding a Company-wide risk culture, all employees are required to be aware of the role that risk plays in their day-to-day business activities, and to take all actions necessary to identify, prevent and mitigate

dalam kegiatan bisnis sehari-hari mereka. Mereka kemudian diminta untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk mengidentifikasi, mencegah dan memitigasi potensi risiko tersebut. Direksi secara teratur meninjau kembali area risiko, dengan mempertimbangkan masalah-masalah lingkungan, sosial dan tata kelola. Mereka kemudian menetapkan kontrol utama yang harus dijalankan untuk memastikan bahwa risiko-risiko bisnis yang paling berdampak dapat dikelola secara efektif. Direksi tetap bertanggung jawab untuk menentukan sifat dan tingkat risiko yang signifikan yang perlu diambil oleh Perseroan dalam mencapai tujuan strategisnya.

LANDASAN DAN PRINSIP

Kode Etik (lihat halaman 222 Laporan Tahunan ini) adalah pedoman dan panduan terhadap cara-cara berbisnis Perseroan. Manajemen senior bertanggung jawab sehari-hari untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip dalam Kode Etik telah dipahami dan diterapkan di seluruh lini Perseroan. Pelaksanaan tanggung jawab ini didukung dan dipantau secara ketat oleh para Staf dan Komite Integritas Bisnis. Untuk setiap risiko yang utama, Perseroan telah mendefinisikan dan menerapkan kontrol yang terperinci, dan telah mengidentifikasi para pihak yang bertanggung jawab untuk mengelola risiko secara keseluruhan dan kontrol individu dalam mengelola risiko.

PROSES

Perseroan menjalankan bisnisnya sehari-hari melalui serangkaian proses dan kegiatan yang meliputi strategi, perencanaan, pelaksanaan, dan manajemen kinerja. Proses-proses ini dicatat dalam standar prosedur operasi masing-masing, dengan Manajemen Risiko yang terpadu dalam setiap tahap proses bisnis tersebut.

PENJAMINAN DAN PENJAMINAN ULANG

Pendeklarasian kembali janji Integritas adalah salah satu ukuran jaminan kepatuhan karyawan dan manajemen terhadap Kode Etik. Unit Audit Internal juga memberikan jaminan kepada Dewan Komisaris dan Direksi, melalui peninjauan yang obyektif dan independen atas efektivitas manajemen risiko dan sistem pengendalian internal di seluruh Perseroan.

PENILAIAN DIREKSI MENGENAI KEPATUHAN TERHADAP KERANGKA MANAJEMEN RISIKO

Direksi, dengan masukan dari Komite Manajemen Risiko bilamana perlu, secara berkala mengkaji risiko-risiko utama yang dapat berdampak signifikan terhadap Perseroan. Dalam kajian tersebut, Direksi memperhitungkan seberapa besar keinginan Perseroan dalam mengambil risiko untuk mencapai strategi bisnisnya, serta memperhatikan kelayakan dan efektivitas pengendalian internal Perseroan dalam mengelola risiko. Kajian terhadap risiko dan

potential risks. The Board of Directors regularly reassesses the risk areas, taking into account environmental, social and governance matters, and defines the key controls that should be operating to ensure that the key business risks are managed effectively. The Board of Directors is ultimately responsible for determining the nature and extent of the significant risks that Unilever is prepared to take on in order to achieve its strategic objectives.

FOUNDATIONS AND PRINCIPLES

The Code (see page 222 of this Annual Report) is the reference and guide for the way the Company does business. Senior management is responsible on a day-to-day basis for ensuring that the principles in the Code are understood and adopted across the Company, and this is backed up and closely monitored by the network of Business Integrity Officers and Committees. For each key risk, the Company has defined and implemented detailed controls, and identified the person who is responsible for managing both the overall risk and the individual controls in mitigation.

PROCESSES

The Company operates its day-to-day business through a series of defined processes and activities that cover strategy, planning, execution and performance management. These processes are documented in the respective standard operating procedures, and risk management is embedded into each one.

ASSURANCE AND RE-ASSURANCE

The annual re-affirmation of the Integrity pledge is one measure of assurance of employees' and management's adherence to the Code. The Internal Audit Unit provides another level of assurance to the Board of Commissioners and Board of Directors through its objective and independent review of the effectiveness of risk management and internal control systems throughout the Company.

BOARD OF DIRECTORS' ASSESSMENT OF COMPLIANCE WITH THE RISK MANAGEMENT FRAMEWORK

The Board of Directors, with input from the Risk Management Committee where necessary, periodically reviews the significant risks that could have a significant impact on the Company. In the reviews, the BoD takes into account the Company's risk appetite—the level of risk it is willing to bear—in the pursuit of its business strategy, and the adequacy and effectiveness of the Company's internal controls in managing the risks. This

pengendalian internal ini telah ditinjau oleh Dewan Komisaris, melalui Komite Audit. Mereka juga meninjau efektifitas tindakan perbaikan yang diambil sepanjang tahun, yang tercakup dalam Laporan Tahunan ini, sebagaimana tercantum dalam ringkasan kegiatan Komite Audit pada tahun 2017. Ringkasan tersebut dapat dilihat pada halaman 195 Laporan Tahunan ini.

assessment of risks and internal controls has been reviewed by the Board of Commissioners, through the Audit Committee. They also reviewed the effectiveness of the remedial actions taken during the year covered by this Annual Report, as noted in the summary of the Audit Committee's activities in 2017, which can be seen on page 195 of this Annual Report.

RISIKO UTAMA DAN MITIGASI

Risiko utama yang dihadapi bisnis diuraikan di bawah ini.

KEY RISKS AND MITIGATION

The principal risks facing the business are outlined below.

NO	TYPE OF RISKS Tipe Risiko	EXPLANATION Penjelasan	RISK MITIGATION Mitigasi Risiko
1	**Keuangan**	Perubahan nilai mata uang dapat berfluktuasi secara tajam dan berdampak secara signifikan pada kinerja bisnis. Nilai tukar yang tidak stabil juga dapat mengakibatkan naik turunnya harga bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi produk-produk kami.	Kami mengelola paparan terhadap mata uang dalam batas yang ditentukan dan dengan menggunakan kontrak valuta berjangka. Selain kontrak tersebut, kami juga melakukan lindung nilai beberapa paparan kami melalui penggunaan pinjaman mata uang asing atau kontrak berjangka.
	Treasury	Changes to the relative value of a currency can fluctuate widely and could have a significant impact on business results. Currency rates, if not stable, can also result in significant swings in the prices of the raw materials needed to produce our goods.	Currency exposures are managed within prescribed limits and by the use of forward foreign exchange contracts. Apart from contracts, we also hedge some of our exposures through the use of foreign currency borrowing or forward exchange contracts.
2	**Pilihan *brand***	Selera dan perilaku konsumen senantiasa berubah. Kami harus mampu mengantisipasi dan menyikapi perubahan ini dengan terus membuat *brand* dan produk kami unik dan berbeda dengan yang lain. Kami mengandalkan kemampuan kami dalam menciptakan produk-produk inovatif yang memenuhi kebutuhan konsumen kami.	Kami terus memantau tren pasar eksternal dan mengumpulkan masukan dari para konsumen, pelanggan dan pembelanja kami untuk mengembangkan kategori dan strategi *brand* yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Divisi Riset dan Pengembangan kami secara aktif mencari cara untuk menerjemahkan preferensi dan selera konsumen menjadi teknologi baru untuk menciptakan produk-produk kami di masa mendatang.
	Brand Preference	Consumer tastes and behaviours are constantly changing. We have to be capable to anticipate and respond to these changes and to continue to differentiate our brands and products. We are dependent on creating innovative products that meet the needs of our consumers.	We continuously monitor external market trends and collate consumer, customer and shopper insight in order to develop categories and brand strategies that fits the need of our consumers. Our Research and Development function actively searches for ways in which to translate the trends in consumer preference and taste into new technologies for incorporation into future products.
3	**Ekonomi Eksternal**	Kondisi ekonomi yang terus berubah dapat mengakibatkan menurunnya permintaan konsumen untuk produk kami, yang dapat mempengaruhi satu negara atau lebih di dalam satu kawasan, atau bahkan secara global. Langkah pemerintah, seperti stimulus fiskal, perubahan perpajakan, dan kontrol harga dapat mempengaruhi pertumbuhan dan profitabilitas operasi lokal kami.	Beragamnya portofolio Unilever dan model bisnis yang fleksibel membantu kami untuk menyesuaikan portofolio dan cepat merespon dengan menciptakan inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan pelanggan yang berubah saat ekonomi melemah.
	External Economy	Constantly changing economic conditions may result in reduced consumer demand for our products and may affect one or more countries within a region, or even globally. Government actions, such as fiscal stimulus, changes to taxation, and price controls can impact the growth and profitability of our local operations.	The breadth of Unilever's portfolio and our flexible business model allows us to adapt our portfolio and respond quickly to develop new offerings that suit consumers' and customers' changing needs during economic downturns.

NO	TYPE OF RISKS Tipe Risiko	EXPLANATION Penjelasan	RISK MITIGATION Mitigasi Risiko
4	**Aspek hukum dan peraturan** **Legal and Regulatory**	Unilever patuh terhadap hukum dan peraturan lokal, regional, dan global yang berlaku di berbagai bidang seperti keamanan produk, klaim produk, merek dagang, hak cipta, paten, persaingan, kesehatan dan keselamatan kerja, lingkungan, tata kelola perusahaan, keterbukaan informasi, ketenagakerjaan, serta pajak. Tidak mematuhi peraturan yang berlaku dapat mengakibatkan adanya tuntutan perdata dan/atau pidana yang menyebabkan kerusakan, denda dan sanksi. Hal ini dapat mempengaruhi reputasi Perseroan, dan membebani biaya kami dalam berbisnis. Unilever is subject to local, regional, and global laws and regulations in such diverse areas as product safety, product claims, trademarks, copyright, patents, competition, employee health and safety, the environment, corporate governance, listing and disclosure, employment and taxes. Failure to comply with the applicable regulations could expose Unilever to civil and/or criminal actions leading to damages, fines and sanctions. These could affect our corporate reputation, and our cost of doing business	Unilever berkomitmen untuk mematuhi undang-undang dan peraturan yang berlaku di Indonesia. Pada area-area khusus, tim yang relevan di tingkat global, regional atau lokal bertanggung jawab untuk menetapkan standar terperinci dan memastikan bahwa semua karyawan memahami dan mematuhi peraturan dan undang-undang yang spesifik dan relevan dengan peran mereka. Tenaga spesialis kami di bidang hukum dan regulasi sangat terlibat dalam memantau dan meninjau praktek kami untuk memberikan jaminan yang memadai bahwa kami tetap memahami dan sejalan dengan seluruh peraturan dan kewajiban hukum terkait. Unilever is committed to complying with the applicable laws and regulations in Indonesia. In specialist areas, the relevant teams at global, regional or local levels are responsible for setting detailed standards and ensuring that all employees are aware of and comply with regulations and laws specific and relevant to their roles. Our legal and regulatory specialists are heavily involved in monitoring and reviewing our practices to provide reasonable assurance that we remain aware of and in line with all relevant laws and legal obligations.
5	**Hubungan Industri** **Industrial Relations**	Dengan peraturan ketenagakerjaan yang terus berubah-ubah, kami wajib menjalin hubungan yang baik dengan para karyawan dan serikat pekerja kami. Gangguan terhadap hubungan industrial dapat mempengaruhi kegiatan operasional, biaya, dan reputasi kami. With constant changes in the labour regulations, we have an obligation to maintain a good relationship with our employees and labour union. Disruptions to the issue could affect our operations, costs and reputation.	Untuk mengurangi risiko ini, kami senantiasa memantau perubahan peraturan ketenagakerjaan dan menjalin komunikasi yang baik dengan serikat pekerja kami. Kami melakukan diskusi secara rutin untuk lebih memahami setiap kepentingan dan menjaga keharmonisan diantara para pemangku kepentingan industri kami. To mitigate this risk, we constantly keep up to date with the changes in labour regulation and maintain a good communication with our labour union. Regular discussion is periodically done to better understand each interest and maintain harmonization among the industry stakeholders.
6	**Karyawan dan Talenta**	Penting bagi kami untuk dapat menarik, mengembangkan, dan mempertahankan orang-orang yang berkualitas dalam jumlah yang tepat untuk dapat bersaing dan berkembang secara efektif. Di negara berkembang, terdapat persaingan yang ketat untuk mendapatkan talenta-talenta berbakat yang jumlahnya terbatas. Lepasnya talenta pada posisi manajemen atau posisi inti lainnya, atau ketidakmampuan untuk mengidentifikasi, menarik atau mempertahankan karyawan yang berkualitas, akan mempersulit pengelolaan bisnis dan mempengaruhi operasi dan hasil keuangan.	Kami telah membentuk dan menerapkan komite sumber daya manusia di seluruh lini bisnis kami. Komite ini memiliki tanggung jawab untuk mengidentifikasi jenis-jenis keterampilan dan kemampuan yang diperlukan di masa mendatang, mengembangkan jalur karir dan mengidentifikasi talenta utama dan pemimpin di masa depan. Kami memiliki proses pengembangan manajemen terpadu yang meliputi penilaian kinerja rutin yang ditopang oleh seperangkat perilaku kepemimpinan, keterampilan dan kompetensi. Selain itu, kami juga telah menerapkan program yang ditargetkan untuk menarik dan mempertahankan talenta terbaik dan kami secara aktif memantau kinerja dalam mempertahankan talenta dalam Unilever.

NO	TYPE OF RISKS Tipe Risiko	EXPLANATION Penjelasan	RISK MITIGATION Mitigasi Risiko
	Talent and People	Our ability to attract, develop, and retain the right number of appropriately qualified people is critical if we are to compete and grow effectively. In an emerging country, there can be a high level of competition for a limited talent pool. The loss of management or other key personnel or the inability to identify, attract or retain qualified personnel could make it difficult to manage the business and could adversely affect operations and financial results.	Resource committees have been established and implemented throughout our business. These committees have the responsibility to identify future skills and capability needs, develop career paths and identify the key talent and leaders of the future. We have an integrated management development process which includes regular performance reviews underpinned by a common set of leadership behaviours, skills and competencies. In addition, we have also implemented targeted programmes to attract and retain top talent and actively monitor our performance in retaining talent within Unilever.
7	**Sistem dan Informasi**	Karena kami berinteraksi secara elektronik dengan para pelanggan, pemasok, dan konsumen, kami sangat membutuhkan sistem dan infrastruktur TI yang aman dan dapat diandalkan. Gangguan dalam sistem TI kami dapat menghambat operasi bisnis di berbagai area, termasuk menghambat penjualan, produksi, dan siklus arus kas kami. Pembatasan akses ke informasi rahasia serta pemisahan tugas juga berada dalam prioritas tertinggi kami.	Kami menggunakan sistem global untuk mengontrol dan melaporkan akses ke sistem TI kami yang vital. Hal ini didukung oleh program pengujian kontrol akses yang dilaksanakan setiap tahun. Kami memiliki kebijakan yang meliputi perlindungan untuk bisnis maupun informasi pribadi, serta kebijakan penggunaan sistem TI dan aplikasi oleh karyawan kami, di mana mereka telah terlatih untuk memahami berbagai kebijakan tersebut. Kami telah menstandarisasi cara pemuatan informasi di situs publik kami dan memiliki sistem untuk memantau kepatuhan terhadap kebijakan kami sendiri dan hukum serta peraturan mengenai privasi yang berlaku.
	Systems and Information	We have a great deal of electronic interaction with customers, suppliers, and consumers, which places increasing importance on the need for secure and reliable IT systems and infrastructure. A disruption to our IT systems could inhibit our business operations in a number of ways, including hampering our sales, production, and cash flow cycle. Ensuring restrictions on access to confidential information (risk of hacking) as well as a strict separation of duties are also among our highest priorities	We maintain a global system for the control and reporting of access to our critical IT systems. This is supported by an annual programme of testing of access controls. We have policies covering the protection of both business and personal information, as well as the use of IT systems and applications by our employees, in which they are trained to understand these requirements. We regularly test our users' awareness through phishing emails, to increase awareness on cyber security. We have globally standardised ways of hosting information on our public websites and have systems in place to monitor compliance with appropriate privacy laws and regulations, and with our own policies. To maintain the system in real time, the Company maintains two network links: primary and secondary links. We maintain a data centre/server at a different site and have a DRP (Disaster Recovery Plan) in place for each principal risk.

NO	TYPE OF RISKS Tipe Risiko	EXPLANATION Penjelasan	RISK MITIGATION Mitigasi Risiko
8	**Produk yang Aman dan Berkualitas Tinggi**	Pada proses manufaktur Unilever Indonesia, juga ada risiko bahan baku terkontaminasi secara sengaja maupun tidak sengaja; atau cacat produk lainnya. Risiko ini dapat disebabkan oleh kesalahan manusia, kegagalan peralatan atau faktor lainnya.	Kami memiliki proses dan kontrol kualitas produk yang komprehensif, dari hulu sampai hilir, mulai dari produk dirancang sampai produk tersebut ada di rak toko. Kami memverifikasi proses dan kontrol tersebut setiap tahun, dan secara teratur memantau melalui indikator kinerja yang mendorong kegiatan perbaikan terus-menerus. Pemasok utama kami telah bersertifikat secara eksternal dan kami memantau kualitas bahan yang diterima secara teratur untuk memastikan bahwa kami memenuhi standar kualitas tinggi yang diperlukan oleh produk kami. Jika terjadi insiden yang berkaitan dengan keselamatan konsumen atau kualitas produk, kami mengaktifkan tim manajemen insiden di bawah arahan mereka yang berkompeten dalam hal kualitas produk, sains dan komunikasi, untuk memastikan kami melakukan tindakan yang tepat dan efektif.
	Safe and High Quality Products	Unilever Indonesia's manufacturing process is also exposed to the risk of accidental or malicious contamination of materials or other product defects. These risks can be due to human error, equipment failure or other factors.	Our product quality processes and controls are comprehensive, from end to end, from product design to customer shelf. They are verified annually, and regularly monitored through performance indicators that drive continuous improvement activities. Our key suppliers are externally certified and the quality of material received is regularly monitored to ensure that it meets the rigorous quality standards that our products require. In the event of an incident relating to the safety of our consumers or the quality of our products, incident management teams are activated in the affected markets under the direction of our product quality, science, and communications experts, to ensure timely and effective market place action.
9	**Supply Chain (Safety)**	Pembelian bahan baku, pabrik yang efisien, dan pendistribusian produk dengan segera kepada para pelanggan adalah elemen penting dalam bisnis kami. Rantai pasokan kami terpapar dengan berbagai risiko lingkungan yang berpotensi merugikan, kecelakaan industri, dan gangguan fisik lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuan kami untuk mengirimkan produk kepada pelanggan kami.	Kami merancang rencana mitigasi yang memungkinkan kami dapat mengamankan alternatif pasokan dari bahan utama kami dan menggunakan bahan pengganti dalam formulasi dan resep produk kami. Rencana tersebut juga memastikan bahwa kami memiliki fleksibilitas untuk mengalihkan atau berbagi produksi antar pabrik. Kami memiliki kebijakan dan prosedur untuk memastikan kesehatan dan keselamatan karyawan dan produk kami. Kebijakan dan prosedur tersebut juga mencakup rencana keberlangsungan bisnis dan pemulihan dari bencana jikalau Perseroan harus menghadapi insiden besar.
	Supply Chain (Safety)	Purchasing materials, efficient manufacturing and distributing products promptly to our customers are essential elements of our business. Our supply chain is exposed to potentially adverse environmental events, industrial accidents and other physical disruptions that could affect our ability to deliver products to our customers.	Our contingency plans are designed to enable us to secure alternative supplies of key materials and to use substitute materials in our product formulations and recipes. They also assure that we have the flexibility to transfer or share production between our manufacturing sites. We have policies and procedures in place to ensure the health and safety of our employees and the products in our facilities, as well as business continuity plans and disaster recovery plans to address major incidents.

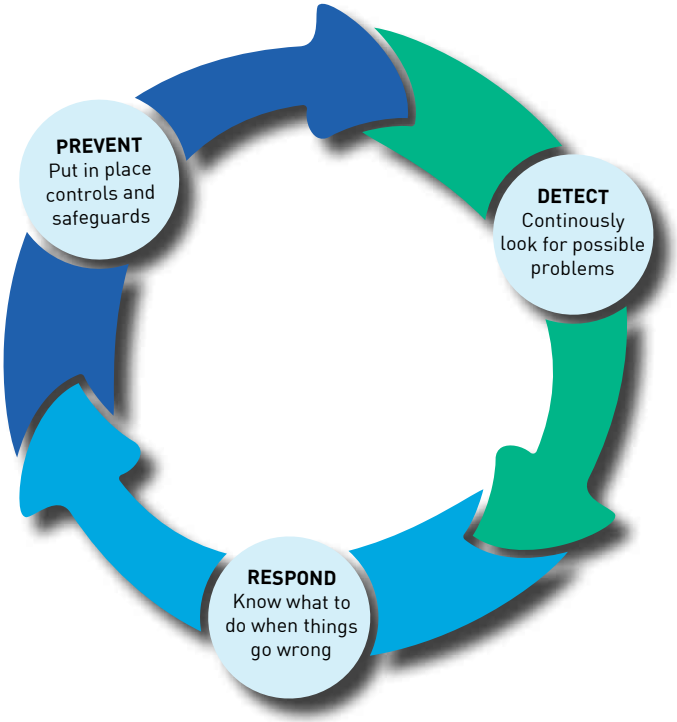
NO	TYPE OF RISKS Tipe Risiko	EXPLANATION Penjelasan	RISK MITIGATION Mitigasi Risiko
10	**Manajemen Portofolio**	Pertumbuhan dan profitabilitas yang berkesinambungan dari bisnis kami bergantung pada kekuatan dan pengembangan kategori, area penjualan, dan portofolio saluran penjualan kami secara terus menerus. Jika kami tidak terus membuat investasi strategis yang sehat, kami dapat kehilangan peluang untuk pertumbuhan marjin lebih lanjut.	Strategi dan rencana bisnis Unilever Indonesia dirancang untuk memastikan bahwa sumber daya kami berfokus pada hal-hal yang berdampak optimal, seperti contohnya pada kategori dan pasar yang memiliki potensi jangka panjang terbesar untuk bisnis kami. Aktifitas akuisisi ditentukan oleh strategi pengembangan portofolio kami dan akan dievaluasi melalui proses yang jelas dan telah ditentukan sebelumnya.
	Portfolio Management	The sustained growth and profitability of our business depends on the strength and continuous development of our category, geography and channel portfolios. If we do not continue to make sound, strategic investments, we may lose opportunities for further margin growth.	Unilever Indonesia's business strategies and plans are designed to ensure that resources are focused where they will have optimal impact, i.e. the categories and markets that have the greatest long-term potential for our business. Acquisition activities are determined by our portfolio strategy and are subject to a clear, well-defined evaluation process.
11	**Hubungan dengan Pelanggan**	Pertumbuhan bisnis kami secara berkesinambungan, bergantung pada keberhasilan kami membangun hubungan yang erat dengan pelanggan kami. Untuk memastikan bahwa *brand* kami tersedia setiap saat dan tampil secara menarik di mata pelanggan, kami perlu mempertahankan hubungan baik dengan para pelanggan setia dan membangun hubungan baru dengan pelanggan yang terkait dengan perubahan kebiasaan berbelanja konsumen. Kualitas hubungan yang baik dengan para pelanggan, juga menentukan kemampuan kami dalam mengamankan harga dan membuat perjanjian kerjasama yang menguntungkan. Kegagalan untuk mempertahankan hubungan yang erat dengan pelanggan dapat berdampak negatif terhadap perjanjian kerjasama kami dengan pelanggan yang bersangkutan, sehingga dapat mengurangi ketersediaan produk terhadap konsumen.	Kami mengembangkan dan mempertahankan hubungan bisnis di berbagai saluran penjualan, mulai dari pengecer multinasional besar hingga pedagang kecil berbasis keluarga yang kami jangkau melalui distributor. Kami memantau perubahan kebiasaan konsumen dan membina hubungan dengan pelanggan baru yang tepat, seperti dengan saluran e-commerce. Kami bekerja sama dengan para pelanggan utama kami untuk mengembangkan rencana bisnis bersama yang mencakup rincian rencana investasi serta tujuan dari pelayanan pelanggan kami. Kami pun memantau pelaksanaan kerjasama ini secara teratur. Kami mengembangkan berbagai inisiatif baru untuk mendukung perbaikan dalam kerjasama dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Inisiatif-inisiatif tersebut berasal dari kemampuan kami dalam merancang outlet penjualan, program penjualan kepada pelanggan dan lain sebgainya. Kami berinvestasi secara strategis untuk menggunakan teknologi yang akan membuat proses pemesanan dan pengelolaan stok menjadi lebih efektif dan efisien bagi para pelanggan kami.
	Customer Relationships	Successful customer relationships are vital to our business and continued growth. Maintaining strong relationships with our existing customers and building relationships with new customers who serve changing shopper habits are necessary to ensure our brands are well presented to our consumers and available for purchase at all times. The strength of our customer relationships also affects our ability to obtain pricing and competitive trade terms. Failure to maintain strong relationships with customers could negatively impact the terms of business with the affected customers and reduce the availability of our products to consumers.	We build and maintain trading relationships across a broad spectrum of channels ranging from centrally managed multinational customers through to small traders accessed via distributors in many developing countries. We identify changing shopper habits and build relationships with new customers, such as those serving the e-commerce channel. We develop joint business plans with our key customers that include detailed investment plans and customer service objectives and we regularly monitor progress. We have developed capabilities for customer sales and outlet design which enable us to find new ways to improve customer performance and enhance our customer relationships. We invest in technology to optimise order and stock management processes for our distributive trade customers

Keamanan TI

IT SECURITY

Sistem informasi dan jaringan kami berpotensi terpapar berbagai ancaman siber, mulai dari spam hingga pelanggaran keamanan serius, yang dapat membahayakan keamanan, keefektifan, dan integritas sistem kami. Untuk melindungi terhadap ancaman ini, Perseroan telah mengembangkan kerangka kerja proses komprehensif yang mencakup pencegahan, deteksi, dan respons.

Our information systems and networks are potentially exposed to multiple cyber threats that range from spam to serious security breaches, any of which could compromise the security, effectiveness and integrity of our systems. To protect against these threats, the Company has developed a comprehensive framework of processes that cover prevention, detection and response.



PROSEDUR KEAMANAN CYBER

Tim TI kami bekerjasama secara erat dengan tim global Unilever untuk menjamin bahwa proses bisnis, infrastruktur, dan mekanisme persetujuan kami telah sejalan dengan standar Cara Kerja Global. Langkah-langkah komprehensif telah dilakukan untuk mencegah pelanggaran keamanan dalam dunia siber, termasuk penyaringan *spam email*, perlindungan dari virus dan *malware*, mengontrol akses dan mengatur kepemilikan akses khusus, menerapkan *security setting & patching*, *firewall* dan akses pihak ketiga, melakukan pelatihan dan peningkatan *awareness* untuk pengguna, memiliki rencana penanggulangan dalam keadaan darurat, dan memastikan hanya pihak ketiga yang berwenang yang memiliki akses untuk melakukan interaksi. Sementara itu, pusat operasi keamanan kami yang dikelola secara global memiliki kemampuan untuk mendeteksi potensi masalah yang muncul. Pemantauan dilakukan mulai dari pemindaian secara terus menerus terhadap potensi kerentanan, logging dan *event monitoring* dan *threat intelligence feed*, hingga sistem perlindungan terhadap penyusup.

CYBER SECURITY ARRANGEMENTS

Our IT Team coordinates closely with Unilever's global team on providing assurance that our business processes, infrastructure and approvals are compliant with all global standardized Ways of Working. Comprehensive measures have been put in place to prevent cyber security breaches, including email spam filtering, virus and malware protection, access controls and privileged access management, security settings and patching, firewall and third party access, user training and awareness, disaster recovery planning, and ensuring interaction only with authorized third parties. Meanwhile, our globally managed security operations center has the capability to detect any potential problems that arise. This is reinforced by a series of monitoring tools that range from ongoing vulnerability scanning, logging and event monitoring and threat intelligence feeds, to intruder protection systems.

KESADARAN TERHADAP KEAMANAN CYBER

Tim TI menerima laporan bulanan mengenai semua permasalahan keamanan TI dan, jika diperlukan, meneruskan informasi tersebut kepada pengguna yang bersangkutan sehingga mereka dapat mengambil tindakan yang diperlukan. Tim TI mengadakan pelatihan dan meningkatkan kesadaran tentang TI dan keamanan siber sepanjang tahun untuk semua karyawan. Pada tahun 2017, kami terus berfokus pada privasi dan keamanan digital, dengan menggunakan latihan rutin seperti *phishing* email untuk menguji kesiagaan pengguna terhadap keamanan siber.

CYBER SECURITY AWARENESS

The IT Team receives monthly updates on all IT security issues and, where necessary, alerts the users concerned so that they can take action. The IT team organizes training and awareness-raising on IT and cyber security throughout the year for all employees. In 2017, we continued to focus on digital privacy and safety, using regular exercises such as phishing emails to test users' alertness to cyber security.

ANTISIPASI DAN PROSEDUR PEMULIHAN DALAM KEADAAN DARURAT

Risiko gangguan bisnis yang parah akibat kebakaran, banjir, kerusuhan sipil, dan bencana lainnya diantisipasi oleh sistem pada tataran lokal dan global. Perseroan telah membentuk Tim Tanggap Darurat khusus dengan prosedur yang jelas untuk mengelola insiden keamanan informasi. Kami juga memiliki Komite Pengarah TI, yang mengadakan pertemuan setiap triwulan untuk mengawasi tata kelola TI dan meneruskan masalah-masalah yang perlu menjadi perhatian ke Dewan jika diperlukan. Komite Pengarah TI terdiri dari tiga anggota Direksi serta Kepala TI.

Untuk menjaga agar sistem TI kami senantiasa terkontrol secara ketat, Tim TI kami bekerja sama dengan Unit Audit Internal secara teratur meninjau dan memvalidasi kontrol terhadap akses. Tim TI dipimpin oleh Kepala Bagian TI, yang melapor dan bekerjasama secara erat dengan Global VP Unilever untuk Keamanan TI.

DISASTER RECOVERY ARRANGEMENTS AND CONTINGENCY PLANS

The risk of severe business disruption due to fire, flooding, civil unrest and other disasters is mitigated by systems at both local and global level. The Company has established a dedicated Emergency Response Team toghether with clear procedures for managing information security incidents. We also have an IT Steering Committee, which meets every quarter to oversee IT governance and bring issues to the attention of the Boards when necessary. The IT Steering Committee includes three members of the Board of Directors as well as the Head of IT.

To maintain the control soundness of our IT system, our IT Team works with the Internal Audit Unit to provide regular review and validation of the access controls. The IT team is led by the Head of IT, who reports to and coordinates closely with Unilever's Global VP for IT Security.

Pengendalian Internal

INTERNAL CONTROL

Perseroan telah menerapkan dan akan terus mengembangkan kerangka pengendalian internal yang dirancang untuk memberikan jaminan yang wajar, namun tidak mutlak, bahwa aset Perseroan terjaga dengan aman, risiko yang dihadapi bisnis dapat ditangani dengan baik, dan informasi apapun yang harus diungkapkan dapat dilaporkan ke Direksi. Kerangka pengendalian internal tersebut mencakup risiko keuangan, operasional, sosial, strategis, lingkungan serta risiko yang muncul dari regulasi pemerintah. Pelaksanaan dari kerangka kerja pengendalian internal didukung oleh Kode Etik Bisnis (lihat halaman 222), yang menetapkan standar integritas dan perilaku profesional di seluruh lini Perseroan.

The Company has put in place, and continues to develop, an internal control framework that is designed to provide reasonable, but not absolute, assurance that the Company's assets are safeguarded, the risks facing the business are being addressed and any information that should be disclosed is reported to the Board. The internal controls cover financial, operational, social, strategic, environmental and regulatory risks. The operation of the internal control framework is supported by the Code (see page 222), which defines the standards for integrity and professional behaviour throughout the Company.

SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL ATAS PELAPORAN KEUANGAN DAN KESELARASANNYA DENGAN KERANGKA KERJA COSO

Sejalan dengan kepatuhan Unilever Indonesia terhadap praktik kerangka kerja pengendalian keuangan global berdasarkan Pasal 404 dari Sarbanes-Oxley Act (SOX), pengendalian internal Perseroan tunduk pada penilaian independen tahunan yang menggunakan Model Jaminan Berkelanjutan (*Continuous Assurance Model*/CAM). Kepatuhan ini mengharuskan Manajemen untuk melakukan pengkajian resmi setiap tahunnya mengenai efektivitas struktur pengendalian dengan melakukan uji coba pada desain dan efektivitas operasional pengendalian guna memahami apakah sistem pengendalian tersebut telah mengantisipasi risiko dalam semua aspek yang penting. Selain penilaian dari manajemen, auditor eksternal yang terdaftar juga harus membuat laporan pengesahan yang memverifikasi penilaian manajemen terhadap keefektifan struktur pengendalian.

Perseroan telah sepenuhnya memenuhi persyaratan di atas. Pada tahun 2013, Perseroan menerapkan kerangka kerja Zero Based Control (ZBC), yang menjadi landasan bagi kegiatan pengendalian. ZBC adalah kerangka kerja pengendalian global terpadu yang tunduk pada penilaian SOX tahunan yang dilakukan oleh pihak independen. Dengan menggunakan kerangka kerja ZBC, Perseroan telah secara signifikan meningkatkan kedisiplinan dan keamanan pada sistem dengan menyederhanakan dan mengotomatisasi kontrol dan pelaporan, mengurangi kontrol manual dan membantu memastikan terciptanya transaksi yang berkualitas tinggi mulai dari sumbernya. Oleh karena itu, kami yakin bahwa pengendalian internal Unilever Indonesia sepenuhnya selaras dengan Kerangka Kerja Internal Kontrol-Terpadu yang dikembangkan oleh COSO, dan telah menggabungkan 17 prinsip kerangka kerja COSO. Selain itu, Auditor Eksternal yang mengaudit laporan keuangan Perseroan untuk tahun 2017 telah memberikan laporan pengesahan tentang keakuratan penilaian Manajemen terhadap struktur pengendalian internal (lihat di bawah).

THE INTERNAL CONTROL SYSTEM OVER FINANCIAL REPORTING AND ITS ALIGNMENT WITH THE COSO FRAMEWORK

In line with Unilever Indonesia's compliance with global financial control framework practices based on Section 404 of the Sarbanes-Oxley Act (SOX), the Company's internal controls are subject to an annual independent assessment using the Continuous Assurance Model (CAM). This requires Management to make a formal assessment each year of the effectiveness of the control structure by performing tests on the design and operating effectiveness of the controls to identify whether they are mitigating risks in all material aspects. In addition to the management's assessment, a registered external auditor must also make an attestation report verifying the management's assessment of the effectiveness of the control structure.

The Company is compliant with the above requirements. In 2013, the Company adopted the Zero Based Control (ZBC) framework as the basis for its control environment. This is an integrated global control framework that is subject to an annual SOX assessment conducted by independent parties. Using the ZBC framework has significantly enhanced the inherent discipline and security of the system by simplifying and automating the controls and reporting, reducing manual controls and helping to ensure higher quality transactions at source. We can therefore state with confidence that Unilever Indonesia's internal control framework is fully aligned with the Internal Control-Integrated Framework developed by COSO, and incorporates the 17 principles of the COSO framework. In addition, the External Auditor that audited the Company's financial statements for 2017 has provided an attestation report on the accuracy of Management's assessment of the internal control structure (see below).

LAPORAN MANAJEMEN MENGENAI PENGENDALIAN INTERNAL ATAS PELAPORAN KEUANGAN

Manajemen telah menilai efektivitas pengendalian internal atas pelaporan keuangan per 31 Desember 2017, dan menyimpulkan bahwa pengendalian internal berjalan secara efektif. Siddharta Widjaja & Rekan (perusahaan anggota jaringan KPMG), yang mengaudit laporan keuangan Perseroan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2017, juga telah mengaudit efektivitas pengendalian internal atas pelaporan keuangan pada tanggal 31 Desember 2017 dan telah mengeluarkan laporan pengesahan pada penilaian manajemen atas pengendalian internal atas pelaporan keuangan.

THE MANAGEMENT REPORT ON INTERNAL CONTROL OVER FINANCIAL REPORTING

Management has assessed the effectiveness of internal control over financial reporting as of 31 December 2017, and concluded that said internal control is effective. Siddharta Widjaja & Rekan (a member firm of the KPMG network), who audited the Company's financial statements for the year ended 31 December 2017, have also audited the effectiveness of internal control over financial reporting as at 31 December 2017 and have issued an attestation report on the management's assessment of internal control over financial reporting.

SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL ATAS AKTIVITAS OPERASIONAL

Dengan dipandu oleh temuan proses dari peninjauan dua lapis ini, kami terus membangun kerangka kerja pengendalian internal secara menyeluruh yang lebih komprehensif dan kuat serta terpadu di seluruh lini Perseroan. Kerangka kerja ini mencakup lima proses kunci: *Procure to Pay* (P2P), *Order to Cash* (O2C), *Make to Deliver* (M2D), *Record to Report* (R2R) and *Master Data* (MD).

Pada tahun 2017, Unilever Indonesia berfokus pada evaluasi efektivitas pengendalian dalam *Order to Cash* (O2C), *Make to Deliver* (M2D), kontrol akses dan Data Master (MD), yang mencakup proses manufaktur dan logistik. Di M2D, kami terus mengevaluasi bidang logistik mengenai pengiriman barang jadi. Ruang lingkup evaluasi tersebut mencakup semua fasilitas, transporter dan lokasi gudang. Proyek kerangka kerja pengendalian tersebut tidak hanya meninjau dan mendesain ulang faktor pengendalian dasar (seperti ketersediaan SOP, pemisahan tugas, pengaturan otoritas, dan sebagainya), tetapi juga bertujuan untuk menyederhanakan dan menstandarisasi desain pengendalian di berbagai lokasi serta proses Jaminan Pengendalian. Jaminan Pengendalian adalah tinjauan terhadap kontrol/mekanisme pemantauan yang dirancang untuk memastikan telah adanya pelaksanaan pengendalian yang tepat, yaitu bahwa aktivitas pengendalian sedang ditinjau dan dipantau melalui berbagai lapisan organisasi, dari tingkat pengawasan hingga tingkat manajerial dan manajemen senior.

Selain itu, kami mengambil langkah-langkah untuk memperkuat proses Manajemen Risiko dan Audit Internal dengan mendefinisikan kembali peran dan tanggung jawab serta menyelaraskan proses-proses utama kami dengan standar global terutama untuk *Procure-to-Pay* dan *Order-to-Cash*.

THE INTERNAL CONTROL SYSTEM OVER OPERATIONAL ACTIVITIES

Guided by the findings of this two-tier review process, we have continued to build a more comprehensive and robust end-to-end internal control framework that is integrated throughout all functions. The framework covers five key processes: Procure to Pay (P2P), Order to Cash (O2C), Make to Deliver (M2D), Record to Report (R2R) and Master Data (MD).

In 2017, Unilever Indonesia focused on evaluating the control effectiveness in Order to Cash (O2C), Make to Deliver (M2D), access control and Master Data (MD), which cover the manufacturing and logistics processes. In M2D, we continued to evaluate the logistics area, specifically the delivery of the finished goods. The scope also includes all facilities, transporter and warehouse locations. The control framework project not only reviews and redesigns the basic control hygiene factors (availability of SOP, segregation of duties, schedule of authorities, and so on), but also aims to simplify and standardize the control design across various locations as well as the Control Assurance process. Control Assurance is a control review/monitoring mechanism designed to ensure the proper implementation of control, namely that control activities are being reviewed and monitored through multiple layers of the organization, from the supervisory level to managerial and senior management levels.

In addition, we took measures to strengthen the Risk Management and Internal Audit processes by redefining roles and responsibilities and aligning our key processes, particularly Procure-to-Pay and Order-to-Cash, with global standards.

EVALUASI DAN PERBAIKAN DARI EFEKTIVITAS SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL PADA TAHUN 2017

Efektivitas sistem pengendalian internal kami diuji secara ketat melalui dua lapis evaluasi, sebagai berikut:

EVALUATION AND IMPROVEMENT OF THE EFFECTIVENESS OF THE INTERNAL CONTROL SYSTEM IN 2017

The effectiveness of our internal control system is rigorously tested through a two-tier evaluation, as follows:

a. Proses Jaminan Manajemen
Lapisan pertama adalah manajemen lini dan proses jaminan manajemen senior. Ini merupakan proses penilaian terhadap diri sendiri, di mana, sejalan dengan SOX Bagian 404, manajemen meninjau KPI dan laporan *dashboard* dalam rapat rutin untuk memantau kepatuhan terhadap pengendalian yang telah disepakati. Manajemen lini kemudian mengambil tindakan yang diperlukan untuk mengatasi kesenjangan yang ada dan meningkatkan proses bisnis.

b. Proses Penjaminan Ulang
Tingkat evaluasi berikutnya adalah proses penjaminan ulang yang dilakukan oleh Audit Internal, Audit Korporat Global dan audit eksternal. Ulasan mereka memberikan jaminan independen atas efektifitas pengendalian internal di seluruh proses bisnis utama Perseroan. Pada tahun 2017, Perseroan menjalani Audit Korporat Global serta audit eksternal, sementara audit internal rutin dilaksanakan pada beberapa proses bisnis yang utama. Auditor eksternal memberikan laporan pengesahan atas penilaian manajemen mengenai efektifitas kerangka kerja pengendalian internal, sebagai bagian dari kepatuhan Perseroan terhadap SOX.

a. Management Assurance Process
The first layer is the line management and senior management assurance process. This is a self-assessment approach in which management, in line with SOX Section 404, reviews the KPIs and dashboard reports during regular meetings to monitor compliance with the agreed controls. Line management then takes any necessary actions to resolve identified control gaps and improve the business processes.

b. Reassurance Process
The next level of evaluation is the reassurance processes conducted by the Internal Audit, the Global Corporate Audit and the external audit. Together, these reviews provide independent assurance of internal control effectiveness across the Company's key business processes. In 2017, the Company underwent a Global Corporate Audit as well as the external audit, while regular internal audits were performed on several of key business processes. The external auditor provided an attestation report on the management's assessment of the effectiveness of the of the internal control framework, as part of the Company's SOX compliance.

Material Litigasi
MATERIAL LITIGATION

Perseroan dan anak perusahaannya, anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris yang sedang menjabat tidak terlibat dalam kasus hukum apapun pada tahun 2017, yang dapat memiliki dampak signifikan atau memberikan risiko untuk Perseroan.

The Company and its subsidiaries, incumbent members of the Board of Directors and members of the Board of Commissioners were not involved in any material legal cases in 2017 that could have a significant impact on, or risk for, the condition of the Company.

Sanksi Administratif
ADMINISTRATIVE SANCTIONS

Perseroan tidak menerima sanksi administratif pada tahun 2017.

The Company received no material administrative sanctions in 2017.

Akses ke Informasi

ACCESS TO INFORMATION

Informasi terkini mengenai aksi korporasi, laporan triwulan dan tahunan, pergerakan harga saham, siaran pers, paparan publik dan informasi Perseroan lainnya, tersedia di situs web kami, www.unilever.co.id.
Pertanyaan dapat ditujukan setiap saat ke:

PT Unilever Indonesia Tbk
Grha Unilever
Jl. BSD Boulevard Barat Green Office Park Kavling 3
BSD City
Tangerang 15345
Tel. +6221-80827000 - Corporate Secretary
Email: Unvr.indonesia@unilever.com

The most up-to-date information on our corporate actions, our quarterly and annual results and our share price movements, as well as press releases, presentations and other corporate information, is available on our website, www.unilever.co.id. Inquiries may be made at any time to:

PT Unilever Indonesia Tbk
Grha Unilever
Jl. BSD Boulevard Barat Green Office Park Kavling 3
BSD City
Tangerang 15345
Tel. +6221-80827000 - Corporate Secretary
Email: Unvr.indonesia@unilever.com

Pedoman Perilaku

CODE OF CONDUCT

MENANAMKAN GCG SEBAGAI BUDAYA PERSEROAN

Pada tataran personal karyawan dan perusahaan secara umum, Perseroan berkomitmen terhadap tata kelola yang baik dengan diwujudkan melalui empat nilai perusahaan Unilever Indonesia: integritas, rasa hormat, tanggung jawab, dan kepeloporan. Keempat nilai tersebut memandu pola pikir dan karakter moral setiap orang di dalam organisasi dalam bertindak dan mengambil keputusan sehari-hari. Di setiap pertemuan, mulai pertemuan seluruh karyawan (Townhall) sampai pertemuan tim kecil, kami mendorong para pemimpin di setiap tingkatan organisasi untuk mendiskusikan nilai-nilai ini dan meluangkan waktu untuk melakukan '*Integrity Moment*'. Setiap karyawan Perseroan diminta untuk memperbarui kembali komitmennya terhadap nilai-nilai ini setiap tahunnya dengan menandatangani Janji Integritas atau Deklarasi Prinsip Bisnis Tahunan. Penandatanganan Janji ini wajib bagi semua orang di tingkat manajer keatas.

EMBEDDING GCG AS A CULTURE

On a personal and corporate level, the Company's commitment to good governance is embodied in Unilever Indonesia's four corporate values: integrity, respect, responsibility, and pioneering spirit. They serve as a reminder to everyone in the organisation of the mindset and moral character they are expected to bring to every decision and action they take in the course of their work. At any Company gathering, from town halls to small team meetings, leaders are encouraged to include 'Integrity Moments' when these values can be discussed. Every member of the organisation is asked to refresh his or her commitment to these values on an annual basis by signing the Integrity Pledge or Annual Code Declaration. Signing the Pledge is mandatory for everyone at assistant manager level and above.

PRINSIP BISNIS

Prinsip Bisnis dan Pedoman Kebijakan Unilever Indonesia menguraikan dan menetapkan etika, nilai, dan kepatuhan Perseroan. Pedoman ini menjelaskan standar perilaku yang diharapkan dari karyawan ketika berinteraksi dengan rekan kerja, mitra bisnis, pelanggan, dan konsumen. Agar lebih jelas, standar perilaku ini menjelaskan perilaku-perilaku yang 'harus'

CODE OF BUSINESS PRINCIPLES

Unilever Indonesia's Code of Business Principles and Code Policies ('the Code') describe and define the Company's ethics, values and compliance practices. The Code presents the expected standards of behaviour for the Company's people when interacting with co-workers, business partners, customers and consumers. For clarity, these behaviours are set out in a simple

atau 'tidak boleh' dilakukan, melalui panduan yang sederhana. Prinsip Bisnis kami merupakan pernyataan yang jelas mengenai komitmen kami untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan jangka pendek dan jangka panjang Perseroan, menjaga semua kepentingan Perseroan, pemegang saham, karyawan, konsumen, mitra bisnis, dan masyarakat secara umum.

Prinsip Bisnis Unilever Indonesia dapat diuraikan sebagai berikut:

PEDOMAN PERILAKU

Kami menjalankan usaha kami secara jujur, penuh integritas dan terbuka, dengan menghargai hak-hak asasi manusia serta kepentingan para karyawan kami. Pada saat yang sama, kami juga menghargai kepentingan dari para pemangku kepentingan yang menjalin hubungan dengan kami.

KEPATUHAN TERHADAP UNDANG-UNDANG

Perusahaan-perusahaan Unilever dan para karyawan kami diwajibkan mematuhi ketentuan Undang-Undang dan peraturan yang berlaku di negara tempat kami beroperasi.

KARYAWAN

Unilever berkomitmen menghargai keberagaman dalam lingkungan kerja dengan menjunjung rasa saling percaya dan menghargai dimana setiap orang merasa bertanggungjawab terhadap kinerja dan reputasi Perseroan. Kami akan melakukan rekrutmen, penempatan dan pengangkatan jabatan karyawan semata-mata berdasarkan kualifikasi dan spesifikasi kemampuan yang diperlukan untuk pekerjaan tersebut. Kami berkomitmen untuk menciptakan lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi seluruh karyawan. Kami memberikan karyawan paket remunerasi keseluruhan yang memenuhi atau melampaui standar minimum undang-undang atau standar industri yang berlaku. Kami tidak akan menggunakan setiap bentuk pemaksaan, tekanan atau pun pekerja anak-anak. Kami berkomitmen bekerja bersama karyawan untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan dan keterampilan setiap individual. Kami menghargai harkat pribadi dan hak kebebasan berserikat bagi karyawan. Kami akan menjalin komunikasi secara baik dengan karyawan melalui informasi korporat maupun melalui prosedur konsultasi. Kami memastikan terciptanya prosedur yang transparan, adil, dan rahasia untuk karyawan yang ingin menyampaikan aspirasinya.

KONSUMEN

Unilever berkomitmen untuk menyediakan produk dan jasa yang secara konsisten menawarkan nilai lebih dari segi harga dan kualitas, juga aman dalam penggunaannya. Produk dan jasa akan diberi label, diiklankan, dan dikomunikasikan secara akurat dan benar.

PEMEGANG SAHAM

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

'must' or 'must not' framework. The Code is a clear statement of our commitment to maintaining a balance between the Company's short-term and long-term interests, and between all the interests of the Company, our shareholders, our employees, our consumers, our business partners and the general public.

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 provide employees with a total remuneration package that meets or exceeds the legal minimum standards or appropriate prevailing industry standards. 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 the right of employees to freedom of association. We will maintain good communications with employees through company based information and consultation procedures. We will ensure transparent, fair and confidential procedures for employees to raise concerns.

CONSUMERS

Unilever is committed to providing branded products and services which consistently offer value in terms of price and quality, and which are safe for their intended use. Products and services will be accurately and properly labelled, advertised and communicated.

SHAREHOLDERS

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

MITRA BISNIS

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

KETERLIBATAN DENGAN MASYARAKAT

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

KEGIATAN KEMASYARAKATAN

Seluruh 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 asosiasi dagang, dalam penyusunan rancangan undang-undang dan peraturan lainnya yang dapat mempengaruhi kepentingan bisnis yang sah. Unilever tidak mendukung partai politik maupun menyumbang dana kepada kelompok-kelompok yang diangggap akan mendukung kepentingan partai politik.

LINGKUNGAN

Unilever berkomitmen untuk melaksanakan penyempurnaan secara terus menerus dalam pengelolaan dampak lingkungan 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 dan masyarakat. Kami akan bekerja berdasarkan ilmu yang logis, dengan penerapan keamanan produk secara ketat.

PERSAINGAN

Unilever menyadari manfaat persaingan yang sehat dan mendukung pengembangan undang-undang persaingan usaha. Perusahaan-perusahaan Unilever dan para karyawan akan menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip persaingan 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 atau perolehan finansial. Karyawan tidak diperkenankan menawarkan, memberi atau menerima hadiah atau pembayaran yang dapat ditafsirkan sebagai suap. Setiap tuntutan, atau penawaran suap harus ditolak langsung dan dilaporkan kepada manajemen. Catatan akuntansi Unilever berikut dokumen pendukungnya harus secara tepat menjelaskan dan mencerminkan sifat transaksinya. Tidak ada rekening, dana maupun aset yang disembunyikan atau tidak dicatat yang akan dibuat atau dipertahankan.

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.

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.

KONFLIK KEPENTINGAN

Seluruh karyawan Unilever diharapkan menghindari kegiatan pribadi atau urusan finansial yang berbenturan kepentingan dengan tanggungjawab mereka terhadap Perseroan. Karyawan Unilever tidak boleh mengambil keuntungan baik bagi diri sendiri maupun pihak lain melalui penyalahgunaan jabatan.

KEPATUHAN - PEMANTAUAN - PELAPORAN

Merupakan unsur penting dalam kesuksesan bisnis kami. Dewan Unilever bertanggung jawab untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip ini diterapkan di seluruh jajaran Unilever. Chief Executive Officer bertanggung jawab untuk menerapkan prinsip-prinsip ini dengan dukungan Komite Kebijakan dan Aturan Global yang dipimpin oleh Chief Legal Officer.

Tanggung jawab sehari-hari didelegasikan kepada semua manajemen senior di seluruh wilayah, kategori, fungsi dan bisnis di setiap negara. Mereka bertanggung jawab untuk menerapkan prinsip-prinsip ini, didukung oleh Komite Kebijakan lokal. Jaminan terhadap kepatuhan diberikan dan dipantau setiap tahunnya. Kepatuhan akan ditinjau oleh Dewan yang didukung oleh Komite Tanggung Jawab Perusahaan dan oleh Komite Audit untuk masalah keuangan.

Setiap pelanggaran Kode Etik harus dilaporkan. Dewan Unilever tidak akan mengkritik manajemen atas kehilangan bisnis akibat kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ini dan kebijakan wajib lainnya. Ketentuan telah dibuat agar karyawan dapat melaporkan dengan yakin bahwa tidak ada karyawan yang akan menanggung dampak sebagai konsekuensi dari kepatuhan terhadap prinsip-prinsip bisnis tersebut.

PENERAPAN KODE ETIK DI SELURUH LINI PERUSAHAAN

Prinsip Bisnis, yang menetapkan standar perilaku yang diharapkan, memiliki 24 Pedoman Kebijakan yang menjabarkan perilaku yang 'harus' dan 'tidak boleh' dilakukan oleh karyawan guna melindungi Unilever dan karyawan sendiri.

Pedoman Kebijakan ini berlaku tanpa terkecuali bagi setiap karyawan dalam Perseroan hingga ke tingkat Direksi. Seluruh karyawan Perseroan diminta untuk menandatangani Ikrar Integritas setiap tahunnya, yang disebut Deklarasi Kode Etik Tahunan, di mana mereka menyatakan bahwa mereka:

- Berkomitmen untuk berbisnis dengan penuh integritas: telah mengetahui dan menerapkan Prinsip Bisnis Unilever (Kode Etik) dan Pedoman Kebijakan terkait.
- Memastikan bahwa setiap anak buah mereka telah memahami Kode Etik dan Pedoman Kebijakan tersebut dan telah mengetahui bagaimana mereka dapat melaporkan hal-hal yang mengganggu pikiran mereka tanpa takut akan adanya balas dendam; dan
- Telah melaporkan, dan akan terus melaporkan, semua pelanggaran atau potensi pelanggaran Kode Etik dan Pedoman Kebijakan yang mereka ketahui.

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 – REPORTING

An essential element in our business success. The Unilever Board is responsible for ensuring these principles are applied throughout Unilever. The Chief Executive Officer is responsible for implementing these principles and is supported in this by the Global Code and Policy Committee which is chaired by the Chief Legal Officer.

Day-to-day responsibility is delegated to all senior management of the geographies, categories, functions and operating companies. They are responsible for implementing these principles, supported by local Code Committees. Assurance of compliance is given and monitored each year. Compliance is subject to review by the Board, supported by the Corporate Responsibility Committee, and for financial and accounting issues, the Audit Committee.

Any breaches of the Code must be reported. The Board of Unilever will not criticise management for any loss of business resulting from adherence to these principles and other mandatory policies. Provision has been made for employees to be able to report in confidence and no employee will suffer as a consequence of doing so.

COMPANY-WIDE APPLICATION OF THE CODE OF CONDUCT

The Code of Business Principles, which sets out clear standards of conduct, is supported by 24 Code Policies that provide a framework of simple 'musts' and 'must nots' – translating the standards into behaviours that protect Unilever and each and every one of the employees.

The Code applies to every member of the Company, without exception, up to Board of Directors level. All members of the Company are asked to sign the Integrity Pledge every year, known as the Annual Code Declaration, in which they declare that they:

- Are committed to doing business with integrity and that they know and apply the Code;
- Ensure that everyone reporting to them understands the Code and knows how they can raise concerns without fear of retaliation; and
- Have reported, and will continue to report, all actual or potential breaches of the Code that they become aware of.

Deklarasi Kode Etik dilaksanakan secara daring bersamaan dengan 6 modul pembelajaran wajib yang diluncurkan pada tahun 2017, mencakup pembelajaran tentang Anti-Suap, Kode Etik, Kepatuhan Pihak Ketiga, Persaingan yang Adil, Penggunaan TI dan Melindungi Informasi Unilever. Seluruh karywan harus mendaftar dan menyelesaikan modul-modul tersebut. Pada pertengahan Desember 2017, 99% karyawan pada tingkat manajer telah menyelesaikan empat pembelajaran pertama termasuk anti-suap.

The Code declaration is made online along with the 6 mandatory learning modules rolled out in 2017 which include Anti-Bribery, Living The Code, Third Party Compliance, Fair Competition, Use of IT and Protecting Unilever's Information. All online users must enroll and complete the modules. By mid-Dec 2017, 99% of manager level and up had completed the first four learnings, including Anti-Bribery.

PEMANTAUAN DAN PELAPORAN

Kepatuhan terhadap prinsip bisnis di seluruh tataran Perseroan merupakan fondasi dari tata kelola perusahaan yang baik, oleh karena itu, hal tersebut sangat penting bagi keberlanjutan bisnis kami. Direksi bertanggung jawab untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip Kode Etik telah dipahami dan terintegrasi di setiap tingkat organisasi. Direksi memimpin pelaksanaan kampanye yang dilakukan secara rutin, acara sosialisasi untuk karyawan serta pemantauan terhadap kepatuhan.

Laporan kepatuhan ditinjau oleh Komite Audit dan Pimpinan Eksekutif Unilever. Pelanggaran atau dugaan pelanggaran Kode Etik harus dilaporkan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan (lihat di bagian 'Sistem Pengungkapan Fakta', di bawah. Karyawan dapat melapor tanpa perlu merasa takut , dan sesuai dengan yang ditetapkan dalam Kode Etik dan Ikrar Integritas, karyawan tidak akan menanggung masalah sebagai konsekuensi dari tindakan pelaporannya. Selain itu, Dewan tidak akan menyalahkan manajemen jika terdapat kerugian bisnis sebagai dampak dari kepatuhan terhadap Kode Etik dan/atau kebijakan dan instruksi wajib lainnya.

MONITORING AND REPORTING

Company-wide compliance with the Code is part of the foundation of good corporate governance in the Company, and as such we believe that it is fundamental to the sustainability of the business. Responsibility for ensuring that the Code principles are understood and embedded at every level of the organization lies with the Board of Directors, who lead a program of regular communication campaigns, dissemination events and compliance monitoring.

The compliance reports are reviewed by the Audit Committee and the Unilever Leadership Executive. Breaches or suspected breaches of the Code must be reported in accordance with specified procedures (see under the 'Whistleblower System', below). Employees have the option to report in confidence and both the Code and the Integrity Pledge specify that 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 the Code and/or any other mandatory policies and instructions.

MEMPERKUAT KEPATUHAN TERHADAP KODE ETIK DI TAHUN 2017

Pada tahun 2017, Perseroan melakukan beberapa prakarsa untuk memperkenalkan dan memperkuat nilai-nilai perusahaan dan kepatuhan terhadap Pinsip Bisnis (CoBP), sebagaimana diuraikan di bawah ini:

CODE COMPLIANCE STRENGTHENING IN 2017

In 2017, several initiatives were taken to introduce and strengthen corporate values and CoBP compliance, as outlined below:

SALURAN KOMUNIKASI Channel	TANGGAL Date	AKTIFITAS Activity
Pertemuan seluruh karyawan Townhall meetings	16 Feb, 4 May, Jul, 23 Oct	Integrity Moment, disampaikan oleh VP SC Integrity Moment, delivered by VP SC.
Rapat BIC BIC Meetings	25 Jan,7 Feb, 14 Mar, 6 Apr, 8 May, 9 Jun, 7 Aug, 14 Sep, 16 Oct, 7 Dec.	

SALURAN KOMUNIKASI Channel	TANGGAL Date	AKTIFITAS Activity
Komunikasi & Kampanye Communication & Campaigns	21-25 Mar	Menyampaikan sesi BI ke karyawan internal dari berbagai fungsi yang berbeda termasuk CD Finance, tim Audit Internal, dan perwakilan serikat pekerja (sesuai undangan HR untuk menghadiri Bipartit Nasional di Surabaya). Delivering BI sessions to different internal audiences including CD Finance, Internal Audit team, and representatives of labour union (as per HR invitation to attend National Bipartite in Surabaya).
	23 Mar	Menyediakan penyegaran BI untuk CD Finance. Providing BI refreshment for CD Finance.
	Apr	Saluran pelaporan baru (pelaporan-web dan hotline): Diluncurkan secara global untuk menyediakan layanan 24/7 guna memfasilitasi kekhawatiran terkait pelanggaran Kode Etik yang diajukan oleh pihak internal atau eksternal. New whistleblower channels (web-reporting and hotline): Launched globally to provide a 24/7 service to capture Code concerns raised by internal or external parties.
	20/27 Apr & 5 May	BI tentang Apa yang akan terjadi BI on What's coming
	May	Penerapan saluran pelaporan baru terus berlanjut New whistleblower channels continued
	May	Video Anti Suap: Video kampanye diputar di layar digital dan U-View. Anti Bribery video: Campaign video was played on digital screens and U-View.
	Jun	Mengirimkan sebuah email pengingat terkait Pemberian Hadiah & Keramahtamahan. Gift & Hospitality email blast reminder.
	Jul	Peluncuran materi RBPP untuk tim CD: Dengan bantuan tim Komunikasi, merancang poster untuk menyediakan komunikasi yang mudah dimengerti terkait 3 pilar RBPP ke tim CD, untuk selanjutnya dipasok ke distributor. RBPP materials kick-off for CD team: With a help of the Communication team, designing posters to provide simplified communication on the 3 RBPP pillars to the CD team, to be further supplied to distributors.
	Aug	Memutar video tentang Melindungi Aset Keuangan di layar digital. Video on Protecting Financial Assets, played on digital screens.
	Sept	Pada kalender Unilever Indonesia, BI ditampilkan pada bulan September. On Unilever Indonesia's printed calendar, BI is featured in September.
	14 Nov (start)	Kampanye 'No Evil' di layar dan poster digital. 'No Evil' campaign on digital screens and posters.
	20-24 Nov	Minggu Ikrar Integritas. Deklarasi Kode Etik Tahunan / Ikrar Integritas yang harus ditandatangani oleh semua karyawan secara *daring*. Pada 2017 bertemakan "Lindungi Apa yang Anda Cintai". Integrity Pledge Week. Annual Code Declaration/Integrity Pledge that must be signed by all employees via on-line sign-off. In 2017 the theme was "Protect What You Love".
	Dec	Mengirimkan email pengingat kepada seluruh karyawan terkait pemberian Hadiah & Keramahtamahan. Gift & Hospitality email blast reminder to all employees.
Pesan dari Direksi VP Message	4 Apr	BI capsule (pembelajaran online): 4 modul belajar yang diperbarui berjudul Fantastic Four: Melaksanakan Kode Etik, Anti-Suap, Kepatuhan Pihak Ketiga, dan Persaingan Sehat. BI capsule (online learning): First 4 refreshed learning capsules entitled Fantastic Four: Living The Code, Anti-Bribery, Third Party Compliance, and Fair Competition.
	15 Jun	Pengingat terkait G&H G&H reminder.
	14 Jun	Pengingat terkait BI capsule kepada karyawan yang belum menyelesaikan empat modul pembelajaran pertama (Fantastic Four). BI capsule reminder to those who have not completed the first four refreshed learning capsules (Fantastic Four).
	23 Nov	Ikrar Kode Etik: Deklarasi Kode Etik Tahunan atau Ikrar Integritas yang harus diselesaikan oleh semua karyawan secara *daring*. Code Pledge: Annual Code Declaration or Integrity Pledge that must be completed by all employees via on-line sign-off.

SALURAN KOMUNIKASI Channel	TANGGAL Date	AKTIFITAS Activity
Pelatihan Training	4 Apr	Modul pembelajaran online: empat modul penyegaran pertama ('Fantastic Four'): Melaksanakan Kode Etik, Anti-Suap, Kepatuhan Pihak Ketiga, dan Persaingan Sehat. Karyawan diberi waktu 4 bulan untuk menyelesaikan modul-modul tersebut. Online learning capsule: the first four refreshed capsules (the 'Fantastic Four'): Living The Code, Anti-Bribery, Third Party Compliance, and Fair Competition. Employees were given a 4-month window to complete the capsules.
	2 Sep	Modul pembelajaran online: dua modul penyegaran kedua ('Terrific Two'): Penggunaan TI dan Melindungi Informasi Unilever. Karyawan diberi waktu 4 bulan untuk menyelesaikan modul-modul. Online learning capsule: the second two refreshed capsules ('Terrific Two'): Use of IT and Protecting Unilever's Information. Employees were given a 4-month window to complete the capsules.
	4-6 Dec	Lokakarya Anti-Suap dan Anti-Korupsi: dilakukan dalam 3 sesi bagi karyawan internal untuk meningkatkan kesadaran terhadap anti-penyuapan dan korupsi. Anti-Bribery and Anti-Corruption Workshop: conducted in 3 sessions for internal employees to raise anti-bribery and corruption awareness.
	4-6 Dec	Sesi terkait pemberian Hadiah dan Keramahtamahan bagi karyawan non-staff. Gift and Hospitality sessions delivered for non-staff employees.
Pihak Luar External Parties	19 Feb	Pertemuanan pemasok: BIO diundang oleh tim Pengadaan untuk memberikan sesi penyegaran BI kepada para pemasok. Supplier gathering: BIO was invited by Procurement team to provide a BI refreshment session to suppliers.
	Jun	Penyebaran email ke Pihak Ke-3: Mengirimkan e-mail untuk mengingatkan terkait pemberian Hadiah dan Keramahtamahan, yang dikirim ke semua pihak ketiga termasuk distributor, pemasok, dan vendor. Email blast to 3Ps: Email blast reminder on Gifts and Hospitality was sent out to all third parties including distributors, suppliers, and vendors.
	Dec	Pertemuanan pemasok: BIO diundang oleh tim Pengadaan untuk memberikan sesi penyegaran BI kepada pemasok. Supplier gathering: BIO was invited by Procurement Team to provide a BI refreshment session to suppliers.

KEBIJAKAN PENEGAKAN DISIPLIN

Setiap pelanggaran atau dugaan pelanggaran Kode Etik harus dilaporkan sesuai dengan prosedur yang ditentukan, yang diuraikan di bawah ini pada bagian 'Sistem Pelaporan'. Jika ditemukan adanya bukti pelanggaran, Perseroan akan memutuskan sanksi dan mengambil tindakan yang sepadan dengan jenis dan beratnya pelanggaran.

DISCIPLINARY POLICY

Any violation or suspected violation of the Code must be reported according to the specified procedures, which are outlined below under the 'Whistleblower System'. If a violation is proved, the Company will decide the sanction and take action that is commensurate with the nature and severity of the violation.

PENGENDALIAN GRATIFIKASI

Kebijakan Perseroan terkait pemberian Hadiah dan Keramahtamahan menjelaskan prosedur dan batas-batas yang 'harus' dan 'tidak boleh' dilakukan karyawan saat ada pihak luar yang meminta atau menawarkan hadiah dan keramahtamahan. Pedoman Kebijakan menguraikan dengan jelas apa bentuk hadiah dan keramahtamahan yang dilarang dan dalam keadaan apa hadiah atau keramahtamahan dapat secara sah diberikan atau diterima. Kebijakan ini disebarluaskan kepada seluruh karyawan. Perseroan juga secara rutin mengingatkan karyawan terkait hal ini, utamanya menjelang hari raya.

CONTROL OF GRATUITIES

The Company's Gift and Hospitality Policy describes the 'musts' and 'must nots' that employees should adhere when dealing with a request for, or offer of, gifts and hospitality from an external party. The Code Policy makes clear what forms of gift and hospitality are always prohibited and in what circumstances gifts or hospitality may legitimately be given or received. The Policy is disseminated to all employees and reminders are circulated periodically, particularly around festive periods.

Sistem Pelaporan

WHISTLEBLOWER SYSTEM

Seluruh karyawan Unilever Indonesia, dan mitra bisnis kami memiliki akses ke saluran pelaporan yang dapat mereka gunakan untuk melaporkan pelanggaran, dugaan, atau potensi pelanggaran Kode Etik Bisnis dan Pedoman Kebijakan, atau pelanggaran etika atau perilaku ilegal lainnya.

Kami mendorong para karyawan untuk menyampaikan segala bentuk pelanggaran ke manajer lini mereka secepatnya. Jika mereka tidak mau atau tidak dapat melakukan hal ini, mereka dapat melapor kepada Petugas Integritas Bisnis ('Petugas BI') Komite Integritas Bisnis ('Komite BI'), yang dikenal sebagai Blue Umbrella. Mereka juga memiliki pilihan untuk melaporkan melalui saluran hotline etika global Unilever. Karyawan juga memiliki pilihan untuk melapor melalui *Unilever Global Code Support Line*. Perseroan menjamin bahwa semua laporan yang masuk akan ditangani dengan penuh kerahasiaan.

Every Unilever Indonesia employee, and our business partners, has access to several different whistleblower channels they can use to report breaches or suspected or potential breaches of the Code of Business Principles and Code Policies, or any other ethics violations or illegal behaviour.

Employees are encouraged to bring any breaches to the attention of their line manager in the first instance. If they are unwilling or unable to do this, however, they can report to the Business Integrity Officer('BI Officer') the Business Integrity Committee ('BI Committee'), known as the Blue Umbrella. They also have the option of reporting through Unilever's global Code Support hotline and website. They also have the option of reporting through Unilever's global Code Support Line. The Company guarantees that all whistleblower reports are dealt with in strict confidence.

PENGELOLAAN SISTEM PELAPORAN

Seluruh laporan yang masuk akan ditangani oleh Business Integrity Officer atau Komite BI. Komite BI terdiri dari enam anggota Direksi Perseroan dan Pejabat Integritas Bisnis. Mereka mengadakan pertemuan setidaknya sekali setiap triwulan atau bahkan lebih sering. Keenam anggota Direksi tersebut adalah Direktur Utama sebagai ketua komite, Direktur Keuangan, Direktur *Customer Development*, Direktur Sumber Daya Manusia, Direktur *Supply Chain,* dan Direktur *Governance and Corporate Affairs.*

PROSEDUR PELAPORAN

Terdapat beberapa saluran pelaporan yang tersedia sepertidijabarkan di bawah ini:

1. **Melalui manajer lini**
   Manajer Lini adalah pilihan pertama bagi karyawan untuk melakukan pelaporan. Jika seorang manajer lini menerima laporan terkait dugaan pelanggaran yang kuat, maka mereka perlu memastikan bahwa dugaan ini ditangani secara serius dan sesegera mungkin, serta memperlakukan informasi tersebut dengan bijak dan sesegera mungkin berdiskusi dengan Petugas BI;
2. **Melalui web**
   Situs web baru untuk pelaporan diperkenalkan dan dikomunikasikan kepada karyawan pada Mei 2017. Situs web baru tersebut menyediakan solusi untuk karyawan atau pihak eksternal yang ingin melaporkan masalah/pelanggaran Kode Etik. Untuk menjaga independensi dan kerahasiaan laporan, saluran ini dikelola oleh pihak ketiga eksternal untuk Unilever secara global. Alamat pelaporan web ini tersedia dan dapat diakses oleh pihak eksternal melalui situs web eksternal Unilever (www.unilever.com);
3. **Melalui saluran telepon Hotline**
   Selain peluncuran situs web yang baru, telepon hotline juga diperkenalkan pada Mei 2017. Saluran ini tersedia di nomor lokal dan selama 24/7 setiap hari kapan saja dapat menerima pelaporan. Pelaporan dapat dilakukan dalam bahasa Inggris ataupun Indonesia – tersedia penterjemah untuk kedua bahasa tersebut. Hotline ini dikelola oleh penyedia laporan web yang sama yang digunakan oleh Unilever di seluruh dunia. Nomor telepon hotline ini tersedia dan dapat diakses oleh pihak eksternal melalui situs web eksternal Unilever (www.unilever.com);
4. **Melalui E-mail Blue Umbrella**
   Alamat email Blue Umbrella dikelola oleh Petugas BI dan anggota Komite BI;
5. **Melalui Petugas Integritas Bisnis**
   Karyawan dapat langsung menghubungi Petugas BI untuk menyampaikan kekhawatiran mereka.

Pada setiap saluran pelaporan, laporan yang diterima akan disampaikan kepada Petugas BI. Jika laporan diterima oleh pihak ketiga yang menyediakan jalur pelaporan ini, notifikasi akan dikirim ke Petugas BI untuk diproses lebih lanjut dengan mempertimbangkan apakah laporan tersebut dianggap berpotensi melanggar Kode Etik dan diteruskan ke tingkat lebih tinggi jika diperlukan.

MANAGEMENT OF THE WHISTLEBLOWING SYSTEM

Incoming whistleblower reports are managed by the BI Officer, as well as members of the BI Committee. The BI Committee consists of six members of the Company's Board of Directors and the Business Integrity Officer and meets at least once a quarter, and more frequently if necessary. The six members of the Board of Directors are the President Director as the chairman of the committee, the Chief Financial Officer/Finance Director, the Customer Development Director, the Human Resources Director, the Supply Chain Director, and the Governance and Corporate Affairs Director.

REPORTING PROCEDURE

There are several reporting channels available, as explained below:

1. **Line Manager**
   The Line Manager should be the employee's first option. If a concern is raised with a line manager, they need to ensure that it is taken seriously and addressed promptly, treating related information with discretion and discussing it with the BI Officer as soon as possible.
2. **Web Reporting**
   The new website for reporting was introduced and communicated to employees in May 2017. The new website provides a solution for employees or external parties who would like to report a Code concern/breach without going directly through Company personnel. To maintain the independence and confidentiality of the report, this channel is managed by an external third-party provider for Unilever worldwide. The web address can be found on Unilever's external website (www.unilever.com);
3. **Phone Hotline**
   The new phone hotline was introduced alongside the new website in May 2017. By using a local number concerns can be reported 24/7 in English or Indonesian. This hotline is managed by the same provider as Unilever's global web reporting site above. This phone hotline number is available to both Unilever employees and external parties and can be found on Unilever's external website (www.unilever.com);
4. **Blue Umbrella Email**
   The email address is managed by the BI Officer and members of the BI Committee;
5. **Business Integrity Officer**
   Employees can contact the BI Officer directly to raise their concerns.

The BI Officer will be informed about incoming concerns through any of the above channels. If a concern is reported to the external third-party provider, an alert will be sent to the BI Officer to assess whether the report is considered a potential breach of the Code and escalate it as necessary.

PENILAIAN, INVESTIGASI, DAN SANKSI

PENILAIAN

Setelah menerima laporan, petugas BI akan melakukan penilaian awal untuk menentukan apakah kasus tersebut berpotensi merupakan pelanggaran terhadap Kode Etik. Jika dianggap melanggar, kasus tersebut akan dibahas dengan anggota Komite BI guna menyetujui langkah-langkah penyelidikan selanjutnya, termasuk menentukan anggota tim investigasi. Jika laporan tersebut tidak dianggap sebagai pelanggaran Kode Etik, maka kasus tersebut akan diklasifikasikan sebagai tidak terkait dengan kode etik.

PENYELIDIKAN

Investigasi dapat dilakukan oleh tim internal atau tim eksternal, tergantung pada skala kasus. Tim investigasi akan berhubungan dengan Petugas BI untuk menyelaraskan langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam setiap proses penyelidikan tersebut.

SANKSI

Jika terbukti terdapat pelanggaran, sanksi akan dikenakan dengan persetujuan dari Komite BI. Tindakan dan / atau sanksi yang direkomendasikan sepadan dengan jenis dan besarnya pelanggaran yang dilakukan.

Tuduhan apapun dicatat dalam sebuah sistem manajemen kasus yang dapat diakses oleh tim BI di kantor lokal, regional, atau global Unilever. Kantor-kantor ini juga secara berkala mengawasi proses dan tindak lanjut dari kasus-kasus yang dilaporkan.

PERLINDUNGAN UNTUK PELAPOR

Salah satu prioritas utama Perseroan adalah melindungi setiap karyawan yang melapor dengan itikad baik dan memperlakukan informasi yang diterima sebagai rahasia. Tersedia beberapa jalur bagi karyawan untuk untuk melaporkan pelanggaran Kode Etik, termasuk pilihan hotline melalui web atau telepon yang mengarah langsung ke Tim Global. Mereka pun dapat melapor secara anonim jika mereka menginginkannya. Perjanjian kerahasiaan telah dibuat dengan semua pihak yang menerima laporan. Informasi yang masuk hanya dapat diakses oleh anggota tim Blue Umbrella tertentu.

SOSIALISASI MEKANISME PELAPORAN

Poster-poster dan materi komunikasi digital lain ditempatkan secara jelas dan strategis di seluruh kantor, area dan fasilitas Perseroan, untuk mensosialisasikan cara pelaporan pelanggaran. Mekanisme pelaporan ini juga disebarluaskan secara teratur melalui kampanye integritas, panduan, dan aktivasi di dalam perusahaan yang diselenggarakan oleh Divisi Integritas Bisnis.

ASSESSMENT, INVESTIGATION AND SANCTIONS

ASSESSMENT

Once BI Officer received a reporting concern, an initial assessment will be made to determine whether a case is a potential breach of the Code. If deemed a breach, it will be discussed with the members of the BI Committee to agree the next steps of investigation process including member of the investigation team. If it is not deemed as breach of the Code, then it is classified as not code related.

INVESTIGATION

Investigation can be conducted by internal team or external team, subject to the scale of the case. At any point of the process, the investigation team shall liaise with BI Officer for steps and process alignment. Result of the investigation is reviewed by BI Officer and discussed with the BI Committee.

SANCTION

If the breach is proven, sanction will be imposed with approval from the BI Committee. Recommended actions and/or sanctions commensurate with the nature and severity of the breach.

Any allegations are recorded in a case management system that can be accessed by the BI team in Unilever's local, regional, or global offices. These offices also periodically monitor the processing and follow-up of whistleblower cases.

PROTECTION FOR WHISTLEBLOWERS

Ensuring that every employee who reports in good faith will be protected and the information treated in confidence is a top priority, and the Company has taken several measures to address this. Employees have a number of different channels available to them to report Code breaches, including the option of a web or phone hotline that goes direct to the Global Team, and they can report anonymously if they wish. A confidentiality agreement has been made with all parties that receive reports. Incoming information is only accessible to certain members of the Blue Umbrella team.

AWARENESS OF THE WHISTLEBLOWER MECHANISM

Posters and digital communication material showing how to report potential or suspected Code breaches are placed prominently and strategically all the Company's offices, sites and facilities. The whistleblower mechanism is also regularly promoted through the Company's integrity campaigns, guidance and activations organized by the Business Integrity Division.

PELANGGARAN KODE ETIK TAHUN 2017

Pada tahun 2017, Perseroan menerima 23 laporan atau pertanyaan tentang potensi atau dugaan pelanggaran Kode Etik melalui semua saluran pelaporan, termasuk melalui manajer lini, anggota Komite Integritas Bisnis dan Pejabat Integritas Bisnis. 3 diantaranya dianggap bukan hal-hal yang berhubungan dengan Kode Etik.

Status kasus-kasus tersebut ditunjukkan di bawah ini.

BREACHES OF THE CODE IN 2017

In 2017, 23 reports or queries on potential or suspected breaches of the Code were received through all whistleblower channels, including line managers, Business Integrity Committee members and the Business Integrity Officer. The 3 of which are considered not-Code related matters.

The status of the cases is shown below.

Laporan whistleblower selama tahun 2017 Whistleblower reports in 2017	23
Kasus yang di-investigasi Cases investigated	20
Kasus yang diselesaikan Cases resolved	24

Semua laporan yang masuk telah ditindaklanjuti sesuai prosedur dan kebijakan masing-masing.

All incoming reports have been followed up within their respective procedures and policies.

Program Kepemilikan Saham

SHARE OWNERSHIP PROGRAM

Perseroan tidak memiliki program kepemilikan saham karyawan manajemen.

The Company does not have an employee or management stock ownership program.

Keberagaman Dewan Komisaris dan Direksi

DIVERSITY OF THE BOARD OF COMMISSIONERS AND BOARD OF DIRECTORS

Unilever Indonesia berkomitmen untuk mendukung keberagaman dan kesempatan yang setara dalam lingkungan kerja berlandaskan rasa saling percaya dan hormat, dan tanpa diskriminasi. Komitmen ini dinyatakan Kode Etik kami, yang merupakan standar tata kelola kami.

Tujuan kami untuk menciptakan keberagaman dalam komposisi Dewan Komisaris dan Direksi, adalah untuk memiliki variasi usia, jenis kelamin, keahlian dan latar belakang sosial, sebagaimana dinyatakan dalam piagam Dewan. Pada akhir tahun 2017, empat dari sepuluh Direktur kami adalah perempuan, memberikan Dewan keseimbangan gender sebesar 60:40.

Unilever Indonesia is committed to promoting diversity and equal opportunity in a working environment where there is mutual trust and respect, and no discrimination. This is stated in our governance standards, the Code.

With respect to diversity in the composition of the Board of Commissioners and Board of Directors Commissioners, the objective pursued by the Company is to have a variation of age, gender, expertise and social background, as stated in the Board charters. As of the end of 2017, four of our ten Directors were female, giving the Board a 60:40 gender balance.

Pengadaan Barang dan Jasa

PROCUREMENT OF GOODS AND SERVICES

Perseroan memiliki kebijakan untuk sedapat mungkin membeli bahan mentah dari sumber-sumber lokal sejalan dengan kepatuhan Perseroan untuk mematuhi standar dan praktik pengadaan yang dijabarkan dalam *Unilever Responsible Sourcing Policy,* Kode Etik, dan Aturan Pertanian Berkelanjutan.

Unilever Responsible Sourcing Policy dirancang untuk memastikan terciptanya kondisi kerja yang adil di seluruh rantai pasokan kami, termasuk menghormati hak asasi manusia, kebebasan berserikat, dan jam kerja serta upah layak yang setidaknya memenuhi standar minimum yang ditetapkan oleh hukum. Sementara itu, Aturan Pertanian Berkelanjutan, dimaksudkan untuk mendorong para pemasok dan petani kita untuk mengadopsi praktik pertanian berkelanjutan.

Vendor yang ingin disetujui menjadi pemasok Unilever Indonesia akan menjalani serangkaian audit mengenai rekam jejak mereka tentang keandalan, manajemen mutu, manajemen lingkungan, hak asasi manusia dan masalah sosial lainnya yang ditentukan dalam kode etik, standar, dan kebijakan kami. Semua pemasok, tanpa terkecuali, wajib mematuhi standar kesehatan, keselamatan, dan perlindungan lingkungan Perseroan.

Rincian lebih lanjut tentang pengelolaan pemasok dapat ditemukan di halaman 259 Laporan Tahunan ini di bagian Sustainability.

KEPATUHAN TERHADAP HUKUM

Semua hukum dan peraturan yang berlaku dipatuhi di negara-negara dimana mitra bisnis beroperasi, termasuk hukum dan peraturan internasional yang relevan seperti sanksi perdagangan, kontrol ekspor, kewajiban pelaporan, perlindungan data dan antimonopoli.

PENYUAPAN

Terdapat larangan terhadap segala bentuk suap, korupsi, pemerasan atau penggelapan dan terdapat prosedur yang memadai untuk mencegah penyuapan dalam semua transaksi komersial yang dilakukan oleh mitra bisnis.

KONFLIK KEPENTINGAN

Seluruh dan setiap konflik kepentingan dalam setiap transaksi bisnis dengan Unilever, yang diketahui oleh mitra bisnisnya, harus diberitahukan kepada Unilever untuk memungkinkan Unilever mengambil tindakan yang tepat. Setiap kepemilikan atau kepentingan bisnis oleh pejabat pemerintah atau perwakilan dari partai politik di dalam bisnis para mitra, harus dinyatakan kepada Unilever sebelum memulai hubungan bisnis apapun dengan Unilever.

Company policy is to source raw materials locally, wherever feasible, and to comply with the procurement standards and practices articulated in the Unilever Responsible Sourcing Policy, the Code, and the Sustainable Agriculture Code.

Unilever's Responsible Souring Policy is designed to ensure fair working conditions throughout our supply chain. These include respect for human rights, freedom of association, and working hours and remuneration in accordance that at least meet the minimum standards provided for by law. The Sustainable Agriculture Code, meanwhile, is intended to encourage our suppliers and farmers to adopt sustainable agricultural practices.

Vendors who wish to become Unilever Indonesia approved suppliers are subject to an audit of their track record on reliability, quality management, environment management, human rights and other social issues that are specified in our codes, standards and policies. All suppliers, without exception, are required to comply with the Company's health, safety and environmental protection standards.

Further details about supplier management can be found on page 259 of this Annual Report in the Sustainability, section.

COMPLIANCE WITH LAWS

All applicable laws and regulations are complied with in the countries in which the business partner operates, including relevant international laws and regulations such as those on trade sanctions, export controls, reporting obligations, data protection and antitrust.

BRIBERY

There is a prohibition on any and all forms of bribery, corruption, extortion or embezzlement and there are adequate procedures in place to prevent bribery in all commercial dealings undertaken by the business partner.

CONFLICTS OF INTEREST

All and any conflict of interest in any business dealings with Unilever, of which the business partner is aware, will be declared to Unilever to allow Unilever the opportunity to take appropriate action. Any ownership or beneficial interest in a business partner's business by a government official or representative of a political party are declared to Unilever prior to any business relationship with Unilever being entered into.

HADIAH, KERAMAHTAMAHAN DAN HIBURAN

Pemberian hiburan atau keramahtamahan dilakukan secara wajar dan alami, sepenuhnya untuk tujuan menjaga hubungan bisnis yang baik dan tidak dimaksudkan untuk mempengaruhi keputusan apa pun tentang bisnis di masa mendatang. Pemberian hadiah antara karyawan mitra bisnis dan karyawan Unilever harus dihindari. Pertukaran hadiah secara resmi antar perusahaan dapat diterima tetapi harus dilakukan secara transparan dan tercatat dengan baik.

INFORMASI RAHASIA DAN PESAING

Semua informasi terkait persaingan bisnis harus diperoleh secara sah dan hanya akan dipergunakan untuk tujuan yang sah sesuai dengan semua hukum dan peraturan yang berlaku. Tidak ada upaya yang dilakukan untuk membocorkan informasi apapun kepada Unilever tentang kompetitor terkait informasi yang sensitif terhadap kegiatan komersial mereka, bersifat rahasia, atau tidak dalam domain publik. Demikian pula informasi Unilever yang rahasia dan sensitif secara komersial adalah informasi persaingan bisnis yang tidak dapat diteruskan ke pihak ketiga kecuali secara tegas diizinkan oleh Unilever.

CATATAN KEUANGAN, PRAKTIK PENCUCIAN UANG DAN INSIDER TRADING

Semua transaksi bisnis dan komersial dilakukan secara transparan dan dicatat secara akurat dalam buku dan catatan mitra bisnis. Tidak ada partisipasi nyata atau upaya dalam pencucian uang. Tidak ada informasi rahasia yang dimiliki mitra bisnis terkait Unilever digunakan untuk terlibat atau mendukung insider trading.

MENJAGA INFORMASI DAN PROPERTI

Informasi rahasia, pengetahuan, dan kekayaan intelektual Unilever dihormati dan dijaga. Semua informasi yang disediakan oleh Unilever yang tidak berada dalam ranah publik dianggap rahasia dan hanya digunakan untuk tujuan yang dimaksudkan dan ditetapkan. Seluruh dan setiap informasi pribadi tentang individual, seperti data konsumen atau karyawan Unilever ditangani dengan cara menghormati perlindungan privasi mereka dan tunduk terhadap semua undang-undang dan peraturan yang berlaku terkait privasi.

KUALITAS PRODUK

Produk dan layanan disimpan dan dikirim untuk memenuhi spesifikasi dan kriteria kualitas dan keselamatan yang ditentukan dalam kontrak atau dalam dokumen produk terkait dan aman untuk digunakan.

GIFTS, HOSPITALITY AND ENTERTAINMENT

Any business entertaining or hospitality is kept reasonable in nature, entirely for the purpose of maintaining good business relations and not intended to influence in any way decisions about future business. Gift giving between a business partner's employees and Unilever's employees is avoided. Official company to company gift exchanges are acceptable but must be transparent and properly recorded.

CONFIDENTIAL AND COMPETITOR INFORMATION

All competitive information is obtained legitimately and will only be used for legitimate purposes in compliance with all applicable laws and regulations. No attempt is made at any time to divulge to Unilever any information about its competitors that is commercially sensitive or confidential to them, and not in the public domain. Likewise Unilever's confidential and commercially sensitive information is competitive information that must not be circulated to any third party unless expressly permitted by Unilever.

FINANCIAL RECORDS, MONEY LAUNDERING AND INSIDER TRADING

All business and commercial dealings are transparently performed and accurately recorded in the business partner's books and records. There is no actual or attempted participation in money laundering. No confidential information in the business partner's possession regarding Unilever is used to either engage in or support insider trading.

SAFEGUARDING INFORMATION AND PROPERTY

Unilever's confidential information, know-how and intellectual property is respected and safeguarded. All information provided by Unilever that is not in the public domain is deemed confidential and is only to be used for its intended and designated purpose. All and any personal information about individuals, such as Unilever's consumers or employees is handled with full respect for the protection of their privacy and for all relevant privacy laws and regulations.

PRODUCT QUALITY

Products and services are stored and delivered to meet the specifications and quality and safety criteria specified in the relevant contract or product documents and are safe for their intended use.

ASURANSI

ASURANSI ASET PERUSAHAAN

Kami mengantisipasi risiko terkait aset operasional kami dengan mengalihkan risiko ke perusahaan asuransi. Semua aset tetap kami dilindungi oleh asuransi, termasuk bangunan, mesin, dan aset yang sedang dibangun dan didistribusikan diantara pabrik-pabrik kami di Cikarang dan Rungkut, kantor pusat kami, dan depo kami di seluruh Indonesia. Pada 2017, Perseroan memiliki polis asuransi berikut:

1. **Polis Asuransi Property All Risks (PAR)**
   Mencakup risiko potensi kerugian aset operasional dalam kaitannya dengan usaha distribusi kami di Kantor Pusat maupun di kawasan operasional.

2. **Polis Asuransi Marine Open Cover**
   Mencakup risiko potensi kehilangan persediaan barang di lokasi operasional kami, termasuk persediaan di gudang distributor ataupun saat barang dalam perjalanan.

3. **Polis Asuransi Jaminan Produk Masyarakat**
   Mencakup risiko terkait dengan produk Unilever, seperti risiko penarikan produk dari peredaran.

4. **Asuransi Kecelakaan Perjalanan Pribadi Bisnis**
   Karyawan Unilever Indonesia yang melakukan perjalanan bisnis Perseroan dilindungi oleh kebijakan dengan cakupan global terhadap kerugian keuangan akibat kecelakaan selama perjalanan.

INSURANCE

CORPORATE ASSETS INSURANCE

We mitigate risks related to our operational assets by transferring the risk to insurance companies. All our fixed assets are covered by insurance, including buildings, machinery, and assets under construction, which are distributed among our factories in Cikarang and Rungkut, our head office, and our depots throughout Indonesia. In 2017, the Company held the following insurance policies:

1. **Property All Risks (PAR) Insurance Policies**
   These cover the risk of potential loss of our operational assets in relation to the distribution business at the Head Office and in the areas of operation.

2. **Marine Open Cover Insurance Policies**
   These cover the risk of potential loss of inventories in our operational locations, including inventories in distributors' warehouses and in transit.

3. **Public Product Liability Insurance Policies**
   These cover risks related to Unilever products, such as the risk of product recall.

4. **Business Travel Personal Accident Insurance**
   Unilever Indonesia employees who are travelling on Company business are protected under policies with worldwide coverage against financial losses resulting from accidents during travel.

Pelaksanaan Penerapan Aspek dan Prinsip Tata Kelola Perusahaan Sesuai Ketentuan OJK

IMPLEMENTATION OF CORPORATE GOVERNANCE ASPECTS AND PRINCIPLES IN COMPLIANCE WITH OJK PROVISIONS

No	PRINSIP Principle		REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
I	**ASPEK 1: HUBUNGAN PERUSAHAAN TERBUKA DENGAN PEMEGANG SAHAM DALAM MENJAMIN HAK-HAK PEMEGANG SAHAM;** **ASPECT 1: OPEN CORPORATE RELATIONSHIP WITH SHAREHOLDERS IN PROTECTING SHAREHOLDERS' RIGHTS;**				
	PRINSIP 1 **MENINGKATKAN NILAI PENYELENGGARAAN RUPS** **PRINCIPLE 1** **INCREASING THE VALUE OF THE AGMS**	a.	Perusahaan Terbuka memiliki cara atau prosedur teknis pengumpulan suara (*voting*) baik secara terbuka maupun tertutup yang mengedepankan independensi, dan kepentingan pemegang saham. Public companies have a method or procedure for voting, whether open or closed, that protects the independence and the interests of the shareholders.	Setiap saham dengan hak suara yang dikeluarkan mempunyai satu hak suara (*one share one vote*). Pemegang saham dapat menggunakan hak suaranya pada saat pengambilan keputusan, terutama dalam pengambilan keputusan dengan cara pengumpulan suara (*voting*). Namun demikian, mekanisme pengambilan keputusan dengan cara pengumpulan suara (*voting*) baik secara terbuka maupun tertutup belum diatur secara rinci. Every share with voting rights has one vote (*one share one vote*). Shareholders can use their vote when decisions are taken, specifically decisions that are taking by voting. However, whether voting is open or closed is not specified in detail.	Sesuai dengan Pasal 15.4 Anggaran Dasar Perseroan, setiap saham yang diterbitkan mewakili satu suara (satu saham satu suara). Pursuant to Article 15.4 of the Company's Articles of Association, every issued share with voting rights has one vote (one share one vote).
				Perusahaan Terbuka direkomendasikan mempunyai prosedur pengambilan suara dalam pengambilan keputusan atas suatu mata acara RUPS. Adapun prosedur pengambilan suara (*voting*) tersebut harus menjaga independensi ataupun kebebasan pemegang saham. Sebagai contoh, dalam pengumpulan suara (*voting*) secara terbuka dilakukan dengan cara mengangkat tangan sesuai dengan instruksi pilihan yang ditawarkan oleh pimpinan RUPS. Sedangkan, dalam pengumpulan suara (*voting*) secara tertutup dilakukan pada keputusan yang membutuhkan kerahasiaan ataupun atas permintaan pemegang saham, dengan cara menggunakan kartu suara ataupun dengan penggunaan *electronic voting*. It is recommended that public companies have a procedure for voting on agenda items at the AGMS. Shareholders must be able to vote freely and independently. As an example, open voting should be done by a show of hands in response to the choices offered by the chair of the AGMS. Closed voting, meanwhile, should be implemented for decisions that require confidentiality, or at the request of the shareholders, by using ballot papers or electronic voting.	Prosedur pemungutan suara dijelaskan dalam Aturan Prosedur untuk Rapat Umum Pemegang Saham yang tersedia di situs web Perseroan sebelum tanggal diselenggarakannya Rapat. Prosedur tersebut juga menyatakan bahwa Ketua Rapat akan menanyakan apakah ada pemegang saham dan/atau wakil mereka yang tidak setuju dengan agenda rapat, atau ada yang memilih untuk abstain. Para pemegang saham tersebut kemudian akan diberikan formulir yang dapat mereka isi secara rahasia untuk menyatakan penolakan atau ketidaksetujuan mereka. Setiap perhitungan suara mengacu pada jumlah saham yang dimiliki oleh masing-masing pemegang saham (Poll Vote). Suara kemudian dihitung, divalidasi dan diumumkan oleh pihak independen (notaris). Peraturan Prosedur Rapat Perseroan tersedia di situs web Perseroan sebelum tanggal dilaksanakannya Rapat, sebagaimana dinyatakan pada halaman 154 dari Laporan Tahunan ini. The voting procedure is explained in the Rules of Procedure for the General Meeting of Shareholders, which is made available on the Corporate website before the date of the Meeting. It is stated in the procedures that the Chair of the Meeting will ask if there are any shareholders and/or their proxies who do not agree with the subject of an agenda item, or who choose to abstain. Those shareholders will then be given a form which they can fill in confidentially, declaring their abstention or disagreement. Every vote count refers to the number of shares held by each shareholder (Poll Vote). The votes are counted, validated and announced by an independent party (a notary). The Company makes the Meeting Rules of Procedure available on the corporate website prior to the date of the Meeting, as stated on page 154 of the Annual Report.

No	PRINSIP Principle		REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
		b.	Seluruh anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris Perusahaan Terbuka hadir dalam RUPS Tahunan. All members of the Board of Directors and Board of Commissioners attend the annual general meeting of shareholders.	Kehadiran seluruh anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris Perusahaan Terbuka bertujuan agar setiap anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris dapat memperhatikan, menjelaskan dan menjawab secara langsung permasalahan yang terjadi atau pertanyaan yang diajukan oleh pemegang saham terkait mata acara dalam RUPS. The attendance of all the members of the Board of Directors and Board of Commissioners of a public company is intended to ensure that each member of the Board of Directors and Board of Commissioners can directly attend to, explain and respond to issues that arise or questions posed by the shareholders in relation to the items on the agenda of the AGM.	Setiap anggota Direksi dan Dewan Komisaris menghadiri Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) 2017 kecuali Bapak Cyrillus Harinowo yang berhalangan hadir, sebagaimana tercantum pada halaman 163 Laporan Tahunan ini. Daftar hadir juga dapat dilihat di risalah RUPS, yang tersedia di situs web Perseroan. Every member of the Board of Directors and Board of Commissioners attended the 2017 Annual General Meeting of Shareholders (AGMS), with the exception of Mr. Cyrillus Harinowo was unable to attend the meeting, as noted on page 163 of the Annual Report. The attendance list can also be seen in the minutes of the AGMS, which are available on the corporate website.
		c.	Ringkasan risalah RUPS tersedia dalam situs *web* Perusahaan Terbuka paling sedikit selama 1 (satu) tahun. A summary of the minutes of the AGM is available on the Website of a public company for at least 1 (one) year.	Perusahaan Terbuka wajib membuat ringkasan risalah RUPS dalam bahasa Indonesia dan bahasa asing (minimal dalam bahasa Inggris), serta diumumkan 2 (dua) hari kerja setelah RUPS diselenggarakan kepada masyarakat, yang salah satunya melalui situs *web* Perusahaan Terbuka. Ketersediaan ringkasan risalah RUPS pada situs *web* Perusahaan Terbuka memberikan kesempatan bagi pemegang saham yang tidak hadir untuk mendapatkan informasi penting dalam penyelenggaraan RUPS secara mudah dan cepat. Oleh karena itu, ketentuan tentang jangka waktu minimal ketersediaan ringkasan risalah RUPS di situs *web* dimaksudkan untuk menyediakan kecukupan waktu bagi pemegang saham untuk memperoleh informasi tersebut. A public company must make a summary of the minutes of the AGM in Indonesian and a foreign language (English at a minimum), and publish it 2 (two) working days after the AGM, at least through the corporate website. Making a summary of the AGM minutes available on the corporate website provides an opportunity for any shareholders who do not attend the AGM to obtain important information from the AGM quickly and easily. As a result, the provision on the minimum length of time that the AGM minutes summary should be available on the website is intended to ensure sufficient time for the shareholders to obtain such information.	Ringkasan Risalah RUPS diterbitkan di dua surat kabar nasional (Bisnis Indonesia dan Investor Daily) dan dapat diakses di situs web Perseroan dalam Bahasa Indonesia dan bahasa asing (Inggris). Ringkasan Risalah tersebut diterbitkan satu hari kerja setelah dilaksanakannya RUPS. Ringkasan dari RUPS dalam 5 (lima) tahun terakhir tersedia di situs web Perseroan. A summary of the Minutes of the AGM is published in two national newspapers (Bisnis Indonesia and Investor Daily) and can be accessed on the Company's website Indonesian and a foreign language (English). The summaries of the Minutes are published one working day after the AGM. Summaries from the last 5 (five) years are available on the website.

No	PRINSIP Principle		REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
	PRINSIP 2 MENINGKATKAN KUALITAS KOMUNIKASI PERUSAHAAN TERBUKA DENGAN PEMEGANG SAHAM ATAU INVESTOR. **PRINCIPLE 2 STRENGTHENING THE QUALITY OF COMMUNICATION BETWEEN PUBLIC COMPANIES AND THE SHAREHOLDERS OR INVESTORS.**	a.	Perusahaan Terbuka memiliki suatu kebijakan komunikasi dengan pemegang saham atau investor. Public companies have a policy on communication with the shareholders or investors.	Adanya komunikasi antara Perusahaan Terbuka dengan pemegang saham atau investor dimaksudkan agar para pemegang saham atau investor mendapatkan pemahaman lebih jelas atas informasi yang telah dipublikasikan kepada masyarakat, seperti laporan berkala, keterbukaan informasi, kondisi atau prospek bisnis dan kinerja, serta Pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan Terbuka. Di samping itu, pemegang saham atau investor juga dapat menyampaikan masukan dan opini kepada manajemen Perusahaan Terbuka. Kebijakan komunikasi dengan para pemegang saham atau investor menunjukan komitmen Perusahaan Terbuka dalam melaksanakan komunikasi dengan para pemegang saham atau investor. Dalam kebijakan tersebut dapat mencakup strategi, program, dan waktu pelaksanaan komunikasi, serta panduan yang mendukung pemegang saham atau investor untuk berpartisipasi dalam komunikasi tersebut. Communication between a public company and its shareholders or investors is intended to ensure that the shareholders or investors can get a clearer understanding about the information disclosed to the public, such as the periodic reports, information disclosures, business conditions or prospects and performance, and corporate governance of a public company. In addition, the shareholders or investors can also give their input and opinions to the management of the public company. The policy on communication with the shareholders or investors demonstrates a public company's commitment to maintaining communication with its shareholders or investors. The policy can include strategies, programmes and scheduling of communications, as well as guidelines that support the participation of the shareholders or investors in such communication.	Perseroan memiliki kebijakan tentang komunikasi dengan pemegang saham atau investor yang memandu bagaimana tata cara berkomunikasi Perseroan dengan pihak-pihak tersebut. Kebijakan ini secara umum menjelaskan proses komunikasi yang efektif dan efisien dengan pemegang saham dan investor untuk mendorong keterlibatan aktif mereka dan untuk memastikan bahwa Perseroan melindungi dan menjunjung tinggi hak-hak mereka. Saluran komunikasi ini diungkapkan pada halaman 201 Laporan Tahunan ini atau dapat diakses di situs web Perseroan. The Company has a policy on shareholder or investor communications that guides the Company's communications with these parties. The policy, which can be accessed on the corporate website and briefly explained in on page 201 of the Annual Report, explains the general processes to support effective and efficient communication with the shareholders and investors, to encourage their active involvement and to ensure that their rights are protected and exercised. This communication channel is on the page 201 of this Annual Report or can be accessed on the Company's website.
		b.	Perusahaan Terbuka mengungkapkan kebijakan komunikasi Perusahaan Terbuka dengan pemegang saham atau investor dalam situs *web*. Public companies disclose their policies on communication with the shareholders or investors on the Website.	Pengungkapan kebijakan komunikasi merupakan bentuk transparansi atas komitmen Perusahaan Terbuka dalam memberikan kesetaraan kepada semua pemegang saham atau investor atas pelaksanaan komunikasi. Pengungkapan informasi tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan partisipasi dan peran pemegang saham atau investor dalam pelaksanaan program komunikasi Perusahaan Terbuka. The disclosure of the communication policy is a form of transparency regarding a public company's commitment to providing equal opportunities to all shareholders or investors with regard to communication. The disclosure of this information is also intended to increase the participation and role of the shareholders or investors in the implementation of the public company's communications programme.	Kebijakan komunikasi pemegang saham/investor dapat diakses di situs web Perseroan (https://www.unilever.co.id/investorrelations/pedoman-tatakelolaperusahaan/kebijakan-terkait-tatakelola /). The shareholder/investor communications policy can be accessed on the corporate website (https://www.unilever.co.id/investorrelations/pedoman-tatakelolaperusahaan/kebijakan-terkait-tatakelola/).

No	PRINSIP Principle		REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
II	**ASPEK 2: FUNGSI DAN PERAN DEWAN KOMISARIS** **ASPECT 2: FUNCTION AND ROLE OF THE BOARD OF COMMISSIONERS**				
	PRINSIP 3 MEMPERKUAT KEANGGOTAAN DAN KOMPOSISI DEWAN KOMISARIS **PRINCIPLE 3 STRENGTHENING THE MEMBERSHIP AND COMPOSITION OF THE BOARD OF COMMISSIONERS**	a.	Penentuan jumlah anggota Dewan Komisaris mempertimbangkan kondisi Perusahaan Terbuka. The determination of the number of members of the Board of Commissioners takes into account the condition of the public company.	Jumlah anggota Dewan Komisaris dapat mempengaruhi efektivitas pelaksanaan tugas dari Dewan Komisaris. Penentuan jumlah anggota Dewan Komisaris Perusahaan Terbuka wajib mengacu kepada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang paling kurang terdiri dari 2 (dua) orang berdasarkan ketentuan peraturan OJK tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik. Selain itu, perlu juga mempertimbangkan kondisi Perusahaan Terbuka yang antara lain yang meliputi karakteristik, kapasitas, dan ukuran, serta pencapaian tujuan dan pemenuhan kebutuhan bisnis yang berbeda diantara Perusahaan Terbuka. Namun demikian, jumlah anggota Dewan Komisaris yang terlalu besar berpotensi mengganggu efektivitas pelaksanaan fungsi Dewan Komisaris. The number of members of the Board of Commissioners can influence the effectiveness of the execution of the duties of the Board of Commissioners. The determination of the number of members of the Board of Commissioners of a public company must refer to the provisions of the prevailing regulations, and thus consist of at least 2 (two) people, according to the provisions of the OJK regulation on the Board of Directors and Board of Commissioners of an Issuer or Public Company. On addition, it should take into account the condition of the public company, including its characteristics, capacity, and size, as well as the achievement of its objectives and fulfilment of business requirements, which differ from company to company. However, an excessive number of members of the Board of Commissioners can potentially interfere with the effective execution of the functions of the Board of Commissioners.	Sesuai dengan Piagam Dewan Komisaris pada bagian Tugas, Tanggung Jawab dan Wewenang butir (2), susunan dan kualitas Dewan Komisaris secara keseluruhan harus sesuai dengan ukuran Perusahaan, portofolio, budaya dan penyebaran geografis serta statusnya sebagai perusahaan tercatat. Komposisi Dewan Komisaris secara keseluruhan telah melebihi ketentuan peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 33/POJK.04/2014 dimana lebih dari 30% jumlah komisaris adalah Komisaris independen. Piagam Dewan Komisaris dapat diakses pada Situs Perseroan bagian Pedoman Tata Kelola Perusahaan. Hingga saat ini, Perseroan memiliki 5 (lima) anggota Dewan Komisaris. According to point (2) of the Duties, Responsibilities and Authority section of the Board of Commissioners' Charter, the composition and quality of the Board of Commissioners must be commensurate with the Company's size, portfolio, culture and geographic footprint, as well as its status as a listed company. The composition of the current Board of Commissioners goes beyond compliance with the provisions of OJK No 33/POJK.04/2014, which states that more than 30% of the Board must be independent commissioners. The Board of Commissioners' Charter is available on the corporate website in the Corporate Governance section. The Company's Board of Commissioners currently has 5 (five) members.

No	PRINSIP Principle	REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
		b. Penentuan komposisi anggota Dewan Komisaris memperhatikan keberagaman keahlian, pengetahuan, dan pengalaman yang dibutuhkan. The determination of the composition of the Board of Commissioners takes into account the diversity of expertise, knowledge, and experience required.	Komposisi Dewan Komisaris merupakan kombinasi karakteristik baik dari segi organ Dewan Komisaris maupun anggota Dewan Komisaris secara individu, sesuai dengan kebutuhan Perusahaan Terbuka. Karakteristik tersebut dapat tercermin dalam penentuan keahlian, pengetahuan, dan pengalaman yang dibutuhkan dalam pelaksanaan tugas pengawasan dan pemberian nasihat oleh Dewan Komisaris Perusahaan Terbuka. Komposisi yang telah memperhatikan kebutuhan Perusahaan Terbuka merupakan suatu hal yang positif, khususnya terkait pengambilan keputusan dalam rangka pelaksanaan fungsi pengawasan yang dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang lebih luas. The composition of the Board of Commissioners is a combination of the characteristics of the organ of the Board of Commissioners and the individual members of the Board of Commissioners, in accordance with the requirements of the public company. These characteristics may be reflected in the determination of the expertise, knowledge and experience required for the execution of the supervisory and advisory duties of the Board of Commissioners of a public company. A composition that takes into account the needs of the public company is a positive trait, specifically in relation to decision making in the execution of the supervisory function which is done by taking into account various broader aspects.	Sebagaimana diuraikan dalam butir (2) Piagam Dewan Komisaris pada bagian Tugas, Tanggung Jawab dan Otoritas, Perseroan memastikan adanya keberagaman dalam komposisi Dewan Komisarisdalam hal usia, keahlian dan latar belakang sosial. Pada butir keahlian dan pengalaman yang diharapkan juga menyatakan pentingnya satu atau lebih anggota Dewan Komisaris yang memiliki keahlian dan pengalaman berikut ini: - Pengalaman dan pengetahuan tentang layanan publik atau industri barang konsumen, ritel atau layanan pelanggan; - Rekam jejak yang terbukti dan beragam pengalaman dalam satu atau lebih hal berikut ini: keuangan, pemasaran, perdagangan, urusan hukum, kebijakan publik, pasar modal, atau keberlanjutan; dan Pengalaman dan pengetahuan tentang praktik tata kelola perusahaan di sebuah perusahaan besar. Piagam Dewan Komisaris dapat diakses di situs web Perseroan. As specified in point (2) of the Duties, Responsibilities and Authority section of the Board of Commissioners' Charter, the Company's objective with regard to the diversity of the composition of the Board of Commissioners is to ensure that a range of ages, expertise and social backgrounds is represented on the Board. The point on expected expertise and experience also states that it is important that one or more members of the Board of Commissioners possesses the following expertise and experience: - Experience and knowledge of public service or the goods, retail or customer service industry; - A proven track record and varied experience in one or more of the following: finance, marketing, trading, legal affairs, public policy, the capital market or sustainability; and Experience and knowledge of corporate governance practices in a large company. The Board of Commissioners' Charter can be accessed on the corporate website.

No	PRINSIP Principle		REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
	PRINSIP 4 MENINGKATKAN KUALITAS PELAKSANAAN TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB DEWAN KOMISARIS. PRINCIPLE 4 STRENGTHENING THE QUALITY OF THE EXECUTION OF DUTIES AND RESPONSIBILITIES OF THE BOARD OF COMMISSIONERS.	a.	Dewan Komisaris mempunyai kebijakan penilaian sendiri (*Self-Assessment*) untuk menilai kinerja Dewan Komisaris. The Board of Commissioners has a policy on Self-Assessment to evaluate the performance of the Board of Commissioners.	Kebijakan penilaian sendiri (*Self-Assessment*) Dewan Komisaris merupakan suatu pedoman yang digunakan sebagai bentuk akuntabilitas atas penilaian kinerja Dewan Komisaris secara kolegial. *Self-Assessment* atau penilaian sendiri dimaksud dilakukan oleh masing-masing anggota untuk menilai pelaksanaan kinerja Dewan Komisaris secara kolegial, dan bukan menilai kinerja individual masing-masing anggota Dewan Komisaris. Dengan adanya *Self-Assessment* ini diharapkan masing-masing anggota Dewan Komisaris dapat berkontribusi untuk memperbaiki kinerja Dewan Komisaris secara berkesinambungan. Dalam kebijakan tesebut dapat mencakup kegiatan penilaian yang dilakukan beserta maksud dan tujuannya, waktu pelaksanaannya secara berkala, dan tolak ukur atau kriteria penilaian yang digunakan sesuai dengan dengan rekomendasi yang diberikan oleh fungsi Remunerasi dan Nominasi Perusahaan Terbuka, dimana adanya fungsi tersebut telah diwajibkan dalam Peraturan OJK tentang Komite Remunerasi dan Nominasi Emiten atau Perusahaan Publik. The policy on the Self-Assessment of the Board of Commissioners is a guideline that should be used as a form of accountability in the performance assessment of the Board of Commissioners on a collegial basis. The self-assessment is intended to be done by each member to evaluate the performance of the Board of Commissioners collectively, and not to assess the individual performance of members of the Board of Commissioners. The use of self-assessment is expected to enable each member of the Board of Commissioners to contribute to the continuous improvement of the Board of Commissioners' performance. This policy can include the assessment activities that are done as well as their purpose, scheduling, and assessment criteria used in accordance with the recommendations of the Remuneration and Nomination function of the public company, which is required by the OJK regulation on the Nomination and Remuneration Committee of the Issuer or Public Company.	Bagian dari Piagam Dewan Komisaris tentang Pelaporan dan Pertanggungjawaban menyatakan bahwa Dewan Komisaris melakukan penilaian sendiri atas kinerjanya secara kolegial berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi. Penilaian ini mencakup pengawasan yang mereka lakukan dan dukungan yang mereka berikan terkait penerapan tata kelola perusahaan yang baik di dalam Perseroan. Dewan Komisaris mengevaluasi kinerja setiap anggotanya setiap tahun berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi. The section of the Board Charter on Reporting and Accountability states that the Board of Commissioners conducts a self-assessment of its performance on a collegial basis, based on the criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee, which include their oversight of, and support for, the implementation of good corporate governance in the Company. The Board of Commissioners evaluates the performance of each of its members every year based on the criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee.

No	PRINSIP Principle	REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
		b. Kebijakan penilaian sendiri (*Self-Assessment*) untuk menilai kinerja Dewan Komisaris, diungkapkan melalui Laporan Tahunan Perusahaan Terbuka. The policy on Self-Assessment to evaluate the performance of the Board of Commissioners is stated in the Annual Report of a public company.	Pengungkapan kebijakan *Self-Assessment* atas kinerja Dewan Komisaris dilakukan tidak hanya untuk memenuhi aspek transparansi sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan tugasnya, namun juga, untuk memberikan keyakinan khususnya kepada para pemegang saham atau investor atas upaya-upaya yang perlu dilakukan dalam meningkatkan kinerja Dewan Komisaris. Dengan adanya pengungkapan tersebut pemegang saham atau investor mengetahui mekanisme *check and balance* terhadap kinerja Dewan Komisaris. The disclosure of the self-assessment policy for the Board of Commissioners is not only to fulfil the transparency aspect of their accountability for the execution of their duties, but also to provide assurance, specifically to the shareholders or investors, of the actions needed to improve the performance of the Board of Commissioners. Through this disclosure, the shareholders or investors will be informed about the check and balance mechanisms on the Board of Commissioners' performance.	Pada Laporan Tahunan halaman 157-158, Perseroan telah mengungkapkan kebijakan penilaian performa Direksi dan Dewan Komisaris. Telah dijelaskan bahwa Dewan Komisaris telah melakukan penilaian sendiri secara kolegial berdasarkan kriteria yang telah direkomendasikan oleh Komite Pencalonan dan Pengupahan/Komite Nominasi dan Remunerasi terkait efektivitas pengawasan dan dukungan mereka terhadap implementasi praktik tata kelola Perseroan yang baik. Hasil kerja pengawasan Dewan Komisaris selama tahun berjalan dapat dilihat pada Laporan Presiden Komisaris yang tercantum dalam Laporan Tahunan halaman 17-21. The Company's policy on the performance assessment of the Board of Directors and Board of Commissioners is described on pages 157-158 of the Annual Report. It notes that the Board of Commissioners has conducted a collegial self-assessment based on the criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee. These critera relate to the effectiveness of the Board's oversight of and support for the implementation of good corporate governance practices. The results of the Board of Commissioners' supervision during the year under review are reported in the Report of the President Commissioner on pages 17-21 of the Annual Report.
		c. Dewan Komisaris mempunyai kebijakan terkait pengunduran diri anggota Dewan Komisaris apabila terlibat dalam kejahatan keuangan. The Board of Commissioners has a policy on the resignation of members of the Board of Commissioners who are involved in financial crimes.	Kebijakan pengunduran diri anggota Dewan Komisaris yang terlibat dalam kejahatan keuangan merupakan kebijakan yang dapat meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan terhadap Perusahaan Terbuka, sehingga integritas perusahaan akan tetap terjaga. Kebijakan ini diperlukan untuk membantu kelancaran proses hukum dan agar proses hukum tersebut tidak mengganggu jalannya kegiatan usaha. Selain itu, dari sisi moralitas, kebijakan ini membangun budaya beretika di lingkungan Perusahaan Terbuka. Kebijakan tersebut dapat tercakup dalam Pedoman ataupun Kode Etik yang berlaku bagi Dewan Komisaris. Selanjutnya, yang dimaksud dengan terlibat dalam kejahatan keuangan merupakan adanya status terpidana terhadap anggota Dewan Komisaris dari pihak yang berwenang. Kejahatan keuangan dimaksud seperti manipulasi dan berbagai bentuk penggelapan dalam kegiatan jasa keuangan serta Tindakan Pidana Pencucian Uang sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pencucian Uang. The policy on the resignation of members of the Board of Commissioners who are involved in financial crimes can increase stakeholders' trust in a public company, ensuring that the integrity of the company is maintained. This policy is necessary to facilitate legal processes and ensure that such legal processes do not disrupt the business activities. In addition, from a moral perspective, this policy contributes to the building of an ethical culture in a public company. The policy can include the Guidelines or Code of Conduct that apply to the Board of Commissioners. Further, what is intended by involvement in a financial crime is when a member of the Board of Commissioners is convicted by the competent authorities. Financial crimes include manipulation and various forms of fraud in financial activities as well as money laundering as intended in Law No. 8 Year 2010 regarding the Prevention and Eradication of Money Laundering Offences.	Pada bagian Persyaratan Jabatan Piagam Dewan Komisaris menjelaskan bahwa jika seorang anggota Dewan dihukum karena melakukan tindak pidana, ia akan Langsung mengundurkan diri dari Dewan Komisaris. The Term of Office section of the Board of Commissioners' Charter explains that if a Board member is convicted of a criminal offence, he or she will immediately tender their resignation from the Board of Commissioners.

No	PRINSIP Principle		REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
		d.	Dewan Komisaris atau Komite yang menjalankan fungsi Remunerasi dan Nominasi menyusun kebijakan suksesi dalam proses Nominasi anggota Direksi. The Board of Commissioners or the committee that performs the Remuneration and Nomination functions develops a succession policy for the process of nominating members of the Board of Directors.	Berdasarkan ketentuan Peraturan OJK tentang Komite Remunerasi dan Nominasi Emiten atau Perusahaan Publik, komite yang menjalankan fungsi nominasi mempunyai tugas untuk menyusun kebijakan dan kriteria yang dibutuhkan dalam proses Nominasi calon anggota Direksi. Salah satu kebijakan yang dapat mendukung proses Nominasi sebagaimana dimaksud adalah kebijakan suksesi anggota Direksi. Kebijakan mengenai suksesi bertujuan untuk menjaga kesinambungan proses regenerasi atau kaderisasi kepemimpinan di perusahaan dalam rangka mempertahankan keberlanjutan bisnis dan tujuan jangka panjang perusahaan. Pursuant to the provisions in the OJK regulation on the Nomination and Remuneration Committee of an Issuer or Public Company, the committee that performs the nomination function has the task of developing policies and criteria required for the process of nominating candidates for the Board of Directors. One of the policies that can support the nomination process is a succession policy for the Board of Directors. A succession policy is aimed at ensuring the continuity of the regeneration or caderisation of leadership in the company in the interests of maintaining the continuity of the company's business and long-term objectives.	Halaman 167-168 dari Laporan Tahunan ini mencatat bahwa Komite Nominasi dan Remunerasi telah memberikan rekomendasi mengenai rencana suksesi Perseroan. Perencanaan suksesi dilakukan secara sistematis dan komprehensif yang mencakup pemetaan bakat, identifikasi orang-orang yang memiliki potensi kepemimpinan di seluruh organisasi, dan program pengembangan terpadu yang menggabungkan pelatihan, pendampingan dan pembinaan, penempatan kerja dan rotasi. Pages 167-168 of the Annual Report note that the Nomination and Remuneration Committee has made recommendations on the Company's succession planning. Succession planning is a systematic and comprehensive process that covers talent mapping, identification of people with leadership potential across the organisation, and an integrated development programme that incorporates training, mentoring and coaching, job placements and rotation.
III	**ASPEK 3: FUNGSI DAN PERAN DIREKSI ASPECT 3: FUNCTION AND ROLE OF THE BOARD OF DIRECTORS**				
	PRINSIP 5 MEMPERKUAT KEANGGOTAAN DAN KOMPOSISI DIREKSI. **PRINCIPLE 5 STRENGTHENING THE MEMBERSHIP AND COMPOSITION OF THE BOARD OF DIRECTORS.**	a.	Penentuan jumlah anggota Direksi mempertimbangkan kondisi Perusahaan Terbuka serta efektifitas dalam pengambilan keputusan. The determination of the number of members of the Board of Directors takes into account the condition of the public company and the effectiveness of decision making.	Sebagai organ perusahaan yang berwenang dalam pengurusan perusahaan, penentuan jumlah Direksi sangat mempengaruhi jalannya kinerja Perusahaan Terbuka. Dengan demikian, penentuan jumlah anggota Direksi harus dilakukan melalui pertimbangan yang matang dan wajib mengacu pada ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku, dimana berdasarkan Peraturan OJK tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik paling sedikit terdiri dari 2 (dua) orang. Disamping itu, dalam penentuan jumlah Direksi harus didasarkan pada kebutuhan untuk mencapai maksud dan tujuan Perusahaan Terbuka dan disesuaikan dengan kondisi Perusahaan Terbuka, meliputi karakteristik, kapasitas dan ukuran Perusahaan Terbuka serta bagaimana tercapainya efektivitas pengambilan keputusan Direksi. As the corporate organ that is authorised to run the company, the Board of Directors' structure (number for members) has a strong influence the performance of a public company. Therefore, the determination of the number of members of the Board of Directors must take into account requires careful consideration and must refer to the provisions of the prevailing laws and regulations, including the OJK rule on the Board of Directors and Board of Commissioners of an Issuer or Public Company, which states that it must have at least 2 (two) people. In addition, the determination of the number of members of the Board of Directors must be based on what is needed to achieve the intentions of the public company and be commensurate with the condition of the public company, including its characteristics, capacity and size, and how to achieve effective decision making by the Board of Directors.	Bagian Struktur Keanggotaan dari Piagam Direksi menetapkan bahwa komposisi dan kualitas Direksi harus sepadan dengan ukuran, portofolio, budaya, dan letak geografis Perseroan serta statusnya sebagai perusahaan tercatat. Direksi Perseroan saat ini memiliki 10 (sepuluh) anggota. Komposisi Direksi telah sesuai dengan peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014. Piagam Direksi tersedia di situs web Perseroan pada bagian Pedoman Tata Kelola Perseroan. The Membership Structure section of the Board of Directors' Charter specifies that the composition and quality of the Board of Directors must be commensurate with the Company's size, portfolio, culture and geographic footprint as well as its status as a listed company. The Company's Board of Directors currently has 10 (ten) members. The composition of the Board of Directors complies with OJK regulation No. 33/POJK.04/2014. The Board of Directors' Charter is available on the corporate website in the Corporate Governance Guidelines section.

No	PRINSIP Principle	REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
		b. Penentuan komposisi anggota Direksi memperhatikan, keberagaman keahlian, pengetahuan, dan pengalaman yang dibutuhkan. The determination of the composition of the Board of Directors takes into account the diversity of expertise, knowledge and experience required.	Seperti halnya Dewan Komisaris, keberagaman komposisi anggota Direksi merupakan kombinasi karakteristik yang diinginkan baik dari segi organ Direksi maupun anggota Direksi secara individu, sesuai dengan kebutuhan Perusahaan Terbuka. Kombinasi tersebut ditentukan dengan cara memperhatikan keahlian, pengetahuan dan pengalaman yang sesuai pada pembagian tugas dan fungsi jabatan Direksi dalam mencapai tujuan Perusahaan Terbuka. Dengan demikian, pertimbangan kombinasi karakteristik dimaksud akan berdampak dalam ketepatan proses pencalonan dan penunjukan individual anggota Direksi ataupun Direksi secara kolegial. As with the Board of Commissioners, diversity in the membership composition of the Board of Directors is the combination of desired characteristics on the Board both as an organ and as individual members, in line with the needs of the public company. This combination is determined by taking into account the expertise, knowledge and experience appropriate to the division of duties and functions of the Board of Directors in achieving the objectives of the public company. Therefore, the consideration of the combination of characteristics will have an influence on the process for nominating and appointing individual members of the Board of Directors or the Board as a whole.	Bagian Piagam Direksi tentang Struktur Keanggotaan menjelaskan bahwa Perseroan memastikan adanya keberagaman dalam komposisi Direksi dalam hal usia, keahlian dan latar belakang sosial. Persyaratan bagi anggota Direksi termasuk diantaranya adalah memiliki pengetahuan keuangan yang memadai, dan satu atau lebih anggota harus memiliki keahlian dan pengalaman berikut ini: - Pengalaman dan pengetahuan tentang tata kelola perusahaan tercatat yang berskala internasional dengan ukuran yang kurang lebih sama dengan Perseroan; - Pemahaman tentang manajemen sumber daya manusia dan praktik-praktik remunerasi dalam perusahaan internasional besar; - Pengalaman dalam administrasi keuangan, kebijakan akuntansi dan pengendalian internal; - Pengalaman dalam manajemen risiko di perusahaan multinasional yang terdaftar di bursa efek; - Pemahaman tentang pasar setempat dimana Perseroan beroperasi; - Pengalaman dan pemahaman tentang pasar barang-barang konsumen yang bergerak cepat (FMCG); - Pemahaman tentang pemasaran dan perdagangan; dan - Pemahaman tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Penjelasan lebih lanjut mengenai komposisi anggota Direksi dan struktur keanggotaan dapat dilihat di Piagam Direksi yang tersedia di situs web Perseroan pada bagian Pedoman Tata Kelola Perusahaan. The section of the Board of Directors' Charter on Membership Structure explains that the Company's objective with regard to the diversity of the composition of the Board of Directors is to ensure that a variety of ages, expertise and social background are represented on the Board. The material requirements for members of the Board of Directors include adequate financial knowledge and one or more of the members must possess the following expertise and experience: - Experience and knowledge of corporate governance in a similarly size listed company with international activities; - An understanding of human resource management and remuneration practices in a large international company; - Experience in financial administration, accounting policy and internal control; - Experience in risk management in a listed multinational company; - An understanding of the local market where the Company operates; - Experience in, and an understanding of, the fast-moving consumer goods (FMCG) market; - An understanding of marketing and trade; and - An understanding of corporate social responsibility. Further explanation regarding regarding the composition and the membership structure of members of the Board of Directors can be seen in The Board of Directors' Charter which available on the Company's website in the Corporate Governance Guidelines section.

No	PRINSIP Principle	REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
	c	Anggota Direksi yang membawahi bidang akuntansi atau keuangan memiliki keahlian dan/atau pengetahuan di bidang akuntansi. Members of the Board of Directors who head accounting or finance areas have expertise in and/or knowledge of accounting.	Laporan Keuangan merupakan laporan pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan sumber daya yang dimiliki oleh Perusahaan Terbuka, yang wajib disusun dan disajikan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan yang berlaku umum di Indonesia dan juga peraturan OJK terkait, antara lain peraturan perundang-undangan di sektor Pasar Modal yang mengatur mengenai penyajian dan pengungkapan Laporan Keuangan Perusahaan Terbuka. Berdasarkan peraturan perundang-undangan di sektor Pasar Modal yang mengatur mengenai tanggung jawab Direksi atas Laporan Keuangan, Direksi secara tanggung renteng bertanggung jawab atas Laporan Keuangan, yang ditandatangani Direktur Utama dan anggota Direksi yang membawahi bidang akuntansi atau keuangan. Dengan demikian, pengungkapan dan penyusunan informasi keuangan yang disajikan dalam laporan keuangan akan sangat tergantung pada keahlian, dan/atau pengetahuan Direksi, khususnya anggota Direksi yang membawahi bidang akuntansi atau keuangan. Adanya kualifikasi keahlian dan/atau pengetahuan di bidang akuntansi yang setidaknya dimiliki anggota Direksi dimaksud dapat memberikan keyakinan atas penyusunan Laporan Keuangan, sehingga Laporan Keuangan tersebut dapat diandalkan oleh para pemangku kepentingan (*stakeholders*) sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi terkait Perusahaan Terbuka dimaksud. Keahlian dan/atau pengetahuan tersebut dapat dibuktikan dengan latar belakang pendidikan, sertifikasi pelatihan dan/atau pengalaman kerja terkait. The financial statement is management's accountability report on the management of the public company's resources, which must be compiled and presented in accordance with the generally accepted Financial Accounting Standards in Indonesia as well as the relevant OJK regulations, including the Capital Market laws and regulations that govern the presentation and announcement of the financial statements of a public company. According to the Capital market laws and regulations that that regulate the Board of Directors' responsibility for the financial statements, the Board of Directors are jointly and severally liable for the financial statements, which are signed by the President Director and the members of the Board of Directors that head the financial or accounting sections. Therefore, the disclosure and compilation of the information presented in the financial statements is highly dependent on the expertise and/or knowledge of the Board of Directors, specifically the members of the Board of Directors who head the financial or accounting sections. The minimum accounting qualifications, expertise and/or knowledge that the Board of Directors must have is intended to provide assurance on the compilation of the financial statements, such that the financial statements can be relied upon by the stakeholders as the basis for taking economic decisions related to the public company. The expertise and/or knowledge can be proven by relevant educational background, training certificates and/or work experience.	Piagam Direksi menetapkan bahwa Direksi harus memiliki setidaknya satu ahli keuangan. Halaman 55 dari Laporan Tahunan ini mencatat bahwa Direktur Keuangan saat ini memiliki latar belakang pendidikan di bidang Akuntansi, serta telah memiliki pengalaman yang diperoleh melalui beberapa posisi senior termasuk Manajer Komersial, Direktur Perencanaan & Analisis Keuangan Unilever Vietnam, Direktur Audit Korporate Global yang berbasis di Singapura, dan Direktur Keuangan Regional untuk Unilever Food Solutions Asia Afrika. Lebih lanjut mengenai hal ini dapat dilihat di Piagam Direksi yang tersedia di situs web Perseroan www.unilever.co.id The Board of Directors' Charter specifies that the Board must have at least one financial expert. Page 55 of the Annual Report notes that the current Finance Director has an educational background in Accountancy, as well as experience gained through several senior positions including Commercial Manager, Financial Planning & Analysis Director of Unilever Vietnam, Global Corporate Audit Director based in Singapore, and Regional Finance Director for Asia Africa Food Solutions. More about this can be seen in The Board of Directors' Charter which available on the Company's website www.unilever.co.id

No	PRINSIP Principle		REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
	PRINSIP 6 MENINGKATKAN KUALITAS PELAKSANAAN TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB DIREKSI. **PRINCIPLE 6 STRENGTHENING THE QUALITY OF THE EXECUTION OF DUTIES AND RESPONSIBILITIES OF THE BOARD OF DIRECTORS.**	a.	Direksi mempunyai kebijakan penilaian sendiri (*Self Assessment*) untuk menilai kinerja Direksi. The Board of Directors has a policy on Self-Assessment to evaluate the performance of the Board of Directors.	Seperti halnya pada Dewan Komisaris, kebijakan penilaian sendiri (*Self Assessment*) Direksi merupakan suatu pedoman yang digunakan sebagai bentuk akuntabilitas atas penilaian kinerja Direksi secara kolegial. *Self Assessment* atau penilaian sendiri dimaksud dilakukan oleh masing-masing anggota Direksi untuk menilai pelaksanaan kinerja Direksi secara kolegial, dan bukan menilai kinerja individual masing-masing anggota Direksi. Dengan adanya *Self Assessment* ini diharapkan masing-masing anggota Direksi dapat berkontribusi untuk memperbaiki kinerja Direksi secara berkesinambungan. Dalam kebijakan tesebut dapat mencakup kegiatan penilaian yang dilakukan beserta maksud dan tujuannya, waktu pelaksanaannya secara berkala, dan tolak ukur atau kriteria penilaian yang digunakan sesuai dengan rekomendasi yang diberikan oleh fungsi nominasi dan remunerasi Perusahaan Terbuka, dimana pembentukan fungsi tersebut telah diwajibkan dalam Peraturan OJK tentang Komite Nominasi dan Remunerasi Emiten atau Perusahaan Publik. As with the Board of Commissioners, the policy of self-assessment for the Board of Directors is a guideline that should be used as a form of accountability in the performance assessment of the Board of Directors on a collegial basis. The self-assessment is intended to be done by each member to evaluate the performance of the Board of collectively, and not to assess the individual performance of members of the Board of Directors. The use of self-assessment is expected to enable each member of the Board of Directors to contribute to the continuous improvement of the Board of Directors' performance. This policy can include the assessment activities that are done as well as their purpose, scheduling, and assessment criteria used in accordance with the recommendations of the Remuneration and Nomination function of the public company, which is required by the OJK regulation on the Nomination and Remuneration Committee of the Issuer or Public Company.	Piagam Direksi menetapkan bahwa anggota Direksi melakukan penilaian sendiri terhadap kinerja mereka secara kolektif berdasarkan kriteria yang diajukan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi, yang mencakup kinerja keuangan dan bisnis Perseroan, pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik, dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Selain itu, kinerja individu dan kolektif anggota Direksi dievaluasi setiap tahun oleh Dewan Komisaris, berdasarkan kriteria yang diajukan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi. The Board of Directors' Charter specifies that the Board conducts a self-assessment of its collective performance based on criteria proposed by the Nomination and Remuneration Committee, which include the Company's financial and business performance, the implementation of good corporate governance and compliance with the prevailing regulations. In addition, the individual and collective performance of the members of the Board of Directors is evaluated annually by the Board of Commissioners, based on the criteria proposed by the Nomination and Remuneration Committee.

No	PRINSIP Principle	REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
	b.	Kebijakan penilaian sendiri (*Self Assessment*) untuk menilai kinerja Direksi diungkapkan melalui laporan tahunan Perusahaan Terbuka. The policy on Self-Assessment to evaluate the performance of the Board of Directors is stated in the annual report of a public company.	Pengungkapan kebijakan *Self Assessment* atas kinerja Direksi dilakukan tidak hanya untuk memenuhi aspek transparansi sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan tugasnya, namun juga untuk memberikan informasi penting atas upaya-upaya perbaikan dalam pengelolaan Perusahaan Terbuka. Informasi tersebut sangat bermanfaat untuk memberikan keyakinan kepada pemegang saham atau investor bahwa terdapat kepastian pengelolaan perusahaan terus dilakukan ke arah yang lebih baik. Dengan adanya pengungkapan tersebut pemegang saham atau investor mengetahui mekanisme *check and balance* terhadap kinerja Direksi. The disclosure of the self-assessment policy for the Board of Directors is not only to fulfil the transparency aspect of their accountability for the execution of their duties, but also to provide important information on the efforts to improve the management of a public company. This information is valuable for assuring the shareholders or investors that the management continues to improve. Through this disclosure, the shareholders or investors will be informed about the check and balance mechanisms on the Board of Directors' performance.	Sebagaimana dijelaskan pada halaman 158 dari Laporan Tahunan ini, Direksi melakukan penilaian sendiri setiap tahun atas kinerja mereka secara kolektif berdasarkan kriteria yang diajukan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi, yang meliputi kinerja keuangan dan bisnis Perseroan, penerapan tata kelola perusahaan yang baik, dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Kinerja manajemen diuraikan dalam laporan Direksi pada halaman 23-31 dari Laporan Tahunan ini. As noted on page 158 of the Annual Report, the Board of Directors conducts an annual self-assessment of its collective performance based on criteria proposed by the Nomination and Remuneration Committee, which include the Company's financial and business performance, the implementation of good corporate governance and compliance with the prevailing regulations. The management performance is desrcibed in the report of the Board of Directors on page 23-31 of the Annual Report.
	c.	Direksi mempunyai kebijakan terkait pengunduran diri anggota Direksi apabila terlibat dalam kejahatan keuangan. The Board of Directors has a policy on the resignation of members of the Board of Directors if they are involved in financial crimes.	Kebijakan pengunduran diri anggota Direksi yang terlibat dalam kejahatan keuangan merupakan kebijakan yang dapat meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan terhadap Perusahaan Terbuka, sehingga integritas perusahaan akan tetap terjaga. Kebijakan ini diperlukan untuk membantu kelancaran proses hukum dan agar proses hukum tersebut tidak mengganggu jalannya kegiatan usaha. Selain itu, dari sisi moralitas, kebijakan ini akan membangun budaya beretika di lingkungan Perusahaan Terbuka. Kebijakan tersebut dapat tercakup dalam Pedoman ataupun Kode Etik yang berlaku bagi Direksi. Selanjutnya, yang dimaksud dengan terlibat dalam kejahatan keuangan merupakan adanya status terpidana terhadap anggota Direksi dari pihak yang berwenang. Kejahatan keuangan dimaksud seperti manipulasi dan berbagai bentuk penggelapan dalam kegiatan jasa keuangan serta Tindakan Pidana Pencucian Uang sebagaimana dimaksud dalam Undang Undang Nomor 8 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pencucian Uang. The policy on the resignation of members of the Board of Directors who are involved in financial crimes can increase stakeholders' trust in a public company, ensuring that the integrity of the company is maintained. This policy is necessary to facilitate legal processes and ensure that such legal processes do not disrupt the business activities. In addition, from a moral perspective, this policy contributes to the building of an ethical culture in a public company. The policy can include the Guidelines or Code of Conduct that apply to the Board of Directors. Further, what is intended by involvement in a financial crime is when a member of the Board of Directors is convicted by the competent authorities. Financial crimes include manipulation and various forms of fraud in financial activities as well as money laundering as intended in Law No. 8 Year 2010 regarding the Prevention and Eradication of Money Laundering Offences.	Piagam Direksi menetapkan bahwa setiap anggota Direksi yang dinyatakan bersalah karena pelanggaran finansial akan langsung mengajukan pengunduran diri. The Board of Directors' Charter specifies that any member of the Board of Directors who is convicted of a financial offence will immediately tender his or her resignation.

No	PRINSIP Principle		REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
IV	**ASPEK 4: PARTISIPASI PEMANGKU KEPENTINGAN** **ASPECT 4: STAKEHOLDER PARTICIPATION**				
	PRINSIP 7 MENINGKATKAN ASPEK TATA KELOLA PERUSAHAAN MELALUI PARTISIPASI PEMANGKU KEPENTINGAN. PRINCIPLE 7 STRENGTHENING CORPORATE GOVERNANCE ASPECTS THROUGH STAKEHOLDER PARTICIPATION.	a.	Perusahaan Terbuka memiliki kebijakan untuk mencegah terjadinya *insider trading*. Public companies have a policy on preventing insider trading.	Seseorang yang mempunyai informasi orang dalam dilarang melakukan suatu transaksi Efek dengan menggunakan informasi orang dalam sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang mengenai Pasar Modal. Perusahaan Terbuka dapat meminimalisir terjadinya *insider trading* tersebut melalui kebijakan pencegahan, misalnya dengan memisahkan secara tegas data dan/atau informasi yang bersifat rahasia dengan yang bersifat publik, serta membagi tugas dan tanggung jawab atas pengelolaan informasi dimaksud secara proporsional dan efisien. Any person who has insider information is forbidden from conducting any securities transactions using that information as intended in the Capital Market Law. A public company can minimise the incidence of insider trading through prevention policies, for example by a strict separation of confidential and public data and/or information, as well as dividing the duties and responsibilities for managing such information proportionally and efficiently.	Kode Prinsip Bisnis, yang berfungsi sebagai pedoman internal dalam tata kelola perusahaan, menetapkan bahwa karyawan dilarang menggunakan informasi untuk membeli atau menjual sekuritas di Unilever PLC, Unilever NV atau anak perusahaan terdaftar Unilever — termasuk Unilever Indonesia — atau perusahaan publik lainnya. Sekuritas tersebut dapat mencakup saham, ekuitas dan derivatif, atau lindung nilai. Komite Pengungkapan Unilever bertanggung jawab, atas nama Manajemen, untuk memastikan bahwa Perseroan telah menerapkan prosedur dan kontrol yang diperlukan untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku tentang perdagangan saham yang menyangkut karyawan (insider trading). Rincian tentang pencegahan Insider Trading dapat dilihat dalam Kode Prinsip Bisnis, yang tersedia di situs web Perseroan. The Code of Business Principles, which serves as the Company's internal guidelines on governance, specifies that employees are prohibited from using insider information to buy or sell securities in Unilever PLC, Unilever N.V. or any listed subsidiaries of Unilever—including Unilever Indonesia—or other public companies. Securities may include shares, equities and derivatives, or hedging. Unilever's Disclosure Committee is responsible, on behalf of the Management, for ensuring that the Company has put in place the necessary procedures and controls to ensure compliance with the prevailing laws and regulations on insider trading. Details on the prevention of Insider Trading can be seen in the Code of Business Principles, which is available on the Company's website.
		b.	Perusahaan Terbuka memiliki kebijakan anti-korupsi dan anti-*fraud*. Public companies have anti-corruption and anti-fraud policies.	Kebijakan anti-korupsi bermanfaat untuk memastikan agar kegiatan usaha Perusahaan Terbuka dilakukan secara legal, *prudent*, dan sesuai dengan prinsip-prinsip tata kelola yang baik. Kebijakan tersebut dapat merupakan bagian dalam kode etik, ataupun dalam bentuk tersendiri. Dalam kebijakan tersebut dapat meliputi antara lain mengenai program dan prosedur yang dilakukan dalam mengatasi praktik korupsi, balas jasa (*kickbacks*), *fraud*, suap dan/atau gratifikasi dalam Perusahaan Terbuka. Lingkup dari kebijakan tersebut harus menggambarkan pencegahan Perusahaan Terbuka terhadap segala praktik korupsi baik memberi atau menerima dari pihak lain. The anti-corruption policy is useful in ensuring that the business activities of a public company are conducted legally, prudently, and in accordance with the principles of good corporate governance. This policy can be part of the code of conduct, or a separate policy. The policy can include, among other matters, the programmes and procedures for addressing the practices of corruption, kickbacks, fraud, bribery and/or gratuities in a public company. The scope of this policy must cover the public company's prevention of all corrupt practices including both giving and receiving from other parties.	Kebijakan Anti Korupsi merupakan bagian dari Kode Etik Perseroan. Dalam melaksanakan komitmen untuk melakukan bisnis dengan integritas, Unilever menjunjung standar global yang tinggi: yakni tidak ada toleransi terhadap praktik suap dan korupsi, tanpa menghiraukan praktik bisnis lokal. Kebijakan Pedoman ini mencakup apa yang harus dilakukan dan tidak boleh dilakukan oleh karyawan untuk memenuhi ketentuan Unilever. Dalam kebijakan tersebut, dijelaskan pula prosedur yang harus dilakukan apabila karyawan tidak bisa menghindari ancaman bahaya fisik apabila tidak memenuhi permintaan untuk pembayaran, mereka yang terlibat harus segera melaporkan rincian lengkap tentang permintaan dan pembayaran tersebut kepada Business Integrity Officer. Unilever's Anti-Corruption Policy is an integral part of the Company's Code of Conduct. Our commitment to doing business with integrity includes upholding the highest global standard, which is a zero tolerance approach to bribery and corruption, irrespective of local business practices. The anti-corruption policy defines what employees must and must not do to comply with Unilever's provisions. It also explains what employees must do if they cannot avoid threats of physical danger if a request for payment is not fulfilled. In such cases, the person concerned must immediately make a detailed report to the Business Integrity Officer about the request and the payment.

No	PRINSIP Principle	REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
		c. Perusahaan Terbuka memiliki kebijakan tentang seleksi dan peningkatan kemampuan pemasok atau vendor. Public companies have a policy on the selection and improvement of vendors.	Kebijakan tentang seleksi pemasok atau vendor bermanfaat untuk memastikan agar Perusahaan Terbuka memperoleh barang atau jasa yang diperlukan dengan harga yang kompetitif dan kualitas yang baik. Sedangkan kebijakan peningkatan kemampuan pemasok atau *vendor* bermanfaat untuk memastikan bahwa rantai pasokan (*supply chain*) berjalan dengan efisien dan efektif. Kemampuan pemasok atau vendor dalam memasok/memenuhi barang atau jasa yang dibutuhkan perusahaan akan mempengaruhi kualitas *output* perusahaan. Pelaksanaan kebijakan-kebijakan tersebut dapat menjamin kontinuitas pasokan, baik dari segi kuantitas maupun kualitas yang dibutuhkan Perusahaan Terbuka. Adapun cakupan kebijakan ini meliputi kriteria dalam pemilihan pemasok atau vendor, mekanisme pengadaan yang transparan, upaya peningkatan kemampuan pemasok atau vendor, dan pemenuhan hak-hak yang berkaitan dengan pemasok atau vendor. The policy on vendor selection is useful in ensuring that the goods or services a public company procures are competitively priced and of good quality. The policy on improving vendor capacity is useful in ensuring that the supply chain works effectively and efficiently. Vendor capacity to supply/fulfil the goods or services needed by the company will influence the quality of the company's output. The implementation of these policies can ensure the continuity of supply, in terms of both the quantity and the quality needed by the public company. The scope of these policies includes the vendor selection criteria, transparent procurement mechanisms, efforts to improve vendor capacity, and the fulfilment of rights related to vendors.	Unilever mengharapkan mitra bisnisnya untuk mematuhi nilai dan prinsip yang konsisten dengan nilai dan prinsip Unilever. Unilever memiliki cara baru untuk memajukan perusahaan dan masyarakat, yaitu dengan memastikan bahwa kegiatan bisnisnya membawa manfaat bagi orang-orang yang terlibat di sepanjang rantai nilai bisnisnya, dengan cara meningkatkan kualitas hidup mereka, orang-orang di sekeliling mereka serta lingkungan mereka, selaras dengan Unilever Sustainable Living Plan. Untuk pemilihan dan pengembangan pemasok/vendor, kami berpegang pada dua kebijakan kami yakni Kebijakan Pemasok Berkelanjutan dan Kebijakan Rekan Usaha. Kami memahami bahwa para pemasok dan rekan bisnis kami butuh waktu untuk mencapai tingkat best practice dalam hal penerapan prinsip keberlanjutan, oleh karena itu kami membimbing dan mendukung mereka dengan berbagi pengetahuan agar kinerja mereka dapat terus ditingkatkan. Di dalam Kebijakan Pemasok Berkelanjutan ditetapkan standar dan langkah yang harus dilakukan untuk meningkatkan kinerja dalam hal keberlanjutan. Unilever expects all its business partners to comply with values and principles that are consistent with Unilever's own values and principles. Unilever has developed a method of corporate and community development that involves doing business in ways that will positively impact the people working at all stages of our supply chain by improving their quality of life, their communities and their environment, in line with the goals of the Unilever Sustainable Living Plan. We have a Sustainable Supplier Policy and Responsible Business Partner policy that regulate our procedures for vendor selection and development. We recognize that reaching the 'Best Practice' level can take time. We therefore support our vendors by sharing our knowledge and guidance so that they can improve their sustainability performance. Our Sustainable Supplier Policy sets out the actions and standards required to improve sustainability.
		d. Perusahaan Terbuka memiliki kebijakan tentang pemenuhan hak-hak kreditur. Public companies have a policy on fulfilling creditors' rights.	Kebijakan tentang pemenuhan hak-hak kreditur digunakan sebagai pedoman dalam melakukan pinjaman kepada kreditur. Tujuan dari kebijakan dimaksud adalah untuk menjaga terpenuhinya hak-hak dan menjaga kepercayaan kreditur terhadap Perusahaan Terbuka. Dalam kebijakan tersebut mencakup pertimbangan dalam melakukan perjanjian, serta tindak lanjut dalam pemenuhan kewajiban Perusahaan Terbuka kepada kreditur. The policy on the fulfilment of creditors' rights is used as a guideline when borrowing from creditors. The purpose of this policy is to guarantee the fulfilment of rights and maintain creditors' trust in a public company. This policy should cover the considerations in making contracts, as well as the follow up steps in fulfilling the obligations of a public company to its creditors.	Kebijakan Perseroan tentang pemenuhan hak-hak kreditur dapat dilihat pada bagian Kebijakan Tata Kelola Perusahaan di situs web Perseroan. The Company's policy on the fulfilment of creditors' rights can be seen on the Corporate Governance Policies section of the Company website.

No	PRINSIP Principle		REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
		e.	Perusahaan Terbuka memiliki kebijakan sistem *whistleblowing*. Public companies have a policy on the whistleblowing system.	Kebijakan sistem *whistleblowing* yang telah disusun dengan baik akan memberikan kepastian perlindungan kepada saksi atau pelapor atas suatu indikasi pelanggaran yang dilakukan karyawan atau manajemen Perusahaan. Terbuka. Penerapan kebijakan sistem tersebut akan berdampak pada pembentukan budaya tata kelola perusahaan yang baik. Kebijakan sistem *whistleblowing* mencakup antara lain jenis pelanggaran yang dapat dilaporkan melalui sistem *whistleblowing*, cara pengaduan, perlindungan dan jaminan kerahasiaan pelapor, penanganan pengaduan, pihak yang mengelola aduan, dan hasil penanganan dan tindak lanjut pengaduan A properly developed policy on the whistleblowing system will provide assurance on the protection of witnesses or reporters of an indication of a violation by an employee or the management of a public company. The application of such a system will have an impact on the culture of good corporate governance. The whistleblowing system policy should cover, among other matters, the types of violation that can be reported through the whistleblowing system, the reporting procedure, protection and guarantee of confidentiality of the reporters, the handling of allegations, the parties that manage allegations, and the results of the handling and follow up of allegations.	Mekanisme whistleblowing/ pelaporan untuk karyawan dijelaskan pada halaman 192-194 Laporan Tahunan ini. Semua laporan yang masuk akan dinilai untuk melihat apakah merupakan pelanggaran terhadap Prinsip Kode Etik Perseroan. Penjelasan lebih lanjut mengenai prosedur pelaporan, kepastian kerahasiaan dan perlindungan terhadap pelapor, penanganan laporan, pihak yang mengelola sistem, dan hasil tindak lanjut dari pelaporan dapat dilihat di Laporan Tahunan ini. The whistle-blowing system is described on pages 192-194 of the Annual Report. All whistleblowing reports are assessed to determine whether the reported activity constitutes a breach of the Company's Code of BusinessPrinciples. A further explanation of the procedures for reporting, ensuring confidentiality and protection of whistleblowers, dealing with whistleblower reports, the party managing the system, and results and follow up of whistleblower reports can be seen in the Annual Report.
V	**ASPEK 5 : KETERBUKAAN INFORMASI** **ASPECT 5: INFORMATION DISCLOSURE**				
	PRINSIP 8 MENINGKATKAN PELAKSANAAN KETERBUKAAN INFORMASI. **PRINCIPLE 8 STRENGTHENING INFORMATION DISCLOSURE.**	a.	Perusahaan Terbuka memanfaatkan penggunaan teknologi informasi secara lebih luas selain situs *web* sebagai media keterbukaan informasi. Public companies make use of information technology other than the website as a means for disclosing information.	Penggunaan teknologi informasi dapat bermanfaat sebagai media keterbukaan informasi. Adapun keterbukaan informasi yang dilakukan tidak hanya keterbukaan informasi yang telah diatur dalam peraturan perundangundangan, namun juga informasi lain terkait Perusahaan Terbuka yang dirasakan bermanfaat untuk diketahui pemegang saham atau investor. Dengan pemanfaatan teknologi informasi secara lebih luas selain situs *web* diharapkan perusahaan dapat meningkatkan efektivitas penyebaran informasi perusahaan. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi informasi yang dilakukan tetap memperhatikan manfaat dan biaya perusahaan. The use of information technology can be beneficial as a means for disclosing information. The information disclosed is not only that specified in the laws and regulations, but also other information related to a public company that is considered beneficial for the shareholders or investors to know. With the broader use information technology other than the website it is expected that the company can make information distribution more effective. Nevertheless, the use of information technology should take into account the benefits and costs to the company.	Perseroan menggunakan akun Twitter @UnileverIDN serta situs web untuk mengkomunikasikan berita perusahaan. The Company uses its Twitter account (@UnileverIDN) as well as the website to disseminate corporate news.

No	PRINSIP Principle	REKOMENDASI Recommendation	KETERANGAN REKOMENDASI OJK Remarks on OJK Recommendation	PENJELASAN Explanation
		b. Laporan Tahunan Perusahaan Terbuka mengungkapkan pemilik manfaat akhir dalam kepemilikan saham Perusahaan Terbuka paling sedikit 5% (lima persen), selain pengungkapan pemilik manfaat akhir dalam kepemilikan saham Perusahaan Terbuka melalui pemegang saham utama dan pengendali. The annual report of a Public Company discloses the ultimate beneficial owner in shareholdings in a public company of at least 5% (five percent), other than the declaration of the ultimate beneficial owner in the shareholding of a public company through the main and controlling shareholders.	Peraturan perundang-undangan di sektor Pasar Modal yang mengatur mengenai penyampaian laporan tahunan Perusahaan Terbuka telah mengatur kewajiban pengungkapan informasi mengenai pemegang saham yang memiliki 5% (lima persen) atau lebih saham Perusahaan Terbuka serta kewajiban pengungkapan informasi mengenai pemegang saham utama dan pengendali Perusahaan Terbuka baik langsung maupun tidak langsung sampai dengan pemilik manfaat terakhir dalam kepemilikan saham tersebut. Dalam Pedoman Tata Kelola ini direkomendasikan untuk mengungkapkan pemilik manfaat akhir atas kepemilikan saham Perusahaan Terbuka paling sedikit 5% (lima persen), selain mengungkapkan pemilik manfaat akhir dari kepemilikan saham oleh pemegang saham utama dan pengendali. The Capital Market rules and regulations that govern the submission of the annual report of a public company include the obligation to disclose information about shareholders who own 5% (five percent) or more of a public company's shares as well as the requirement to disclose information about the main and controlling shareholders of a public company, both directly and indirectly up to the ultimate beneficial owner in those shareholdings. These Corporate Governance Guidelines recommend disclosing the ultimate beneficial owner of a stake in a public company of at least 5% (five percent), in addition to disclosing the ultimate beneficial owner of the shareholdings of the main and controlling shareholders.	Satu-satunya pemegang saham pengendali yang memiliki saham lebih dari 5% adalah Unilever N.V, seperti yang ditunjukkan pada halaman 68 dari Laporan Tahunan ini. The only controlling shareholder that owns a stake of more than 5% is Unilever N.V, as shown on page 68 of the Annual Report.

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Tata Kelola Berkelanjutan 254
SUSTAINABILITY GOVERNANCE

Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan 256
SOCIAL RESPONSIBILITY FOR THE ENVIRONMENT

Tanggung Jawab Terhadap Masyarakat dan Komunitas 264
SOCIAL RESPONSIBILITY TO SOCIETY AND COMMUNITIES

Tanggung Jawab Sosial untuk Keselamatan dan Kesehatan Kerja 270
SOCIAL RESPONSIBILITY FOR OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

Tanggung Jawab Sosial Terhadap Konsumen 275
SOCIAL RESPONSIBILITY TO CONSUMERS

Surat Pernyataan Anggota Direksi dan Dewan Komisaris Tentang Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2017 PT Unilever Indonesia Tbk 278
THE BOARD OF DIRECTORS' AND THE BOARD OF COMMISSIONERS' STATEMENT OF RESPONSIBILITY FOR THE 2017 ANNUAL REPORT OF PT UNILEVER INDONESIA TBK

Disajikan sesuai dengan Kriteria Annual Report Award (ARA) Tahun 2016
Presented in accordance with the 2016 Annual Report Award (ARA) Criteria

Tata Kelola Berkelanjutan

SUSTAINABILITY GOVERNANCE

KOMITMEN UNILEVER INDONESIA UNTUK BERTUMBUH SECARA BERTANGGUNGJAWAB DAN BERKELANJUTAN DILANDASI OLEH VISI KAMI UNTUK MERAIH RASA CINTA DAN PENGHARGAAN DARI INDONESIA DENGAN MENYENTUH KEHIDUPAN SETIAP ORANG INDONESIA SETIAP HARINYA. KOMITMEN INI PENTING BAGI KEBERLANGSUNGAN BISNIS KAMI. DIANTARANYA ADALAH UNTUK MELINDUNGI SUMBER-SUMBER BAHAN BAKU KAMI, MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERSEROAN, DAN MEMASTIKAN TETAP TERSEDIANYA PASAR YANG POTENSIAL UNTUK PRODUK KAMI. OLEH KARENA ITU, PENTING BAGI KAMI UNTUK BERKONTRIBUSI MENGEMBANGKAN MASYARAKAT YANG SEHAT DAN SEJAHTERA.

UNILEVER INDONESIA'S COMMITMENT TO SUSTAINABLE, RESPONSIBLE GROWTH STEMS FROM OUR VISION, WHICH IS 'TO EARN INDONESIA'S LOVE AND RESPECT BY TOUCHING THE LIVES OF EVERY INDONESIAN EVERY DAY'. APART FROM OUR DEEPLY-HELD SENSE OF RESPONSIBILITY TO THE PLANET AND TO SOCIETY, WE BELIEVE THAT THIS MAKES GOOD BUSINESS SENSE, AS IT PROVIDES A FRAMEWORK FOR PROTECTING AND SUSTAINING OUR RAW MATERIAL SOURCES, SAFEGUARDING THE REPUTATIONAL VALUE OF THE COMPANY, AND ENSURING A POTENTIAL MARKET FOR OUR PRODUCTS BY CONTRIBUTING TO THE GROWTH OF A HEALTHY, PROSPEROUS SOCIETY.

Segala tindakan yang dilakukan Perseroan digerakkan oleh satu *purpose*/tujuan besar: yaitu untuk memasyarakatkan cara hidup yang berkelanjutan. Tujuan inilah yang memperkuat posisi semakin banyak dari *brand* kami dan menjadi dasar berbagai program tanggung jawab sosial (CSR) kami. CSR Perseroan juga sangat selaras dengan Kode Prinsip Bisnis (Prinsip Bisnis) dan Unilever Sustainable Living Plan (USLP). USLP merupakan rencana jangka panjang kami untuk tumbuh secara berkelanjutan di seluruh rantai nilai (lihat penjabaran di bawah ini). Di dalam USLP ditetapkan 3 target besar global untuk tahun 2020, yaitu:

- Membantu lebih dari 1 miliar orang melakukan tindakan nyata untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan mereka;
- Mengurangi hingga separuhnya jejak lingkungan yang ditimbulkan oleh produk dan proses operasi kami;
- Memasok 100% bahan baku pertanian dari sumber yang dikelola secara secara berkelanjutan.

The Company's actions are driven by one overriding purpose: to make sustainable living commonplace. This purpose underpins a growing number of our brands and guides our policy and programmes on corporate social responsibility (CSR). Unilever Indonesia's CSR is also closely aligned with our Code of Business Principles and Code Policies, and with the Unilever Sustainable Living Plan (USLP), which is a roadmap towards sustainability along our entire value chain (see below). The USLP sets three key global goals to be achieved by 2020:

- To help more than 1 billion people take action to improve their health and wellbeing;
- To halve the environmental footprint of our products and operation;
- To source 100% of our agricultural raw materials sustainably.

Ketiga tujuan besar ini menjadi penggerak dari semua program CSR Perseroan. Semua program difokuskan pada area dimana kami dapat membuat perubahan nyata terhadap lingkungan dan kehidupan masyarakat dengan menjawab berbagai masalah yang berkaitan dengan pengelolaan sampah, ketersediaan sumber daya secara berkelanjutan, masalah kesehatan, pendidikan, dan juga kemiskinan. Untuk melaksanakan program-program tersebut secara efektif, kami telah menjalin kemitraan yang kuat dengan berbagai organisasi nirlaba pada tingkat lokal maupun internasional, dengan beragam komunitas, organisasi profesional dan para ahli, dan dalam beberapa hal, bersama dengan Pemerintah Indonesia. Kami bekerjasama erat dengan organisasi kesejahteraan sosial Perseroan, yaitu Yayasan Unilever Indonesia, yang memimpin beragam kegiatan sosial yang dimiliki Perseroan. Pendekatan kami adalah untuk melibatkan masyarakat sebagai mitra yang aktif, bukan hanya sebagai penerima manfaat semata agar bersama-sama menemukan solusi untuk meningkatkan kesehatan anak-anak, memberdayakan masyarakat untuk hidup lebih bersih, sehat, dan cerdas, mempromosikan gaya hidup yang lebih berkelanjutan, serta mendukung pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab.

Program CSR Perseroan selaras dengan tiga pilar USLP yaitu:
- Meningkatkan Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat;
- Mengurangi Dampak Lingkungan kami terhadap Masyarakat; dan
- Meningkatkan Penghidupan.

UNILEVER SUSTAINABLE LIVING PLAN

Unilever Sustainable Living Plan merupakan rencana besar Unilever untuk mencapai visinya, yaitu menumbuhkan bisnis seraya mengurangi jejak lingkungan dan meningkatkan dampak positif untuk masyarakat. Dengan tiga target besar global yang menjadi tujuan utama sebagaimana telah disebutkan di atas, USLP menjabarkan lebih dari 50 target yang menjangkau keseluruhan rantai nilai, mulai dari memasok bahan mentah pertanian dari sumber yang berkelanjutan sampai mengurangi penyebaran penyakit melalui cuci tangan pakai sabun. Dengan adanya target-target tersebut, kami bermaksud mengubah cara kami berbisnis dan cara konsumen menggunakan produk kami. Penjelasan pada halaman-halaman berikut ini menunjukkan berbagai upaya kami dalam mencapai target USLP dengan mengurangi limbah dan emisi di pabrik dan kantor kami; bekerja sama dengan para pemasok dalam mengimplementasikan cara bertani yang berkelanjutan dan *responsible sourcing,* menciptakan tempat kerja yang lebih aman dan merangkul keberagaman; dan memberdayakan konsumen dan komunitas untuk memiliki kehidupan yang lebih sehat dan gaya hidup yang lebih berkelanjutan.

These goals drive our CSR programme. The programme focuses on areas where we, through our supply chain, can make a real difference to the environment and to people's lives by addressing various challenges related to waste management, resource sustainability, health, education and poverty. To implement the programmes effectively, we have developed longstanding partnerships with several local and international not-for-profit organisations, the communities, professional organisations and experts, and in many cases with the Indonesian Government at both national and local levels. We also work closely with the Company's social welfare organisation, the Unilever Indonesia Foundation (UIF), which leads several of the activities. On each issue, we engage communities as active partners rather than recipients, working together to find solutions to improve healthy development for children; empower communities to be cleaner, healthier and more resilient; promote more sustainable lifestyles; and support responsible environmental management.

Our CSR programme is aligned with the three pillars of the USLP:
- Improving Health and Wellbeing of the Community;
- Reducing our Environmental Impact; and
- Enhancing Livelihoods.

UNILEVER SUSTAINABLE LIVING PLAN

The Unilever Sustainable Living Plan is a blueprint for achieving Unilever's vision to grow the business whilst decoupling our environmental footprint from our growth and increasing our positive social impact. Within the three global targets noted above, the USLP defines more than 50 targets that span the entire value chain, from growing our agricultural raw materials sustainably to reducing the incidence of disease through handwashing with soap, that are intended to bring about fundamental changes in the way we go about our business, and the way consumers use our products. The following pages show how we are delivering on the USLP targets by reducing waste and emissions in our factories and offices; working with suppliers on sustainable farming and responsible sourcing; creating safer, more inclusive workplaces; and empowering consumers and communities to live healthier and more sustainable lifestyles.

Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan

SOCIAL RESPONSIBILITY FOR THE ENVIRONMENT

Kami terus menerus meningkatkan efisiensi dan memanfaatkan berbagai peluang di sepanjang proses operasi untuk mengurangi dampak lingkungan dengan cara mengurangi emisi dan limbah, serta mengurangi penggunaan air dan energi. Diantara tahun 2008 sampai 2017, kami telah berhasil mengurangi sebanyak 32,27% emisi CO_2, 32,38% pengurangan konsumsi air, 29,96% penggunaan energi, dan 90,89% pengurangan COD (*Chemical Oxygen Demand*). Beragam pengurangan ini dihasilkan dari program SABD *(Small Action Big Difference)* yang dilaksanakan di seluruh pabrik kami. SABD merupakan akumulasi dari proyek-proyek kecil, seperti mengurangi kehilangan suhu saat proses transmisi, mengoptimalkan pengaturan suhu dan kelembaban, dan membangun sistem pengelolaan gedung sehingga memungkinkan kami memantau dan mengontrol titik akhir penggunaan energi di lini produksi. Secara keseluruhan, upaya-upaya kecil tersebut menghasilkan dampak nyata untuk mengurangi jejak lingkungan.

We continue to seek improvements, efficiencies and opportunities across our operation to minimise our environmental footprint by reducing emissions, waste and water and energy consumption. Between 2008 and 2017, we have managed to reduce our CO_2 emissions by 32.27%, water consumption by 32.38%, energy consumption by 29.96%, and Chemical Oxygen Demand (COD) by 90.89%. Many of these reductions have been contributed by SABD (Small Action Big Difference) initiatives in all our manufacturing sites. These are small projects, such as eliminating temperature transmitting losses, optimizing temperature and humidity settings, and building management systems that allow us to monitor and control energy usage on the shop floor, that together make a real difference to our overall environmental impact.

MENGURANGI KONSUMSI ENERGI DAN EMISI CO_2

Berkat penerapan World Class Manufacturing (WCM), yaitu sebuah pendekatan sistem produksi dari hulu ke hilir, kami dapat melakukan penilaian secara terfokus kepada setiap proses, dan dapat menemukan titik dimana terjadi pemborosan dan kerugian, dan menghilangkannya. Kami juga telah menggunakan analisa *real-time*. Di 2017, berbagai cara ini telah memberikan sejumlah perbaikan penting pada konsumsi energi di fasilitas pabrik kami, diantaranya:

REDUCING ENERGY CONSUMPTION AND CO_2 EMISSIONS

Our World Class Manufacturing (WCM) end-to-end production approach enables us to look closely at the value of each process, and identify and eliminate waste and losses. We have also been using real time analytics. In 2017, these approaches contributed to the following energy savings in our factories:

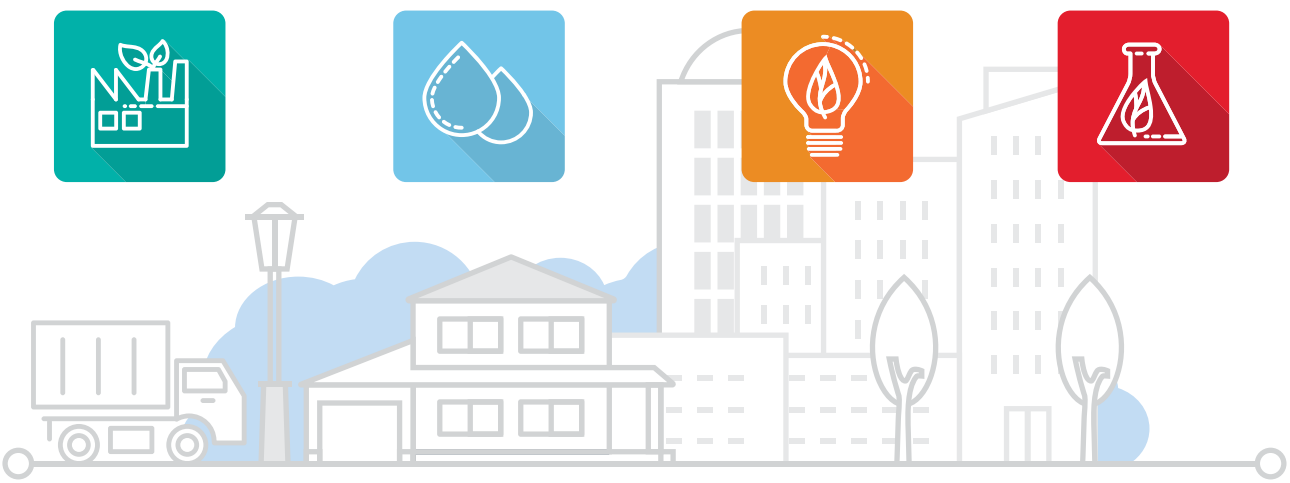
2008 – 2017 BERHASIL MENGURANGI:
2008 – 2017 HAVE MANAGED TO REDUCE:

32.27%
EMISI CO_2
CO_2 EMISSIONS

32.38%
PENGGUNAAN KONSUMSI AIR
WATER CONSUMPTION

29.96%
PENGGUNAAN ENERGI
ENERGY CONSUMPTION

90.89%
CHEMICAL OXYGEN DEMAND (COD)



- Meningkatkan efisiensi kompresor NH_3 untuk mengurangi penggunaan energi dan emisi CO_2;
- Memasang *economizer* di semua boiler;
- Menggunakan residu uap untuk pemanas;
- Memasang boiler air panas;
- Memasang pemanas air gas sebagai pengganti pemanas air uap;
- Meningkatkan kinerja sistem HVAC;
- Memanfaatkan pemanas matahari;
- Memasang inverter di semua peralatan motor;
- Mengoptimalkan *chiller retubing*;
- Meningkatkan efisiensi *boiler* dengan mengoptimalkan pembakar;
- Menutup kebocoran uap.

MENGURANGI KONSUMSI AIR

Pendekatan WCM juga telah membuahkan berbagai pencapaian dalam upaya kami mengoptimalkan penggunaan air. Selain itu, melalui praktek daur ulang dan penggunaan air kembali, kami telah menggunakan air secara lebih berkelanjutan. Di 2017, kami melakukan langkah-langkah berikut, yang menghasilkan penghematan air di pabrik-pabrik kami:

- Pemanfaatan Ultra Filtrasi dan Teknologi Reverse Osmosis;
- Pengumpulan air hujan;
- Pendaurulangan Air Limbah Pabrik untuk berbagai proses dalam pabrik;
- Kebijakan lantai kering;
- Mengurangi kebocoran air dari saluran pipa dan suplai air domestik.

PENGURANGAN LIMBAH

Di 2017, Unilever Indonesia berkolaborasi dengan banyak pihak untuk mengelola limbah. Kami percaya bahwa tidak ada satupun individu atau lembaga yang dapat menyelesaikan masalah limbah sendirian, sehingga diperlukan kerjasama, baik di dalam maupun dengan pihak luar, untuk memastikan bahwa ambisi kami untuk mengurangi jumlah limbah yang mencemari lingkungan dapat tercapai.

Untuk mengurangi limbah, kami menerapkan prinsip-prinsip mengurangi, menggunakan kembali, dan mendaur ulang. Terkait penggunaan kembali dan daur ulang, kami telah mencapai *Zero Waste to Landfill* pertama kalinya di tahun 2014, seperti yang telah diverifikasi oleh TUV. Dengan pencapaian tersebut, keseluruhan limbah padat yang dihasilkan dari pabrik-pabrik dan kantor kami telah dipergunakan kembali, didaur ulang, dijadikan kompos, serta dibuang secara ramah lingkungan.

Kami terus bekerja sama dengan masyarakat melalui Program Green and Clean yang digagas oleh Yayasan Unilever Indonesia untuk memilah sampah rumah tangga dan menciptakan nilai ekonomi dari sampah tersebut. Kami memberdayakan komunitas-komunitas di berbagai penjuru negeri untuk mendirikan bank sampah, di mana anggota masyarakat tidak hanya melindungi lingkungan dengan mengumpulkan sampah mereka, namun juga dapat memeproleh manfaat ekonomi dari sampah tersebut.

- Improving NH_3 compressor efficiency to reduce energy use and CO_2 emissions;
- Economizer installation in all boilers;
- Using steam residue for heaters;
- Installing of hot water boilers;
- Installing gas water heaters instead of steam water heaters;
- HVAC system performance improvement;
- Utilization of solar heaters;
- Inverter installation in all motor equipment;
- Optimizing our retubing chiller;
- Improving boiler efficiency by optimizing the burners;
- Closing steam leakage.

REDUCING WATER CONSUMPTION

The WCM approach has also contributed to several of the gains we have made in optimising water usage in our processes. In addition, by improving our recycling and re-use of water, we have made our water use more sustainable. In 2017, these approaches contributed to the following water savings in our factories:

- Utilization of Ultra Filtration and Reverse Osmosis Technology;
- Rainwater harvesting;
- Waste Water Treatment Plant effluent recycling for process.

- Dry floor policy;
- Reducing water leakage from piping and domestic water supply.

REDUCING WASTE

On waste, 2017 was a year of collaboration for Unilever Indonesia. We believe that no single individual or institution can solve the waste problem alone, so we need to work together, both within and outside the organisation, to ensure that our ambition to reduce the amount of waste polluting the environment is achieved.

Our approach to waste management is reduce, reuse and recycle. With regard to reuse and recycling, we reached the Zero Waste to Landfill landmark in 2014, as verified by TUV. Thus all solid waste produced at our manufacturing sites and offices is constantly reused, recycled, composted and disposed of in a sustainable way.

We have continued to collaborate with communities through the Unilever Indonesia Foundation's Green and Clean Programme to segregate and create economic value from domestic waste. Communities all over the country have been empowered to organize waste banks where community members can not only deposit their waste, but turn it into cash benefits, while also benefitting the environment. This initiative, which is supported by our partnerships with local NGOs and government stakeholders,

Prakarsa ini, yang didukung oleh kemitraan kami dengan LSM lokal dan pemangku kepentingan pemerintah, termasuk Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan serta pemerintah daerah setempat, telah membantu kami dalam mencapai target global USLP 2030 yakni mengurangi dampak lingkungan dari limbah, utamanya sampah kemasan pasca konsumsi. Di 2017, kami telah membantu berdirinya total 2.615 bank sampah dengan lebih dari 340.000 anggota, yang telah menyerap sebanyak 6.125 ton sampah anorganik dan menghasilkan manfaat ekonomi sebesar Rp8,38 miliar (USD618.000).

including the Ministry of Environment and Forestry and local municipalities, is contributing to our 2030 global USLP targets of reducing our environmental impact from waste, especially post-consumer packaging. In 2017, a total of 2,615 waste banks had been developed with more than 340,000 members, absorbing 6,125 tons of inorganic waste and generating a total economic benefit of IDR 8.38 billion (USD618,000).

Pada bulan Februari 2017, Unilever menetapkan sebuah komitmen global untuk memastikan bahwa semua kemasan plastik kami sepenuhnya dapat digunakan kembali, dapat didaur ulang atau diurai pada tahun 2025, dan menyerukan seluruh industri barang konsumen (FMCG) untuk melakukan hal yang sama. Di Indonesia, pada bulan Mei 2017, kami memperkenalkan teknologi Creasolv®, yaitu sebuah terobosan teknologi yang dapat mendaur ulang kemasan sachet plastik, yang sebelumnya sulit didaur ulang. Tanggapan masyarakat terhadap teknologi ini sangat positif, terutama karena dapat pula digunakan untuk mendaur ulang limbah pabrik lain, tidak hanya dari Unilever.

In February 2017, Unilever made a global commitment to ensure that all of our plastic packaging is fully reusable, recyclable or compostable by 2025, and called on the entire fast-moving consumer goods (FMCG) industry to do the same. In Indonesia, in May 2017, we introduced our Creasolv® technology, a breakthrough recycling technology that can recycle plastic sachets, which were previously tough to recycle. The public response to this technology was very positive, particularly as it can be used to recycle other manufacturers' waste as well as Unilever's.

Peluncuran Creasolv® adalah bagian dari upaya besar kami dalam menangani kemasan plastik fleksibel pasca-konsumsi untuk mencapai tujuan *Zero Waste to Nature*. Kami menerapkan upaya ini di seluruh rantai nilai kemasan setelah produk digunakan konsumen. Di sektor hulu, kami melibatkan konsumen dan masyarakat untuk memisahkan limbah mereka, sementara di tengah-tengah prosesnya, kami memperkuat dan menambahkan lebih banyak saluran pengumpulan yang ada, misalnya melalui program bank sampah seperti yang telah dijelaskan. Saat ini kami telah siap untuk melangkah lebih jauh di sektor hilir dengan dukungan teknologi Creasolv® untuk mendaur ulang kemasan plastik fleksibel.

The Creasolv® initiative is part of a broader effort on post-consumer flexible packaging towards achieving our goal of Zero Waste to Nature. We are doing this by working throughout the post-consumer packaging value chain. In the upstream sector, we are engaging with consumers and communities on segregating their waste, while in mid-stream we are strengthening existing collection channels and adding more, for example through the waste bank programme above. We are now ready to go further in the downstream sector with the support of our Creasolv® technology for recycling flexible plastic.

Pada akhir tahun 2017, melalui semua sistem pengumpulan sampah kami, total 131 ton kemasan plastik fleksibel berhasil dikumpulkan, dengan bekerjasama dengan pemerintah nasional dan lokal, mitra LSM, dan para pendaur ulang. Ada beberapa pembelajaran yang kami peroleh, yang akan kami terapkan di 2018. Kami juga mulai melibatkan pemasok plastik kami untuk menjajaki kemungkinan berkolaborasi dalam proyek Creasolv®.

By the end of 2017 we had collected a total of 131 tons of flexible plastic through all our collection systems, in collaboration with national and local government, our NGO partners, and recyclers. We learned a number of lessons, and we will apply these learnings in 2018. We also began to engage with our plastic supplier to explore the possibilities of collaborating on the Creasolv® project.

PROGRAM KAMPANYE DAN ADVOKASI

Salah satu hal penting dalam kolaborasi pengelolaan sampah adalah advokasi, terutama dalam hal memasyarakatkan program Peduli Sampah kami. Dimulai dari Hari Peduli Sampah Nasional pada bulan Februari 2017, Unilever bersama lima perusahaan FMCG lainnya meneguhkan komitmen untuk mengelola sampah secara lebih baik di Indonesia, dengan membentuk PRAISE (Packaging and Recycling Alliance for Indonesia). Peneguhan komitmen ini diikuti oleh serangkaian kegiatan bersama PRAISE, antara lain Indowaste Circular Economy Forum di Jakarta, dan Alliance for Marine Plastic Solutions di Bali.

CAMPAIGN AND ADVOCACY PROGRAMME

An important part of our collaboration on waste is advocacy, particularly to mainstream our Care for Waste programme. Starting with Indonesia's National Waste Day in February 2017, Unilever stood alongside five other FMCG companies to announce a commitment to better waste management in Indonesia, by forming PRAISE (the Packaging & Recycling Association for Sustainable Environment). This was followed up by a series of activities with PRAISE, including the Indowaste Circular Economy Forum in Jakarta, and the Alliance for Marine Plastic Solutions in Bali.

KAMI MENYELENGGARAKAN "*SUSTAINABILITY DAY: BETTER BUSINESS, BETTER WORLD*" UNTUK MEMPROMOSIKAN KONSEP KEBERLANJUTAN SEBAGAI HAL YANG POPULER, MUDAH DIPAHAMI, DAN DAPAT DIIMPLEMENTASIKAN DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI OLEH SEMUA PIHAK. ACARA INI SEKALIGUS MERAYAKAN 17 TAHUN YAYASAN UNILEVER INDONESIA.

WE ORGANIZED "SUSTAINABILITY DAY: BETTER BUSINESS, BETTER WORLD" TO PROMOTE SUSTAINABILITY AS A POPULAR, EASY TO UNDERSTAND CONCEPT THAT CAN BE IMPLEMENTED IN EVERYDAY LIFE BY EVERYONE. THIS EVENT ALSO CELEBRATED 17 YEARS OF THE UNILEVER INDONESIA FOUNDATION.

Pada bulan Desember 2017, kami bermitra dengan Hypermart untuk membuat program dropbox untuk mengumpulkan sampah kemasan di Jawa Timur. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelanggan dan konsumen tentang sampah kemasan pasca konsumsi dan mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dalam mendukung pengimplementasian *circular economy* untuk kemasan plastik, yang artinya bagaimana kemasan plastik dapat dimanfaatkan untuk kemasan lagi, alih-alih dibuang ke TPA/alam. Prakarsa ini didukung oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Indonesia.

Secara internal, kami terus melibatkan karyawan Unilever Indonesia dalam program *Zero Waste to Nature,* dengan mempromosikan pemilahan sampah dan menyediakan dropbox untuk kemasan pasca-konsumsi di kantor pusat kami, Grha Unilever. Pada akhir 2017, tingkat pemilahan sampah di Grha Unilever mencapai 65%, yang merupakan peningkatan signifikan dari 0% di awal program. Kami juga berhasil mengumpulkan hingga 100 kg limbah di *dropbox*. Beberapa kegiatan dan kampanye lain untuk melibatkan karyawan dan konsumen dalam pengelolaan limbah dijelaskan dalam bagian Corporate Relations di halaman 118 dari Laporan Tahunan ini.

PASOKAN YANG BERKELANJUTAN DAN PENGELOLAAN PEMASOK

Di sepanjang proses bisnis, kami mengelola lebih dari 1.000 jenis bahan kimia, bahan makanan, dan barang-barang komoditas. Merupakan tanggung jawab kami untuk memastikan bahwa semua bahan tersebut berkualitas dan aman. Untuk memenuhi tanggung jawab ini, Unilever memiliki sebuah sistem yang diterapkan secara global, yakni Unilever Supplier Qualification System (USQS). Sistem ini terdiri dari Supplier Quality Update (SQA) dan Responsible Sourcing Audit (RSA), yang dirancang untuk memastikan bahwa para pemasok dan cara mereka berbisnis mampu memenuhi standar

In December 2017, we partnered with a leading retailer, Hypermart, in East Java, to launch a dropbox programme to collect packaging waste. The objective was to increase customer and consumer awareness about post-consumer packaging waste and encourage them to participate actively in supporting a circular economy of plastic packaging. The initiative was supported by Indonesia's Ministry of Environment and Forestry.

Internally, we have continued to engage Unilever Indonesia employees in our Zero Waste to Nature programme, by promoting waste segregation and providing a post-consumer packaging dropbox at our head office, Grha Unilever. By end of 2017, the waste segregation rate at Grha Unilever was 65%, a significant improvement from 0% at the beginning of the programme. We also managed to collect up to 100 kg of waste in the dropbox. Several other activities and campaigns to engage employees and shoppers in waste management are described in the Corporate Relations section on page 118 of this Annual Report.

SUSTAINABLE SOURCING AND SUPPLIER MANAGEMENT

In the course of our business, we work with more than 1,000 chemicals, food ingredients, and commodities, and it is one of our primary responsibilities to ensure that the specifications of all these materials are qualified and safe. This assurance is provided by the global Unilever Supplier Qualification System (USQS). The USQS consists of a Supplier Quality Audit (SQA) and the Unilever Responsible Sourcing Audit (URSA), which are designed to ensure that suppliers and their businesses are able to comply with the Company's standards on labour, health and safety, environmental

Perseroan dalam hal tenaga kerja, kesehatan dan keselamatan, kepatuhan lingkungan, dan integritas bisnis, yang telah ditetapkan dalam Kebijakan Pasokan yang Bertanggungjawab (Responsible Sourcing Policy - RSP) kami. RSP tersebut selaras dengan hukum dan peraturan nasional, serta terhadap standar-standar yang diakui secara internasional. Para pemasok produk pertanian kami juga wajib mematuhi Pedoman Praktik Pertanian yang Baik, yang mengatur pengelolaan tanah secara berkelanjutan, penggunaan keanekaragaman hayati, pengelolaan hama, penggunaan air dan energi, serta pengembangan sosial dan ekonomi lokal.

compliance, and business integrity, as defined in our Responsible Sourcing Policy (RSP). The RSP standards are aligned with national laws and regulations and globally accepted standards. Suppliers of agricultural products are also required to comply with the Good Agricultural Practice Guidelines, which govern the sustainable management of soil, biodiversity, pest management, water and energy use, and local social and economic development.

KEBIJAKAN PASOKAN YANG BERTANGGUNGJAWAB (RSP)

Kami membantu para pemasok dan calon pemasok kami untuk menerapkan prinsip-prinsip RSP dalam bisnis mereka dengan menyediakan sarana untuk melakukan penilaian secara swadaya serta agar mereka dapat menganalisa sendiri kekurangan yang masih mereka miliki berdasarkan kriteria kami.

Responsible Sourcing Policy dimulai dengan prosedur untuk mengidentifikasi pemasok yang cocok. Proses ini dilakukan melalui pengecekan *(due dilligence),* termasuk *risk assessment* untuk memeriksa calon pemasok apakah ada resiko pelanggaran atau hal-hal yang tidak selaras dengan kebijakan kami. Selanjutnya, para calon pemasok diminta untuk membuat pernyataan bahwa praktek mereka selaras dengan RSP kami. Pernyataan tersebut dapat dilakukan melalui kontrak atau dengan cara menyelesaikan kuesioner penilaian yang dilakukan secara mandiri. Tergantung pada hasil *risk assessment,* pemasok kemudian dapat diloloskan untuk memasok ke Perseroan atau masih perlu menjalani audit melalui Unilever Responsible Sourcing Audit (URSA).

URSA dilakukan untuk melihat apakah praktek-praktek yang dilakukan pemasok sesuai dengan kriteria di dalam RSP. Setelah audit selesai, pemasok menindaklanjuti dengan menyusun dan mengimplementasikan langkah-langkah untuk memitigasi risiko dan mengoreksi kekurangan yang sudah diidentifikasi. Semua kekurangan dan ketidakselarasan harus diselesaikan terlebih dahulu sebelum Pemasok dianggap memenuhi syarat untuk memasok ke Perseroan. Tim Pengadaan secara ketat akan mengawasi kinerja pemasok selama masa kontrak dengan secara rutin melalukan uji tuntas untuk memastikan bahwa pemasok terus bisa memenuhi syarat yang ditetapkan.

RESPONSIBLE SOURCING POLICY

We guide both existing and prospective suppliers on applying the RSP principles to their businesses by providing self-assessment tools and audit checklists to enable them to measure themselves against our requirements and identify any gaps that need to be addressed.

The Responsible Sourcing Policy starts with the procedures for identifying eligible suppliers. This is done through a due diligence check, which includes a risk assessment, a check against sanctions lists and a search for adverse media. Prospective suppliers are then required to acknowledge alignment with our RSP, either through contracts or by completing a self-assessment questionnaire. Depending on the result of the risk assessment, suppliers may be allowed to supply to Unilever or they may be required to undergo a Unilever Responsible Sourcing Audit (URSA).

The URSA evaluates the alignment of suppliers' processes with the RSP good practice. Following the audit, the supplier then addresses risk mitigation by developing and implementing a corrective action plan. All non-compliances must be closed before a supplier can be considered conformable and qualified to supply to the Company. The Procurement team closely supervises the relationships throughout the contract period, carrying out routine due diligence to ensure that suppliers continue to fulfil the qualifications.

KEBIJAKAN MITRA BISNIS YANG BERTANGGUNGJAWAB

Untuk terus memperkuat komitmen terhadap keberlanjutan, kami memiliki Kebijakan Tanggung Jawab Mitra Bisnis (Responsible Business Partner Policy - RBPP). Kebijakan ini selaras dengan RSP dan mengharuskan para mitra bisnis kami untuk memenuhi persyaratan wajib sebelum mereka dapat berbisnis dengan Perseroan. Melalui RBPP, kami memastikan bahwa kami hanya bekerjasama dengan mitra bisnis yang memiliki standar yang sama dengan Unilever dalam hal integritas dalam berbisnis. Hal ini sesuai dengan persyaratan dalam kebijakan Prinsip Bisnis Unilever termasuk Kebijakan Anti-Suap, yang mengharuskan karyawan Unilever untuk memastikan bahwa sebelum memutuskan menjalin kontrak dengan calon mitra bisnis, tim Unilever yang bertugas harus sudah melakukan uji tuntas untuk menilai integritas calon mitra bisnis tersebut.

RESPONSIBLE BUSINESS PARTNER POLICY

To further reinforce our sustainability commitments, we use the Responsible Business Partner Policy (RBPP). This policy is aligned with the RSP and requires business partners to meet certain mandatory requirements before they can do business with the Company. The RBPP is designed to ensure that we only work with third parties whose integrity in doing business is consistent with Unilever's own standards. This is also consistent with the requirements under Unilever's Anti-Bribery Code Policy, which requires that Unilever employees ensure that before employing or entering into contracts with any third party to represent Unilever or its interests externally, the relevant Unilever teams have undertaken appropriate due diligence checks to assess the third party's integrity.

Di dalam RBPP dijabarkan seluruh langkah dalam proses bermitra bisnis, mulai dari alasan untuk melakukan kemitraan bisnis, potensi peluang bisnis, penilaian risiko, uji tuntas terhadap mitra bisnis dan pemilik/direksinya, peninjauan dan persetujuan, proses kontrak (yang mencakup persyaratan anti-suap), dan pemantauan serta pembaruan secara berkala.

Rincian lebih lanjut tentang RSP dan RBPP dapat diakses melalui situs web kami di www.unilever.co.id/investor-relations di bawah bagian Pedoman Tata Kelola Perusahaan.

PERBAIKAN PEMASOK SECARA TERUS MENERUS

RSP juga merupakan landasan bagi komitmen Perseroan untuk terus meningkatkan kemampuan para pemasoknya. Perseroan menyadari bahwa agar dapat mencapai tingkat praktik terbaik akan memerlukan waktu. Oleh karena itu, Perseroan bekerjasama dengan para pemasok untuk berbagi pengetahuan dan membimbing mereka guna mencapai tingkat yang diinginkan. Perseroan secara berkala menyelenggarakan acara yang diikuti oleh para pemasok, dimana kami dapat terlibat langsung dengan mereka untuk mendorong mereka guna meningkatkan kualitas dan keunggulan. Untuk para pemasok, RSP memberikan kejelasan terhadap standar yang diharapkan, serta membantu mereka mengidentifikasi langkah-langkah, dan/atau proses bisnis yang diperlukan untuk mencapai perbaikan dari memenuhi tingkat 'Ketentuan Wajib' menjadi 'Baik', dan dari 'Baik' menjadi 'Praktik Terbaik'.

Program Pengembangan Petani Kedelai Hitam

Kami memiliki kebijakan untuk sejauh mungkin membeli bahan mentah dari sumber lokal, dan mematuhi standar pengadaan yang ditetapkan di *Responsible Sourcing Policy, Good Agricultural Practice Guidelines* dan *Unilever Sustainable Agriculture Code* (USAC). USAC adalah metode verifikasi independen yang memberikan panduan kepada petani tentang penerapan praktik pertanian berkelanjutan. Kebijakan ini selaras dengan komitmen Perseroan terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) no 1 (Penghapusan Kemiskinan) dan 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggungjawab).

The RBPP covers the business reasons for employing a business partner (BP), as well as potential commercial opportunities, as well as a risk assessment, due diligence on the BP and its owners/directors, reviewing and approvals, contracting (which includes anti-bribery terms) and ongoing monitoring and renewals.

More details on the RSP and RBPP can be found on our website at www.unilever.co.id/investor-relations under the Corporate Governance Manual section.

SUPPLIERS' CONTINUOUS IMPROVEMENT

The RSP also commits the Company to work with suppliers to continuously improve their capacity. We recognise that achieving the level of best practice takes time, and we therefore share our knowledge and provide guidance to suppliers to help them reach the expected level. From time to time we organise supplier events, where we can engage with the suppliers to drive quality and excellence. For our suppliers, the RSP provides clarity on the expected standards, and the steps and/or business processes they need to progress from 'Mandatory Requirement' to 'Good', and from 'Good' to 'Best Practice'.

Black Soybean Smallholder Development Programme

Our policy is to purchase raw materials from local sources wherever possible and adhere to the procurement standards set out in the Responsible Sourcing Policy, Good Agricultural Practice Guidelines and the Unilever Sustainable Agriculture Code (USAC). The USAC is an independent verification method that provides guidance to farmers on the application of sustainable agricultural practices. This policy is aligned with the Company's commitment to Sustainable Development Goals 1 (No Poverty) and 12 (Responsible Consumption and Production).

Kami terus bekerjasama dengan petani kedelai hitam yang memproduksi bahan utama kecap Bango, guna memenuhi target kami untuk memasok 100% kedelai hitam kami dari sumber yang berkelanjutan pada tahun 2020. Fokus utama kami di 2017 adalah meningkatkan kepatuhan para petani terhadap USAC dan mempersiapkan sertifikasi USAC, dengan bekerjasama dengan koperasi dan pemangku kepentingan lain. Sepanjang tahun, tim melakukan kunjungan lapangan secara teratur untuk memantau area penanaman, dibantu oleh para ahli dari Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Sebagai hasilnya, mitra koperasi kami telah menerima sertifikasi USAC untuk seluruh kedelai hitam yang dipasok ke Unilever. Kami juga melibatkan sekitar 2.000 petani kecil dalam Pelatihan Pelatih (ToT) USAC sehingga mereka dapat membantu menyebarluaskannya kepada rekan-rekan mereka. Hingga akhir tahun 2017, program ini telah mencapai 10.500 petani kecil, termasuk 1.000 petani perempuan di tahun 2017, di lebih dari 20 kabupaten di Yogyakarta, Jawa Tengah dan Jawa Timur.

We continued to work with the black soybean farmers who produce the key ingredient of our Bango soy sauce to meet our target of sourcing 100% of our black soybeans from sustainable sources in 2020. The main focus of the work in 2017, in partnership with our cooperative partners and other stakeholders, was to improve compliance with the USAC and prepare for USAC certification. During the year, the team made regular field visits to monitor the planting areas, assisted by experts from the Agriculture Faculty at Gadjah Mada University in Yogyakarta. As a result, the cooperatives received USAC certification for all the black soybeans supplied to Unilever. We also engaged around 2,000 smallholders in Trainings of Trainers on the USAC so they can help to disseminate it more widely. As of the end of 2017, the programme had reached 10,500 smallholders, including 1,000 women farmers in 2017, across more than 20 districts in Yogyakarta, Central Java and East Java.

Gula Kelapa

Kami memasok gula kelapa, yang merupakan salah satu bahan baku utama kami, dari sekitar 25.000 petani kecil di berbagai daerah di Indonesia. Para petani ini adalah bagian penting dari rantai pasokan kami, dan dalam beberapa tahun terakhir ini, kami memprakarsai beberapa proyek untuk memasyarakatkan praktik pertanian secara berkelanjutan yang akan meningkatkan kehidupan dan kesejahteraan mereka.

Unilever menandatangani Nota Kesepahaman dengan Balai Penelitian Tanaman Palma (Balit Palma) di 2016 untuk program penelitian dan pengembangan varietas pohon kelapa di Indonesia. Tujuannya adalah untuk berbagi pengetahuan dan memahami bagaimana varietas pohon kelapa lokal dapat menguntungkan petani. Melalui kerja sama ini, kami berharap dapat mendukung peremajaan pohon kelapa yang sudah tua dan meningkatkan pendapatan petani dengan memperkenalkan inovasi baru di tingkat lapangan.

Sepanjang tahun, kami memberikan pelatihan untuk 300 petani di Lampung, Palu, Makassar, Pontianak dan Sumenep dalam rangka meningkatkan kualitas gula kelapa. Semakin tinggi kualitas gula kelapa, maka makin tinggi pulalah harganya di pasaran, yang pada akhirnya akan memberikan pendapatan yang lebih tinggi bagi petani dan membuat mereka dapat meningkatkan volume pasokan mereka ke Unilever. Ini adalah investasi jangka panjang yang kami harapkan dapat dilaksanakan dalam beberapa tahun ke depan.

Pada tahun 2018, Unilever akan terus memanfaatkan seluruh kemitraan yang telah dikembangkan sejauh ini dan akan mempertimbangkan untuk memperluas berbagai kegiatan yang telah dilakukan dalam rangka memberikan inovasi dan terus mendukung mata pencaharian petani.

Coconut Sugar

We source coconut sugar, one of our key ingredients, from approximately 25,000 smallholder farmers in various parts of Indonesia. They are an important link in our supply chain, and in recent years we have been carrying out a number of initiatives with the farmers to promote sustainable agriculture and make a positive impact on their lives and wellbeing.

Unilever signed an MOU with Balai Penelitian Tanaman Palma (Balit Palma) in 2016 for a research and development programme on coconut tree varieties in Indonesia. The objective is to share knowledge and understand how local coconut tree varieties can benefit farmers. Through this cooperation, we expect to support the rejuvenation of old coconut trees and improve the incomes of the farmers who are introducing innovations at field level.

During the year we provided training for 300 farmers in Lampung, Palu, Makassar, Pontianak and Sumenep in order to improve coconut sugar quality. The higher quality coconut sugar will fetch higher market prices, which will deliver higher incomes for the farmers and allow them to increase their supply volume to Unilever. This is a long-term investment that we expect to implement over several years.

In 2018, Unilever will continue to leverage all the partnership developed so far and will look to diversify its actions in order to provide innovations and continue to support the livelihood of the farmers.

SERTIFIKASI LINGKUNGAN

Seluruh pabrik Unilever Indonesia telah bersertifikat ISO 14001 untuk Sistem Manajemen Lingkungan. Seluruh pabrik kami di Cikarang mencapai Peringkat BIRU yaitu peringkat ke-3 tertinggi pada sistem peringkat PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup untuk pengelolaan lingkungan. Sementara itu pabrik kami di Rungkut mencapai Peringkat BIRU (peringkat ke-3 tertinggi). Penghargaan ini menunjukkan bahwa pabrik-pabrik kami telah memenuhi semua peraturan dan standar lingkungan yang berlaku. Tiga dari pabrik kami juga telah meraih penghargaan Emas untuk *Leadership in Energy and Environmental Design* (LEED), yaitu sebuah sertifikasi bertaraf global untuk bangunan ramah lingkungan.

Berkaitan dengan pasokan bahan baku, Unilever berkolaborasi dengan para pemasok untuk mendapatkan sertifikasi semua pasokan teh. Untuk minyak kelapa sawit, kami telah menetapkan target untuk memastikan bahwa 100% minyak sawit kami disertifikasi secara fisik (RSPO *Mass Balance, Segregated* atau setara) pada tahun 2019.

ENVIRONMENTAL CERTIFICATION

All Unilever Indonesia's factories are certified to ISO 14001 standard for Environmental Management Systems. In addition, all our factories in Cikarang have achieved the BLUE (3rd highest) rating in the Ministry of Environment and Forestry's PROPER rating system for environmental management, while our Rungkut factories have been awarded the BLUE (3rd highest) rating, indicating that they have fulfilled all applicable environmental regulations and standards. Three of our factories have achieved the Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) Gold standard, a globally recognized standard for sustainable buildings.

With regard to sourcing, Unilever is collaborating with suppliers to ensure that all our tea supply is certified. On palm oil, we have set a target of ensuring that 100% of our palm oil is physically certified (RSPO Mass Balance, Segregated, or equivalent) by 2019.

MEKANISME PENGADUAN MENGENAI LINGKUNGAN

Anggota masyarakat yang ingin menyampaikan keluhan atau laporan tentang tindakan Unilever Indonesia maupun para pemasoknya yang berpotensi merusak lingkungan, dapat disampaikan melalui saluran telepon atau situs web Prinsip Bisnis Perseroan. Seluruh laporan yang masuk diterima dan dikaji oleh tim Business Integrity dan jika perlu dapat dieskalasi ke komite Business Integrity untuk tindakan lebih lanjut.

ENVIRONMENTAL COMPLAINTS MECHANISM

Any party who has a complaint or wishes to report an action taken by Unilever Indonesia or any of our vendors that could be detrimental to the environment can report this through the Company's CoBP phone hotline or web hotline. The Business Integrity team receives and assesses all incoming reports, and escalates them to the Business Integrity committee for further action where appropriate.

Tanggung Jawab Terhadap Masyarakat dan Komunitas

SOCIAL RESPONSIBILITY TO SOCIETY AND COMMUNITIES

PENYERAPAN TENAGA KERJA LOKAL

Unilever Indonesia berkomitmen untuk mempekerjakan karyawan berkualitas tinggi. Kami juga berkomitmen terhadap keberagaman, dan memberikan kesempatan yang setara bagi setiap orang. Meskipun kami tidak memiliki kebijakan khusus terkait perekrutan warga setempat, kami memiliki komitmen untuk bertumbuh bersama masyarakat di sekitar lokasi kerja kami. Sejauh mungkin, kami berusaha menyerap tenaga kerja dari komunitas lokal ini. Meskipun demikian, dalam kebijakan rekrutmen kami, terutama untuk manajemen senior, perekrutan tetap berdasarkan pada kualifikasi dan kemampuan masing-masing calon karyawan.

LOCAL EMPLOYMENT

When recruiting, we set out to hire the best talent available; we are also committed to diversity in our workforce, and ensuring equal opportunities for all. While we have no specific policy regarding local hiring, we have a commitment to grow with the local communities where we work, and we strive to hire from these communities. Ultimately, however, our recruitment policy, particularly for senior management, is to engage people on the basis of their qualifications and personal abilities.

MEMBERDAYAKAN MASYARAKAT UNTUK HIDUP YANG BERKELANJUTAN

Melalui program kesehatan dan kesejahteraan, peningkatan mata pencaharian dan pemberdayaan perempuan, kami memanfaatkan rangkaian *brand* kami, tidak hanya untuk tujuan bisnis, tetapi juga untuk mencapai agenda sosial dan lingkungan kami, yang bertujuan utama membangun masyarakat yang berkelanjutan dan tangguh.

EMPOWERING COMMUNITIES FOR SUSTAINABLE LIVING

Through our programmes on health and wellbeing, enhancing livelihoods and empowering women, we are leveraging our brands to deliver not only our business objectives but our social and environmental agenda as well, with the overall goal of building sustainable, resilient communities.

MENINGKATKAN KESEHATAN DAN KESEJAHTERAAN

Kami bekerjasama dengan *brand* kami untuk mendukung *purpose* Perseroan untuk memasyarakatkan kehidupan yang berkelanjutan dengan menyampaikan pesan kesehatan melalui komunikasi *brand* kami kepada berbagai kelompok masyarakat. Program-program kami selaras dengan inisiatif pemerintah untuk meningkatkan kesehatan dan kebersihan masyarakat Indonesia dan berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) No. 2 (Nol Kelaparan), 3 (Kesehatan dan Kesejahteraan yang Baik), dan 6 (Air Bersih dan Sanitasi). Inisiatif yang kami lakukan di tahun 2017 antara lain adalah penyampaian pesan kesehatan dan peningkatan fasilitas sanitasi di masyarakat.

PROGRAM KESEHATAN SEKOLAH

Program Kesehatan Sekolah kami adalah program multi-brand yang dirancang untuk mendukung komitmen global USLP dalam meningkatkan tingkat kesehatan dan kebersihan 1 miliar orang pada tahun 2020. Di Indonesia, pada tahun 2017, kami menjangkau sebanyak 2.206.944 anak Indonesia untuk mengedukasi pentingnya menerapkan tujuh perilaku sehat dan bersih secara terpadu– mencuci tangan dengan sabun, makan makanan yang seimbang dan bergizi, minum air bersih, menyikat gigi pagi dan malam, menjaga kebersihan toilet, mengelola sampah dengan benar, dan memberantas nyamuk. Pesan-pesan kesehatan dan kebersihan tersebut mencerminkan pesan-pesan utama dari beragam *brand* kami. Program ini juga memberdayakan 81.475 duta program dan melibatkan 9.079 sekolah.

IMPROVING HEALTH AND WELLBEING

We work together with our brands to support the Company's purpose of making sustainable living commonplace by activating each brand's health message in diverse community groups. Our programmes are aligned with the government's initiatives to improve health and hygiene in Indonesian communities to contribute to the achievement of Sustainable Development Goals 2 (Zero Hunger), 3 (Good Health and Wellbeing), and 6 (Clean Water and Sanitation). The initiatives carried out in 2017 include health promotion and the improvement of sanitation facilities in communities.

SCHOOL HEALTH PROGRAMME

Our School Health Programme is a multi-brand programme platform designed to support our global USLP commitment to improve the health and hygiene status of 1 billion people by 2020. In Indonesia, in 2017, we reached 2,206,944 Indonesian students with education on the importance of practicing seven integrated healthy and hygienic behaviours—handwashing with soap, eating a balanced and nutritious diet, safe drinking water, tooth brushing day and night, keeping toilets and surfaces hygienic, practicing waste management, and mosquito eradication—which reflect the key messages of our Unilever brands. The Programme has also empowered 81,475 programme ambassadors and involved 9,079 schools .

SEKELOMPOK PEREMPUAN ANGGOTA BANK SAMPAH DI MAGELANG, JAWA TENGAH MEMANFAATKAN SAMPAH KEMASAN MENJADI PRODUK KERAJINAN TANGAN.

A GROUP OF FEMALE MEMBERS OF THE GARBAGE BANK IN MAGELANG, CENTRAL JAVA USE PACKAGING WASTE TO MAKE HANDICRAFT PRODUCTS.

Program ini didukung oleh kemitraan yang erat dengan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia pada tingkat nasional dan daerah. Program ini juga melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam WASH (Water, Sanitation & Hygiene) dan Lembaga-lembaga internasional yang bergerak dalam sektor WASH. Kolaborasi yang erat ini dapat terjadi dengan bantuan LSM lokal sebagai mitra program ini.

Bintang Beasiswa Fair and Lovely

Dalam mendukung komitmen USLP untuk memberdayakan 5 juta perempuan di seluruh dunia, Fair and Lovely Indonesia meluncurkan program beasiswa di 2017 untuk mendukung perempuan Indonesia melanjutkan pendidikan mereka ke tingkat universitas. Pada tahun pertama, program ini memberikan paket beasiswa kepada 50 siswa perempuan. Untuk memastikan bahwa penerima manfaat program mendapatkan hasil maksimal dari pendidikan mereka, program ini mencakup pemberian dukungan tunai dan pengembangan kapasitas terkait berbagai keterampilan hidup selama mereka berada di universitas. Kami juga menggerakkan karyawan Unilever untuk menjadi pembimbing bagi ke-50 siswi penerima program tersebut. Bimbingan ini akan berperan penting dalam memastikan kesiapan mereka untuk memasuki dunia kerja.

Proyek Kepercayaan Diri Dove

Kepercayaan diri adalah komponen penting, baik untuk kesehatan mental maupun fisik. Melalui Proyek Kepercayaan Diri Dove, kami telah memberdayakan 20 juta remaja di seluruh dunia dengan meningkatkan rasa percaya diri mereka. Pada tahun 2017, proyek ini menjangkau 10.313 pelajar Indonesia untuk mengedukasi mereka tentang bagaimana menjadi lebih percaya diri sehingga memiliki penghargaan terhadap diri sendiri. Secara keseluruhan, proyek ini telah memberdayakan 137.874 siswa di 267 sekolah.

This Programme is implemented in coordination with Indonesia's Ministry of Health and Ministry of Education & Culture, both at national and city/district level. It is also linked with the multi-stakeholder Water, Sanitation and Hygiene (WASH) interest group and related international agencies within the WASH sector. This collaboration has been made possible with the support of local NGOs as the programme partners.

Fair and Lovely Bintang Beasiswa (Star Scholarships)

In support of the USLP commitment to empower 5 million women globally, Fair and Lovely Indonesia launched a scholarship programme in 2017 to support Indonesian women to continue their education to university level. In its first year, the programme distributed scholarship packages to 50 female students. To ensure that the programme beneficiaries get the most out of their education, the programme includes both cash support and capacity building on various life skills during their time at university. We have also engaged Unilever employees to serve as mentors for the 50 programme beneficiaries. The mentorship will play an instrumental role in ensuring their preparedness to enter the professional world.

Dove Self-Esteem Project

Self-esteem is an important component of both mental and physical health. Through the Dove Self-Esteem Project, we have empowered 20 million teens globally since 2005 by improving their self-esteem. In 2017, the project educated 10,313 Indonesian students with education on how to be more confident and thus develop good self-esteem. Overall, the Project has empowered 137,874 students in 267 schools.

KOMITMEN PEPSODENT UNTUK MELINDUNGI SENYUM INDONESIA DIWUJUDKAN MELALUI DUKUNGAN PADA KESEHATAN GIGI DAN MULUT MASYARAKAT INDONESIA. DALAM PERJALANANNYA, PEPSODENT TELAH MELAKUKAN BERBAGAI PROGRAM EDUKASI DAN PERAWATAN GIGI KEPADA LEBIH DARI 13,8 JUTA MASYARAKAT INDONESIA.

PEPSODENT'S COMMITMENT TO PROTECT INDONESIA'S SMILES IS MANIFESTED THROUGH ITS SUPPORT FOR THE DENTAL HEALTH OF INDONESIANS. PEPSODENT HAS CONDUCTED VARIOUS EDUCATIONAL AND DENTAL PROGRAMMES FOR MORE THAN 13.8 MILLION INDONESIANS.

BEKERJASAMA DENGAN INSTITUSI PROFESIONAL

Untuk memastikan bahwa tujuan-tujuan mulia dari *brand* kami tersampaikan secara efektif kepada komunitas yang dituju, penting bagi kami untuk mendapatkan dukungan dari para profesional. Karena itu kami terus terlibat dan berkolaborasi dengan para pemangku kepentingan di komunitas medis, terutama dokter gigi, untuk mendapatkan kredibilitas yang lebih baik bagi *brand* kami dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Sejumlah kolaborasi kami dengan lembaga profesional pada tahun 2017 dirangkum di bawah ini.

Hari Kesehatan Gigi Sedunia

Kemitraan resmi Unilever dengan FDI (World Dental Federation) diwujudkan dengan memperingati Hari Kesehatan Gigi Sedunia setiap tahunnya untuk mendorong masyarakat menanamkan kebiasaan baik untuk menjaga kebersihan gigi di Indonesia, kami bekerja sama dengan Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI), Sekolah Perawat Gigi dan berbagai LSM lokal untuk memperingati Hari Kesehatan Gigi Sedunia 2017. Kegiatan dilakukan melalui 98 cabang PDGI setempat untuk menunjukkan bagaimana kesehatan gigi dan mulut merupakan aspek penting dan tidak terpisahkan dari kesehatan umum. Kami melatih guru dan 'dokter gigi kecil' sebagai sukarelawan kesehatan, memberikan pemeriksaan gigi gratis, menyelenggarakan acara menyikat gigi masal agar masyarakat menerapkan menyikat gigi pada pagi dan malam, serta menyaksikan kampanye baru Pepsodent, Little Brush Big Brush.

Bulan Kesehatan Gigi Nasional

Pepsodent, bersama dengan Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI) dan Asosiasi Fakultas Kedokteran Gigi (AFDOKGI), telah berkomitmen untuk membantu meningkatkan pelayanan kesehatan gigi di Indonesia melalui Bulan Kesehatan Gigi Nasional (BKGN). Sejak tahun 2010, kami telah berpartisipasi dalam acara yang diselenggarakan setiap tanggal 12 September selama 3 bulan ini. Selain edukasi mengenai kesehatan gigi dan pemeriksaan gigi gratis, BKGN juga menyediakan perawatan gigi gratis dalam bentuk tambal gigi, cabut gigi, pembersihan karang gigi, atau *topical fluoride/fissure sealent*. Antara tahun 2010 dan 2017, kegiatan BKGN telah dilaksanakan di 22 fakultas kedokteran gigi dan 35 cabang PDGI lokal, dan melayani lebih dari 250.000 pasien.

WORKING WITH PROFESSIONAL INSTITUTIONS

To ensure that our 'brands with purpose' strategy is delivered effectively to the target communities, it is important to get professional endorsement. We have therefore continued to engage and collaborate with key stakeholders in the medical community, particularly dentists, to achieve greater credibility for our brands and increase people's trust in them. A number of our collaborations with professional institutions in 2017 are summarized below.

World Oral Health Day

Unilever's official partnership with the FDI (World Dental Federation) is embodied through our celebration of World Oral Health Day (WOHD) every year to encourage people to adopt good oral hygiene habits. In Indonesia, we worked with the Indonesian Dental Association (PDGI), the School of Dental Nurses and various local NGOs to celebrate WOHD 2017. Activities were carried out through 98 local PDGI branches to show how oral health is an important and integral aspect of general health. We trained teachers and 'little dentists' as health volunteers, provided free dental check-ups, organised a mass toothbrushing event to support the 21 days brushing day and night initiative, and watched Pepsodent's new campaign, Little Brush Big Brush.

National Oral Health Month

Pepsodent, together with the Indonesian Dental Association (PDGI) and the Association of Dentistry Faculties (AFDOKGI), has made a commitment to help improve dental health services in Indonesia through National Oral Health Month (NOHM). We have been involved in this annual event, which occurs every 12th September for 3 months, since 2010. Besides dental health education and free dental check-ups, NOHM offers free dental treatment, in the form of filling, extraction, scaling or topical fluoride/fissure sealent. Between 2010 and 2017, NOHM activities have been conducted in 22 dental schools and 35 local PDGI branches, reaching more than 250,000 patients.

Kongres, Simposium dan Webinar

Untuk memperkuat kredibilitas serta mempererat hubungan kami dengan para profesional, Pepsodent dan Lifebuoy mendukung sejumlah kegiatan ilmiah. Pepsodent mendukung 11 kongres dental terkemuka pada tahun 2017, termasuk diantaranya Pepsodent Scientific Awards, pameran gigi dan mulut, serta pertemuan dan seminar untuk para dokter gigi. Lifebuoy, bersama dengan Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia (PERSI), melakukan sejumlah diskusi kelompok pada 2017 tentang penggunaan obat secara rasional. Topik ini terkait dengan kampanye Lifebuoy yang menyampaikan pesan bahwa mencuci tangan pakai sabun dapat menjadi langkah pencegahan untuk membantu mengurangi kebutuhan akan antibiotik. Pesan ini pun sejalan dengan kampanye Kementerian Kesehatan terkait topik yang sama. Di 2018, kami akan terus memasyarakatkan pesan kesehatan cuci tangan memakai sabun bekerjasama dengan penyedia layanan kesehatan melalui sejumlah simposium dan webinar.

Congress, Symposium and Webinar

To strengthen both the credibility of our activities and our relationships with the professional sector, Pepsodent and Lifebuoy support a number of scientific activities. Pepsodent supported 11 prominent dental congresses in 2017, as well as the Pepsodent Scientific Awards, dental expos, dentists' gatherings and seminars. Lifebuoy, together with the All-Indonesia Hospitals Association (PERSI), conducted a number of focus group discussions in 2017 about the Rational Use of Medicine. This is linked to Lifebuoy's campaign to promote handwashing with soap as an important preventive intervention that can help to reduce the need for antibiotics. This is aligned with the Ministry of Heath campaigns on the same topic. In 2018 we will continue to promote handwashing with soap together with health providers through a number of symposiums and webinars.

KOMUNITAS SEHAT

Program untuk Para Ibu

Salah satu strategi dari 'brand with purpose 'adalah membantu memasyarakatkan kesehatan dan kebersihan bagi para ibu. Pada tahun 2016, melalui Lifebuoy, kami mulai bermitra dan memberdayakan ribuan agen perubahan masyarakat yang bekerja melalui Organisasi Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK), untuk mendidik ibu dari anak-anak balita tentang pentingnya mencuci tangan memakai sabun. Pada tahun 2017, kami mulai menyampaikan pesan yang lebih terpadu yang berfokus pada tujuh perilaku bersih dan sehat seperti telah dijelaskan sebelumnya. Kami memberdayakan relawan PKK dengan melatih mereka sebagai pelatih untuk kemudian dapat menyebarluaskan pesan ini lebih lanjut kepada para ibu lainnya di posyandu setempat dan area sekitarnya. Hingga 2017, program ini telah menjangkau lebih dari 1.350.000 ibu di seluruh Indonesia.

HEALTHY COMMUNITIES

Mothers' Programme

Unilever's 'brands with purpose' strategy is helping to promote health and hygiene to mothers. In 2016, through Lifebuoy, we set out to partner with and empower thousands of community change agents working through the Family Empowerment and Welfare organisation (PKK), to educate mothers of children under five of the importance of handwashing with soap. In 2017, we began to promote a more integrated message, focusing on the seven healthy and hygienic behaviours above. We are empowering the PKK volunteers by training them as trainers and peer-to-peer educators who can work with mothers in their local health centers and surrounding areas. As of 2017, the programme has reached more than 1,350,000 mothers across Indonesia .

Royco Force for Good

Royco meluncurkan misi sosialnya yang pertama di tahun 2017 melalui program Force for Good atau 'Yuk Nyayur Yuk' di kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Untuk remaja perempuan, asupan harian sayuran yang cukup sangat penting untuk menghindari sejumlah masalah kesehatan seperti anemia. Dalam kemitraan dengan LSM lokal, Persada, dan layanan kesehatan setempat, kami memberikan edukasi kepada para gadis remaja dan ibu mereka tentang cara mengikutsertakan sayuran ke dalam masakan sehari-hari mereka. Pada tahun 2017, program ini menjangkau lebih dari 15.000 remaja perempuan dan ibu-ibu. Pesan tersebut selaras dengan Gerakan Masyarakat Sehat (Gerakan Masyarakat Sehat, atau GERMAS), yang mempromosikan konsumsi sayuran dan buah yang cukup.

Royco Force for Good

Our Royco brand launched its first social mission in 2017 through the Force for Good or 'Yuk Nyayur Yuk' programme in Purworejo district, Central Java. For teenage girls, an adequate daily intake of vegetables is vital to avoid a number of health issues such as anemia. In partnership with a local NGO, Persada, and the local health services, we are educating teenage girls and their mothers on how to incorporate vegetables in their daily diet. In 2017 the programme reached more than 15,000 teenage girls and mothers. The messages are aligned with the government's Healthy Society Movement (Gerakan Masyarakat Sehat, or GERMAS), which promotes the adequte consumption of vegetables and fruit.

Kampanye Aksi Anti Kuman Wipol

Di 2017, Wipol mempromosikan pesan kesehatannya melalui Aksi Anti Kuman, yaitu sebuah program yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan keluarga melalui pendidikan tentang perilaku sehat dan bersih dalam rumah tangga. Kampanye ini berfokus pada pentingnya menghilangkan kuman di tiga area di rumah pada lima momen penting. Pesan kesehatan ini terutama ditargetkan kepada para ibu, yang biasanya berperan penting menjaga keluarga tetap sehat dengan menjaga kebersihan rumah dan lingkungan mereka. Kampanye

Wipol Anti Germ Action Campaign (Aksi Anti Kuman Wipol)

In 2017, Wipol promoted its brand message through the Anti-Germ Action, a programme aimed at improving the health and wellbeing of families through education on healthy and hygienic behaviours in the household, The campaign focuses on the importance of disinfecting in three areas of the house at five important moments, and the communication is directed mainly at mothers, who typically assume the crucial role of keeping the family healthy by keeping their homes and surroundings clean. Supported by four NGOs, the campaign has empowered more than

yang didukung oleh empat LSM ini telah memberdayakan lebih dari 2.000 agen perubahan dalam komunitas yang kemudian melakukan edukasi kepada rekan-rekannya sehingga menjangkau sekitar 54.982 ibu di 16 kota di Indonesia.

Pasar Sehat Berdaya

Bertumbuhnya Unilever di Indonesia selama bertahun-tahun adalah juga berkat dukungan para pedagang di pasar tradisional di seluruh penjuru negeri. Kendati pasar ritel modern terus bertumbuh, pasar tradisional masih merupakan sarana belanja penting bagi jutaan konsumen. Oleh karena itu, kami berupaya untuk meningkatkan kinerja dan keunggulan kompetitif pasar tradisional melalui program Pasar Sehat Berdaya. Melalui Yayasan Unilever Indonesia, kami mendorong pertumbuhan bisnis di pasar tradisional dengan menciptakan lingkungan yang lebih aman dan nyaman melalui kampanye perilaku hidup bersih dan sehat diantara para pemangku kepentingan pasar, meningkatkan fasilitas sanitasi, dan mendorong pemberdayaan ekonomi para anggota komunitas pasar. Pada tahun 2017, dengan didukung oleh lima LSM setempat dan melalui kemitraan dengan para pemangku kepentingan pasar, layanan kesehatan setempat, dan sukarelawan dari pos kesehatan setempat (Posyandu), program ini telah memberdayakan 27 pasar tradisional di lima kota untuk ditransformasi menjadi pasar yang lebih sehat dan bersih. Program ini juga mendukung agenda revitalisasi pasar tradisional dari pemerintah.

Pembersihan Masjid

Beragam *brand* Home Care Unilever merayakan bulan Ramadan melalui program Bersih-Bersih 1001 Masjid. Yayasan Unilever Indonesia mendukung program ini dengan melibatkan dan menjalin kemitraan dengan Dewan Masjid Indonesia. Melalui kemitraan ini, program dapat menjangkau 1.011 masjid di 33 kota di 11 provinsi. Lebih dari 45.000 relawan bergabung dalam program, dan konferensi pers yang diselenggarakan di empat kota menghasilkan pemberitaan positif dengan nilai setara 21,3 miliar Rupiah.

MENINGKATKAN KUALITAS PENGHIDUPAN

PROGRAM PENGEMBANGAN PETANI KECIL KEDELAI HITAM

Program pemberdayaan petani kedelai hitam (rincian progam ini dapat dilihat pada bagian 'Memasok secara Berkelanjutan' telah membantu meningkatkan mata pencaharian 10.500 petani kecil di lebih dari 20 kabupaten di Jawa dengan membantu mereka mengembangkan keterampilan dan meningkatkan penghasilan. Di 2017, sebanyak 1.051 petani perempuan telah terlibat dalam program ini, dan jumlah ini akan terus kami kembangkan di masa mendatang.

PROGRAM PENGEMBANGAN KOPERASI

Petani koperasi memegang peranan penting di rantai nilai kami dan berada di garis depan dalam pengimplementasian prakarsa kami dalam hal *sustainable sourcing*. Agar efektif, mereka harus dapat memastikan bahwa produk yang dipasok ke Unilever diproduksi secara berkelanjutan, dengan menerapkan mekanisme untuk menelusuri asal-usul bahan baku.

Dengan semakin besar dan semakin kompleksnya koperasi, sering kali semakin banyak pula tantangan yang mereka hadapi. Oleh karena itu, kami memperkenalkan Program Pengembangan Koperasi pada tahun 2016 untuk membantu koperasi meningkatkan kapabilitas mereka. Sejumlah 6 (enam) koperasi berpartisipasi

2,000 community agents who conducted peer-to-peer education to 54,982 mothers in 16 cities in Indonesia.

Healthy Smart Markets

Unilever's growth in Indonesia has been supported over the years by our retailer customers in the traditional markets all over the country. Despite the growth of modern retail, these are still important outlets for millions of consumers, and we are therefore working to enhance their performance and competitive advantage through the Healthy Smart Market programme. Through the Unilever Indonesia Foundation, we are supporting a number of interventions to enhance business growth, create a safer and more convenient environment in the markets by promoting healthy behaviours among the market stakeholders, improve sanitation facilities and drive the economic empowerment of the members of the market community. In 2017, supported by five local NGOs and in partnership with the local market stakeholders, local health services, and volunteers from the local health post (posyandu), the programme has empowered 27 traditional markets in five cities to undergo a transformation into healthy, hygienic markets. This programme supports the government's traditional market revitalization agenda.

Mosque Cleaning

Unilever's homecare brands celebrated the month of Ramadhan with the Bersih-Bersih 1001 Masjid (1001 Mosque Cleaning) programme. The Unilever Indonesia Foundation supported the programme by engaging and forging partnerships with the Indonesian Mosque Council, enabling the programme to reach 1,011 mosques in 33 cities across 11 provinces. More than 45,000 volunteers joined in the programme, and press conferences in four cities resulted in a PR value of Rp21.3 billion.

ENHANCING LIVELIHOODS

BLACK SOYBEAN (BSB) SMALLHOLDER DEVELOPMENT PROGRAMME

The black soybean farmers development programme (see Sustainable Sourcing, above) has helped to enhance the livelihoods of 10,500 smallholders across more than 20 districts in Java by helping them to develop skills and secure a sustainable income. In 2017, a total of 1,051 women farmers were involved in this programme, and we aim to expand the inclusion of women farmers in future.

COOPERATIVE DEVELOPMENT PROGRAMME

Cooperative farmers are key intermediaries in our value chain and are on the frontline of implementing sustainable sourcing initiatives. To do this effectively, they have to be able to ensure that the products supplied to Unilever are produced sustainably, by initiating traceability mechanisms.

As they grow larger and more complex, cooperatives often find it increasingly challenging to run their businesses. We therefore introduced the Cooperative Development Programme in 2016 to help build their capabilities. Six cooperatives participated in the one-week programme , which gave them exposure to various

dalam program selama satu minggu penuh, dengan materi meliputi beragam topik, termasuk pelaporan keuangan, kewirausahaan sosial dan pengembangan organisasi. Koperasi yang ikut dalam program ini diberi tugas untuk mengembangkan rencana bisnis, tidak hanya untuk bisnis kedelai hitam tetapi juga untuk memperluas portofolio mereka. Pada 2017, kami juga menyediakan dukungan di lokasi operasional koperasi untuk membantu mereka meningkatkan kinerja dan administrasi operasional mereka.

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN

PROGRAM PEMBERDAYAAN PEREMPUAN

Saraswati, program yang digagas oleh Yayasan Unilever Indonesia untuk memberdayakan petani perempuan, menawarkan berbagai pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam menyampaikan pendapat, mengembangkan pola pikir kewirausahaan, dan membekali mereka dengan berbagai keterampilan. Dengan bekal keterampilan ini, peluangpun akan terbuka bagi mereka untuk berkarya di luar peran domestik rumah tangga sehingga bisa mendapatkan penghasilan tambahan untuk keluarga. Pada 2017, kami memberikan bantuan secara intensif untuk 31 grup perempuan dengan total sekitar 1.300 anggota aktif. Para perempuan tersebut menjalankan berbagai usaha gabungan, termasuk 10 toko 'Warung Unilever' dan 5 (lima) lembaga keuangan mikro perempuan. Di antara mereka, kelompok-kelompok perempuan juga telah membentuk 15 bank sampah sejak menerima pelatihan tentang pengelolaan sampah.

MEMERANGI KORUPSI

Kebijakan Anti-Korupsi Perseroan merupakan bagian tidak terpisahkan dari Pedoman Prinsip Bisnis (CoBP). Kebijakan ini mencakup berbagai topik seperti konflik kepentingan; anti-suap; aturan terkait pemberian hadiah dan keramahtamahan; penyimpanan catatan yang akurat, pelaporan dan akuntansi; perlindungan aset fisik, keuangan serta kekayaan intelektual Perseroan; dan anti pencucian uang. Untuk masing-masing topik ini, Prinsip Bisnis menetapkan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh karyawan demi menegakkan integritas. Rincian upaya Perseroan dalam menghindari korupsi dapat ditemukan dalam Kode dan Kebijakan Prinsip Bisnis di bawah www.unilever.co.id/investor-relations/.

Pelatihan daring mengenai anti-suap adalah salah satu dari 6 (enam) modul daring yang wajib diikuti oleh seluruh karyawan di 2017. Kami juga menyelenggarakan lokakarya internal untuk meningkatkan pemahaman karyawan mengenai anti-suap, anti-korupsi, hadiah dan keramahtamahan. Pesan anti-suap juga disampaikan melalui berbagai saluran dan acara lain, termasuk pertemuan dengan para vendor/pemasok dan mengirimkan e-mail tentang hadiah dan keramahtamahan kepada semua mitra bisnis selama periode hari raya. Tim kami juga berpartisipasi pada forum eksternal yang membahas masalah korupsi, baik sebagai peserta maupun narasumber, antara lain Business Integrity Forum yang diselenggarakan oleh Alliance for Integrity.

Rincian lebih lanjut tentang inisiatif yang dilaksanakan Perseroan dalam memperkuat nilai-nilai perusahaan dan kepatuhan CoBP dapat dilihat di bagian 'Good Corporate Governance' pada halaman 226 dari Laporan Tahunan ini.

topics, including financial reporting, social entrepreneurship and organisational development. Through the programme, the cooperatives were tasked with developing a business plan, not only for the black soybean business but also to expand their portfolios. In 2017, we also provided on-site support for the cooperatives to help them improve their operational performance and administration.

WOMEN'S EMPOWERMENT

WOMEN'S EMPOWERMENT PROGRAMME

Saraswati, the Unilever Indonesia Foundation's women's empowerment programme for women farmers, offers a broad range of education and training to give women the confidence to speak out, to develop an entrepreneurial mindset, and to empower them with various skills that give them the opportunity to realise their potential beyond their domestic role and earn additional income for the family. In 2017, we provided intensive assistance for 31 women's groups with a total of around 1,300 active members. The women are operating various joint enterprises, including 10 'Warung Unilever' shops and five women's microfinance institutions. Between them, the women's groups have also established 15 waste banks since receiving training on waste management.

COUNTERING CORRUPTION

Our Company policy on anti-corruption is an integral part of our Code of Business Practice (CoBP). It covers conflicts of interest; anti-bribery; gifts and hospitality; keeping accurate records, reporting and accounting; protecting the Company's physical and financial assets and intellectual property; and anti-money laundering. Under each topic, the Code shows clearly what employees must and must not do in order to act with integrity. The actions the Company takes to prevent corruption are explained in the CoBP and Code Policies, which can be found at www.unilever.co.id/investor-relations/.

Anti-bribery online learning was one of six mandatory online learnings in 2017 which were compulsory for all employees. We also held an anti-bribery and anti-corruption internal workshop for employees to raise awareness, as well as sessions on gifts and hospitality. The anti-bribery message was also delivered through various other channels and occasions, including vendor/supplier gatherings and email blasts on gifts and hospitality to all business partners in the approach to festive seasons. Our team also attended external events, in some cases as resource persons, that were relevant to corruption, including the Business Integrity Forum organized by Alliance for Integrity.

More details about the initiatives taken to strengthen corporate values and CoBP compliance can be seen in the 'Good Corporate Governance' section on page 226 of this Annual Report.

Tanggung Jawab Sosial Untuk Keselamatan dan Kesehatan Kerja

SOCIAL RESPONSIBILITY FOR OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA

Kesehatan dan keselamatan kerja merupakan prioritas tertinggi di seluruh organisasi kami. Secara konsisten, kami menerapkan aturan keselamatan, kebijakan dan prosedur, baik secara internal maupun dengan para pemasok, kontraktor dan mitra bisnis kami. Kami secara rutin menyampaikan pesan dan mengingatkan seluruh pihak mengenai prinsip-prinsip dan praktek keselamatan melalui berbagai sarana, termasuk pelatihan, latihan, lokakarya, berbagi pengetahuan mengenai keselamatan, keterlibatan dan banyak lagi. Beragam upaya ini diimbangi dengan penerapan konsekuensi bahwa kami akan mengambil tindakan disipliner yang serius jika ditemukan adanya pelanggaran. Oleh karena itu, kami menetapkan 'Golden Rules of safety'/ 'Aturan Utama Keselamatan' dalam Perjanjian Kerja Bersama yang ditandatangani setiap dua tahun antara manajemen dan tenaga kerja sebagai bagian dari komitmen bersama kami untuk melindungi karyawan kami dari bahaya.

Standar kesehatan, keselamatan dan kesejahteraan kami di Unilever Indonesia telah sesuai dengan peraturan yang dikeluarkan oleh Kementerian Tenaga Kerja, Kementerian Kesehatan dan Kementerian Perindustrian, serta standar global Unilever. Di akhir 2017, semua pabrik Home and Personal Care serta pabrik Foods kami telah mendapatkan sertifikasi untuk SMK3 dari Kementerian tenaga Kerja dan standar OHSAS 18001 untuk Keselamatan dan Kesehatan kerja, terkecuali pabrik Savoury kami yang baru dibuka, dimana proses sertifikasi masih berlangsung. Seluruh pabrik Foods kami juga telah mendapatkan sertifikasi HACCP Food Safety Management System/FSSC 22000. Kami menjamin terpenuhinya berbagai peraturan dan standar tersebut dengan melakukan audit kepatuhan internal pada Kesehatan, Keselamatan dan Kesejahteraan serta memasukkannya dalam agenda pembahasan oleh Manajemen.

HEALTH AND SAFETY AT WORK

Health and safety are given the highest priority throughout our organisation. Unilever's safety rules, policies and procedures are applied consistently, both internally and with our business partners, contractors and vendors. Safety principles and practices are communicated to and regularly refreshed among everyone concerned through a wide variety of platforms, including safety training, safety sharing, workshops and other types of engagement. These educative efforts are balanced by consequence management, namely ensuring that any violation of our safety rules is subject to strong disciplinary action. Our 'Golden Rules of Safety' are therefore outlined in the collective Labour Agreement that is signed every two years between management and the labour as part of our joint commitment to protect our employees from harm.

We comply with all health, safety and welfare-related regulations issued by the Ministry of Manpower, the Ministry of Health and the Ministry of Industry, in addition to Unilever's global standards. As of the end of 2017, all our factories and our food factories had obtained the Ministry of Manpower's SMK3 (health and safety management system) certification and OHSAS 18001 certification for occupational health and safety, with the exception of our newest factory (Savoury), where the certification process is still ongoing. All our foods factories are certified to HACCP Food Safety Management System/FSSC 22000 standards. We provide assurance on all the above by conducting regular internal compliance audits and by including health, safety and welfare in all Management Reviews.

PENCAPAIAN DALAM KESELAMATAN DI 2017

Total Recordable Frequency Rate (TRFR)/angka frekuensi kecelakaan yang tercatat di 2017 adalah 0,58. Meskipun jumlah kecelakaan yang tercatat lebih tinggi dibandingkan tahun 2016 (0,34), pelaporan secara proaktif terhadap tindakan dan kondisi yang berpotensi membahayakan telah ditingkatkan sebagai salah satu indikator utama.

Unilever Indonesia mencatat beberapa pencapaian penting terkait kesehatan dan keselamatan di tahun 2017. Beberapa di antaranya adalah:

- Lima pabrik kami (BCS, TBB, NSD, LIQUID, ZARA) bersama-sama mencapai lebih dari 5,6 juta (5.416.067) jam aman dengan Zero Lost Time Accident (LTA) selama 2017;
- Kami memasang 'kotak hitam' di 199 kendaraan operasional Unilever Indonesia untuk melacak perilaku keselamatan saat mengemudi. Perangkat tersebut merekam setiap rincian perjalanan, termasuk kecepatan, percepatan, pengereman yang mendadak, penyimpangan rute, dan waktu istirahat. Hasilnya, dari total 16.854.934 km perjalanan bisnis di 2017, tidak ada inisden yang mengakibatkan cedera;
- Di luar tempat kerja, kami memberikan edukasi terkait keselamatan dan kesehatan kepada lebih dari 1.320 anggota keluarga karyawan dan masyarakat melalui program bertajuk 'Keselamatan dimulai dari Rumah' di 2017;
- Pada tahun 2017, Unilever Indonesia mencapai Nihil Kecelakaan pada 80 secara publik (festival, konser, pertunjukan keliling, dll.) di seluruh Indonesia yang dihadiri oleh lebih dari 332.205 peserta, dan sepenuhnya telah lolos penilaian aspek *safety* untuk *organized business events.*

SAFETY ACHIVEMENTS IN 2017

Our Total Recordable Frequency Rate (TRFR) in 2017 was 0.58. Although the number of recordable accidents was higher compared to 2016 (0.34), the proactive reporting of potential unsafe acts and conditions has been improved as one of the leading indicators.

Unilever Indonesia recorded some notable achievements on health and safety in 2017. These are a few of them:

- Five of our factories (BCS, TBB, NSD, LIQUID, ZARA) jointly achieved over 5.6 million (5,416,067) safe person-hours with Zero Lost Time Accidents (LTA) during 2017;
- We installed 'black boxes' in 199 Unilever Indonesia operational vehicles to track safety behaviour while driving. The devices record various details of each trip, including speed, acceleration, harsh braking, route deviations and rest times. This contributed to the achievement of zero injuries for a total of 16,854,934 km of business driving in 2017;
- Going beyond the workplace, we reached more than 1,320 members of employees' families and communities with health and safety-related education through the Safety Starts at Home programme in 2017;
- In 2017, Unilever Indonesia achieved Zero Accidents in 80 public events (festivals, concerts, road shows, etc.) across the nation with more than 332,205 participants, by fully complying with the Organized Business Event safety assessment.

KAMPANYE DAN PELATIHAN KESELAMATAN

Sebagian besar kecelakaan yang berhubungan dengan pekerjaan terjadi di jalan. Oleh karena itu, Keselamatan di Jalan selalu menjadi salah satu komunikasi utama kami sepanjang tahun. Di 2017 kami melakukan serangkaian kampanye keselamatan di jalan, antara lain sosialisasi Kebijakan dan Aturan Keselamatan dalam Perjalanan, kampanye MOMO (*Motor On Mobile Off*), keselamatan berkendara, kelayakan kendaraan, dan perempuan pengemudi. Kami juga mengadakan Pelatihan *Defensive Driving* untuk peserta baru dan pelatihan ulangan untuk peserta yang sudah pernah mengikuti pelatihan serupa (termasuk Pelatihan P3K untuk Pengemudi), yang menjangkau sebanyak 401 pengemudi kami sepanjang tahun. Kami juga melakukan penilaian *Fleet Driver Risk Index* (FDRI) untuk para pengemudi yang telah menjangkau 98% dari keseluruhan jumlah pengemudi kami. Sebagaimana telah disebutkan, kami memasang kotak hitam di 199 kendaraan bisnis Unilever Indonesia, dan melakukan inspeksi rutin terhadap semua kendaraan operasional.

Kegiatan pelatihan utama lainnya selama tahun ini adalah '*3 for Zero Fatalities*', yang mencakup kampanye Keselamatan Mesin dan Tangan dalam Mesin (*Hand in Machine*), serta Keselamatan Listrik dan LOTO.

SAFETY CAMPAIGNS AND TRAINING

The majority of work-related accidents happen on the road, and for this reason, Safe Travel is always one of our key safety campaigns during the year. In 2017 the Road Safety Campaign covered Safe Travel Policy and Rules, MOMO (Motor On Mobile Off) , Safety Riding, Vehicle Fitness, and Women on Wheels. We also held Defensive Driving Training for new joiners and refresher training (including First Aid Training for Drivers), which reached 401 of our Business Drivers during the year. We also conducted a Fleet Driver Risk Index (FDRI) assessment for our Business Drivers, achieving 98% coverage. As noted above, we installed black boxes in 199 Unilever Indonesia business vehicles, and conducted regular inspections of all operational vehicles.

Another key training activity during the year was '3 for Zero Fatalities', which included Machinery Safety and Hand in Machine (HIM) campaign, and Electrical Safety and LOTO .

Pada tanggal 5 September 2017 seluruh karyawan di Kantor Pusat, pabrik dan kantor depo kami berpartisipasi dalam Safety Day Unilever Indonesia, dengan tema 'Saya Memilih untuk Selamat'. Tujuan acara tersebut adalah untuk mengingatkan semua karyawan tentang pentingnya mengutamakan keselamatan pada tingkat pribadi. Detailnya dappat dibaca di bagian Corporate Relations pada halaman 119 dari Laporan Tahunan ini. Di bawah ini adalah daftar kegiatan dan tema-tema yang dibawakan:

SUB-TEMA

- Manufaktur: Keselamatan Tangan dalam Mesin
- Kantor depo: MOMO (Motor-On, Mobile-Off)
- Kantor Pusat: Slip-trip-fall (Memegang pegangan tangga)
- Gudang & Pabrik pihak ke-3: Keselamatan Menangani Mesin

KEGIATAN

Sebelum Acara:

- Cross Audit untuk Keselamatan
- Laporan near-miss
- Video & Kompetisi Poster terkait Keselamatan
- Kompetisi Keamanan Mesin
- Kompetisi Video UA / UC

Acara Hari H:

- Pengingat terkait Aturan Utama Keselamatan
- Pemaparan *One Voice Safety* oleh Chairman
- Video Kesaksian tentang Keselamatan
- Kegiatan di masing-masing lokasi kerja: Saya Memilih Untuk Selamat (Keselamatan MOMO - HIM-MHE)
- Pengingat terkait ULI Visi, Prinsip dan Kebijakan Kesehatan & Keselamatan
- Komitmen Pribadi
- Pelatihan Keselamatan dan Persaingan

Setelah Acara: (Area Kantor Pusat, 5-15 September 2017)

- Penyampaian pesan dari WL3 ke semua anggota tim (dibagikan melalui e-mail)
- Kampanye *Slip/Trip/Fall*- Memegang pegangan tangga
- Lokakarya BeSafE (3 kali)
- Lokakarya Keselamatan Berkendara
- Komitmen pribadi

PETUNJUK KESELAMATAN SECARA DARING

Pada tahun 2017 kami meluncurkan petunjuk keselamatan secara daring yang pertama untuk Kantor Pusat di Grha Unilever. Setiap karyawan, kontraktor dan pengunjung harus menyaksikan tayangan petunjuk tersebut sebelum menerima kartu tanda masuk ke dalam Gedung. Petunjuk keselamatan tersebut mencakup hal-hal berikut:

- Visi Keselamatan Unilever;
- Aturan Keselamatan Utama Unilever;
- Peraturan Gedung Grha Unilever;
- Prosedur Darurat Grha Unilever.

Petunjuk keselamatan daring tersebut dapat dilihat di sini: http://safety.unileverindonesia.live/

On 5 September 2017 all employees at Head Office, the factories and all depots took part in the Unilever Indonesia Safety Day, on the theme of 'I Choose to be Safe'. More details about the event, which was aimed at reminding all employees of the importance of prioritizing safety at a personal level, can be seen in the Corporate Relations section on page 119 of this Annual Report. The activities and sub-themes were as shown below:

SUB-THEMES

- Manufacturing : Hand in Machine Safety
- Depot Office: MOMO (Motor-On, Mobile-Off)
- Head Office: Slip-trip-fall (Holding Handrails)
- Warehouse & 3P Manufacturing: Machinery Handling Equipment Safety

ACTIVITIES

Pre – Event:

- Cross Audit Safety
- Near misses Reporting
- Safety – Video, Poster Competition
- Machinery Safety Competition
- UA/UC Video Competition

D – Day:

- Golden Rules of Safety Refresher
- One Voice Safety Cascading by Chairman
- Video Testimony
- Site Activities: I Choose To Be Safe (MOMO – HIM-MHE Safety)
- ULI Health & Safety Vision, Principles & Policy Refresher
- Personal Commitment
- Safety Training and Competition

Post Event: (Head Office area, 5-15 Sept 2017)

- Cascading from WL3 to all team members (deck shared via e-mail)
- Campaign Slip/Trip/Fall – Holding Handrail Tips
- BeSafE workshop (3 batches)
- Safety Riding Workshop
- Personal Commitment

SAFETY INDUCTION ONLINE

In 2017 we launched our first online safety induction system for the Head Office at Grha Unilever. Every employee, contractor and visitor now has to complete a safety induction in order to receive an ID pass for the building. The online safety induction covers the following:

- Unilever Safety Vision;
- Unilever Golden Rules of Safety;
- Grha Unilever House Rules;
- Grha Unilever Emergency Procedure.

The online induction can be seen here: http://safety.unileverindonesia.live/

KARYAWAN SEDANG MENYUSUN PRODUK DI GUDANG DENGAN MENGGUNAKAN PERALATAN KESELAMATAN.

EMPLOYEES PREPARING PRODUCTS IN THE WAREHOUSE USING SAFETY EQUIPMENT.

KESELAMATAN KONTRAKTOR

Perjanjian kontrak antara Unilever dan pemasok atau kontraktor pihak ketiga telah menyatakan bahwa pihak ketiga tersebut menerima standar dan persyaratan keselamatan Unilever. Kami pun mengharapkan kepatuhan sepenuhnya dengan standar ini dalam pelaksanaan semua aktivitas bisnis. Setiap pelanggaran terhadap standar tersebut akan menyebabkan konsekuensi bagi manajemen.

Kami secara rutin melakukan Audit Keselamatan untuk kontraktor dan mitra bisnis kami guna memastikan bahwa target, standar dan persyaratan keselamatan Unilever Indonesia telah terpenuhi, dan bahwa manajemen keselamatan telah dilaksanakan dengan benar. Audit ini dilaksanakan oleh Tim Keselamatan internal kami dan oleh badan audit independen.

Kami juga memastikan telah adanya pemahaman yang tepat tentang standar-standar keselamatan kami dengan secara teratur melibatkan manajemen senior kontraktor dan mitra bisnis untuk mendapatkan komitmen mereka terhadap keselamatan, meningkatkan kesadaran dan berdiskusi secara terbuka untuk perbaikan terus menerus Prinsip utama kami adalah bahwa keselamatan yang baik adalah bisnis yang baik, dan kami berusaha untuk menyampaikan kepada semua mitra kami bahwa kepatuhan terhadap standar Unilever Indonesia juga akan menguntungkan bisnis mereka sendiri.

CONTRACTOR SAFETY

The contractual agreement between Unilever and any third party vendor or contractor incorporates acceptance of Unilever's safety standards and requirements and we expect full compliance with these standards in the execution of all business activities. Any breach of the standards will lead to consequences for the management.

To ensure that Unilever Indonesia's safety expectations, standards and requirements are met, and that safety management is properly implemented, we conduct frequent Safety Audits of our contractors and business partners. These are performed by our internal Safety Team and by independent auditing bodies.

We also ensure that there is a proper understanding of these standards by engaging regularly with the senior management of our contractors and business partners to get their commitment on safety, enhance awareness and have open discussions for continuous improvement. Our overriding principle is that good safety is good business, and we endeavour to convey to all our partners that compliance with Unilever Indonesia's standards will also benefit their own business.

MEKANISME PENGADUAN KARYAWAN

Apabila ada hal-hal yang mengganggu pikiran atau ingin dilaporkan oleh karyawan, ada dua saluran yang disediakan.

EMPLOYEE GRIEVANCE MECHANISMS

Employees can seek resolution of grievances through either of the two channels below.

Yang pertama adalah mekanisme Whistleblower, yang dijelaskan secara rinci di bagian 'Tata Kelola Perusahaan' pada halaman 229 dari Laporan Tahunan ini.

Saluran ke-dua adalah mekanisme bipartit, di mana laporan dapat ditangani dan jika perlu diselesaikan ke tingkat yang lebih tinggi, melalui jenjang berikut:

1. Manajer lini;
2. Forum Bipartit Lokal di setiap pabrik, difasilitasi oleh Asisten Manajer Mitra Bisnis SDM;
3. Forum Bipartit Daerah di setiap lokasi kerja, difasilitasi oleh Manajer Mitra Bisnis SDM;
4. Forum Bipartit Nasional yang mencakup seluruh operasi Unilever Indonesia, difasilitasi oleh Senior HRBP Manager atau Manajer Hubungan Industrial Perseroan.

KARYAWAN BARU DAN PERGANTIAN KARYAWAN

Investasi kami yang terus-menerus pada karyawan dan komitmen kami untuk membangun budaya perusahaan yang kuat, telah membuahkan hasil dengan terciptanya tenaga kerja yang berkualitas, kompeten dan bermotivasi tinggi. Pada tahun 2017, kami merekrut total 407 karyawan baru. Pada tahun 2017, tingkat karyawan kami yang meninggalkan perseroan adalah 5,7%.

PRAKTIK KERJA, KESETARAAN, DAN REMUNERASI

Kebijakan dan praktik Unilever Indonesia yang berkaitan dengan praktik ketenagakerjaan dan kesetaraan dijelaskan di bagian Sumber Daya Manusia pada halaman 60 dari Laporan Tahunan ini.

Unilever Indonesia sepenuhnya mematuhi semua undang-undang dan peraturan daerah dan nasional tentang pekerjaan dan kondisi kerja, termasuk peraturan tentang upah minimum wajib, tunjangan hari raya, lembur, jaminan sosial dan asuransi kesehatan.

The first is our Whistleblower mechanism, which is described in detail in the 'Good Corporate Governance' section on page 229 of this Annual Report.

The second channel is the bipartite mechanism, through which concerns can be addressed and escalated as necessary through the following hierarchy:

1. Line manager;
2. Local Bipartite forum in each factory, facilitated by the HR Business Partner Assistant Manager;
3. Regional Bipartite forum at each site, facilitated by the HR Business Partner Manager;
4. National Bipartite forum covering the entire Unilever Indonesia operation, facilitated by the HRBP Senior Manager or the Corporate Industrial Relations Manager.

NEW RECRUITS AND TURNOVER

Our continuous investment in our employees and our commitment to building a strong corporate culture have been rewarded with highly qualified, competent and motivated workforce. In 2017, we recruited a total of 407 new joiners. During 2017, our employee attrition rate was 5.7%.

EMPLOYMENT PRACTICES, GENDER EQUALITY AND REMUNERATION

Unilever Indonesia's policies and practices pertaining to employment practices and gender equality are described in the Human Resources section on page 60 of this Annual Report.

Unilever Indonesia complies fully with all local and national laws and regulations concerning employment and working conditions, including the regulations on statutory minimum wages, holiday allowances, overtime, social security and health insurance.

Tanggung Jawab Sosial Terhadap Konsumen

SOCIAL RESPONSIBILITY TO CONSUMERS

KESEHATAN DAN KESELAMATAN KONSUMEN

Kami menerapkan proses kontrol terhadap kualitas secara komprehensif pada setiap tahap rantai pasokan. Kami memastikan bahwa seluruh produk kami, termasuk bahan baku, bahan dasar dan kemasan, telah mematuhi peraturan global dan standar lokal yang ditetapkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Standar-standar ini diterapkan sejak tahap awal pengembangan produk, pengembangan *brand*, kemasan baru dan penelitian eksternal. Untuk memastikan terpenuhinya standar tersebut, kami berkomitmen untuk melakukan penelitian dan pengembangan yang bertanggung jawab, aman dan berkelanjutan yang sepenuhnya menghargai hal-hal yang dipedulikan konsumen dan masyarakat.

Sementara itu, pabrik Foods dan Refreshment kami telah mematuhi Standar FSSC (Food Safety System Certification) 22000. FSSC 22000 sepenuhnya diakui oleh Global Food Safety Initiative (GFSI) dan mengacu pada Standar ISO yang ada (ISO 22000, ISO 22003 dan teknis spesifikasi untuk sektor PRPs). Hal ini menunjukkan bahwa Perseroan memiliki Sistem Manajemen Keamanan Pangan yang kuat dan diakui secara luas.

Pabrik-pabrik Home and Personal Care kami seluruhnya telah disertifikasi dengan standar ISO 9001 untuk Sistem Manajemen Mutu dan sistem manufaktur kami telah sesuai dengan Good Manufacturing Practices (GMP) untuk Kosmetik (Cara Produksi Kosmetik yang Benar, atau CPKB). Standar CPKB mengacu pada peraturan dan standar BPOM, dan mencakup sistem manajemen mutu, personel, bangunan dan fasilitas, peralatan dan proses manufaktur, sanitasi dan kebersihan, pengawasan kualitas, dokumentasi, audit internal, penyimpanan, produksi dan kontrak

CONSUMER HEALTH AND SAFETY

We implement comprehensive quality controls and processes at every stage of the supply chain. All Unilever Indonesia products, including their raw materials, ingredients and packaging, are fully compliant with global and local regulations, including the standards defined by BPOM, the Indonesian Food and Drug Administration. These standards are applied at every stage of product development, brand development, new packaging and external research. To ensure that these standards are fulfilled, we are committed to conducting responsible, safe and sustainable research and development that respects the concerns of our consumers and society.

Our Foods and Refreshment factories are fully compliant with and certified to FSSC (Food Safety System Certification) 22000 standard. FSSC 22000 is and is based on existing ISO Standards (ISO 22000, ISO 22003 and technical specifications for sector PRPs) and is fully recognized by the Global Food Safety Initiative (GFSI). As such it is one of the most widely used and recognised standards for food safety management systems.

Our Home and Personal Care factories are all certified to ISO 9001 standard for Quality Management Systems and our manufacturing systems are compliant with Good Manufacturing Practices (GMP) for Cosmetics (Cara Produksi Kosmetik yang Benar, or CPKB). The CPKB standards are based on the regulations and standards of BPOM, and cover the quality management system, personnel, buildings and facilities, manufacturing equipment and processes, sanitation and hygiene, quality surveillance, documentation, internal auditing, storage, production and inspection contracts,

inspeksi, dan manajemen keluhan dan penarikan kembali produk. Semua sistem kualitas kami diverifikasi setiap tahun dan dipantau secara teratur.

Seluruh pabrik kami juga telah bersertifikat halal di bawah Sistem Jaminan Halal yang dikelola oleh LPPOM MUI. Untuk mendapatkan sertifikat tersebut, Perseroan harus memenuhi 11 kriteria, mulai dari memiliki kebijakan halal sampai melakukan tinjauan manajemen. Di bawah Sistem Jaminan Halal, kami juga memastikan bahwa pihak ketiga yang bekerja dengan kami telah mematuhi standar halal, sehingga kami dapat memberikan jaminan bahwa semua bahan baku yang digunakan serta produk jadi kami telah memenuhi persyaratan halal. Perseroan juga harus memastikan bahwa semua fasilitas, peralatan dan proses telah sesuai sehingga produk dapat diproduksi dan disimpan dengan memenuhi persyaratan halal. Sehingga jika ditemukan produk apapun yang tidak memenuhi standar halal, kami dapat dengan cepat melakukan penelusuran di sepanjang rantai nilai kami untuk menemukan akar permasalahan.

PENGGUNAAN PENGAWET

Unilever menerapkan kontrol yang ketat pada penggunaan pengawet dan hanya menggunakannya jika penilaian risiko menunjukkan bahwa bahan pengawet diperlukan untuk mencegah kontaminasi. Dalam keadaan tersebut, Pusat Keselamatan dan Lingkungan Unilever (SEAC) Unilever melakukan prosedur ilmiah untuk menentukan tingkat maksimum yang dapat diterima untuk setiap pengawet. Kami bekerja sama dengan BPOM selama proses ini untuk memastikan bahwa jenis dan jumlah pengawet yang digunakan mematuhi hukum dan peraturan di Indonesia. Kami melakukan audit internal dan eksternal secara teratur untuk memastikan bahwa semua langkah di atas telah diikuti dengan benar dan bahwa semua persyaratan telah terpenuhi. Kami menyimpan catatan dokumentasi penting terkait dengan proses untuk keperluan audit.

PRODUK PALSU

Departemen Riset & Pengembangan Unilever Indonesia menyediakan dukungan untuk penyelidikan atas produk-produk tiruan yang dicurigai. Temuan mereka dibagikan dengan tim Kualitas, Legal, dan Suara Konsumen untuk tindakan lebih lanjut.

KELUHAN KONSUMEN

Suara Konsumen adalah kontak utama untuk menyalurkan keluhan konsumen. Konsumen dapat menghubungi Unilever Indonesia melalui telepon, surat, email, situs web dan media sosial kami dari Senin sampai Jumat antara pukul 08.00-18.00. Selain jam kerja tersebut, kami juga memiliki nomor kontak darurat yang dapat dihubungi. Nomor layanan konsumen kami yang ditampilkan pada kemasan semua produk Unilever adalah: 0800-1-558000 (bebas pulsa) atau 021 5299 5299 (untuk pengguna telepon seluler). Semua pertanyaan, masukan dan keluhan diterima oleh petugas kami yang terlatih, yang kemudian akan mencatat data di sistem kami dan mengarahkan setiap kasus ke departemen terkait untuk ditindaklanjuti.

and the management of complaints and product recalls. All our quality systems are verified annually and monitored regularly.

In addition, all our factories are halal certified under the Halal Guarantee System managed by LPPOM MUI. There are 11 criteria that must be fulfilled to obtain the certificate, ranging from having a halal policy in place to conducting management reviews. The Halal Guarantee System also provides assurance that our third party suppliers and contractors are also compliant, thus we can guarantee that all the raw materials we use, as well as the finished products, fulfil halal requirements. We are also required to ensure that all our facilities, equipment and processes allow for products to be produced and stored in accordance with halal requirements, so that if any product is found not to meet halal standards, the problem can be quickly traced through the supply chain.

USE OF PRESERVATIVES

Unilever places strict controls on the use of preservatives and they are used only if risk assessments indicate that preservatives are needed to prevent contamination. In such cases, Unilever's Safety and Environmental Assurance Centre (SEAC) carries out scientific procedures to determine the maximum acceptable level for each preservative. We work closely with BPOM during this process to ensure that the type and amount of preservatives used comply with Indonesian laws and regulations. We undertake regular internal and external audits to ensure that all the above steps have been followed properly and that all requirements have been fulfilled. We maintain records of key documentation related to the process for audit purposes.

COUNTERFEIT PRODUCTS

Unilever Indonesia's R&D department provides support for any investigation of suspected counterfeit products. Their findings are shared with the Quality, Legal, and Suara Konsumen teams for further action.

CONSUMER COMPLAINTS

Suara Konsumen is our first point of contact for customer service. The service offers multiple channels—including phone, social media, email, mail and our website—through which consumers can contact Unilever Indonesia from Monday to Friday between 0800 and 1800. Outside these hours, we can be reached via an emergency contact number. Our hotline numbers are displayed on the packaging of all Unilever products: 0800-1-558000 (toll free) or 021 5299 5299 (for cell phone users). Every inquiry, feedback and complaint is received by a trained officer, who logs the caller's data and forwards the case to the relevant department for follow up.

Seluruh panggilan yang masuk ditangani oleh petugas terlatih. Tujuannya adalah agar sedapat mungkin, setiap kasus ditangani secara personal dan kekeluargaan pada panggilan pertama. Untuk itu, para petugas kami menerima pelatihan rutin, termasuk pembaruan pada pengetahuan produk, sehingga mereka dapat menangani panggilan dengan efektif. Secara teratur, para agen ditanyai tentang pengetahuan produk mereka sebagai bagian dari proses jaminan kualitas.

All calls are handled by trained agents. The goal is to handle cases personally and amicably, at the first contact wherever possible, so agents receive regular training, including updates on product knowledge, so that they can deal with calls knowledgably and effectively. Agents are regularly quizzed on their product knowledge as part of the quality assurance process.

Kinerja Suara Konsumen diukur secara bulanan berdasarkan jumlah kontak, kecepatan respon dalam waktu yang ditargetkan, persentase keluhan yang ditangani pada panggilan pertama, skor kepuasan konsumen, waktu penanganan rata-rata, dan berbagai pengukuran lainnya. Panggilan direkam, dan tim Jaminan Kualitas secara teratur mengevaluasi rekaman percakapan yang dipilih secara acak untuk memastikan bahwa SOP telah dijalankan. Konsumen juga dapat dihubungi dan diminta untuk menilai kepuasan terhadap penanganan keluhan mereka.

Suara Konsumen's performance is measured on a monthly basis by number of contacts, response rate within the targeted time, percentage of contacts dealt with at first contact, consumer satisfaction score, average handling time and various other metrics. Calls are recorded, and the Quality Assurance team regularly evaluates randomly picked conversation records to ensure that the SOPs are being followed. Consumers may also be contacted and asked to rate their satisfaction with the handling of their case.

SOP kami menentukan jangka waktu penyelesaian keluhan. Setiap solusi harus disetujui oleh semua fungsi pendukung yang relevan. Dalam kasus luar biasa jika solusi tidak diterima oleh konsumen, kasus dapat dibawa ke YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) atau melalui ranah hukum. Jika ini terjadi, Unilever Indonesia akan bekerja sama sepenuhnya untuk mencapai solusi yang dapat diterima semua pihak.

Our SOPs specify the timeframe within which complaints must be resolved. Any solution must be agreed by all the relevant supporting functions. In the exceptional case of a solution not being accepted by the consumer, the case can be taken to YLKI (the Indonesian Consumers' Association) or through legal channels. Should this ever occur, Unilever Indonesia would cooperate fully to reach an acceptable resolution.

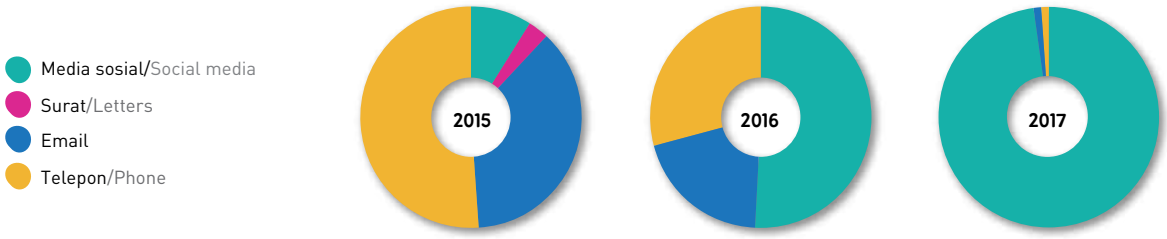
Kami menghormati privasi konsumen dan mengambil tindakan tegas untuk menjaga keamanan data pribadi mereka. Semua data konsumen disimpan dengan aman di sistem Sales Force global Unilever.

We respect the privacy of our consumers and take strict measures to keep their personal data secure. All consumer data is kept securely in Unilever's global Sales Force system.

Di tahun 2017, Perseroan menerima total 1.886 keluhan. Seluruh keluhan konsumen tersebut telah diselesaikan secara memuaskan. Kami mencapai skor 90% pada Kepuasan Pelanggan dan Pelacakan Kepuasan Konsumen di tahun 2017.

In 2017, a total of 1,886 complaints were received. Of these, all complaints were resolved to the customers' satisfaction. Our Consumer Satisfaction Tracking and Conversation Observation scores reached 90% in 2017.

KONTAK KONSUMEN 2015- 2017
CONSUMER CONTACT 2015-2017



Surat Pernyataan Anggota Direksi dan Dewan Komisaris Tentang Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2017 PT Unilever Indonesia Tbk

Kami yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa semua informasi dalam Laporan Tahunan PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2017 telah dimuat secara lengkap dan bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi Laporan Tahunan Perseroan.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

DIREKSI BOARD OF DIRECTORS

HEMANT BAKSHI
Presiden Direktur | President Director

TEVILYAN YUDHISTIRA RUSLI
Direktur | Director

WILLY SAELAN
Direktur | Director

HERNIE RAHARJA
Direktur | Director

VIKAS GUPTA
Direktur | Director

JOCHANAN SENF
Direktur | Director

IRA NOVIARTI
Direktur | Director

ENNY HARTATI SAMPURNO
Direktur | Director

AMPARO CHEUNG ASWIN
Direktur | Director

SANCOYO ANTARIKSO
Direktur | Director

The Board of Directors' and the Board of Commissioners' Statement of Responsibility for the 2017 Annual Report of PT Unilever Indonesia Tbk

We the undersigned hereby declare that all the information contained in the 2017 Annual Report of PT Unilever Indonesia Tbk has been presented completely 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 truthfully.

DEWAN KOMISARIS BOARD OF COMMISSIONERS

MAURITS DANIEL RUDOLF LALISANG
Presiden Komisaris | President Commissioner

MAHENDRA SIREGAR
Komisaris Independen | Independent Commissioner

CYRILLUS HARINOWO
Komisaris Independen | Independent Commissioner

ERRY FIRMANSYAH
Komisaris Independen | Independent Commissioner

HIKMAHANTO JUWANA
Komisaris Independen | Independent Commissioner

LAPORAN KEUANGAN
FINANCIAL STATEMENTS

PT UNILEVER INDONESIA Tbk

LAPORAN KEUANGAN/*FINANCIAL STATEMENTS*

UNTUK TAHUN-TAHUN YANG BERAKHIR PADA
31 DESEMBER 2017 DAN 2016/
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2017 AND 2016

Daftar Isi

Contents

	Halaman/*Page*	
Pernyataan Direksi tentang Tanggung Jawab		*Directors' Statement of Responsibility*
Laporan Keuangan:		*Financial Statements:*
Laporan Posisi Keuangan	286 – 288	*Statement of Financial Position*
Laporan Laba Rugi dan Penghasilan Komprehensif Lain	289	*Statement of Profit or Loss and Other Comprehensive Income*
Laporan Perubahan Ekuitas	290	*Statement of Changes in Equity*
Laporan Arus Kas	291	*Statement of Cash Flows*
Catatan atas Laporan Keuangan	292 – 354	*Notes to the Financial Statements*
Laporan Auditor Independen		*Independent Auditors' Report*

Unilever

SURAT PERNYATAAN DIREKSI TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS LAPORAN KEUANGAN PT UNILEVER INDONESIA Tbk ("PERSEROAN") TANGGAL 31 DESEMBER 2017 DAN 2016 DAN UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL-TANGGAL TERSEBUT

THE DIRECTORS' STATEMENT REGARDING RESPONSIBILITY FOR PT UNILEVER INDONESIA Tbk (THE "COMPANY") FINANCIAL STATEMENTS AS AT 31 DECEMBER 2017 AND 2016 AND FOR THE YEARS THEN ENDED

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

We, the undersigned:

1.	Nama	Hemant Bakshi	*Name*
	Alamat kantor	Grha Unilever Green Office Park Kav. 3 Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City Tangerang – 15345	*Office Address*
	Alamat domisili/sesuai KTP atau kartu identitas lain	Jl. Sekolah Kencana IVB TN14 Pondok Indah, Kel Pondok Pinang Kec Kebayoran Lama Jakarta Selatan	*Address of domicile/ based on ID card or other identity document*
	Nomor telepon	021-8082-7000	*Telephone No.*
	Jabatan	Presiden Direktur/*President Director*	*Position*
2.	Nama	Tevilyan Yudhistira Rusli	*Name*
	Alamat kantor	Grha Unilever Green Office Park Kav. 3 Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City Tangerang – 15345	*Office Address*
	Alamat domisili/sesuai KTP atau kartu identitas lain	Jl. Bisma 14 Blok C 9 No 9 Tanjung Priok Jakarta Utara	*Address of domicile/ based on ID card or other identity document*
	Nomor telepon	021-8082-7000	*Telephone No.*
	Jabatan	Direktur/*Director*	*Position*

menyatakan bahwa:

declare that:

1. kami bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian laporan keuangan Perseroan;
2. laporan keuangan telah disusun dan disajikan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia;
3. a. pengungkapan yang ada di dalam laporan keuangan adalah lengkap dan akurat;
   b. laporan keuangan tidak mengandung informasi yang tidak benar, dan kami tidak menghilangkan informasi atau fakta yang material terhadap laporan keuangan;
4. kami bertanggung jawab atas pengendalian internal;
5. kami bertanggung jawab atas kepatuhan terhadap ketentuan dan peraturan yang berlaku.

1. *we are responsible for the preparation and presentation of the Company's financial statements;*
2. *the financial statements have been prepared and presented in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards;*
3. *a. the disclosures we have made in the financial statements are complete and accurate;*
   b. the financial statements do not contain misleading information, and we have not omitted any information or facts that would be material to the financial statements;
4. *we are responsible for the internal control;*
5. *we are responsible for compliance with the applicable laws and regulations.*

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

This is our declaration, which has been made truthfully.

Atas nama dan mewakili para Direksi/*For and on behalf of the Directors:*

METERAI TEMPEL 6000 ENAM RIBU RUPIAH

Hemant Bakshi
Presiden Direktur / *President Director*

Tevilyan Yudhistira Rusli
Direktur / *Director*

Tangerang, 26 Februari / *February* 2018

KPMG

Siddharta Widjaja & Rekan
Registered Public Accountants
33rd Floor Wisma GKBI
28, Jl. Jend. Sudirman
Jakarta 10210
Indonesia
+62 (0) 21 574 2333 / 574 2888

Laporan Auditor Independen

No.: L. 17 - 0564 - 18/II.26.002

Para Pemegang Saham,
Komisaris dan Direksi
PT Unilever Indonesia Tbk:

Kami telah mengaudit laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk terlampir, yang terdiri dari laporan posisi keuangan tanggal 31 Desember 2017, serta laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain, laporan perubahan ekuitas, dan laporan arus kas untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut, dan suatu ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan dan informasi penjelasan lainnya.

Tanggung jawab manajemen atas laporan keuangan

Manajemen bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian wajar laporan keuangan tersebut sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia, dan atas pengendalian internal yang dianggap perlu oleh manajemen untuk memungkinkan penyusunan laporan keuangan 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 tersebut 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 tersebut bebas dari kesalahan penyajian material.

Suatu audit melibatkan pelaksanaan prosedur untuk memperoleh bukti audit tentang angka-angka dan pengungkapan dalam laporan keuangan. Prosedur yang dipilih bergantung pada pertimbangan auditor, termasuk penilaian atas risiko kesalahan penyajian material dalam laporan keuangan, 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 entitas untuk merancang prosedur audit yang tepat sesuai dengan kondisinya, tetapi bukan untuk tujuan menyatakan opini atas keefektivitasan 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 secara keseluruhan.

Independent Auditors' Report

No.: L. 17 - 0564 - 18/II.26.002

The Shareholders,
Commissioners and Directors
PT Unilever Indonesia Tbk:

We have audited the accompanying financial statements of PT Unilever Indonesia Tbk, which comprise the statement of financial position as of 31 December 2017, and the statements of profit or loss and other comprehensive income, changes in equity, and cash flows for the year then ended, and a summary of significant accounting policies and other explanatory information.

Management's responsibility for the financial statements

Management is responsible for the preparation and fair presentation of these financial statements in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards, and for such internal control as management determines is necessary to enable the preparation of financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

Auditors' responsibility

Our responsibility is to express an opinion on these 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 financial statements are free from material misstatement.

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the financial statements. The procedures selected depend on the auditors' judgment, including the assessment of the risks of material misstatement of the financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the auditors consider internal control relevant to the entity's preparation and fair presentation of the 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 financial statements.

Siddharta Widjaja & Rekan - Registered Public Accountants, an Indonesian partnership and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity.

License No. : 916/KM.1/2014

KPMG

Kami yakin bahwa bukti audit yang telah kami peroleh adalah cukup dan tepat untuk menyediakan suatu basis bagi opini audit kami.

We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our audit opinion.

Opini

Menurut opini kami, laporan keuangan tersebut menyajikan secara wajar, dalam semua hal yang material, posisi keuangan PT Unilever Indonesia Tbk tanggal 31 Desember 2017, serta kinerja keuangan dan arus kasnya untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia.

Opinion

In our opinion, the financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of PT Unilever Indonesia Tbk as of 31 December 2017, and its financial performance and its cash flows for the year then ended in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards.

Kantor Akuntan Publik/*Registered Public Accountants*
Siddharta Widjaja & Rekan

Kartika Singodimejo, S.E., CPA
Izin Akuntan Publik/*Public Accountant License* No. AP. 0847

Jakarta, 26 Februari 2018

Jakarta, 26 February 2018

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Posisi Keuangan
31 Desember 2017 dan 2016

PT Unilever Indonesia Tbk
Statement of Financial Position
As at 31 December 2017 and 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2017	Catatan/ *Notes*	2016	
ASET				***ASSETS***
Aset Lancar				***Current Assets***
Kas dan setara kas	404,784	2c, 3	373,835	*Cash and cash equivalents*
Piutang usaha				*Trade debtors*
- Pihak ketiga	4,346,917	2g, 4	3,290,889	*Third parties -*
- Pihak berelasi	368,637	2b, 2g, 4	417,368	*Related parties -*
Uang muka dan piutang lain-lain				*Advances and other debtors*
- Pihak ketiga	72,986		85,188	*Third parties -*
- Pihak berelasi	66,285	2b, 7c	16,409	*Related parties -*
Persediaan	2,393,540	2h, 5	2,318,130	*Inventories*
Pajak dibayar dimuka	3,707	14c	-	*Prepaid taxes*
Beban dibayar dimuka	109,578	2n, 8	86,290	*Prepaid expenses*
	7,766,434		6,588,109	
Aset yang dimiliki untuk dijual	175,201	2y, 35	-	*Assets held for sale*
Jumlah Aset Lancar	7,941,635		6,588,109	***Total Current Assets***
Aset Tidak Lancar				***Non-Current Assets***
Aset tetap	10,422,133	2i, 9a	9,529,476	*Fixed assets*
Goodwill	61,925	2k, 2l, 10	61,925	*Goodwill*
Aset takberwujud	390,838	2k, 2m, 11	409,802	*Intangible assets*
Aset tidak lancar lainnya	89,882		156,383	*Other non-current assets*
Jumlah Aset Tidak Lancar	10,964,778		10,157,586	***Total Non-Current Assets***
JUMLAH ASET	18,906,413		16,745,695	***TOTAL ASSETS***

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Posisi Keuangan
31 Desember 2017 dan 2016

PT Unilever Indonesia Tbk
Statement of Financial Position
As at 31 December 2017 and 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2017	Catatan/ *Notes*	2016	
LIABILITAS				***LIABILITIES***
Liabilitas Jangka Pendek				***Current Liabilities***
Pinjaman bank	3,450,000	2p, 12	2,392,970	*Bank borrowings*
Utang usaha				*Trade creditors*
- Pihak ketiga	4,291,308	2q, 13	4,295,353	*Third parties -*
- Pihak berelasi	235,802	2b, 2q,13	346,557	*Related parties -*
Utang pajak				*Taxes payable*
- Pajak penghasilan badan	180,638	2r, 14d	286,191	*Corporate income tax -*
- Pajak lain-lain	263,924	14d	412,286	*Other taxes -*
Akrual	2,288,992	2o, 2x, 15	1,659,753	*Accruals*
Utang lain-lain				*Other payables*
- Pihak ketiga	965,798	16	1,208,673	*Third parties -*
- Pihak berelasi	709,313	2b, 7d	131,640	*Related parties -*
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang – bagian lancar	146,529	2s, 17	144,651	*Long-term employee benefits obligations – current portion*
Jumlah Liabilitas Jangka Pendek	12,532,304		10,878,074	***Total Current Liabilities***
Liabilitas Jangka Panjang				***Non-Current Liabilities***
Liabilitas pajak tangguhan	344,965	2r, 14b	245,152	*Deferred tax liabilities*
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang – bagian tidak lancar	855,756	2s, 17	918,211	*Long-term employee benefits obligations – non-current portion*
Jumlah Liabilitas Jangka Panjang	1,200,721		1,163,363	***Total Non-Current Liabilities***
JUMLAH LIABILITAS	13,733,025		12,041,437	***TOTAL LIABILITIES***

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Posisi Keuangan
31 Desember 2017 dan 2016

PT Unilever Indonesia Tbk
Statement of Financial Position
As at 31 December 2017 and 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2017	Catatan/ *Notes*	2016	
EKUITAS				***EQUITY***
Modal saham				*Share capital*
(Modal dasar, seluruhnya ditempatkan dan disetor penuh: 7.630.000.000 saham biasa dengan nilai nominal Rp 10 (nilai penuh) per saham)	76,300	2t, 18	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	2t,19, 20	96,000	*Additional paid-in capital*
Saldo laba yang dicadangkan	15,260	22	15,260	*Appropriated retained earnings*
Saldo laba yang belum dicadangkan	4,985,828		4,516,698	*Unappropriated retained earnings*
JUMLAH EKUITAS	5,173,388		4,704,258	***TOTAL EQUITY***
JUMLAH LIABILITAS DAN EKUITAS	18,906,413		16,745,695	***TOTAL LIABILITIES AND EQUITY***

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Laba Rugi dan Penghasilan Komprehensif Lain
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada 31 Desember 2017 dan 2016

PT Unilever Indonesia Tbk
Statement of Profit or Loss and Other Comprehensive Income
For The Years Ended 31 December 2017 and 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2017	Catatan/ *Notes*	2016	
Penjualan bersih	41,204,510	2o, 23	40,053,732	*Net sales*
Harga pokok penjualan	(19,984,776)	2o, 24	(19,594,636)	*Cost of goods sold*
LABA BRUTO	21,219,734		20,459,096	***GROSS PROFIT***
Beban pemasaran dan penjualan	(7,839,387)	2o, 25a	(7,791,556)	*Marketing and selling expenses*
Beban umum dan administrasi	(3,875,371)	2o, 25b	(3,960,830)	*General and administration expenses*
(Beban)/penghasilan lain-lain, bersih	(9,212)	26	951	*Other (expenses)/income, net*
LABA USAHA	**9,495,764**		**8,707,661**	***OPERATING PROFIT***
Penghasilan keuangan	3,579		7,468	*Finance income*
Biaya keuangan	(127,682)		(143,244)	*Finance costs*
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	**9,371,661**		**8,571,885**	***PROFIT BEFORE INCOME TAX***
Beban pajak penghasilan	(2,367,099)	2r, 14a	(2,181,213)	*Income tax expense*
LABA	**7,004,562**		**6,390,672**	***PROFIT***
Penghasilan (rugi) komprehensif lain				***Other comprehensive income (loss)***
Pos-pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi:				*Items that will not be reclassified to profit or loss:*
Pengukuran kembali kewajiban imbalan kerja jangka panjang	136,891	2s, 17	(577,554)	*Remeasurements of long-term employee benefits obligations*
Pajak terkait atas penghasilan (rugi) komprehensif lain	(34,223)	2r, 14b	144,389	*Related tax on other comprehensive income (loss)*
Jumlah penghasilan (rugi) komprehensif lain, bersih	102,668		(433,165)	***Total other comprehensive income (loss), net of tax***
JUMLAH PENGHASILAN KOMPREHENSIF	**7,107,230**		**5,957,507**	***TOTAL COMPREHENSIVE INCOME***
Laba sebelum bunga, pajak, penyusutan dan amortisasi (EBITDA)	10,149,844	36	9,258,495	*Earnings before interest, tax, depreciation and amortization (EBITDA)*
LABA BERSIH PER SAHAM DASAR (dinyatakan dalam nilai penuh Rupiah per saham)	918	2v, 28	838	***BASIC EARNINGS PER SHARE*** *(expressed in Rupiah full amount per share)*

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Perubahan Ekuitas
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada 31 Desember 2017 dan 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk
Statement of Changes in Equity
For The Years Ended 31 December 2017 and 2016

(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*	Jumlah/ *Total*	
Saldo 31 Desember 2015		76,300	96,000	15,260	4,639,800	4,827,360	***Balance as at 31 December 2015***
Penghasilan komprehensif - 2016							***Comprehensive income - 2016***
Laba		-	-	-	6,390,672	6,390,672	*Profit*
Jumlah rugi komprehensif lain, bersih		-	-	-	(433,165)	(433,165)	*Total other comprehensive loss, net of tax*
Penyesuaian periode lalu		-	-	-	15,761	15,761	*Prior year adjustment*
Dividen	21	-	-	-	(6,096,370)	(6,096,370)	*Dividends*
Saldo 31 Desember 2016		76,300	96,000	15,260	4,516,698	4,704,258	***Balance as at 31 December 2016***
Penghasilan komprehensif - 2017							***Comprehensive income - 2017***
Laba		-	-	-	7,004,562	7,004,562	*Profit*
Jumlah penghasilan komprehensif lain, bersih		-	-	-	102,668	102,668	*Total other comprehensive income, net of tax*
Dividen	21	-	-	-	(6,638,100)	(6,638,100)	*Dividends*
Saldo 31 Desember 2017		76,300	96,000	15,260	4,985,828	5,173,388	***Balance as at 31 December 2017***

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Arus Kas
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada
31 Desember 2017 dan 2016

PT Unilever Indonesia Tbk
Statement of Cash Flows
For The Years Ended
31 December 2017 and 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain) *(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)*

	2017	Catatan/ *Notes*	2016	
Arus kas dari aktivitas operasi				***Cash flows from operating activities***
Penerimaan dari pelanggan	44,072,342		43,386,819	*Receipts from customers*
Pembayaran kepada pemasok	(30,712,887)		(29,625,520)	*Payments to suppliers*
Pembayaran remunerasi direksi dan karyawan	(1,546,135)		(1,497,467)	*Payments of directors' and employees' remuneration*
Pembayaran imbalan kerja jangka panjang non-pensiun	(42,669)	17	(48,406)	*Payments of long-term employee benefits non-pension*
Pemberian pinjaman karyawan, bersih	11,550		(6,635)	*Grants of employee loans, net*
Pembayaran untuk beban jasa dan royalti	(2,191,174)		(3,320,491)	*Payments of service fees and royalties*
Kas yang dihasilkan dari operasi	9,591,027		8,888,300	*Cash generated from operations*
Penerimaan dari penghasilan keuangan	2,566		6,057	*Receipts of finance income*
Pembayaran biaya keuangan	(127,682)		(143,244)	*Payments of finance costs*
Pembayaran pajak penghasilan badan	(2,406,049)	14	(2,066,894)	*Payments of corporate income tax*
Arus kas bersih dari aktivitas operasi	7,059,862		6,684,219	***Net cash flows from operating activities***
Arus kas dari aktivitas investasi				***Cash flows from investing activities***
Hasil penjualan aset tetap	7,228	9c	7,958	*Proceeds from the sale of fixed assets*
Pembelian aset tetap	(1,606,734)	9a, 34	(1,787,056)	*Acquisition of fixed assets*
Perolehan aset takberwujud	(2,255)		-	*Purchase of intangible asset*
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi	(1,601,761)		(1,779,098)	***Net cash flows used in investing activities***
Arus kas dari aktivitas pendanaan				***Cash flows from financing activities***
Pinjaman bank, bersih	1,057,030		692,970	*Bank borrowings, net*
Pembayaran dividen kepada pemegang saham	(6,494,045)		(5,843,184)	*Dividends paid to the shareholders*
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	(5,437,015)		(5,150,214)	***Net cash flows used in financing activities***
Kenaikan / (penurunan) bersih kas dan setara kas	21,086		(245,093)	***Net increase / (decrease) in cash and cash equivalents***
Dampak perubahan kurs terhadap kas dan setara kas	9,863		(9,231)	*Effect of exchange rate changes on cash and cash equivalents*
Kas dan setara kas pada awal tahun	373,835	2a, 2c, 3	628,159	***Cash and cash equivalents at the beginning of the year***
Kas dan setara kas pada akhir tahun	404,784	2a, 2c, 3	373,835	***Cash and cash equivalents at the end of the year***

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

PT Unilever Indonesia Tbk
Catatan atas Laporan Keuangan
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada
31 Desember 2017 dan 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk
Notes to the Financial Statements
For The Years Ended
31 December 2017 and 2016

(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.1998 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. 22 tanggal 20 Juni 2016 dari Haji Syarif Siangan Tanudjaja, S.H., notaris di Jakarta, terkait dengan perubahan tempat kedudukan Perseroan. Akta ini telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-0011673.AH.01.02.Tahun 2016 tanggal 21 Juni 2016.

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 dalam Surat Keputusan No. C-18482 HT.01.04-TH.2000.

Perseroan mulai beroperasi secara komersial tahun 1933.

Kantor Perseroan berlokasi di Green Office Park Kav. 3, Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang 15345, Indonesia. Pabrik-pabrik Perseroan berlokasi di Jalan Jababeka 9 Blok D, Jalan Jababeka Raya Blok O, Jalan Jababeka V Blok U No. 14-16, Jalan Jababeka XI Blok L No. 1-2, 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.1998 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. 22 dated 20 June 2016 of Haji Syarif Siangan Tanudjaja, S.H., a notary in Jakarta, related to the change of the Company's domicile. The deed was approved by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. AHU-0011673.AH.01.02.Tahun 2016 dated 21 June 2016.

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 Green Office Park Kav. 3, Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang 15345, Indonesia. The Company's factories are located at Jalan Jababeka 9 Blok D, Jalan Jababeka Raya Blok O, Jalan Jababeka V Blok U No. 14-16, Jalan Jababeka XI Blok L No. 1-2, Jababeka Industrial Estate Cikarang, Bekasi, West Java, and Jalan Rungkut Industri IV No. 5-11, Rungkut Industrial Estate, Surabaya, East Java.

1. Informasi umum (lanjutan)

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.

Pada 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) per saham menjadi Rp 100 (nilai penuh) per 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.

Pada 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 saham menjadi Rp 10 (nilai penuh) per 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.

Pemegang saham terbesar Perseroan pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016 adalah Unilever Indonesia Holding B.V. ("UIH"), sedangkan entitas induk utama adalah Unilever N.V., Belanda.

Dewan Komisaris

Susunan Dewan Komisaris Perseroan pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016 adalah sebagai berikut:

1. General information (continued)

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.

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.

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.

The Company's majority shareholder as at 31 December 2017 and 2016 is Unilever Indonesia Holding B.V. ("UIH"), while its ultimate parent entity is Unilever N.V., Netherlands.

Board of Commissioners

The Company's Board of Commissioners as at 31 December 2017 and 2016 were as follows:

	2017	2016	
Presiden Komisaris	Maurits Daniel Rudolf Lalisang	Maurits Daniel Rudolf Lalisang	*President Commissioner*
Komisaris	Erry Firmansyah	Erry Firmansyah	*Commissioners*
	Cyrillus Harinowo	Cyrillus Harinowo	
	Mahendra Siregar	Mahendra Siregar	
	Hikmahanto Juwana	Hikmahanto Juwana	

1. Informasi umum (lanjutan)

Direksi

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 27 April 2017, para pemegang saham menyetujui pengunduran diri Ibu Debora Herawati Sadrach dari jabatannya selaku Direktur Perseroan, serta penunjukan Bapak Jochanan Senf sebagai Direktur Perseroan, terhitung tanggal 27 April 2017. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Dewi Sukardi, S.H., M.Kn No 07 tanggal 27 April 2017 dan telah dicatatkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01.03-0133540 tanggal 5 Mei 2017.

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 18 Oktober 2017, para pemegang saham menyetujui pengunduran diri Ibu Annemarieke de Haan dari jabatannya selaku Direktur Perseroan, serta penunjukan Ibu Ira Noviarti sebagai Direktur Perseroan, terhitung tanggal 18 Oktober 2017. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Dewi Sukardi, S.H., M.Kn No. 3 tanggal 18 Oktober 2017 dan telah dicatatkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01.03-0184995 tanggal 27 Oktober 2017.

Susunan Direksi Perseroan pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016 adalah sebagai berikut:

	2017	2016	
Presiden Direktur	Hemant Bakshi	Hemant Bakshi	*President Director*
Direktur	Tevilyan Yudhistira Rusli	Tevilyan Yudhistira Rusli	*Directors*
	Enny Hartati	Debora Herawati Sadrach	
	Willy Saelan	Enny Hartati	
	Vikas Gupta	Annemarieke de Haan	
	Hernie Raharja	Willy Saelan	
	Sancoyo Antarikso	Vikas Gupta	
	Amparo Cheung Aswin	Hernie Raharja	
	Jochanan Senf	Sancoyo Antarikso	
	Ira Noviarti	Amparo Cheung Aswin	

Komite Audit

Susunan Komite Audit Perseroan pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016 adalah sebagai berikut:

	2017	2016	
Ketua	Erry Firmansyah	Erry Firmansyah	*Chairman*
Anggota	Dwi Martani	Dwi Martani	*Members*
	Haryanto Sahari	Haryanto Sahari	

Laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk telah diselesaikan dan diotorisasi untuk terbit oleh Direksi pada tanggal 26 Februari 2018.

1. General information (continued)

Directors

At the Extraordinary Meeting of the Shareholders on 27 April 2017, the shareholders agreed to the resignation of Mrs. Debora Herawati Sadrach from her position as a Director of the Company, and the appointment of Mr. Jochanan Senf as a Director of the Company, effective as of 27 April 2017. This change was notarised by deed of public notary Dewi Sukardi, S.H., M.Kn No 07 dated 27 April 2017 and has been recorded by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. AHU-AH.01.03-0133540 dated 5 May 2017.

At the Extraordinary Meeting of the Shareholders on 18 October 2017, the shareholders agreed to the resignation of Mrs. Annemarieke de Haan from her position as a Director of the Company, and the appointment of Mrs. Ira Noviarti as a Director of the Company, effective as of 18 October 2017. This change was notarised by deed of public notary Dewi Sukardi, S.H., M.Kn No. 3 dated 18 October 2017 and has been recorded by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. AHU-AH.01.03-0184995 dated 27 October 2017.

The Company's Directors as at 31 December 2017 and 2016 were as follows:

Audit Committee

The composition of the Company's Audit Committee as at 31 December 2017 and 2016 were as follows:

The financial statements of PT Unilever Indonesia Tbk were completed and authorized for issuance by the Directors on 26 February 2018.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan

Berikut ini adalah ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan yang diterapkan dalam penyusunan laporan keuangan Perseroan 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.

a. Dasar penyusunan laporan keuangan

Laporan keuangan disusun atas dasar akrual dengan menggunakan konsep nilai historis, kecuali dimana standar akuntansi mengharuskan pengukuran nilai wajar.

Laporan arus kas disusun dengan metode langsung (*direct method*), dan menyajikan perubahan dalam kas dan setara kas dari aktivitas operasi, investasi dan pendanaan.

Mata uang pelaporan yang digunakan dalam laporan keuangan adalah Rupiah yang merupakan mata uang fungsional Perseroan. Seluruh angka dalam laporan keuangan ini dibulatkan menjadi dan disajikan dalam jutaan Rupiah yang terdekat, kecuali bila dinyatakan lain.

Perubahan pada pernyataan standar akuntansi keuangan

Pada tanggal 1 Januari 2017, Perseroan menerapkan beberapa pernyataan standar akuntansi keuangan ("PSAK") baru/amandemen/penyesuaian dan interpretasi standar akuntansi keuangan ("ISAK") baru, yang efektif sejak tanggal tersebut. Perubahan kebijakan akuntansi Perseroan telah dibuat seperti yang disyaratkan, sesuai dengan ketentuan transisi dalam masing-masing standar.

Standar-standar akuntansi keuangan dan interpretasi berikut ini telah diterbitkan atau diamandemen atau disesuaikan, namun tidak menimbulkan perubahan substansial terhadap kebijakan akuntansi Perseroan dan tidak berdampak material atas jumlah yang dilaporkan atas periode berjalan atau periode sebelumnya:

- PSAK 1, "Penyajian Laporan Keuangan"
- PSAK 24, "Imbalan Kerja"
- PSAK 58, "Aset Tidak Lancar yang Dimiliki untuk Dijual dan Operasi yang Dihentikan"
- PSAK 60, "Instrumen Keuangan: Pengungkapan"
- ISAK 32, "Definisi dan Hierarki Standar Akuntansi Keuangan".

2. Summary of significant accounting policies

Presented below are the significant accounting policies applied in the preparation of the financial statements of the Company 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 Disclosures of Financial Statements of Issuers or Public Companies, enclosed in the Decision Letter No. KEP-347/BL/2012.

a. Basis of preparation of the financial statements

The financial statements are prepared on the accrual basis using the historical cost concept, except where the accounting standards require fair value measurement.

The statement of cash flows is prepared using the direct method, and presents the changes in cash and cash equivalents from operating, investing and financing activities.

The reporting currency used in the financial statements is Rupiah which is the Company's functional currency. Figures in the financial statements are rounded to and presented in millions of Rupiah, unless otherwise stated.

Changes to the statements of financial accounting standards

On 1 January 2017, the Company adopted certain new/amended/improved statements of financial accounting standards ("SFAS") and its interpretation ("ISFAS") that are mandatory for application from that date. Changes to the Company's accounting policies have been made as required, in accordance with the transitional provisions in the respective standards.

The following accounting standards and interpretation have been issued or amended or improved, but did not result in substantial changes to the Company's accounting policies and had no material effect on the amounts reported for the current or prior financial periods:

- *SFAS 1, "Presentation of Financial Statements"*
- *SFAS 24, "Employee Benefits"*
- *SFAS 58, "Non-current Assets Held for Sale and Discontinued Operation"*
- *SFAS 60, "Financial Instruments: Disclosures"*
- *ISFAS 32, "Definition and Hierarchy of Indonesian Financial Accounting Standards".*

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan (lanjutan)

a. Dasar penyusunan laporan keuangan (lanjutan)

Perubahan pada pernyataan standar akuntansi keuangan (lanjutan)

Berikut ini adalah standar-standar akuntansi dan interpretasi yang telah diterbitkan atau diamandemen atau disesuaikan, namun belum berlaku efektif pada tahun 2017:

Efektif berlaku pada atau setelah tanggal 1 Januari 2018:

a. Amandemen PSAK 2, "Laporan Arus Kas" tentang Prakarsa Pengungkapan, amandemen ini mengharuskan entitas untuk menyediakan pengungkapan yang memungkinkan pengguna laporan keuangan untuk mengevaluasi perubahan pada liabilitas yang timbul dari aktivitas pendanaan, termasuk perubahan yang timbul dari arus kas maupun perubahan non-kas.

b. Amandemen PSAK 46, "Pajak Penghasilan" tentang Pengakuan Aset Pajak Tangguhan untuk Rugi yang Belum Direalisasi, amandemen ini mengklarifikasi bahwa keberadaan perbedaan temporer yang dapat dikurangkan hanya tergantung pada perbandingan nilai tercatat suatu aset dan dasar pengenaan pajaknya pada tanggal pelaporan, dan tidak dipengaruhi oleh kemungkinan perubahan atas nilai tercatat di masa depan atau cara pemulihan yang diharapkan dari aset tersebut.

Efektif berlaku pada atau setelah tanggal 1 Januari 2019:

a. ISAK 33, "Transaksi Valuta Asing dan Imbalan di Muka". ISAK 33 diadopsi dari IFRIC 22, Transaksi Mata Uang Asing dan Imbalan di Muka. ISAK ini mengklarifikasi penggunaan tanggal transaksi dalam menentukan kurs yang digunakan dalam pengakuan awal suatu aset, beban atau pendapatan ketika entitas menerima atau membayar imbalan di muka dalam mata uang asing.

Efektif berlaku pada atau setelah tanggal 1 Januari 2020:

a. PSAK 71, "Instrumen Keuangan". Model baru untuk pengklasifikasian aset keuangan berdasarkan karakteristik arus kas dan model bisnis pada waktu suatu aset dimiliki. Model penurunan nilai kerugian ekspektasian mengharuskan entitas untuk memperhitungkan kerugian kredit ekspektasian mulai dari saat pengakuan awal instrumen keuangan serta mengakui seluruh kerugian ekspektasian sepanjang umur instrumen keuangan tersebut secara tepat waktu. Model baru akuntansi lindung nilai menyesuaikan perlakuan akuntansi terhadap aktivitas manajemen risiko dan mencakup pengungkapan informasi tambahan tentang manajemen risiko dan dampak akuntansi lindung nilai terhadap laporan keuangan.

2. Summary of significant accounting policies (continued)

a. Basis of preparation of the financial statements (continued)

Changes to the statements of financial accounting standards (continued)

The following standards and interpretation were issued or amended or improved but are not yet effective in 2017:

Effective on or after 1 January 2018:

a. Amendments to SFAS 2, "Statement of Cash Flows" on the Disclosure Initiative, this amendment requires entities to provide disclosures that enable the financial statements users to evaluate the changes in liabilities arising from financing activities, including changes arising from cash flow and non-cash changes.

b. Amendments to SFAS 46, "Incomes Taxes" on the Recognition of Deferred Tax Assets for Unrealized Losses, this amendment clarifies that the existence of a deductible temporary difference depends solely on a comparison of the carrying amount of an asset and its tax base at the reporting date, and is not affected by possible future changes in the carrying amount or expected manner of recovery of the asset.

Effective on or after 1 January 2019:

a. ISFAS 33, "Foreign Currency Transactions and Advance Considerations". ISFAS 33 is an adoption of IFRIC 22, Foreign Currency Transactions and Advance Considerations. It clarifies the use of the date of the transaction in determining the exchange rate to be used for initial recognition of asset, expense or income when the entity receives or pays advance considerations in foreign currency.

Effective on or after 1 January 2020:

a. SFAS 71, "Financial Instruments". The new model for classification of financial assets is driven by cash flow characteristics and the business model in which an asset is held. The expected-loss impairment model requires entities to account for expected credit losses from when financial instruments are first recognized and to recognize full lifetime expected losses on a timely basis. The new hedge-accounting model aligns the accounting treatment with risk management activities and includes additional disclosures of information about risk management and the effect of hedge accounting on the financial statements.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan (lanjutan)

a. Dasar penyusunan laporan keuangan (lanjutan)

Perubahan pada pernyataan standar akuntansi keuangan (lanjutan)

Efektif berlaku pada atau setelah tanggal 1 Januari 2020 (lanjutan):

b. PSAK 72, "Pendapatan dari Kontrak dengan Pelanggan". Prinsip utama PSAK 72 adalah bagi entitas dalam melakukan pengakuan pendapatan untuk mencatat berdasarkan pengalihan barang atau jasa kepada pelanggan dalam jumlah yang mencerminkan imbalan yang diharapkan dapat diterima entitas atas barang atau jasa tersebut. Model ini mencakup analisis transaksi dengan lima langkah berdasarkan kontrak untuk menentukan saat dan jumlah pendapatan yang diakui dan difokuskan pada pengalihan kendali. PSAK 72 juga mencakup pengungkapan tentang pendapatan yang disempurnakan dan memberikan panduan untuk transaksi yang sebelumnya tidak dibahas secara komprehensif.

c. PSAK 73, "Sewa" memperkenalkan model tunggal akuntansi untuk sewa, yang tercatat di neraca bagi *lessee*. Penyewa mengakui aset hak-guna yang merupakan hak penyewa untuk menggunakan aset yang mendasari perjanjian sewa dan liabilitas sewa yang merupakan kewajiban penyewa untuk melakukan pembayaran sewa. Terdapat pengecualian opsional untuk sewa jangka pendek dan sewa atas barang bernilai rendah. Akuntansi untuk *lessor* tetap sama dengan praktik saat ini - yaitu *lessor* tetap mengklasifikasikan sewa sebagai sewa pembiayaan atau sewa operasi.

Per tanggal penerbitan laporan keuangan ini, manajemen belum menentukan dampak retrospektif, jika ada, dari penerapan standar-standar tersebut di masa mendatang terhadap posisi keuangan dan hasil operasi Perseroan.

b. Transaksi dengan pihak berelasi

Perseroan 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.

c. Kas dan setara kas

Kas dan setara kas mencakup kas, bank dan deposito jangka pendek dengan jangka waktu jatuh tempo dalam waktu 3 (tiga) bulan atau kurang.

2. Summary of significant accounting policies (continued)

a. Basis of preparation of the financial statements (continued)

Changes to the statements of financial accounting standards (continued)

Effective on or after 1 January 2020 (continued):

b. SFAS 72, "Revenue from Contracts with Customers". The core principle of SFAS 72 is for entities in recognizing revenue to depict the transfer of goods or services to customers in amounts that reflect the consideration to which the entities expect to be entitled in exchange for those goods or services. The model includes a contract-based five-step analysis of transactions to determine when and how much revenue is recognized and is focused on transfer of control. SFAS 72 also includes enhanced disclosures about revenue and provides guidance for transactions that were not previously addressed comprehensively.

c. SFAS 73, "Leases" introduces a single, on-balance sheet lease accounting model for lessees. A lessee recognizes a right-of-use asset representing its right to use the underlying asset and a lease liability representing its obligation to make lease payments. There are optional exceptions for short-term leases and leases of low-value items. Lessor accounting remains similar to current practice – i.e. lessors continue to classify leases as finance or operating leases.

As of the issuance of these financial statements, management has not determined the extent of the retrospective impact, if any, that the future adoption of these standards will have on the Company's financial position and operating results.

b. Related party transactions

The Company 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 the financial statements.

c. Cash and cash equivalents

Cash and cash equivalents include cash on hand, cash in banks, and short-term time deposits with original maturities of 3 (three) months or less.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan (lanjutan)

d. Transaksi mata uang asing

Transaksi dalam mata uang asing dijabarkan ke mata uang Rupiah dengan menggunakan kurs yang berlaku pada tanggal transaksi. Pada tanggal pelaporan, aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing dijabarkan kembali ke mata uang Rupiah dengan kurs yang berlaku pada tanggal pelaporan tersebut. Kurs yang digunakan sebagai acuan adalah kurs tengah yang digunakan oleh Bank Indonesia. Keuntungan dan kerugian atas selisih kurs yang timbul dari transaksi dalam mata uang asing dan atas penjabaran kembali aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing, diakui pada laba rugi pada tahun yang bersangkutan.

e. 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 atas perubahan nilai wajar tergantung pada 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 atas instrumen derivatif yang tidak memenuhi kriteria lindung nilai untuk tujuan akuntansi diakui pada laba rugi.

f. Instrumen keuangan

Instrumen keuangan Perseroan terdiri dari kas dan setara kas, piutang usaha dan piutang lain-lain, yang dikategorikan sebagai "Pinjaman yang diberikan dan piutang". Liabilitas keuangan terdiri dari pinjaman bank, utang usaha, akrual dan utang lain-lain, yang dikategorikan sebagai "Liabilitas keuangan yang diukur pada biaya perolehan diamortisasi".

Pinjaman yang diberikan dan piutang diklasifikasikan 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, Perseroan 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 peristiwa (atau peristiwa-peristiwa) rugi tersebut memiliki dampak pada arus kas masa depan diestimasi atas aset keuangan atau kelompok aset keuangan yang dapat diestimasi secara andal.

2. Summary of significant accounting policies (continued)

d. Foreign currency transactions

Transactions denominated in foreign currencies are translated into Rupiah at the exchange rates prevailing at the date of the transaction. At the reporting date, monetary assets and liabilities in foreign currencies are retranslated 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 retranslation of monetary assets and liabilities in foreign currency are recognised in profit or loss during the financial year in which they are incurred.

e. 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 values. 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 profit or loss.

f. Financial instruments

The Company's financial instruments comprise cash and cash equivalents, trade debtors and other debtors, which are categorized as "Loans and receivables". Financial liabilities comprise bank borrowings, trade creditors, accruals and other payables, which are categorized as "Financial liabilities measured at amortised cost".

Loans and receivables are classified as current assets, except if the maturities are 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 Company 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.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan (lanjutan)

f. Instrumen keuangan (lanjutan)

Aset dan liabilitas dapat saling hapus dan nilai netonya disajikan dalam laporan posisi keuangan apabila terdapat hak yang berkekuatan hukum untuk melakukan saling hapus atas jumlah yang telah diakui dan ada maksud untuk melakukan penyelesaian tersebut secara neto, atau apabila aset direalisasi dan liabilitas diselesaikan secara bersamaan.

g. Piutang usaha

Pada saat pengakuan awal piutang usaha diukur 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.

Piutang usaha dihentikan pengakuannya ketika hak kontraktual Perseroan atas arus kas yang berasal dari piutang usaha tersebut kadaluarsa, yaitu ketika aset ditransfer dan ketika seluruh risiko dan manfaat atas kepemilikan aset keuangan telah ditransfer kepada pihak lain.

h. Persediaan

Persediaan diukur pada nilai yang terendah antara biaya perolehan dan nilai realisasi neto. Metode yang dipakai untuk menentukan biaya adalah metode rata-rata bergerak. Biaya perolehan barang jadi dan barang dalam proses terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung serta alokasi biaya *overhead* yang terkait dengan produksi.

Nilai realisasi neto adalah estimasi harga jual dalam kegiatan usaha biasa dikurangi estimasi biaya penyelesaian dan estimasi biaya yang diperlukan untuk membuat penjualan.

Provisi untuk persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris ditentukan berdasarkan estimasi penggunaan atau penjualan masing-masing jenis persediaan pada masa mendatang.

i. Aset tetap dan penyusutan

Tanah tidak disusutkan.

Aset tetap lainnya dicatat sebesar biaya perolehan dikurangi dengan akumulasi penyusutan.

Biaya perolehan mencakup semua pengeluaran yang terkait secara langsung dengan perolehan aset tetap tersebut.

2. Summary of significant accounting policies (continued)

f. Financial instruments (continued)

Financial assets and liabilities are offset and the net amount is presented in the statement of financial position when there is a legal right of offset and there is an intention to settle on a net basis, or when the asset is realized and the liability settled simultaneously.

g. Trade debtors

Trade debtors are initially measured 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 receivable 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.

Trade debtors are derecognized when the Company's contractual rights to the cash flows from the trade debtors expire, i.e. when the asset is transferred and when substantially all the risks and rewards of ownership of the financial assets are transferred to another party.

h. Inventories

Inventories are measured 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 cost of materials, cost of direct labour and an appropriate proportion of directly attributable production overhead cost.

Net realisable value is the estimated selling price in the ordinary course of business less estimated costs of completion and the estimated costs necessary to make the sale.

A provision for obsolete and unused/slow moving inventories is determined on the basis of estimated future usage or sale of inventory items.

i. Fixed assets and depreciation

Land is not depreciated.

Other fixed assets are stated at cost less accumulated depreciation.

Cost includes expenditure that is directly attributable to the acquisition of the fixed assets.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan (lanjutan)

i. Aset tetap dan penyusutan (lanjutan)

Biaya-biaya setelah pengakuan awal aset diakui sebagai bagian dari nilai tercatat aset atau sebagai aset yang terpisah, sebagaimana mestinya, hanya apabila kemungkinan besar Perseroan 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 laba rugi selama periode dimana biaya-biaya tersebut terjadi.

Penyusutan diterapkan dengan metode garis lurus, berdasarkan estimasi masa manfaat dari aset-aset sebagai berikut:

2. Summary of significant accounting policies (continued)

i. Fixed assets and depreciation (continued)

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 asset will flow to the Company and the acquisition cost of the asset can be measured reliably. The carrying amount of the replaced part is derecognised. All other repairs and maintenance are charged to profit or loss during the period in which they are incurred.

Depreciation is applied using the straight-line method over the estimated useful lives of the assets as follows:

	Tahun/*Years*	
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.

Keuntungan dan kerugian yang timbul dari pelepasan aset tetap ditentukan sebesar perbedaan antara penerimaan hasil pelepasan dan jumlah tercatat aset tersebut dan diakui dalam akun "(Beban)/penghasilan lain-lain, bersih" di laba rugi.

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.

Annually, the assets' residual values, depreciation method and useful lives are reviewed, and adjusted if appropriate.

Gains and losses on disposals of fixed assets are determined by comparing the proceeds with the carrying amount and are recognised within " Other (expenses)/ income, net" in 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 those assets are available for use.

j. 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 dimana porsi signifikan atas risiko dan manfaat kepemilikan aset tetap di tangan *lessor* diklasifikasikan sebagai sewa operasi. Pembayaran sewa operasi dibebankan ke laba rugi dengan basis garis lurus selama masa sewa.

j. 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 profit or loss on a straight-line basis over the period of the lease.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan (lanjutan)

k. Penurunan nilai dari aset nonkeuangan

Aset yang memiliki umur 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 terpulihkannya. Jumlah terpulihkan adalah nilai yang lebih tinggi antara nilai wajar aset dikurangi biaya pelepasan 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.

l. *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 biaya 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.

m. Aset takberwujud

Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak memiliki masa manfaat yang terbatas dan diukur sebesar biaya perolehan dikurangi akumulasi amortisasi. Amortisasi dihitung dengan menggunakan metode garis lurus untuk mengalokasikan biaya perolehan sepanjang estimasi masa manfaatnya sebagai berikut:

2. Summary of significant accounting policies (continued)

k. 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 of disposal 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 tested for possible reversal of the impairment at each reporting date.

l. 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. The gain or loss on the disposal of an entity includes 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.

m. Intangible assets

Software and software licenses have finite useful lives and are measured at cost less accumulated amortisation. Amortisation is calculated using the straight-line method to allocate their cost over their estimated useful lives, as follows:

	Tahun/*Years*	
Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak	5-11	*Software and software licenses*

Merek dagang yang diperoleh sebagai bagian dari kombinasi bisnis diakui sebesar nilai wajar pada tanggal perolehannya. Perseroan menentukan apakah masa manfaat merek dagang terbatas atau tidak terbatas dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan. Masa manfaat merek dagang ditelaah pada setiap periode pelaporan untuk menentukan apakah peristiwa dan kondisi terkini dapat terus mendukung penilaian bahwa masa manfaat tetap tidak terbatas.

Trademarks acquired in a business combination are recognised at fair value at the acquisition date. The Company determines whether the useful lives of trademarks is finite or indefinite based on relevant considerations. 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.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan (lanjutan)

n. Beban dibayar dimuka

Beban dibayar dimuka dibebankan ke laba rugi sesuai dengan masa manfaatnya dengan menggunakan metode garis lurus.

o. Pendapatan dan beban

Pendapatan terdiri dari nilai wajar imbalan yang diterima atau akan diterima dari penjualan barang dalam kegiatan usaha normal Perseroan. Pendapatan disajikan neto setelah dikurangi pajak pertambahan nilai, retur, potongan harga dan diskon.

Perseroan 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 diserahterimakan pada titik penyerahan yang disepakati dengan pelanggan.

Beban diakui pada saat terjadinya dengan menggunakan metode akrual.

p. Pinjaman

Pada saat pengakuan awal, pinjaman diakui sebesar nilai wajar, dikurangi dengan biaya-biaya transaksi yang terjadi. Selanjutnya, pinjaman diukur pada biaya perolehan diamortisasi.

Pinjaman diklasifikasikan sebagai liabilitas jangka pendek kecuali Perseroan memiliki hak tanpa syarat untuk menunda pembayaran liabilitas selama lebih dari 12 bulan setelah tanggal pelaporan.

Biaya pinjaman yang dapat diatribusikan secara langsung dengan akuisisi atau konstruksi suatu aset kualifikasian (*qualifying asset*), dikapitalisasi hingga aset tersebut selesai secara substansial.

q. Utang usaha

Utang usaha pada awalnya diukur sebesar nilai wajar dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode bunga efektif.

r. Pajak penghasilan kini dan tangguhan

Beban pajak penghasilan terdiri dari pajak kini dan pajak tangguhan. Pajak tersebut diakui dalam laba rugi, kecuali jika pajak tersebut terkait dengan transaksi atau kejadian yang langsung diakui dalam ekuitas atau dalam penghasilan komprehensif lain. Dalam hal ini, pajak tersebut masing-masing diakui dalam ekuitas atau penghasilan komprehensif lain.

2. Summary of significant accounting policies (continued)

n. Prepaid expenses

Prepaid expenses are charged against profit or loss over the period in which the related benefits are derived, using the straight-line method.

o. 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 Company's activities. Revenue is shown net of value added tax, returns, rebates and discounts.

The Company 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 the customers.

Expenses are recognised when incurred on the accrual basis.

p. Borrowings

Borrowings are initially recognised at fair value, net of transaction costs incurred. Subsequently, borrowings are measured at amortised cost.

Borrowings are classified as current liabilities unless the Company has an unconditional right to defer the settlement of the liability for more than 12 months after the reporting date.

Borrowing costs, which are directly attributable to the acquisition or construction of a qualifying asset, are capitalised until the asset is substantially completed.

q. Trade creditors

Trade creditors are initially measured at fair value and subsequently measured at amortised cost using the effective interest method.

r. 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 in equity or in other comprehensive income. In this case, the tax is also recognised directly in equity or in other comprehensive income, respectively.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan (lanjutan)

r. Pajak penghasilan kini dan tangguhan (lanjutan)

Pajak penghasilan kini dihitung dengan menggunakan tarif pajak yang telah diberlakukan pada tanggal posisi keuangan.

Pajak penghasilan tangguhan diakui untuk semua perbedaan temporer antara dasar pengenaan pajak atas aset dan liabilitas dengan nilai tercatatnya. Pajak penghasilan tangguhan diukur menggunakan tarif pajak yang telah berlaku atau secara substantif berlaku pada tanggal pelaporan dan yang diharapkan akan diterapkan pada saat aset pajak tangguhan yang bersangkutan direalisasi atau pada saat liabilitas pajak tangguhan diselesaikan.

Aset pajak penghasilan tangguhan diakui apabila besar kemungkinan bahwa laba kena pajak pada masa mendatang akan memadai untuk mengkompensasi perbedaan temporer yang menimbulkan aset pajak tangguhan tersebut.

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.

s. 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.

2. Summary of significant accounting policies (continued)

r. Current and deferred income tax (continued)

The current income tax is calculated using tax rates that have been enacted at the financial position date.

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 measured at the tax rates that have been enacted or substantially enacted as at reporting date and are expected to be applied when the related deferred income tax asset is realised or the deferred income tax liability is settled.

Deferred income tax assets are recognised to the extent that it is probable that future taxable profits will be available against which the temporary differences can be utilised.

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 tax assets and liabilities relate to income taxes charged 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.

s. Employee benefits

- Short-term employee benefits

Short-term employee benefits are recognised when they become payable 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.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan (lanjutan)

s. Imbalan kerja (lanjutan)

- Imbalan pensiun (lanjutan)

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 Unilever Indonesia. Kontribusi kepada program pensiun iuran pasti diakui sebagai beban dalam laba rugi pada saat terjadinya dan terutang.

Perseroan diharuskan menyediakan program pensiun dengan minimal jumlah imbalan tertentu sesuai dengan Undang-undang Ketenagakerjaan No. 13/2003 ("UU Ketenagakerjaan") yang merupakan kewajiban 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.

Liabilitas imbalan pensiun yang diakui di laporan posisi keuangan adalah nilai kini kewajiban imbalan pasti pada tanggal laporan posisi keuangan dikurangi nilai wajar aset program.

Kewajiban imbalan pasti dihitung setiap tahun oleh aktuaris berkualifikasi dengan menggunakan metode *projected unit credit*. Nilai kini kewajiban imbalan pasti ditentukan dengan mendiskontokan arus kas estimasian menggunakan tingkat bunga obligasi pemerintah tanpa kupon (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 yang timbul dari penyesuaian yang dibuat berdasarkan pengalaman dan perubahan asumsi-asumsi aktuarial langsung diakui seluruhnya pada penghasilan komprehensif lain pada saat terjadinya.

Biaya jasa lalu diakui secara langsung dalam laba rugi. Biaya jasa kini diakui sebagai beban periode berjalan.

2. Summary of significant accounting policies (continued)

s. Employee benefits (continued)

- Pension benefits (continued)

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 of Unilever Indonesia. The contributions to the pension fund are recognised as an expense in 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 a manner similar with the pension benefits obligations.

The pension benefits liability recognised in the 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.

The defined benefits obligation is calculated annually by a qualified 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 zero coupon 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 arised from experience adjustments and changes in actuarial assumptions are recognized immediately in other comprehensive income.

Past service costs are recognised immediately in profit or loss. Current service cost is expensed in the prevailing period.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan (lanjutan)

s. Imbalan kerja (lanjutan)

- 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 jubilium (*jubilee*) dan imbalan cuti panjang. Imbalan ini dihitung dengan menggunakan metodologi yang sama dengan metodologi yang digunakan dalam perhitungan program pensiun imbalan pasti, kecuali keuntungan dan kerugian aktuarial dan biaya jasa masa lalu diakui segera pada laba rugi.

t. 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.

u. 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.

v. Laba bersih per saham dasar

Laba bersih per saham dasar dihitung dengan membagi laba bersih yang dapat diatribusikan kepada pemilik Perseroan pada tahun yang bersangkutan dengan jumlah rata-rata tertimbang saham biasa yang beredar.

w. 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.

x. Provisi

Perseroan mengakui provisi apabila memiliki kewajiban kini (baik secara hukum maupun konstruktif) sebagai akibat peristiwa masa lalu apabila besar kemungkinan penyelesaian kewajiban tersebut mengakibatkan arus keluar sumber daya dan dapat diestimasi dengan andal.

2. Summary of significant accounting policies (continued)

s. Employee benefits (continued)

- 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 defined 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.

t. 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.

u. 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.

v. Basic earnings per share

Basic earnings per share is computed by dividing net profit attributable to the owners of the Company for the year by the weighted average number of ordinary shares outstanding.

w. 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.

x. Provisions

Provision are recognised when the Company 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.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan (lanjutan)

y. Aset yang dimiliki untuk dijual

Aset diklasifikasikan sebagai dimiliki untuk dijual ketika besar kemungkinan bahwa aset tersebut akan dipulihkan terutama melalui transaksi penjualan daripada melalui pemakaian berlanjut. Aset tersebut pada umumnya diukur sebesar nilai yang lebih rendah antara jumlah tercatat dan nilai wajar setelah dikurangi biaya untuk menjual. Setelah diklasifikasikan sebagai dimiliki untuk dijual, aset tetap untuk selanjutnya tidak lagi disusutkan.

2. Summary of significant accounting policies (continued)

y. Assets held for sale

Assets are classified as held for sale if it is highly probable that they will be recovered primarily through sale rather than through continuing use. Such assets are generally measured at the lower of their carrying amount and fair value less costs to sell. Once classified as held for sale, fixed assets are no longer depreciated.

3. Kas dan setara kas

3. Cash and cash equivalents

	2017	2016	
Kas	166	206	*Cash on hand*
Kas di bank			*Cash in banks*
Pihak ketiga – Rupiah:			*Third parties – Rupiah:*
PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	149,225	80,598	*PT Bank Mandiri (Persero) Tbk*
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	38,509	34,924	*The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta*
Deutsche Bank AG, Jakarta	45,287	27,338	*Deutsche Bank AG, Jakarta*
Citibank N.A., Jakarta	39,360	-	*Citibank N.A., Jakarta*
PT Bank CIMB Niaga Tbk	2,992	4,605	*PT Bank CIMB Niaga Tbk*
Lain-lain	140	373	*Others*
Jumlah	275,513	147,838	*Total*
Pihak ketiga – USD (Catatan 29):			*Third parties – USD (Note 29):*
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	54,684	72,563	*The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta*
Citibank N.A., Jakarta	2,417	77,327	*Citibank N.A., Jakarta*
Jumlah	57,101	149,890	*Total*
Pihak ketiga – EUR (Catatan 29):			*Third party – EUR (Note 29):*
The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta	72,004	75,901	*The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Ltd., Jakarta*
Jumlah kas di bank	404,618	373,629	*Total cash in banks*
Jumlah kas dan setara kas	404,784	373,835	*Total cash and cash equivalents*

4. Piutang usaha / *4. Trade debtors*

	2017	2016	
Pihak ketiga:			*Third parties:*
- Rupiah	4,384,230	3,321,246	*Rupiah -*
- USD (Catatan 29)	-	134	*USD (Note 29) -*
Dikurangi: Provisi atas penurunan nilai	(37,313)	(30,491)	*Less: Provision for impairment*
Jumlah	4,346,917	3,290,889	*Total*

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.

	2017	2016	
Pihak berelasi – Rupiah:			*Related parties – Rupiah:*
PT Unilever Enterprises Indonesia (d/h PT Unilever Body Care Indonesia)	6,841	-	*PT Unilever Enterprises Indonesia (formerly PT Unilever Body Care Indonesia)*
	6,841	-	
Pihak berelasi – USD (Catatan 29):			*Related parties – USD (Note 29):*
Unilever Asia Private Ltd.	181,064	246,628	*Unilever Asia Private Ltd.*
Unilever Ghana Limited	42,506	-	*Unilever Ghana Limited*
Unilever Philippines, Inc.	39,477	108,783	*Unilever Philippines, Inc.*
Unilever RFM Ice Cream Inc.	24,734	18,396	*Unilever RFM Ice Cream Inc.*
Unilever Vietnam International Co.	20,213	8,593	*Unilever Vietnam International Co.*
Unilever Japan K.K.	19,803	9,745	*Unilever Japan K.K.*
Unilever Taiwan Ltd.	12,399	6,874	*Unilever Taiwan Ltd.*
Unilever Supply Chain Company AG	6,860	5,085	*Unilever Supply Chain Company AG*
Unilever ASCC AG	5,034	889	*Unilever ASCC AG*
Unilever South Africa (Pty) Ltd.	2,776	4,739	*Unilever South Africa (Pty) Ltd.*
Unilever Gulf Free Zone Establishment	1,727	-	*Unilever Gulf Free Zone Establishment*
Unilever San Mersin FTZ	1,476	-	*Unilever San Mersin FTZ*
Unilever Korea Ltd.	1,405	2,505	*Unilever Korea Ltd.*
Hindustan Unilever Ltd.	812	-	*Hindustan Unilever Ltd.*
Unilever Market Development (Pty) Ltd.	701	-	*Unilever Market Development (Pty) Ltd.*
Unilever Manufacturera S. de R.L. de C.V.	-	1,589	*Unilever Manufacturera S. de R.L. de C.V.*
Unilever Caribbean Ltd.	-	1,551	*Unilever Caribbean Ltd.*
Unilever Kenya Ltd.	-	839	*Unilever Kenya Ltd.*
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	-	525	*Unilever Lipton Ceylon Ltd.*
Unilever Hongkong Ltd.	471	-	*Unilever Hongkong Ltd.*
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	338	627	*Others (individual balances less than Rp 382 each)*
	361,796	417,368	
Jumlah	368,637	417,368	*Total*
Sebagai persentase dari jumlah aset lancar	4.64%	6.34%	*As a percentage of total current assets*

4. Piutang usaha (lanjutan)

Analisis umur piutang usaha adalah sebagai berikut:

	2017	2016	
Lancar	3,201,378	1,747,937	*Current*
Lewat jatuh tempo 1 – 30 hari	806,418	1,358,081	*Overdue 1 – 30 days*
Lewat jatuh tempo lebih dari 30 hari	745,071	632,730	*Overdue more than 30 days*
Jumlah	4,752,867	3,738,748	*Total*

Perubahan provisi atas penurunan nilai adalah sebagai berikut:

	2017	2016	
Saldo awal	(30,491)	(13,357)	*Beginning balance*
Penambahan provisi atas penurunan nilai	(118,751)	(32,724)	*Addition of provision for impairment*
Penghapusbukuan piutang usaha	111,929	15,590	*Doubtful debts written off*
Saldo akhir	(37,313)	(30,491)	*Ending balance*

Pada tanggal 31 Desember 2017, piutang usaha sebesar Rp 3.201.378 (2016: Rp 1.747.937) belum jatuh tempo dan tidak mengalami penurunan nilai.

Pada tanggal 31 Desember 2017, piutang usaha sebesar Rp 1.514.176 (2016: Rp 1.960.320) telah lewat jatuh tempo namun tidak mengalami penurunan nilai. Hal ini terkait dengan sejumlah pelanggan yang tidak memiliki sejarah gagal bayar.

Pada tanggal 31 Desember 2017, piutang usaha sebesar Rp 37.313 (2016: Rp 30.491) mengalami penurunan nilai dan telah diprovisikan sebesar Rp 37.313 (2016: Rp 30.491). Masing-masing piutang yang diturunkan nilainya terutama terkait dengan pelanggan tertentu, yang secara tidak terduga mengalami kesulitan keuangan. Piutang ini diperkirakan oleh manajemen tidak dapat dipulihkan.

Eksposur maksimum atas risiko kredit pada tanggal pelaporan adalah sebesar nilai tercatat masing-masing kategori piutang usaha yang disebutkan di atas.

Berdasarkan penelaahan dari status masing-masing piutang usaha pada akhir tahun, manajemen berkeyakinan bahwa provisi atas penurunan nilai telah memadai untuk menutupi kerugian yang mungkin timbul dari piutang yang tidak tertagih.

4. Trade debtors (continued)

The ageing analysis of trade debtors is as follows:

Movements in the provision for impairment are as follows:

As at 31 December 2017, trade debtors of Rp 3,201,378 (2016: Rp 1,747,937) were not yet overdue nor impaired.

As at 31 December 2017, trade debtors of Rp 1,514,176 (2016: Rp 1,960,320) were overdue but not impaired. These relate to a number of independent customers for whom there is no recent history of default.

As at 31 December 2017, trade debtors of Rp 37,313 (2016: Rp 30,491) were impaired and the amount of the provision was Rp 37,313 (2016: Rp 30,491). The individually impaired trade debtors mainly relate to certain customers, which unexpectedly experienced financial difficulties. Management has assessed that the related receivables may not be recovered.

The maximum exposure to credit risk at the reporting date is the carrying value of each class of trade debtors mentioned above.

Based on 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 that may arise from the non-collectible accounts.

5. Persediaan / *5. Inventories*

	2017	2016	
Barang jadi	1,502,534	1,505,221	*Finished goods*
Bahan baku	806,753	729,097	*Raw materials*
Barang dalam proses	114,121	163,856	*Work in process*
Suku cadang	81,625	81,171	*Spare parts*
Dikurangi: Provisi atas persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris	(111,493)	(161,215)	*Less: Provision for obsolete and unused/slow moving inventories*
Jumlah	2,393,540	2,318,130	*Total*

Perubahan provisi atas 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:

	2017	2016	
Saldo awal	(161,215)	(55,181)	*Beginning balance*
Perubahan selama tahun berjalan:			*Changes during the year:*
Penambahan provisi	(73,395)	(262,336)	*Addition of provision*
Penghapusbukuan persediaan	119,752	156,302	*Inventories written off*
Direklasifikasi ke aset yang dimiliki untuk dijual	3,365	-	*Reclassified to assets held for sale*
Saldo akhir	(111,493)	(161,215)	*Ending balance*

Provisi atas persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris terdiri dari:

The provision for obsolete and unused/slow moving inventories consists of:

	2017	2016	
Barang jadi	(64,222)	(102,511)	*Finished goods*
Bahan baku	(47,271)	(58,704)	*Raw materials*
Jumlah	(111,493)	(161,215)	*Total*

Manajemen berkeyakinan bahwa provisi atas persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris telah memadai untuk menutupi kerugian yang mungkin 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 2017, persediaan Perseroan dilindungi dengan asuransi terhadap risiko kerugian karena bencana alam, kebakaran dan risiko-risiko lainnya dengan jumlah pertanggungan sebesar Rp 2.871.094 (2016: Rp 2.225.303). Manajemen berkeyakinan jumlah ini telah memadai untuk menutupi kemungkinan kerugian yang mungkin terjadi akibat risiko-risiko tersebut.

As at 31 December 2017, inventories owned by the Company were insured against the risk of loss due to natural disaster, fire and other risks with a total coverage of Rp 2,871,094 (2016: Rp 2,225,303). Management believes this amount is adequate to cover possible losses that may arise from such risks.

6. Instrumen keuangan derivatif

Pada tanggal 31 Desember 2017, Perseroan memiliki kontrak berjangka valuta asing sebagai berikut:

6. Derivative instruments

As at 31 December 2017, the Company had outstanding foreign currency forward contracts as follows:

	2017				
Pihak yang terkait/ *Counterparties*	**Mata uang asing/ *Foreign currencies***	**Nilai nosional - beli dalam nilai penuh mata uang asing/ *Notional amount - buy in full amount of each foreign currency***	**Nilai kontrak berjangka - jual dalam jutaan Rupiah/ *Forward contract amount - sell in millions of Rupiah***	**Tanggal jatuh tempo/ *Maturity date***	**Piutang/ (Utang) derivatif dalam jutaan Rupiah/ *Derivative receivable (payable) in millions of Rupiah***
JP Morgan Chase, Jakarta	USD	1,000,000	13,605	1 Februari/ *February* 2018	(11)
JP Morgan Chase, Jakarta	EUR	7,650,000	124,242	3 Januari/*January* – 21 Maret/*March* 2018	428
PT Bank BNP Paribas Indonesia, Jakarta	EUR	3,900,000	63,315	8 Januari/*January* – 22 Januari/*January* 2018	12
PT Bank HSBC Indonesia	EUR	500,000	8,086	15 Januari/*January* 2018	31
			209,248		460

Pada tanggal 31 Desember 2016, Perseroan tidak memiliki kontrak berjangka valuta asing.

As at 31 December 2016, the Company has no outstanding foreign currency forward contracts.

Perseroan melakukan transaksi derivatif dengan tujuan untuk lindung nilai terhadap kebutuhan arus kas yang akan datang dalam mata uang asing. Perubahan nilai wajar dari instrumen keuangan derivatif ini telah diakui pada laba rugi karena tidak memenuhi kualifikasi untuk akuntansi lindung nilai sebagaimana diatur dalam PSAK 55, "Instrumen Keuangan: Pengakuan dan Pengukuran".

The Company entered into derivative transactions for the purpose of hedging future foreign currency cash flow requirements. The changes in the fair values of the derivative financial instruments are recognized in profit or loss since they do not qualify for hedge accounting under SFAS 55, "Financial Instruments: Recognition and Measurement".

Pada tanggal 31 Desember 2017, piutang derivatif dicatat sebagai bagian dari piutang lain-lain dari pihak ketiga.

As at 31 December 2017, derivative receivables were recorded as part of other debtors from third parties.

7. Transaksi dengan pihak berelasi

a. Transaksi dan sifat hubungan dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut:

i. Perseroan menjual barang jadi kepada pihak berelasi sebagai berikut:
- Hindustan Unilever Ltd.
- Unilever ASCC AG
- Unilever Asia Private Ltd.
- Unilever Caribbean Ltd.
- Unilever Djibouti Limited
- Unilever Ghana Limited
- Unilever Gulf Free Zone Establishment
- Unilever Hongkong Ltd.
- Unilever Japan K.K.
- Unilever Kenya Ltd.
- Unilever Korea Ltd.
- Unilever Lipton Ceylon Ltd.
- Unilever Manufacturera S. de R.L. de C.V.
- Unilever Market Development (Pty) Ltd.
- Unilever Philippines, Inc.
- Unilever RFM Ice Cream Inc.
- Unilever South Africa (Pty) Ltd.
- Unilever Supply Chain Company AG
- Unilever San Mersin FTZ
- Unilever Taiwan Ltd.
- Unilever Vietnam International Co.
- Wall's (China) Co. Ltd.
- PT Unilever Enterprises Indonesia (d/h PT Unilever Body Care Indonesia)
- Unilever China Ltd.

Sifat hubungan dengan pihak berelasi di atas adalah sebagai entitas sepengendali.

ii. Perseroan membeli bahan baku, barang jadi dan lain-lain dari pihak berelasi sebagai berikut:
- Unilever Asia Private Ltd.
- Unilever Europe BV
- Unilever India Export Limited
- Unilever Industries Private Ltd.
- Unilever Philippines, Inc.
- Unilever RFM Ice Cream Inc.
- Unilever Supply Chain Company AG
- Unilever Thai Holdings Ltd.
- Unilever Vietnam International Co.
- PT Unilever Enterprises Indonesia (d/h PT Unilever Body Care Indonesia)
- PT Unilever Oleochemical Indonesia
- Unilver Lipton Ceylon Ltd.

Sifat hubungan dengan pihak berelasi di atas adalah sebagai entitas sepengendali.

7. Related party transactions

a. The nature of transactions and relationships with related parties are as follows:

i. The Company sold finished goods to the following related parties:
- *Hindustan Unilever Ltd.*
- *Unilever ASCC AG*
- *Unilever Asia Private Ltd.*
- *Unilever Caribbean Ltd.*
- *Unilever Djibouti Limited*
- *Unilever Ghana Limited*
- *Unilever Gulf Free Zone Establishment*
- *Unilever Hongkong Ltd.*
- *Unilever Japan K.K.*
- *Unilever Kenya Ltd.*
- *Unilever Korea Ltd.*
- *Unilever Lipton Ceylon Ltd.*
- *Unilever Manufacturera S. de R.L. de C.V.*
- *Unilever Market Development (Pty) Ltd.*
- *Unilever Philippines, Inc.*
- *Unilever RFM Ice Cream Inc.*
- *Unilever South Africa (Pty) Ltd.*
- *Unilever Supply Chain Company AG*
- *Unilever San Mersin FTZ*
- *Unilever Taiwan Ltd.*
- *Unilever Vietnam International Co.*
- *Wall's (China) Co. Ltd.*
- *PT Unilever Enterprises Indonesia (formerly PT Unilever Body Care Indonesia)*
- *Unilever China Ltd.*

The nature of the relationships with the above related parties are entities under common control.

ii. The Company purchased raw materials, finished goods and others from the following related parties:
- *Unilever Asia Private Ltd.*
- *Unilever Europe BV*
- *Unilever India Export Limited*
- *Unilever Industries Private Ltd.*
- *Unilever Philippines, Inc.*
- *Unilever RFM Ice Cream Inc.*
- *Unilever Supply Chain Company AG*
- *Unilever Thai Holdings Ltd.*
- *Unilever Vietnam International Co.*
- *PT Unilever Enterprises Indonesia (formerly PT Unilever Body Care Indonesia)*
- *PT Unilever Oleochemical Indonesia*
- *Unilever Lipton Ceylon Ltd.*

The nature of the relationships with the above related parties are entities under common control.

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

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 (continued)

iii. The details of the nature and types of material transactions with related parties other than those mentioned above are as follows:

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*
- Hindustan Unilever Ltd.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Indonesia Holding B.V.	Pemegang saham mayoritas/ *Majority shareholder*	Pembayaran dividen/ *Dividend payments*
- Unilever Asia Private Ltd.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever China Ltd.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Deutschland Holding GmbH	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Europe IT	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Europe Business Center B.V.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Malaysia Services Sdn Bhd	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Global Service B.V. Philippines	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Industries Private Ltd.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Philippines, Inc.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever U.K. Central Resources Ltd.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Italy Holdings SRL	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Pakistan Ltd.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Thai Services Limited	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Nigeria PLC	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Research Laboratory Port Sunlight	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever South Africa (Pty) Ltd.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

7. Related party transactions (continued)

Pihak berelasi/ ***Related parties***	**Sifat hubungan dengan pihak berelasi/** ***Nature of the relationship***	**Jenis transaksi/** ***Type of transaction***
- Unilever Vietnam International Co.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penjualan aset tetap dan penggantian beban/ *Sales of fixed assets and expense reimbursements*
- Unilever RFM Ice Cream Inc.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Finance International AG	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Fasilitas pinjaman/ *Borrowing facility*
- PT Unilever Enterprises Indonesia (d/h/*formerly* PT Unilever Body Care Indonesia)	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements* Sewa mesin/ *Lease of machineries*
- PT Unilever Oleochemical Indonesia	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya/ *Other related party*	Pembayaran kontribusi Perseroan atas program manfaat pasti/ *Payment of contribution for the Company's defined benefit plan*
- Dana Pensiun Iuran Pasti Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya/ *Other related party*	Pembayaran kontribusi Perseroan atas program iuran pasti/ *Payment of contribution for the Company'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*

b. Perjanjian-perjanjian penting dengan pihak berelasi

Perjanjian yang ditandatangani pada tahun 1971 dengan Unilever N.V. dan perjanjian yang ditandatangani pada tahun 1997 dengan Unilever Business Group Services B.V. telah diperbaharui dan digantikan dengan perjanjian serupa yang diuraikan dalam butir (i) di bawah ini.

i. 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 terpusat yang merupakan pembaharuan atas perjanjian serupa sebagaimana disebutkan di atas. 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 disesuaikan secara bertahap menjadi 3,00% mulai tahun 2015 dan seterusnya. Royalti dihitung berdasarkan nilai total omset setahun ke pihak ketiga, diluar omset produk yang mereknya dimiliki oleh Perseroan.

b. Significant agreements with related parties

The agreements, signed in 1971 with Unilever N.V. and signed in 1997 with Unilever Business Group Services B.V. have been updated and replaced with the agreements as disclosed in point (i) below.

i. 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. These renewal agreements are effective from 1 January 2013, with principal terms as follows:

- *Trademarks License Agreement with respect to the granting of trademarks licenses owned by companies under Unilever group, including future trademarks licenses, within the period of the agreement. The royalty value is adjusted gradually to become 3.00% from 2015 onwards. The royalty will be calculated based on total turnover value per annum to third parties, excluding the turnover of products under the trademarks owned by the Company.*

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

b. Perjanjian-perjanjian penting dengan pihak berelasi (lanjutan)

- 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 disesuaikan secara bertahap 2,00% mulai tahun 2015 dan seterusnya. Royalti dihitung berdasarkan nilai total omset setahun ke pihak ketiga, atas produk Perseroan yang didukung oleh teknologi berlisensi tersebut.

- Perjanjian Layanan Jasa Terpusat mencakup penyediaan jasa layanan pusat dari grup perusahaan Unilever kepada Perseroan yang meliputi strategi kepemimpinan dan implementasinya, dukungan jasa profesional dan strategi kategorisasi produk. Biaya jasa untuk layanan jasa terpusat ini dihitung berdasarkan biaya aktual (*actual cost recovery*), dengan batas maksimum 3,00% dari total penjualan Perseroan setahun kepada pihak ketiga.

Definisi dan perhitungan nilai penjualan yang menjadi dasar penentuan nilai royalti setiap tahunnya, telah didefinisikan secara rinci di dalam masing-masing perjanjian.

ii. Pada tanggal 28 Agustus 2009, Perseroan telah 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.

iii. Pada tanggal 21 Juni 2017, Perseroan telah menandatangani perjanjian fasilitas pinjaman tanpa jaminan dengan Unilever Finance International AG, perusahaan afiliasi yang berkedudukan di Swiss. Total fasilitas pinjaman adalah sebesar Rp 3 triliun yang dapat ditarik berkali-kali (*multiple draw downs*) dan bergulir (*revolving*) dengan jangka waktu fasilitas pinjaman untuk setiap penarikan minimal 1 bulan dan maksimum kurang dari 1 tahun selama periode antara 15 Juni 2017 – 14 Juni 2022. Fasilitas pinjaman ini dikenakan bunga minimal 0,15% dibawah penawaran tarif alternatif pinjaman terendah yang ada dengan jangka waktu yang sama. Pada tanggal 31 Desember 2017, tidak ada saldo pinjaman dari Unilever Finance International AG.

7. Related party transactions (continued)

b. Significant agreements with related parties (continued)

- *Technology License Agreement with respect to the granting of technology licenses owned by companies under Unilever group, including future technology licenses, within the period of the agreement. The royalty value is adjusted gradually to become 2.00% from 2015 onwards. The royalty will be calculated based on total turnover value per annum to third parties, of Company's products that are supported by the licensed technology and technical know-how.*

- *Central Service Agreement (CSA) with respect to the provision of strategic leadership and its implementation, professional support, and product categorisation strategy by companies under the Unilever group to the Company. The service fee for the CSA is calculated based on the actual cost recovery with a cap of 3.00% of total turnover of the Company per annum to the third parties.*

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 agreements.

ii. On 28 August 2009, the Company entered into 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.

iii. On 21 June 2017, the Company entered into an uncommitted loan facility agreement with Unilever Finance International AG, an affiliated company domiciled in Switzerland. The total loan facility is amounting to Rp 3 trillion for multiple draw downs and revolving for the term of loan facility for each draw down at minimum of 1 month and at maximum of less than 1 year for the period of 15 June 2017 – 14 June 2022. This loan facility bears interest at the minimum of 0.15% below the alternative lowest offered rate existing for the same term. As at 31 December 2017, no outstanding loan balance from Unilever Finance International AG.

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

b. Perjanjian-perjanjian penting dengan pihak berelasi (lanjutan)

Beban signifikan yang dikenakan oleh pihak berelasi:

	2017	2016	
Trademark	960,280	961,793	*Trademark*
Teknologi	662,819	669,217	*Technology*
Biaya jasa	1,164,781	1,126,721	*Service fees*
Jumlah	2,787,880	2,757,731	*Total*
Sebagai persentase dari jumlah beban umum dan administrasi	71.94%	69.63%	*As a percentage of total general and administration expenses*

Lihat Catatan 23 dan 24 untuk rincian penjualan kepada dan pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi.

c. Piutang lain-lain dari pihak berelasi

	2017	2016	
Pihak berelasi – Rupiah:			*Related parties – Rupiah:*
PT Unilever Enterprises Indonesia (d/h PT Unilever Body Care Indonesia)	608	840	*PT Unilever Enterprises Indonesia (formerly PT Unilever Body Care Indonesia)*
PT Unilever Oleochemical Indonesia	5,741	24	*PT Unilever Oleochemical Indonesia*
	6,349	864	
Pihak berelasi – Mata uang asing (Catatan 29):			*Related parties – Foreign currencies (Note 29):*
Unilever Philippines, Inc.	30,275	1	*Unilever Philippines, Inc.*
Unilever Asia Private Ltd.	29,215	3,311	*Unilever Asia Private Ltd.*
Unilever U.K. Central Resources Ltd.		1,573	*Unilever U.K. Central Resources Ltd.*
Unilever Nigeria PLC	-	6,058	*Unilever Nigeria PLC*
Unilever Pakistan Ltd.	-	2,194	*Unilever Pakistan Ltd.*
Unilever South Africa (Pty) Ltd.	-	1,105	*Unilever South Africa (Pty) Ltd.*
Unilever Vietnam International Co.	-	673	*Unilever Vietnam International Co.*
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	446	630	*Others (individual balances less than Rp 382 each)*
	59,936	15,545	
Jumlah	66,285	16,409	*Total*
Sebagai persentase dari jumlah aset lancar	0.83%	0.25%	*As a percentage of total current assets*

Manajemen tidak membuat provisi atas penurunan nilai untuk akun ini karena berkeyakinan bahwa saldo piutang tersebut akan tertagih seluruhnya.

7. Related party transactions (continued)

b. Significant agreements with related parties (continued)

Significant expenses charged by related parties:

Refer to Notes 23 and 24 for details of sales to and purchases of raw materials and finished goods from related parties.

c. Amounts due from related parties

Management has not made a provision for impairment as it is of the opinion that these receivables will be fully collectible.

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

7. Related party transactions (continued)

d. Utang lain-lain pada pihak berelasi

d. Amounts due to related parties

	2017	2016	
Pihak berelasi – Rupiah:			*Related party – Rupiah:*
PT Unilever Enterprises Indonesia (d/h PT Unilever Body Care Indonesia)	3,587	3,174	*PT Unilever Enterprises Indonesia (formerly PT Unilever Body Care Indonesia)*
Unilever N.V.	596,706	-	*Unilever N.V.*
	600,293	3,174	
Pihak berelasi – Mata uang asing (Catatan 29):			*Related parties – Foreign currencies (Note 29):*
Unilever Asia Private Ltd.	47,678	27,601	*Unilever Asia Private Ltd.*
Unilever N.V.	38,330	66,310	*Unilever N.V.*
Unilever Industries Private Ltd.	7,891	2,708	*Unilever Industries Private Ltd.*
Unilever Global Service B.V. Philippines	4,690	2,491	*Unilever Global Service B.V. Philippines*
Unilever Thai Services Limited	2,914	-	*Unilever Thai Services Limited*
Unilever Europe IT	2,666	8,040	*Unilever Europe IT*
Unilever Deutschland Holding GmbH	2,473	-	*Unilever Deutschland Holding GmbH*
Unilever Malaysia Services Sdn Bhd	803	-	*Unilever Malaysia Services Sdn Bhd*
Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S	788	738	*Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S*
Hindustan Unilever Ltd.	416	883	*Hindustan Unilever Ltd.*
Unilever U.K. Central Resources Ltd.	262	13,414	*Unilever U.K. Central Resources Ltd.*
Unilever China Ltd.	50	2,348	*Unilever China Ltd.*
Unilever Europe Business Center B.V.	-	503	*Unilever Europe Business Center B.V.*
Unilever Research Laboratory Port Sunlight	-	2,526	*Unilever Research Laboratory Port Sunlight*
Unilever Italy Holdings SRL	-	537	*Unilever Italy Holdings SRL*
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	59	367	*Others (individual balances less than Rp 382 each)*
	109,020	128,466	
Jumlah	709,313	131,640	*Total*
Sebagai persentase dari jumlah liabilitas jangka pendek	5.66%	1.21%	*As a percentage of total current liabilities*

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

e. Kompensasi manajemen kunci

Dewan Komisaris dan Direksi adalah manajemen kunci. Jumlah kompensasi manajemen kunci adalah sebagai berikut:

7. Related party transactions (continued)

e. Key management compensation

The Boards of Commissioners and Directors are key management. Their total compensation was as follows:

	2017		2016		
	Direksi/ *Directors*	**Dewan Komisaris/ *Board of Commissioners***	**Direksi/ *Directors***	**Dewan Komisaris/ *Board of Commissioners***	
Gaji, tunjangan, dan bonus	72,253	5,567	58,644	4,782	*Salaries, allowances and bonuses*
Imbalan pasca-kerja	5,956	-	3,514	-	*Post-employment benefits*
Jumlah	78,209	5,567	62,158	4,782	*Total*

Kompensasi ini dicatat sebagai bagian dari biaya produksi, beban pemasaran dan penjualan, dan beban umum dan administrasi.

The compensation is recorded as part of production costs, marketing and selling expenses, and general and administration expenses.

	2017	2016	
Sebagai persentase dari jumlah beban karyawan	4.64%	3.93%	*As a percentage of total employee costs*

Termasuk dalam paket penghasilan Direksi adalah tunjangan fasilitas perumahan.

Included in the Directors' remuneration packages are housing facilities.

f. Program imbalan pasca-kerja

Perseroan 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 yang harus dibayarkan oleh Perseroan adalah sebagai berikut:

f. Post-employment benefits

The Company 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 shall be paid by the Company were as follows:

	2017		2016	
	Persentase/ *Percentage**	**Dalam jutaan Rupiah/ *In millions of Rupiah***	**Persentase/ *Percentage****	**Dalam jutaan Rupiah/ *In millions of Rupiah***
DPMP UI	3.77	68,027	3.65	62,135
DPIP UI	2.19	39,604	2.08	35,504
	5.96	107,631	5.73	97,639

*) % terhadap jumlah beban karyawan

*) *% of total employee costs*

8. Beban dibayar dimuka / *8. Prepaid expenses*

	2017	2016	
Sewa	76,007	62,931	*Rent*
Asuransi	12,581	10,891	*Insurance*
Lain-lain	20,990	12,468	*Others*
Jumlah	109,578	86,290	*Total*

9. Aset tetap / *9. Fixed assets*

a. Perubahan kelompok-kelompok utama aset tetap adalah sebagai berikut:

a. Movements of fixed assets, by major classifications are as follows:

	2017						
	1 Januari/ *January* 2017	Penambahan/ *Additions*	Transfer/ *Transfers*	Pengurangan/ *Deductions*	Direklasifikasi ke aset yang dimiliki untuk dijual/ *Reclassified to assets held for sale*	31 Desember/ *December* 2017	
Biaya perolehan:							***Acquisition cost:***
Tanah	277,326	-	-	-	-	277,326	*Land*
Bangunan	1,671,729	-	935,153	(7,630)	-	2,599,252	*Buildings*
Mesin dan peralatan	8,406,615	453,657	1,233,675	(108,633)	(130,234)	9,855,080	*Machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	33,106	2,053	-	(9,261)	-	25,898	*Motor vehicles*
Aset dalam penyelesaian	2,011,410	1,228,692	(2,168,828)	-	(39,614)	1,031,660	*Construction in progress*
Jumlah	12,400,186	1,684,402	-	(125,524)	(169,848)	13,789,216	*Total*
Akumulasi penyusutan:							***Accumulated depreciation:***
Bangunan	(249,704)	(58,288)	-	2,861	-	(305,131)	*Buildings*
Mesin dan peralatan	(2,607,592)	(570,991)	-	90,105	37,481	(3,050,997)	*Machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	(13,414)	(3,582)	-	6,041	-	(10,955)	*Motor vehicles*
Jumlah	(2,870,710)	(632,861)	-	99,007	37,481	(3,367,083)	*Total*
Nilai tercatat bersih	**9,529,476**					**10,422,133**	***Net carrying value***

9. Aset tetap (lanjutan)

a. Perubahan kelompok-kelompok utama aset tetap adalah sebagai berikut: (lanjutan)

9. Fixed assets (continued)

a. Movements of fixed assets, by major classifications are as follows: (continued)

	2016					
	1 Januari/ *January* 2016	Penambahan/ *Additions*	Transfer/ *Transfers*	Pengurangan/ *Deductions*	31 Desember/ *December* 2016	
Biaya perolehan:						***Acquisition cost:***
Tanah	277,326	-	-	-	277,326	*Land*
Bangunan	1,600,376	-	81,473	(10,120)	1,671,729	*Buildings*
Mesin dan peralatan	7,324,326	286,163	847,013	(50,887)	8,406,615	*Machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	31,012	8,760	-	(6,666)	33,106	*Motor vehicles*
Aset dalam penyelesaian	1,460,979	1,478,917	(928,486)	-	2,011,410	*Construction in progress*
Jumlah	10,694,019	1,773,840	-	(67,673)	12,400,186	*Total*
Akumulasi penyusutan:						***Accumulated depreciation:***
Bangunan	(211,575)	(40,897)	-	2,768	(249,704)	*Buildings*
Mesin dan peralatan	(2,148,175)	(485,228)	-	25,811	(2,607,592)	*Machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	(13,352)	(3,490)	-	3,428	(13,414)	*Motor vehicles*
Jumlah	(2,373,102)	(529,615)	-	32,007	(2,870,710)	*Total*
Nilai tercatat bersih	**8,320,917**				**9,529,476**	***Net carrying value***

Pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016, Perseroan memiliki aset-aset tetap yang telah disusutkan sepenuhnya namun masih digunakan untuk menunjang aktivitas operasi Perseroan. Biaya perolehan dari aset-aset tersebut adalah sebagai berikut:

As at 31 December 2017 and 2016, the Company had fixed assets which have been fully depreciated but were still in use to support the Company's operation activities. Acquisition costs of such assets are as follows:

	2017	2016	
Bangunan	2,472	5,290	*Buildings*
Mesin dan peralatan	549,304	471,758	*Machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	707	1,036	*Motor vehicles*
Jumlah	552,483	478,084	*Total*

b. Pada tanggal 31 Desember 2017, Perseroan mempunyai 34 bidang tanah (2016: 34 bidang tanah) dengan sertifikat Hak Guna Bangunan ("HGB") dan 1 bidang tanah dengan sertifikat Hak Pakai yang akan kadaluarsa antara tahun 2020 sampai dengan 2035.

Manajemen berkeyakinan bahwa HGB dan Hak Pakai tersebut akan dapat diperbaharui dengan biaya minimum.

b. As at 31 December 2017, the Company had 34 plots (2016: 34 plots) of land in the form of Land Use Title ("HGB") and 1 plot of land with Right to Use Title ("Hak Pakai") which will expire between 2020 until 2035.

Management believes that these HGB and Hak Pakai will be renewable at minimal cost.

9. Aset tetap (lanjutan)

c. Perhitungan kerugian penjualan aset tetap adalah sebagai berikut:

	2017	2016	
Biaya perolehan	125,524	67,673	*Acquisition costs*
Dikurangi: Akumulasi penyusutan	(99,007)	(32,007)	*Less: Accumulated depreciation*
Nilai tercatat bersih	26,517	35,666	*Net carrying value*
Hasil penjualan aset tetap	7,228	7,958	*Proceeds from the sale of fixed assets*
Kerugian penjualan aset tetap	(19,289)	(27,708)	*Loss on sale of fixed assets*

d. Kerugian penjualan aset tetap dialokasikan sebagai berikut:

	2017	2016	
Biaya produksi	(15,544)	(22,832)	*Production costs*
Beban lain-lain (Catatan 26)	(3,745)	(4,876)	*Other expenses (Note 26)*
Jumlah	(19,289)	(27,708)	*Total*

e. Aset dalam penyelesaian pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016 adalah sebagai berikut:

	2017	2016	
Mesin dan peralatan	795,955	1,288,095	*Machinery and equipment*
Bangunan	235,705	723,315	*Buildings*
Jumlah	1,031,660	2,011,410	*Total*

Persentase penyelesaian atas aset dalam penyelesaian pada tanggal 31 Desember 2017 adalah 49,75% (2016: 44,54%).

Aset dalam penyelesaian akan selesai dan di reklasifikasi ke masing-masing kelompok aset diperkirakan pada tahun 2018.

f. Beban penyusutan dialokasikan sebagai berikut:

	2017	2016	
Biaya produksi	454,093	388,541	*Production costs*
Beban pemasaran dan penjualan	145,750	137,342	*Marketing and selling expenses*
Beban umum dan administrasi	33,018	3,732	*General and administration expenses*
Jumlah	632,861	529,615	*Total*

g. Aset tetap yang dimiliki oleh Perseroan diasuransikan terhadap risiko kerugian dengan jumlah pertanggungan sebesar Rp 14.544.773 (2016: Rp 7.448.602), yang menurut pendapat manajemen telah memadai untuk menutupi kerugian yang mungkin timbul. Risiko kerugian yang terjadi atas aset dalam penyelesaian ditanggung oleh kontraktor sampai aset tersebut siap digunakan.

9. Fixed assets (continued)

c. The calculations of loss on sale of fixed assets were as follows:

d. Loss on sale of fixed assets was allocated as follows:

e. Construction in progress as at 31 December 2017 and 2016 was as follows:

The percentage of completion for construction in progress as at 31 December 2017 was 49.75% (2016: 44.54%).

Construction in progress is estimated to be completed and reclassified into each group of assets in 2018.

f. Depreciation expense was allocated as follows:

g. The Company's fixed assets have been insured against the risk of loss with a total coverage of Rp 14,544,773 (2016: Rp 7,448,602), which is considered adequate by management to cover possible losses arising from such risks. Risk of loss on assets under construction is covered by the contractors until the assets are ready for their intended use.

9. Aset tetap (lanjutan)

Pertanggungan asuransi untuk setiap kelompok aset tetap adalah sebagai berikut:

9. Fixed assets (continued)

Insurance coverage for each class of fixed assets is as follows:

	2017		
	Nilai pertanggungan/ *Insured amounts*	**Nilai buku bersih aset tetap/ *Net book value of fixed assets***	
Bangunan, mesin dan peralatan	14,544,773	9,098,204	*Buildings, machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	-	14,943	*Motor vehicles*
	14,544,773	9,113,147	

	2016		
	Nilai pertanggungan/ *Insured amounts*	**Nilai buku bersih aset tetap/ *Net book value of fixed assets***	
Bangunan, mesin dan peralatan	7,448,602	7,221,048	*Buildings, machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	-	19,692	*Motor vehicles*
	7,448,602	7,240,740	

10. *Goodwill*

Pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016, nilai buku bersih *goodwill* adalah Rp 61.925. *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, dan berkaitan dengan produk Bango.

10. Goodwill

As at 31 December 2017 and 2016, the net book value of goodwill was Rp 61,925. 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, and relates to Bango products.

11. Aset takberwujud

11. Intangible assets

	2017			
	Merek/ *Trademarks*	**Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak/ *Software and software licenses***	**Jumlah/ *Total***	
Biaya perolehan				***Acquisition cost***
Saldo awal	330,755	495,703	826,458	*Beginning balance*
Penambahan aset takberwujud	2,255	-	2,255	*Addition of intangible assets*
Saldo akhir	333,010	495,703	828,713	*Ending balance*
Akumulasi amortisasi				***Accumulated amortisation***
Saldo awal	-	(416,656)	(416,656)	*Beginning balance*
Beban amortisasi	-	(21,219)	(21,219)	*Amortisation expense*
Saldo akhir	-	(437,875)	(437,875)	*Ending balance*
Nilai tercatat bersih	333,010	57,828	390,838	***Net carrying value***

11. Aset takberwujud (lanjutan) / *11. Intangible assets (continued)*

	2016			
	Merek/ *Trademarks*	**Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak/ *Software and software licenses***	**Jumlah/ *Total***	
Biaya perolehan				***Acquisition cost***
Saldo awal	330,755	495,703	826,458	*Beginning balance*
Penambahan aset takberwujud	-	-	-	*Addition of intangible assets*
Saldo akhir	330,755	495,703	826,458	*Ending balance*
Akumulasi amortisasi				***Accumulated amortisation***
Saldo awal	-	(395,437)	(395,437)	*Beginning balance*
Beban amortisasi	-	(21,219)	(21,219)	*Amortisation expense*
Saldo akhir	-	(416,656)	(416,656)	*Ending balance*
Nilai tercatat bersih	330,755	79,047	409,802	***Net carrying value***

Pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016, aset takberwujud timbul dari perolehan atas merek yang berhubungan dengan produk Hazeline, Bango, Buavita dan Hijab Fresh yang diperoleh berturut-turut pada tahun 1996, 2001, 2008 dan 2017 serta perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak yang diperoleh dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2013.

As at 31 December 2017 and 2016, intangible assets principally comprise acquisitions of trademarks related to Hazeline, Bango, Buavita and Hijab Fresh products which were acquired in 1996, 2001, 2008 and 2017, respectively, as well as software and software licenses which were acquired from 2004 until 2013.

12. Pinjaman bank / *12. Bank borrowings*

Pinjaman merupakan fasilitas pinjaman tanpa jaminan yang digunakan untuk keperluan modal kerja, yang terdiri dari:

Borrowings represent unsecured borrowings facilities used for working capital purposes, that consist of:

	2017	2016	
Pihak ketiga – Rupiah:			*Third parties – Rupiah:*
PT Bank Mizuho Indonesia, Jakarta	1,200,000	700,000	*PT Bank Mizuho Indonesia, Jakarta*
The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ, Ltd., Jakarta	1,000,000	500,000	*The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ, Ltd., Jakarta*
Deutsche Bank AG, Jakarta	750,000	692,970	*Deutsche Bank AG, Jakarta*
PT Bank BNP Paribas Indonesia, Jakarta	300,000	500,000	*PT Bank BNP Paribas Indonesia, Jakarta*
BNP S.A., Paris	200,000	-	*BNP S.A., Paris*
Jumlah	3,450,000	2,392,970	*Total*

12. Pinjaman bank (lanjutan)

Informasi lain mengenai pinjaman pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016 adalah sebagai berikut:

12. Bank borrowings (continued)

Other information related to the borrowings as at 31 December 2017 and 2016 was as follows:

Kreditur/*Lenders*	Jadwal pembayaran/ *Repayment schedule*	Tingkat bunga/ *Interest rates*	Saldo akhir/ *Outstanding balances* 2017	2016
PT Bank Mizuho Indonesia, Jakarta (Dengan fasilitas maksimum sebesar/ *Maximum facility of* Rp 1,200,000)	20 Desember/*December* 2017 – 3 Januari/*January* 2018	5.00%	1,200,000	-
	20 Desember/*December* 2016 – 11 Januari/*January* 2017	6.45%	-	300,000
	21 Desember/*December* 2016 – 11 Januari/*January* 2017	6.45%	-	100,000
	27 Desember/*December* 2016 – 4 Januari/*January* 2017	6.60%	-	300,000
The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ, Ltd., Jakarta (Dengan fasilitas maksimum sebesar/ *Maximum facility of* Rp 1,000,000)	20 Desember/*December* 2017 – 10 Januari/*January* 2018	5.20%	1,000,000	-
	21 Desember/*December* 2016 – 23 Januari/*January* 2017	6.95%	-	500,000
Deutsche Bank AG, Jakarta (Dengan fasilitas maksimum sebesar/ *Maximum facility of* Rp 1,100,000)	21 Desember/December 2017 – 22 Januari/January 2018	5.00%	500,000	-
	19 Desember/December 2017 – 19 Januari/January 2018	5.00%	250,000	-
	30 Desember/*December* 2016 – 6 Januari/*January* 2017	6.25%	-	692,970
PT Bank BNP Paribas Indonesia, Jakarta ("BNPP Indonesia")	27 Desember/*December* 2017 – 11 Januari/*January* 2018	5.45%	200,000	-
	28 Desember/*December* 2017 – 4 Januari/*January* 2018	5.25%	100,000	-
	21 Desember/*December* 2016 – 4 Januari/*January* 2017	7.29%	-	500,000
BNP S.A., Paris	4 Desember/*December* 2017 – 4 Januari/*January* 2018	5.20%	200,000	-

Pinjaman dari BNPP Indonesia dan BNP S.A., Paris disetujui dengan memiliki batas fasilitas agregat senilai Rp 1.000.000, dengan syarat bahwa besaran nilai yang diberikan oleh BNPP Indonesia tidak boleh melebihi Rp 700.000.

Borrowings from BNPP Indonesia and BNP S.A., Paris were agreed as having aggregate facility limit equal to Rp 1,000,000, provided that any amount granted by BNPP Indonesia shall not exceed Rp 700,000.

Pada tanggal penyelesaian laporan keuangan, Perseroan telah melunasi/memperpanjang pinjaman-pinjaman tersebut diatas.

As at the date of completion of the financial statements, the Company has repaid/rolled over the above borrowings.

13. Utang usaha / *13. Trade creditors*

	2017	2016	
Pihak ketiga:			*Third parties:*
- Rupiah	3,828,492	3,919,189	*Rupiah -*
- Mata uang asing (Catatan 29)	462,816	376,164	*Foreign currencies (Note 29) -*
Jumlah	4,291,308	4,295,353	*Total*

	2017	2016	
Pihak berelasi – Rupiah:			*Related parties – Rupiah:*
PT Unilever Oleochemical Indonesia	38,983	92,937	*PT Unilever Oleochemical Indonesia*
PT Unilever Enterprises Indonesia (d/h PT Unilever Body Care Indonesia)	1,351	-	*PT Unilever Enterprises Indonesia (formerly PT Unilever Body Care Indonesia)*
	40,334	92,937	
Pihak berelasi – Mata uang asing (Catatan 29):			*Related parties – Foreign currencies (Note 29):*
Unilever Asia Private Ltd.	151,926	232,572	*Unilever Asia Private Ltd.*
Unilever Supply Chain Company AG	12,291	4,384	*Unilever Supply Chain Company AG*
Unilever India Export Limited	11,814	7,081	*Unilever India Export Limited*
Unilever Vietnam International Co.	9,470	1,680	*Unilever Vietnam International Co.*
Unilever Philippines, Inc.	8,663	311	*Unilever Philippines, Inc.*
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	792	547	*Unilever Lipton Ceylon Ltd.*
Hindustan Unilever Ltd.	477	414	*Hindustan Unilever Ltd.*
Unilever China Ltd.	-	3,395	*Unilever China Ltd.*
Unilever RFM Ice Cream Inc.	-	2,010	*Unilever RFM Ice Cream Inc.*
Unilever Thai Holdings Ltd.	-	1,041	*Unilever Thai Holdings Ltd.*
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	35	185	*Others (individual balances less than Rp 382 each)*
	195,468	253,620	
Jumlah	235,802	346,557	*Total*
Sebagai persentase dari jumlah liabilitas jangka pendek	1.88%	3.19%	*As a percentage of total current liabilities*

Analisis umur utang usaha adalah sebagai berikut:

The ageing analysis of trade creditors is as follows:

	2017	2016	
Lancar	4,483,306	4,535,185	*Current*
Lewat jatuh tempo 1 – 30 hari	7,096	102,172	*Overdue 1 – 30 days*
Lewat jatuh tempo lebih dari 30 hari	36,708	4,553	*Overdue more than 30 days*
Jumlah	4,527,110	4,641,910	*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

	2017	2016	
Kini:			*Current:*
- Non final	2,300,496	2,162,290	*Non final -*
- Final	1,013	1,423	*Final -*
Tangguhan	65,590	17,500	*Deferred*
Jumlah	2,367,099	2,181,213	Total

Pajak atas laba Perseroan sebelum pajak penghasilan berbeda dari nilai teoritis yang mungkin muncul apabila menggunakan tarif pajak terhadap laba pada entitas dalam jumlah sebagai berikut:

The tax on the Company's profit before income tax differs from the theoretical amount that would arise using the tax rate applicable to profits on the entity as follows:

	2017	2016	
Laba sebelum pajak penghasilan	9,371,661	8,571,885	*Profit before income tax*
Pajak dihitung dengan tarif pajak yang berlaku	2,342,915	2,142,971	*Tax calculated at applicable tax rates*
Dampak pajak penghasilan pada:			*Tax effects of:*
- Penghasilan kena pajak final	(642)	(1,511)	*Income subject to final tax -*
- Beban yang tidak dapat dikurangkan untuk tujuan perpajakan	23,813	38,330	*Expenses not deductible - for tax purposes*
- Pajak penghasilan final	1,013	1,423	*Final income tax -*
Beban pajak penghasilan	2,367,099	2,181,213	*Income tax expense*

Rekonsiliasi antara laba sebelum pajak penghasilan yang disajikan dalam laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain dengan taksiran penghasilan kena pajak Perseroan untuk tahun-tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016 adalah sebagai berikut:

The reconciliation between the profit before income tax as shown in the statements of profit or loss and other comprehensive income and the Company's estimated taxable income for the years ended 31 December 2017 and 2016 is as follows:

	2017	2016	
Laba sebelum pajak penghasilan	9,371,661	8,571,885	*Profit before income tax*
Perbedaan temporer:			*Temporary differences:*
Provisi dan akrual	40,168	232,615	*Provisions and accruals*
Aset tetap dan aset takberwujud	(378,842)	(321,680)	*Fixed assets and intangible assets*
Kewajiban imbalan kerja	76,313	19,065	*Employee benefits obligations*
Perbedaan permanen:			*Permanent differences:*
Penghasilan bunga kena pajak final	(2,567)	(6,044)	*Interest income subject to final tax*
Beban yang tidak dapat dikurangkan	95,251	153,317	*Non-deductible expenses*
Penghasilan kena pajak	9,201,984	8,649,158	*Taxable income*

14. Pajak (lanjutan) / *14. Taxation (continued)*

a. Beban pajak penghasilan (lanjutan) / *a. Income tax expense (continued)*

	2017	2016	
Pajak penghasilan badan – tahun berjalan	2,300,496	2,162,290	*Corporate income tax – current year*
Dikurangi: Pajak penghasilan dibayar dimuka	(2,119,858)	(1,876,099)	*Less: Prepaid income tax*
Utang pajak penghasilan	180,638	286,191	*Income tax payable*

Jumlah penghasilan kena pajak tahun 2016 telah sesuai dengan Surat Pemberitahuan Tahunan ("SPT") tahun 2016. Dalam laporan keuangan ini, jumlah penghasilan kena pajak untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2017 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 2016 agreed with the 2016 Corporate Income Tax Return. In these financial statements, the amount of taxable income for the year ended 31 December 2017 was based on preliminary calculations. This amount may differ from taxable income reported in the corporate income tax return.

b. Liabilitas pajak tangguhan / *b. Deferred tax liabilities*

	2017				
	31 Desember/ *December* 2016	Dikreditkan/ (dibebankan) pada laba rugi/ *Credited/ (charged) to profit or loss*	Dikreditkan/ (dibebankan) pada OCI/ *Credited/ (charged) to OCI**	31 Desember/ *December* 2017	
Aset/(liabilitas) pajak tangguhan:					*Deferred tax assets/ (liabilities):*
- Provisi dan akrual	133,060	10,042	-	143,102	*Provisions and accruals*
- Aset tetap dan aset takberwujud	(643,927)	(94,710)	-	(738,637)	*Fixed assets - and intangible assets*
- Kewajiban imbalan kerja	265,715	19,078	(34,223)	250,570	*Employee - benefits obligations*
	(245,152)	(65,590)	(34,223)	(344,965)	

	2016				
	31 Desember/ *December* 2015	Dikreditkan/ (dibebankan) pada laba rugi/ *Credited/ (charged) to profit or loss*	Dikreditkan/ (dibebankan) pada OCI/ *Credited/ (charged) to OCI**	31 Desember/ *December* 2016	
Aset/(liabilitas) pajak tangguhan:					*Deferred tax assets/ (liabilities):*
- Provisi dan akrual	74,906	58,154	-	133,060	*Provisions and accruals*
- Aset tetap dan aset takberwujud	(563,507)	(80,420)	-	(643,927)	*Fixed assets - and intangible assets*
- Kewajiban imbalan kerja	116,560	4,766	144,389	265,715	*Employee - benefits obligations*
	(372,041)	(17,500)	144,389	(245,152)	

*OCI = Penghasilan komprehensif lain/*Other comprehensive income*

14. Pajak (lanjutan) / ***14. Taxation (continued)***

c. Pajak dibayar dimuka / ***c. Prepaid taxes***

	2017	2016	
Pajak lain-lain:			*Other taxes:*
- Pajak pertambahan nilai, bersih	3,707	-	*Value added tax, net* -
Jumlah	3,707	-	*Total*

d. Utang pajak / ***d. Taxes payable***

	2017	2016	
Pajak penghasilan badan:			*Corporate income tax:*
- Pasal 25/29	180,638	286,191	*Article 25/29* -
Pajak lain-lain:			*Other taxes:*
- Pasal 23/26	252,874	359,122	*Article 23/26* -
- Pajak pertambahan nilai, bersih	-	40,127	*Value added tax, net* -
- Pasal 21	11,050	13,037	*Article 21* -
	263,924	412,286	
Jumlah	444,562	698,477	*Total*

e. Administrasi

Undang-Undang Perpajakan yang berlaku di Indonesia mengatur bahwa Perseroan menghitung, menetapkan dan membayar sendiri besarnya jumlah pajak yang terutang secara individu (*self-assessment*). Direktur Jendral Pajak ("DJP") dapat menetapkan atau mengubah kewajiban pajak tersebut sebelum waktu kadaluarsa, sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

e. Administration

The taxation laws of Indonesia require that the Company submits individual tax returns on the basis of self-assessment. The Director General of Tax ("DGT") may assess or amend taxes within the statute of limitations, under prevailing regulations.

15. Akrual / *15. Accruals*

	2017	2016	
Iklan dan promosi	1,120,920	903,988	*Advertising and promotion*
Remunerasi karyawan	375,729	304,292	*Remuneration*
Distribusi barang	153,430	26,900	*Distribution of products*
Beban produksi lainnya	129,104	77,611	*Other production costs*
Sewa	71,263	37,285	*Rent*
Utilitas	35,770	27,320	*Utilities*
Bea masuk	21,610	19,028	*Customs duty*
Perangkat lunak	7,187	26,419	*Software*
Lain-lain	373,979	236,910	*Others*
Jumlah	2,288,992	1,659,753	*Total*

16. Utang lain-lain / *16. Other payables*

	2017	2016	
Pihak ketiga:			*Third parties:*
Jasa konsultan dan jasa lainnya	568,603	749,637	*Consultant fees and other services*
Barang-barang teknik	312,100	244,763	*Technical parts*
Utang dividen – pemegang saham publik	63,138	98,700	*Dividends payable – public shareholders*
Lain-lain	21,957	115,573	*Others*
Jumlah	965,798	1,208,673	*Total*

17. Kewajiban imbalan kerja jangka panjang / *17. Long-term employee benefits obligations*

Kewajiban imbalan kerja jangka panjang yang diakui dalam laporan posisi keuangan terdiri dari:

Long-term employee benefits obligations recognised in the statement of financial position consist of:

	2017	2016	
Imbalan pensiun	383,756	426,105	*Pension benefits*
Imbalan kesehatan pasca-kerja	417,780	454,143	*Post-employment medical benefits*
Imbalan pasca-kerja lainnya	58,688	48,121	*Other post-employment benefits*
Imbalan kerja jangka panjang lainnya	142,061	134,493	*Other long-term employee benefits*
Jumlah	1,002,285	1,062,862	*Total*
Dikurangi:			*Less:*
Bagian lancar	146,529	144,651	*Current portion*
Bagian tidak lancar	855,756	918,211	*Non-current portion*

17. Kewajiban imbalan kerja jangka panjang (lanjutan)

17. Long-term employee benefits obligations (continued)

a. Imbalan pensiun

a. Pension benefits

Jumlah yang diakui dalam laporan posisi keuangan ditentukan sebagai berikut:

The amounts recognised in the statement of financial position were determined as follows:

	2017	2016	
Nilai kini kewajiban imbalan pasti	1,524,635	1,405,085	*Present value of defined benefit obligations*
Nilai wajar dari aset program	(1,140,879)	(978,980)	*Fair value of plan assets*
	383,756	426,105	

Perubahan kewajiban imbalan pasti adalah sebagai berikut:

The movement in the defined benefit obligations is as follows:

	2017	2016	
Pada awal tahun	1,405,085	870,459	*At beginning of the year*
Termasuk di dalam laba rugi			***Included in profit or loss***
Biaya bunga	107,381	87,116	*Interest costs*
Biaya jasa kini	73,756	46,488	*Current service costs*
Termasuk di dalam penghasilan komprehensif lain			***Included in other comprehensive income***
Rugi/(laba) aktuaria yang timbul dari:			*Actuarial loss/(gain) arising from:*
- penyesuaian	41,379	29,491	*experience adjustments -*
- asumsi keuangan	(27,390)	429,058	*financial assumptions -*
Lain-lain			***Others***
Imbalan yang dibayar	(75,576)	(57,527)	*Benefits paid*
Pada akhir tahun	1,524,635	1,405,085	*At the end of the year*

Imbal hasil aktual atas aset program adalah Rp 94.393 (2016: Rp 88.334).

The actual return on plan assets was Rp 94,393 (2016: Rp 88,334).

17. Kewajiban imbalan kerja jangka panjang (lanjutan)

a. Imbalan pensiun (lanjutan)

Estimasi kewajiban imbalan pensiun pada tanggal 31 Desember 2017 tersebut berdasarkan perhitungan aktuaria yang dilakukan oleh PT Milliman Indonesia, sesuai dengan laporannya tertanggal 2 Januari 2018 (2016: 6 Januari 2017). Berikut ini adalah asumsi-asumsi utama aktuaria yang digunakan:

17. Long-term employee benefits obligations (continued)

a. Pension benefits (continued)

The estimated pension benefits obligations as at 31 December 2017 was based on the actuarial calculation performed by PT Milliman Indonesia, in its report dated 2 January 2018 (2016: 6 January 2017). The principal actuarial assumptions used are as follows:

	2017	2016	
- Tingkat diskonto untuk kewajiban imbalan pasti	7.70%	7.60%	*Discount rate for defined benefits obligations* -
- Tingkat diskonto untuk biaya jasa	7.70%	7.70%	*Discount rate for service cost* -
- Tingkat kenaikan gaji	7.00%	7.00%	*Salary increases* -
- Tingkat kenaikan imbalan pensiun	1.00%	1.00%	*Pension salary increases* -
- Tingkat inflasi	4.00%	4.00%	*Inflation rate* -
- Tingkat mortalita	Sebelum mencapai pensiun: Tabel Mortalita Indonesia 2011/TMI III *Pre-retirement: Indonesian Mortality Table 2011/TMI III* Sesudah mencapai pensiun: Tabel Mortalita USA 1983 *Post retirement: USA General Annuitants Mortality Table 1983*		*Mortality rate* -
- Tingkat pengunduran diri	8,00% pada usia 20 tahun dan menurun secara linear menjadi 2,00% pada usia 45 tahun; 2,00% tetap dari usia 45 tahun sampai umur 55 tahun atau 60 tahun/ *8.00% at age 20 and linearly decrease to 2.00% at age 45; 2.00% flat from age 45 up to age 55 or 60*		*Resignation rate* -
- Tingkat pensiun dini	2,00% per tahun dari usia 45-50 tahun/ *2.00% per annum from age 45-50 years*		*Early retirement rate* -

Pada tanggal 31 Desember 2017, rata-rata tertimbang durasi kewajiban imbalan pasti adalah 18,4 tahun (2016: 19,5 tahun).

As at 31 December 2017, the weighted-average duration of the defined benefit obligation was 18.4 years (2016: 19.5 years).

Pendanaan Perseroan atas program manfaat pasti pada tahun 2018 diperkirakan sebesar Rp 75.222.

The Company's funding of the defined benefit plan in 2018 is expected to be Rp 75,222.

17. Kewajiban imbalan kerja jangka panjang (lanjutan)

17. Long-term employee benefits obligations (continued)

a. Imbalan pensiun (lanjutan)

a. Pension benefits (continued)

Perubahan nilai wajar aset program untuk imbalan pensiun selama tahun berjalan adalah sebagai berikut:

The movement in the fair value of plan assets for pension benefits during the year is as follows:

	2017	2016	
Pada awal tahun	978,980	855,573	*At beginning of the year*
Termasuk di dalam laba rugi			***Included in profit or loss***
Pendapatan bunga atas aset program	84,393	88,334	*Interest income on plan assets*
Termasuk di dalam penghasilan komprehensif lain			***Included in other comprehensive income***
Imbal hasil atas aset program pensiun tidak termasuk pendapatan bunga	76,467	21,686	*Return on plan assets excluding interest income*
Lain-lain			***Others***
Iuran pekerja	8,588	8,779	*Employee's contributions*
Iuran pemberi kerja	68,027	62,135	*Employer's contribution*
Imbalan yang dibayar	(75,576)	(57,527)	*Benefits paid*
Pada akhir tahun	1,140,879	978,980	*At the end of the year*

Aset program terdiri dari:

Plan assets comprise the following:

	2017		2016		
Instrumen ekuitas	556,850	48.81%	456,834	46.67%	*Equity instruments*
Instrumen utang	483,690	42.40%	419,411	42.84%	*Debt instruments*
Deposito berjangka	100,339	8.79%	102,735	10.49%	*Time deposits*

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.

Analisis sensitivitas

Sensitivity analysis

Kemungkinan adanya perubahan yang wajar pada tanggal pelaporan terhadap salah satu asumsi aktuarial yang relevan, dengan asumsi lainnya konstan, akan mempengaruhi kewajiban imbalan pasti sebesar jumlah yang ditunjukkan di bawah ini.

Reasonably possible changes at the reporting date to one of the relevant actuarial assumptions, holding other assumptions constant, would have affected the defined benefit obligation by the amount shown below.

17. Kewajiban imbalan kerja jangka panjang (lanjutan)

a. Imbalan pensiun (lanjutan)

Pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016, dampak pergerakan 1,00% dalam asumsi tingkat diskonto adalah sebagai berikut:

17. Long-term employee benefits obligations (continued)

a. Pension benefits (continued)

As at 31 December 2017 and 2016, the effect of a 1.00% movement in the assumed discount rate is as follows:

	2017		
	Kenaikan/ *Increase*	**(Penurunan)/ *(Decrease)***	
Dampak terhadap nilai kini kewajiban	(234,878)	307,989	*Effect on the present value of the obligation*

	2016		
	Kenaikan/ *Increase*	**(Penurunan)/ *(Decrease)***	
Dampak terhadap nilai kini kewajiban	(217,835)	286,266	*Effect on the present value of The obligation*

b. 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-asumsi aktuarial lainnya yang relevan ialah kenaikan biaya klaim kesehatan dalam jangka panjang sebesar 7,00% (2016: 7,00%) dan klaim tahunan atas program imbalan kesehatan pasca-kerja sebesar Rp 21.093.000 (nilai penuh) (2016: Rp 24.087.000 (nilai penuh)) per karyawan.

b. 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 scheme, other relevant assumptions are long-term increase on medical claim costs of 7.00% (2016: 7.00%) and annual claims of the post-employment medical benefits of Rp 21,093,000 (full amount) (2016: Rp 24,087,000 (full amount)) per employee.

Perubahan kewajiban adalah sebagai berikut:

The movement in the obligations is as follows:

	2017	2016	
Pada awal tahun	454,143	301,260	*At beginning of the year*
Termasuk di dalam laba rugi			***Included in profit or loss***
Biaya bunga	34,551	30,467	*Interest costs*
Biaya jasa kini	16,962	7,556	*Current service costs*
Termasuk di dalam penghasilan komprehensif lain			***Included in other comprehensive income***
(Laba)/rugi aktuaria yang timbul dari:			*Actuarial (gain)/loss arising from:*
- asumsi keuangan	(7,119)	134,526	*financial assumptions -*
- penyesuaian	(68,148)	(1,905)	*experience adjustments -*
Lain-lain			***Others***
Imbalan yang dibayar	(12,609)	(17,761)	*Benefits paid*
Pada akhir tahun	417,780	454,143	*At the end of the year*

17. Kewajiban imbalan kerja jangka panjang (lanjutan)

17. Long-term employee benefits obligations (continued)

b. Imbalan kesehatan pasca-kerja (lanjutan)

b. Post-employment medical benefits (continued)

Pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016, dampak pergerakan 1,00% dalam asumsi tingkat tren biaya kesehatan adalah sebagai berikut:

As at 31 December 2017 and 2016, the effect of a 1.00% movement in the assumed medical cost trend rate is as follows:

	2017		
	Kenaikan/ *Increase*	**(Penurunan)/ *(Decrease)***	
Dampak terhadap nilai kini kewajiban	80,412	(62,850)	*Effect on the present value of the obligation*

	2016		
	Kenaikan/ *Increase*	**(Penurunan)/ *(Decrease)***	
Dampak terhadap nilai kini kewajiban	86,820	(64,539)	*Effect on the present value of the obligation*

c. Imbalan pasca-kerja lainnya

c. Other post-employment benefits

Perubahan kewajiban adalah sebagai berikut:

The movement in the obligations is as follows:

	2017	2016	
Pada awal tahun	48,121	33,923	*At the beginning of the year*
Termasuk di dalam laba rugi			***Included in profit or loss***
Biaya jasa kini	7,791	5,596	*Current service costs*
Biaya bunga	3,792	3,519	*Interest costs*
Termasuk di dalam penghasilan komprehensif lain			***Included in other comprehensive income***
Rugi/(laba) aktuaria yang timbul dari:			*Actuarial loss/(gain) arising from:*
- penyesuaian	2,118	(2,912)	*experience adjustments -*
- asumsi keuangan	(1,264)	10,982	*financial assumptions -*
Lain-lain			***Others***
Imbalan yang dibayar	(1,870)	(2,987)	*Benefits paid*
Pada akhir tahun	58,688	48,121	*At the end of the year*

d. Imbalan kerja jangka panjang lainnya

d. Other long-term employee benefits

Perubahan kewajiban adalah sebagai berikut:

The movement in the obligations is as follows:

	2017	2016	
Pada awal tahun	134,493	116,173	*At the beginning of the year*
Biaya jasa kini	33,534	28,704	*Current service costs*
Biaya bunga	9,996	11,491	*Interest costs*
Imbalan yang dibayar	(28,190)	(27,658)	*Benefits paid*
Keuntungan aktuarial	(7,310)	(2,240)	*Actuarial gain*
Dampak dari perubahan asumsi aktuarial	(462)	8,023	*Effect of changes in actuarial assumptions*
Pada akhir tahun	142,061	134,493	*At the end of the year*

18. Modal saham

Saham Perseroan memiliki nilai nominal Rp 10 (nilai penuh) per saham. Rincian kepemilikan saham Perseroan pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016 adalah sebagai berikut:

18. 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 2017 and 2016 were as follows:

Pemegang saham/ *Shareholders*	Jumlah saham ditempatkan dan disetor penuh/ *Number of shares issued and fully paid*	Persentase kepemilikan/ *Percentage of ownership*	Jumlah/ *Total*
Unilever Indonesia Holding B.V. ("UIH")	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*	7,630,000,000	100.00	76,300

Pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016, UIH yang memiliki 6.484.877.500 saham atau 85,00% dari jumlah modal saham dasar, ditempatkan dan disetor penuh Perseroan, merupakan pemegang saham terbesar Perseroan (lihat Catatan 1); dan tidak ada pemegang saham lain yang memiliki saham lebih dari 5,00% dari jumlah modal saham dasar, ditempatkan dan disetor penuh Perseroan.

As at 31 December 2017 and 2016, 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 authorised, issued and fully paid-up shares of the Company.

Pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016, Direktur-direktur yang memiliki saham publik Perseroan adalah Tn. Willy Saelan dan Ibu Hernie Raharja, dengan kepemilikan tidak lebih dari 0,001% dari jumlah modal saham dasar, ditempatkan dan disetor penuh Perseroan. Tidak ada anggota Dewan Komisaris dan Direksi lain yang memiliki saham Perseroan.

As at 31 December 2017 and 2016, the Directors who held the Company's public shares were Mr. Willy Saelan and Mrs. Hernie Raharja, with an ownership of not more than 0.001% of the total authorised, issued and fully paid-up shares of the Company. There were no other members of the Board of Commissioners and Directors who held the Company's shares.

19. Tambahan modal disetor

19. Additional paid-in capital

	2017	2016	
Agio saham	15,227	15,227	*Capital paid-in excess of par value*
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali (Catatan 20)	80,773	80,773	*Balance arising from restructuring transactions between entities under common control (Note 20)*
Tambahan modal disetor	96,000	96,000	*Additional paid-in capital*

Agio saham merupakan selisih antara harga jual (Rp 3.175 (nilai penuh) per saham) dengan nilai nominal sebelum pemecahan saham (Rp 1.000 (nilai penuh) per 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.

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 in 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.

20. 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. Balance arising from restructuring transactions between entities under common control

The balance of this account represents 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.

21. 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.

21. Dividends

Based on the Company's Articles of Association, dividend payments may be approved by meetings of the Directors and Board of Commisioners which together with the final dividend payments are authorised by the Annual General Meeting of the Shareholders.

	Tanggal deklarasi/ *Declaration date*	Tanggal pembayaran/ *Payment date*	Dividen per saham/ *Dividend per share* (Rupiah penuh/ *full amount Rupiah)*	2017	2016	
Dividen interim 2017	22 November 2017	20 Desember/ *December 2017*	410	3,128,300	-	*Interim dividend 2017*
Dividen final 2016	20 Juni/ *June* 2017	20 Juli/ *July* 2017	460	3,509,800	-	*Final dividend 2016*
Dividen interim 2016	28 November 2016	22 Desember/ *December* 2016	375	-	2,861,250	*Interim dividend 2016*
Dividen final 2015	14 Juni/ *June* 2016	15 Juli/ *July* 2016	424	-	3,235,120	*Final dividend 2015*
				6,638,100	6,096,370	

Pada tanggal 31 Desember 2017, jumlah dividen yang belum dibayarkan kepada pemegang saham Rp 63.138 (2016: Rp 98.700) telah dicatat sebagai utang lain-lain (Catatan 16).

As at 31 December 2017, dividends which had not been paid to the shareholders amounting to Rp 63,138 (2016: Rp 98,700), were recorded as other payables (Note 16).

Perseroan telah melakukan penghapusan utang dividen pada tanggal 31 Desember 2017 sebesar Rp 1.318. Penghapusan ini didasarkan pada Anggaran Dasar Perseroan yang menyatakan bahwa laba yang dibagikan, sebagai dividen, yang tidak diambil setelah lewat waktu 15 (lima belas) tahun sejak Perseroan menyediakan dana tersebut untuk dibayarkan, akan menjadi milik Perseroan. Jumlah utang dividen yang dihapus ini kemudian dibukukan dalam pos penghasilan lain-lain.

On 31 December 2017, the Company has written-off dividend payables of Rp 1,318. This write-off is based on Company's Articles of Association that stated: distributed earnings to shareholders, as dividends, that are not requested back after a period of 15 (fifteen) years since the Company appropriated those earnings to be paid, will be returned back to Company. The amount of write-off would then be recognized as other income.

22. Saldo laba yang dicadangkan

Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 22 Mei 2008 menyetujui penyisihan saldo laba 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").

22. 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").

23. Penjualan bersih

23. Net sales

	2017	2016	
Dalam negeri	38,751,285	37,809,574	*Domestic*
Ekspor	2,453,225	2,244,158	*Export*
Jumlah	41,204,510	40,053,732	*Total*

Tidak ada pelanggan yang secara individu memiliki jumlah transaksi melebihi 10,00% dari penjualan bersih.

No individual customer had total transactions of more than 10.00% of net sales.

Penjualan ekspor Perseroan sebesar Rp 2.453.225 (2016: Rp 2.244.158) hanya terdiri dari penjualan kepada pihak berelasi. Penjualan ekspor kepada pihak berelasi tersebut setara dengan masing-masing 5,95% dan 5,60% dari jumlah penjualan bersih untuk tahun-tahun yang berakhir pada 31 Desember 2017 dan 2016.

The Company's export sales amounting to Rp 2,453,225 (2016: Rp 2,244,158) only consist of sales to related parties. The export sales to related parties represent 5.95% and 5.60% of total net sales, for the years ended 31 December 2017 and 2016, respectively.

Rincian penjualan bersih kepada pihak berelasi adalah sebagai berikut:

The details of net sales to related parties are as follows:

	2017	2016	
Unilever Asia Private Ltd.	1,660,953	1,499,136	*Unilever Asia Private Ltd.*
Unilever Philippines, Inc.	353,607	386,401	*Unilever Philippines, Inc.*
Unilever Vietnam International Co.	80,651	80,122	*Unilever Vietnam International Co.*
Unilever Japan K.K.	77,676	74,230	*Unilever Japan K.K.*
Unilever RFM Ice Cream Inc.	72,132	51,256	*Unilever RFM Ice Cream Inc.*
Unilever Taiwan Ltd.	67,290	78,235	*Unilever Taiwan Ltd.*
Unilever Ghana Limited	61,047	-	*Unilever Ghana Limited*
Unilever South Africa (Pty) Ltd.	17,677	14,958	*Unilever South Africa (Pty) Ltd.*
PT Unilever Enterprises Indonesia	15,345	-	*PT Unilever Enterprises Indonesia*
Unilever Supply Chain Company AG	15,152	13,867	*Unilever Supply Chain Company AG*
Unilever Caribbean Ltd.	10,809	7,778	*Unilever Caribbean Ltd.*
Unilever Korea Ltd.	9,684	19,900	*Unilever Korea Ltd.*
Unilever Hongkong Ltd.	6,237	5,285	*Unilever Hongkong Ltd.*
Unilever Gulf Free Zone Establishment	4,797	399	*Unilever Gulf Free Zone Establishment*
Unilever ASCC AG	4,406	858	*Unilever ASCC AG*
Hindustan Unilever Ltd.	3,392	4,375	*Hindustan Unilever Ltd.*
Unilever San Mersin FTZ	3,383	-	*Unilever San Mersin FTZ*
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	1,764	1,978	*Unilever Lipton Ceylon Ltd.*
Wall's (China) Co. Ltd	1,482	-	*Wall's (China) Co. Ltd*
Unilever Market Development (Pty) Ltd.	691	843	*Unilever Market Development (Pty) Ltd.*
Unilever Djibouti Limited	371	-	*Unilever Djibouti Limited*
Unilever Kenya Ltd.	-	1,189	*Unilever Kenya Ltd.*
Unilever Manufacturera S. de R.L. de C.V.	-	1,559	*Unilever Manufacturera S. de R.L. de C.V.*
Unilever China Ltd.	-	1,658	*Unilever China Ltd.*
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp 382)	24	131	*Others (individual amounts less than Rp 382 each)*
Jumlah	2,468,570	2,244,158	*Total*

24. Harga pokok penjualan

24. Cost of goods sold

Komponen harga pokok penjualan adalah sebagai berikut:

The components of the cost of goods sold are as follows:

	2017	2016	
Bahan baku			*Raw materials*
- Awal tahun	729,097	591,393	*At the beginning of the year -*
- Pembelian	15,561,888	15,711,273	*Purchases -*
- Akhir tahun	(806,753)	(729,097)	*At the end of the year -*
Bahan baku yang digunakan	15,484,232	15,573,569	*Raw materials used*
Biaya tenaga kerja langsung (Catatan 27)	602,538	606,255	*Direct labour costs (Note 27)*
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	454,093	388,541	*Depreciation of fixed assets (Note 9f)*
Beban pabrikasi lainnya	1,707,086	1,372,125	*Manufacturing overheads*
Jumlah biaya produksi	18,247,949	17,940,490	*Total production costs*
Barang dalam proses			*Work in process*
- Awal tahun	163,856	128,634	*At the beginning of the year -*
- Akhir tahun	(114,121)	(163,856)	*At the end of the year -*
Harga pokok produksi	18,297,684	17,905,268	*Cost of goods manufactured*
Barang jadi			*Finished goods*
- Awal tahun	1,505,221	1,547,567	*At the beginning of the year -*
- Pembelian	1,684,405	1,647,022	*Purchases -*
- Akhir tahun	(1,502,534)	(1,505,221)	*At the end of the year -*
Jumlah	19,984,776	19,594,636	*Total*

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10,00% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Perseroan.

No purchase from an individual supplier was made in excess of 10.00% of the Company's total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Perseroan dari pihak berelasi untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2017 berjumlah Rp 1.431.935 (2016: Rp 1.242.595) setara dengan 8,30% (2016: 7,16%) dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

The Company's purchases of raw materials and finished goods from related parties for the year ended 31 December 2017 was Rp 1,431,935 (2016: Rp 1,242,595) which represents 8.30% (2016: 7.16%) 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:

	2017	2016	
Unilever Asia Private Ltd.	857,067	846,248	*Unilever Asia Private Ltd.*
PT Unilever Oleochemical Indonesia	383,324	256,952	*PT Unilever Oleochemical Indonesia*
Unilever India Export Limited	83,081	53,715	*Unilever India Export Limited*
Unilever Vietnam International Co.	39,186	40,059	*Unilever Vietnam International Co.*
Unilever Supply Chain Company AG	32,957	19,841	*Unilever Supply Chain Company AG*
Unilever Philippines, Inc.	18,842	8,489	*Unilever Philippines, Inc.*
PT Unilever Enterprises Indonesia (d/h PT Unilever Body Care Indonesia)	10,490	-	*PT Unilever Enterprises Indonesia (formerly PT Unilever Body Care Indonesia)*
Unilever Thai Holdings Ltd.	3,957	1,929	*Unilever Thai Holdings Ltd.*
Unilever Europe BV	2,488	-	*Unilever Europe BV*
Unilever Industries Private Ltd.	543	-	*Unilever Industries Private Ltd.*
Unilever RFM Ice Cream Inc.	-	3,377	*Unilever RFM Ice Cream Inc.*
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	-	11,762	*Unilever Lipton Ceylon Ltd.*
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp 382)	-	223	*Others (individual amount less than Rp 382 each)*
Jumlah	1,431,935	1,242,595	*Total*

25. a. Beban pemasaran dan penjualan / ***25. a. Marketing and selling expenses***

	2017	2016	
Iklan dan riset pasar	2,667,233	2,761,497	*Advertising and market research*
Distribusi	1,986,342	1,965,715	*Distribution*
Promosi	1,498,024	1,501,836	*Promotion*
Remunerasi dan imbalan kerja	730,985	695,923	*Remuneration and employee benefits*
Beban penjualan	478,587	337,994	*Sales expenses*
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	145,750	137,342	*Depreciation of fixed assets (Note 9f)*
Imbalan kerja jangka panjang	72,918	53,585	*Long-term employee benefits*
Jasa konsultan dan jasa lainnya	63,774	130,172	*Consultant fees and other services*
Sewa	63,629	59,806	*Rent*
Informasi dan telekomunikasi	46,410	57,829	*Information and telecommunications*
Perjalanan dinas dan jamuan	24,284	71,233	*Travelling and representation*
Lain-lain	61,451	18,624	*Others*
Jumlah	7,839,387	7,791,556	*Total*

25. b. Beban umum dan administrasi / ***25. b. General and administration expenses***

	2017	2016	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	2,787,880	2,757,731	*Trademark, technology and service fees (Note 7b)*
Remunerasi dan imbalan kerja	369,580	328,928	*Remuneration and employee benefits*
Informasi dan telekomunikasi	160,070	110,266	*Information and telecommunications*
Jasa konsultan dan jasa lainnya	103,946	210,728	*Consultant fees and other services*
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	33,018	3,732	*Depreciation of fixed assets (Note 9f)*
Imbalan kerja jangka panjang	28,560	18,199	*Long-term employee benefits*
Perjalanan dinas dan jamuan	26,930	33,245	*Travelling and representation*
Sewa	22,289	44,925	*Rent*
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	21,219	21,219	*Amortisation of intangible assets (Note 11)*
Pendidikan dan pelatihan	5,952	11,679	*Education and training*
Lain-lain	315,927	420,178	*Others*
Jumlah	3,875,371	3,960,830	*Total*

26. (Beban)/penghasilan lain-lain, bersih / ***26. Other (expenses)/ income, net***

	2017	2016	
(Kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	(6,785)	4,978	*(Loss)/gain on foreign exchange, net*
Kerugian penjualan aset tetap (Catatan 9d)	(3,745)	(4,876)	*Loss on sale of fixed assets (Note 9d)*
Penghapusan utang dividen	1,318	849	*Write-off of dividend payable*
Jumlah	(9,212)	951	*Total*

27. Beban karyawan

Jumlah beban karyawan yang terjadi selama tahun 2017 adalah Rp 1.804.581 (2016: Rp 1.702.890) dan dicatat masing-masing Rp 602.538 (2016: Rp 606.255), Rp 803.903 (2016: Rp 749.508), dan Rp 398.140 (2016: Rp 347.127) sebagai bagian dari biaya produksi, beban pemasaran dan penjualan, dan beban umum dan administrasi.

Jumlah karyawan Perseroan pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016 (tidak diaudit) masing-masing 6.008 dan 6.185.

27. Employee costs

Total employee costs for the year 2017 were Rp 1,804,581 (2016: Rp 1,702,890) and were recorded as part of the production costs, marketing and selling expenses, and general and administration expenses amounting to Rp 602,538 (2016: Rp 606,255), Rp 803,903 (2016: Rp 749,508), and Rp 398,140 (2016: Rp 347,127), respectively.

The number of employees of the Company as at 31 December 2017 and 2016 (unaudited) was 6,008 and 6,185, respectively.

28. Laba bersih per saham dasar

28. Basic earnings per share

	2017	2016	
Laba tahun berjalan	7,004,562	6,390,672	*Profit for the year*
Rata-rata tertimbang jumlah saham biasa yang beredar (dalam jutaan)	7,630	7,630	*Weighted average number of ordinary shares outstanding (in millions)*
Laba bersih per saham dasar (nilai penuh)	918	838	*Basic earnings per share (full amount)*

Tidak ada efek yang dapat menimbulkan dilusi. Sehingga, laba per saham dasar sama dengan laba bersih per saham dilusian.

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.

29. Aset dan liabilitas dalam mata uang asing

29. 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:

	2017			
	Mata uang asing (nilai penuh)/ *Foreign currencies (full amount)*		Dalam jutaan Rupiah/ *In millions of Rupiah*	
Aset				***Assets***
Kas dan setara kas	USD	4,214,718	57,101	*Cash and cash equivalents*
	EUR	4,444,417	72,004	
Piutang usaha				*Trade debtors*
- Pihak berelasi	USD	26,704,753	361,796	*Related parties -*
Piutang lain-lain dari pihak berelasi	USD	4,423,974	59,936	*Amounts due from related parties*
			550,837	
Liabilitas				***Liabilities***
Utang usaha				*Trade creditors*
- Pihak ketiga	USD	23,383,599	316,801	*Third parties -*
	EUR	6,191,531	100,309	
	SGD	1,511,945	15,316	
	GBP	791,166	14,419	
	THB	19,611,111	8,119	
	SEK	3,905,660	6,417	
	AUD	79,269	837	
	CHF	26,855	372	
	NZD	11,149	107	
	MYR	19,808	66	
	INR	251,185	53	
- Pihak berelasi	USD	12,662,607	171,553	*Related parties -*
	EUR	1,476,143	23,915	
Utang lain-lain				*Other payables*
- Pihak ketiga	EUR	331,893	5,377	*Third parties -*
	SEK	217,285	357	
	GBP	16,406	299	
	USD	19,265	261	
	SGD	19,546	198	
	THB	115,942	48	
- Pihak berelasi	EUR	6,155,793	99,730	*Related parties -*
	USD	363,596	4,926	
	THB	7,038,647	2,914	
	GBP	79,561	1,450	
			773,844	
Selisih lebih liabilitas atas aset dalam mata uang asing			223,007	*Excess of liabilities over assets* denominated in foreign currencies

29. Aset dan liabilitas dalam mata uang asing (lanjutan)

29. Assets and liabilities denominated in foreign currencies (continued)

	2016			
	Mata uang asing (nilai penuh)/ *Foreign currencies (full amount)*		Dalam jutaan Rupiah/ *In millions of Rupiah*	
Aset				***Assets***
Kas dan setara kas	USD	11,155,850	149,890	*Cash and cash equivalents*
	EUR	5,387,635	75,901	
Piutang usaha				*Trade debtors*
- Pihak ketiga	USD	9,973	134	*Third parties -*
- Pihak berelasi	USD	31,063,412	417,368	*Related parties -*
Piutang lain-lain dari pihak berelasi	USD	460,926	6,193	*Amounts due from related parties*
	EUR	663,756	9,352	
			658,838	
Liabilitas				***Liabilities***
Utang usaha				*Trade creditors*
- Pihak ketiga	USD	17,978,118	241,554	*Third parties -*
	EUR	6,064,381	85,435	
	GBP	1,485,099	24,418	
	SGD	1,568,165	14,551	
	THB	25,879,679	9,679	
	MYR	97,130	291	
	AUD	11,358	110	
	SEK	68,521	101	
	HKD	9,238	16	
	INR	30,457	6	
	CHF	228	3	
- Pihak berelasi	USD	11,682,048	156,960	*Related parties -*
	EUR	6,861,158	96,660	
Utang lain-lain				*Other payables*
- Pihak ketiga	USD	447,455	6,012	*Third parties -*
	EUR	351,008	4,945	
	SEK	732,022	1,079	
	SGD	19,722	183	
	THB	243,316	91	
	GBP	4,014	66	
- Pihak berelasi	EUR	6,114,850	86,146	*Related parties -*
	USD	1,706,311	22,926	
	GBP	1,179,540	19,394	
			770,626	
Selisih lebih liabilitas atas aset dalam mata uang asing			111,788	*Excess of liabilities over assets denominated in foreign currencies*

29. Aset dan liabilitas dalam mata uang asing (lanjutan)

Nilai tukar Rupiah terhadap Dolar Amerika Serikat dan Euro telah bergerak dari masing-masing Rp 13.548 dan Rp 16.201 (nilai penuh) pada 31 Desember 2017 menjadi Rp 13.659 dan Rp 16.820 (nilai penuh) pada tanggal 26 Februari 2018.

29. Assets and liabilities denominated in foreign currencies (continued)

The exchange rate for the US Dollar and Euro against the Rupiah has moved from Rp 13,548 and Rp 16,201 (full amount) on 31 December 2017 to Rp 13,659 and Rp 16,820 (full amount), respectively on 26 February 2018.

30. Informasi segmen

Manajemen telah menentukan segmen operasi berdasarkan laporan yang ditelaah oleh Direksi yang digunakan untuk mengambil keputusan strategis.

Maksud dan tujuan Perseroan antara lain berusaha dalam bidang produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut di atas, Perseroan menjalankan usahanya secara terintegrasi.

Bisnis Perseroan 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:

30. Segment information

Management has determined the operating segments based on the reports reviewed by Directors that are used to make strategic decisions.

The objectives and purposes of the Company among others are to engage in the manufacturing, marketing and distribution of consumer goods. To achieve these objectives and purposes, the Company manages its business as an integrated business field.

The Company's business is 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.*
- *Foods 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:

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment information (continued)

a. Laba segmen

a. Segment income

	2017			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ *Home and Personal Care*	**Makanan dan Minuman/ *Foods and Refreshment***	**Jumlah/ *Total***	
Penjualan bersih	28,127,035	13,077,475	41,204,510	*Net sales*
Laba bruto	15,246,292	5,973,442	21,219,734	*Gross profit*
Hasil segmen	9,082,846	2,496,688	11,579,534	*Segment result*
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				*Unallocated expenses:*
Beban pemasaran dan penjualan			(1,025,086)	*Marketing and selling expenses*
Beban umum dan administrasi			(1,049,472)	*General and administration expenses*
Beban lain-lain, bersih			(133,315)	*Other expenses, net*
Laba sebelum pajak penghasilan			9,371,661	*Profit before income tax*
Beban pajak penghasilan			(2,367,099)	*Income tax expense*
Laba			7,004,562	*Profit*
Penghasilan komprehensif lain			102,668	*Other comprehensive income*
Jumlah penghasilan komprehensif			7,107,230	*Total comprehensive income*
Informasi lainnya				***Other information***
Pengeluaran modal	796,972	201,243	998,215	*Capital expenditures*
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			688,442	*Unallocated capital expenditures*
			1,686,657	
Penyusutan dan amortisasi	293,735	294,549	588,284	*Depreciation and amortisation*
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			65,796	*Unallocated depreciation and amortisation expenses*
			654,080	

30. Informasi segmen (lanjutan) / ***30. Segment information (continued)***

a. Laba segmen (lanjutan) / ***a. Segment income (continued)***

	2016			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ *Home and Personal Care*	**Makanan dan Minuman/ *Foods and Refreshment***	**Jumlah/ *Total***	
Penjualan bersih	27,697,234	12,356,498	40,053,732	*Net sales*
Laba bruto	15,294,134	5,164,962	20,459,096	*Gross profit*
Hasil segmen	8,880,827	1,905,277	10,786,104	*Segment result*
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				*Unallocated expenses:*
Beban pemasaran dan penjualan			(987,698)	*Marketing and selling expenses*
Beban umum dan administrasi			(1,091,696)	*General and administration expenses*
Beban lain-lain, bersih			(134,825)	*Other expenses, net*
Laba sebelum pajak penghasilan			8,571,885	*Profit before income tax*
Beban pajak penghasilan			(2,181,213)	*Income tax expense*
Laba			6,390,672	*Profit*
Rugi komprehensif lain			(433,165)	*Other comprehensive loss*
Jumlah penghasilan komprehensif			5,957,507	*Total comprehensive income*
Informasi lainnya				***Other information***
Pengeluaran modal	677,752	316,263	994,015	*Capital expenditures*
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			779,825	*Unallocated capital expenditures*
			1,773,840	
Penyusutan dan amortisasi	265,162	255,279	520,441	*Depreciation and amortisation*
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			30,393	*Unallocated depreciation and amortisation expenses*
			550,834	

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment information (continued)

b. Aset dan liabilitas segmen

b. Segment assets and liabilities

	2017			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ *Home and Personal Care*	**Makanan dan Minuman/ *Foods and Refreshment***	**Jumlah/ *Total***	
Aset segmen	10,810,576	4,736,210	15,546,786	*Segment assets*
Aset takberwujud	2,255	392,616	394,871	*Intangible assets*
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			2,964,756	*Unallocated segment assets*
			18,906,413	
Liabilitas segmen	(4,972,137)	(1,930,608)	(6,902,745)	*Segment liabilities*
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(6,830,280)	*Unallocated segment liabilities*
			(13,733,025)	

	2016			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ *Home and Personal Care*	**Makanan dan Minuman/ *Foods and Refreshment***	**Jumlah/ *Total***	
Aset segmen	8,676,828	5,223,075	13,899,903	*Segment assets*
Aset takberwujud	-	392,616	392,616	*Intangible assets*
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			2,453,176	*Unallocated segment assets*
			16,745,695	
Liabilitas segmen	(4,795,493)	(2,039,401)	(6,834,894)	*Segment liabilities*
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(5,206,543)	*Unallocated segment liabilities*
			(12,041,437)	

Jumlah yang dilaporkan kepada Direksi sehubungan dengan jumlah aset dan liabilitas diukur dengan cara yang konsisten dengan yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Aset dan liabilitas ini dialokasikan berdasarkan segmen operasi.

The amounts provided to the Directors with respect to total assets and liabilities are measured in a manner consistent with that of the financial statements. These assets and liabilities are allocated based on the operating segment.

30. Informasi segmen (lanjutan)

b. Aset dan liabilitas segmen (lanjutan)

Rekonsiliasi aset segmen dilaporkan terhadap jumlah aset adalah sebagai berikut:

30. Segment information (continued)

b. Segment assets and liabilities (continued)

Reportable segments' assets are reconciled to total assets as follows:

	2017	2016	
Aset segmen untuk segmen yang dilaporkan	15,941,657	14,292,519	*Segment assets for reportable segments*
Yang tidak dapat dialokasikan:			*Unallocated:*
- Kas dan setara kas	404,784	373,835	*Cash and cash equivalents -*
- Aset tetap	2,340,934	1,852,195	*Fixed assets -*
- *Goodwill* dan aset takberwujud	57,892	79,111	*Goodwill and intangible assets -*
- Aset lain-lain	157,439	148,035	*Other assets -*
- Pajak dibayar dimuka	3,707	-	*Prepaid taxes*
Jumlah aset menurut laporan posisi keuangan	18,906,413	16,745,695	*Total assets per statement of financial position*

Rekonsiliasi liabilitas segmen terhadap jumlah liabilitas adalah sebagai berikut:

Reportable segments' liabilities are reconciled to total liabilities as follows:

	2017	2016	
Liabilitas segmen untuk segmen yang dilaporkan	6,902,745	6,834,894	*Segment liabilities for reportable segments*
Yang tidak dapat dialokasikan:			*Unallocated:*
- Pinjaman bank	3,450,000	2,392,970	*Bank borrowings -*
- Utang usaha	406,710	322,478	*Trade creditors -*
- Utang pajak	444,562	698,477	*Taxes payable -*
- Kewajiban imbalan kerja jangka panjang	1,002,285	1,062,862	*Long-term employee benefits obligations -*
- Liabilitas lain-lain	1,526,723	729,756	*Other liabilities -*
Jumlah liabilitas menurut laporan posisi keuangan	13,733,025	12,041,437	*Total liabilities per statement of financial position*

31. Komitmen dan liabilitas kontinjensi yang signifikan

a. Perseroan mempunyai komitmen kepada pemasok untuk pembelian aset tetap dan persediaan masing-masing sebesar Rp 279.655 dan Rp 4.390.255 pada tanggal 31 Desember 2017 (2016: Rp 789.003 dan Rp 3.050.085).

b. Perseroan telah menandatangani perjanjian dengan PT Mega Manunggal Property untuk sewa gudang di Cikarang selama 10 tahun terhitung sejak 1 April 2012.

31. Significant commitments and contingent liabilities

a. The Company had commitments with suppliers to purchase fixed assets and inventories amounting to Rp 279,655 and Rp 4,390,255 respectively, as at 31 December 2017 (2016: Rp 789,003 and Rp 3,050,085).

b. The Company has signed an agreement with PT Mega Manunggal Property to rent a warehouse in Cikarang for 10 years from 1 April 2012.

31. Komitmen dan liabilitas kontinjensi yang signifikan (lanjutan)

31. Significant commitments and contingent liabilities (continued)

Jumlah pembayaran sewa minimum di masa depan dalam perjanjian sewa operasi adalah sebagai berikut:

The future aggregate minimum lease payments under operating leases are as follows:

	2017	2016	
Tidak lebih dari 1 tahun	91,458	91,301	*No later than 1 year*
Lebih dari 1 tahun namun kurang dari 5 tahun	319,069	389,931	*Later than 1 year and no later than 5 years*
Lebih dari 5 tahun	-	33,553	*Later than 5 years*
	410,527	514,785	

c. Perseroan memiliki fasilitas kredit untuk modal kerja yang belum terpakai. Fasilitas kredit yang tidak mengikat yang belum digunakan oleh Perseroan pada tanggal 31 Desember 2017 sejumlah Rp 6.650.000.

c. The Company has unused credit facilities for working capital. The total uncommitted credit facilities of the Company as at 31 December 2017 totaling Rp 6,650,000.

d. Perseroan tidak mempunyai liabilitas kontinjensi yang signifikan pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016.

d. The Company did not have any significant contingent liabilities as at 31 December 2017 and 2016.

e. Perseroan mengadakan perjanjian dengan PT Bank BNP Paribas Indonesia (“BNP”), dimana Perseroan dapat menjual ke BNP beberapa piutang usaha yang memenuhi kriteria dalam perjanjian.

e. The Company entered into an agreement with PT Bank BNP Paribas Indonesia (“BNP”), whereby the Company can sell to BNP certain of the Company’s trade debtors that meet the criteria in the agreement.

Perseroan telah mengevaluasi syarat dan kondisi dalam perjanjian ini dan menyimpulkan bahwa piutang usaha tersebut adalah aset keuangan yang memenuhi kriteria penghentian pengakuan, hak kontraktual atas arus kas telah kadaluarsa, telah ada transfer hak kontraktual, dan seluruh risiko dan manfaat yang berkaitan dengan piutang usaha tersebut telah ditransfer ke BNP. Dengan demikian, Perseroan telah menghentikan pengakuan piutang usaha tersebut, sesuai dengan PSAK 55.

The Company evaluated the terms and conditions of this agreement and concluded that those trade debtors balances are financial assets subject to de-recognition, contractual rights to cash flows have expired, there has been a transfer of contractual rights, and substantially all of the risks and rewards related to these trade debtors have been transferred to BNP. Accordingly, the Company has de-recognised these trade debtors, in accordance with SFAS 55.

32. Estimasi dan pertimbangan akuntansi yang penting

32. Critical accounting estimates and judgment

Estimasi dan pertimbangan dibuat dan dievaluasi berdasarkan data historis dan ekspektasi kondisi masa mendatang. 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.

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.

32. Estimasi dan pertimbangan akuntansi yang penting (lanjutan)

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.

Perseroan 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, Perseroan mempertimbangkan hasil pengembalian dari obligasi pemerintah tanpa kupon pada tanggal pelaporan 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 pelaporan.

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.

Penurunan nilai *goodwill* dan aset takberwujud dengan umur manfaat tidak terbatas

Perseroan melakukan pengujian setiap tahun atas *goodwill* dan aset takberwujud dengan umur manfaat tidak terbatas sesuai dengan kebijakan akuntansi yang dinyatakan dalam Catatan 2k. Jumlah terpulihkan unit penghasil kas telah ditentukan berdasarkan perhitungan nilai pakai. Asumsi penting dalam penentuan nilai pakai adalah estimasi proyeksi arus kas dan tingkat diskonto.

32. Critical accounting estimates and judgment (continued)

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 Company determines the appropriate discount rate at the end of each reporting year. 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 Company considers the yield of zero coupon government bonds at the reporting 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 expenses for the current year that has not been billed as at the reporting 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.

Impairment of goodwill and intangible assets with indefinite useful lives

The Company tests annually whether goodwill and intangible assets with indefinite useful lives have suffered any impairment in accordance with the accounting policy stated in Note 2k. 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.

32. Estimasi dan pertimbangan akuntansi yang penting (lanjutan)

Penentuan umur manfaat aset takberwujud

Perseroan 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 periode yang mana aset diharapkan menghasilkan arus kas neto untuk Perseroan. 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 di masa lalu untuk suatu waktu yang memadai.

Estimasi umur manfaat aset tetap

Perseroan melakukan penelaahan berkala atas umur 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.

32. Critical accounting estimates and judgment (continued)

Determination of useful lives of intangible assets

The Company 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 Company. 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 Company 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.

33. Manajemen risiko keuangan

Faktor risiko keuangan

Aktivitas Perseroan terekspos 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 Perseroan, manajemen telah melakukan prosedur pengelolaan atas risiko keuangan yang sebagian besar dilakukan oleh departemen *treasury* sesuai dengan standar dan prosedur yang diberlakukan oleh *Global Treasury Centre* di Schaffhausen, Swiss.

a. Risiko nilai tukar mata uang asing

Perseroan terekspos risiko nilai tukar berbagai mata uang asing yang terutama timbul dari mata uang USD dan EUR. Risiko nilai tukar kurs mata uang asing muncul dari transaksi akan datang yang mengikat serta realisasi aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing.

Untuk mengelola eksposur atas fluktuasi nilai tukar mata uang asing, Perseroan menjaga agar eksposur berada pada tingkat yang dapat diterima dengan membeli mata uang asing yang akan dibutuhkan untuk mengatasi fluktuasi jangka pendek.

33. Financial risk management

Financial risk factors

The Company's activities expose it to a variety of financial risks: foreign exchange risk, credit risk, interest rate risk and liquidity risk.

To minimise potential loss effects arising from unpredictability of the market and the Company's financial performance, management conducts financial risk management procedures which are primarily performed by the treasury department in accordance with official standards and procedures from the Global Treasury Centre in Schaffhausen, Switzerland.

a. Foreign exchange risk

The Company is exposed to foreign exchange risk arising from various currency exposures especially from USD and EUR. Foreign exchange risk arises from committed future transactions and realization of monetary assets and liabilities in foreign currencies.

To manage its foreign currency fluctuation exposure, the Company maintains the exposure at an acceptable level by buying foreign currencies that will be needed to avoid exposure from short term fluctuations.

33. Manajemen risiko keuangan

a. Risiko nilai tukar mata uang asing (lanjutan)

Jika dianggap perlu, Perseroan 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 mengantisipasi dampak perubahan nilai tukar mata uang asing terhadap laporan keuangan Perseroan.

Aset dan liabilitas moneter bersih dalam mata uang asing diungkapkan pada Catatan 29.

b. Risiko kredit

Perseroan memiliki risiko kredit terutama berasal dari simpanan dalam bank dan kontrak derivatif yang disepakati dengan bank dan kredit yang diberikan kepada pelanggan. Perseroan mengelola risiko kredit yang terkait dengan simpanan di bank dan aset derivatif dengan memonitor reputasi, *credit ratings* dan membatasi risiko agregat dari masing-masing pihak dalam kontrak.

Untuk menghindari konsentrasi atas risiko kredit, kas di bank dan setara kas disimpan pada beberapa institusi keuangan yang berbeda yang berkinerja baik.

Perseroan tidak memiliki konsentrasi risiko kredit terkait dengan piutang usaha karena Perseroan 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 Perseroan pada saat pelanggan dinyatakan tidak dapat melunasi utangnya. Selain itu, Perseroan juga memastikan bahwa penjualan hanya dilakukan kepada pelanggan dengan sejarah kredit yang baik. Perseroan 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.

33. Financial risk management

a. Foreign exchange risk (continued)

When considered necessary, the Company 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 financial statements of the Company.

Net monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies are disclosed in Note 29.

b. Credit risk

The Company is exposed to credit risk primarily from deposits in banks and derivatives entered into with banks and credit given to customers. The Company 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.

To avoid concentration of credit risk, cash in banks and cash equivalents are deposited at a number of different financial institutions of good standing.

The Company has no significant concentration of credit risk related to trade debtors, as the Company 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 Company in case the customers fail to pay their debts. In addition, the Company also ensures that sales are made only to customers with appropriate credit history. The Company 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 after deducting any provision for impairment.

33. Manajemen risiko keuangan (lanjutan)

b. Risiko kredit (lanjutan)

Piutang usaha

33. Financial risk management (continued)

b. Credit risk (continued)

Trade debtors

	2017	2016	
Dengan pihak yang tidak memiliki peringkat kredit eksternal			*Counterparties without external credit rating*
- Grup 1	71,710	81,969	*Group 1 -*
- Grup 2	4,085,873	3,228,657	*Group 2 -*
- Grup 3	595,284	428,122	*Group 3 -*
Jumlah piutang usaha, bruto	4,752,867	3,738,748	*Total trade debtors, gross*
Dikurangi: Provisi atas penurunan nilai	(37,313)	(30,491)	*Less: Provision for impairment*
Jumlah piutang usaha, setelah dikurangi penurunan nilai	4,715,554	3,708,257	*Total trade debtors, net of impairment*

- Grup 1 – pelanggan baru/pihak-pihak berelasi (sudah bertransaksi kurang dari enam bulan).
- Grup 2 – pelanggan yang sudah ada/pihak-pihak berelasi (sudah bertransaksi lebih dari enam bulan) tanpa adanya kasus gagal bayar di masa terdahulu.
- Grup 3 – pelanggan yang sudah ada/pihak-pihak berelasi (sudah bertransaksi lebih dari enam bulan) dengan beberapa kejadian gagal bayar pada masa terdahulu.

- *Group 1 – new customers/related parties (having transactions for less than six months).*
- *Group 2 – existing customers/related parties (having transactions for more than six months) with no defaults in the past.*
- *Group 3 – existing customers/related parties (having transactions for more than six months) with some defaults in the past.*

c. Risiko suku bunga

Risiko tingkat suku bunga Perseroan timbul dari pinjaman bank. Risiko tingkat suku bunga dari kas dan setara kas tidak signifikan.

Pada tanggal 31 Desember 2017 dan 2016, semua pinjaman bank memiliki tingkat suku bunga tetap. Perseroan tidak memperhitungkan setiap pinjaman dengan suku bunga tetap pada nilai wajar melalui laba rugi. Oleh karena itu, perubahan suku bunga pada tanggal pelaporan tidak akan mempengaruhi laba rugi.

c. Interest rate risk

The Company's interest rate risk arises from bank borrowings. The interest rate risk from cash and cash equivalents is not significant.

As at 31 December 2017 and 2016, 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. Risiko likuiditas

Untuk memastikan ketersediaan kas, departemen *treasury* menyiapkan perkiraan kebutuhan arus kas dan memelihara fleksibilitas pendanaan dengan pengelolaan fasilitas kredit yang memadai.

Tabel di bawah ini mengklasifikasi liabilitas keuangan Perseroan yang dikelompokkan berdasarkan periode yang tersisa sampai dengan tanggal jatuh tempo kontraktual. Jumlah yang diungkapkan dalam tabel merupakan arus kas kontraktual yang tidak didiskontokan, termasuk estimasi pembayaran bunga.

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 classifies the Company's financial liabilities into relevant maturity groupings based on the remaining period to the contractual maturity date. The amounts disclosed in the table are the contractual undiscounted cash flows, including estimated interest payments.

33. Manajemen risiko keuangan (lanjutan)

33. Financial risk management (continued)

d. Risiko likuiditas (lanjutan)

d. Liquidity risk (continued)

		Arus kas kontraktual/ *Contractual cash flows*		
	Nilai tercatat/ *Carrying amount*	**Jumlah termasuk bunga/ *Total including interest***	**Kurang dari 1 tahun/ *Less than 1 year***	
31 Desember 2017				***31 December 2017***
Pinjaman bank	3,450,000	3,460,028	3,460,028	*Bank borrowings*
Utang usaha	4,527,110	4,527,110	4,527,110	*Trade creditors*
Akrual	2,288,992	2,288,992	2,288,992	*Accruals*
Utang lain-lain	1,675,111	1,675,111	1,675,111	*Other payables*
Jumlah	11,941,213	11,951,241	11,951,241	*Total*

		Arus kas kontraktual/ *Contractual cash flows*		
	Nilai tercatat/ *Carrying amount*	**Jumlah termasuk bunga/ *Total including interest***	**Kurang dari 1 tahun/ *Less than 1 year***	
31 Desember 2016				***31 December 2016***
Pinjaman bank	2,392,970	2,397,221	2,397,221	*Bank borrowings*
Utang usaha	4,641,910	4,641,910	4,641,910	*Trade creditors*
Akrual	1,659,753	1,659,753	1,659,753	*Accruals*
Utang lain-lain	1,340,313	1,340,313	1,340,313	*Other payables*
Jumlah	10,034,946	10,039,197	10,039,197	*Total*

Nilai wajar instrumen keuangan

Nilai wajar aset dan liabillitas keuangan diestimasi untuk keperluan pengakuan dan pengukuran atau untuk keperluan pengungkapan.

PSAK 60, "Instrumen Keuangan: Pengungkapan" mensyaratkan pengungkapkan atas pengukuran nilai wajar dengan level hirarki nilai wajar sebagai berikut:

(a) Harga kuotasian (tidak disesuaikan) dalam pasar aktif untuk aset atau liabilitas yang identik (Level 1)

(b) Input selain harga kuotasian yang termasuk dalam Level 1 yang dapat diobservasi untuk aset atau liabilitas, baik secara langsung (misalnya harga) atau secara tidak langsung (misalnya derivasi dari harga) (Level 2), dan

(c) Input untuk aset atau liabilitas yang bukan berdasarkan data pasar yang dapat diobservasi (input yang tidak dapat diobservasi) (Level 3).

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).

33. Manajemen risiko keuangan (lanjutan)

Nilai wajar instrumen keuangan (lanjutan)

Pengukuran nilai wajar dari piutang dan utang derivatif termasuk dalam Level 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 Level 2.

Instrumen keuangan utama Perseroan terdiri dari kas dan setara kas, piutang usaha, piutang lain-lain, pinjaman bank, utang usaha, akrual dan utang lain-lain. Aset dan liabilitas keuangan Perseroan diharapkan terealisasi atau terselesaikan dalam waktu dekat. Oleh karena itu, nilai tercatat aset dan liabilitas keuangan tersebut mendekati nilai wajarnya.

Manajemen risiko permodalan

Tujuan Perseroan dalam pengelolaan permodalan adalah mempertahankan kelangsungan usaha Perseroan 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, Perseroan dapat menyesuaikan jumlah dividen yang dibayar kepada pemegang saham.

33. Financial risk management (continued)

Fair value of financial instruments (continued)

The fair value measurement of 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 certain valuation techniques. These valuation techniques maximise 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 Company consist of cash and cash equivalents, trade debtors, other debtors, bank borrowings, trade creditors, accruals and other payables. The Company's financial assets and liabilities are expected to be realised, or settled in the near term. Therefore, their carrying amounts approximate their fair values.

Capital risk management

The Company's objectives when managing capital are to safeguard the Company'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 Company may adjust the amount of dividends paid to shareholders.

34. Transaksi non-kas

34. Non-cash transactions

	2017	2016	
Perolehan aset tetap melalui utang (dicatat dalam akun "Utang lain-lain")	277,111	199,443	*Acquisition of fixed assets through payables (recorded in "Other payables")*

35. Aset yang dimiliki untuk dijual

Pada tanggal 31 Desember 2017, aset-aset berikut ini (bagian dari segmen Makanan dan Minuman) disajikan sebagai aset yang dimiliki untuk dijual setelah adanya rencana manajemen untuk menjual aset dari kategori *Spread*:

35. Assets held for sale

As at 31 December 2017, the following assets (part of Foods and Refreshment segment) have been presented as assets held for sale following the management's plan to sell the assets of Spread category:

	2017	2016	
Persediaan	42,834	-	*Inventories*
Aset tetap	132,367	-	*Fixed assets*
	175,201	-	

35. Aset yang dimiliki untuk dijual (Lanjutan)

Sesuai dengan PSAK 58, aset-aset yang dimiliki untuk dijual diukur pada nilai yang lebih rendah antara jumlah tercatat dan nilai wajar setelah dikurangi biaya untuk menjual. Nilai wajar dari aset tetap yang dimiliki untuk dijual telah dihitung oleh penilai berkualifikasi dengan menggunakan pendekatan biaya (nilai wajar level 2), dan nilai wajarnya ditentukan sebesar Rp 152.644. Model penilaian mempertimbangkan harga pasar kuotasian untuk barang serupa apabila tersedia, dan biaya pengganti yang telah disusutkan apabila sesuai. Biaya pengganti yang telah disusutkan mencerminkan penyesuaian untuk kerusakan fisik maupun keusangan fungsional dan ekonomi.

Estimasi realisasi nilai bersih atas aset ini diekspektasikan akan lebih besar dari nilai tercatatnya. Manajemen menilai bahwa penurunan nilai realisasi neto dipandang tidak perlu.

35. Assets held for sale (Lanjutan)

In accordance with SFAS 58, the assets held for sale should be measured at the lower of its carrying amount and fair value less costs to sell. The fair value of the fixed assets held for sale has been calculated by a qualified appraiser using the cost approach (fair value level 2), and the fair value was determined at Rp 152,644. The valuation model considers quoted market prices for similar items when they are available, and depreciated replacement cost when appropriate. Depreciated replacement cost reflects adjustment for physical deterioration as well as functional and economic obsolescence.

Estimated realization of the net value on the assets is expected to be higher than the carrying amount. Management assesses that the decline in net realizable value is considered unnecessary.

36. Laba sebelum bunga, pajak, penyusutan dan amortisasi (EBITDA)

Manajemen telah menyajikan, sebagai pengukuran kinerja, EBITDA yang diyakini relevan dengan pemahaman mengenai kinerja keuangan Perseroan. EBITDA dihitung dengan menyesuaikan jumlah laba dengan mengeluarkan dampak dari pajak penghasilan, biaya keuangan bersih, penyusutan, dan amortisasi.

EBITDA tidak didefinisikan dalam Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia sebagai pengukuran kinerja. Definisi EBITDA Perseroan mungkin tidak dapat dibandingkan dengan pengukuran dan pengungkapan kinerja yang digunakan oleh entitas lain.

36. Earnings before interest, tax, depreciation and amortization (EBITDA)

Management has presented, as a performance measure, EBITDA which is believed to be relevant to the understanding of the Company's financial performance. EBITDA is calculated by adjusting the profit to exclude the impact of income tax, net finance costs, depreciation, and amortization.

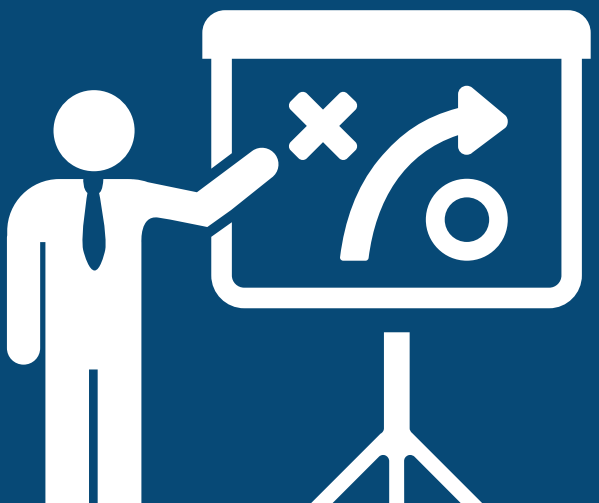
EBITDA is not defined in the Indonesian Financial Accounting Standards as a performance measure. The Company's definition of EBITDA may not be comparable with similarly titled performance measures and disclosures used by other entities.

Rekonsiliasi EBITDA terhadap laba / ***Reconciliation of EBITDA to profit***

	2017	2016	
Laba	7,004,562	6,390,672	*Profit*
Beban pajak penghasilan	2,367,099	2,181,213	*Income tax expense (benefit)*
Laba sebelum pajak penghasilan	9,371,661	8,571,885	*Profit before income tax*
Penyesuaian - penyesuaian:			*Adjustments for:*
- Biaya keuangan bersih	124,103	135,776	*Net finance costs -*
- Penyusutan	632,861	529,615	*Depreciation -*
- Amortisasi	21,219	21,219	*Amortization -*
EBITDA	10,149,844	9,258,495	*EBITDA*

REFERENSI SILANG KRITERIA ANNUAL REPORT AWARD 2016

CROSS REFERENCE OF ANNUAL REPORT AWARD 2016 CRITERIA



Referensi Silang Kriteria Annual Report Award 2016

CROSS REFERENCE OF ANNUAL REPORT AWARD 2016 CRITERIA

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
I. UMUM **GENERAL**			
1.	Laporan tahunan disajikan dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar dan dianjurkan menyajikan juga dalam bahasa Inggris. The Annual Report must be written in good Indonesian, and 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. The printing of the Annual Report must be of good quality, using an easily readable type and font size.		✓
3.	Laporan tahunan mencantumkan identitas perusahaan dengan jelas. The annual report clearly presents the company's identity.	Nama perusahaan dan tahun laporan tahunan ditampilkan di: 1. Sampul muka; 2. Samping; 3. Sampul belakang; dan 4. Setiap halaman. The company name and the year of the annual report are shown on: 1. Front cover; 2. Side margin; 3. Back cover; and 4. Each page.	✓
4.	Laporan tahunan ditampilkan di *website* perusahaan. The Annual Report is posted on the company's website.	Mencakup laporan tahunan terkini dan paling kurang 4 tahun terakhir. Including the current annual report and the reports for at least the past 4 years.	✓
II. IKHTISAR DATA KEUANGAN PENTING **FINANCIAL PERFORMANCE HIGHLIGHTS**			
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. Information on the Company's operating results with a comparison of 3 (three) fiscal years or since the commencement of business of the company if it has been operating for less than three years.	Informasi memuat antara lain: 1. Penjualan/pendapatan usaha; 2. Laba (rugi): a. Diatribusikan kepada pemilik entitas induk; dan b. Diatribusikan kepada kepentingan non-pengendali; 3. Penghasilan komprehensif periode berjalan: a. Diatribusikan kepada pemilik entitas induk; dan b. Diatribusikan kepada kepentingan non-pengendali; dan 4. Laba (rugi) per saham. Catatan: Apabila perusahaan tidak memiliki entitas anak, perusahaan menyajikan laba (rugi) dan penghasilan komprehensif periode berjalan secara total. The information includes, among others: 1. Sales/revenues; 2. Profit (loss): a. Attributable to the owner of the parent entity; and b. Attributable to non-controlling interests; 3. Total comprehensive profit (loss): a. Attributable to the owner of the parent entity; and b. Attributable to non-controlling interests; and 4. Earnings (loss) per share. Note: If the company does not have any subsidiaries, the company should present the net income (loss) and earnings (loss) and other comprehensive income in total.	10-11

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
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. Information on the financial position is presented in the form of a comparison with the previous 3 (three) fiscal years or since the commencement of business of the company if it has been operating for less than 3 (three) years.	Informasi memuat antara lain: 1. Jumlah investasi pada entitas asosiasi; 2. Jumlah aset; 3. Jumlah liabilitas; dan 4. Jumlah ekuitas. Information includes, among others: 1. Total investment in associates; 2. Total assets; 3. Total liabilities; and 4. Total equity.	10
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. Financial ratios with comparisons for three fiscal years or since the commencement of business of the company if it has been operating for less than 3 (three) years.	Informasi memuat 5 (lima) rasio keuangan yang umum dan relevan dengan industri perusahaan. The information includes five financial ratios that are common and relevant to the company's industry.	11
4.	Informasi harga saham dalam bentuk tabel dan grafik. Information on stock price in table and chart form.	1. Jumlah saham yang beredar; 2. Informasi dalam bentuk tabel yang memuat: a. Kapitalisasi pasar berdasarkan harga pada Bursa Efek tempat saham dicatatkan; b. Harga saham tertinggi, terendah, dan penutupan berdasarkan harga pada Bursa Efek tempat saham dicatatkan; dan c. Volume perdagangan saham pada Bursa Efek tempat saham dicatatkan. 3. Informasi dalam bentuk grafik yang memuat paling kurang: a. Harga penutupan berdasarkan harga pada Bursa Efek tempat saham dicatatkan; dan b. Volume perdagangan saham pada Bursa Efek tempat saham dicatatkan. 4. Untuk setiap masa triwulan dalam 2 (dua) tahun buku terakhir. Catatan: apabila perusahaan tidak memiliki kapitalisasi pasar, informasi harga saham, dan volume perdagangan saham, agar diungkapkan. 1. Number of outstanding shares; 2. The information in tables and charts covers: a. Market capitalization based on price on the Exchange where the shares are listed; b. The highest, lowest, and closing price of shares on the Exchange where the shares are listed; and c. Trading volume on the Exchange where the shares are listed. 3. Information in charts contains at least: a. Closing price based on price on the Exchange where the shares are listed; and b. Share trading volume on the Exchange where the shares are listed. 4. For each quarter of the last two fiscal years. Note: if the company has no market capitalization, information on the stock price and share trading volume shall be disclosed.	12-13

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
5.	Informasi mengenai obligasi, sukuk atau obligasi konversi yang masih beredar dalam 2 (dua) tahun buku terakhir. Information on outstanding bonds, sukuk, or convertible bonds of the last two fiscal years.	Informasi memuat: 1. Jumlah obligasi/sukuk/obligasi konversi yang beredar (outstanding); 2. Tingkat bunga/imbalan; 3. Tanggal jatuh tempo; dan 4. Peringkat obligasi/sukuk tahun 2015 dan 2016. Catatan: apabila perusahaan tidak memiliki obligasi/sukuk/obligasi konversi, agar diungkapkan. The information contains: 1. Number of outstanding bonds/sukuk/convertible bonds; 2. Interest rate/yield; 3. Maturity; and 4. Bonds/sukuk rating in 2015 and 2016. Note: if a company does not have bonds/sukuk/convertible bonds, this should be disclosed.	75
III. LAPORAN DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI **REPORTS FROM THE BOARD OF COMMISSIONERS AND THE BOARD OF DIRECTORS**			
1.	Laporan Dewan Komisaris. The Board of Commissioners' Report.	Memuat hal-hal sebagai berikut: 1. Penilaian atas kinerja Direksi mengenai pengelolaan perusahaan dan dasar penilaiannya; 2. Pandangan atas prospek usaha perusahaan yang disusun oleh Direksi dan dasar pertimbangannya; 3. Pandangan atas penerapan/pengelolaan *whistleblowing system* (WBS) di perusahaan dan peran Dewan Komisaris dalam WBS tersebut; dan 4. Perubahan komposisi Dewan Komisaris (jika ada) dan alasan perubahannya. Information includes: 1. Assessment of the performance of the Board of Directors in managing the company and the basis for the assessment; 2. View on the company's business prospects as prepared by the Board of Directors; 3. View on the implementation/management of whistleblowing system (WBS) in the Company and role of the Board of Commissioners in such WBS; and 4. Changes in the composition of the Board of Commissioners and the reason for the change (if any).	16-21
2.	Laporan Direksi. The Board of Directors' Report.	Memuat hal-hal sebagai berikut: 1. Analisis atas kinerja perusahaan, yang mencakup antara lain: a. Kebijakan strategis; b. Perbandingan antara hasil yang dicapai dengan yang ditargetkan; dan c. Kendala-kendala yang dihadapi perusahaan dan langkah-langkah penyelesaiannya; 2. Analisis tentang prospek usaha; 3. Perkembangan penerapan tata kelola perusahaan pada tahun buku; dan 4. Perubahan komposisi anggota Direksi (jika ada) dan alasan perubahannya. Information includes: 1. Analysis of the company's performance, including: a. Strategic policies; b. Comparison between realisations and targets; and c. Challenges faced by the company and how these were addressed; 2. Analysis of business prospects; 3. Implementation of corporate governance in the fiscal year; 4. Changes in the composition of the Board of Directors (if any) and the reason behind the change.	22-31

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
3.	Tanda tangan anggota Dewan Komisaris dan anggota Direksi. Signatures of the Board of Commissioners and the Board of Directors.	Memuat hal-hal sebagai berikut: 1. Tanda tangan dituangkan pada lembaran tersendiri; 2. Pernyataan bahwa Dewan Komisaris dan Direksi bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi laporan tahunan; 3. Ditandatangani seluruh anggota Dewan Komisaris dan anggota Direksi dengan menyebutkan nama dan jabatannya; dan 4. Penjelasan tertulis dalam surat tersendiri dari yang bersangkutan dalam hal terdapat anggota Dewan Komisaris atau anggota 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. Includes the following: 1. Signatures are presented on separate sheets; 2. Statement of full responsibility for the accuracy of the annual report contents by the Board Commissioners and the Board of Directors; 3. Signed by all members of the Board of Commissioners and the Board of Directors, stating their names and positions; and 4. Written explanation in a separate letter from the person(s) concerned in the event that a member of the Board of Commissioners or the Board of Directors fails to sign the annual report; or a written explanation in a separate letter from another member(s) in the event that the person(s) concerned fails to provide a written explanation.	278-279
IV. PROFIL PERUSAHAAN **COMPANY PROFILE**			
1.	Nama dan alamat lengkap perusahaan. Company profile information.	Informasi memuat antara lain: nama dan alamat, kode pos, no. telp, no. fax, email, dan *website*. The information includes, among others, the name and address, postal code, phone number(s), facsimile, e-mail, and website address.	34
2.	Riwayat singkat perusahaan. Brief history of the company.	Mencakup antara lain: tanggal/tahun pendirian, nama, perubahan nama perusahaan (jika ada), dan tanggal efektif perubahan nama perusahaan. Catatan: apabila perusahaan tidak pernah melakukan perubahan nama, agar diungkapkan. Include: date/year of establishment, name, and changes in company name (if any). Note: if the company has never changed its name, this should be disclosed.	35-36
3.	Bidang usaha. Line of Business.	Uraian mengenai antara lain: 1. Kegiatan usaha perusahaan menurut anggaran dasar terakhir; 2. Kegiatan usaha yang dijalankan; dan 3. Produk dan/atau jasa yang dihasilkan. Description of, among others: 1. The company's business activities in accordance with the latest articles of association; 2. Business activities conducted; and 3. Products and/or services produced.	34
4.	Struktur Organisasi. Organisational structure.	Dalam bentuk bagan, meliputi nama dan jabatan paling kurang sampai dengan struktur satu tingkat di bawah Direksi. In a chart, showing names and positions, up to at least one level below the Board of Directors.	46-47
5.	Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan. Company Vision, Mission and Culture.	Mencakup: 1. Visi Perusahaan; 2. Misi Perusahaan; 3. Keterangan bahwa visi dan misi tersebut telah ditinjau dan disetujui oleh Direksi/Dewan Komisaris pada tahun buku; dan 4. Pernyataan mengenai budaya perusahaan (*corporate culture*) yang dimiliki perusahaan. Include: 1. Corporate Vision; 2. Corporate Mission; 3. Explanation that the vision and mission have been agreed by the Board of Directors/Board of Commissioners; 4. Statement on the company's corporate culture.	49

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
6.	Identitas dan riwayat hidup singkat anggota Dewan Komisaris. Identity and brief CV's of the members of the Board of Commissioners.	Informasi memuat antara lain: 1. Nama; 2. Jabatan dan periode jabatan (termasuk jabatan pada perusahaan atau lembaga lain); 3. Umur; 4. Domisili; 5. Pendidikan (bidang studi dan lembaga pendidikan); 6. Pengalaman kerja (jabatan, instansi, dan periode menjabat); dan 7. Riwayat penunjukkan (periode dan jabatan) sebagai anggota Dewan Komisaris di perusahaan sejak pertama kali ditunjuk. The information includes, among others: 1. Name; 2. Position and term of office (including position in the company or other institutions); 3. Age; 4. Domicile; 5. Education (field of study and educational institution); 6. Work experience (positions, institutions, and period of service); and 7. History of appointments as a Commissioner of the company since the first appointment.	50-54
7.	Identitas dan riwayat hidup singkat anggota Direksi. Identity and brief CV's of the members of the Board of Directors.	Informasi memuat antara lain: 1. Nama; 2. Jabatan dan periode jabatan (termasuk jabatan pada perusahaan atau lembaga lain); 3. Umur; 4. Domisili; 5. Pendidikan (bidang studi dan lembaga pendidikan); 6. Pengalaman kerja (jabatan, instansi, dan periode menjabat); dan 7. Riwayat penunjukkan (periode dan jabatan) sebagai anggota Direksi di perusahaan sejak pertama kali ditunjuk. The information includes, among others: 1. Name; 2. Position and term of office (including position in the company or other institutions); 3. Age; 4. Domicile; 5. Education (field of study and educational institution); 6. Work experience (positions, institutions, and period of service); and 7. History of appointments as a Director of the company since the first appointment.	55-59
8.	Jumlah karyawan (komparatif 2 tahun) dan data pengembangan kompetensi karyawan yang mencerminkan adanya kesempatan untuk masing-masing level organisasi. Number of employees (comparative for 2 years) and description of competency building that reflects the opportunities for each level of the organisation.	Informasi memuat antara lain: 1. Jumlah karyawan untuk masing-masing level organisasi; 2. Jumlah karyawan untuk masing-masing tingkat pendidikan; 3. Jumlah karyawan berdasarkan status kepegawaian; 4. Data pengembangan kompetensi karyawan yang telah dilakukan pada tahun buku yang terdiri dari pihak (level jabatan) yang mengikuti pelatihan, jenis pelatihan, dan tujuan pelatihan; dan 5. Biaya pengembangan kompetensi karyawan yang telah dikeluarkan pada tahun buku. The information should contain: 1. The number of employees at each level of the organisation; 2. The number of employees at each level of education; 3. The number of employees based on employment status; 4. A description of and data on employee competency development programmes undertaken, consisting of the parties (position level) attending the trainings, types of training and purpose of training; and 5. Expenditure on developing employee competencies in the fiscal year.	71, 64, 67

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
9.	Komposisi pemegang saham. Shareholders' composition.	Mencakup antara lain: 1. Rincian nama pemegang saham yang meliputi 20 pemegang saham terbesar dan persentase kepemilikannya; 2. Rincian pemegang saham dan persentase kepemilikannya meliputi: a. Nama pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham; dan b. Kelompok pemegang saham masyarakat dengan kepemilikan saham masing-masing kurang dari 5%. 3. Nama Direktur dan Komisaris serta persentase kepemilikan sahamnya secara langsung dan tidak langsung. Catatan: apabila Direktur dan Komisaris tidak memiliki saham langsung dan tidak langsung, agar diungkapkan. Includes, among others: 1. Details of the names of shareholders, covering the 20 largest shareholders and their shareholding percentage; 2. Details of shareholders and their shareholding percentage should include: a. Names of shareholders with 5% or more of the shares; b. Groups of public shareholders with respective shareholdings of less than 5%. 3. Names of Directors and Commissioners as well as their stock ownership, both directly and indirectly. Note: if the Directors and Commissioners do not own shares, either directly or indirectly, this should be disclosed.	72-73
10.	Daftar entitas anak dan/atau entitas asosiasi. List of subsidiaries and/or associates.	Dalam bentuk tabel memuat informasi antara lain: 1. Nama entitas anak dan/atau asosiasi; 2. Persentase kepemilikan saham; 3. Keterangan tentang bidang usaha entitas anak dan/atau entitas asosiasi; dan 4. Keterangan status operasi entitas anak dan/atau entitas asosiasi (telah beroperasi atau belum beroperasi). The information includes, among others: 1. Names of subsidiaries and/or associates; 2. Shareholding percentage; 3. Explanation of the subsidiaries and/or associates' lines of business; and 4. Explanation of the operational status of the subsidiaries and/or associates (operating or not yet operating).	48 Perusahaan tidak memiliki entitas anak The Company does not have any subsidiaries and/or associates' lines of business
11.	Struktur grup perusahaan. Group corporate structure.	Struktur grup perusahaan dalam bentuk bagan yang menggambarkan entitas induk, entitas anak, entitas asosiasi, *joint venture*, dan *Special Purpose Vehicle* (SPV). Group corporate structure in chart form showing the subsidiaries, associates, joint ventures, and Special Purpose Vehicles (SPVs).	N/A
12.	Kronologi penerbitan saham (termasuk *private placement*) dan/atau pencatatan saham dari awal penerbitan sampai dengan akhir tahun buku. Chronology of share issues (including private placements) and/or share listings from the initial issuance up to the end of the financial year.	Mencakup antara lain: 1. Tahun penerbitan saham, jumlah saham, nilai nominal saham, dan harga penawaran saham untuk masing-masing tindakan korporasi (*corporate action*); 2. Jumlah saham tercatat setelah masing-masing tindakan korporasi (*corporate action*); dan 3. Nama bursa dimana saham perusahaan dicatatkan. Catatan: apabila perusahaan tidak memiliki kronologi pencatatan saham, agar diungkapkan. Include the following items: 1. Year of share issue, number of shares, nominal value and offering price for each corporate action; 2. Number of listed shares after each corporate action; and 3. Name of Stock Exchange where the company's shares are listed. Note: if the company has no stock listing chronology, this shall be disclosed.	75

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
13.	Kronologi penerbitan dan/atau pencatatan efek lainnya dari awal penerbitan sampai dengan akhir tahun buku. Chronology of other securities listings from initial issuance up to the end of the financial year.	Mencakup antara lain: 1. Nama efek lainnya, tahun penerbitan efek lainnya, tingkat bunga/imbalan efek lainnya, dan tanggal jatuh tempo efek lainnya; 2. Nilai penawaran efek lainnya; 3. Nama bursa dimana efek lainnya dicatatkan; dan 4. Peringkat efek. Catatan: apabila perusahaan tidak memiliki kronologi penerbitan dan pencatatan efek lainnya, agar diungkapkan. Include the following items: 1. Name of securities, year of issue, interest rate/return, and date of maturity; 2. Offering value of other securities; 3. Name of Stock Exchange where the company's other securities are listed; and 4. Rating of the securities. Note: if the company has no chronology of other securities issue or listing, this should be disclosed.	75
14.	Nama dan alamat lembaga dan/atau profesi penunjang. Names and addresses of supporting institutions and/or professionals.	Informasi memuat antara lain: 1. Nama dan alamat Biro Administrasi Efek (BAE)/pihak yang mengadministrasikan saham perusahaan; 2. Nama dan alamat Kantor Akuntan Publik; dan 3. Nama dan alamat perusahaan pemeringkat efek. The information includes, among others: 1. Name and address of the Share Registrar/parties administering the company's securities; 2. Name and address of Public Accounting Firm; and 3. Name and address of rating agency.	76
15.	Penghargaan yang diterima dalam tahun buku terakhir dan/atau sertifikasi yang masih berlaku dalam tahun buku terakhir baik yang berskala nasional maupun internasional. Awards and/or certifications received by the company in the last fiscal year, both national and international.	Informasi memuat antara lain: 1. Nama penghargaan dan/atau sertifikasi; 2. Tahun perolehan penghargaan dan/atau sertifikasi; 3. Badan pemberi penghargaan dan/atau sertifikasi; dan 4. Masa berlaku (untuk sertifikasi). Includes the following items: 1. Name of the awards and/or certificates; 2. Year of the awards and/or certificates received; 3. Institution presenting the awards and or certificates; and 4. Period of validity (for certificates).	77-78
16.	Nama dan alamat entitas anak dan/atau kantor cabang atau kantor perwakilan (jika ada). Names and addresses of subsidiary companies and or branch offices 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, kantor cabang, dan kantor perwakilan, agar diungkapkan. Information should include: 1. Names and addresses of business entities; and 2. Names and addresses of branch/representative offices. Note: if there are no business entities/branches/representatives, this should be disclosed.	76

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
17.	Informasi pada *website* perusahaan. Information on the company website.	Meliputi paling kurang: 1. Informasi pemegang saham sampai dengan pemilik akhir individu; 2. Isi Kode Etik; 3. Informasi Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) paling kurang meliputi bahan mata acara yang dibahas dalam RUPS, ringkasan risalah RUPS, dan informasi tanggal penting yaitu tanggal pengumuman RUPS, tanggal pemanggilan RUPS, tanggal RUPS, tanggal ringkasan risalah RUPS diumumkan; 4. Laporan keuangan tahunan terpisah (5 tahun terakhir); 5. Profil Dewan Komisaris dan Direksi; dan 6. Piagam/*Charter* Dewan Komisaris, Direksi, Komite-komite, dan Unit Audit Internal. Includes at least: 1. Information on shareholdings up to the ultimate individual shareholder; 2. Contents of the Code of Conduct; 3. Information on the General Meeting of Shareholders (GMS), covering at least the meeting agenda, a summary of the minutes of the GMS and significant dates such as the GMS announcement, GMS invitation, date of the GMS, and announcement of the summary of the GMS minutes; 4. Financial statements (the last 5 years); 5. Profile of the Board of Commissioners and Directors; and 6. Charter of the Board of Commissioners, Board of Directors, Committees and Internal Audit Unit.	✓ 84
18.	Pendidikan dan/atau pelatihan Dewan Komisaris, Direksi, Komite-komite, Sekretaris Perusahaan, dan Unit Audit Internal. Education and/or trainings for the Board of Commissioners, Board of Directors, Committees, Corporate Secretary and Internal Audit Unit.	Meliputi paling kurang informasi (jenis dan pihak yang relevan dalam mengikuti): 1. Pendidikan dan/atau pelatihan untuk Dewan Komisaris; 2. Pendidikan dan/atau pelatihan untuk Direksi; 3. Pendidikan dan/atau pelatihan untuk Komite Audit; 4. Pendidikan dan/atau pelatihan untuk Komite Nominasi dan Remunerasi; 5. Pendidikan dan/atau pelatihan untuk Komite Lainnya; 6. Pendidikan dan/atau pelatihan untuk Sekretaris Perusahaan; dan 7. Pendidikan dan/atau pelatihan untuk Unit Audit Internal; yang diikuti pada tahun buku. Catatan: apabila tidak terdapat pendidikan dan/atau pelatihan pada tahun buku, agar diungkapkan Includes at least the following information (type and participants): 1. Education and/or training for the Board of Commissioners; 2. Education and/or training for the Board of Directors; 3. Education and/or training for the Audit Committee; 4. Education and/or training for the Nomination and Remuneration Committee; 5. Education and/or training for other committees; 6. Education and/or training for the Corporate Secretary; and 7. Education and/or training for the Internal Audit Unit; followed by the financial year. Note: if there were no education and/or trainings in the financial year, this should be disclosed.	85-89
V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN MANAJEMEN ATAS KINERJA PERSEROAN **MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS OF THE COMPANY'S PERFORMANCE**			
1.	Tinjauan operasi per segmen usaha. Operational review per business segment.	Memuat uraian mengenai: 1. Penjelasan masing-masing segmen usaha; 2. Kinerja per segmen usaha, antara lain: a. Produksi; b. Peningkatan/penurunan kapasitas produksi; c. Penjualan/pendapatan usaha; dan d. Profitabilitas. Includes descriptions of: 1. Explanation of each business segment; 2. Performance of each business segment, including: a. Production/business activities; b. Increase/decrease in business capacity; c. Sales/revenues; and d. Profitability.	92-110

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
2.	Uraian atas kinerja keuangan perusahaan. Description of the company's financial performance.	Analisis kinerja keuangan yang mencakup perbandingan antara kinerja keuangan tahun yang bersangkutan dengan tahun sebelumnya dan penyebab kenaikan/penurunan suatu akun (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, laba (rugi), penghasilan komprehensif lain, dan penghasilan komprehensif periode berjalan; dan 5. Arus kas. Analysis of the financial performance, including a comparison between the current financial performance and the previous year's financial performance and causes of the increase/decrease (in narration and tables), relating to, among others: 1. Current assets, non-current assets, and total assets; 2. Short-term liabilities, long-term liabilities, and total liabilities; 3. Equity; 4. Sales/revenues, expenses and profit (loss), other comprehensive income and total comprehensive profit (loss); and 5. Cash flows.	125-145
3.	Bahasan dan analisis tentang kemampuan membayar utang dan tingkat kolektibilitas piutang perusahaan, dengan menyajikan perhitungan rasio yang relevan sesuai dengan jenis industri perusahaan. Discussion and analysis of the company's solvency and liquidity, presenting ratios that are relevant to the company's industry.	Penjelasan tentang : 1. Kemampuan membayar hutang, baik jangka pendek maupun jangka panjang; dan 2. Tingkat kolektibilitas piutang. Explanation of: 1. Capacity to pay debts in the long term and short term; and 2. Accounts receivable collectability.	133
4.	Bahasan tentang struktur modal (*capital structure*) dan kebijakan manajemen atas struktur modal (*capital structure policy*). Discussion of the capital structure and capital structure policy.	Penjelasan atas: 1. Rincian struktur modal (*capital structure*) yang terdiri dari utang berbasis bunga/sukuk dan ekuitas; dan 2. Kebijakan manajemen atas struktur modal (*capital structure policy*); dan 3. Dasar pemilihan kebijakan manajemen atas struktur modal. Explanation of: 1. Details of the capital structure, consisting of interest/sukuk and equities; and 2. Capital structure policy; and 3. Basis for the management's policy on capital structure.	135
5.	Bahasan mengenai ikatan yang material untuk investasi barang modal (bukan ikatan pendanaan) pada tahun buku terakhir. Discussion of material commitments for capital investment (not funding commitments) in the last financial year.	Penjelasan tentang: 1. Nama pihak yang melakukan ikatan; 2. Tujuan dari ikatan tersebut; 3. Sumber dana yang diharapkan untuk memenuhi ikatan-ikatan tersebut; 4. Mata uang yang menjadi denominasi; dan 5. 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 pada tahun buku terakhir agar diungkapkan. Explanation of: 1. Names of parties making the commitment; 2. The purpose of such commitment; 3. Source of funds expected to fulfill said commitment; 4. Currency of denomination; and 5. Steps taken by the company to protect the related foreign currency position against risks. Note: if the company had no material commitments for investment in capital goods in the last fiscal year, this should be disclosed.	135-136

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
6.	Bahasan mengenai investasi barang modal yang direalisasikan pada tahun buku terakhir. Discussion of capital investments realised in the last fiscal 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. Types of capital investment; 2. Purposes of the capital investments; and 3. Value of capital investments spent in the last fiscal year. Note: if there was no realisation of capital investment, this should be disclosed.	136
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, dan lainnya yang dianggap penting bagi perusahaan. Information on comparisons between the targets at the beginning of the fiscal year and the realisation, and expected targets or projections for the coming year relating to revenue, profit, capital structure, and other matters considered important to the company.	Informasi memuat antara lain: 1. Perbandingan antara target pada awal tahun buku dengan hasil yang dicapai (realisasi); dan 2. Target atau proyeksi yang ingin dicapai dalam 1 (satu) tahun mendatang. The information includes, among others: 1. Comparisons between the targets at the beginning of the fiscal year and the realisation; and 2. Expected targets or projections for the coming year.	24, 136
8.	Informasi dan fakta material yang terjadi setelah tanggal laporan akuntan. Information and material facts occurring after the date of the accountant's report.	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. Description of significant events after the date of the accountant's report, including their effect on future business performance and risks. Note: if there were no material events after the date of the accountant's report, this should be disclosed.	136
9.	Uraian tentang prospek usaha perusahaan. Description of the company's business prospects.	Uraian mengenai prospek perusahaan dikaitkan dengan industri dan ekonomi secara umum disertai data pendukung kuantitatif dari sumber data yang layak dipercaya. Description of the company's business prospects related to the industry and economy in general, accompanied by quantitative supporting data from a trustworthy source.	137-138
10.	Uraian tentang aspek pemasaran. Description of marketing aspects.	Uraian tentang aspek pemasaran atas produk dan/atau jasa perusahaan, antara lain strategi pemasaran dan pangsa pasar. Description of the marketing aspects of the company's products and/or services, including marketing strategies and market share.	138-139
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. Description of the dividend policy and amount of the cash dividend per share and amount of the dividends per year announced or paid in the last two fiscal years.	Memuat uraian mengenai: 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. Catatan: apabila tidak ada pembagian dividen, agar diungkapkan alasannya. Including a description of: 1. Policy on the distribution of dividends; 2. Total dividend distributed; 3. Amount of cash dividends per share; 4. Payout ratio; and 5. Date of announcement and payment of cash dividends for each year. Note: if no dividend was paid, this should be disclosed.	74, 139-140, 156

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
12.	Program kepemilikan saham oleh karyawan dan/atau manajemen yang dilaksanakan perusahaan (ESOP/MSOP) yang masih ada sampai tahun buku. Employee and/or Management Stock Ownership Plan (ESOP/MSOP) operated by the company, which is still in operation up to the fiscal year.	Memuat uraian mengenai: 1. Jumlah saham ESOP/MSOP dan realisasinya; 2. Jangka waktu; 3. Persyaratan karyawan dan/atau manajemen yang berhak; dan 4. Harga *exercise*. Catatan: apabila tidak memiliki program dimaksud, agar diungkapkan. Including a description of: 1. Total ESOP/MSOP shares and their realisation; 2. Time period; 3. Requirements for eligible employees and/or management; and 4. Exercise price. Note: if there is no such programme, this should be disclosed.	140
13.	Realisasi penggunaan dana hasil penawaran umum (dalam hal perusahaan masih diwajibkan menyampaikan laporan realisasi penggunaan dana). Realisation of the use of proceeds from the public offering (in the event that the company is stillrequired to report the use of proceeds).	Memuat uraian mengenai: 1. Total perolehan dana; 2. Rencana penggunaan dana; 3. Rincian penggunaan dana; 4. Saldo dana; dan 5. Tanggal persetujuan RUPS/RUPO atas perubahan penggunaan dana (jika ada). Catatan: apabila tidak memiliki informasi realisasi penggunaan dana hasil penawaran umum, agar diungkapkan. Including a description of: 1. Total proceeds; 2. Planned use of the proceeds; 3. Detailed use of the proceeds; 4. Balance of proceeds; and 5. Date of GMS/GMB approval on changes in the use of proceeds (if any). Note: if the company has no information on the use of proceeds from the public offering, this should be disclosed.	140
14.	Informasi transaksi material yang mengandung benturan kepentingan dan/atau transaksi dengan pihak afiliasi. Information on material transactions containing conflicts of interest and/or transactions with affiliates.	Memuat uraian mengenai: 1. Nama pihak yang bertransaksi dan sifat hubungan afiliasi; 2. Penjelasan mengenai kewajaran transaksi; 3. Alasan dilakukannya transaksi; 4. Realisasi transaksi pada periode tahun buku terakhir; 5. Kebijakan perusahaan terkait dengan mekanisme *review* atas transaksi; dan 6. Pemenuhan peraturan dan ketentuan terkait. Catatan: apabila tidak mempunyai transaksi dimaksud, agar diungkapkan. Including a description of: 1. Names of affiliates and the nature of affiliation; 2. Explanation of the fairness of the transaction; 3. Reason behind the transaction; 4. Realisation of transactions in the last fiscal year; 5. Company policy relating to the review mechanism for transactions; and 6. Compliance with relevant regulations and provisions. Note: if there is no such transactions, this should be disclosed.	140-143
15.	Uraian mengenai perubahan peraturan perundang-undangan terhadap perusahaan pada tahun buku terakhir. Description of regulatory changes that had a significant impact on the company in the last financial year.	Uraian memuat antara lain: 1. Nama peraturan perundang-undangan yang mengalami perubahan; dan 2. Dampaknya (kuantitatif dan/atau kualitatif) terhadap perusahaan (jika signifikan) atau pernyataan bahwa dampaknya tidak signifikan. Catatan: apabila tidak terdapat perubahan peraturan perundang-undangan pada tahun buku terakhir, agar diungkapkan. The description includes: 1. The regulatory changes; and 2. Their impacts (quantitative and/or qualitative) on the company (if significant), or statement that they were not significant. Note: if there were no such changes, this should be disclosed.	143

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
16.	Uraian mengenai perubahan kebijakan akuntansi yang diterapkan perusahaan pada tahun buku terakhir. Description of changes in accounting policies applied by the company in the last fiscal year.	Uraian memuat antara lain: 1. Perubahan kebijakan akuntansi; 2. Alasan perubahan kebijakan akuntansi; dan 3. Dampaknya secara kuantitatif terhadap laporan keuangan. Catatan: apabila tidak terdapat perubahan kebijakan akuntansi pada tahun buku terakhir, agar diungkapkan. The description includes: 1. Any change of accounting policies; 2. The rationale for such change; and 3. Its quantitative impact on the financial statement. Note: if there were no such changes, this should be disclosed.	143-145
17.	Informasi kelangsungan usaha. Information on business continuity.	Pengungkapan informasi mengenai: 1. Hal-hal yang berpotensi berpengaruh signifikan terhadap kelangsungan usaha perusahaan pada tahun buku terakhir; 2. *Assessment* manajemen atas hal-hal pada angka 1; dan 3. Asumsi yang digunakan manajemen dalam melakukan *assessment*. Catatan: apabila tidak terdapat hal-hal yang berpotensi berpengaruh signifikan terhadap kelangsungan usaha perusahaan pada tahun buku terakhir, agar diungkapkan asumsi yang mendasari manajemen dalam meyakini bahwa tidak terdapat hal-hal yang berpotensi berpengaruh signifikan terhadap kelangsungan usaha perusahaan pada tahun buku terakhir. Disclosure of information about: 1. Issues in the last fiscal year that may have a significant impact on the continuity of business; 2. Management's assessment of the issues in point 1; and 3. The assumptions used by the management in making the assessment. Note: If there were no issues in the last fiscal year that may have a significant impact on the continuity of the business, disclose the assumptions used by management to conclude that this is the case.	145
VI. TATA KELOLA PERUSAHAAN **GOOD CORPORATE GOVERNANCE**			
1.	Uraian Dewan Komisaris. Description of the Board of Commissioners.	Uraian memuat antara lain: 1. Uraian tanggung jawab Dewan Komisaris; 2. Penilaian atas kinerja masing-masing komite yang berada di bawah Dewan Komisaris dan dasar penilaiannya; dan 3. Pengungkapan mengenai *Board Charter* (pedoman dan tata tertib kerja Dewan Komisaris). The description includes, among others: 1. Description of the Board of Commissioners' responsibilities; 2. Assessment of the performance of each committee under the Board of Commissioners and basis for the assessment; and 3. Disclosure about the Board Charter (guidelines and working arrangments for the Board of Commissioners).	172-178
2.	Komisaris Independen (jumlahnya minimal 30% dari total Dewan Komisaris). Independent Commissioners (minimum of 30% of total members of the Board of Commissioners).	Meliputi antara lain: 1. Kriteria penentuan Komisaris Independen; dan 2. Pernyataan tentang independensi masing-masing Komisaris Independen. Covering, among others: 1. The criteria for the appointment of the Independent Commissioners; and 2. Statement of independence of each Independent Commissioner.	172, 177
3.	Uraian Direksi. Description of the Board of Directors.	Uraian memuat antara lain: 1. Ruang lingkup pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing anggota Direksi; 2. Penilaian atas kinerja komite-komite yang berada di bawah Direksi (jika ada); dan 3. Pengungkapan mengenai *Board Charter* (pedoman dan tata tertib kerja Direksi). The description includes, among others: 1. Scope of duties and responsibilities of each member of the Board of Directors; 2. Assessment on the performance of committees under the Board of Directors (if any); and 3. Disclosure about the Board Charter (guidelines and working arrangements for the Board of Directors).	179-185, 186-199, 182-183

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
4.	Penilaian Penerapan GCG untuk tahun buku 2015 yang meliputi paling kurang aspek Dewan Komisaris dan Direksi. Assessment of the Implementation of GCG for the fiscal year, covering at least the Board of Commissioners and the Board of Directors.	Memuat uraian mengenai: 1. Kriteria yang digunakan dalam penilaian; 2. Pihak yang melakukan penilaian; 3. Skor penilaian masing-masing kriteria; 4. Rekomendasi hasil penilaian; dan 5. Alasan belum/tidak diterapkannya rekomendasi. Catatan: apabila tidak ada penilaian penerapan GCG untuk tahun buku 2015, agar diungkapkan. The description includes, among others: 1. Criteria used for the assessment; 2. Parties conducting the assessment; 3. Score on each criterion; 4. Recommendations on the assessment results; and 5. Reasons for not implementing the recommendations. Note: if there was no GCG assessment in the fiscal year, this should be disclosed.	152, 236-251
5.	Uraian mengenai kebijakan remunerasi bagi Dewan Komisaris dan Direksi. Description of the remuneration policy for the Boards of Commissioners and the Boards of Directors.	Mencakup antara lain: 1. Pengungkapan prosedur pengusulan sampai dengan penetapan remunerasi Dewan Komisaris; 2. Pengungkapan prosedur pengusulan sampai dengan penetapan remunerasi Direksi; 3. Struktur remunerasi yang menunjukkan komponen remunerasi dan jumlah nominal per komponen untuk setiap anggota Dewan Komisaris; 4. Struktur remunerasi yang menunjukkan komponen remunerasi dan jumlah nominal per komponen untuk setiap anggota Direksi; 5. Pengungkapan indikator untuk penetapan remunerasi Direksi; dan 6. Pengungkapan bonus kinerja, bonus non kinerja, dan/atau opsi saham yang diterima setiap anggota Dewan Komisaris dan Direksi (jika ada). Catatan: apabila tidak terdapat bonus kinerja, bonus non kinerja, dan opsi saham yang diterima setiap anggota Dewan Komisaris dan Direksi, agar diungkapkan. The description includes, among others: 1. Disclosure of the remuneration procedures for the Board of Commissioners; 2. Disclosure of the remuneration procedures for the Board of Directors; 3. Remuneration structure, showing the nominal amount per component for each Commissioner; 4. Remuneration structure, showing the nominal amount per component for each Director; and 5. Disclosure of indicators for the determination of Board of Directors' remuneration; 6. Disclosure of performance and non-performance bonuses, and/or stock options received by each member of the Board of Commissioners and Board of Directors (if any). Note: if no performance or non-performance bonuses, and/or stock options were received by any member of the Board of Commissioners and Board of Directors, this should be disclosed.	174, 190- 191
6.	Frekuensi dan Tingkat Kehadiran Rapat yang dihadiri mayoritas anggota pada rapat Dewan Komisaris (minimal 1 kali dalam 2 bulan), Rapat Direksi (minimal 1 kali dalam 1 bulan), dan Rapat Gabungan Dewan Komisaris dengan Direksi (minimal 1 kali dalam 4 bulan). Frequency and attendance at BOC Meetings (at least once every two months), BOD meetings (minimum once a month), and joint meetings of the BOD and BOC (minimum once every four months).	Informasi memuat antara lain: 1. Tanggal Rapat; 2. Peserta Rapat; dan 3. Agenda Rapat. untuk masing-masing rapat Dewan Komisaris, Direksi, dan rapat gabungan. The information includes: 1. Meeting date; 2. Meeting participants; and 3. Meeting agenda for each BOD and BOD meeting, and joint meeting.	174-175 186-188

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
7.	Informasi mengenai pemegang saham utama dan pengendali, baik langsung maupun tidak langsung, sampai kepada pemilik individu. Information on major shareholders and controlling shareholders, directly or indirectly, and individual shareholders.	Dalam bentuk skema atau diagram yang memisahkan pemegang saham utama dengan pemegang saham pengendali. Catatan: yang dimaksud pemegang saham utama adalah pihak yang, baik secara langsung maupun tidak langsung, memiliki sekurang-kurangnya 20% (dua puluh perseratus) hak suara dari seluruh saham yang mempunyai hak suara yang dikeluarkan oleh suatu Perseroan, tetapi bukan pemegang saham pengendali. In the form of scheme or chart that separates major shareholders and controlling shareholders. Note: a major shareholder is a party that directly or indirectly owns at least 20% (twenty percent) of the voting rights of all shares with voting rights issued by the Company, but is not a controlling shareholder.	189
8.	Pengungkapan hubungan afiliasi antara anggota Direksi, Dewan Komisaris, dan Pemegang Saham Utama dan/atau pengendali. Disclosure of affiliations between the members of the Board of Directors, Board of Commissioners, and major and/or controlling shareholders.	Mencakup antara lain: 1. Hubungan afiliasi antara anggota Direksi dengan anggota Direksi lainnya; 2. Hubungan afiliasi antara anggota Direksi dan 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 Komisaris lainnya; dan 5. Hubungan afiliasi antara anggota Dewan Komisaris dengan Pemegang Saham Utama dan/atau Pengendali. Catatan: apabila tidak mempunyai hubungan afiliasi dimaksud, agar diungkapkan. The description includes: 1. Affiliations between members of the Board of Directors; 2. Affiliations between members of the Board of Directors and Board of Commissioners; 3. Affiliations between members of the Board of Directors and Major and/or Controlling Shareholders; 4. Affiliations between members of the Board of Commissioners; and 5. Affiliations between members of the Board of Directors and Major and/or Controlling Shareholders. Note: If there are no such affiliations, this should be disclosed.	50-59, 178
9.	Komite Audit. Audit Committee.	Mencakup antara lain: 1. Nama, jabatan, dan periode jabatan anggota komite audit; 2. Riwayat pendidikan (Bidang Studi dan Lembaga Pendidikan) dan pengalaman kerja (Jabatan, Instansi, dan Periode Menjabat) anggota Komite Audit; 3. Independensi anggota komite audit; 4. Uraian tugas dan tanggung jawab; 5. Uraian pelaksanaan kegiatan komite audit pada tahun buku; dan 6. Frekuensi pertemuan dan tingkat kehadiran komite audit. Including: 1. Names, positions, and terms of office of Audit Committee members; 2. Educational qualifications and work experience of Audit Committee members (position, institution, and period of service) of Audit Committee members; 3. Audit Committee members' independence; 4. Description of Audit Committee's duties and responsibilities; 5. Brief report on Audit Committee members' activities; 6. Frequency of meetings and attendance of Audit Committee members.	88, 192-195

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
10.	Komite Nominasi dan/atau Remunerasi. Nomination and/or Remuneration Committee.	Mencakup antara lain: 1. Nama, jabatan, dan riwayat hidup singkat anggota komite nominasi dan/atau remunerasi; 2. Independensi komite nominasi dan/atau remunerasi; 3. Uraian tugas dan tanggung jawab; 4. Uraian pelaksanaan kegiatan komite nominasi dan/atau remunerasi pada tahun buku; 5. Frekuensi pertemuan dan tingkat kehadiran komite nominasi dan/atau remunerasi; 6. Pernyataan adanya pedoman komite nominasi dan/atau remunerasi; dan 7. Kebijakan mengenai suksesi direksi. Including: 1. Names, positions, and brief CVs of nomination and/or remuneration committee members; 2. Independence of nomination and/or remuneration committee members; 3. Description of duties and responsibilities; 4. Description of implementation of activities of the nomination and/or remuneration committee in the financial year; 5. Frequency of meetings and attendance at nomination and/or remuneration committee meetings; 6. Statement about the existence of guidelines for the nomination and remuneration committee; and 7. Policy relating to the Board of Directors' succession.	196-199
11.	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 komite lain; 3. Uraian tugas dan tanggung jawab; 4. Uraian pelaksanaan kegiatan komite lain pada tahun buku; dan 5. Frekuensi pertemuan dan tingkat kehadiran komite lain. Covering, among others: 1. Names, positions, and brief CVs of members of other committees; 2. Independence of members of other committee; 3. Description of duties and responsibilities; 4. Description of implementation of the activities of other committees; and 5. Frequency of meetings and attendance.	N/A
12.	Uraian tugas dan fungsi Sekretaris Perusahaan. Description of duties and functions of the Corporate Secretary.	Mencakup antara lain: 1. Nama, dan riwayat jabatan singkat sekretaris perusahaan; 2. Domisili; 3. Uraian tugas dan tanggung jawab; dan 4. Uraian pelaksanaan tugas sekretaris perusahaan pada tahun buku. Including: 1. Name and brief CV of Corporate Secretary; 2. Domicile; 3. Description of duties of the Secretary; and 4. Description of execution of duties in the fiscal year.	201-204
13.	Uraian mengenai unit audit internal Description of the internal audit unit.	Mencakup antara lain: 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. Uraian pelaksanaan kegiatan unit audit internal pada tahun buku; dan 6. Pihak yang mengangkat dan memberhentikan ketua unit audit internal. Including: 1. Name of the head of the internal audit unit; 2. Number of employees (internal auditors) in the internal audit unit; 3. Certification for internal audit professionals; 4. Position of internal audit unit in the corporate structure; 5. Brief report on the internal audit unit's implementation of activities; and 6. The party that appoints/dismisses the head of the internal audit unit.	205-208

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
14.	Akuntan publik. Public accountant.	Informasi memuat antara lain: 1. Nama dan tahun akuntan publik yang melakukan audit laporan keuangan tahunan selama 5 tahun terakhir; 2. Nama dan tahun Kantor Akuntan Publik yang melakukan audit laporan keuangan tahunan selama 5 tahun terakhir; 3. Besarnya *fee* untuk masing-masing jenis jasa yang diberikan oleh Kantor Akuntan Publik pada tahun buku terakhir; dan 4. Jasa lain yang diberikan Kantor Akuntan Publik dan akuntan publik selain jasa audit laporan keuangan tahunan pada tahun buku terakhir. Catatan: apabila tidak ada jasa lain dimaksud, agar diungkapkan. The information includes: 1. Name and years in which the public accountant has audited the annual financial statements in the past 5 years; 2. Name and number of periods in which the public accounting firm has audited the annual financial statements in the past 5 years; 3. The fee for each service provided by the public accountant; and 4. Other services provided by the accountant apart from the audit of the annual financial statements. Note: if no other services were rendered, this should be disclosed.	209
15.	Uraian mengenai manajemen risiko perusahaan. Description of corporate risk management.	Mencakup antara lain: 1. Penjelasan mengenai sistem manajemen risiko yang diterapkan perusahaan; 2. Penjelasan mengenai hasil reviu yang dilakukan atas sistem manajemen risiko pada tahun buku; 3. Penjelasan mengenai risiko-risiko yang dihadapi perusahaan; dan 4. Upaya untuk mengelola risiko tersebut. Including: 1. Explanation of the risk management system applied by the company; 2. Explanation of the evaluation of the effectiveness of the risk management system; 3. Explanation of the risks faced by the company; and 4. Efforts to manage the risks.	210-216
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 hasil reviu yang dilakukan atas pelaksanaan sistem pengendalian intern pada tahun buku. Including: 1. Brief explanation of the internal control system, inuding financial and operational control; 2. Explanation of the internal control system's compliance with internationally-recognised frameworks (COSO – internal control framework); and 3. Explanation of the evaluation of the effectiveness of the internal control system.	217-220
17.	Uraian mengenai *corporate social responsibility* yang terkait dengan lingkungan hidup. Description of corporate social responsibility activities related to the environment.	Mencakup antara lain informasi tentang: 1. Target/rencana kegiatan pada tahun 2016 yang ditetapkan manajemen; 2. Kegiatan yang dilakukan dan dampak kuantitatif atas kegiatan tersebut; dan 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, mekanisme pengaduan masalah lingkungan, pertimbangan aspek lingkungan dalam pemberian kredit kepada nasabah, dan lain-lain. 3. Sertifikasi di bidang lingkungan yang dimiliki. Including information on: 1. Targets/planned activities in 2016 as determined by the company; 2. Activities implemented and their quantitative impact; and in relation to environmental programmes associated with company's operations, such as the use of environmentally friendly and recyclable materials and energy, the company's waste treatment system, mechanism for complaints about environmental issues, consideration of environmental aspects in providing loans to customers, and so on; 3. Environmental certification held by the company.	256-263

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
18.	Uraian mengenai *corporate social responsibility* yang terkait dengan ketenagakerjaan, kesehatan, dan keselamatan kerja. Description of corporate social responsibility in relation to employment, occupational health and safety.	Mencakup antara lain informasi tentang: 1. Target/rencana kegiatan pada tahun 2016 yang ditetapkan manajemen; dan 2. Kegiatan yang dilakukan dan dampak kuantitatif atas kegiatan tersebut terkait praktik ketenagakerjaan, kesehatan, dan keselamatan kerja, seperti kesetaraan gender dan kesempatan kerja, sarana dan keselamatan kerja, tingkat *turnover* karyawan, tingkat kecelakaan kerja, remunerasi, mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan, dan lain-lain. Including information on: 1. Targets/planned activities in 2016 as determined by the company; and 2. Activities implemented and their quantitative impact in relation to employment, occupational health and safety practices, such as gender equality and equal work opportunities, safety facilities, employee turnover, workplace accident rate, remuneration, employment-related complaints mechanism, and so on.	270-274
19.	Uraian mengenai *corporate social responsibility* yang terkait dengan pengembangan sosial dan kemasyarakatan. Description of corporate social responsibility in relation to social and community development.	Mencakup antara lain informasi tentang: 1. Target/rencana kegiatan pada tahun 2016 yang ditetapkan manajemen; 2. Kegiatan yang dilakukan dan dampak atas kegiatan tersebut; dan 3. Biaya yang dikeluarkan terkait pengembangan sosial dan kemasyarakatan, seperti penggunaan tenaga kerja lokal, pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan, perbaikan sarana dan prasarana sosial, bentuk donasi lainnya, komunikasi mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi, pelatihan mengenai anti korupsi, dan lain-lain. Including information on: 1. Targets/planned activities in 2016 as determined by the company; 2. Activities implemented and their impact; and 3. Costs incurred in relation to social and community development, such as the use of the local workforce, empowerment of surrounding communities, repair of social facilities and infrastructure, other forms of donations, communication related to the anti-corruption policy and procedures, anti-corruption training, and so on.	264-269
20.	Uraian mengenai *corporate social responsibility* yang terkait dengan tanggung jawab kepada konsumen. Description of corporate social responsibility in relation to responsibility to customers.	Mencakup antara lain: 1. Target/rencana kegiatan yang pada tahun 2016 ditetapkan manajemen; dan 2. Kegiatan yang dilakukan dan dampak atas kegiatan tersebut terkait tanggung jawab produk, seperti kesehatan dan keselamatan konsumen, informasi produk, sarana, jumlah dan penanggulangan atas pengaduan konsumen, dan lain-lain. Including information on: 1. Targets/planned activities in 2016 as determined by the company; and 2. Activities implemented and their impact in relation to product responsibility, such as consumer health and safety, product information, facilities, number of customer complaints and the response, and so on.	275-277
21.	Perkara penting yang sedang dihadapi oleh perusahaan, entitas anak, serta anggota Dewan Komisaris dan anggota Direksi yang menjabat pada periode laporan tahunan. Significant cases currently faced by the company, its subsidiaries, and members of the Board of Directors and/or Board of Commissioners member(s) who were serving during the period of the annual report.	Mencakup antara lain: 1. Pokok perkara/gugatan; 2. Status penyelesaian perkara/gugatan; 3. Risiko yang dihadapi perusahaan dan nilai nominal tuntutan/gugatan; dan 4. Sanksi administrasi yang dikenakan kepada perusahaan, 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). Catatan: dalam hal perusahaan, entitas anak, anggota Dewan Komisaris, dan anggota Direksi tidak memiliki perkara penting, agar diungkapkan. Including: 1. The main points of the cases/lawsuits; 2. Dispute/lawsuit settlement status; 3. The risk to the company and the nominal value of the lawsuit/claim; 4. Administrative sanctions imposed on the company or members of the Board of Commissioners or Board of Directors, by the relevant authorities (capital market, banking, and others) in the last fiscal year (or a statement confirming that no administrative sanctions were imposed). Note: if there were no such cases, this should be disclosed.	221

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
22.	Akses informasi dan data perusahaan. Access to company information and data.	Uraian mengenai tersedianya akses informasi dan data perusahaan kepada publik, misalnya melalui *website* (dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris), media massa, mailing list, buletin, pertemuan dengan analis, dan sebagainya. Description of the availability of company information and data to public, such as through the website (in Indonesian and English), mass media, mailing lists, bulletins, analyst meetings, etc.	222, 201-204
23.	Bahasan mengenai kode etik. Discussion of the code of conduct.	Memuat uraian antara lain: 1. Pokok-pokok kode etik; 2. Pengungkapan bahwa kode etik berlaku bagi seluruh level organisasi; 3. Penyebarluasan kode etik; 4. Sanksi untuk masing-masing jenis pelanggaran yang diatur dalam kode etik (normatif); dan 5. Jumlah pelanggaran kode etik beserta sanksi yang diberikan pada tahun buku terakhir. Catatan: apabila tidak terdapat pelanggaran kode etik pada tahun buku terakhir, agar diungkapkan. Including information on: 1. Content of the code of conduct; 2. Disclosure about the applicability of the code of conduct for all levels of the organisation; 3. Dissemination of the code of conduct; 4. Sanctions for each type of violation of the code of conduct; and 5. The number of violations of code of conduct and the sanctions imposed in the last fiscal year. Note: If there were no violations of the code of conduct in the last fiscal year, this should be disclosed.	222-228, 231-232
24.	Pengungkapan mengenai *whistleblowing system*. Disclosure about the whistleblowing system.	Memuat uraian tentang mekanisme *whistleblowing system* antara lain: 1. Penyampaian laporan pelanggaran; 2. Perlindungan bagi *whistleblower*; 3. Penanganan pengaduan; 4. Pihak yang mengelola pengaduan; dan 5. Jumlah pengaduan yang masuk dan diproses pada tahun buku terakhir; dan 6. Sanksi/tindak lanjut atas pengaduan yang telah selesai diproses pada tahun buku. Catatan: apabila tidak terdapat pengaduan yang masuk dan telah selesai diproses pada tahun buku terakhir, agar diungkapkan. Description of the whistleblowing system mechanisms, including: 1. Mechanism for reporting violations; 2. Protection for the whistleblower; 3. Handling of violation reports; 4. The unit responsible for handling violation reports; 5. Number of complaints received and processed in the last fiscal year; and 6. Sanctions/follow up in relation to the complaints processed in the fiscal year. Note: if no complaints were received in the last fiscal year, this should be disclosed.	229-231
25.	Kebijakan mengenai keberagaman komposisi Dewan Komisaris dan Direksi. Policy on diversity of the composition of the Board of Commissioners and the Board of Directors.	Uraian kebijakan tertulis Perusahaan mengenai keberagaman komposisi Dewan Komisaris dan Direksi dalam pendidikan (bidang studi), pengalaman kerja, usia, dan jenis kelamin. Catatan: apabila tidak ada kebijakan dimaksud, agar diungkapkan alasan dan pertimbangannya. Description of the company's policy on diversity in the composition of the Board of Commissioners and Board of Directors with regard to education (field of study), work experience, age, and gender. Note: if there is no such policy, this should be disclosed.	62-63, 232

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
VII. INFORMASI KEUANGAN **FINANCIAL INFORMATION**			
1.	Surat Pernyataan Direksi dan/atau Dewan Komisaris tentang tanggung jawab atas laporan keuangan. Statement from the Board of Directors and/or Board of Commissioners on their accountability for the financial statements.	Kesesuaian dengan peraturan terkait tanggung jawab atas laporan keuangan. Compliance with the relevant regulations on accountability for the financial statements.	✓
2.	Opini auditor independen atas laporan keuangan. Independent auditor's opinion on the financial statements.		✓
3.	Deskripsi opini auditor independen. Description of the independent auditor's opinion.	Deskripsi memuat tentang: 1. Nama dan tanda tangan; 2. Tanggal Laporan Audit; dan 3. Nomor ijin KAP dan nomor ijin Akuntan Publik. The description includes: 1. Name and signature; 2. Date of Audit Report; and 3. Public Accounting Firm's and Public Accountant's License Numbers.	✓
4.	Laporan keuangan yang lengkap. Comprehensive financial statements.	Memuat secara lengkap unsur-unsur laporan keuangan: 1. Laporan posisi keuangan; 2. Laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain; 3. Laporan perubahan ekuitas; 4. Laporan arus kas; 5. Catatan atas laporan keuangan; 6. Informasi komparatif mengenai periode sebelumnya; dan 7. Laporan posisi keuangan pada awal periode sebelumnya 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). Including in full the following elements of the financial statements: 1. Statement of financial position; 2. Statement of profit and loss and other comprehensive income; 3. Statement of changes in equity; 4. Statement of cash flows; 5. Notes to the financial statements; 6. Comparative information on the previous period; and 7. Statement of financial position at the beginning of comparative period, presented when an entity applies an accounting policy retrospectively or restates posts in the financial statements, or reclassifies posts in the financial statements (if relevant).	✓
5.	Perbandingan tingkat profitabilitas. Comparison of profitability.	Perbandingan kinerja/laba (rugi) tahun berjalan dengan tahun sebelumnya. Comparison between profit (loss) in the current year and the previous year.	✓
6.	Laporan Arus Kas. Statement of Cash Flows.	Memenuhi ketentuan sebagai berikut: 1. Pengelompokan dalam tiga kategori aktivitas: operasi, investasi, dan pendanaan; 2. Penggunaan metode langsung (*direct method*) 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; dan 4. Pengungkapan transaksi non kas harus dicantumkan dalam catatan atas laporan keuangan. Fulfilling the following requirements: 1. Classification in three categories of activity: operation, investment, and financing; 2. The use of the direct method in reporting cash flow from operational activities; 3. Separation of presentation between cash receipts and/or cash expenses for the current year into operation, investment, and financing activities; and 4. Disclosure of non-cash transactions must be included in the notes to the financial statements.	✓

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
7.	Ikhtisar kebijakan akuntansi. Summary of accounting policy.	Meliputi sekurang-kurangnya: 1. Pernyataan kepatuhan terhadap SAK; 2. Dasar pengukuran dan penyusunan laporan keuangan; 3. Pajak penghasilan; 4. Imbalan kerja; dan 5. Instrumen Keuangan. Consists of at least: 1. Statement of compliance with Financial Accounting Standards (SAK); 2. Basis for the measurement and preparation of the financial statements; 3. Income Tax; 4. Employee benefits; and 5. Financial instruments.	✓
8.	Pengungkapan transaksi pihak berelasi. Disclosure of transactions with related parties.	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; dan 3. Jumlah saldo beserta persentasenya terhadap total aset atau liabilitas terkait. Items disclosed include: 1. Names of related parties and the nature of the relationship with these parties; 2. The value of the transactional and its percentage of total revenue and relevant expenses; and 3. Total balance and its percentage of total assets or liabilities.	✓
9.	Pengungkapan yang berhubungan dengan perpajakan. Disclosure of matters relating 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 tahun 2016; 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. Matters that must be disclosed: 1. Fiscal reconciliation and calculation of current tax expense; 2. Explanation of relationship between tax expense (income) and accounting profit; 3. Statement acknowledging that Taxable Profits (LKP) from the reconciliation serve as the basis for the Annual Corporate Income Tax Returns (SPT); 4. Details of assets and deferred tax liabilities recognised in the financial position statement for each period presented, and the amount of deferred tax (income) expenses recognised in the income statements if the amount is not visible in the total assets or liabilities of deferred tax recognised in the statements of financial position; and 5. Disclosure of any tax disputes.	✓

NO.	KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
10.	Pengungkapan yang berhubungan dengan aset tetap. Disclosure of matters relating to fixed assets.	Hal-hal yang harus diungkapkan: 1. Metode penyusutan yang digunakan; 2. Uraian mengenai kebijakan akuntansi yang dipilih antara model revaluasi dan model biaya; 3. Metode dan asumsi signifikan yang digunakan dalam mengestimasi nilai wajar aset tetap (untuk model revaluasi) atau pengungkapan nilai wajar aset tetap (untuk model biaya); dan 4. Rekonsiliasi jumlah tercatat bruto dan akumulasi penyusutan aset tetap pada awal dan akhir periode dengan menunjukkan: penambahan, pengurangan dan reklasifikasi. Matters that must be disclosed: 1. Depreciation method used; 2. Description of accounting policy selected, either revaluation or cost model; 3. Methods and significant assumptions used to estimate the fair value of fixed assets (for the revaluation model) or disclosure of the fair value of fixed assets (for the cost model); and 4. Reconciliation of the gross carrying amount and accumulated depreciation of fixed assets at the beginning and end of the period by presenting: addition, reduction, and reclassification.	✓
11.	Pengungkapan yang berhubungan dengan segmen operasi. Disclosure of matters relating to operational segments.	Hal-hal yang harus diungkapkan: 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. Matters that must be disclosed: 1. General information covering the factors used to identify the segments reported; 2. Information regarding profit and loss, assets, and liabilities of the reported segments; 3. Reconciliation of total revenue, profit and loss, assets, liabilities of the reported segments, and material elements of the other segments against relevant amount in the entity; and 4. Disclosure at the entity level, covering information on products and/or services, geographical area, and main customers.	✓
12.	Pengungkapan yang berhubungan dengan instrumen keuangan. Disclosure relating to financial instruments.	Hal-hal yang harus diungkapkan: 1. Rincian instrumen keuangan yang dimiliki berdasarkan klasifikasinya; 2. Nilai wajar dan hirarkinya untuk setiap kelompok instrumen keuangan; 3. Penjelasan risiko yang terkait dengan instrumen keuangan: risiko pasar, risiko kredit dan risiko likuiditas; 4. Kebijakan manajemen risiko; dan 5. Analisis risiko yang terkait dengan instrumen keuangan secara kuantitatif. 1. Details of the financial instruments based on their classification; 2. The fair value and the hierarchy of each class of financial instruments; 3. Explanation of the risks associated with financial instruments: market risk, credit risk and liquidity risk; 4. Risk management policy; and 5. Risk analysis related to quantitative financial instruments.	✓
13.	Penerbitan laporan keuangan. Publication of financial statements.	Hal-hal yang diungkapkan antara lain: 1. Tanggal laporan keuangan diotorisasi untuk terbit; dan 2. Pihak yang bertanggung jawab mengotorisasi laporan keuangan. Issues to be disclosed include: 1. The date on which the financial statements were authorised for publication; and 2. The party responsible for authorizing the financial statements.	✓

PT Unilever Indonesia Tbk

Grha Unilever
Green Office Park Kav. 3
Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City
Tangerang 15245
Indonesia

Tel. (021) 8082 7000
Fax. (021) 8082 7002

E. unvr.indonesia@unilever.com
www.unilever.co.id