



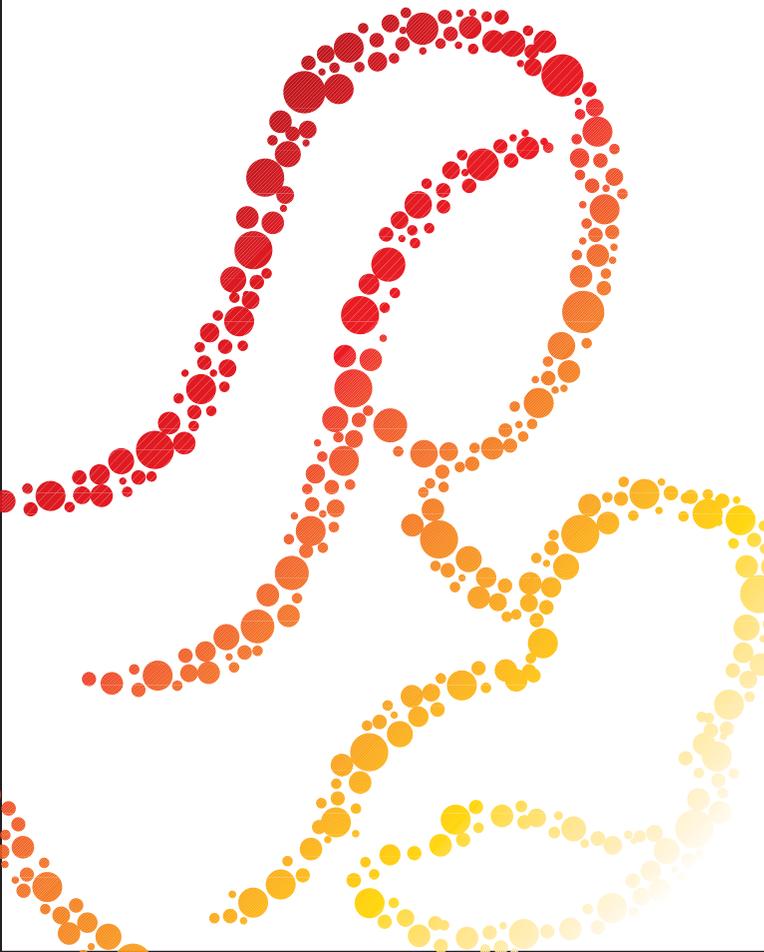
LAPORAN KEBERLANJUTAN
PT SARI HUSADA
2010 - 2011

Kebersamaan
Dalam Membangun
Inisiatif Keberlanjutan



PT SARI HUSADA

Cyber 2 Tower Lantai 12
Jl. HR. Rasuna Said Blok X-5 No. 13
Jakarta 12950, Indonesia
Telepon: +62 21 299 61 555 (hunting)
Faksimili: +62 21 299 61 500
Website: www.sarihusada.co.id



DAFTAR ISI

02	Daftar Isi
04	Tentang Laporan Ini
04	Pesan untuk Pembaca
07	Lingkup Pelaporan
07	Umpan Balik dari Pembaca
08	Pesan dari Direktur Utama
10	Tentang Sarihusada
12	Sarihusada Dalam Lintasan Sejarah
13	Visi dan Misi
14	Tata Nilai Perusahaan
16	Profil Sarihusada
30	Cara Kami Bekerja
32	Tata Kelola Perusahaan
34	Etos Kerja dan Etika Bisnis
43	Komitmen Atas Standar dan Sertifikasi
44	Tantangan dan Strategi Keberlanjutan 2010-2011
48	Rencana Sarihusada Bagi Keberlanjutan (Road Map)
60	Kinerja Keberlanjutan Sarihusada 2010-2011
62	Melindungi Konsumen
68	Mengayomi Karyawan
78	Melestarikan Lingkungan Hidup
90	Memperhatikan Masyarakat
106	Pemangku Kepentingan Kami
116	Tabel Indeks GRI



TENTANG LAPORAN INI

PESAN UNTUK PEMBACA

Sebagai sebuah entitas bisnis, kami percaya bahwa reputasi hanya dapat dibangun secara berkesinambungan melalui kinerja bisnis yang didukung oleh budaya organisasi yang sehat, akuntabilitas yang tinggi, penerapan etos kerja terbaik, dan kepatuhan pada etika bisnis yang berorientasi pada pencapaian yang akurasinya dapat dipertanggungjawabkan. Dalam Laporan Keberlanjutan ini, untuk selanjutnya disebut "Laporan", kami menyampaikan kepada para pemangku kepentingan mengenai upaya, keberhasilan dan kegagalan, kendala dan hambatan, serta risiko dan peluang terkait hal-hal tersebut.

Pesan utama kami dalam Laporan kali ini adalah "Kebersamaan dalam Membangun Inisiatif Keberlanjutan". Ini menunjukkan bahwa upaya kami menangani isu-isu keberlanjutan dilakukan secara menyeluruh dan terintegrasi, tidak berdiri sendiri-sendiri. Dalam menyusun Laporan ini, melalui sebuah diskusi bersama, kami mengidentifikasi isu-isu relevan dan material terkait keberlanjutan PT Sari Husada ("Sarihusada"). Berbagai isu tersebut dilaporkan kembali dalam beberapa sub topik; yaitu melindungi konsumen, mengayomi karyawan, melestarikan lingkungan hidup, dan memperhatikan masyarakat. Kami juga mengidentifikasi beragam kelompok kepentingan yang mungkin membutuhkan, menggunakan dan membaca laporan ini. Mereka merupakan para pihak yang, karena kedekatannya kepada kami, merasakan dampak positif dan negatif kegiatan kami. Di antaranya adalah konsumen, karyawan, masyarakat sekitar, akademisi, tenaga profesional kesehatan, lembaga swadaya masyarakat, media, dan pemerintah **(3.5)**.

Jika sebelumnya kami menerbitkan Laporan untuk periode 1 tahun, maka kali ini dan seterusnya kami akan menyusun untuk periode 2 tahun. Hal ini yang membedakan Laporan periode sekarang dengan Laporan periode sebelumnya. Selain itu tidak ada perbedaan yang signifikan dalam hal ruang lingkup, batasan

dan metode pengukuran yang digunakan dalam menyusun Laporan ini Hingga diterbitkannya laporan ini, kami tidak melakukan *restatement* atau penyajian kembali data-data pada Laporan periode sebelumnya. **(3.1.) (3.3) (3.10) (3.11)**

Walaupun penyusunan Laporan belum menggunakan jasa pihak independen namun data dan informasi yang kami susun dalam Laporan ini mengacu pada standar *Global Reporting Initiative (GRI)*. Pada pelaporan kali ini, kami menggunakan *GRI Sustainability Reporting Guidelines* versi 3.1 dan *Food Processing Sector Supplement* sebagai panduan. Berdasarkan panduan tersebut kami menganalisa dan mengambil kesimpulan bahwa Laporan tahun 2010-2011 ini berada pada *Application Level B*. **(3.13)**

Beberapa aspek dalam *Sustainability Reporting Guidelines* dan *Food Processing Sector Supplement* yang tidak relevan dengan industri kami tidak disajikan dalam Laporan ini. Misalnya, kami memiliki *two-tier board system* sehingga penyajian informasi jumlah anggota Dewan yang independen menjadi tidak relevan. Jenis produk kami yang dikonsumsi manusia juga tidak relevan dengan inisiatif membuat produk dan jasa yang berkonsumsi energi rendah. Lebih lanjut lagi, Sarihusada tidak melakukan pengumpulan data konsumen. Sesuai dengan proses bisnis kami yang dimulai dari penerimaan susu, tidak ada kegiatan Sarihusada yang bersifat pengembangbiakan genetika hewan. Kegiatan peternakan, transportasi, dan penanganan hewan lainnya dilakukan oleh rantai pasokan dan berada di luar ruang lingkup Laporan ini. **(4.3) (EN6) (PR8) (FP9) (FP10) (FP11) (FP12) (FP13)**

Sepanjang tahun 2010 dan 2011, Sarihusada mengalami beragam pengalaman berharga dan beberapa perubahan strategi korporasi penting, seperti perubahan logo pada tahun 2011 dan perubahan strategi pemasaran dengan bertambahnya



produk baru selama tahun 2010 dan 2011. Diluncurkannya produk baru kami, misalnya dengan peluncuran SGM Bunda pada akhir tahun yang sama merupakan upaya kami untuk melengkapi ketersediaan gizi yang terjangkau bagi semua lapisan masyarakat. Keseluruhan pengalaman dua tahun dalam periode pelaporan ini, kami susun dalam sebuah Laporan yang secara struktur tidak berbeda dengan laporan 2009 terdahulu yang terbit pada akhir tahun 2010. **(2.9) (3.1) (3.2)**

Informasi yang kami tampilkan bersumber dari data yang terekam secara sistematis selama 720 hari pada seluruh divisi Sarihusada di Indonesia. Dengan demikian gambaran mengenai keseluruhan kegiatan bisnis, mulai dari proses produksi hingga distribusi produk kepada konsumen serta kegiatan-kegiatan sosial dapat disajikan kepada pembaca. Ruang lingkup Laporan ini adalah kegiatan bisnis Sarihusada, sehingga kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan pemasok atau kontraktor tidak kami sajikan. Dengan ruang lingkup yang ditentukan tersebut, maka penyajian Laporan ini memiliki keterbatasan, yaitu adanya risiko-risiko keberlanjutan pihak lain yang dapat mempengaruhi keberlanjutan Sarihusada yang tidak dibahas dalam Laporan ini. **(3.6) (3.7)**

Melalui Laporan ini, para pembaca sebagai pemangku kepentingan, diharapkan dapat menilai kinerja bisnis dan tanggungjawab sosial Sarihusada secara nasional. Dalam semangat keterbukaan informasi pula, setiap apresiasi yang muncul adalah penentu kualitas kami selaku entitas bisnis. Dengan kata lain, apresiasi Anda adalah reputasi kami.

Selamat membaca!

Secara umum, cakupan isi Laporan ini tidak berbeda dengan laporan 2009. Keseluruhan teknik pengukuran data, termasuk estimasi dan indikator dilakukan melalui analisa kuantitatif dan asumsi yang berlaku umum di bisnis Sarihusada sepanjang tahun 2010-2011 serta ditampilkan secara utuh mengikuti panduan dari GRI versi 3.1. Pelaporan ini juga tidak hanya terbatas pada kegiatan seluruh divisi internal tetapi juga kegiatan kami bagi pihak eksternal, baik yang terpola sebagai sebuah rutinitas maupun program pengembangan terencana bagi individu dan organisasi lainnya. Perlu pula diketahui para pembaca bahwa kami tidak menyajikan data dan informasi mengenai fasilitas yang disewakan, anak perusahaan dan usaha patungan dalam Laporan ini. **(3.6) (3.8) (3.9)**

Laporan ini adalah bagian dari implementasi langsung nilai keterbukaan dan kedekatan komunikasi antara perusahaan dan seluruh pemangku kepentingan bisnis kami. Menjadi lebih berarti jika selalu muncul kritik, saran dan masukan dari pembaca atas laporan ini. Hal tersebut, bagi kami, merupakan bentuk apresiasi bagi perusahaan guna perbaikan kinerja bisnis dan pengelolaan pemangku kepentingan secara positif.

Sampaikan saran, kritik dan masukan Anda kepada kami :

Divisi Corporate Affairs Sarihusada **(3.4)**
 Cyber 2 Tower Lantai 12
 Jl. HR. Rasuna Said Blok X-5 No. 13
 Jakarta 12950, Indonesia
 Telepon +62 21 299 61 555 (hunting)
 Faksimili: +62 21 299 61 500
 E-mail: customerservice@sarihusada.co.id
 Website: www.sarihusada.co.id

LINGKUP PELAPORAN

UMPAN BALIK DARI PEMBACA

PESAN DARI DIREKTUR UTAMA (1.1)

PEMANGKU KEPENTINGAN KAMI YANG TERCINTA,

Kami persembahkan Laporan ini bagi para pembaca, yaitu para pemangku kepentingan kami, sebagai salah satu upaya kami menyampaikan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan.

Secara umum kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan kami berjalan baik, seiring dengan tren masa pemulihan ekonomi Indonesia paska krisis ekonomi 2008-2009 menuju pertumbuhan pada tahun 2012 dan tahun yang akan datang. Stabilitas politik, meski berbagai isu politik nasional terus bermunculan, juga menjadi salah satu faktor yang secara tidak langsung mendukung keberlanjutan kami.

Bagi kami, isu keberlanjutan (*sustainability*) menekankan pada pentingnya melindungi konsumen dan mengayomi karyawan sambil tidak lupa juga melestarikan lingkungan hidup dan memperhatikan masyarakat sekitar. Topik-topik inilah yang menjadi penyajian utama dari laporan kami yang sangat terkait erat dengan visi dan strategi serta beragam tantangan

keberlanjutan yang kami hadapi dalam melakukan kegiatan operasional sehari-hari.

Laporan ini menyajikan visi dan misi kami untuk menjadi perusahaan nutrisi, bukan hanya penyedia susu, dalam jangka pendek dan menengah hingga 2015 yang terangkum dalam bagian Rencana Sarihusada Bagi Keberlanjutan (Road Map) kami. Ini merupakan rencana kami untuk menjawab beragam tantangan untuk menjadi sebuah perusahaan nutrisi. Salah satu tantangan tersebut adalah kode etik, standar dan peraturan yang ketat di industri kami. Selain itu, untuk menjadi sebuah perusahaan nutrisi, permasalahan malnutrisi dan kesehatan yang terkait erat dengan aspek sosial kemasyarakatan juga harus kami dapatkan solusinya. Mengubah pandangan publik terhadap kami, yang masih menganggap kami sebagai produsen susu saja, juga merupakan tantangan lain yang perlu kami hadapi.

Dalam skala yang lebih luas, sebagai bentuk kepedulian kami terhadap tantangan global mengenai perubahan



Kami juga melakukan pergantian logo dan meluncurkan produk baru Gizikita, SGM Bunda, dan Specialties sebagai penegasan semangat dan perwujudan komitmen kami mewujudkan harapan para pemangku kepentingan untuk menyediakan kebutuhan nutrisi untuk bangsa

iklim, kami tampilkan pula **Carbon Foot Print Road Map** hingga tahun 2013. Dengan adanya *road map* ini para pembaca dapat memahami berbagai upaya kami untuk mengurangi emisi karbon sebanyak 30% pada tahun 2013 dari emisi yang kami hasilkan pada tahun 2008.

Tahun 2010 dan 2011 merupakan tahun yang cukup menggembirakan atas pencapaian kami. Kinerja ekonomi yang baik dibarengi dengan kontribusi kami terhadap aspek sosial kemasyarakatan, khususnya kewirausahaan, nutrisi, dan kesehatan ibu dan anak, mendapat penghargaan dari berbagai pihak, antara lain Kementerian Sosial dan Menteri Koordinator Kesejahteraan Rakyat Republik Indonesia. Kami juga melakukan pergantian logo dan meluncurkan produk baru Gizikita, SGM Bunda dan *Specialties* sebagai penegasan semangat dan perwujudan komitmen kami mewujudkan harapan para pemangku kepentingan untuk menyediakan kebutuhan nutrisi untuk bangsa.

Di sisi lain, kami terus berupaya meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan hidup melalui berbagai inisiatif seperti daur ulang air limbah, pengolahan limbah Non B-3 dan B-3, dan penghematan energi. Meski dalam periode Laporan ini pencapaian kami dalam hal lingkungan hidup cukup baik, tetapi kami sadar bahwa kami tidak boleh berpuas diri. Justru kami harus melakukan yang lebih baik lagi dalam mencari solusi dan menjawab tantangan keberlanjutan di masa depan.

Semangat keberlanjutan inilah yang kami harapkan akan menyala terus, tidak hanya pada diri kami sendiri, tetapi juga bersama-sama dengan semangat para pemangku kepentingan kami lainnya.

Salam hangat,
BORIS BOURDIN
Direktur Utama Sarihusada



TENTANG
SARIHUSADA

SARIHUSADA DALAM LINTASAN SEJARAH



Para Karyawan Sarihusada dengan pakaian kerja lengkap, siap menghasilkan beragam produk nutrisi berstandar internasional dengan harga terjangkau.



NV Saridele yang berdiri tahun 1954 untuk memenuhi kecukupan nutrisi nasional, merupakan cikal bakal Sarihusada saat ini.

Menjelang pertengahan dekade 50'an, Pemerintah Indonesia dan Perserikatan Bangsa Bangsa berinisiatif mengembangkan program khusus guna menunjang kecukupan protein nasional. Hal tersebut direalisasikan tahun 1954 dengan pendirian NV Saridele, yang dalam perjalanannya kelak menjadi PT Sari Husada. Sesuai fungsinya, NV Saridele lantas memelopori pengembangan produk-produk nutrisi dan kaya protein bagi rakyat Indonesia. Tahun 1965 menjadi *milestone* bagi NV

Saridele dengan dikeluarkannya produk susu anak merk legendaris SGM. Produk susu anak SGM tersebut hingga saat ini masih populer dan diterima oleh masyarakat luas.

Pada 1972, perusahaan bersalin nama menjadi PT Sari Husada sebagai hasil *joint venture* PT Kimia Farma dan PT Tiga Raksa Satria Tbk. Tahun 1983, Sarihusada melakukan penawaran saham perdana (IPO) di lantai Bursa Efek Jakarta. Sebagai sebuah perusahaan *listing* posisi kepemilikan saham mengalami sejumlah perubahan signifikan. Tahun 1992 PT Tiga Raksa Satria Tbk. menjadi pemegang saham mayoritas.

Dengan pertumbuhan bisnis yang kian meningkat, Sarihusada mulai berpikir untuk melakukan pengembangan ke pentas dunia. Keputusan untuk memperkuat posisinya di level internasional mendorong Sarihusada beraliansi dengan Nutricia International BV (Royal Numico NV) pada tahun 1998. Pada tahun 2007, Sarihusada secara resmi keluar dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) maupun Surabaya (BES) dan menjadi



SGM, produk Sarihusada yang awalnya dikembangkan pada tahun 1965 hingga kini masih digemari masyarakat.

perusahaan tertutup. Menjelang akhir tahun 2007 Danone Group kemudian mengakuisisi Royal Numico, sehingga menjadikannya sebagai pemegang saham mayoritas di Sarihusada.

Seiring waktu, Sarihusada kian tangkas mengembangkan lini produknya. Hasilnya adalah keragaman produk dengan kualitas yang tetap terjaga dan volume penjualan yang kian meningkat.

Kehadiran berbagai produk Sarihusada di masyarakat makin melengkapi ketersediaan gizi bagi masyarakat, terutama ibu dan anak. Dari pabriknya di kawasan Yogyakarta dan Klaten Jawa Tengah, Sarihusada hingga detik ini masih setia seperti setengah abad silam; menghasilkan beragam produk nutrisi berkualitas, berstandar internasional dengan harga terjangkau.

VISI (4.8)

“Menjadi perusahaan nutrisi terdepan dan terpercaya dalam melengkapi kebutuhan gizi ibu dan anak di Indonesia.”

MISI (4.8)

Turut serta meningkatkan status gizi ibu dan anak melalui komitmen NUTRISI UNTUK BANGSA yaitu :

- Menyediakan produk nutrisi berkualitas, enak dan terjangkau yang merupakan hasil riset dan pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan asupan nutrisi ibu dan anak di 360 minggu awal kehidupan sebagai penentu kualitas kesehatan di masa depan
- Berkontribusi aktif melalui kerjasama dengan berbagai pihak dalam melaksanakan program sosial berkelanjutan yang berfokus untuk meningkatkan status gizi ibu dan anak

TATA NILAI PERUSAHAAN (4.8.)



Seorang karyawan Sarihusada bekerja di laboratorium. Nilai-nilai Sarihusada menjadi landasan semangat bekerja untuk memberikan potensi dan hasil terbaik.



Pemimpin-pemimpin Danone berkomitmen terhadap ambisi masa depan, terbuka untuk belajar dan berbagi dengan yang lainnya, pelaku yang mewujudkan hasil dengan cepat, dengan memperkuat dan mengembangkan individu.

Sarihusada berdiri tegap pada sebuah bisnis nutrisi untuk ibu dan anak dengan mengusung tata nilai fundamental yang menjadi semangat bagi seluruh karyawan. Nilai-nilai yang telah tertanam di internal Sarihusada menjadi makin lengkap dengan adanya akuisisi Danone yang membawa tata nilai baru di dalamnya. Tata nilai Danone tersebut kini telah terintegrasi sebagai HOPE (*Humanism, Openess, Proximity and Enthusiasm*) dan CODE (*Committed, Open, Doer and Empowered*) untuk nilai kepemimpinan di dalam Sarihusada. Nilai-nilai ini menjadi prinsip-prinsip dasar yang mengarahkan tindakan individu maupun perusahaan dalam berbisnis dan juga merupakan komitmen kami untuk terus tumbuh dan berkembang bersama. Termasuk di dalam tata nilai tersebut adalah pengelolaan aspek proses bisnis, pola hubungan, mekanisme pembelian dan penjualan produk, hingga kebijakan rekrutmen, menjaga dan melindungi karyawan.

Empat matra keutamaan yang selalu hadir dalam setiap pola kerja, kebijakan

dan tindakan organisasi yang dikenal dengan HOPE, yaitu:

HUMANISM (Kemanusiaan):

Memberi perhatian terhadap para individu, baik pelanggan, rekan-rekan kerja maupun masyarakat sekitar adalah inti dari berbagai keputusan kami. Berlandaskan kemanusiaan, kami berbagi, bertanggung jawab, dan hormat terhadap orang lain.

OPENNESS (Keterbukaan):

Keberagaman adalah sumber kekayaan dan inspirasi perubahan, suatu kesempatan yang terus ada. Dengan adanya keterbukaan, kami mewujudkan keingintahuan, mengembangkan ketangkasan bersama dan dialog.

PROXIMITY (Kedekatan):

Menjadi lebih dekat berarti menuntut pengertian yang lebih besar dan konsekuensi pengertian itu sendiri adalah kesadaran bagi penyesuaian. Sebuah kedekatan akan menciptakan aksesibilitas dan empati terhadap sesama.

ENTHUSIASM (Antusiasme):

Antusiasme adalah cakrawala tanpa batas. Yang ada hanyalah rintangan yang harus diatasi. Antusiasme merupakan sebuah semangat dengan penuh keberanian dan haus akan tantangan.

Selain HOPE, salah satu ciri khas kami yang bernaung di bawah Danone adalah adanya tata nilai kepemimpinan CODE yang mendorong terciptanya pemimpin-pemimpin handal dan berintegritas tinggi di perusahaan kami, baik dalam pekerjaan maupun di dalam kehidupan sehari-hari. Melalui tata nilai CODE, karyawan kami didorong untuk mengembangkan potensi mereka secara penuh dan mewujudkan mimpi mereka berdasarkan komitmen dan kemampuan terbaik yang bisa dicapai. Tata nilai CODE juga mendasari kebijakan dan paradigma kami untuk menghargai individu tidak hanya dengan hasil yang dicapai tetapi juga melihat cara yang ditempuh untuk mencapai keberhasilan tersebut, yaitu:

COMMITTED (Berkomitmen):

Terus membangun dan berbagi ambisi masa depan serta berupaya bersama-

sama meraihnya. Perwujudan komitmen ditandai dengan kepemimpinan teladan yang berpegang teguh pada prinsip “saya mengatakan yang saya lakukan dan melakukan yang saya katakan”. Komitmen juga mendorong adanya perubahan terus menerus dengan semangat “bisa” untuk menghadapi tantangan dan meraih cita.

OPEN (Terbuka):

Menunjukkan empati dan penghargaan terhadap orang lain serta berinteraksi dengan berbagai pihak pada setiap tingkatan. Sikap terbuka dapat menciptakan hubungan ke dalam dan ke luar perusahaan secara positif, terutama kepada para pemangku kepentingan kami.

DOER (Pelaksana)

Mengambil tanggung jawab dan risiko untuk menunjukkan arah ke depan, serta mendorong komitmen untuk mencapai hasil yang dijanjikan. Sebagai pelaksana, keberanian diperlukan untuk mengambil keputusan yang sulit dan terbaik demi kepentingan bersama, tampil ke muka, dan melakukan uji coba dalam situasi

lingkungan yang tidak menentu. Untuk itu diperlukan kecepatan dan kegesitan dalam bertindak serta kemampuan untuk meliha secara komprehensif sekaligus terjun ke dalam aktifitas yang terfokus dan energik.

EMPOWERED (Memberdayakan)

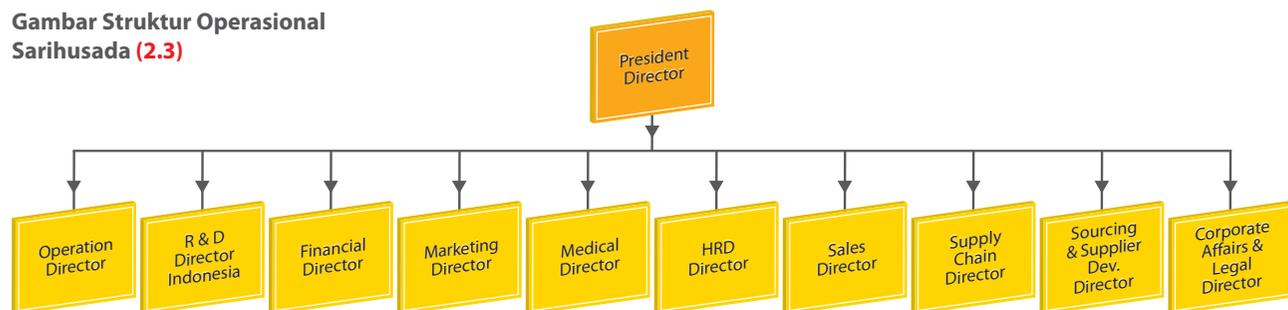
Meningkatkan kekuatan individu dan tim untuk bergerak mencapai tujuan dan memaksimalkan kinerja bersama. Kerjasama tim tentu memerlukan kejujuran dan kritik membangun di antara anggota tim. Selain itu, memperkuat tim perlu dibarengi dengan pendampingan dan perkembangan individu berdasarkan atas penghargaan kemampuan masing-masing serta saling menyadari kekuatan dan kelemahan sesama.



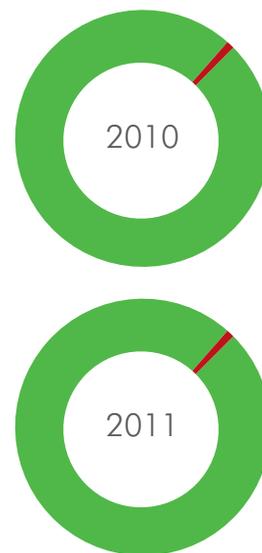
Bentuk logo baru kami menggambarkan komitmen kami untuk menyediakan nutrisi bagi ibu dan anak sejak sebelum dimulainya pembuahan hingga 360 minggu awal kehidupan manusia. Warna merah dan putih menunjukkan kebanggaan dan bakti kami pada Indonesia, tempat kami lahir dan menjadi perusahaan nutrisi kebanggaan negeri.

- Nama Legal, Nama Grup **(2.1)** : PT Sari Husada, Danone
- Wilayah Operasi **(2.5.)** : Indonesia
- Kantor Pusat **(2.4.)** : Jl. Kusumanegara no. 173, Yogyakarta
- Kantor Cabang Jakarta : Cyber 2 Tower, Lantai 12
Jl.HR. Rasuna Said Blok X-5 No.13
Jakarta 12950
- Pabrik : Desa Muja Muju, Yogyakarta
Desa Kemudo, Klaten. Jawa Tengah
- Kepemilikan, Legalitas, Status **(2.6.)** : PMA (Danone Group), Perseroan Terbatas,
Perusahaan Tertutup

Gambar Struktur Operasional Sarihusada (2.3)



Grafik Kepemilikan Saham Sarihusada Tahun 2010-2011 (2.8)



■ PT SH Holding Singapore ete. Ltd - 99.97%
■ Lainnya - 0.03%

Selama periode pelaporan, tidak ada perubahan kepemilikan Sarihusada dan kami juga tidak mengadakan perjanjian investasi pengembangan yang signifikan dengan berbagai pihak, baik yang bersifat domestik ataupun internasional. Kondisi ini menjamin adanya stabilitas internal organisasi sehingga kami dapat dengan tenang menjalankan strategi perusahaan dan menekankan pada pengembangan produk kami. Hingga akhir tahun 2009, Sarihusada memiliki beberapa jenis kegiatan operasional, yaitu produksi, distribusi, dan

pengemasan. Sejak tahun 2010 hingga diturunkannya laporan ini, Sarihusada menambahkan jenis kegiatan operasional baru, yaitu rantai pasokan (*supply chain*). Operasional baru ini menjadi penyelaras dinamika pengadaan, proses produksi dan distribusi. Fungsi rantai pasokan melakukan monitoring atas aliran jalur produksi dan distribusi untuk memastikan tidak ada kendala dan kekosongan bahan baku atau barang jadi. **(HR1)**

Tabel Jenis Operasi Perusahaan Tahun 2008-2011 (2.8)

	Produksi	Distribusi	Pengemasan	Rantai Pasokan
2008	2	1	1	N/A
2009	2	1	1	N/A
2010	2	1	2	1
2011	2	1	2	1

KERAGAMAN PRODUK DAN PANGSA PASAR

Kami memposisikan diri sebagai perusahaan nutrisi terkemuka dan menuangkannya dalam perencanaan strategis Health & Nutrition Credibility Plan 2015

Sebagai entitas bisnis yang tumbuh bersama dinamika sosial ekonomi Indonesia yang merupakan satu-satunya wilayah operasi bisnis kami, sejumlah langkah strategis diambil guna memastikan keberlangsungan aspek layanan bagi konsumen, terutama ibu dan anak. Salah satunya berupa penyesuaian logo perusahaan maupun pengembangan produk baru berikut kemasannya yang mengikuti komitmen perusahaan guna melindungi konsumen. Perubahan logo yang dilakukan merupakan implementasi strategi berkelanjutan kami untuk menjadi perusahaan nutrisi terkemuka. Selain perubahan tersebut, tidak ada perubahan lain dalam hal kepemilikan, ukuran, lokasi operasional, atau aspek strategis lainnya. **(2.5) (2.9)**

Kami menegaskan visi dan misi kami melalui **Nutrisi untuk Bangsa** sebagai inisiatif keberlanjutan kami dan sasaran strategis 2015. Untuk mencapai visi dan misi tersebut, kami memposisikan diri sebagai perusahaan nutrisi terkemuka dan menuangkannya ke dalam perencanaan strategis **Health &**



Anak-anak berpakaian adat salah satu daerah di Indonesia. Kepedulian Sarihusada pada anak Indonesia diwujudkan dalam bentuk ketersediaan produk nutrisi yang beragam dan terjangkau.

Nutrition Credibility Plan 2015. Dengan integritas tinggi, strategi tersebut diwujudkan melalui ketersediaan produk pilihan bermutu yang beragam dan terjangkau oleh masyarakat bagi kebutuhan ibu dan anak. Keragaman produk yang berkualitas yang kami sediakan juga memungkinkan masyarakat menentukan pilihan atas kebutuhan nutrisi mereka secara bebas.

Tabel Ragam Produk (2.2) (2.7)



SGM 1 dan SGM 2, SGM 3 dan SGM 4

Target Konsumen: **Balita**

SGM1 dan SGM2 merupakan susu yang diformulasikan untuk memenuhi kebutuhan gizi anak usia dibawah 1 tahun, sedangkan SGM3 dan SGM4 merupakan susu pertumbuhan yang dapat menunjang kecukupan gizi seimbang balita yang sedang tumbuh dan berkembang.



SGM Bunda

Target Konsumen: **Ibu Hamil dan Menyusui**

Produk ini tersedia dalam rasa mangga dan rasa jeruk yang diformulasikan untuk ibu hamil dan menyusui.



SGM Specialties (SGM BBLR, SGM LLM, dan SGM Soya)

Target Konsumen: **Bayi dan balita hingga usia 3 tahun**

Aneka SGM *specialties* disediakan bagi bayi dan balita hingga usia 3 tahun yang memiliki kondisi dan kebutuhan gizi khusus.



Lactamil

Target Konsumen: **Ibu Hamil dan Menyusui**

Produk ini mendukung konsumsi ibu hamil dan menyusui yang seimbang sepanjang hari. Lactamil rasa madu ditujukan untuk masa awal kehamilan sedangkan Lactamil untuk ibu hamil dan menyusui disediakan dalam varian rasa madu, vanila dan coklat.



Gizikita

Target Konsumen: **Balita**

Produk suplemen vitamin dan mineral bagi balita.

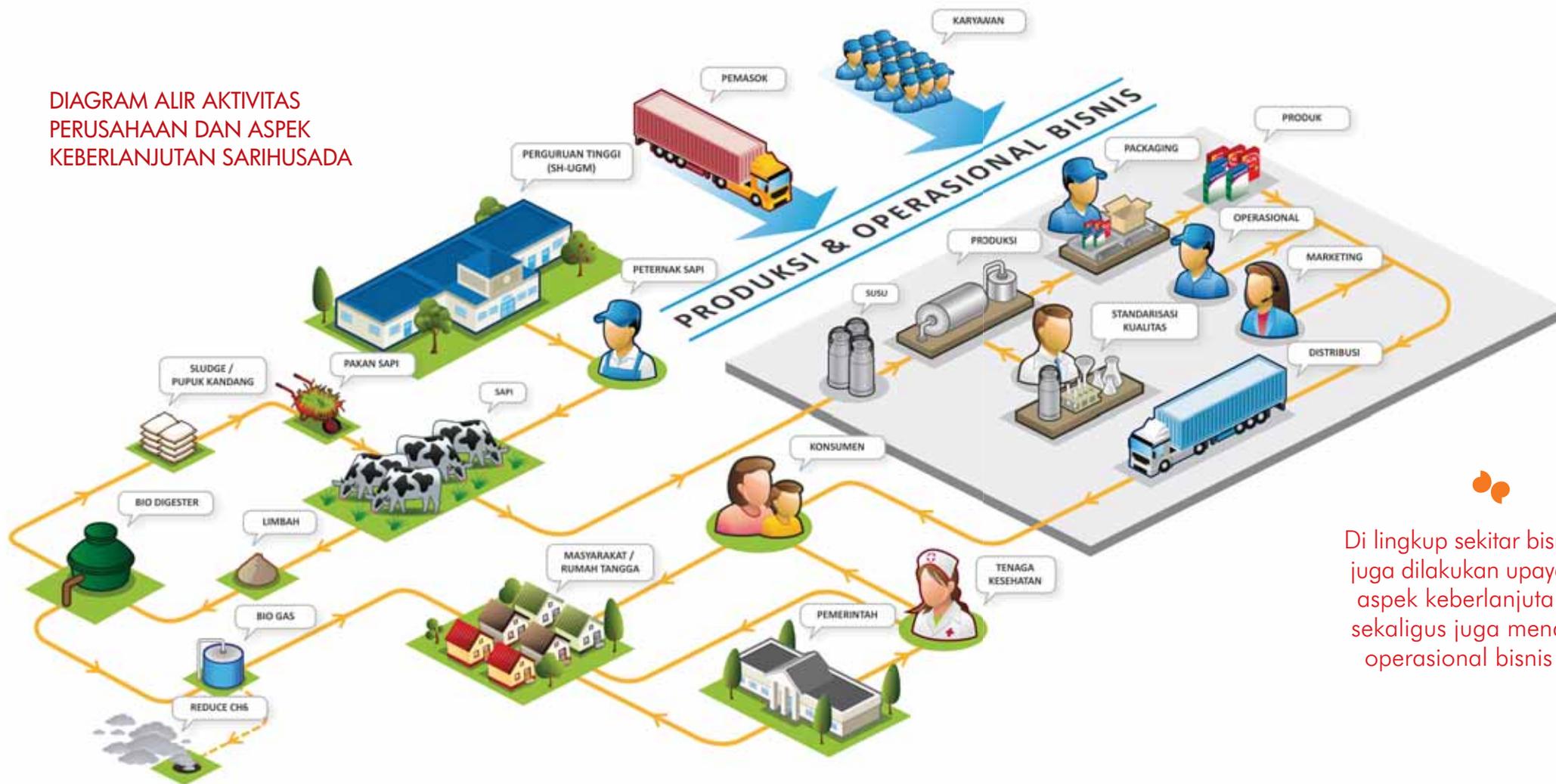


Vitalac

Target Konsumen: **Balita**

Vitalac merupakan susu yang diformulasikan untuk menunjang tumbuh kembang balita, tersedia dalam rasa vanila.

DIAGRAM ALIR AKTIVITAS PERUSAHAAN DAN ASPEK KEBERLANJUTAN SARIHUSADA



Di lingkup sekitar bisnis kami juga dilakukan upaya-upaya aspek keberlanjutan yang sekaligus juga mendukung operasional bisnis kami.

Setiap produk kami dibuat sesuai dengan standar keamanan dan kesehatan internasional. Sejak dari penerimaan susu sebagai bahan baku, pengolahan bahan mentah, pengemasan barang jadi, hingga distribusi kepada konsumen kami lakukan dengan memperhatikan aspek kesehatan dan keamanan.

Melalui berbagai inisiatif, kami mendukung konsumen di berbagai wilayah nusantara tentang nutrisi dengan melibatkan pemerintah dan para profesional di bidang kesehatan. Dengan demikian pemahaman masyarakat tentang kesehatan dan nutrisi diharapkan dapat lebih baik lagi.

Lebih lanjut lagi, di lingkup sekitar bisnis kami juga dilakukan upaya-upaya aspek keberlanjutan yang sekaligus mendukung operasional bisnis kami. Misalnya kami memperhatikan kualitas susu sapi dengan melakukan pembinaan peternak sapi. Kami juga mendorong peternak sapi agar memanfaatkan limbah peternakan menjadi biogas dan pupuk kandang untuk menekan jumlah emisi. Pada akhirnya pupuk kandang dapat digunakan untuk menyuburkan tanaman yang kemudian menjadi pakan ternak. Di sisi lain biogas dapat digunakan oleh masyarakat untuk memasak atau keperluan lainnya.

KEKUATAN FINANSIAL DAN KONTRIBUSI EKONOMI

Kesehatan finansial merupakan salah satu aspek penentu kesuksesan dalam memutar roda bisnis. Manajemen keuangan yang benar dan matang akan menjadi kunci utama. Kegiatan bisnis yang sangat padat baik untuk meningkatkan kinerja internal maupun membangun kemandirian para pemangku kepentingan tidak terlalu mempengaruhi likuiditas perusahaan. Kekuatan keuangan yang demikian menciptakan kemandirian dalam berbisnis sehingga kami tidak menerima insentif keuangan baik dari pihak swasta maupun pemerintah sepanjang tahun periode pelaporan. **(EC4)**

Kinerja keuangan kami cukup baik dalam 4 (empat) tahun terakhir. Pada tahun 2010 dan 2011, kami berhasil membukukan penjualan sebesar Rp 3,17 triliun dan Rp 3,93 triliun. Hal ini tidak terlepas dari upaya segenap direksi, manajemen dan staf untuk selalu mempertahankan dan meningkatkan kinerja bisnis serta memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari sisi kepemilikan aset, tidak ada perubahan yang signifikan dalam tahun-tahun terakhir kami beroperasi karena tidak adanya kebijakan investasi atau perluasan produksi yang signifikan yang kami lakukan. **(2.8)**



Kegiatan logistik di Sarihusada. Selama periode pelaporan tidak ada investasi signifikan yang dilakukan, termasuk di area logistik.



Suasana di lingkungan sekitar pabrik Sarihusada. Kinerja bisnis Sarihusada tidak terlepas dari upaya memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sepanjang periode pelaporan (2010-2011), kami mencapai keberhasilan kinerja ekonomi yang cukup baik sehinggakeberhasilan ini memberikan dampak positif bagi para pemangku kepentingan seperti yang ditunjukkan dengan nilai ekonomi yang dihasilkan, didistribusikan dan ditahan yang terlihat pada Tabel Nilai ekonomi yang Dihasilkan, Didistribusikan dan Ditahan. **(EC 1)**

Dampak positif tersebut dapat dirasakan oleh mitra dan pemasok serta masyarakat lokal. Pada tahun 2010 dan 2011 total nominal yang beredar di seputar relasi bisnis mencapai angka Rp 1.98 triliun dan Rp 2.58 triliun. Meski kami secara spesifik belum memiliki sistem anggaran untuk pengadaan lokal (*local procurement*) karena kompleksitas operasional kami yang tersebar namun sebagian besar dana pengadaan lokal kami beredar pada pemasok lokal, antara lain untuk peternak yang menjadi pemasok bahan baku susu sapi. **(EC6)**

Sejalan dengan kepatuhan kami pada peraturan yang berlaku di Indonesia, kontribusi ekonomi kami bagi publik secara luas diberikan melalui pembayaran pajak kepada pemerintah. Sebesar Rp 194 milyar pada tahun 2010 dan Rp 263 milyar pada tahun 2011 telah kami berikan melalui mekanisme perpajakan. Kami percaya bahwa kontribusi ekonomi tersebut akan memberikan manfaat sebesar-besarnya yang akan mendukung keberlanjutan kegiatan usaha Sarihusada, dan para pemangku kepentingan.

Tabel Nilai Ekonomi yang Dihasilkan, Didistribusikan dan Ditahan Tahun 2008-2011 (EC1)

Keterangan	Nilai Ekonomi (dalam Rp000.000,-)			
	Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011
Nilai Ekonomi yang Dihasilkan				
Penjualan bersih	2.527.058	2.593.361	3.168.237	3.935.312
Pendapatan dari investasi keuangan	0	0	0	0
Penjualan asset	2.939	3.205	3.030	41.403
Total Nilai ekonomi yang Dihasilkan	2.529.997	2.596.566	3.171.267	3.976.715
Nilai Ekonomi yang Didistribusikan				
Beban operasional				
Pembayaran ke pemasok	1.708.111	1.446.388	1.976.971	2.583.805
Investasi non-strategis	0	0	0	0
Royalti	0	0	0	0
Pembayaran untuk fasilitasi	0	0	0	0
Gaji dan natura untuk karyawan	145.487	182.222	182.800	232.093
Pembayaran untuk penyedia modal	0	0	0	0
Pembayaran ke pemerintah (<i>gross taxes</i>)	225.062	164.506	194.661	263.671
Investasi masyarakatan*	Data belum siap untuk penyajian	Data belum siap untuk penyajian	Data belum siap untuk penyajian	Data belum siap untuk penyajian
Total Nilai Ekonomi yang Didistribusikan **	2.078.660	1.793.116	2.354.432	3.079.569
Total Nilai Ekonomi yang Ditahan **	451.337	803.450	816.835	897.146

Catatan:

* Data pengeluaran investasi masyarakatan tidak tersedia untuk pelaporan karena anggaran, perencanaan dan pelaksanaan kegiatan investasi masyarakatan yang tidak terpusat di berbagai fungsi di perusahaan kami. Sistem kompilasi data untuk ini akan diperbaiki ke depannya.

** Angka tersebut tidak menunjukkan nilai sebenarnya karena data pengeluaran investasi masyarakatan tidak ada. Total Nilai Ekonomi yang Didistribusikan dinyatakan lebih kecil dari sebenarnya dan Nilai Total Ekonomi yang Ditahan dinyatakan lebih besar dari yang sebenarnya.

Mulai dari mitra dan pemasok hingga masyarakat lokal dapat merasakan manfaat ekonomi yang kami raih. Pada tahun 2010 dan 2011 total nominal yang beredar di seputar relasi bisnis mencapai angka Rp 1,98 trilyun dan Rp 2,58 trilyun.

Pada laporan ini, meski kami sudah melakukan banyak program investasi kemasyarakatan namun kami belum dapat menyajikan data pengeluaran dana atas program-program tersebut. Ini terjadi karena kendala koordinasi yang kami hadapi, mengingat berbagai program tersebut dilakukan oleh berbagai fungsi atau departemen di perusahaan kami. Tentu, kami menyadari kekurangan kami dan oleh sebab itu kami sudah bertekad untuk memperbaiki masalah ini ke depannya.

Selain itu, kami juga masih menyiapkan

sistem pengolah data untuk mengukur nilai nominal yang muncul dari dampak ekonomi tidak langsung perusahaan bagi masyarakat di lingkungan sekitarnya. Meski demikian, kami yakin bahwa dampak ekonomi tidak langsung dari kehadiran Sarihusada telah lama dirasakan oleh masyarakat sekitar unit bisnis kami. Lokasi pabrik di Desa Kemudo, Kabupaten Klaten telah memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat. Mulai dari penyediaan rumah sewa atau kos, munculnya warung makan, kios kelontong hingga tukang ojek di desa tersebut. (EC9) (SO9)



Seorang operator *forklift* bekerja di Sarihusada. Kegiatan produksi kami ini turut menggerakkan ekonomi masyarakat sekitar.

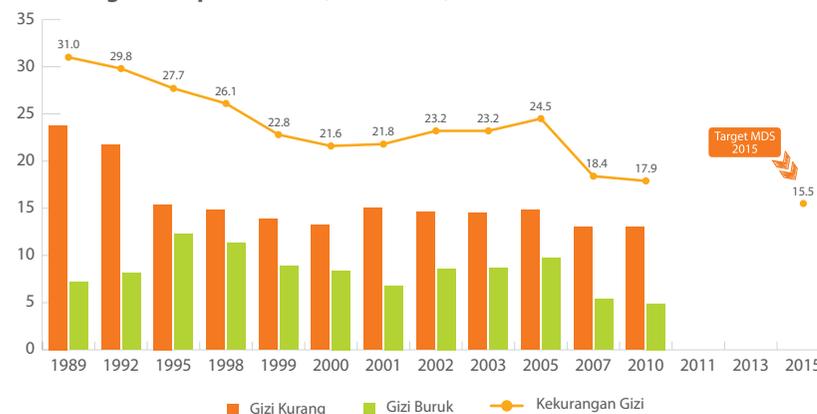
PROFIL SARIHUSADA

KETERLIBATAN DALAM ASOSIASI

Selain menjalankan kegiatan bisnis, kami terlibat aktif dalam asosiasi industri secara strategis. Beberapa di antaranya dengan pelibatan secara sukarela dalam jajaran pengurus Asosiasi Produsen Makanan Bayi (APMB), sebagai Sekretaris Jenderal pada APPNIA (Asosiasi Produsen Produk Susu Bernutrisi bagi Ibu dan Anak), sebagai Tim Regulasi pada GAPMMI (Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia), maupun sebagai Sekretaris pada Asosiasi Industri Pengolahan Susu. **(4.13)**

Keterlibatan kami dalam berbagai asosiasi memiliki tujuan utama untuk ikut berpartisipasi dalam pengembangan industri yang menunjang peningkatan nutrisi ibu dan anak secara nasional. Secara spesifik, keterlibatan dalam asosiasi membuka peluang kami untuk ikut menyumbangkan pemikiran dan ide yang positif dalam penyusunan kebijakan publik. Hal ini tentunya dilakukan sejalan dengan **"Nutrisi untuk Bangsa"** yang menjadi landasan gerak kami dalam berusaha. Salah satu kebijakan publik yang menjadi perhatian kami adalah target gizi Millenium Development Goals (MDGs) 2015 untuk kondisi prevalensi status gizi. Pada tahun 2015 diharapkan status gizi kurang dan gizi buruk berkurang menjadi 15,5% dari 17,9% (berdasarkan Data Riskesdas 2010). Hal ini menginspirasi kami untuk terus berinovasi dan memperbesar sebaran produk dengan harga yang terjangkau. Inilah sikap kami atas kepedulian kami terhadap isu publik mengenai kualitas nutrisi bangsa, terutama nutrisi ibu dan anak. **(S05)**

Grafik Target MDGs dan Perkembangan Prevelansi Kekurangan Gizi pada Balita (1989-2010)



Sumber: Kemkes, Riskesdas, 2010, menggunakan standar WHO (2005)

APRESIASI BAGI PRESTASI

Tahun 2011 menjadi tahun istimewa. Pencapaian kinerja dan performa kami secara terbuka diganjar sejumlah apresiasi. Apresiasi yang disematkan oleh banyak kalangan, mulai dari media nasional, NGO hingga pemerintah merupakan buah dari prestasi bisnis. Baik secara individu maupun organisasi.

Sarihusada menerima anugerah dengan kategori beragam. Kementerian Sosial Republik Indonesia memilih Direktur Utama Boris Bourdin menjadi salah satu Direktur Utama Terbaik atas kinerja Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan dari seluruh sektor industri. Charta Peduli Indonesia disematkan kepada kami sebagai pelaksana Program Pendidikan Kesehatan Terbaik oleh

Dompet Dhuafa. Menkokesra memberikan penghargaan platinum atas kinerja sosial kami dalam mendukung kesehatan ibu dan anak. Selain itu yang teristimewa adalah penganugerahan Proper Hijau untuk pabrik Sarihusada di Desa Kemudo, Klaten dari Kementerian Lingkungan Hidup atas upaya pengelolaan lingkungan yang baik. **(2.10)**



Pabrik Sarihusada di Klaten, masih menggunakan logo yang lama, terawat dengan rapih dan berhasil mendapatkan Proper Hijau dari Kementerian Lingkungan Hidup.

Tabel Apresiasi yang Diterima Sarihusada Tahun 2010-2011 (2.10)



10 Maret 2010

SWA

Indonesia Social Entrepreneurship Achievement 2010 diberikan kepada Sarihusada yang telah aktif menciptakan, mendampingi, dan membimbing wirausahawan dan kewirausahaan.



29 Juli 2010

SWA dan MARS

Indonesia Best Brand Award : Best Brand Platinum 2010 diberikan kepada SGM atas pencapaian *Indonesian Best Brand* selama 5 tahun berturut-turut (2005 - 2010) untuk kategori produk susu formula.



21 Oktober 2010

Menteri Koordinator Kesejahteraan Rakyat dan Corporate Forum for Community Development (CFCD)

Gelar Karya Pemberdayaan Masyarakat Expo & Award 2010 CSR Best Practice for MDGs Platinum diberikan kepada Sarihusada untuk kategori MDGs Tujuan 5, Program Peningkatan Kesehatan Ibu Hamil, Melahirkan dan Baru Melahirkan "Meningkatkan Kesehatan Ibu".



2010 - 2011

Kementerian Lingkungan Hidup

Pengelolaan Lingkungan Hidup Proper Peringkat Hijau diberikan kepada pabrik Sarihusada di Klaten atas kinerja lingkungan yang baik untuk periode tahun 2010 - 2011.



15 September 2011

Menteri Koordinator Kesejahteraan Rakyat dan Corporate Forum for Community Development (CFCD)

Gelar Karya Pemberdayaan Masyarakat Expo & Award 2010 CSR Best Practice for MDGs in Conjunction with Indonesia Millenium Development Goals Silver diberikan kepada Sarihusada untuk kategori MDGs Tujuan-4, Program Pelayanan Kesehatan Anak Balita "Ayo Melek Gizi" Provinsi Jawa Barat.



8 Desember 2011

Dompot Dhuafa

Charta Peduli Indonesia diberikan kepada Sarihusada sebagai **Top CSR in Health Education Program 2011**



15 Desember 2011

Kementerian Sosial Republik Indonesia dan Corporate Forum for Community Development (CFCD)

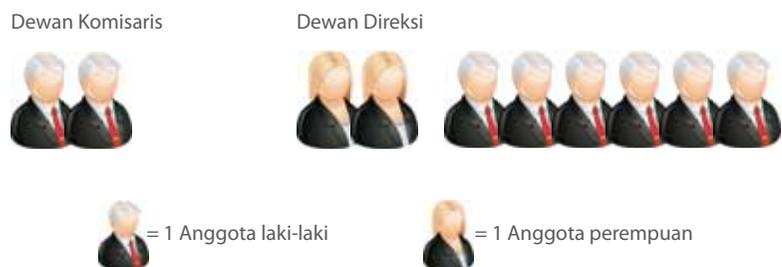
- **Platinum Bidang Lingkungan Indonesian CSR Awards 2011, Sektor Industri dan Manufaktur**, diberikan kepada Sarihusada untuk "Program Nature: Inisiatif Go Green" di Pabrik Sarihusada Kemudo Klaten, Jawa Tengah .
- Penghargaan **Tiga CEO Terbaik All Category Sectors** dari 41 perusahaan peserta **Indonesian CSR Awards 2011** diberikan kepada Boris Bourdin, Direktur Utama Sarihusada.
- Penghargaan **Gold Bidang Sosial Indonesian CSR Awards 2011, Sektor Industri dan Manufaktur**, diberikan kepada Sarihusada atas Program Srikandi Award "Upaya Pemberdayaan Bidan Sebagai Agen Perubahan di Bidang Kesehatan untuk Mendorong Pencapaian Target MDGs".
- Penghargaan **Platinum Bidang Konsumen Indonesian CSR Awards 2011, Sektor Industri dan Manufaktur**, diberikan kepada Sarihusada atas Program Gizi Kita dan Program Ayo Melek Gizi "Penyediaan Produk Mikro Nutrien dengan Harga Terjangkau yang Disertai dengan Program Edukasi Gizi bagi Ibu untuk Membantu Mengurangi Kekurangan Gizi Mikro pada Anak."





CARA KAMI
BEKERJA

Grafik Komposisi Anggota Badan TataKelola per 31 Desember 2011 Berdasarkan Gender



Dalam menjalankan operasional bisnis, kami memiliki dua tingkat badan tata kelola perusahaan atau dua dewan (*two tier*), yaitu Dewan Komisaris dan Dewan Direksi, selama periode 2010-2011 seperti yang ditampilkan pada Tabel Komposisi Anggota badan Tata Kelola:

Dewan Komisaris kami yang berjumlah total 2 (dua) orang anggota menjadi penentu dari seluruh kebijakan terkait sasaran bisnis maupun tanggung jawab sosial perusahaan. Struktur dan kewenangan Dewan Komisaris merupakan kunci dari keberhasilan pelaksanaan tata kelola perusahaan. Tidak ada lembaga atau komite khusus

di bawah Dewan Komisaris yang dibentuk dalam aspek tata kelola perusahaan sehingga Dewan Komisaris kami terjun langsung memberi perhatian penuh pada kinerja bisnis dan tanggung jawab sosial. Untuk menjaga independensi Dewan Direksi, secara teknis, tidak ada anggota Dewan Komisaris kami yang berperan dalam pelaksanaan eksekutif dalam perusahaan. **(4.2) (4.1)**

Lebih lanjut lagi, Dewan Direksi beserta segenap anggota manajemen dan karyawan mendapatkan mandat, arahan dan rekomendasi pemegang saham atas pencapaian kinerja bisnis dan tanggung

jawab sosial melalui mekanisme Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Selama tahun 2010 dan 2011, arahan tersebut mencakup aspek sosial yaitu konsolidasi program CSR, aspek ekonomi yang menekankan perlunya dampak ekonomi di wilayah terdekat (*proximity*), dan aspek lingkungan yang fokus pada kinerja lingkungan hidup (Proper) yang menjadi perhatian pemerintah dan Sarihusada dalam program *Health Environment* (SHEN). **(4.4)**

Salah satu tantangan dalam tata kelola entitas bisnis adalah kemungkinan munculnya konflik kepentingan yang dapat berdampak negatif paska

Tabel Komposisi Anggota Badan Tata Kelola Per 31 Desember 2011 **(4.1)**

Kriteria	Dewan Komisaris	Dewan Direksi
Usia		
<30 tahun	0	0
30-50 tahun	2	7
>50 tahun	0	1
Status		
Independen	0	0
Non-independen	2	0

pengambilan keputusan. Dalam mengatasi potensi konflik kepentingan yang muncul, baik Dewan Komisaris maupun Dewan Direksi sebagai badan tata kelola tertinggi perusahaan mengikuti panduan kode etik dan manajemen risiko, yang kami sebut sebagai VESTALIS, yang telah kami jalankan dan sosialisasikan sejak lama. Sarihusada juga menentukan anggota badan tata kelola melalui mekanisme khusus internal berdasarkan pertimbangan keahlian dan kualifikasi khusus anggota badan tata kelola



Karyawan Sarihusada menjaga kekompakan untuk mencapai kinerja yang terbaik dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

perusahaan. Dalam hal ini, kami mengesampingkan faktor gender dan indikator keberagaman lainnya agar setiap calon memiliki peluang menjadi anggota badan tata kelola secara berkeadilan. **(4.6) (4.7)**

Sebagai sebuah badan usaha privat, penilaian kinerja merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Biasanya ini merupakan salah satu topik utama yang dibahas dalam Rapat Tahunan Dewan Komisaris dan Dewan Direksi. Setiap tahun kami juga menerapkan *Key*



Performance Indicator (KPI) dan *People Development Review* (PDR) sebagai salah satu aspek penilaian capaian kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan. Penilaian kinerja yang kami lakukan mencakup aspek ketaatan atau kepatuhan terhadap standar dan prinsip internasional, seperti misalnya, *International Labor Organization Rule* (ILO), *World Health Organization Code* (WHO) dan *Codex Alimentarius* (Codex). Analisis terhadap risiko dan peluang keberlanjutan yang relevan juga kami nilai setiap tahun melalui *risk mapping*, *road map* dan audit implementasi. Berdasarkan hasil KPI dan PDR ekonomi, sosial dan lingkungan itulah kompensasi dan benefit dalam bentuk bonus dan perjalanan bagi anggota badan tata kelola, para eksekutif dan karyawan akan ditentukan **(4.5)**. Khusus untuk penilaian kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan serta kepatuhan regulasi badan tata kelola, Direktur Utama Sarihusada sendiri yang melakukan *review* dan bersama anggota Dewan Komisaris dan Dewan Direksi melaporkannya kepada pemegang saham. **(4.9) (4.10)**

TATA KELOLA ORGANISASI BERETIKA



Karyawan Sarihusada, bekerja sesuai dengan standar etika.

Etos kerja kami adalah menjalankan pola bisnis secara benar sesuai misi perusahaan nutrisi melalui penyediaan produk nutrisi terpercaya dan terjangkau. Dalam berbisnis, kami memiliki dan menerapkan panduan yang mengatur perilaku individu maupun organisasi yang selalu berkiblat pada nilai-nilai perusahaan dan aturan turunannya berupa:

1. Kode Etik Perilaku

Ini merupakan komitmen perusahaan terhadap kepercayaan, transparansi, kerjasama, tata kelola penyelenggaraan usaha, ketaatan aturan perundang-undangan, keterlibatan pemangku kepentingan, keamanan makanan dan kepentingan konsumen, informasi produk dan pemasaran bioteknologi, perlindungan lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, kontribusi atas pembangunan berkelanjutan, integritas usaha, kebijakan pelaksanaan usaha, keterlibatan politik, persaingan secara jujur, dan rantai pasokan. Perusahaan secara aktif mempromosikan Kode Etik Perilaku kepada seluruh mitra usaha, para kontraktor, para pemasok, maupun

klien. Disamping itu, kami juga melakukan audit internal penilaian hak asasi manusia (HAM) terkait pekerja anak, waktu kerja, maupun jaminan kesehatan dan keselamatan kerja di wilayah operasional kami di Indonesia. Melalui upaya ini, selama tahun 2010 dan 2011, tidak ditemukan pelanggaran peraturan, standar dan kode etik kesehatan dan keamanan produk di tempat kami. **(PR2) (HR10)**

2. Kebijakan Kewaspadaan Karyawan

Kebijakan ini membantu karyawan melestarikan etos dan etika kerja melalui mekanisme kewaspadaan dengan melaporkan kepada manajemen setiap pelanggaran atau kecurigaan pelanggaran hukum atau kebijakan dan peraturan perusahaan, khususnya pelanggaran pidana; kode etik; potensi bahaya atas kesehatan umum, keselamatan kerja dan lingkungan; keterangan palsu; secara sengaja memanipulasi informasi terkait dengan pelanggaran; pembukuan dan pengendaliannya secara internal atau tata cara audit yang layak dipertanyakan.

Sesuai dengan standar etika, Sarihusada juga tidak mengambil posisi pada suatu paham politik

3. Kebijakan Penyelenggaraan Usaha

Berbagai kebijakan penyelenggaraan usaha disusun dengan menjabarkan prinsip-prinsip utama dalam menjalankan aktivitas usaha terkait dengan benturan kepentingan, suap dan pembayaran tidak lazim, serta undang-undang fiskal, perdagangan dan anti pencucian uang. Kebijakan-kebijakan tersebut juga merupakan bentuk pengendalian risiko dalam perencanaan operasional yang secara internal diawasi oleh mekanisme audit dan *controller*. Sesuai dengan standar etika, Sarihusada juga tidak mengambil posisi pada satu



Seorang karyawan Sarihusada melakukan pengawasan mesin produksi. Setiap karyawan Sarihusada wajib melaksanakan Kode Etik Perilaku Perusahaan sebagai perwujudan etos kerja yang beretika.

paham politik atau memberikan sumbangan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada partai politik, organisasi, atau individu yang terlibat dalam politik dalam upaya memperoleh keuntungan usaha. **(4.11) (SO6)**

Tata nilai perilaku dalam bentuk Kode Etik Perilaku, Kebijakan Kewaspadaan Karyawan dan Kebijakan Penyelenggaraan Usaha secara bersama-sama dirangkum dalam **Kode Etik Perilaku Perusahaan**. Penerapan Kode Etik Perilaku Perusahaan merupakan kewajiban yang harus kami laksanakan sebagai perwujudan etos kerja yang beretika di seluruh lingkup bisnis perusahaan. Guna mewujudkan komitmen tersebut, Sarihusada selalu mengikuti perkembangan dengan menyesuaikan inisiatif kebaruan eksternal yang berlaku. Mulai yang bersifat kewajiban (*mandatory*) seperti peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dan Codex, hingga sukarela (*voluntary*) seperti WHO Code, Sertifikasi Halal, Proper hingga Millenium Development Goals (MDGs). **(4.12)**

ANTI FRAUD, ANTI KORUPSI DAN KEPATUHAN PERUNDANGAN



Manajemen dan karyawan Sarihusada berpose bersama dalam Anti-Fraud Campaign. Sarihusada memiliki Kebijakan Anti-Fraud yang mengacu kepada Danone Business Conduct Policy.

Secara internal kami memiliki kebijakan *Anti-Fraud* sebagai salah satu mekanisme untuk menganalisis risiko korupsi terhadap unit bisnis, departemen dan seksi di Sarihusada (Kebijakan Anti Fraud). Informasi dan sosialisasi kebijakan dan prosedur ini dikelola secara rapi melalui keberadaan Tim Kepatuhan yang dikenal dengan nama

“**Pandawa**” untuk meningkatkan kepedulian menghindari *fraud* secara internal dan eksternal, serta guna memastikan seluruh proses pelaporan dan catatan internal tidak berpotensi menimbulkan kecurangan. **(SO2)**

Kebijakan *Anti-Fraud* ini mengacu kepada Danone *Business Conduct Policy* yang memiliki 4 pilar:

1. *Compliance* (Kepatuhan): bertindak sesuai peraturan yang berlaku.
2. *Integrity* (Integritas): bertindak dengan benar dan berperilaku sesuai standar perilaku perusahaan.
3. *Ethics* (Etika): menjunjung tinggi karakter moral dan bijaksana dalam mengambil keputusan.
4. *Control Environment* (Mengendalikan Lingkungan): pemisahan wewenang yang memadai, kebijakan dan prosedur yang transparan, serta kompetensi dan komitmen pegawai.

Komitmen kami untuk menghindari *fraud* ada di tiap perilaku bisnis. Direktur,

supervisor / manager atau pun staf dibekali pemahaman mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi **(SO3)**. Selain itu, Sarihusada selalu menjalankan usaha secara terbuka dan transparan dalam menyusun laporan keuangan internal, sistem pengendalian, dan proses pengambilan keputusan. Hal tersebut dilakukan guna menghindari munculnya benturan kepentingan, suap dan pembayaran tidak lazim maupun pelanggaran perundangan-undangan lain yang berlaku. Upaya ini dirasakan cukup berhasil untuk meniadakan tindak pidana korupsi di Sarihusada dalam periode 2010 dan 2011. **(SO4)**

Selain upaya menghindari *fraud*, kami juga berupaya menjadi pemimpin pasar secara jujur dan kompetitif sesuai prinsip-prinsip persaingan usaha yang menjunjung tinggi nilai keadilan dan kepatuhan pada semua peraturan yang berlaku. Hal tersebut kami lakukan melalui implementasi Kode Etik Perilaku Perusahaan dan Kebijakan Anti Fraud yang mampu mencegah timbulnya upaya tidak jujur dari praktek persaingan bisnis kami selama tahun 2010 dan 2011



Konsumen melihat produk SGM. Dalam persaingan usaha, kami berupaya kompetitif sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Sarihusada menjadi sebuah entitas bisnis yang mampu bersaing di industri

(SO7). Salah satu pendekatan yang dilakukan untuk mewujudkan kepatuhan perundangan adalah adanya prinsip pencegahan pelanggaran melalui manajemen risiko (*risk management*)

perusahaan. Hal ini terutama dilakukan melalui pemeriksaan dan pengawasan internal (*internal audit and controller*) didukung oleh proses riset, pengembangan dan pemasaran produk baru yang ketat. **(4.11)**

Adanya tata nilai dan kode etik yang terus menerus dikomunikasikan ke dalam dan ke luar, terutama kepada para mitra usaha, cukup berhasil memantapkan Sarihusada menjadi sebuah entitas bisnis yang mampu

bersaing di industri. Nilai kompetitif kami ini memberikan kepercayaan diri untuk melakukan kegiatan operasional bisnis yang sehat. Kami merasa hal ini cukup berhasil karena tidak ditemukannya indikasi pelanggaran peraturan dan perundangan persaingan usaha dalam area bisnis kami selama periode pelaporan. Namun di sisi lain kami mengakui masih ada kelalaian kami dalam hal kepatuhan peraturan perundangan lingkungan hidup pada tahun 2010 dan 2011 sehingga kami mendapatkan denda finansial sebesar Rp3.000.000,-. Kami tidak memungkiri kelalaian kami tersebut dan berupaya agar lebih memperhatikan kepatuhan peraturan perundangan karena di atas segalanya, penghormatan dan kepatuhan atas semua peraturan dan perundang-undangan yang berlaku di wilayah Republik Indonesia, merupakan implementasi misi dan nilai perusahaan kami. **(EN28) (SO8)**



KODE ETIK PEMASARAN



Sosialisasi WHO Code oleh Sarihusada. Kami memiliki kode etik internal pemasaran yaitu Danone Baby Nutrition Charter yang mengacu pada WHO code tersebut.

Dalam praktek pemasaran produk susu formula, kami mematuhi kode etik pemasaran internal *Danone Baby Nutrition Charter*. Kode etik tersebut merujuk pada etika dan prinsip *World Health Organization's International Code of Marketing of Breast-Milk Substitutes* (WHO Code) dan memiliki kesamaan tujuan dengan resolusi *World Health*

Assembly (secara bersama sama disebut sebagai Kode Etik pemasaran). Sejalan dengan WHO Code, kami sangat mendukung pentingnya Air Susu Ibu (ASI) eksklusif dan masa pertumbuhan anak pada tahun-tahun awal kehidupan manusia. Oleh sebab itu, kami memosisikan diri sebagai mitra orang tua yang dipercaya dalam menyediakan nutrisi pelengkap ASI. **(PR6)**

Secara bertahap namun terus menerus kami berupaya melaksanakan Kode Etik Pemasaran ini. Hal ini tercermin pada sosialisasi di internal kami tentang Kode Etik Pemasaran kepada seluruh karyawan serta memberikan pemahaman kepada mereka akan makna dan implementasi nya (PR6). Bahkan Kode etik Pemasaran ini memberikan inspirasi kepada kami untuk memberikan kebijakan cuti melahirkan bagi karyawati Sarihusada lebih lama dibandingkan perusahaan lain pada umumnya, yaitu yang semula hanya 3 bulan saat ini menjadi 4 bulan cuti melahirkan agar mereka memiliki kesempatan lebih untuk memberikan ASI kepada bayinya. Ketentuan ini sudah

berjalan melalui kebijakan Direktur Utama dan disosialisasikan ke media masa meski baru akan diformalkan dalam PKB pada tahun 2012.

Selain Kode Etik Pemasaran tersebut, operasi bisnis kami juga mengacu kepada peraturan perundang-undangan yang berlaku tentang pemasaran pengganti ASI. Dengan adanya peraturan ini maka strategi pemasaran kami lakukan dengan selalu memperhatikan peraturan-peraturan tersebut. Hal ini tercermin dari upaya kami dalam mensosialisasikan peraturan-peraturan tersebut kepada karyawan dan mitra bisnis serta pelaksanaan pemasaran, seperti membuat konsep iklan dan penyampaian informasi kepada konsumen dan publik. **(PR6)**

Melalui proses pengawasan internal, kami berupaya memastikan bahwa proses pemasaran tidak melanggar Kode Etik Pemasaran. Kami menyadari bahwa masih perlu upaya lebih jauh untuk menyempurnakan pelaksanaan Kode Etik Pemasaran pada periode pelaporan ini. **(PR7)**

HAK ASASI MANUSIA



Perbedaan pendapat dengan masyarakat lokal dapat diselesaikan sehingga tidak terjadi kasus atau insiden perselisihan di wilayah operasional Sarihusada



Karyawan perempuan di Sarihusada dapat merasakan kesetaraan di tempat kami, sebagai salah satu penghargaan atas Hak Asasi Manusia.

Hak Asasi Manusia (HAM) menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam setiap pengambilan kebijakan dan penyusunan strategi bisnis hingga pelaksanaan kegiatan di lapangan. Kebijakan dan prosedur Sarihusada harus mengacu kepada Kode Etik Perilaku Perusahaan, Kebijakan Anti Fraud, Kode Etik Pemasaran dan *Business Conduct Policy Danone (Danone BCP)*. Pemahaman mengenai pentingnya HAM ini diberikan kepada seluruh karyawan kami tanpa terkecuali melalui pelatihan dan kegiatan komunikasi internal. Kepedulian kami terhadap HAM juga berlaku dalam situasi ketika kami berinteraksi dengan para pemangku kepentingan, salah satunya dengan masyarakat lokal. Dialog dan kesetaraan menjadi dasar kami untuk menjalin hubungan baik berlandaskan penghargaan atas HAM. Dengan cara ini, selama periode laporan pada 2010 dan 2011, perbedaan pendapat dengan masyarakat lokal dapat diselesaikan sehingga tidak terjadi kasus atau insiden perselisihan di wilayah operasional Sarihusada. **(HR3) (HR9)**

Tidak ada isu pelanggaran HAM secara umum di Sarihusada. Untuk memastikan kepatuhan terhadap aspek HAM dijalankan pada berbagai aspek dan hingga ke tingkat operasional, kami melakukan serangkaian aktifitas audit kepada seluruh unit bisnis kami dalam rangka evaluasi yang dikenal dengan istilah *Danone Way Fundamental (DWF)*, yaitu: **(HR10) (HR11)**

1. Audit pekerja di bawah umur
2. Audit gender manajerial
3. Audit waktu kerja
4. Audit Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)
5. Audit jaminan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)

PENGADUAN PELANGGARAN

Lebih lanjut lagi, selain rangkaian audit yang kami jalankan untuk memastikan terjadinya kepatuhan atas Kode Etik Perilaku Perusahaan, Kebijakan Anti Fraud dan Danone BCP, kami juga menyediakan mekanisme pengaduan keluhan (*grievance mechanism*).

Mekanisme ini dapat digunakan oleh karyawan untuk menyampaikan aduan, kritik dan saran dari berbagai pemangku kepentingan internal dan eksternal terkait dengan pelanggaran Kode Etik Perilaku Perusahaan, Kebijakan Anti Fraud, Kode Etik Pemasaran dan Danone BCP. Pengaduan dapat dilakukan oleh karyawan melalui 2 (dua) jalur, yaitu menyampaikan kepada atasan langsung atau melalui *drop box*: sarihusada.gcgservice@danone.com.

Pengaduan atas indikasi pelanggaran Danone BCP juga dapat disampaikan melalui: dialert@danone.eu.

Mekanisme pengaduan keluhan yang kami miliki sudah menerapkan sistem dan prosedur yang baku. Setiap pengaduan akan kami terima dan catat untuk selanjutnya kami verifikasi dan selidiki sebelum akhirnya kami mengambil keputusan atas kasus atau pengaduan tersebut.

Gambar Prosedur Pelaporan



PERLINDUNGAN KESEHATAN KARYAWAN DAN PEREMPUAN

Salah satu kebijakan kami terkait kesehatan karyawan laki-laki ataupun perempuan beserta keluarganya dikenal dengan kebijakan DAN'CARES. Lahirnya DAN'CARES merupakan bagian dari implementasi DWF dan sejalan dengan amanat pemerintah melalui Undang-

undang Republik Indonesia No.13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan yang mewajibkan perusahaan untuk menyediakan fasilitas kesehatan.

Dalam dua tahun terakhir, kami telah melakukan berbagai perbaikan kebijakan DAN'CARES, antara lain: **(LA3)**

1. Kebijakan cuti melahirkan 3 bulan pada tahun 2010 menjadi 4 bulan pada tahun 2011.
2. Adanya layanan antar ASI di wilayah Jakarta sebagai pelengkap penyediaan ruang laktasi.
3. Penambahan jumlah alokasi dana kesehatan dan santunan duka.
4. Peningkatan fasilitas kesehatan yang sebelumnya ditanggung perusahaan kini juga bekerjasama dengan pihak asuransi, misalnya rawat inap, rawat jalan dan santunan duka.
5. Penyediaan Customer Service Hotline 24 jam untuk pelayanan kesehatan sejak tahun 2011.



Seorang perempuan yang sedang mengandung dan menantikan kelahiran bayinya. Di Sarihusada, pekerja perempuan yang sedang mengandung dapat beristirahat dari pekerjaannya selama 4 bulan pada masa melahirkan.

KEBIJAKAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL



Kunjungan Direktur Utama Sarihusada, Boris Bourdin, ke Posko "Nutrisi untuk Bangsa" di Sleman, Yogyakarta merupakan salah satu perwujudan kepedulian kami akan tanggung jawab sosial perusahaan.

Inisiatif tanggung jawab sosial bagi kami bukan sekedar program bagi masyarakat sekitar, tetapi menjadi sebuah perilaku bisnis yang tertuang dalam berbagai kebijakan perusahaan, terintegrasi dalam sistem bisnis dan melibatkan banyak pihak. Inisiatif tersebut untuk menjaga keberlangsungan dan keberlanjutan bisnis serta memperhatikan kebutuhan

para pemangku kepentingan dan melestarikan lingkungan. Di Sarihusada, keberhasilan dalam menjalankan tanggung jawab sosial menjadi salah satu tolok ukur keberhasilan bisnis.

Beberapa bentuk nyata lainnya kebijakan tanggung jawab sosial kami paling tidak tercermin dalam 5 (lima) hal, yaitu;

1. Kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dengan sebisa mungkin kami lakukan dengan mengembangkan potensi lokal. Kami mendorong perekrutan karyawan setempat dan kerjasama dengan lembaga akademik lokal untuk mewujudkan cita-cita kami sambil melakukan alih pengetahuan dan teknologi.
2. Kami menghindari keterlibatan politik baik secara langsung dan tidak langsung karena keterkaitan politik dapat membahayakan kelangsungan perusahaan.
3. Kebijakan dalam memenangkan persaingan bisnis harus dilandasi

dengan etika bisnis dan prinsip persaingan sehat.

4. Keberlanjutan bersama rantai pasokan menjadi salah satu prinsip yang mendasari kebijakan kami. Untuk itu kami mendorong rantai pasokan dapat turut mengadopsi berbagai kebijakan kami terkait *sustainability*.
5. Kebijakan pemantauan, pelaporan dan verifikasi independen atas kinerja bisnis dan tanggung jawab sosial kami lakukan sebagai bagian dari langkah strategis perbaikan bagi Sarihusada dan juga rantai pasokan kami.

Dalam menjalankan program bagi masyarakat sekitar, kami memiliki kebijakan internal secara khusus. Dalam 2 tahun terakhir kami menggunakan lebih dari 2.5% dana dari laba bersih yang kami pergunakan untuk program-program kemasyarakatan. Kebijakan ini bertujuan untuk mendorong pemanfaatan yang maksimal bagi masyarakat.



Seorang pekerja mengawasi produk di conveyor. Standar kualitas kami mensyaratkan setiap karyawan untuk memperhatikan kualitas produk secara ketat.

Lebih dari 2,5% dana dari laba bersih kami pergunakan untuk program-program kemasyarakatan.

Sesuai kebijakan perusahaan, kami selalu mengedepankan penerapan pola bisnis yang sesuai standar, baik dalam konteks Grup Danone maupun di level internasional lain yang stratanya lebih tinggi lagi. Guna kepentingan tersebut, Sarihusada menerapkan standar mutu dan melakukan sertifikasi dalam hal keamanan produk, manajemen kualitas dan proses produksi, yaitu melalui :

- **Sertifikat Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (SMK3)** dari Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi (No. 00163/SE/2006).
- **Sertifikat ISO 17025:2005 General Requirements for the Competence of Testing and Calibration Laboratories** dari KAN (Komite Akreditasi Nasional) (LP-407-IDN) bagi laboratorium Sarihusada sebagai laboratorium pengujian bertaraf internasional ISO/IEC 17025:2005.
- **Sertifikat ISO 9001:2000 Quality Management Systems** dari SGS (No.ID96/6603) untuk penerapan

sistem manajemen mutu berstandar internasional.

- **Sertifikat ISO 14001:2004 Environmental Management Systems** dari SGS (GB00/18354) untuk penerapan sistem manajemen lingkungan berstandar internasional.
- **Sertifikat ISO 22000:2005 Food Safety Management Systems** dari SGS (No. GB08/74998) untuk penerapan sistem manajemen keselamatan pangan berstandar internasional.
- **Sertifikat OHSAS 18001: 2007 Occupational Health and Safety Management Systems Requirements Standard** (No. ID09/1276) untuk penerapan sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja berstandar internasional.
- **Sertifikat Halal** untuk menjamin keamanan proses produksi dan produk akhir Sarihusada, terutama bagi konsumen di Indonesia yang sebagian besar beragama Islam.



Penimbangan bayi dalam salah satu kegiatan Sarihusada di Desa Sumber Sari. Kehadiran Sarihusada diharapkan dapat memberi manfaat yang berkelanjutan bagi ibu, balita dan pemangku kepentingan lainnya.

Dampak signifikan Sarihusada pada aspek keberlanjutan terletak pada peran kami sebagai perusahaan nutrisi; yaitu ketersediaan beragam produk nutrisi terjangkau bagi masyarakat yang kami hasilkan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia. Tentu saja dalam menjalankan peran ini, kami berpegang teguh pada standar dan norma yang berlaku, yaitu WHO Code dan Codex. Selain dampak utama tersebut masih banyak dampak sosial, ekonomi dan lingkungan Sarihusada bagi para pemangku kepentingan, misalnya distribusi ekonomi kepada pemasok dan karyawan lokal, pemberdayaan masyarakat serta pendidikan nutrisi bagi masyarakat.

Tantangan dalam menjalankan peran kami sebagai perusahaan nutrisi ada pada regulasi-regulasi yang ketat dan membatasi gerak strategis kami. Meskipun demikian kami memahami maksud baik berbagai regulasi tersebut bagi konsumen kami. Oleh sebab itu kami menggunakan pendekatan manajemen yang proaktif untuk menangani tantangan dan peluang

tersebut. Sikap kami yang proaktif terhadap semua regulasi terkait tentu diiringi dengan upaya menyediakan produk berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.

Lebih lanjut lagi, sikap proaktif yang dilakukan Sarihusada perlu didukung kemampuan kami untuk menangani kondisi yang dinamis akibat perubahan regulasi. Dalam menghadapi perubahan, kami selalu melakukan koordinasi antar departemen di dalam perusahaan. Untuk



Seorang anak mendapat asupan makanan. Di Indonesia, malnutrisi masih menjadi permasalahan besar dan kehadiran Sarihusada diharapkan dapat menjawab tantangan tersebut.

Menggunakan pendekatan manajemen yang proaktif untuk menangani tantangan dan peluang.



Seorang balita mendapat perawatan. Sarihusada berharap dapat menjadi perusahaan nutrisi yang dapat memberi manfaat berkelanjutan.

komunikasi eksternal kami menggunakan media dalam menginformasikan tidak hanya perubahan tetapi juga strategi dan kinerja sosial perusahaan.

Melihat kondisi Indonesia dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi dan angka malnutrisi pada anak di bawah umur lima tahun (balita) yang masih besar yaitu 17,9% berstatus gizi kurang dan gizi buruk (Riskesdas, 2010), maka kami melihat bahwa peluang kami sebagai perusahaan nutrisi masih terbuka lebar. Kami tentu berharap bahwa kehadiran kami sebagai perusahaan nutrisi dapat memberi manfaat yang berkelanjutan, baik bagi konsumen maupun pemangku kepentingan lainnya. Agar dapat memberikan yang terbaik, kami berupaya menjalin hubungan dengan para pemangku kepentingan dan menerima berbagai saran dan kritik yang menjadi masukan bagi rencana strategis keberlanjutan kami. Untuk itu kami melakukan layanan *call centre* bebas pulsa bagi konsumen dan pemangku kepentingan lainnya yang ingin

berkonsultasi mengenai nutrisi atau memberi masukan atau menyampaikan keluhan terkait produk Sarihusada.

Dalam menjadikan Sarihusada perusahaan nutrisi, kami merasa perlu melihat beberapa poin penting yaitu:

1. Masih tingginya angka malnutrisi yang terjadi di Indonesia.
2. Terbatasnya pilihan produk bernutrisi yang terjangkau bagi masyarakat umum.
3. Sangat kurangnya perhatian bagi ibu dan atas fase awal 360 minggu pertama sebuah awal kehidupan manusia.

Kami melakukan berbagai inisiatif kerja sama dengan pemangku kepentingan guna mencari pemecahan atas persoalan utama tersebut. Akhirnya diperoleh sebuah pemahaman tentang pentingnya pemenuhan gizi seimbang dalam tiap tahap tumbuh kembang yang melahirkan komitmen Sarihusada untuk terlibat aktif dalam memelihara 360 minggu awal kehidupan manusia yang terbukti merupakan masa keemasan dalam kehidupan.

TANTANGAN & STRATEGI KEBERLANJUTAN 2010-2011 (1.2.)

Selain isu-isu kunci (*key issues*) terkait kualitas masa depan bangsa dan negara, kami juga memahami posisi kami sebagai perusahaan nutrisi di mata masyarakat belumlah ideal. Sarihusada masih dipandang sebagai perusahaan penyedia susu saja, belum dianggap sebagai perusahaan nutrisi. Bahkan kami dianggap publik hanya sebagai

perusahaan yang agresif memasarkan susu formula dan kurang mendukung gerakan pemberian ASI. Namun demikian anggapan ini telah kami jawab melalui strategi, kebijakan, program, dan kode etik kami yang secara konsisten mendukung pemberian nutrisi terbaik bagi ibu dan anak, termasuk pemberian ASI eksklusif.

Tantangan lain yang kami hadapi berasal dari berbagai isu global perubahan iklim, yang di antaranya mencakup isu penggunaan air dan energi, penanganan

limbah dan emisi karbon. Isu-isu ini terkait dengan risiko perubahan cuaca yang selanjutnya berdampak pada berubahnya pola tren penyakit dan



Kami melakukan layanan *call centre* bebas pulsa bagi konsumen dan pemangku kepentingan lainnya yang ingin berkonsultasi mengenai nutrisi atau memberi masukan atau menyampaikan keluhan terkait produk Sarihusada.



Patung bunda menyusui di pabrik Sarihusada di Yogyakarta. Sarihusada sangat mendukung pemberian ASI eksklusif sebagai nutrisi yang terbaik bagi anak.

kesehatan masyarakat, termasuk ibu dan anak. Perubahan iklim juga mengakibatkan adanya regulasi baru, misalnya di bidang lingkungan dan pengolahan limbah, sehingga kami harus mengeluarkan biaya-biaya untuk mematuhi peraturan baru tersebut. Namun disamping perubahan iklim

sebagai tantangan, kami juga melihat bahwa perusahaan yang sanggup menyesuaikan diri dengan perubahan

iklim pasti memiliki keunggulan kompetitif, baik dalam aspek penyediaan produk dan jasa ataupun penggunaan teknologi terkait perubahan iklim.

Aspek perubahan iklim dianggap penting dan sudah menjadi perhatian Dewan Komisaris dan Dewan Direksi. Ini terbukti dengan adanya Rencana

Pengurangan Emisi Karbon (*Carbon Foot Print Road Map*) serta berbagai target

pengurangan pembuangan limbah padat, pengurangan penggunaan air serta pengurangan pembuangan air limbah. Selain itu, untuk menjawab tantangan global, kami terus menerus memperbaiki dan meningkatkan sistem dokumen dan kegiatan operasional terkait penanganan lingkungan di kedua pabrik kami agar sesuai dengan peraturan perundangan.

Tabel Tantangan Keberlanjutan bagi Sarihusada

No.	Isu	Tantangan
1	Standar, norma dan regulasi	Standar, norma dan regulasi yang ketat dan dinamis perlu dikomunikasikan dan dipahami serta dijalankan dengan penuh tanggung jawab
2	Malnutrisi, masalah sosial dan kesehatan	Malnutrisi serta masalah sosial dan kesehatan yang perlu dicari solusinya dengan melibatkan para pemangku kepentingan
3	Sentimen dan pandangan terhadap Sarihusada	Memposisikan diri dan mengkomunikasikan sebagai perusahaan nutrisi, bukan sekedar penyedia susu
4	Perubahan iklim	Dampak perubahan iklim ditangani pada ruang lingkup perusahaan, termasuk di dalamnya penanganan limbah dan limbah cair, pemanfaatan energi, penggunaan air, dan pengendalian emisi karbon.

RENCANA SARIHUSADA BAGI KEBERLANJUTAN (ROAD MAP) (1.2.)



Pemasok susu merupakan salah satu pemangku kepentingan yang signifikan bagi pencapaian visi dan misi Sarihusada, dan oleh sebab itu perlu dibina dan dikembangkan.

Kami merasa perlu merangkum sebuah rencana strategis yang juga menjadi perwujudan visi dan misi kami hingga tahun 2015

Untuk menangani berbagai isu yang ada, kami merasa perlu merangkum sebuah rencana strategis yang juga menjadi perwujudan visi dan misi kami hingga tahun 2015. Rencana strategis perlu disebarluaskan ke internal organisasi untuk meningkatkan kepedulian dan dukungan karyawan. Kepada para pemangku kepentingan, kami juga menyajikan rencana strategis kami melalui Laporan ini agar para pihak dapat memahami Sarihusada dan aspek keberlanjutannya.

Sebagai sebuah entitas bisnis, kami menyadari akan peran penting para pemangku kepentingan. Hubungan baik dengan para pemangku kepentingan harus tetap terpelihara agar dapat mencapai kesuksesan bersama. Oleh sebab itu keterlibatan pemangku kepentingan dalam merancang strategi keberlanjutan dan pengambilan kebijakan strategis perlu dilakukan. Untuk dapat melibatkan pemangku kepentingan secara efektif kami berusaha mengidentifikasi mereka sesuai dengan tingkat kedekatan dalam membangun proses bisnis kami, kemudian membaginya dalam kelompok-kelompok (*grouping*).

Secara umum, kelompok pemangku kepentingan kami yaitu pemasok, mitra, pemegang saham, komunitas lokal, karyawan, serikat pekerja, konsumen, asosiasi usaha, profesional di bidang kesehatan, pemerintah, akademisi, peneliti, dan masyarakat sipil secara luas. Identifikasi pemegang kepentingan kunci dilakukan berdasarkan kriteria intensitas kedekatan hubungan dengan Sarihusada dan besarnya dampak positif

Hubungan baik dengan para pemangku kepentingan harus tetap terpelihara agar dapat mencapai kesuksesan bersama."



Seorang balita tersenyum gembira berada di pangkuan ibu. Rendahnya nutrisi dan kesehatan ibu dan anak masih menjadi masalah di Indonesia dan Sarihusada sebagai perusahaan nutrisi berupaya menjawab tantangan tersebut

ataupun negatif yang dialami pemangku kepentingan dari kegiatan operasional Sarihusada. Keterlibatan dan komunikasi dengan pemangku kepentingan dilakukan secara rutin melalui aktifitas operasional sehari-hari, jalur-jalur komunikasi seperti misalnya *newsletter* elektronik "Proximity", majalah internal SHINE, layanan *call center* bebas pulsa bagi konsumen, *press release*, dan penggunaan jalur komunikasi media masa lainnya, dan juga program-program sosial dan ilmiah yang

dilaksanakan Sarihusada bersama-sama dengan beragam pemangku kepentingan. (4.14) (4.15) (4.16)

Komunikasi dan interaksi kami dengan para pemangku kepentingan melahirkan dua isu signifikan yang perlu ditangani oleh Sarihusada. Yang pertama adalah pentingnya untuk mengatasi permasalahan nutrisi dan kesehatan ibu dan anak di Indonesia yang masih rendah. Tingginya permasalahan sosial di masyarakat, khususnya pemberdayaan masyarakat dan pendidikan, merupakan isu signifikan kedua yang perlu diperhatikan Sarihusada. Untuk menangani kedua hal tersebut, kami memilih pendekatan dan intervensi langsung melalui kegiatan inti bisnis dan program-program kegiatan seperti seminar, *nutritalk*, training, workshop, dan pembinaan dalam jangka waktu yang cukup panjang. Kami melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan beragam inisiatif tersebut yang hasilnya dilaporkan secara rutin per bulan, per kuartal, tahunan dan juga dalam Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*). (4.17)

RENCANA SARIHUSADA BAGI KEBERLANJUTAN (ROAD MAP) (1.2.)

HEALTH AND NUTRITION CREDIBILITY PLAN 2015

Sesuai temuan dari sejumlah analisa dengan melibatkan pemangku kepentingan kunci, tindak lanjut yang kami lakukan adalah merumuskan rencana strategis perusahaan **Health and Nutrition Credibility Plan 2015** yang menjadi referensi utama sekaligus peta jalan perusahaan yang signifikan. Sarihusada akan mengimplementasikan rencana strategis tersebut guna

mewujudkan perusahaan nutrisi terkemuka dengan produk berkualitas yang memenuhi kebutuhan “Nutrisi untuk Bangsa”.

Ada 3 pesan kunci (*key message*) yang ingin disampaikan melalui **Health and Nutrition Credibility Plan 2015**:

1. Sarihusada Sebagai Ahli Malnutrisi/Gizi Buruk (Undernutrition/Malnutrition Expert)

Sarihusada adalah ahli yang menjadi referensi upaya mengurangi masalah

malnutrisi bagi ibu dan anak. Pada tahun 2012, Sarihusada berencana menjadi pusat nutrisi dan solusi nutrisi (*database* dan riset). Langkah yang kami ambil dalam hal ini yaitu:

- Mendorong upaya ilmiah melalui penyediaan *database* dan riset gizi buruk.
- Mengembangkan solusi pangan yang secara efektif dan berkelanjutan untuk mengatasi gizi kurang/buruk melalui solusi pangan yang terjangkau.

2. Sarihusada Sebagai Perusahaan Nutrisi (Nutrition Company)

Sarihusada adalah lebih dari sekedar perusahaan produsen susu, kami menyediakan beragam produk bernutrisi berkualitas dengan harga terjangkau sebagai komitmen kami berkontribusi pada kesehatan ibu dan anak. Kami akan tetap berinvestasi pada upaya terbaik mendukung kesehatan ibu dan pertumbuhan anak melalui:

- Pengembangan produk baru.

- Berpartisipasi dengan pemangku kepentingan guna mendukung edukasi mengenai gizi seimbang (*nutrition education*).

3. Sarihusada Mendukung 360 Minggu Pertama dalam Kehidupan Manusia

Sarihusada adalah mitra ibu terpercaya bagi awal perjalanan keibuan terbaik mereka. Kami akan mendukung 360 minggu pertama kehidupan manusia dengan menawarkan dukungan menyeluruh bagi para ibu Indonesia.

Kami percaya bahwa asupan nutrisi pada 360 minggu pertama dalam hidup manusia dapat melindungi perkembangan fisik dan kemampuan berpikir serta membantu melawan penyakit di periode kehidupan lebih lanjut. Untuk itu kami akan melakukan:

- Penyediaan pendukung masa kehamilan dan menyusui (*pregnant and lactating*) secara menyeluruh dalam bentuk produk bernutrisi, pendidikan, pusat informasi, atau bentuk lainnya.

Asupan nutrisi pada 360 minggu pertama kehidupan dapat melindungi perkembangan fisik, kemampuan berpikir dan membantu melawan penyakit di periode kehidupan lebih lanjut.



Peluncuran Pusat Penelitian dan Pengembangan Nutrisi Sarihusada di Yogyakarta. Di masa depan, Sarihusada akan menjadi pusat nutrisi dan solusi nutrisi bagi masyarakat Indonesia.

Gambar Roadmap Menuju Perusahaan Nutrisi 2015



RENCANA SARIHUSADA BAGI KEBERLANJUTAN (ROAD MAP) (1.2.)

b. Penghargaan dan dukungan setiap tahapan perjalanan kaum ibu: pra kehamilan, masa hamil, menyusui, dan fase tumbuh kembang anak.

Strategi implementasi pemenuhan nutrisi pada 360 minggu awal kehidupan manusia terbagi pada 3 hal, yaitu:

- Membangun tim internal yang solid dan kredibel selaku duta besar perusahaan
- Membangun pokok pembuktian yang kuat di segala aspek terkait nutrisi
- Mengintensifkan komunikasi guna meraih pengakuan sebagai

perusahaan nutrisi oleh para pemangku kepentingan

Untuk mencapai **Road Map Health and Nutrition Credibility Plan 2015** dengan tiga strategi implementasi tersebut di atas, kami merumuskan 4 aksi kunci (*key actions*) yang tercermin dalam kerangka strategis (*strategic framework*) sebagai berikut:

NUTRISI UNTUK BANGSA – Sarihusada sebagai sebuah perusahaan nutrisi yang kredibel

Sarihusada sebagai Mitra Ahli
Mendukung riset dan berbagi informasi mengenai malnutrisi

Sarihusada sebagai penggerak solusi
Menciptakan solusi produk bernutrisi yang enak dan terjangkau

Sarihusada sebagai penggagas edukasi
Mendorong pendidikan nutrisi dan kesehatan kehamilan di tingkat menengah ke bawah

Membawa “NUTRISI UNTUK BANGSA” dalam kehidupan – Aksi Kunci

#1 Membangun pelibatan internal yang solid

#2 Membangun kepercayaan nutrisi “360 minggu pertama”

#3 Kepemimpinan dalam inisiatif “solusi nutrisi”

#4 Gerakan visibilitas komunikasi

CARBON FOOTPRINT ROAD MAP 2009-2013

Untuk menghadapi tantangan dalam berbagai isu terkait perubahan iklim, kami menyusun perencanaan strategis yang disebut dengan **Carbon Footprint Road Map** untuk periode 2009-2013. Dalam perencanaan kami, diharapkan terjadi penurunan emisi karbon hingga tahun 2013 sebanyak kurang lebih 30% dari jumlah karbon yang kami lepaskan pada tahun 2008. Tentu saja pencapaian ini tidak dapat dilakukan dalam sekejap tetapi kami laksanakan secara bertahap.

Pada tahun 2009 misalnya, target pengurangan emisi karbon kami adalah 2,8% dari jumlah emisi tahun 2008. Kemudian pada tahun 2010 dan 2011, target pengurangan emisi adalah 8% dan 8,5% dari jumlah emisi tahun dasar yang sama, yaitu 2008. Hingga akhirnya pada tahun yang akan datang, yaitu 2012 dan 2013 kami menargetkan penurunan jumlah emisi sebesar 12%.



Proses produksi susu di pabrik Sarihusada. Sektor ini turut ditingkatkan efisiensinya demi mencapai target penurunan emisi.

RENCANA SARIHUSADA BAGI KEBERLANJUTAN (ROAD MAP) (1.2.)

Berbagai inovasi dan inisiatif kami kembangkan untuk menurunkan emisi karbon secara keseluruhan.

Berbagai langkah strategis kami lakukan untuk mencapai target pengurangan emisi karbon. Di antaranya adalah peningkatan produktifitas dan efisiensi energi. Selain itu aktifitas logistik yang juga menyumbangkan emisi karbon dari kegiatan transportasi kami benahi agar dapat mencapai target pengurangan emisi karbon. Tidak ketinggalan berbagai inovasi dan inisiatif kami kembangkan,

baik dalam hal pengembangan pemasok, perbaikan proses pengemasan hingga rencana penggunaan bio masa, yang semuanya bertujuan untuk menurunkan emisi karbon secara keseluruhan.

Berikut ini adalah perencanaan strategis kami untuk melakukan pengurangan emisi karbon hingga tahun 2013:

Perencanaan strategis kami untuk melakukan pengurangan emisi karbon hingga tahun 2013 terlampir pada Gambar Carbon Footprint Road Map Sarihusada 2009-2013.

	2009	2010	2011	2012-2013
Target Pengurangan Emisi	2,8%	8%	8,5%	5,5% (2012) dan 6% (2013)
Pencapaian	Berkurang 2,8% dari jumlah emisi tahun 2008	Bekurang 8,2% dari jumlah emisi tahun 2008	Berkurang 8.5% dari jumlah emisi tahun 2008	Diperkirakan akan berkurang 12% dari jumlah emisi tahun 2008
Strategi	Sosialisasi melalui SGIA (perlombaan inovasi)	Sosialisasi melalui SGIA (perlombaan inovasi)	Melalui efisiensi energi dan peningkatan produktifitas (3,4%), perbaikan kegiatan logistik (1%) dan pengembangan pemasok (4,1%)	Melalui efisiensi energi (3,5%) dan peningkatan produktifitas (3,4%), perbaikan kegiatan logistik (1%), dan konversi energi dari bahan bakar minyak ke gas alam (4,1%)

← Total pengurangan emisi karbon 30% →

PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Komunikasi intensif yang nyata dengan Key Opinion Leader (KOL) guna membangun kredibilitas ilmiah perusahaan.

Aspek penelitian dan pengembangan semakin dituntut untuk melakukan inisiatif setelah Road Map 2015 dicanangkan. Sebagai perusahaan, kami tidak akan berhenti melakukan penelitian dan pengembangan untuk meningkatkan pengetahuan dan kapasitas individu dalam hal formulasi produk, teknologi produksi dan kemasan, sehingga dapat mendorong inovasi dan renovasi proses produksi. Divisi Penelitian dan Pengembangan Sarihusada yang menjadi bagian dari *Danone Research* sejak tahun 2008 akan dikembangkan untuk meningkatkan kapasitas global bagi penguatan kemampuan lokal dalam hal inovasi dan perbaikan sesuai dengan kualitas

berstandar internasional.

Salah satu pencapaian paling signifikan adalah keterlibatan dalam menganalisa dan merumuskan strategi perusahaan ke depan dalam workshop dengan ahli dan pihak eksternal lain. Disamping itu keputusan untuk membangun komunikasi intensif yang nyata (*visibility*) dengan KOL (*Key Opinion Leader*), BPOM, universitas dan masyarakat, guna membangun kredibilitas ilmiah perusahaan. Pada akhirnya, berbagai penelitian yang kami lakukan tentunya dalam rangka untuk menemukan produk berkualitas internasional dengan harga terjangkau bagi semua elemen masyarakat di Indonesia.



Kegiatan riset di Sarihusada sangat penting dalam menciptakan produk berkualitas internasional dengan harga terjangkau bagi masyarakat Indonesia.

RENCANA SARIHUSADA BAGI KEBERLANJUTAN (ROAD MAP) (1.2.)

PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA

Divisi Sumber Daya Manusia (SDM) yang kami miliki menyelenggarakan berbagai program pelatihan dan pengembangan sesuai sistem dan tata nilai, serta budaya kepemimpinan Danone (*Danone Leadership Culture*) yaitu CODE. Divisi Pengembangan Sumber dan Pemasok (*Source and Supplier Development*) yang dibentuk tahun 2009 diharapkan mampu mendukung organisasi menuju perusahaan nutrisi terkemuka pada tahun 2015.

Lebih lanjut lagi, kami tetap melanjutkan program *Flash Training* dan *Danone Campus* pada tahun 2010. Hal ini sesuai komitmen perusahaan untuk mengembangkan kompetensi dan kapasitas SDM dari sisi efisiensi kerja dan kesiapan menjalankan peran yang lebih besar pada tahun-tahun yang akan datang. Hingga kini kami masih menggunakan *HIRIS on-line system* untuk melakukan *review* pengembangan personal yang lebih baik. Dalam konteks penyiapan pemimpin-pemimpin tangguh di masa depan yang mampu menghadapi lingkungan bisnis yang kompetitif, kami akan tetap melanjutkan

program *management trainee* pada tahun-tahun berikutnya.

Untuk mendukung pengembangan SDM dalam hal jenjang karir dan peningkatan kompetensi tenaga kerja, Sarihusada sebagai bagian dari Danone Group turut berpartisipasi aktif dalam sinergi SDM di dalam Danone Group. Bersama-sama dengan perusahaan yang bernaung di bawah Danone Group di Indonesia, yaitu PT Nutricia Indonesia Sejahtera, PT Tirta Investama (Aqua), PT Danone Dairy Indonesia (Dairy), dan PT Nutricia Medical Nutrition Indonesia (NMN), kami mengikuti FRM (*Functional Resources Meeting*) satu kali dalam setiap triwulan, bagi setiap fungsi dalam organisasi.

Berbagai fungsi dalam perusahaan kami, yaitu Sales, Marketing, Medical, Manufacturing, Supply Chain, Sourcing & Supplier Development, Human Resource, Finance, dan Corporate Affairs Legal & Compliance dan Regulatory Affairs (CALRA), wajib secara bergantian mengikuti FRM. Dalam kegiatan FRM setiap individu dari fungsi yang hadir



Karyawan Sarihusada bersemangat mengikuti pelatihan. Kesempatan pengembangan sumber daya manusia dan karir di Sarihusada tidak hanya dilakukan secara internal tetapi juga bersifat lintas perusahaan Danone Group Indonesia.

Menciptakan kesempatan
berkarir dan pengembangan
sumber daya manusia, serta
mempertahankan karyawan
berpotensi.

mewakili para perusahaan akan berbagi informasi organisasi dan personilnya serta mengeksplorasi kemungkinan untuk mengisi formasi yang kosong dengan membuka kesempatan pertama bagi sumber internal rekrutmen, yaitu dengan mempromosikan atau mentransfer karyawan potensial dari bisnis unit lainnya. Hal ini diharapkan menciptakan kesempatan berkarir dan pengembangan SDM lintas perusahaan di dalam Danone Group di Indonesia dan juga merupakan salah satu strategi dalam mempertahankan karyawan berpotensi (*retention strategy*).



Pusat Riset Inovasi Nutrisi SGM di Sarihusada didukung oleh pengembangan sumber daya manusia yang memperhatikan peningkatan kompetensi dan jenjang karir.



Para peserta pelatihan Sustainability Report Sarihusada. Pengembangan sumber daya manusia di Sarihusada juga mencakup aspek pelaporan keberlanjutan.

RENCANA SARIHUSADA BAGI KEBERLANJUTAN (ROAD MAP) (1.2.)

PRODUKSI DAN LINGKUNGAN KERJA

Kami percaya bahwa keselamatan merupakan indikator yang sama pentingnya dengan kualitas maupun indikator kinerja lainnya. Meski terjadi peningkatan produksi, kami tetap berkomitmen menjaga dan meningkatkan keselamatan karyawan di lingkungan kerja.

Health & Nutrition Credibility Plan 2015 akan mendorong adanya kebutuhan untuk peningkatan kapasitas produksi. Untuk itu, kami akan melakukan beberapa upaya dan pendekatan peningkatan manajemen sistem produksi sambil tetap menjamin kondisi lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi manusia. Kami percaya bahwa keselamatan merupakan indikator yang sama pentingnya dengan kualitas maupun indikator kinerja lainnya. Untuk itu, meski terjadi peningkatan produksi, kami tetap berkomitmen menjaga dan meningkatkan keselamatan karyawan di lingkungan kerja melalui implementasi menyeluruh tahapan lanjutan program WISE (*Work in Safe Environment*).

Pelaksanaan program WISE dilakukan secara menyeluruh di lingkungan kerja kami, misalnya dalam hal penggunaan Alat Pelindung Diri (APD) dan penyediaan perlengkapan darurat *fire extinguisher*, *first aid* dan perlengkapan lainnya. WISE menjadi panduan keselamatan dan kesehatan kerja baik di pabrik, toko, gudang, kantor bahkan

juga jalan raya. Secara rutin kami juga melakukan *Safety Talk* dan audit secara internal dan eksternal. *WISE Safety Leadership Training* kami adakan bagi manajemen agar dapat menciptakan rasa aman di lingkungan kerja bagi para karyawan. Sosialisasi mengenai WISE juga diberikan sampai ke departemen distribusi, pemasaran dan penjualan melalui kegiatan *road show*. Ini merupakan upaya kami terus menerus untuk meningkatkan kualitas kerja dalam rangka pendukung berbagai target pencapaian *Road Map* kami di masa depan.



Lingkungan pabrik Sarihusada dapat memberikan rasa aman bagi bekerja para karyawan melalui Program WISE.



KINERJA
KEBERLANJUTAN
SARIHUSADA
2010-2011



Jika terdapat keluhan atau kasus pada produk tertentu, kami dengan cepat dapat menelusuri pergerakan produk sampai ke distributor dan toko. Jika diperlukan, kami dapat melakukan penarikan (*recall*).



Produk kami siap dikemas dan dipasarkan. Jika diperlukan, kami dapat menjalankan tracking system" untuk melindungi konsumen.

Kredibilitas bukan merupakan satu-satunya sasaran kunci, bagi kami masih ada sejumlah prinsip utama yang juga bernilai tinggi secara organisasi perusahaan. Terdapat beberapa aspek kunci lain yang harus selalu diperbarui baik dalam pengelolaan maupun kinerja teknis. Aspek-aspek tersebut adalah:

1. Melindungi Konsumen
2. Mengayomi Karyawan
3. Melestarikan Lingkungan Hidup
4. Memperhatikan Masyarakat

Seluruh aspek tersebut akan selalu dikelola secara proporsional berdasarkan keseimbangan dan reputasi pengelolaan bisnis.

Keputusan untuk melindungi konsumen menjadi salah satu prioritas utama dalam daftar prioritas tanggung jawab sosial kami. Konsumen merupakan pemangku kepentingan yang penting dalam mempengaruhi keberlanjutan perusahaan sehingga kebutuhan mereka perlu diperhatikan dan dipenuhi, di antaranya adalah kebutuhan akan rasa aman ketika hendak membeli dan

mengonsumsi produk kami. Oleh sebab itu upaya memberikan perlindungan akan rasa aman bagi konsumen tersebut kami lakukan mulai dari hulu hingga hilir, yaitu sejak pada tahap pengembangan konsep, penelitian dan pengembangan produk, proses sertifikasi, produksi, penyimpanan dan logistik, distribusi, pemasaran dan penjualan, sampai dengan penggunaan dan pembuangan. Kami menata dan memantau tiap tahapan pada pola daur hidup produk tersebut guna menjamin kesehatan dan keamanan pangan bagi konsumen secara ketat. **(PR1)**

Salah satu mekanisme yang sudah berjalan untuk melindungi konsumen adalah melalui *tracking system*, yang mencatat informasi produksi, jumlah, tujuan pengiriman, dan kadaluarsa secara terintegrasi dengan distributor kami. Dengan demikian jika terdapat keluhan atau kasus pada produk tertentu, kami dengan cepat dapat menelusuri pergerakan produk sampai ke distributor dan toko. Jika diperlukan, kami dapat melakukan penarikan (*recall*) atas produk tersebut.



Anak-anak dalam salah satu cuplikan iklan Sarihusada. Kami berupaya agar kegiatan pemasaran kami semaksimal mungkin mengikuti "Danone Baby Nutrition Charter".

Selaras dengan implementasi Kode Etik Perilaku Perusahaan, Kebijakan Anti Fraud, Kode Etik Pemasaran dan Danone BCP, Sarihusada menunjukkan komitmennya untuk melindungi konsumen melalui:

1. Penerapan Kode Etik Pemasaran yaitu:
 - Memberikan informasi, edukasi,

dan promosi mengenai pentingnya ASI eksklusif bagi bayi kepada konsumen.

- Menekankan bahwa ASI merupakan nutrisi terbaik bagi bayi dan susu formula merupakan alternatif bagi ibu yang tidak dapat menyusui karena alasan medis.

- Tidak melakukan promosi susu formula untuk anak dibawah 1 tahun.
2. Menjaga keamanan makanan dan kepentingan konsumen melalui proses yang sesuai dengan ketentuan dari WHO Code dan Codex:
 - Menyajikan produk-produk bermutu dan aman dengan harga terjangkau.
 - Melakukan pengendalian maksimal rantai pasokan serta bertanggungjawab penuh atas bahan baku yang digunakan dalam produksi.
 - Memiliki prosedur pengaduan dan penarikan (serta kebijakan privasi konsumen).

3. Bioteknologi:
 - Memastikan tidak akan pernah menggunakan bahan-bahan dari hasil rekayasa genetika dalam pembuatan produk-produk bernutrisi khusus.

Selama dua tahun terakhir ini, tidak ada insiden atau pelanggaran aturan Kode Etik Pemasaran, dan standar dalam hal



Model Sarihusada yang mencerminkan keluarga sehat. Edukasi nutrisi dan ASI Eksklusif merupakan salah satu upaya kami untuk menyehatkan keluarga Indonesia.



Selama dua tahun terakhir ini, tidak ada insiden atau pelanggaran aturan Kode Etik Pemasaran dan standar dalam hal kesehatan dan keamanan produk maupun dalam aspek penyediaan informasi melalui label kemasan (*labelling*).

kesehatan dan keamanan produk maupun dalam aspek penyediaan informasi melalui label kemasan (*labelling*) bagi konsumen. Hasilnya adalah pemenuhan ketentuan hingga 100% sehingga secara signifikan tidak ada secuil aspek yang dapat mengganggu kualitas keamanan dan kesehatan produk Sarihusada. Komitmen kami untuk melindungi konsumen tercermin pada penyajian informasi, baik dalam bentuk teks ataupun gambar yang mudah dimengerti konsumen, pada seluruh

kemasan produk yang lengkap mencakup: **(PR2) (PR4) (PR3)**

1. Unsur bahan produk.
2. Unsur berbahaya signifikan yang dalam produk.
3. Cara penggunaan.
4. Cara pembuangan.

Kebijakan dan praktik atas informasi produk kami mengacu pada perundangan yang berlaku yaitu Pedoman Pencantuman Informasi Nilai Gizi pada Label Pangan, Pedoman Periklanan Pangan, Pengawasan Klaim dalam Label dan Iklan Pangan serta WHO Code. Setiap label pada produk kami mengkomunikasikan komposisi bahan baku termasuk juga informasi mengenai lesitin dan perisa, dan kadar lemak, kolesterol, protein, karbohidrat, serat, vitamin, dan mineral. Khusus produk SGM Soya dan SGM LLM+, pada label produk terdapat keterangan mengenai fungsi produk untuk membantu bayi dan anak yang intoleran terhadap laktosa dan protein susu sapi. Kami tidak menggunakan penguat rasa dalam proses produksi tetapi masih



Produk Gizikita, konsumen dapat menemukan teks ataupun gambar yang mudah dimengerti pada kemasan produk Sarihusada.

menggunakan zat pewarna makanan sesuai dengan ketentuan yang diperbolehkan pada batas aman kesehatan manusia. **(FP8)**

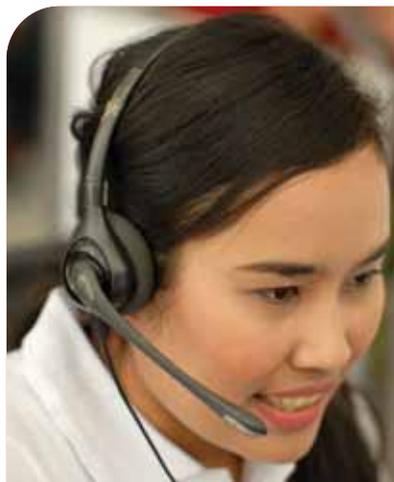
Dalam beberapa tahun terakhir ini, kami mencoba melakukan pengurangan kadar gula dalam produk-produk kami. Namun pengurangan ini baru dilakukan bertahap tanpa mengurangi kadar kesukaan konsumen terhadap produk kami tersebut. Kami menyadari bahwa upaya pengurangan ini belumlah maksimal dan perlu ditingkatkan lagi melalui penelitian yang mendalam serta diimbangi dengan peningkatan kandungan produk yang baik bagi ibu dan anak. Ini adalah bagian dari rencana solusi nutrisi yang akan kami hadirkan di masa depan. **(FP6)**

Pencapaian kami dalam melindungi konsumen tentu harus dapat didefinisikan dengan tolok ukur keberhasilan, salah satu diantaranya adalah kepuasan konsumen. Kami menerima keluhan pada setiap kategori produk dengan menggunakan metode penyediaan *customer service* yang dapat

dihubungi konsumen melalui e-mail, telepon bebas pulsa dan SMS (*Short Message Service*). Penggunaan SMS sebagai *customer complaint mechanism* (mekanisme keluhan konsumen) baru diadakan pada tahun 2010 dan 2011 sebagai perwujudan komitmen kami untuk lebih memperhatikan konsumen. Dengan adanya SMS ini, jumlah keluhan konsumen meningkat cukup tajam dari tahun-tahun sebelumnya sehingga kami bisa lebih mendengarkan dan mengetahui status kepuasan konsumen kami dan hal-hal yang terjadi di lapangan.

Untuk memudahkan penanganan keluhan dan perbaikan kinerja kepuasan konsumen masa depan, kami membagi keluhan konsumen yang masuk berdasarkan 3 (tiga) kategori, yaitu:

1. *Product Related*; keluhan kualitas dan dampak penggunaan produk, misalnya merasakan sakit setelah mengonsumsi produk Sarihusada.
2. *Packaging*; keluhan terhadap kondisi kemasan produk.



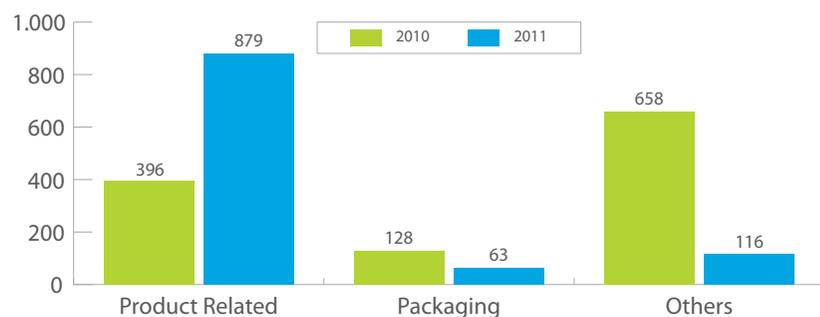
Call center kami menangani keluhan yang masuk untuk menjamin kepuasan konsumen.

3. *Others*; keluhan lainnya yang tidak masuk ke dalam kategori di atas.

Di antara ketiga kategori tersebut, pada tahun 2011 keluhan terbanyak yang masuk adalah kategori *product related* dengan total 879 keluhan. Hal ini berbeda dengan data panggilan keluhan tahun 2010 dengan kategori *others* yang memiliki jumlah keluhan terbanyak, yaitu sebanyak 658 keluhan. Total keluhan yang masuk dan tercatat pada kami ada sebanyak 1.182 keluhan pada tahun 2010. Jumlah ini menurun sekitar 10% pada tahun 2011 menjadi 1.058 keluhan.

Selain penanganan keluhan konsumen, kami menerapkan mekanisme yang seragam atas pengamanan dan keselamatan produk pangan di setiap lokasi. Hal ini kami lakukan melalui sertifikasi manajemen mutu ISO 9001 dan ISO 22000. Selama tahun 2010 dan 2011 tidak kurang dari 64 ribu ton produk kategori *children* dihasilkan dari pabrik Sarihusada yang disertifikasi. Selain itu terdapat pula 4 ribu ton produk kategori *Mom* dan *Specialties* diproduksi Nutricia dan Tiga Raksa Satria. **(FP5)**

Grafik Panggilan Keluhan Berdasarkan Kategori Keluhan Tahun 2010-2011 (PR5)



Tabel Jumlah Produksi Tahun 2010-2011 Berdasarkan Lokasi yang Disertifikasi (FP5)

Lokasi yang Disertifikasi	Jumlah Produksi Berdasarkan Kategori Produk (Dalam Ton)		
	Children	Mom	Specialties
Sarihusada	64,275	-	-
PT NIS	-	-	1,616
Tiga Raksa Satria	-	2,186	-

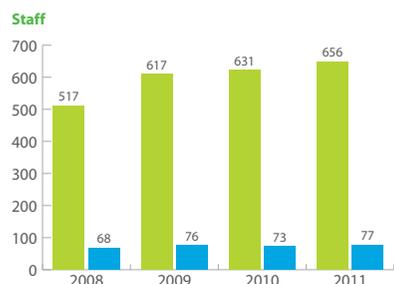
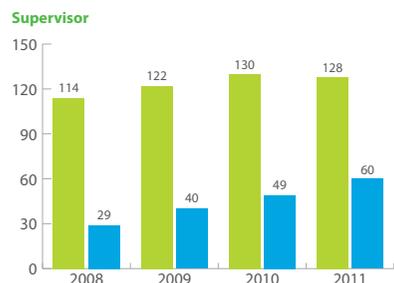
Catatan: * Nutricia Indonesia Sejahtera (NIS) membuat produknya di Sarihusada
** Tiga Raksa Satria merupakan subkontraktor Sarihusada untuk produk Lactamil

Pada tahun 2011 keluhan terbanyak yang masuk adalah kategori "*product related*" dengan total 879 keluhan.

Kami menyadari bahwa peran penting kami bagi ibu dan anak yang selayaknya lebih dari sekedar pemasok nutrisi. Demi kelangsungan usaha dan menjaga penyediaan manfaat nutrisi bagi konsumen, kami menjaga risiko-risiko yang dapat mengancam pasokan produk. Salah satunya adalah pelanggaran HAM oleh pemasok atau mitra kami. Untuk itu kami melakukan *screening* aspek HAM sebagai salah satu persyaratan yang berlaku 100% bagi pemasok atau mitra kami sebagaimana ditunjukkan pada komitmen tiap pemasok atau mitra kami sebelum bekerjasama. Komitmen ini dikenal dengan nama *Suppliers Code of Conduct* (SCOC). **(HR2)**

Salah satu hal paling utama dalam **Health and Nutrition Credibility Plan 2015** Sarihusada adalah menjadi perusahaan nutrisi terkemuka di Indonesia. Penerjemahan teknis dari keseluruhan rencana strategis dan indikator utama keberhasilannya akan tergantung pada kapasitas dan kompetensi karyawan di setiap tingkatan fungsi kerja mereka. Kebijakan pengembangan karyawan guna mempertinggi kualitas individu terus menerus dilaksanakan dalam kesetaraan. Sarihusada menganggap karyawan adalah mitra yang sejajar. Hubungan baik yang berjalan serasi terjadi di Sarihusada dan hal ini terlihat dari tidak adanya gangguan operasional akibat

Grafik Data Karyawan Berdasarkan Gender dan Status Tahun 2008-2011 (LA1)



perselisihan manajemen dengan karyawan atau tuntutan buruh yang berakibat demonstrasi dan kehilangan waktu kerja. (FP3)

Komitmen Sarihusada terhadap karyawan, dinyatakan dalam berbagai aspek pada Kode Etik Perilaku dan beragam kebijakan dan program terhadap karyawan. Meskipun demikian, adanya berbagai upaya kami untuk memberikan yang terbaik bagi karyawan tidak terlepas dari kekurangan dalam hal ketenagakerjaan. Misalnya di dalam Perjanjian Kerja Bersama (PKB) belum mencantumkan klausul pemberitahuan dini dan negosiasi dengan karyawan jika terjadi perubahan operasional yang signifikan. Hal ini sudah menjadi catatan kami untuk perbaikan dalam merumuskan PKB yang berikutnya. (LA5)

Karyawan yang berada dalam naungan perusahaan merupakan sumber daya potensial bagi perusahaan kami. Secara garis besar jumlah total karyawan pada akhir tahun 2011 adalah 1.030 orang, dengan jumlah karyawan laki-laki sebesar 859 orang dan jumlah karyawan

perempuan sebanyak 171 orang. Jumlah karyawan ini mencakup tenaga kerja kami yang berada di Jakarta ataupun wilayah operasional Sarihusada lainnya. Kapasitas tenaga kerja kami tahun 2011 tersebut meningkat dari tahun 2010 yang sebelumnya berjumlah total 983 orang, dengan jumlah laki-laki 832 orang dan jumlah perempuan 152 orang.



Karyawan Sarihusada selesai bekerja dan bersiap pulang ke rumah. Di tempat kami, karyawan merupakan mitra sejajar dan hubungan baik perlu dijaga.

PENGEMBANGAN KETENAGAKERJAAN & KESEJAHTERAAN KARYAWAN



Kegiatan pelatihan Ayo Melek Gizi (AMG) di Sarihusada. Peningkatan kompetensi seperti ini semaksimal mungkin sesuai dengan bidang dan pekerjaan karyawan.

Selain karyawan menyumbangkan 5% dari gajinya untuk dana pensiun mereka, Sarihusada juga menyetor dana cadangan dan memaksimalkan portfolio investasi untuk penyediaan dana pensiun.

Sarihusada menjamin lingkungan kerja yang bersih, sehat dan aman. Perlindungan kerja dan kepedulian terhadap karyawan diwujudkan melalui asuransi jiwa dan cacat fisik, asuransi kesehatan, cuti hamil dan dana pensiun. (LA3)

Di tempat kami, penilaian kinerja formal sebagai dasar kompensasi dan strategi pengembangan karyawan dilakukan terhadap semua karyawan sesuai dengan mekanisme penilaian yang berlaku. Peningkatan kompetensi karyawan sesuai dengan bidang dan pekerjaannya sangat diperhatikan manajemen Sarihusada. Secara korporat Danone Group telah memiliki kompetensi fungsional yang telah didefinisikan dan terbuka untuk diadopsi dengan atau tanpa penyesuaian disetiap bisnis unit sesuai kebutuhan spesifik dari bisnis unit yang bersangkutan. Untuk tahap awal di 2011, Departemen *Sales, Medical*, dan *Operation* telah mulai mencoba mengaplikasikan penilaian kompetensi untuk personilnya. (LA12)

Dalam hal menjaga kesetaraan dan

kesempatan dalam berkarir dan pengembangan sumber daya manusia, Danone Group telah memiliki perangkat audit DWF. Salah satu elemen di dalamnya adalah HAM yang secara nyata memastikan agar manajemen setiap bisnis unit dalam Danone Group memiliki perhatian dan komitmen kongkrit untuk memberikan kesetaraan kesempatan dalam hal karir dan pengembangan bagi wanita maupun pria. DWF ini sudah berlaku di seluruh golongan (level) karyawan, khususnya di level manajerial.

Lebih lanjut lagi, kami menyadari bahwa regenerasi di dalam sumber daya manusia merupakan salah satu faktor pendukung keberlanjutan perusahaan. Oleh sebab itu pengembangan karir di lingkungan Sarihusada dilakukan dengan mempertimbangkan umur dan kompetensi karyawan. Ini merupakan tantangan kami dalam pengembangan ketenagakerjaan, bahwa kompetensi harus terus ditingkatkan seiring dengan bertambahnya umur pekerja agar terjadi peralihan posisi, tanggung jawab dan karir sambil terus melahirkan inovasi

Tabel Jumlah Karyawan Berdasarkan Kategori Karyawan dan Umur per 31 Desember 2011 (LA13)

Kategori Karyawan	Gender	Jumlah Karyawan Berdasarkan Usia			Total
		< 30	30 - 50	> 50	
Manager	L	3	66	6	75
	P	1	33	0	34
Tenaga Kerja	L	27	94	7	128
	P	37	23	0	60
Staff	L	114	512	30	656
	P	21	55	1	77
TOTAL	L	144	672	43	859
	P	59	111	1	171

Kebijakan standar remunerasi Sarihusada yang berada di atas Upah Minimum Regional (UMR) menunjukkan adanya perhatian atas kesejahteraan karyawan. Hal ini berlaku bagi seluruh karyawan kami.

terbaru yang memberikan nilai bagi perusahaan dan pemangku kepentingan sekitar.

Ketersediaan dana pensiun kami diadakan dengan mengacu kepada Undang-undang Republik Indonesia No.13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Selain karyawan menyumbangkan 5% dari gajinya untuk dana pensiun mereka, Sarihusada juga menyetor dana cadangan dan memaksimalkan portfolio investasi untuk penyediaan dana pensiun. Pada akhir tahun 2011, estimasi kewajiban dana pensiun kami adalah sebesar

Rp 200.082.626.000,- dan kami sudah memiliki kemampuan dana cadangan sebesar Rp 147.515.380.000,-. (EC3)

Kami juga memastikan kondisi kerja, dukungan tenaga kerja, serta pengembangan karir melalui pelatihan dan pembinaan. Kebijakan perekrutan bersifat non diskriminatif dan murni berdasarkan proses rekrutmen dan kualifikasi. Selain itu, kami mendorong keterlibatan aktif para karyawan dalam proses pengambilan keputusan perusahaan. Kebijakan ketenagakerjaan kami memperhatikan adanya potensi keahlian individu lokal. Pada 4 tahun terakhir ini kami memberi kesempatan

Grafik Jumlah Senior Manajer Sarihusada Tahun 2008-2011 (EC7)



Grafik Upah Minimum Regional di Jakarta dan Yogyakarta Tahun 2008-2011 (dalam Rupiah)



Grafik Rasio Gaji Karyawan Terendah (Entry Level) terhadap UMR Tahun 2008-2010 (EC5)



bagi warga negara Indonesia untuk menduduki 100% posisi manajer senior, yaitu *Departemen Head*. (EC7)



Karyawan Sarihusada melakukan pertemuan di tempat kerja. Sebagai karyawan Sarihusada, kebebasan untuk berserikat dan berkumpul dijamin penuh oleh Sarihusada.

Kebijakan standar remunerasi Sarihusada yang berada di atas Upah Minimum Regional (UMR) menunjukkan adanya perhatian atas kesejahteraan karyawan. Hal ini berlaku bagi seluruh karyawan kami.

Kebebasan berserikat dan berkumpul serta hak bernegosiasi karyawan secara kolektif dihargai di lingkungan operasional kami. Serikat pekerja kami, disebut dengan Perkasa (Persatuan Karyawan Sarihusada), menjadi jalur dialog antara manajemen dengan

tenaga kerja. Dalam dua tahun terakhir, kami tidak menerima laporan adanya ancaman dan larangan untuk mendirikan dan mengelola serikat pekerja di wilayah operasional Sarihusada. Berbagai klausul, seperti Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3), mekanisme keluhan karyawan dan pengembangan karyawan, yang tercakup dalam perjanjian formal antara Sarihusada dengan serikat pekerja juga menunjukkan adanya tanggung jawab perusahaan untuk mengayomi karyawan. (HR5)

Tabel Isu yang Tercakup di Dalam Kesepakatan Formal Perusahaan dengan Serikat Pekerja (LA9)

Isu di Tingkat Global

- Kepatuhan terhadap ILO
- Pengaturan atau struktur untuk menyelesaikan masalah
- Komitmen untuk menerapkan standar target kinerja

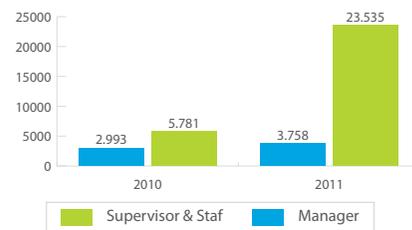
Isu di Tingkat Lokal

- Alat pelindung diri
- Komite K3 gabungan manajemen-pekerja
- Pelatihan dan pendidikan
- Mekanisme *complaint*
- Hak untuk menolak bekerja di tempat yang tidak aman
- Keikutsertaan wakil pekerja dalam investigasi kecelakaan, inspeksi dan audit K3
- Inspeksi berkala

Perwujudan komitmen Sarihusada untuk mengembangkan potensi sumber daya manusia dapat dilihat dari meningkatnya alokasi jam pelatihan rata-rata bagi karyawan. Pada tahun 2011, alokasi jam pelatihan rata-rata bagi karyawan meningkat dibandingkan dengan alokasi tahun sebelumnya. Penambahan jumlah jam pelatihan karyawan sangat signifikan pada kelompok karyawan non-manager di tahun 2011. Jika sebelumnya jam rata-rata pelatihan hanya 6,6 jam per orang maka pada tahun 2011 angka ini melonjak menjadi 25,9 jam per orang.

Bentuk pelatihan bagi karyawan dapat diselenggarakan secara internal dan eksternal, bekerja sama dengan berbagai pihak terkait. Pelatihan mencakup berbagai program peningkatan keterampilan dan juga dalam rangka persiapan masa pensiun. Untuk memastikan bahwa pelatihan berjalan efektif, *post-test* dan *pre-test* dilakukan agar diketahui jika peserta memahami materi pelatihan yang diberikan. (LA11) (LA12)

Grafik Alokasi Jam Pelatihan Karyawan Sarihusada Berdasarkan Kategori Karyawan Tahun 2010-2011 (LA10)



Grafik Alokasi Rata-rata Jam Pelatihan Karyawan Sarihusada Berdasarkan Kategori Karyawan Tahun 2010-2011 (LA10)



HAK ASASI MANUSIA DI TEMPAT KERJA

Berkewajiban untuk menghormati HAM dan menghindari adanya risiko-risiko berbagai aspek HAM

Sebagai sebuah perusahaan yang beretika, Sarihusada tidak melakukan kegiatan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dalam bentuk pekerja paksa atau pekerja wajib. Sarihusada menghormati HAM para karyawan berdasarkan standar Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) berkaitan dengan sikap anti diskriminatif, masalah perburuhan anak, kerja paksa, perundingan bersama, serta kebebasan berserikat. Bilamana diperlukan, Sarihusada akan melakukan tindakan-tindakan alternatif untuk menjamin pelaksanaan aturan. Kami menyadari

sebagai perusahaan yang bernaung di bawah Danone Group berkewajiban untuk menghormati HAM dan menghindari adanya risiko-risiko berbagai aspek HAM tersebut pada kegiatan operasional dan pemasok kami. (HR7)

Kami memahami bahwa isu HAM merupakan hal yang patut diketahui berbagai pihak, termasuk para tenaga keamanan di tempat kami. Penyelenggara jasa keamanan sebagai mitra kami diseleksi ketat terkait hal ini. Kami mensyaratkan setiap staf keamanan untuk memiliki sertifikasi khusus pengamanan resmi dari kepolisian yang didapat melalui pelatihan pengamanan yang memasukkan aspek HAM di dalamnya. (HR8)

Kesetaraan gender seringkali menjadi sebuah isu sensitif di negara-negara Asia, seperti halnya di Indonesia. Meski jumlah pekerja laki-laki kami jauh lebih banyak dibandingkan dengan jumlah karyawan perempuan, namun hal ini bukan disebabkan oleh kebijakan perusahaan,



Karyawan Sarihusada sedang mengangkat bahan baku. Di Sarihusada, kami menghindari adanya praktek pekerja paksa dan pekerja anak.

Grafik Perbandingan Gaji Dasar Karyawan Perempuan dan Laki-laki (LA14)

Periode pembayaran per bulan



Catatan:
Gaji karyawan perempuan dibagi gaji karyawan laki-laki

melainkan oleh karakteristik pekerjaan dan minat kaum perempuan yang kurang untuk melakukan pekerjaan yang bersifat teknik. Kemauan kami untuk mengahgai kesetaraan ditunjukkan melalui kebijakan standar gaji dan tunjangan antara laki –laki dan perempuan yang tidak berbeda jauh. Bahkan gaji dasar karyawan perempuan pada akhir tahun 2011 lebih besar daripada gaji dasar karyawan laki-laki pada semua tingkatan.

Lebih lanjut lagi, sebagai sebuah perusahaan kami menyadari bahwa setiap individu memiliki hak untuk mendapatkan akses kesejahteraan dan sosial ekonomi. Kami tidak memiliki kebijakan untuk mencegah dan menahan tenaga kerja yang ingin mendapatkan penghasilan dan tempat kerja yang lebih baik meski kami akan terus berupaya semampu kami memberi yang terbaik bagi karyawan.

Selain diatur dalam peraturan dan perundangan, kami juga memandang cuti hamil sebagai bagian dari apresiasi kami terhadap aspek HAM. Adalah

sebuah kodrat bagi pekerja perempuan untuk memiliki kesempatan berkeluarga dan melahirkan anak sebagai penyambung generasi masa depan. Oleh sebab itu kami memberikan kesempatan yang luas bagi karyawan perempuan untuk kembali bekerja di Sarihusada setelah mengambil cuti hamil dan melahirkan. Bagi karyawan laki-laki, cuti kelahiran anak berlaku di tempat kami untuk 3 hari saja. Hal ini disebabkan budaya cuti kelahiran bagi para suami jangka panjang yang tidak biasa terjadi di tempat kami.

Hingga diterbitkannya laporan ini, tidak ditemukan insiden pelanggaran HAM di tempat kami dan tidak ada risiko pekerja anak pada kegiatan operasional dan pemasok kami. Hal ini diperkuat dengan adanya audit Danone Way Fundamental di tempat kami sejak 2010. Salah satu aspek yang diaudit adalah pekerja yang bekerja di bawah paksaan dan di bawah umur. **(HR4) (HR6)**

INTEGRITAS INTERNAL

Sarihusada memiliki kebijakan ketat yang menjamin bahwa para karyawan Sarihusada menjaga dan melindungi informasi rahasia yang dapat merugikan posisi daya saing Sarihusada atau para karyawan, pelanggan, atau pesaing, baik secara finansial ataupun lainnya. Selama periode pelaporan, kami berhasil mencegah adanya perilaku bersaing

yang tidak sehat, seperti monopoli, kartel dan konspirasi bisnis yang dapat melemahkan persaingan yang sehat **(SO7)**.

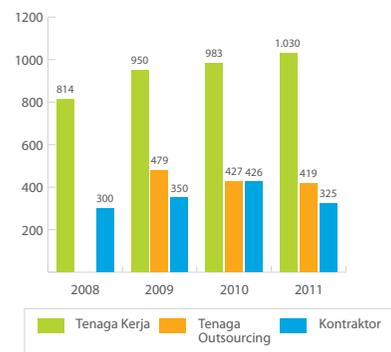
Setiap karyawan Sarihusada, juga diharuskan mematuhi standar etika, moral, dan tata laksana usaha sesuai hukum yang berlaku. Hal tersebut tidak hanya meliputi aspek finansial, namun juga hubungan usaha dan profesionalitas. Setiap tindakan yang melanggar hukum, kebijakan dan prosedur perusahaan tidak akan mendapat toleransi dan langsung dikenakan sanksi. Untuk menghindari terjadinya benturan kepentingan, para karyawan dilarang terlibat dalam kegiatan usaha apapun dari perusahaan pesaing, pelanggan, atau pemasok, kecuali bila diberi wewenang khusus. Kebijakan yang ketat ini berjalan cukup baik sehingga mencegah terjadinya insiden korupsi internal di perusahaan kami. **(SO4)**



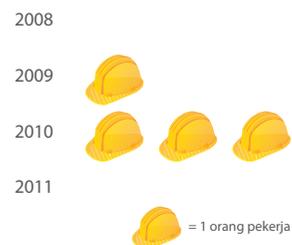
Satuan pengaman di Sarihusada siap bertugas. Sebagai bagian dari Sarihusada, satuan pengaman juga diharuskan memenuhi standar etika, moral dan ketentuan hukum.

PERLINDUNGAN LINGKUNGAN KERJA

Grafik Jumlah Tenaga Kerja yang Keselamatan Kerjanya Menjadi Tanggung Jawab Sarihusada Tahun 2008-2011 (LA7)



Grafik Jumlah Pekerja yang Meninggal Karena Kecelakaan Kerja Tahun 2008-2011 (LA7)



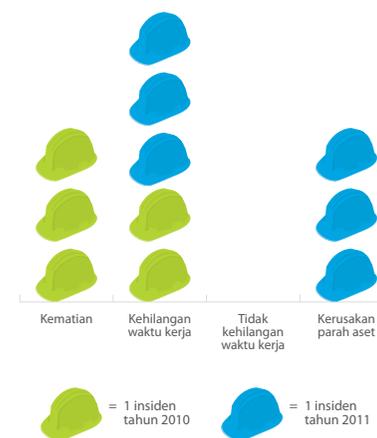
Sumber daya manusia bagi Sarihusada merupakan pemangku kepentingan yang harus dikembangkan dan dilindungi dalam kegiatan operasional sehari-hari. Dari seluruh jumlah karyawan tetap yang kami pekerjakan, 100% terlindungi dalam Perjanjian Kerja Bersama. Ini merupakan perwujudan upaya kami untuk melindungi karyawan sebagai salah satu pemangku kepentingan kami yang berharga. Langkah lain yang kami ambil untuk mencapai tujuan tersebut adalah adanya Komite Kesehatan dan Keselamatan Kerja (Komite K3) di tempat kami yang tugas utamanya melindungi setiap individu di tempat kerja dan membantu memonitor serta memberi nasihat mengenai program keselamatan kerja di level pabrik dan yang lebih tinggi lagi. Komite K3 dibentuk dari perwakilan manajemen dan karyawan dan dianggap dapat mewakili 100% tenaga kerja. (LA4) (LA6)

Demi memaksimalkan manfaat dan kinerja Komite K3 Sarihusada, badan ini berada dalam struktur formal perusahaan dan bekerja sesuai dengan

standar prosedur operasi baku yang tertulis. *Review* terhadap struktur Komite K3 dilakukan setiap 2 tahun dan selama periode pelaporan sudah dilakukan perubahan terhadap Komite K3 agar perlindungan kerja dapat terlaksana dengan lebih baik lagi. (LA6)

Upaya kami dalam aspek K3 mencakup tidak hanya karyawan Sarihusada melainkan juga tenaga *outsourcing* dan kontraktor yang sedang bekerja di wilayah operasional kami. Dalam 4 tahun terakhir, upaya kami dalam aspek K3 telah meminimalkan adanya insiden di tempat kerja yang menyebabkan risiko sumber daya manusia dan hilangnya waktu kerja. Meski demikian, kami mengakui adanya insiden kecelakaan kerja yang memakan korban jiwa 3 orang pekerja kami pada tahun 2010. Investigasi yang kami lakukan terhadap insiden tersebut menjadi sebuah pelajaran bagi kami untuk memperbaiki aspek K3 ke depannya sehingga diharapkan tidak ada lagi nyawa yang hilang dalam insiden kerja di masa datang. Upaya kami membuahkan hasil dengan tidak adanya insiden yang

Grafik Perbandingan Jumlah Kecelakaan Kerja Berdasarkan Jenis Akibat Kecelakaan Tahun 2010 dan 2011



berakibat kematian pada tahun 2011. Sebuah langkah yang kami ambil dalam memperhatikan aspek K3 di Sarihusada adalah dengan melalui pendidikan dan pelatihan K3. Kami menyadari bahwa pekerjaan di Sarihusada memiliki risiko, bahkan di area tanggung jawab yang tidak disadari karyawan. Misalnya tim *marketing* dan *medical* kami yang rawan

terjangkit penyakit. Salah satu contoh lainnya adalah *Devensife Driving / Safety Driving* yang kami jalankan secara internal untuk mengurangi risiko kecelakaan para karyawan kami. Program ini diciptakan mengingat risiko insiden yang cukup tinggi akibat potensi kelelahan karyawan pada saat mengemudi yang cukup besar. (LA8)



Rahmat Suhappy, Operation Director Sarihusada, bersama karyawan melaksanakan pelatihan pemadaman api. Ini merupakan bagian dari kepedulian kami terhadap Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3).



Penggunaan forklift bertenaga listrik di gudang Sarihusada. Beragam upaya kami lakukan untuk melestarikan lingkungan hidup, termasuk di sektor logistik.

Melestarikan lingkungan hidup menjadi kepedulian kami dalam berbisnis. Meski diakui bahwa kami bukanlah sebuah organisasi bisnis yang tanpa cela, namun kami berupaya untuk melaksanakan tanggung jawab dan kepedulian kami terhadap lingkungan hidup sesuai dengan kemampuan kami. Penggunaan material daur ulang misalnya, belum bisa kami lakukan karena kami belum pernah melakukan *assessment* akan hal ini dan menyusun strategi implementasinya. Akan tetapi di sisi lain, sesuai dengan nilai-nilai keberlanjutan kami dan untuk mematuhi regulasi pemerintah, kami sudah tidak menggunakan lagi CFC, R-

21 dan R-22 yang dapat merusak lapisan ozon. **(EN19) (EN2)**

Selama periode pelaporan, kami mengeluarkan investasi pengendalian dan penanganan dampak lingkungan pada berbagai hal yang dirasakan perlu. Investasi tersebut menjadi bagian dari tanggung jawab dan kepedulian kami terhadap lingkungan hidup. Beragam pengeluaran untuk penanganan limbah, pengolahan emisi dan remediasi, serta pencegahan dan pengelolaan lingkungan yang telah kami keluarkan selama periode pelaporan.

Kami juga mengidentifikasi adanya potensi dampak negatif yang timbul terhadap lingkungan sekitar pada berbagai area dan melakukan berbagai inisiatif mitigasi. Pencarian alternatif, membangun budaya kreatif dan penggunaan teknologi kami manfaatkan untuk mengurangi dampak negatif kegiatan operasional kami sehari-hari. Meski kami belum secara spesifik mengukur hasil kuantitatif inisiatif-inisiatif tersebut, namun secara kualitatif kami dapat merasakan dampak yang

positif baik terhadap lingkungan sekitar ataupun dalam bentuk perbaikan proses kerja kami yang lebih baik.

Penanganan dampak negatif terhadap lingkungan hidup juga dilakukan terhadap kegiatan transportasi kami meski dilakukan tanpa program spesifik dan terukur. Secara visual, setiap kendaraan kami tidak diperbolehkan



Kepedulian Sarihusada terhadap lingkungan hidup sesuai dengan kemampuan dan dapat dimulai dari hal yang sederhana, seperti menggunakan air dengan bijak pada saat mencuci tangan.

memiliki asap yang tebal dan hitam yang ditengarai memiliki tingkat polusi yang tinggi. Perawatan rutin dan monitoring kami lakukan terhadap truk logistik dan pengangkut produk, serta mobil dan motor yang digunakan karyawan. Dalam melaksanakan hal ini kami mengacu kepada EMS ISO 14001. **(EN29)**

Menjadi sebuah perusahaan yang berkelanjutan dalam konteks penanganan lingkungan idealnya

memahami rantai nilai produk hingga saat pembuangan (*disposal*). Kami menyadari bahwa produk kami menggunakan kemasan yang akan menjadi limbah sesudah produk kami habis digunakan oleh konsumen. Dalam hal ini kami belum memiliki strategi penanganan untuk mengumpulkan dan mengolah kembali limbah kemasan konsumen kami karena keterbatasan sumber daya dan belum adanya tim yang menangani hal ini. Namun limbah

kemasan tersebut dapat menjadi nilai tambah bagi masyarakat, karena kardus dan karton bekas dapat didaur ulang sehingga masih mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. **(EN27)**

Wilayah operasional kami di Jakarta, Yogyakarta dan Kelaten jauh dari area ekosistem hutan yang dilindungi atau kawasan keanekaragaman hayati yang di dalamnya dilindungi. Demikian pula kegiatan operasional dan produk kami

Tabel Inisiatif Pengurangan Dampak Negatif Perusahaan Terhadap Lingkungan (EN26) (EN18)

Area Dampak	Tindakan / Inisiatif
Penggunaan material	Memilih dan menggunakan material yang tidak mengandung asbestos, tidak menimbulkan kerusakan ozon, tidak karsinogenik.
Penggunaan air	Melakukan daur ulang air <i>condensate</i> dan air pendingin, daur ulang tangki <i>backwash</i> , dan menggunakan kembali air pembuangan akhir.
Emisi gas	Menggunakan bahan bakar gas (CNG).
Efluen air limbah	Menggunakan kembali air pembuangan akhir.
Kebisingan	Menambah peredam getaran, penggunaan tanaman sebagai pembatas untuk meredam getaran suara (<i>green barrier</i>)
Sampah	Melakukan pemilahan sampah dan pemanfaatan sampah organik sebagai kompos
Produk	Memanfaatkan produk <i>reject</i> sebagai pakan ternak. Saat ini 100% produk <i>reject</i> telah dimanfaatkan.
Transportasi	Mengurangi perjalanan bisnis yang jauh dengan menggunakan angkutan umum (pesawat, mobil, kereta api), menggunakan <i>teleconference</i> dan <i>video conference</i>



Demi melindungi lingkungan hidup, Sarihusada sebisa mungkin menghindari eksperimen terhadap ternak sapi.

dapat dipastikan tidak memiliki dampak terhadap ekosistem dan keanekaragaman hayati. Keberadaan kami dapat dianggap aman bagi flora dan fauna. Kami juga tidak menemukan adanya spesies langka yang mungkin terganggu dengan adanya kehadiran kami di wilayah operasional kami Berkaitan dengan hal-hal tersebut, maka kami tidak melakukan pendekatan atau strategi khusus untuk menangani ekosistem dan keanekaragaman hayati. **(EN11) (EN12) (EN13) (EN14) (EN15)**

Komitmen Sarihusada terhadap pelestarian lingkungan hidup tercermin dalam Kode Etik Perilaku Perusahaan:

- **Perlindungan lingkungan:** menjalankan usaha secara sehat dan berkelanjutan, dengan melakukan perbaikan secara kontinyu dampak lingkungan perusahaan dengan mengintegrasikan kinerja lingkungan dalam sistem manajemen dan perancangan produk. Sarihusada juga peduli dengan kesehatan ternak sapi yang digunakan untuk produksi susu dan bahan makanan. Sepanjang metode ilmiah yang lama masih layak dan praktis digunakan, Sarihusada tidak akan menerapkan eksperimen baru terhadap ternak sapi.
- **Kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan:** berusaha memberikan kontribusi terhadap upaya pembangunan berkelanjutan di wilayah usaha Sarihusada. Kami tidak akan melakukan praktek-praktek yang bertentangan dengan upaya pembangunan berkelanjutan. Selain itu Sarihusada mendorong rekrutmen tenaga kerja dari masyarakat setempat serta bekerjasama dengan lembaga akademik sambil berusaha memberikan kontribusi dalam

pengetahuan dan teknologi.

Untuk memastikan kelestarian lingkungan, Sarihusada mengharuskan setiap pemasok untuk mengurangi secara terus menerus dampak lingkungan dari operasinya antara lain dengan:

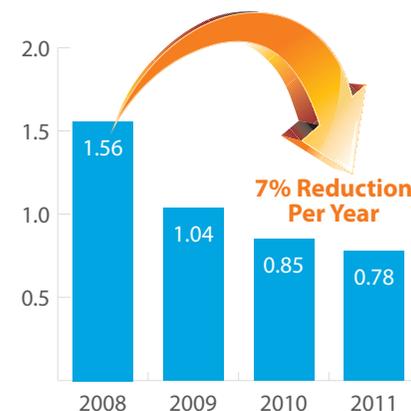
- mengurangi penggunaan energi, air, dan bahan baku;
- mengurangi limbah dan dan emisi;
- mengurangi penggunaan bahan kimia dan pupuk dan tidak menggunakan bahan kimia dan pupuk yang berbahaya bagi kesehatan konsumen;
- menggunakan teknologi ramah lingkungan;
- mencakup dampak lingkungan di dalam rancangan pengembangan produk dan kemasan.

Pemasok susu juga harus mencakup tindakan-tindakan untuk melindungi keberadaan ternak-ternak ini; dan tidak menggunakan ternak dalam penelitiannya.

PENGENDALIAN EMISI DAN KONSUMSI ENERGI

Kami berhasil menurunkan sebanyak 16.000 ton CO₂ pada 2010 dan 24.000 ton CO₂ pada tahun 2011.

Grafik Rata-rata Emisi Karbon (Ton CO₂ Ekuivalen) per Ton Produk Sarihusada



Kepedulian terhadap lingkungan tidak terlepas dari penanganan isu lingkungan global, yakni perubahan iklim dan emisi karbon (CO₂ ekuivalen). Pemakaian energi langsung kami, terutama untuk proses produksi dan logistik, merupakan sumber utama pelepasan emisi karbon ke udara di lingkungan Sarihusada. Selain itu, aktivitas lainnya seperti perjalanan bisnis, baik untuk tujuan domestik atau internasional, produksi yang dikerjakan oleh pihak ketiga (*subcontract*) dan perjalanan karyawan pribadi atau kendaraan umum turut memberikan kontribusi emisi karbon. Semua aktivitas ini menjadi perhatian kami dalam melakukan penurunan emisi karbon.

Kami melakukan audit emisi karbon secara internal dan eksternal dalam rangka pengukuran emisi produk dan Proper. Rata-rata emisi karbon per 1 ton produk kami adalah 0.85 ton CO₂ pada tahun 2010 dan 0,78 ton CO₂ pada tahun 2011. Jumlah rata-rata emisi karbon selama dua tahun tersebut merupakan kelanjutan kesuksesan kami yang secara

bersama-sama di dalam perusahaan berhasil menurunkan rata-rata emisi karbon per ton produk dari 1,56 ton CO₂ pada tahun 2008 menjadi 1,04 ton CO₂ pada tahun 2009. Jika dilihat dari total emisi karbon keseluruhan, kami berhasil menurunkan sebanyak 16.000 ton CO₂ pada tahun 2010 dan 24.000 ton CO₂ pada tahun 2011. Paling tidak, secara rata-rata kami berhasil mengurangi emisi karbon sebanyak 7% per tahun. **(EN18)**

Langkah yang kami ambil untuk menurunkan emisi karbon dilakukan secara bertahap pada berbagai sektor. Di ruang lingkup pabrik misalnya, penurunan emisi terkait erat dengan pengurangan konsumsi energi, termasuk di dalamnya penggunaan listrik, dan penggunaan energi yang beremisi lebih rendah serta perbaikan kegiatan operasional. Beberapa hal yang sudah kami lakukan antara lain penggunaan sumber energi CNG pada pabrik kami, memakai kapasitor dan VSD yang dapat menstabilkan dan menghemat listrik, serta pemakaian *harmonic filter* yang dapat mencegah kehilangan daya listrik. Kombinasi beragam inisiatif tersebut

MELESTARIKAN LINGKUNGAN HIDUP

Menghasilkan penghematan sebesar 3.883.026 KWh dan 8.611.259 KWh pada tahun 2010 dan 2011.

telah menghasilkan penghematan sebesar 3.883.026 KWh dan 8.611.259 Kwh pada tahun 2010 dan 2011. Secara lengkap, langkah penghematan energi yang kami lakukan dapat dilihat pada

Tabel Inisiatif Penghematan Energi. Lebih lanjut lagi, kepedulian kami terhadap pencemaran udara dilakukan tidak hanya pada aspek pelepasan emisi

Tabel Inisiatif Penghematan Energi (EN5)

Inisiatif Penghematan Energi		Jumlah yang Dihemat Tahun 2010 (dalam KWh)
Energizer I	X Power for boiler SH1	58.050
	Feed water heater boiler SH2	1.766.100
	Scrap DD transformer	206.400
	Reduce air pressure compressor at user	150.000
	High efficiency lamp SH1	12.480
	High efficiency lamp SH2	92.820
	Solar cell for lighting SH2	576
	Scrap chilled water supply to compressor SH1	92.880
	Inverter for water treatment pump SH1	13.320
	Pressure different optimization SH1	21.600
	Capasitor bank relocation	720.000
	Compressor optimization	388.800
	Harmonic filter SH-2	360.000
TOTAL		3.883.026

karbon, tetapi juga pada polutan udara lainnya. Sarihusada melakukan pengukuran konsentrasi emisi udara lainnya secara rutin berdasarkan standar yang berlaku umum. Pengukuran antara

lain dilakukan pada konsentrasi *Hazardous Air Pollutant (HAP)*, *Particulate Matter (PM)* dan *Opasitas*. Tabel berikut menunjukkan hasil pengukuran polutan yang kami lakukan secara rutin.

Inisiatif Penghematan Energi		Jumlah yang Dihemat Tahun 2011 (dalam KWh)
Energizer II	Gas conversion SH2	3.177.610
	Replace VSD Compressor system	68.400
	Return all condensate to boiler SH2	513.909
	Biogas Genset for WWTP SH2	138.240
	Replace DSI in CIP kitchen with inline heater (SH-2 : CIP SWB)	237.385
	High efficiency lamp SH2 WH-3 (110+90 titik)	159.120
	Reduce energy for lighting office SH1	2.880
	Harmonic filter in SH01	1.576.378
	Optimizing DMDF HCA (New instalation Jolt)	720.000
	High efficiency lamp SH1	84.240
	Install VSD at damper supply and Exhaust Fan SH-1	237.600
	Replace steam header TFD 500	89.870
	Reduce room pressure Lyndor area	108.000
	Fuel Feed heater boiler SH2	1.144.827
	Optimize chiller with VSD system	280.800
	Optimize AHU seting point	72.000
TOTAL		8.611.259

Tabel Hasil Pengukuran Emisi Udara (EN20)

Parameter Emisi Udara	Konsentrasi	
	2010	2011
NO _x	52.678 (mg/m ³)	203.774 (mg/m ³)
SO _x	16.774 (mg/m ³)	87.353 (mg/m ³)
Hazardous air pollutants (HAP)	14.6%	5.7%
Particulate matter (PM)	104.897 (mg/m ³)	113.127 (mg/m ³)
Opasitas	2%	4%

Tabel Hasil Pengukuran Emisi Udara menunjukkan hasil pengukuran polutan yang kami lakukan secara rutin selama periode Laporan.

Dalam menjalankan kegiatan operasional, kami menggunakan energi yang tidak dapat diperbaharui (*non-renewable energy*) solar diesel, Marine Fuel Oil (MFO) dan LPG. Dari energi primer yang dibeli Sarihusada, sebagian besar dikonversi menjadi energi

intermediate yang berbentuk tenaga listrik. Sumber energi kami berasal dari pemasok dan tidak ada energi yang kami jual ke tempat lain. Sejak tahun 2011, kami mulai menggunakan juga CNG sebagai salah satu sumber energi dengan emisi yang lebih rendah dibanding bahan bakar lainnya. Ini merupakan salah satu upaya kami untuk mengendalikan emisi.

PENGENDALIAN KONSUMSI DAN PEMBUANGAN AIR

Setiap tahun kami mengambil air dari sumur dalam untuk kegiatan operasional produksi. Pada tahun 2010 dan 2011, konsumsi air kami mencapai kurang lebih 513.000 m³ dan 540,700 m³. Meski tidak terpengaruh signifikan karena pengambilan air yang kami lakukan, kami terus melakukan pemantauan terhadap sumber air tersebut dan hingga diterbitkan laporan ini tidak ada

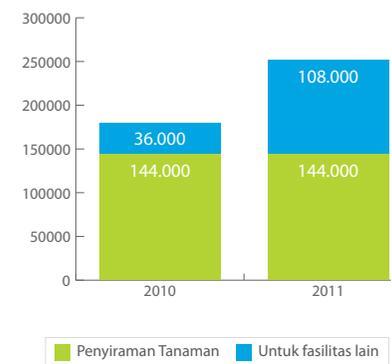
keluhan atas badan air yang kami gunakan. (EN8) (EN9)

Kami berhasil menurunkan rasio penggunaan air per ton produk dari 7,9 M³ pada tahun 2010 menjadi 6,4 M³ per ton produk yang kami hasilkan pada tahun 2011. Penurunan rasio ini merupakan keberhasilan komitmen kami untuk menghargai setiap tetes air yang kami ambil dan melestarikan sumber daya air melalui upaya-upaya perbaikan yang berkesinambungan dalam penggunaan air. Beberapa upaya perbaikan tersebut di antaranya adalah

penggunaan kembali air limbah untuk penyiraman taman dan kebutuhan lain, penggunaan kembali kondensat umpan broiler dan mengefektifkan proses pembersihan. Jumlah air limbah yang berhasil kami daur ulang juga meningkat sekitar 40% dari hanya 180.000 m³ pada tahun 2010 menjadi 252.000 m³ pada tahun 2011.

Ada dua titik akhir aliran air limbah setelah kami gunakan untuk proses produksi, yaitu Sungai Gajah Wong dan Sungai Deleran. Dengan adanya peningkatan jumlah air limbah yang

Grafik Penggunaan Air Daur Ulang Dalam Meter Kubik (EN10)



kami daur ulang, maka jumlah air limbah dari aktifitas kami yang telah kami olah dan alirkan ke titik akhir pembuangan mengalami penurunan. Jika di tahun 2010 air limbah yang dialirkan mencapai 161.426 M³, maka di tahun 2011 air limbah yang dialirkan berkurang menjadi 106.048 M³. Penurunan ini berhasil dicapai, selain melalui penggunaan kembali air limbah untuk penyiraman taman, juga melalui upaya-upaya efisiensi penggunaan air di unit produksi dan penggunaan air untuk keperluan umum.

Lebih jauh lagi, sebagai perwujudan tanggung jawab kami untuk menjaga

kedua sungai tersebut sesuai dengan standar baku mutu, kami melakukan pengolahan air limbah dengan metode *aerob* dan *anaerob*. Pengukuran air limbah dilakukan secara rutin untuk memastikan kualitas air limbah sesuai dengan ketentuan sebelum dialirkan ke badan sungai. Dalam dua tahun terakhir hingga penyusunan Laporan ini, kami belum menerima pengaduan terganggunya badan air dan keanekaragaman hayati akibat pembuangan air limbah yang kami lakukan. (EN25)

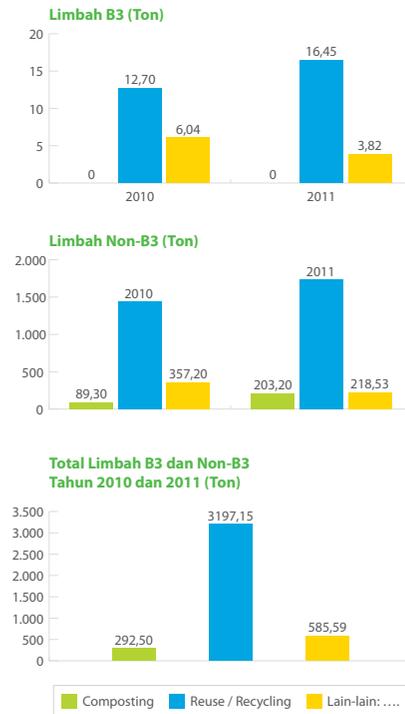
Tabel Pembuangan Air (EN21)

Nama Badan air penerima air limbah	Tahun	Air limbah						
		Debit (m ³ /th)	Metode pengolahan	Digunakan kembali oleh organisasi lain? (Y/T)	Kualitas			
					BOD	COD	TSS	pH
Sungai Gajah Wong	2010	75.659	Aerob & Anaerob	Tidak	22	44	24.26	7.29
	2011	34.980	Aerob & Anaerob	Tidak	19	41	11.52	7
Sungai Deleran	2010	85.857	Aerob & Anaerob	Tidak	26.45	56.9	28.65	7.86
	2011	71.068	Aerob & Anaerob	Tidak	26	65	32.5	8.14
Total 2010		161.426						
Total 2011		106.068						

MELESTARIKAN LINGKUNGAN HIDUP

PENGENDALIAN LIMBAH PADAT DAN BERACUN

Grafik Limbah B3 dan Non-B3 yang Dihasilkan dan Diolah (EN22)



Kelestarian lingkungan merupakan suatu hal yang kami perhatikan dan oleh sebab itu pengendalian dampak negatif terhadap lingkungan yang ditimbulkan kegiatan operasional kami perlu dilakukan. Hal ini tercermin dari pengendalian limbah padat tidak beracun (Non-B3) dan limbah beracun (B3) di lingkungan Sarihusada. Limbah yang kami hasilkan sebagian besar berasal dari kemasan (*packaging*), kegiatan administrasi kantor, perawatan kebun, kantin, dan *sludge*. Dibandingkan jumlah keseluruhan limbah, hanya sedikit limbah B3 yang dihasilkan yang berasal dari penggunaan aki dan solar, kegiatan medis, dan aktifitas laboratorium.

Pada tahun 2010 limbah Non-B3 kami mencapai 1.883,50 ton sedangkan pada tahun 2011 mencapai 2.152,73 ton. Sebagian besar berupa limbah kemasan, yaitu sebanyak 1.437,00 ton pada tahun 2010 dan telah diolah melalui proses penggunaan kembali (*reuse*) dan daur ulang (*recycle*). Sisanya ditangani melalui *composting* dan berbagai cara lainnya.

Kami tidak menggunakan lagi proses *incineration* dalam mengendalikan limbah Non-B3 untuk menghindari adanya emisi udara.

Selain itu terdapat limbah B3 sebanyak 18,74 ton pada tahun 2010 dan 20,27 ton pada tahun 2011. Sebagian besar limbah B3 tersebut didaur ulang atau digunakan kembali yaitu sejumlah 12,70 ton pada tahun 2010 dan 16,45 ton pada tahun 2011, sedangkan sisanya diolah dengan berbagai metode. Penanganan limbah B3 ini kami lakukan sesuai dengan peraturan kementerian lingkungan hidup yang berlaku dengan bekerja sama dengan pihak ketiga yang memiliki izin resmi dari pemerintah. Selama periode pelaporan tidak ada limbah B3 yang kami datangkan ke dalam wilayah negara Indonesia atau kami ekspor ke wilayah negara lain. (EN24)

Kenaikan jumlah limbah Non-B3 dan B-3 yang berhasil kami gunakan kembali dan daur ulang dalam 2 tahun periode laporan merupakan upaya kami untuk menurunkan jumlah pembuangan



Sarihusada melakukan bersih-bersih kali sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan hidup.



Instalasi pengolahan air limbah di Sarihusada. Pada tahun 2011 kuantitas air limbah yang dialirkan mengalami penurunan karena efisiensi penggunaan air dan upaya daur ulang air limbah.

limbah Non-B3 dan B3. Ini merupakan bagian dari inisiatif kami menyelamatkan bumi dari beban limbah dan sesuai dengan target kami untuk meningkatkan jumlah limbah yang bisa digunakan kembali dan didaur ulang di atas 10% setiap tahunnya.

Tabel Pengendalian Limbah Non-B3 Berdasarkan Sumbernya (EN22)

Metode Pengolahan	Tahun	Berat Limbah Non-B3 yang Diolah (Ton)				
		Taman	Kantin	Sludge	Sampah Kantor	Kemasan
Composting	2010	72,70	0	16,60	0	0
	2011	185,70	0	17,50	0	0
Reuse / Recycling	2010	0	0	0	0	1437
	2011	0	0	0	0	1731
Lain-lain:	2010	114,73	46,62	0	195,85	0
	2011	0	46,53	0	172	0
SUB TOTAL	2010	187,43	46,62	16,60	195,85	1437
	2011	185,70	46,53	17,50	172	1731
TOTAL	2010					357,20
	2011					218,53

Tabel Pengendalian Limbah B3 Berdasarkan Sumbernya (EN22)

Metode Pengolahan	Tahun	Berat Limbah B3 yang Diolah (Ton)				
		Aki bekas	Solar bekas,dll	Limbah Medis	Kimia Kadaluarsa & Limbah Laboratorium	Lainnya
Reuse / Recycling	2010	9,00	3,70	0,00	0,00	0,00
	2011	8,35	8,10	0,00	0,00	0,00
Incineration	2010	0,00	0,00	0,0005	0,00	0,00
	2011	0,00	0,00	0,0005	0,00	0,00
Lain-lain:	2010	0,00	0,00	0,00	0,90	5,14
	2011	0,00	0,00	0,00	0,92	2,90
SUB TOTAL	2010	9,00	3,70	0,0005	0,90	5,14
	2011	8,35	8,10	0,0005	0,92	2,90
TOTAL	2010					18,74
	2011					20,27

Tabel Pengangkutan Limbah B3 (EN24)

Tujuan pengangkutan limbah B3	Jenis limbah B3 yang diangkut	Berat Limbah B3 (ton)			
		Total		Yg sudah diolah Pihak Ketiga	
		2010	2011	2010	2011
Antar lokasi milik perusahaan	Oli bekas, solar / MFO campur oli	3,70	8,10	3,50	7,10
	Limbah Medis	0.0005	0.0005	0	0
	Aki bekas	9	8,35	8	7.20
	Chemical Expired & Lab waste	0,90	0,92	0,62	0,71
	Lain - lain	5,14	2,90	0	0
Total		18.74	20.27	12,12	15,01

PENGENDALIAN INSIDEN TUMPAHAN

Kami mencatat bahwa dari tahun 2008 insiden tumpahan hanya terjadi tahun 2011 sebanyak 1.000 liter oli.



Sebuah truk pengangkut susu di area pabrik Sarihusada. Setiap waktu kami perlu siaga menangani resiko kebocoran tangki kendaraan dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan hidup.

Kami menyadari bahwa kegiatan operasional Sarihusada memiliki risiko terjadinya insiden tumpahan yang berdampak buruk bagi air dan tanah. Beberapa faktor risiko penyebab insiden tumpahan antara lain:

1. Adanya kesalahan penanganan pada saat melakukan perawatan, kelalaian pemberian bak sekunder atau kebocoran kemasan bisa menyebabkan tumpahan oli, bahan kimia atau limbah B3. Ini bisa terjadi di berbagai tempat seperti area mesin, lokasi genset, gudang B3, dan tempat penyimpanan sementara.
2. Adanya kebocoran pada tangki penyimpanan dan tangki kendaraan, termasuk juga tangki kendaraan milik Sarihusada, pemasok dan tamu. Kebocoran ini bisa menyebabkan tumpahan di area-area yang menjadi lokasi kendaraan, seperti area parkir dan unloading.
3. Adanya kelebihan muatan (*overload*) limbah produksi akibat kondisi darurat (*emergency*) atau kerusakan parah bak

Waste Water Treatment Plan (WWTP) yang disebabkan oleh bencana alam seperti gempa.

4. Adanya kegiatan pemadaman kebakaran atau ledakan yang menyebabkan adanya limpasan air pemadaman di area kebakaran atau ledakan.

Pengendalian atas risiko ini dilakukan melalui pembuatan prosedur tanggap darurat untuk setiap aspek yang sangat berisiko tersebut. Pelatihan juga dilakukan bagi karyawan yang bertugas dan diperkuat dengan adanya simulasi secara berkala. Fasilitas penanganan tumpahan dan peralatan tanggap darurat juga dilengkapi untuk meminimalkan dampak risiko tersebut. Kami mencatat bahwa dari tahun 2008 insiden tumpahan hanya terjadi pada tahun 2011 sebanyak 1.000 liter oli. Tumpahan tersebut telah berhasil ditangani dalam waktu singkat tanpa memberi dampak negatif yang signifikan bagi lingkungan sekitar Sarihusada. **(EN23)**

MEMPERHATIKAN MASYARAKAT



Peserta Program Teman Sejati Sarihusada (TSS) bercengkerama gembira. Melalui program ini kami membantu orang tua dalam membimbing anak melalui stimulasi yang spesifik.

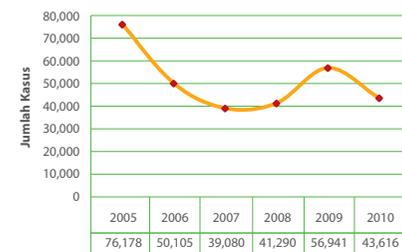
Sekitar 1,3 juta balita masih mengalami gizi buruk dan 4,7 balita lainnya menderita kurang gizi dari total 26,7 juta balita di Indonesia.

Salah satu hasrat Sarihusada sebagai perusahaan nutrisi adalah keinginan untuk terus tumbuh dan berkembang tidak hanya bersama para ibu, balita, para profesional di bidang kesehatan, tetapi juga bersama masyarakat di sekitar perusahaan. Keinginan tersebut merupakan tantangan serius bagi kami. Terlebih fakta lapangan dan data ilmiah menunjukkan informasi negatif tentang kondisi sosial, ekonomi maupun kesehatan masyarakat di Indonesia.

Sebagai gambaran, meski data laporan Dinas Kesehatan menunjukkan penurunan laporan kasus gizi buruk anak balita dari 56.941 pada tahun 2009 menjadi 43.616 pada tahun 2010 (depkes.go.id) tetapi kemungkinan besar ini merupakan fenomena gunung es. Kondisi sebenarnya mungkin jauh lebih buruk dari angka tersebut karena masih banyak yang belum memahami dan melaporkan gizi buruk kepada Dinas Kesehatan terdekat. Dari laporan Dinas Kesehatan, kasus gizi buruk terbanyak di Jawa-Bali, disusul oleh wilayah Maluku-Papua-NTT dan Sumatera.

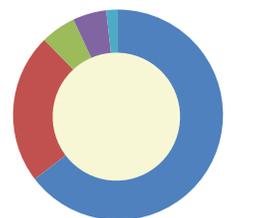
Sebagai data pembandingan, hasil sensus dan riset penduduk pada tahun 2010 (Risksedas 2010) memperlihatkan bahwa ada sekitar 1,3 juta balita masih mengalami gizi buruk dan 4.7 juta balita lainnya menderita kurang gizi dari total 26,7 juta balita di Indonesia pada tahun tersebut (kompas.com, 18 Maret 2011). Ini berarti 17,9 persen balita di Indonesia kurang gizi dan 5,4 persen menderita gizi buruk yang akan mempengaruhi kualitas sumber daya manusia Indonesia ke depannya. Salah satu upaya yang

Grafik Jumlah Kasus Gizi Buruk yang Dilaporkan di Indonesia 2005-2010



Sumber: <http://gizi.depkes.go.id/artikel/laporan-kasus-gizi-buruk-2010-menurun>

Grafik Sebaran Kasus gizi Buruk di Indonesia tahun 2010



- Jawa-Bali : 27,146 (64.6%)
- Maluku-Papua-NT : 9,682 (23.0%)
- Sumatera : 2,274 (5.4%)
- Sulawesi : 2,185 (5.2%)
- Kalimantan : 756 (1.8%)

Sumber: <http://gizi.depkes.go.id/artikel/laporan-kasus-gizi-buruk-2010-menurun>

dilakukan pemerintah adalah dengan menentukan target penurunan kurang gizi hingga mencapai 15,5% melalui Millenium Development Goals pada tahun 2015.

Di tengah situasi ini, dengan visi **Nutrisi untuk Bangsa** dan melalui implementasi strategi **Health and Nutrition Credibility Plan 2015**, kami berkomitmen untuk mendukung masyarakat dalam jangka panjang baik melalui program khusus kesehatan, edukasi gizi, maupun rangkaian program lanjutan yang terkait aspek ekonomi sosial kemasyarakatan. Langkah kami dalam memperhatikan masyarakat diawali dengan mengidentifikasi keterlibatan komunitas dan kebutuhan masyarakat, serta diikuti dengan monitoring dan evaluasi yang bertujuan untuk mengukur dampak. Aspek sosial dan ekonomi masyarakat merupakan dua hal yang kami perhatikan karena kedua faktor tersebut biasanya memiliki keterkaitan satu sama lain. Untuk memudahkan pelaksanaan, setiap program kegiatan pengembangan masyarakat diselenggarakan oleh

masing-masing departemen kami yang terkait dengan melibatkan komunitas melalui mekanisme konsultasi atau komite formal gabungan. **(SO1)**

Selama periode pelaporan, kami telah melakukan sejumlah inisiatif eksternal yang mendukung keberadaan komunitas. Program Pos Bhakti Bidan melalui Srikandi Award, Sadar Gizi Ibu dan Balita (SAGITA), berikut kampanye edukasi kesehatan publik melalui rangkaian seminar ilmiah dan Nutritalk mewarnai perjalanan periode 2010-2011. Disamping itu, berbagai inisiatif eksternal juga dikembangkan melalui program Taman Pintar, Warung Anak Sehat, Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Peningkatan Mutu Susu (PMS), Mobil Sehat hingga Go Green. Tidak lupa juga pemberdayaan ekonomi masyarakat dilakukan Sarihusada dalam kerangka mendukung inisiatif **Nutrisi untuk Bangsa**.

Tabel Program-program Sarihusada (FP4)

No.	Program	Bentuk (in-kind, volunteering, knowledge transfer, partnership, product development)	Objektif
1	Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Rumah Srikandi, Sadar Gizi Ibu dan Balita (Sagita)	<i>Knowledge transfer, volunteering, partnership</i>	Sebuah program yang mendorong kemandirian masyarakat dengan melakukan integrasi antara pendidikan, kesehatan dan pemberdayaan ekonomi. Pendidikan didekasi dengan program PAUD dan penyuluhan kepada ibu-ibu, Kesehatan didekati dengan Program Sagita (Sadar Gizi Ibu dan Balita) dan posyandu serta pemberdayaan ekonomi bagi ibu balita dan kader Rumah Srikandi.
2	Nutritalk	<i>Knowledge transfer</i>	Menyebarkan informasi tentang gizi ibu dan balita melalui media oleh para pakar terkait
3	Mobil Sehat	<i>In-kind, knowledge transfer</i>	Memberikan layanan kesehatan dan pendidikan gizi keliling. Penggunaan mobil ini juga bertujuan untuk membantu evakuasi korban erupsi gunung merapi, edukasi gizi di Jawa Barat dan Jabodetabek.
4	Pos Bhakti Bidan dan Srikandi Award	<i>In-kind, partnership, knowledge transfer</i>	Sebuah program pembinaan dan penghargaan atas kinerja terbaik bidan di masyarakat khususnya dalam menekan angka malnutrisi dan meningkatkan derajat kesehatan ibu, anak dan masyarakat
5	Taman Pintar	<i>In-kind, knowledge transfer</i>	Program yang bertujuan untuk memperkenalkan pendidikan anak pada aspek motorik dan psikomotorik melalui permainan berbasis teknologi.
6	Seminar Ilmiah	<i>Knowledge transfer</i>	Seminar yang diberikan kepada para profesional di bidang kesehatan untuk meningkat pengetahuan dan keahlian tentang kesehatan, khususnya tentang kesehatan ibu dan anak
7	Go Green	<i>In-kind, knowledge transfer</i>	Menciptakan lingkungan hijau di "ring-1".
8	Bina Masyarakat Sekitar Pabrik	<i>In-kind, knowledge transfer</i>	Mengembangkan kepedulian lingkungan masyarakat lokal di sekitar pabrik Sarihusada.

No.	Program	Bentuk (in-kind, volunteering, knowledge transfer, partnership, product development)	Objektif
9	Ayo Melek Gizi (AMG)	<i>Knowledge transfer</i>	Memberikan pendidikan gizi bagi masyarakat khususnya gizi balita, ibu hamil dan menyusui.
10	Warung Anak Sehat (WAS)	<i>In-kind, knowledge transfer, partnership</i>	Program yang bertujuan menyediakan kebutuhan pangan dan makanan yang sehat serta sebagai wadah konsultasi gizi terutama terkait informasi kecukupan gizi serta cara memenuhinya.
11	Teman Sejati Sarihusada (TSS)	<i>Knowledge transfer</i>	Program yang bertujuan membina pengetahuan, keterampilan dan sikap mental bagi anak berusia 3 sampai 6 tahun.
12	Penanganan Bencana Merapi	<i>In-kind, volunteering</i>	Program yang bertujuan untuk membantu para korban bencana alam melalui pos komando bantuan yang diberi nama "Posko Nutrisi untuk Bangsa".
13	Peningkatan Mutu Susu (PMS)	<i>Partnership, product development</i>	Meningkatkan mutu susu ternak para mitra Sarihusada.
14	Pojok Laktasi	<i>In-kind</i>	Inisiatif mendukung program Kota Layak Anak di Solo melalui pelaksanaan Pojok Laktasi (ruang menyusui) di Terminal Tirtanadi dan "Puskesmas Ramah Anak" di 5 puskesmas Solo.



Pelaksanaan kegiatan Warung Anak Sehat (WAS) mulai dijalankan Sarihusada sejak 2011 sebagai media konsultasi gizi bagi masyarakat.

Kami berkomitmen untuk melibatkan sebanyak mungkin masyarakat dalam proses edukasi publik terkait kesehatan disertai dengan pengembangan social ekonomi keluarga. Dari data penerima manfaat, seminar ilmiah yang merupakan sarana edukasi publik bidang kesehatan menjangkau angka perkembangan yang fantastis. Total sekitar 115.000 orang peserta seminar selama 4 tahun berjalan (tahun 2008 - 2011), atau kurang lebih 80 orang per hari yang tereduksi langsung dari program ini.

Tabel Penerima Manfaat Program-program Sarihusada (orang)

No	Program	2008	2009	2010	2011
1	Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)	0	1.345	2.144	2.194
2	Rumah Srikandi	0	922	5.751	6.131
3	Sagita*	866	5.463	0	0
4	Nutritalk	0	0	0	120
5	Mobil Sehat	0	0	0	12.743
6	Pos Bhakti Bidan dan Srikandi Award	0	13.849	22.050	41.001
7	Taman Pintar	0	0	0	1.197
8	Seminar Ilmiah	12.000	18.885	37.308	47.000
9	Go Green	0	0	0	2.000
10	Bina Masyarakat Sekitar Pabrik	0	1.450	4.057	4.010
11	Ayo Melek Gizi (AMG)	0	0	35.866	3.893
12	Warung Anak Sehat (WAS)	0	0	0	3.061
13	Teman Sejati Sarihusada (TSS)	1.000	1.463	2.601	5.924
14	Penanganan Bencana Merapi	0	0	40.000	0
15	Peningkatan Mutu Susu (PMS)**	12.154	7.895	4.890	5.350
16	Pojok Laktasi	0	0	0	Data N/A
Penerima Manfaat Program CSR ***		26.020	51.272	154.667	134.624

* Tahun 2010 dan 2011, Sagita menjadi bagian dari Rumah Srikandi

** Data PMS tahun 2008 merupakan data gabungan 2007-2008 dan data 2010-2011 kemungkinan tidak akurat karena manajemen data dan identifikasi jumlah peternak aktif terganggu pada saat terjadi letusan Gunung Merapi

*** Jumlah penerima manfaat tidak akurat, khususnya untuk tahun 2008, 2010 dan 2011.

RUMAH SRIKANDI, PENDIDIKAN ANAK USIA DINI (PAUD) DAN SADAR GIZI IBU DAN BALITA (SAGITA)

Kami membantu penguatan ekonomi kaum ibu melalui kewirausahaan dan pengembangan pemasok dan pengrajin lokal.

Kami melihat bahwa faktor pendidikan dan pengetahuan, khususnya tentang kesehatan dan nutrisi, dan aspek ekonomi memiliki keterkaitan dengan permasalahan ibu dan anak di Indonesia. Berdasarkan hal ini maka dalam beberapa tahun terakhir kami menjalankan program Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Rumah Srikandi dan Sadar Gizi Ibu dan Balita (Sagita) yang terintegrasi. Program-program ini kami jalankan bekerja sama dengan pemerintah setempat dan lembaga swadaya masyarakat di Jakarta, Klaten, Yogyakarta, Padang dan Flores.

Melalui program PAUD, kami mengembangkan kurikulum PAUD dan

menyediakan tempat bagi balita untuk bermain dan belajar. Di dalam program ini juga kami melakukan *volunteering* sebagai guru. Program Sagita yang sudah kami jalan beberapa tahun sebelumnya, pada tahun 2010 dilebur menjad satu dengan program Rumah Srikandi. Melalui program ini kami mendidik kader kesehatan dan nutrisi serta menyediakan pusat kesehatan yang menangani masalah kekurangan gizi dan pendidikan nutrisi. Program Rumah Srikandi sendiri merupakan bentuk nyata kami membantu penguatan ekonomi kaum ibu melalui kewirausahaan dan pengembangan pemasok dan pengrajin lokal.



Dari kiri ke kanan: Aktifitas di kebun nutrisi (PAUD), Kewirausahaan dan pengrajin batik (Rumah Srikandi) dan Penyuluhan nutrisi (Sagita)

NUTRITALK



Melalui Nutritalk, kami menghadirkan para pakar dan praktisi untuk meningkatkan kepedulian masyarakat akan nutrisi.

Kami menyelenggarakan Nutritalk sejak tahun 2011 dalam bentuk *media gathering* yang cukup ringan dan menarik membahas tentang gizi oleh para pakar nutrisi dan professional di

bidang kesehatan. Sebagai KOL (*Key Opinion Leader*) kami, para pakar dan praktisi ini membawakan tema diskusi yang disesuaikan dengan segmentasi media yang diundang. Beberapa tema

misalnya peran bidan dalam penanganan pendarahan pada persalinan, persiapan nutrisi di awal kehidupan serta dukungan nutrisi selama 360 minggu awal kehidupan manusia sebagai landasan kehidupan jangka panjang.

Tujuan yang ingin dicapai melalui kegiatan ini yaitu merupakan media penyebaran ilmu gizi dan berita gizi kepada masyarakat luas. Hal ini menjadi satu upaya memberikan edukasi gizi yang menjadi komitmen visi dan misi perusahaan "Nutrisi Untuk Bangsa".

MOBIL SEHAT

Program Mobil Sehat diadakan dalam rangka menjawab keingintahuan masyarakat tentang kesehatan secara umum dengan fleksibel dan *mobile*. Mobil Sehat juga dijalankan dengan tujuan untuk mengatasi kendala penanganan kampanye nutrisi ibu dan

anak pada peristiwa-peristiwa bencana alam seperti gunung meletus, gempa bumi, tsunami, dan lainnya. Dengan adanya program Mobil Sehat, ada alternatif yang ditawarkan Sarihusada dalam menangani informasi tentang aspek kesehatan maupun kampanye kesehatan tanpa harus terkendala urusan transportasi bagi para ibu, balita dan kader Pos Yandu.



Mobil Sehat, siap menjelajah melayani masyarakat.

Bekerjasama dengan Lembaga Kemanusiaan Nasional PKPU (Pos Keadilan Peduli Umat) sepanjang tahun 2010-2011, Mobil Sehat telah menjelajah beberapa kota di pulau Jawa yaitu Yogyakarta, Klaten, Muntilan, Tasikmalaya, Ciamis, Bandung, Garut, Kuningan, Cirebon dan Jabodetabek untuk melayani masyarakat dan membantu mitra dalam pelaksanaan berbagai program. Keterlibatan Mobil Sehat selama dua tahun terakhir antara lain pada:

1. Penanganan bencana meletusnya Gunung Merapi, gempa di Tasikmalaya dan Ciamis.
2. Program Ayo Melek Gizi di JawaBarat.
3. Program edukasi gizi dan kesehatan se-Jabodetabek.
4. Program Pola Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) dan Water & Sanitation.
5. Program Komunitas Hijau.
6. Program Penyuluhan Tuberkolosis (TB).

Pemanfaatan Mobil Sehat dirasakan berguna bagi banyak orang dan oleh karena itu perlu dilanjutkan. Dari Jabodetabek saja Mobil Sehat sudah menyapa 12.743 orang. Hingga akhir tahun 2011, ada sekitar 12.000 kader PKK dan ibu balita di daerah Jawa Barat yang mendapatkan kunjungan langsung. Pada tahun 2010, Mobil Sehat juga berjasa membantu lebih dari 6.000 jiwa ibu, anak dan orang tua dalam evakuasi penanganan musibah letusan Gunung Merapi di Yogyakarta dan Muntilan.

POS BHAKTI BIDAN DAN SRIKANDI AWARD



Srikandi Award 2011, melalui kegiatan ini kami memotivasi para bidan untuk meningkatkan kemampuannya sekaligus menjadi garda terdepan bagi penyediaan nutrisi ibu dan anak.

Sejak tahun 2008 hingga selama periode pelaporan, Sarihusada berkomitmen atas upaya komunitas bidan yang berinisiatif mendukung kondisi ibu dan balita menuju ke arah yang lebih baik. Kami membangun rasa tanggung jawab sosial bidan terhadap kesehatan ibu, bayi, dan anak balita yang kerap menjadi kelompok rentan akibat perubahan iklim maupun guncangan ekonomi nasional. Kami memahami bahwa dalam melakukan pelayanan, para bidan menghadapi tantangan yang luar biasa.

Selain karena lemahnya kemampuan ekonomi dan pendidikan masyarakat yang rendah, pengetahuan kesehatan masyarakat juga sangat kurang ditambah lagi budaya lokal yang seringkali berlawanan dengan kaidah kesehatan dan nutrisi. Para bidan juga menghadapi kenyataan bahwa kondisi geografis dan fasum di banyak tempat belum mendukung kesehatan ibu dan anak.

Tabel Pencapaian Program Pos Bhakti Bidan

Keterangan	2010	2011
Program Kegiatan	202	251
Propinsi yang Dijangkau	18 Propinsi	18 Propinsi
Penerima Manfaat	22.050	41.001

Melalui Program Pos Bhakti Bidan dan Srikandi Award, kami memotivasi para bidan agar dapat meningkatkan kemampuannya sekaligus menjadi garda terdepan bagi penyediaan nutrisi ibu dan balita. Dalam dua tahun terakhir,

bersama para bidan, kami berhasil menyelenggarakan 202 dan 251 program kegiatan Pos Bhakti Bidan pada tahun 2010 dan 2011. Program kegiatan yang telah dilaksanakan tersebut berhasil menjangkau 22.050 dan 41.001 penerima manfaat, yang terdiri dari balita, ibu hamil, ibu menyusui, dan masyarakat umum, pada tahun 2010 dan 2011.

Pada tahun 2010 dan 2011 kami telah memilih 21 orang bidan terbaik dalam menjalankan baktinya di masyarakat.

Pemberian Srikandi Award untuk program terbaik dikelompokkan dalam 3 kategori, yaitu kategori MDGs 1, MDGs4 dan MDGs5, sedangkan bidan inspirasional dikelompokkan dalam kategori promosi kesehatan, pemberdayaan ekonomi dan tantangan budaya. Diharapkan dengan adanya penghargaan ini para bidan tergerak untuk menjadi yang terbaik dan memberikan inspirasi bagi sesama bidan dalam melakukan perbaikan kesehatan di masyarakat.



Kiri: Boris Bourdin, Direktur Utama Sarihusada, menyerahkan Srikandi Award 2011 kepada para bidan pemenang. **Kanan:** Meriyastuti, bidan muda penerima Srikandi Award 2011 yang berjuang meluruskan budaya setempat demi perbaikan kesehatan ibu dan anak di Desa Teriti, Jambi.

TAMAN PINTAR



Seorang anak belajar dengan menggunakan komputer di Taman Pintar, Yogyakarta.

Taman Pintar menjadi salah satu inisiatif terbaru kami dalam mendukung pendidikan anak sejak dini, khususnya mengenai nutrisi, di wilayah Yogyakarta. Mulai diluncurkan pada bulan Oktober tahun 2011, kami bekerjasama dengan pemerintah setempat merenovasi dua buah bangunan bersejarah di Yogyakarta menjadi Taman Pintar. Dengan adanya Taman Pintar ini, anak-anak memiliki wahana edukasi nutrisi berbasis teknologi.

Keberadaan Taman Pintar ini juga bermanfaat bagi anak dalam hal pengembangan aspek motorik dan psikomotorik. Permainan edukasi yang berbasis teknologi disediakan bagi anak-anak dengan konten permainan mengenalkan nutrisi. Sebagai contoh, didalamnya anak-anak dapat melihat dan mempelajari miniplan tentang proses produksi susu di Sarihusada.

SEMINAR ILMIAH



Kegiatan Seminar Ilmiah sudah dilakukan Sarihusada dalam 4 tahun terakhir dan jumlah pesertanya terus meningkat.

Karena berbagai sebab, penyebaran informasi dan pengetahuan nutrisi tidaklah sama di seluruh wilayah Indonesia. Hal ini menyebabkan kualitas para profesional di bidang kesehatan berbeda satu sama lain. Terkait dengan hal ini maka diseminasi informasi dan pengetahuan nutrisi bagi para profesional di bidang kesehatan merupakan satu hal yang perlu kami lakukan untuk menunjang pencapaian visi dan misi kami sebagai perusahaan nutrisi.

Dalam 4 tahun terakhir kami telah melakukan diseminasi informasi dan pengetahuan nutrisi melalui Seminar Ilmiah. Kegiatan ini terus meningkat, ditandai dengan jumlah peserta yang terus bertambah setiap tahunnya. Pada tahun 2010 saja, kami berhasil menjangkau sekitar 37.000 peserta dan jumlah ini meningkat menjadi sekitar 47.000 peserta pada tahun 2011.

GO GREEN DAN BINA MASYARAKAT SEKITAR PABRIK



Upaya kami untuk peduli lingkungan melibatkan masyarakat sekitar pabrik



Lingkungan hijau di sekitar pabrik Klaten tetap terjaga sebagai bentuk perilaku peduli lingkungan.

Salah satu bentuk kepedulian terhadap lingkungan hidup kami wujudkan dalam bentuk inisiatif Go Green. Contoh bentuk komitmen kami terhadap Go Green adalah dikeluarkannya Kebijakan Lingkungan Sarihusada. Inisiatif Go Green juga terintegrasi dengan operasional bisnis kami melalui pengurangan emisi karbon dan penggunaan kembali air limbah. Selain itu kami melakukan komunikasi intensif tentang kepedulian lingkungan hidup

kepada karyawan melalui video dan poster. Karyawan kami juga ikut terlibat melalui perubahan perilaku sehari-hari, misalnya mengganti gelas plastik dengan gelas kaca atau *mug* dan masing-masing menggunakan gelas sendiri-sendiri untuk menghindari berganti-ganti pemakaian gelas plastik.

Kami menyadari bahwa upaya kami untuk peduli lingkungan akan lebih berarti jika melibatkan juga masyarakat sekitar pabrik. Oleh sebab itu kami menularkan inisiatif Go Green ini pada komunitas sekitar melalui program Bina Masyarakat Sekitar Pabrik. Bekerjasama dengan komunitas dan karyawan lokal, kami mendorong gerakan mendaur ulang sampah dan pembuatan kompos. Tidak hanya sampai di situ, kami juga menggerakkan komunitas sekitar pabrik untuk menanam Trembesi dan membuat biopori. Sebagai tambahan, pembagian tas belanja juga kami lakukan agar masyarakat dapat berperilaku peduli lingkungan dengan membawa tas sendiri ketika berbelanja dan mengurangi penggunaan kantong plastik.

AYO MELEK GIZI

Program Ayo Melek Gizi (AMG) merupakan bentuk kepedulian kami terhadap isu khusus malnutrisi balita di Indonesia, yaitu adanya kekurangan energi, protein, vitamin A, zat besi dan yodium. Malnutrisi ini tidak hanya terjadi pada keluarga miskin yang tidak punya akses pangan tetapi keluarga yang berkecukupan juga dapat mengalaminya. Rendahnya pengetahuan tentang gizi dan sumber pangan, kurangnya kemampuan mengolah dan menyajikan pangan, serta gaya hidup yang tak berimbang dalam pemenuhan gizi kerap kali menjadi penyebab malnutrisi di setiap lapisan masyarakat.

Berangkat dari situasi ini, kami mengembangkan AMG sebagai program pendidikan bagi para ibu dan kader Posyandu mengenai pentingnya keseimbangan nutrisi. Misi yang ingin kami capai melalui AMG adalah mendidik sebanyak mungkin orang di Indonesia mengenai keseimbangan



Para ibu mendapatkan penjelasan di lapangan tentang nutrisi melalui program Ayo Melek Gizi (AMG)

nutrisi bagi pertumbuhan anak yang sehat dan masa depan yang lebih baik. Bekerjasama dengan Lembaga Kemanusiaan Nasional PKPU (Pos Keadilan Peduli Umat) dan berkat dukungan Kementerian Kesehatan, AMG dijalankan dengan baik melalui *Training for Trainers* (ToT), pelatihan kader Posyandu, pencetakan *booklet*, dan penyediaan AMG *software* dan *website*. AMG *software*, yang dapat digunakan pada aplikasi Android, Windows dan Blackberry, juga digunakan oleh para ibu pengelola WAS (IWAS) untuk melakukan



Yeni Fatmawati, Corporate Affairs and Legal Director Sarihusada, sedang memberikan penjelasan tentang nutrisi dan Program Ayo Melek gizi (AMG) di Posyandu, Bali

edukasi nutrisi kepada ibu dan balita konsumennya. Keberhasilan program ini ditunjukkan dengan pencapaian target penerima manfaat sebanyak 35.866 orang, lebih dari target 32.000 yang kami canangkan hingga akhir tahun 2011.

WARUNG ANAK SEHAT (WAS)



Anak-anak memperhatikan Warung Anak Sehat (WAS) di wilayah domisili mereka. Dengan adanya WAS diharapkan akses terhadap produk bernutrisi dan informasi nutrisi akan lebih baik lagi

Program Warung Anak Sehat (WAS) menjadi salah satu inisiatif terbaru dari Sarihusada bekerjasama dengan Dompot Dhuafa. Mulai diluncurkan tahun 2011, program ini bertujuan untuk menjawab isu masih tingginya jumlah

balita penderita gizi buruk di Indonesia. Pada umumnya balita kelompok ini mengalami kekurangan protein, zat besi, kalsium, yodium, vitamin A dan C, di wilayah yang terpencil. Di area terpencil biasanya pengetahuan ibu tentang nutrisi dan akses untuk mendapatkan makanan yang sehat sangat terbatas.

Di dalam program ini, ada dua macam bentuk WAS yang kami kembangkan, yaitu WAS permanen dan WAS *mobile*. WAS permanen adalah warung penyedia nutrisi yang sifatnya tidak bergerak di suatu tempat sedangkan WAS *mobile* merupakan warung penyedia nutrisi yang bergerak di lingkup wilayah tertentu. Dengan adanya WAS ini diharapkan masyarakat memiliki akses yang lebih baik terhadap produk bernutrisi dan informasi nutrisi. WAS saat ini dijalankan oleh ibu-ibu mitra kami

yang disebut sebagai IWAS (Ibu Warung Anak Sehat). Dengan dilengkapi *tablet pc* yang berisi AMG *software*, IWAS merupakan pengelola WAS yang kami didik mengenai nutrisi dan menawarkan produk bernutrisi yang sehat sekaligus melakukan konsultasi dan pemeriksaan nutrisi gratis.

Pada tahun 2011, kami berhasil meluncurkan WAS di Jakarta (2 WAS) dan Sukabumi (17 WAS), ditambah lagi dengan 38 WAS yang masih dalam tahap pembentukan (*piloting*) di Jawa dan Nusa Tenggara. Kami berencana untuk menambah WAS hingga mencapai 100 buah pada 2012 dan 300 buah pada tahun 2013. Di tahun 2015, kami berharap jumlah WAS dapat mencapai 1.000 buah dan WAS dapat dijalankan dan dikembangkan secara mandiri oleh para IWAS.

Gambar Status dan Road Map WAS 2011-2015



Untuk menjamin kesuksesan program ini, kami membuat skema bertahap dengan sasaran dan pencapaian yang terukur. Tahap pertama adalah survey awal, pendekatan kepada para pemangku kepentingan, evaluasi, dan seleksi. Selanjutnya adalah persiapan melalui pelatihan IWAS dan evaluasi hasil pelatihan. Dalam tahap ini, IWAS dibekali pengetahuan nutrisi AMG dan kemampuan manajerial, keuangan dan

kewirausahaan. Setelah itu barulah implementasi WAS diluncurkan sambil melakukan monitoring untuk perbaikan ke depan.

Hingga akhir tahun 2011, program ini berjalan cukup baik dan IWAS merasa gembira karena mereka memiliki tambahan penghasilan. Sebagai gambaran, WAS permanen dapat memberikan penghasilan bersih

tambahan sekitar Rp164.000,- per bulan sedangkan WAS *mobile* lebih besar lagi, yaitu Rp325.000,- per bulan. Kami melihat bahwa kunci sukses WAS dapat diraih karena pelaksanaan yang terencana dengan matang, adanya pengukuran indikator sosial-ekonomi yang efektif, komunikasi strategis yang kuat, dan keterlibatan *Key Opinion Leader* (KOL) dan otoritas lokal.

TEMAN SEJATI SARIHUSADA (TSS)



Anak-anak sedang mengikuti berbagai aktifitas yang diadakan oleh Program Teman Sejati Sarihusada (TSS)

Program Teman Sejati Sarihusada (TSS) merupakan bentuk dukungan kami bagi perkembangan balita melalui metode Presi Stimulasi. Dengan metode ini, kami membantu orang tua dalam memberikan bimbingan terhadap anak berdasarkan stimulasi yang spesifik berdasarkan tahap perkembangan anak. Ini dilakukan untuk mencapai hasil yang terbaik bagi perkembangan anak tersebut.

Ada beberapa kegiatan yang dilakukan dalam program TSS, yaitu Presi Stimulasi Aktif, Presi Stimulasi Eksplor dan konsultasi gratis. Dalam beberapa tahun terakhir kami sudah menyelenggarakan TSS di Jogja, Bandung, Semarang,

Surabaya, dan Jakarta. Program ini mendapat sambutan yang cukup baik di masyarakat. Pada tahun 2010, sekitar 2.600 penerima manfaat mengikuti program TSS dan jumlah ini meningkat dua kali lipat pada tahun 2011.

PENANGANAN BENCANA MERAPI

Kami menyadari bahwa wilayah Indonesia yang berada pada lingkaran "cincin api" (*ring of fire*) sangat rawan terhadap bencana alam letusan gunung berapi dan gempa bumi. Kepedulian kami pada masyarakat, khususnya bagi para korban jika terjadi bencana,

diwujudkan melalui posko komando Nutrisi untuk Bangsa bekerja sama dengan PKPU. Berbagai bantuan dalam bentuk *shelter*, pelayanan kesehatan khususnya bagi ibu dan anak, penyediaan makanan sehat, konsultasi nutrisi, dan penanganan psikologis, kami berikan.

Pada tahun 2010, ketika terjadi bencana letusan Gunung Merapi misalnya, posko

tersebut menjadi kepanjangan tangan kami untuk memberikan berbagai bantuan bagi para korban. Kami memiliki 50 titik posko yang tersebar di beberapa wilayah, seperti misalnya di Yogyakarta, Klaten, Boyolali, dan Magelang. Sejumlah karyawan kami juga diterjunkan langsung untuk turut membantu sebagai bentuk dari inisiatif *volunteering* kami.



Anak-anak sekolah dasar sedang mengikuti acara Trauma Healing paska letusan gunung Merapi yang diselenggarakan oleh Sarihusada.

PENINGKATAN MUTU SUSU (PMS)

Peternak sapi merupakan mitra pemangku kepentingan dan mitra strategis bagi Sarihusada. Peningkatan kinerja Sarihusada tentu tidak terlepas dan harus diimbangi dengan perkembangan mitra kami. Melalui Program Peningkatan Mutu Susu (PMS), kami membantu para peternak sapi meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil susu ternaknya.

Dalam menjalankan program ini, kejadian alam turut mempengaruhi. Pada tahun 2010 terjadi letusan Gunung Merapi yang menyebabkan ternak sapi milik mitra kami menjadi korban. Hal ini mengurangi jumlah ternak yang mengikuti program PMS, dari 7.895 ternak sapi pada tahun 2009 menjadi 4.890 ternak sapi pada tahun 2010. Kejadian selama dan paska letusan juga menyebabkan sistem administrasi program cukup terhambat sehingga jumlah ternak tidak dapat teridentifikasi dengan baik pada saat itu.



Pemasok lokal menurunkan pasokan susu segar Sarihusada dari kendaraan. Melalui Program PMS, kami berupaya terus menjaga dan meningkatkan kualitas susu sapi segar.

POJOK LAKTASI

Dimulai pada pertengahan tahun 2011, Sarihusada membantu program Kota Layak Anak di Solo melalui pembangunan ruang menyusui atau Pojok Laktasi di Terminal Bus Tirtonadi. Ini merupakan bentuk kepedulian kami atas pelayanan publik bagi ibu dan anak yang sejalan dengan visi dan misi kami mewujudkan **Nutrisi untuk Bangsa**.

Dengan adanya Pojok Laktasi, diharapkan para ibu dapat menyusui anak di ruang publik dengan aman dan nyaman. Selain mendukung Pojok Laktasi, kami juga membantu pelaksanaan Puskesmas Ramah Anak di lima puskesmas di Solo dengan menyumbangkan alat-alat permainan edukatif bagi anak-anak.



Anak-anak bermain di salah satu Puskesmas Ramah Anak di Solo. Sarihusada menyumbangkan alat-alat permainan untuk mendukung Puskesmas Ramah Anak tersebut.



PEMANGKU
KEPENTINGAN
KAMI



SRI SULTAN HAMENGKU BUWONO X Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta

Saya sampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya atas peran Sarihusada telah mengelola limbah cair sesuai ketentuan AMDAL, sehingga dampak negatif dari limbah cair bagi kesehatan masyarakat di sekitar pabrik dapat diminimalisir

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Selaku pribadi, saya sudah mengenal produk nutrisi Sarihusada semenjak masih bernama NV. Saridele dengan *brand image* yang dikenal dan melekat pada masyarakat saat itu adalah produk SGM susu. Pada waktu itu SGM memang sangat dikenal oleh masyarakat Yogyakarta dan juga masyarakat di seluruh Indonesia baik dari kalangan atas, menengah, maupun bawah. Mengingat Sarihusada sudah berdiri semenjak tahun 1954 dan konsistensi kualitas produk serta harga produk yang terjangkau tentu menjadikan perusahaan dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Seiring berkembangnya kesadaran masyarakat akan kesehatan jasmani, maka peran sosial Sarihusada semakin dibutuhkan untuk menyediakan berbagai macam produk susu bernutrisi, antara lain Lactamil untuk ibu sedang hamil dan menyusui, SGM 3 dan 4, Vitalac, dan Vitaplus serta SGM bubur susu dan biskuit.



Tersedianya berbagai produk nutrisi Sarihusada dengan mutu standar internasional dan harga yang terjangkau ini dari aspek sosial telah memberikan dampak positif bagi meningkatnya kesehatan masyarakat, terutama kesehatan bagi ibu dan balita. Ibu sebagai pencetak calon generasi penerus bangsa bersama anak-anak perlu memiliki jasmani yang sehat dan kuat untuk membangun masa depan negeri ini. Aspek sosial yang baik ini telah didukung pula dengan perbaikan sosial-lingkungan oleh Sarihusada, yaitu melalui sistem pengelolaan limbah cair hasil produk susu di sekitar pabrik. Saya sampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya atas peran Sarihusada telah mengelola limbah cair sesuai ketentuan

AMDAL, sehingga dampak negatif dari limbah cair bagi kesehatan masyarakat di sekitar pabrik dapat diminimalisir.

Sejalan dengan berkembangnya bisnis global dan persaingan masuknya produk nutrisi berbagai merk dari luar, saya melihat eksistensi Sarihusada tetap melekat kuat di hati masyarakat Indonesia dan khususnya Yogyakarta. Ke depannya, saya semakin optimis dengan melihat loyalitas konsumen yang lebih mencintai produk susu dalam negeri, terutama produk-produk susu nutrisi Sarihusada. Dengan jaminan mutu olah produksi tetap terjaga baik, Sarihusada tidak akan pernah ditinggalkan oleh konsumennya. Loyalitas konsumen yang konsisten ini telah memberikan dampak naiknya keuntungan Sarihusada, yang selanjutnya juga meningkatnya kesejahteraan tenaga kerja, mitra bisnis dan mendukung percepatan pembangunan ekonomi daerah.

Saya berharap agar program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sarihusada seperti program kesehatan, pendidikan dan pemberdayaan masyarakat tetap dilanjutkan dan semakin ditingkatkan ke bidang-bidang yang terkait akan kebutuhan hidup masyarakat melalui kemitraan yang lebih baik antara perusahaan dengan masyarakat.

Penanganan limbah cair juga diharapkan dikelola dengan semakin baik dengan instrumen yang lebih baik pula, sehingga tetap menjaga dan menciptakan lingkungan yang aman, bersih dan menyehatkan masyarakat disekitarnya.

Tantangan ke depan Sarihusada adalah menyiapkan diri menyongsong terbukanya pasar bebas. Akan semakin banyaknya persaingan bisnis produk-produk nutrisi dari berbagai negara Asia, seperti India, Cina dan Korea dengan kualitas produk lebih baik dan harga lebih murah. Dalam kondisi ini Sarihusada diharapkan tetap bertahan sebagai perusahaan di Indonesia yang tetap peduli akan kebutuhan nutrisi masyarakatnya sendiri dan lekat dihati konsumen.

Lebih lanjut lagi, Sarihusada diharapkan dapat meningkatkan perannya dalam keterlibatan sosial melalui program CSR yang peduli masyarakat miskin dan sulit terjangkau bekerjasama dengan mitra kerja sosialnya, seperti pemerintah setempat atau puskesmas dan meningkatkan peran bidan-bidan di daerah terpencil. Dengan demikian kesehatan ibu dan anak melalui distribusi nutrisi semakin merata di negeri ini. Selain itu, Sarihusada diharapkan pula dapat memberikan kontribusi yang semakin besar melalui mitra kelompok-

kelompok usaha peternak sapi perah yang berpotensi di daerah, dan khususnya di Daerah Ibukota Yogyakarta. Melalui mitra usaha ini diharapkan para usaha komoditi ternak sapi perah mempunyai pasar pembeli yang tetap, yaitu Sarihusada, yang sekaligus membantu percepatan pembangunan ekonomi daerah dan memperluas lapangan kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dalam hal pembangunan kesehatan, diharapkan hasil produk Sarihusada semakin memperbaiki nutrisi masa pertumbuhan bayi dan anak-anak Indonesia sehingga mewujudkan anak Indonesia yang sehat dan cerdas. Kebutuhan masyarakat akan produk nutrisi juga semakin tinggi dan diperlukan upaya menghindari ketergantungan produk nutrisi luar negeri. Peran Sarihusada terletak pada peningkatan volume produksi dan kualitas manajemen, sehingga diharapkan mampu menghasilkan pertumbuhan perseroan yang berkesinambungan melalui sistem manajemen berkualitas tinggi dan pendekatan inovatif dalam budaya integritas tinggi serta mengutamakan kepuasan seluruh *stakeholder*.

GUSTI KANJENG RATU HEMAS

Wakil Ketua DPD RI



Kesuksesan program pembangunan nasional tidak hanya tanggungjawab pemerintah semata tetapi semua stakeholder bangsa

Aktivitas saya adalah di bidang sosial dan pemberdayaan perempuan. Dalam konteks ini, harus saya akui Sarihusada melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)* nya, sangat peduli terhadap program-program pemerintah terutama di bidang pendidikan, kesehatan dan pengembangan UKM.

Saya mengetahui persis bagaimana Sarihusada mengkonsep program-program menarik untuk melakukan pemberdayaan masyarakat, khususnya kaum perempuan, bidang pendidikan, kesehatan dan pengembangan ekonomi rakyat. Kedekatan saya dengan Sarihusada terutama karena seringnya bersinergi dalam mengkonsep program-program

pemberdayaan tersebut. Menyebut beberapa contoh, Sarihusada pernah memberikan bantuan yang cukup berarti ketika bencana melanda Yogyakarta, turut membantu para peternak (susu) sapi, kemudian secara berkesinambungan Sarihusada juga ikut membantu program GNOTA di DIY.

Yang dilakukan Sarihusada selama ini tentu sangat positif, karena memang kesuksesan program pembangunan nasional tidak hanya tanggungjawab pemerintah semata tetapi semua *stakeholder* bangsa, termasuk dunia usaha seperti Sarihusada mempunyai tuntutan peran yang sama. Harapan saya, dan tentunya masyarakat, semoga Sarihusada dapat terus meningkatkan secara kualitas maupun kuantitas program-program sosialnya yang jelas-jelas sangat dibutuhkan masyarakat itu.

Tantangan ke depan yang dihadapi kita semua termasuk Sarihusada adalah bagaimana mempercepat capaian dari target-target Program Millenium



Development Goals (MDGs) pada tahun 015, antara lain yang penting adalah mengentaskan kemiskinan dan mengeliminasi penyebaran penyakit HIV/AIDS karena korban pertama dan utama dari masalah kemiskinan dan penyakit HIV/AIDS adalah perempuan.

Saran saya, pertama, semoga program-program sosial Sarihusada dapat dilaksanakan secara prioritas dan tepat sasaran. Kedua, Sarihusada dapat aktif dan pro-aktif terhadap perempuan-perempuan miskin di pedesaan yang tidak mempunyai akses apapun untuk mengembangkan dirinya karena terbelit aktivitas keseharian sebagai buruh tani atau pekerja upahan lainnya.

DR. KARTONO MOHAMAD

Mantan Ketua Umum IDI



Sarihusada berperan penting dalam memperbaiki gizi bangsa Indonesia serta membantu mengatasi permasalahan ibu dan anak

Ketika ditawarkan menjadi juri Srikandi Award, saya langsung menyetujui. Menurut saya, Srikandi Award sangat baik untuk memotivasi para bidan agar tidak hanya memberi pertolongan persalinan namun juga untuk berkontribusi lebih banyak bagi kesehatan ibu dan anak. Acara yang pada awalnya hanya ditujukan untuk pencapaian tujuan ke-5 MDGs, yakni meningkatkan kesehatan ibu, ternyata juga turut membantu pencapaian tujuan ke-1 hingga ke-4 MDGs (tujuan ke-1 sampai ke-4 yaitu pengentasan kemiskinan dan kelaparan yang ekstrim, pemerataan pendidikan dasar, mendukung adanya persamaan gender dan pemberdayaan perempuan, mengurangi tingkat kematian anak). Acara seperti ini patut diapresiasi dan saya

mendukung kegiatan dengan menjadi juri untuk yang ketiga kalinya.

Sarihusada berperan penting dalam memperbaiki gizi bangsa Indonesia serta membantu mengatasi permasalahan ibu dan anak. Misalkan, turut membantu mengatasi anemia pada ibu dan memperbaiki nutrisi ibu dan anak. Di Indonesia sendiri, tingkat konsumsi susu masih sangat rendah. Untuk itulah, Sarihusada diharapkan dapat berkontribusi meningkatkan konsumsi susu di kalangan masyarakat Indonesia.

Kemudian, sesuai dengan inti bisnisnya, sudah semestinya Sarihusada terus mendukung dan mengikuti perkembangan peraturan pemerintah. Salah satu yang perlu menjadi perhatian ialah kebijakan pemerintah mengenai pemberian ASI eksklusif.

Saya juga yakin semua kegiatan dan usaha Sarihusada untuk membantu mewujudkan kesejahteraan masyarakat khususnya ibu dan anak, akan lebih banyak diminati dan



dirasakan manfaatnya apabila kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan lebih banyak dipromosikan. Oleh sebab itu, saya mengharapkan Sarihusada lebih asertif dalam menonjolkan berbagai kegiatan maupun produknya kepada masyarakat.

DR. PINKY SAPTANDARI, DRA. MA

Staf Khusus Menteri Pemberdayaan Perempuan & Perlindungan Anak (KPP & PA)

Sarihusada akan menghadapi persaingan global dan perlu mendidik masyarakat agar memperhatikan kesehatan, gizi dan lingkungan

Selama menjadi mitra kerja KPP & PA, Sarihusada dikenal memiliki komitmen tinggi dan sangat responsif terhadap pemberdayaan masyarakat, khususnya yang terkait bidang kesehatan dan gizi. Kerjasama kami dengan Sarihusada diantaranya dalam program Pojok Laktasi di Terminal Bus Tirtonadi, Surakarta, Jawa Tengah, penyediaan *seminar kit* pada konferensi Kota Layak Anak se-Asia Pacific di Surakarta, kerjasama sebagai juri Srikandi Award, dan pemberian bantuan biaya pengobatan kepada Rizki, balita yang memiliki kelainan tidak dapat makan melalui mulut, yang diasuh komunitas penyandang cacat Kota Bekasi.

Perlu diakui sampai saat ini masih terdapat

pro-kontra produk Sarihusada karena dianggap tidak mendukung program ASI eksklusif. Namun sebenarnya, Sarihusada berperan positif mendukung upaya pemenuhan kesehatan gizi balita Indonesia dari sisi produk maupun kegiatan CSR, seperti misalnya Srikandi Award yang diadakan bekerjasama dengan Ikatan Bidan Indonesia Award. Oleh sebab itu Sarihusada harus lebih memperkuat kegiatan CSR dan menunjukkan bahwa Sarihusada mendukung ASI eksklusif.

Dalam melaksanakan kegiatannya, Sarihusada akan menghadapi persaingan global dengan produk-produk luar negeri dan perlu mendidik masyarakat agar memperhatikan kesehatan, gizi dan lingkungan. Salah satu hal yang perlu menjadi perhatian adalah masih kuatnya bias gender dalam masyarakat yang mempengaruhi kualitas kesehatan ibu dan anak. Untuk itu Sarihusada perlu memberi perhatian dan dukungan pada program-program kesetaraan gender di bidang kesehatan dan gizi sebagai bagian penting



dalam pemenuhan target MDGs. Disamping itu, upaya peningkatan gizi ibu dan anak juga perlu mencapai daerah terpencil. Untuk menanganinya, Sarihusada dapat membuka kerjasama dengan lembaga lain terkait seperti KPP & PA, organisasi PKK, serta organisasi profesi lain selain IBI.

DIAH S. SAMINARSIH

Asisten Perencanaan Program Dan Sinergi Komunitas Kantor Utusan Khusus Presiden RI (KUKP-RI) Untuk Millennium Development Goals (MDGs)

Kegiatan Sarihusada memberikan masukan maupun referensi untuk menjaga kesehatan ibu dan anak

Sarihusada merupakan salah satu pemangku kepentingan kami dan kerjasama dengan Sarihusada dapat terjalin karena kesamaan visi, yaitu menurunkan angka kematian ibu. Kami melihat bahwa kegiatan Sarihusada banyak memotivasi komunitas dan masyarakat untuk hidup sehat, yang pada akhirnya juga turut membantu mencegah kematian ibu. Berawal pada tahun 2011, beberapa kerjasama kami lakukan dalam koridor MDGs. Di antaranya, kami dipercayai sebagai juri Srikandi Award dan Sarihusada membantu kami dalam penyelenggaraan MDGs Award.

Beberapa pihak masih menganggap Sarihusada tidak mendukung pemberian

ASI. Yang banyak dilakukan Sarihusada justru tindakan *preventif* untuk ibu hamil dan kegiatan Sarihusada memberikan masukan maupun referensi untuk menjaga kesehatan ibu dan anak. Terlepas dari pencapaian untuk MDGs, saya berharap semoga Sarihusada dapat secara konsisten melakukan kegiatan untuk peningkatan kesejahteraan ibu dan anak di Indonesia.

Kami juga berharap Sarihusada terus melakukan apa yang sudah dilakukan serta terus meningkatkan kegiatan dan kerjasama yang sudah terjalin. Peningkatan kegiatan dapat dilakukan baik dari segi ukuran maupun kedalamannya. Meningkatkan kegiatan dari segi ukurannya dengan memperbanyak cakupan atau jumlah kegiatan sementara memperdalam kegiatan yang sudah ada dapat dilakukan dengan terus memperbaiki kualitas kegiatan. Misalnya penilaian terhadap kandidat Srikandi Award bisa dilakukan lebih mendalam,



khususnya untuk penilaian yang terkait peningkatan nutrisi ibu dan anak.

HJ. TRI KIRANA MUSLIDATUN

Ketua Tim Penggerak PKK /
Ketua Forum Paud Yogyakarta



Peran Sarihusada selama ini untuk masyarakat Yogyakarta cukup besar, terbukti dengan telah terbentuknya SPS PAUD Percontohan di 14 Kecamatan di Yogyakarta

Sebagai Ketua TP PKK Kota Yogyakarta dan sekaligus sebagai Ketua Forum PAUD Kota Yogyakarta, saya mulai menjalin hubungan baik dengan Sarihusada sebelum bekerjasama dengan Sarihusada dalam peningkatan program Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di kota Yogyakarta hingga kini. Sarihusada merupakan salah satu perusahaan yang telah peduli dalam usaha peningkatan gizi serta pertumbuhan balita. Dengan produknya yang sudah dikenal oleh masyarakat, Sarihusada bertekad menjadi pendukung utama bagi peningkatan program Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di kota Yogyakarta. Peran Sarihusada selama ini untuk masyarakat Yogyakarta cukup besar, terbukti dengan telah terbentuknya SPS PAUD Percontohan di 14 Kecamatan di Yogyakarta, serta pendampingan lanjutan bagi peserta didik di SPS PAUD Percontohan. Dukungan lain dalam peningkatan gizi dilakukan melalui berbagai event yang



diselenggarakan oleh Sarihusada (Nutrisi untuk Bangsa).

Sejak tahun 2008, Ada beberapa kegiatan yang telah terselenggara atas dukungan Sarihusada antara lain: pelatihan pendidik PAUD, pelaksanaan Gebyar PAUD yang diadakan rutin setiap tahun sekali sejak 2008 yang melibatkan seluruh anak usia dini di Yogyakarta, pembuatan buku manual kedua tahun 2010, pembuatan SPS PAUD percontohan di 14 Kecamatan se-kota Yogyakarta yang dirintis pertama kali di kampung Badran Kecamatan Tegalrejo, serta kegiatan pendampingan lanjutan bagi SPS PAUD percontohan. Banyak dampak positif yang telah dicapai saat ini dalam peningkatan kualitas PAUD di kota

Yogyakarta, antara lain meningkatnya kualitas PAUD dan meningkatnya sarana bagi anak usia dini untuk memperoleh pendidikan melalui SPS PAUD Percontohan. Pendidik dan Kader PAUD juga bertambah kompetensinya dalam mendidik anak usia dini di wilayah masing-masing. Dengan adanya program ini kami juga telah memiliki buku panduan kurikulum bagi kader dan pendidik PAUD.

Salah satu tantangan bagi Sarihusada dalam meningkatkan program PAUD adalah menyelaraskan perkembangan Ilmu Pengetahuan tentang PAUD dan keterbatasan pengetahuan Kader PAUD di wilayah, dengan melibatkan peran pemerintah, lembaga terkait, dan masyarakat. Harapan kami selaku wakil dari masyarakat kota Yogyakarta, agar Sarihusada terus peduli dan mendukung semua kegiatan bagi peningkatan kualitas PAUD. Program kegiatan Sarihusada diharapkan dapat terus diselaraskan dengan program pemerintah untuk kemajuan Yogyakarta, baik dalam hal PAUD maupun kesehatan dan gizi, sehingga turut mengupayakan terciptanya generasi yang sehat, cerdas dan kuat di kota Yogyakarta.



TABEL INDEKS GRI (3.12)

Tabel GRI	Halaman
STRATEGI DAN ANALYSIS	
1.1 Pernyataan pejabat pembuat kebijakan paling senior	8
1.2 Dampak, resiko dan peluang utama	44, 58
PROFIL ORGANISASI	
2.1 Nama organisasi	16
2.2 Merek, produk, dan atau jasa utama	19
2.3 Struktur operasional organisasi	16
2.4 Lokasi kantor pusat organisasi	16
2.5 Jumlah dan nama negara wilayah operasi	16, 18
2.6 Sifat kepemilikan dan bentuk legal	16
2.7 Pasar yang dilayani	19
2.8 Skala organisasi	17, 22
2.9 Perubahan signifikan	6, 18
2.10 Penghargaan yang diterima	27, 28
PARAMETER PELAPORAN	
Profil Laporan	
3.1 Periode pelaporan	5, 6
3.2 Tanggal dari laporan periode sebelumnya	6
3.3 Siklus pelaporan	5
3.4 Alamat kontak	7
Ruang Lingkup dan Batasan Laporan	
3.5 Proses dalam menetapkan isi laporan	4
3.6 Batasan laporan	6, 7
3.7 Keterbatasan ruang lingkup	6

Tabel GRI	Halaman
3.8 Dasar untuk melaporkan usaha patungan, perusahaan anak, fasilitas yang disewakan, operasi yang di- <i>outsource</i> dan entitas lain	7
3.9 Teknik pengukuran data dan dasar perhitungannya	7
3.10 Dampak dari pernyataan ulang	5
3.11 Perubahan signifikan dari laporan periode sebelumnya	5
Indeks Isi GRI	
3.12 Tabel Standar Pengungkapan	116
Assurance	
3.13 Kebijakan dan praktek <i>assurance</i> saat ini	5
TATA KELOLA, KOMITMEN, DAN KETERLIBATAN	
Tata Kelola	
4.1 Struktur tata kelola organisasi	32
4.2 Rangkap jabatan ketua badan pengelola tertinggi sebagai pejabat eksekutif	32
4.3 Jumlah dan gender badan pengelola tertinggi	5
4.4 Mekanisme untuk pemegang saham dan karyawan dalam menyampaikan rekomendasi kepada badan pengelola tertinggi	32
4.5 Hubungan kompensasi badan pengelola tertinggi dan manajemen senior dengan kinerja organisasi dan keberlanjutannya	33

Tabel GRI	Halaman
4.6 Proses menghindari benturan kepentingan badan pengelola tertinggi	33
4.7 Proses penetapan Dewan Komisars dan Direksi	33
4.8 Pengembangan misi, nilai-nilai, etika bisnis, dan prinsip-prinsip keberlanjutan internal	13, 14, 15
4.9 Prosedur badan pengelola tertinggi mengevaluasi kinerja keberlanjutan manajemen dan organisasi	33
4.10 Penilaian kinerja badan pengelola tertinggi terkait aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial	33
Komitmen Terhadap Inisiatif Eksternal	
4.11 Prinsip pencegahan risiko yang digunakan organisasi	35, 37
4.12 Keikutsertaan dalam kesepakatan, prinsip dan inisiatif eksternal untuk ekonomi, sosial, dan lingkungan	35
4.13 Keanggotaan dalam asosiasi	26
Keterlibatan Pemangku Kepentingan	
4.14 Daftar kelompok pemangku kepentingan	49
4.15 Dasar yang digunakan dalam mengidentifikasi dan memilih pemangku kepentingan	49
4.16 Pendekatan yang digunakan untuk melibatkan pemangku kepentingan	49

Tabel GRI	Halaman
4.17 Topik kunci dan perhatian utama yang muncul melalui pelibatan pemangku kepentingan	49
KINERJA EKONOMI	
Kinerja Ekonomi	
EC1 Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung	23, 24
EC3 Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti	70
EC4 Bantuan finansial dari pemerintah	22
Kehadiran Pasar	
EC5 Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan upah minimum	71
EC6 Kebijakan, praktek dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal	23
EC7 Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior local	70, 71
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	
EC9 Dampak ekonomi tidak langsung signifikan	25
KINERJA LINGKUNGAN	
Material	
EN 2 Persentase penggunaan bahan daur ulang	78
Energi	
EN5 Penghematan energi melalui konservasi dan peningkatan efisiensi	82

TABEL INDEKS GRI (3.12)

Tabel GRI	Halaman
EN6 Inisiatif untuk menyediakan produk dan jasa yang membutuhkan energi rendah	5
Air	
EN8 Pengambilan air per sumber	84
EN9 Sumber air yang terpengaruh signifikan	84
EN10 Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang	85
Keanekaragaman Hayati	
EN11 Wilayah yang berlokasi atau berdekatan dengan daerah yang dilindungi	80
EN12 Dampak kegiatan organisasi terhadap keanekaragaman hayati	80
EN13 Perlindungan dan pemulihan habitat	80
EN14 Strategi, tindakan dan rencana mengelola dampak keanekaragaman hayati	80
EN15 Spesies di wilayah kegiatan organisasi yang dilindungi menurut IUCN	80
Emisi, Efluen dan Limbah	
EN18 Inisiatif mengurangi emisi gas rumah kaca	79, 81
EN19 Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon	78
EN20 NO _x dan SO _x dan emisi udara yang signifikan lainnya	84
EN21 Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan	85

Tabel GRI	Halaman
EN22 Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan	86, 87, 88
EN23 Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan	89
EN24 Berat limbah berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor atau diolah	86, 88
EN25 Keanekaragaman hayati badan air serta habitat yang dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air	85
Produk dan Jasa	
EN26 Inisiatif mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa	79
EN27 Presentase produk terjual dan kemasannya yang ditarik	79
Kepatuhan	
EN28 Nilai moneter denda dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran hukum dan regulasi lingkungan	37
Pengangkutan/Transportasi	
EN29 Dampak lingkungan akibat pemindahan produk dan barang	79
TENAGA KERJA DAN PEKERJAAN YANG LAYAK	
Pekerjaan	
LA1 Jumlah angkatan kerja	68

Tabel GRI	Halaman
LA3 Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap	41, 69
Tenaga Kerja / Hubungan Manajemen	
LA4 Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian kolektif	76
LA5 Masa pemberitahuan minimal perubahan kegiatan penting	68
FP3 Kehilangan waktu kerja akibat ketidaksepakatan/pemogokan/demonstrasi	68
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	
LA6 Persentase jumlah angkatan kerja yang diwakili dalam panitia kesehatan dan keselamatan antara manajemen dan pekerja	76
LA7 Tingkat kecelakaan, penyakit karena pekerjaan dan hari kerja yang hilang	76
LA8 Pendidikan, penyuluhan, pencegahan, dan pengendalian risiko penyakit bagi karyawan, keluarga dan anggota masyarakat sekitar	77
LA9 Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian dengan serikat karyawan	72
Pelatihan dan Pendidikan	
LA10 Rata-rata jam pelatihan tiap karyawan	72
LA11 Program yang menunjang pekerjaan karyawan dan membantu karyawan mengatur akhir karir	72

Tabel GRI	Halaman
LA12 Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja	69, 72
Keberagaman dan Kesetaraan	
LA13 Komposisi badan pengelola dan karyawan	70
Remunerasi Untuk Pria dan Wanita yang Setara	
LA14 Rasio gaji dasar pria terhadap wanita	74
HAK ASASI MANUSIA	
Praktek Investasi dan Pengadaan	
HR1 Persentase dan jumlah perjanjian investasi yang memuat klausul HAM	17
HR2 Klausul Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses evaluasi HAM	67
HR3 Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan mengenai kebijakan dan serta prosedur aspek HAM	39
Nondiskriminasi	
HR4 Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakannya	74
Kebebasan Berserikat, Berkumpul dan Berunding Bersama	
HR5 Kegiatan berserikat dan berkumpul	71
Pekerja Anak	
HR6 Kegiatan yang mengandung risiko terjadinya kasus pekerja anak	74

TABEL INDEKS GRI (3.12)

Tabel GRI	Halaman
Kerja Paksa dan Kerja Wajib	
HR7 Kegiatan yang mengandung risiko terjadinya kasus kerja paksa dan kerja wajib	73
Praktek Pengamanan	
HR8 Persentase personel penjaga keamanan yang mendapatkan pemahaman HAM	73
Hak Penduduk Asli	
HR9 Jumlah kasus pelanggaran yang terkait hak penduduk asli	39
Assessment	
HR10 Persentase dan jumlah total operasi yang telah mendapatkan analisis dampak HAM	34, 39
Perbaikan	
HR11 Jumlah keluhan terkait pelanggaran HAM dan penyelesaiannya	39
MASYARAKAT	
Komunitas	
SO1 Program dan praktek untuk mengelola dampak operasi terhadap masyarakat	91
SO9 Operasi yang berdampak atau memiliki potensi dampak negatif pada komunitas lokal	25
Kesehatan dan Makanan yang Terjangkau	
FP4 Program dan kegiatan yang mempromosikan peningkatan kualitas kesehatan, nutrisi dan makanan yang terjangkau	92

Tabel GRI	Halaman
Korupsi	
SO2 Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi	36
SO3 Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi	36
SO4 Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi	36, 75
Kebijakan Publik	
SO5 Sikap terhadap kebijakan publik dan partisipasi dalam perumusan kebijakan publik	26
SO6 Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi atau institusi politik	35
Perilaku Anti Persaingan	
SO7 Jumlah tindakan hukum yang melanggar ketentuan anti persaingan usaha	37, 75
Kepatuhan	
SO8 Nilai uang denda dan jumlah sanksi nonmoneter akibat pelanggaran hukum	37
TANGGUNG JAWAB PRODUK	
Kesehatan dan Keamanan Pelanggan	
PR1 Tahapan daur hidup produk dan jasa yang dampaknya dinilai terkait kesehatan dan keamanan	62
PR2 Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan kode etik mengenai dampak kesehatan dan keselamatan produk dan jasa	34, 64

Tabel GRI	Halaman
FP5 Lokasi Operasional yang Disertifikasi Keamanan Pangan	66, 67
FP6 Kategori Produk yang Diturunkan Kandungan Lemak, Sodium dan Gula	65
Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa	
PR3 Jenis dan informasi produk dan jasa	64
FP8 Kebijakan dan Praktek Informasi Produk Diluar Peraturan Perundangan	65
PR4 Jumlah penggaran peraturan dan kode etik penyajian informasi produk dan jasa	64
PR5 Praktek terkait kepuasan pelanggan	66
Komunikasi Pemasaran	
PR6 Progran untuk ketaatan hukum, standar, dan kode etik komunikasi pemasaran, periklanan, promosi, dan sponsorship	38
PR7 Jumlah pelanggaran peraturan dan kode etik komunikasi pemasaran, periklanan, promosi, dan sponsorship	38
Keleluasaan Pribadi Pelanggan	
PR8 Jumlah pengaduan pelanggaran keleluasaan pribadi dan hilangnya data pelanggan	5
KINERJA SEKTOR SUPLEMEN PEMROSESAN MAKANAN	
Pengembangbiakan dan Genetika	
FP9 Identifikasi praktek pengembangbiakan hewan dan praktek genetika yang dilakukan perusahaan dan pemasok binaan	5

Tabel GRI	Halaman
Hewan yang Diternakkan	
FP10 Identifikasi kebijakan dan praktek perubahan fisik hewan (<i>alteration</i>) dan pembiusan (anesthesia)	5
FP11 Identifikasi sistem kandang ternak (housing system)	5
FP12 Identifikasi kebijakan dan praktek antibiotik, anti-inflammatory, hormone dan pertumbuhan	5
Transportasi, Penanganan, dan Penyembelihan Hewan	
FP13 Identifikasi insiden pengangkutan, penanganan dan penyembelihan spesies (hewan dan tanaman)	5