



20 Tahun Alfamart untuk Indonesia

20 Years of Alfamart for Indonesia

20 Tahun Alfamart untuk Indonesia

20 Years of Alfamart for Indonesia

Dua puluh tahun bukan waktu yang singkat untuk berkiprah di bidang ekonomi yang penuh dengan persaingan dan tantangan, tetapi Alfamart tetap berkibar dan justru berkembang meluaskan jangkauannya bahkan ke dunia internasional membawa nama Indonesia. Tetapi 20 tahun merupakan waktu yang belum terlalu lama untuk terus berubah, belajar dan meraih impian, terutama dalam bidang keberlanjutan. Kami masih memiliki impian untuk membangun perusahaan ini menjadi perusahaan berkelanjutan. Alfamart akan terus memberikan komitmennya untuk berkontribusi lebih besar dalam bidang ekonomi, lingkungan dan sosial, bagi Indonesia. Tahun 2019 merupakan awal langkah kami dalam melaporkan kinerja keberlanjutan, yang tentunya akan terus ditingkatkan pada tahun-tahun mendatang. Semua kami lakukan demi kemajuan bangsa dan kebaikan bagi masyarakatnya. Mari bersama Alfamarat menyongsong masa depan dengan penuh semangat.

Twenty years is not a brief time to take part in the business field which is full of competition and challenges, Alfamart has vigourously been advancing and expanding its reach to bring the name of Indonesia into the international scale. But twenty years, is deemed as a short time to keep on evolving, learning, and achieving dreams, especially in the area of sustainability. We hold a vision to develop this Company into a sustainable entity. Alfamart will continue its commitment to contribute more in all the economic, environmental, and social for Indonesia. 2019 is the beginning of our step in reporting sustainability performance, which will certainly continue improved in the coming years; as we seek to provide value to the nation and serve the good of the people. Let us, together with Alfamart, welcomes the future with passion.

DAFTAR ISI TABLE OF CONTENTS

- 4 Ikhtisar Keberlanjutan
Sustainability Highlights
- 6 Penghargaan 2019
Awards 2019

8

TENTANG ALFAMART ABOUT ALFAMART

- 10 Informasi Perseroan
Company Profile
- 12 Visi dan Misi Perusahaan
Company's Vision and Mission
- 13 Nilai-Nilai Perusahaan
Company's Values
- 18 Pasar yang Dilayani
Market Served
- 19 Skala Organisasi
Scale of the Organization
- 19 Keanggotaan Asosiasi
Membership of Association
- 20 Sejarah Alfamart
Alfamart History
- 24 Peristiwa Penting 2019
Significant Events 2019
- 28 Gerai dan Lokasi Penyebaran
Stores and Coverage Area

30

LAPORAN MANAJEMEN MANAGEMENT REPORT

- 32 Laporan Dewan Komisaris
Report of Board of Commissioners
- 36 Laporan Direksi
Report of Board of Directors

40

MEMBANGUN EKONOMI BANGSA BUILD THE NATION'S ECONOMY

- 43 Rantai Pasokan
Supply Chain
- 44 Aspek Kesehatan dan Keselamatan
Produk
Health and Product Safety
- 44 Pelabelan Produk yang Bertanggung
Jawab
Responsible Product Labelling
- 46 Reduce, Reuse, Recycle
- 50 Konsumsi Energi
Energy Consumption

52

LINGKUNGAN ENVIRONMENT

- 55 Keragaman dan Kesempatan Setara
Diversity and Equal Opportunity
- 59 Upah dan Remunerasi
Wages and Remuneration
- 61 Perekutan dan Pergantian Karyawan
Employee Recruitment and Turnover
- 63 Pengembangan Potensi Karyawan
Employee Potential Development
- 66 Penilaian Kinerja
Performance Assessment
- 66 Perjanjian Perundingan Kolektif
Collective Bargaining Agreement



68

ALFAMART FOR ALL ALFAMART FOR ALL

71	Peningkatan Ekonomi UKM (ALFAMART SMEs) Economic Improvement of SMEs (ALFAMART SMEs)	83	Struktur Tata Kelola Governance Structure
73	Pendidikan (ALFAMART SMART) Education (ALFAMART SMART)	87	Kode Etik Code of Ethics
74	Sosial (ALFAMART CARE) Social (ALFAMART CARE)	89	Pedoman Perilaku Code of Conduct
75	Lingkungan (ALFAMART CLEAN & GREEN) Environment (ALFAMART CLEAN & GREEN)	93	Internalisasi Nilai dan Budaya Perusahaan Internalization of Corporate Values and Culture
76	Pengelolaan Program Program Management	94	Pelaporan Pelanggaran Whistleblowing
77	Donasi Konsumen Alfamart Alfamart Consumen Donation	95	Pemangku Kepentingan Stakeholders

80

TATA KELOLA KEBERLANJUTAN SUSTAINABILITY GOVERNANCE

98

TENTANG LAPORAN ABOUT THE REPORT

104	Tautan SDG's dalam Standar GRI SDG's link in GRI Standards
113	Indeks Standar GRI - Opsi Core GRI Standard Index - Core Option



14.310

Jumlah gerai di tahun 2019

Number of stores in 2019

2018 : 13.679

2017 : 13.477



32

Jumlah Cabang
Branch



72.944.988

juta/ million

Pendapatan bersih di tahun 2019

Net revenue in 2019

2018 : 66.817.305 juta/ million

2017 : 61.464.903 juta/ million

Ikhf

Sustainability Highlights

Kebangla



4.000+

Jumlah total SKU (jenis produk)
Total amount of SKU (product)



315.010 juta/ million

Kontribusi pada pemerintah (total pajak)
di tahun 2019

Contribution to government (tax amount)
in 2019

2018 : Rp198.305 juta/ million

2017 : Rp123.607 juta/ million



5.269.978

Jumlah anggota aktif
di tahun 2019

Number of active members
in 2019

2018 : 4.793.397

2017 : 4.332.995

160.089 GJ

Total penggunaan energi di tahun 2019
Total energy usage in 2019

2018 : 164.633 GJ

2017 : 119.020 GJ

2018 : 164.633 GJ

2017 : 119.020 GJ



7,20 jam/ hours

Rata-rata jam pelatihan di tahun 2019

Average of training hours in 2019

2018 : 7,56 jam/ hours

2017 : 7,64 jam/ hours



121.953

Jumlah karyawan

di tahun 2019

Number of employee in 2019

2018 : 115.938

2017 : 112.586



Rp 1.096 juta/ million

Kontribusi pada masyarakat (CSR) 2019

Contribution to community (CSR) 2019

2018 Rp1.079 juta/ million

2017 Rp757 juta/ million

njutain

PENGHARGAAN 2019 AWARDS 2019



01

**Penghargaan atas upaya
pemberian kesempatan kerja
untuk penyandang disabilitas
di dunia kerja inklusif.**

Appreciation for providing
employment opportunities
for people with disabilities in
inclusive workplace.



02

**Penghargaan atas komitmen dan
kepatuhan menyampaikan laporan
keuangan tahunan perusahaan secara
rutin, tepat waktu dan benar.**

Appreciation for commitment and
compliance in submitting the company's
annual financial report routinely, timely
and accurately.



**Penghargaan wajib
pajak 2019.**

Appreciation for
Taxpayer 2019.

03

04

**Tim Komunikasi perusahaan
tahun 2019 di industri
perdagangan, jasa dan
investasi.**

Corporate Communication
Team of The Year 2019 in
Trade, Service, and Investment
Industry.



05

**Penghargaan Merek
Terbaik 2019.**

Top Brand Award 2019.

06

**Top 50 Most Valuable Brands
2019 dari WPP EMEA & Asia.**

Top 50 Most Valuable Brands
2019 by WPP EMEA & Asia.



TENTANG ALFAMART

ABOUT ALFAMART



Sebagai salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia, kami berupaya untuk membangun sebuah jaringan toko modern untuk memenuhi kebutuhan pokok setiap rumah tangga Indonesia dalam rangka berkontribusi pada peningkatan perekonomian, pembukaan lapangan kerja, berbagi usaha dan perbaikan gaya hidup masyarakat di sekitar daerah operasi kami. As one of the most extensive retail companies in Indonesia, we endeavour to establish a modern store network to reach out and provide access to the necessities of every Indonesian household. In doing this, we contribute to and promote the economy, open up jobs, partner with many businesses, and improve the lifestyles of the people around our communities.



Berdiri sejak tahun 1989, PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) Tbk, menjadi salah satu sahabat masyarakat yang menyediakan barang-barang kebutuhan pokok yang lengkap dengan harga yang terjangkau, tempat berbelanja yang nyaman, serta lokasi yang mudah dijangkau. Sebagai "Toko Komunitas", kami juga menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat marginal melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Saat ini, Alfamart merupakan salah satu yang terdepan dalam usaha ritel, dengan melayani lebih dari 4,5 juta pelanggan setiap harinya di lebih dari 14.300 gerai, 26% diantaranya dalam bentuk waralaba. Toko kami didukung oleh 32 pusat distribusi, tersebar di seluruh Indonesia. Kami menyediakan lapangan kerja bagi lebih 121.953 pekerja di seluruh Indonesia. Kami beroperasi melalui pendekatan 4P (*place, product, process, people*) sebagai penggerak seluruh lini organisasi untuk menciptakan produktivitas dan efektifitas layanan yang prima.

PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) Tbk was established in 1989 and has since grown to be one of the associates of the community providing necessities at an affordable price, a convenient place to shop, and an easily accessible location. As a "Community Shop", we further manifest concern for marginal communities through the implementation of corporate social responsibility (CSR).

Presently, Alfamart is one of the foremost entities in the retail business world in Indonesia, serving more than 4,5 million customers every day in more than 14,300 stores, 26% of which are franchised. Our store is supported by 32 distribution centres that are spread all over Indonesia. We employ more 121,953 workers throughout Indonesia and operate through a 4P approach (place, product, process, people) as a driving force of all divisions to create exceptional service, productivity, and effectiveness.

INFORMASI PERUSAHAAN COMPANY'S PROFILE

NAMA PERUSAHAAN [GRI 102-1]

PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, Tbk.

BIDANG USAHA [GRI 102-2]

Pedagang eceran dalam bentuk minimarket dan jasa waralaba.

NAME OF THE ORGANISATION [GRI 102-1]

PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, Tbk.

BUSINESS LINE [GRI 102-2]

Retailer, in the forms of minimarkets and franchising.

PRODUK DAN JASA UTAMA

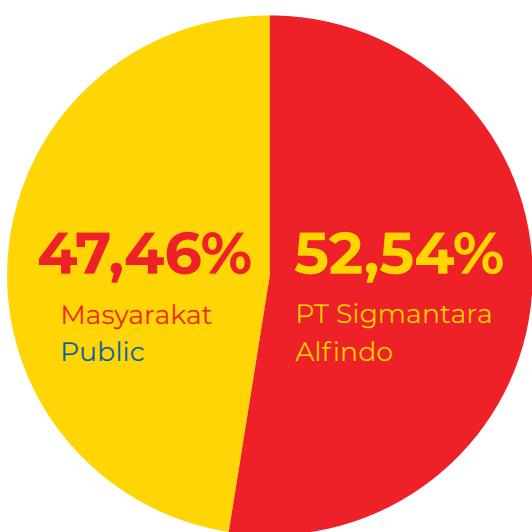
Bekerja sama dengan lebih dari 400 pemasok, kami menawarkan 4.000 SKU (Safe Keeping Unit) jenis produk dengan komposisi 68% makanan dan 32% non makanan. Alfamart juga berkembang menjadi *payment channel* yang menyediakan layanan pembelian atau pembayaran berbagai transaksi keuangan seperti:

1. e-payment (cicilan kredit kendaraan bermotor, cicilan rumah, tagihan listrik, air, gas, biaya kuliah, PBB, BPJS Kesehatan, asuransi, telepon, TV berbayar, dan belanja online, agen travel online),
2. e-voucher (token listrik, pulsa & paket data, game online),
3. e-ticketing & travel (kereta api, maskapai, bus, ferry penyeberangan, hotel, wahana permainan, dan konser/ event),
4. delivery services (pengiriman dokumen dan barang, remitansi),
5. Pelayanan lainnya (e-money, branchless banking, pengajuan kredit).

KEPEMILIKAN DAN BENTUK USAHA [GRI 102-5] OWNERSHIP AND BUSINESS FORM [GRI 102-5]

Kepemilikan saham periode 31 Desember 2019

Share ownership as of December 31, 2019



MAIN PRODUCTS AND SERVICES

Having worked with more than 400 suppliers, we offer 4,000 SKU (Safe Keeping Unit) varieties of products with a composition of 68% food and 32% non-food. Additionally, Alfamart has developed into a payment channel that purveys purchasing services or payment for multiple financial transactions, such as:

1. e-payment (motor vehicle loan repayments, mortgage payments, electricity, water, gas, tuition fees, property tax, health insurance, insurance, telephone, cable TV, and online shopping, online travel agents),
2. e-vouchers (electricity tokens, phone credit & data packages, online games),
3. e-ticketing & travel (trains, airlines, buses, ferry crossings, hotels, game rides, and concerts/events),
4. delivery services (shipping documents and goods, remittances),
5. other services (e-money, branchless banking, credit applications).

DASAR HUKUM [GRI 102-5]

LEGAL FORM [GRI 102-5]

Akta Notaris Gde Kertayasa, S.H., No 21 Tanggal 22 Februari 1989 yang telah mengalami beberapa kali perubahan. Perubahan terakhir Akta Notaris Sriwi Bawana Nawakasari, S.H. ,M.Kn., No 1 Tanggal 1 Juli 2019.

Notarial Deed Gde Kertayasa, S.H., No. 21 dated on February 22, 1989, which has been amended several times. The latest amendment to the Notarial Sriwi Bawana Nawakasari, S.H. ,M.Kn., No. 1 dated on July 1, 2019.

ANAK PERUSAHAAN SUBSIDIARIES

1. PT Midi Utama Indonesia, Tbk
2. PT Sumber Indah Lestari
3. Alfamart Retail Asia Pte, Ltd.
4. PT Sumber Trijaya Lestari
5. PT Sumber Wahana Sejahtera
6. PT Global Loyalty Indonesia

LOKASI KANTOR PUSAT [GRI 102-3] LOCATION OF HEADQUARTERS [GRI 102-3]

Alfa Tower
Jl. Jalur Sutera Barat Kav.9
Alam Sutera, Tangerang 15143
Banten, Indonesia

LOKASI OPERASIONAL [GRI 102-4] LOCATION OF OPERATIONS [GRI 102-4]

Terdapat 32 kantor cabang dan 14.310 gerai di seluruh Indonesia.
There are 32 branch offices and 14,310 stores throughout Indonesia.

VISI DAN MISI PERUSAHAAN COMPANY'S VISION AND MISSION

VISI/ VISION

Menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.

To be Indonesia's largest and globally competitive widely owned retail distribution network that empowers small entrepreneurs and fulfills customer needs and expectations.

MISI/ MISSION

- Memberikan kepuasan kepada pelanggan/ konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.
To satisfy customer needs and expectations by focusing on high quality products and services.
- Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tinggi.
To implement ethical business practices, to be the best in all of our actions.
- Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan cara menumbuhkembangkan jiwa wiraswasta dan kemandirian usaha.
To develop entrepreneurial spirits and skills in the company and the society.
- Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi para pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.
To develop a reliable, healthy and ever growing organization which benefits all stakeholders.

NILAI-NILAI PERUSAHAAN COMPANY'S VALUES

[GRI 102-16]

INTEGRITAS YANG TINGGI

Merupakan sikap jujur, disiplin, dan konsisten dalam bekerja berlandaskan etika serta bertanggung jawab terhadap pekerjaan. Perilaku-perilaku integritas antara lain:

A. Jujur dan beretika

Sikap seseorang yang menyatakan sesuatu dengan sesungguhnya dengan apa adanya dan sesuai dengan fakta, sedangkan beretika adalah sikap kesediaan dan kesanggupan seseorang untuk menaati peraturan dan norma yang ada. Contoh perilaku:

- Menyampaikan informasi sesuai fakta/data yang sebenarnya
- Sopan dan santun dalam berperilaku, berbicara, berpenampilan, dan bertindak
- Menolak pemberian hadiah, komisi, imbalan, atau tanda terima kasih dalam bentuk apapun dari mitra usaha perusahaan (rekanan, pemasok, kontraktor, vendor)

B. Disiplin

Merupakan perasaan taat dan patuh terhadap nilai-nilai yang dipercaya merupakan tanggung jawabnya. Contoh perilaku:

- Menaati setiap peraturan perusahaan
- Menjalankan pekerjaan sesuai dengan prosedur dan instruksi yang telah ditetapkan
- Bekerja sesuai rencana yang telah ditetapkan

1

HIGH INTEGRITY

Honest, disciplined, and consistent attitude in working based on ethics and responsible for work. Integrity behaviors include:

A. Honest & Ethical

Attitude of someone who states something truly as it is and in accordance with the facts, while ethical is the attitude of a person's readiness and ability to obey the rules and norms that exist. Examples of behavior:

- Deliver information in accordance with facts / actual data
- Polite and kind in behaving (speaking, looking, and acting)
- Refusing gifts, commissions, rewards, or gratitude in any form from the company's business partners (partners, suppliers, contractors, vendors)

B. Discipline

Discipline is the feeling of being loyal and obedient to the values that are believed to be his/her responsibility. Examples of behavior:

- Comply with every company regulation
- Carry out the work in accordance with procedures and instructions that have been set
- Work according to a predetermined plan

C. Bertanggung jawab

Merupakan suatu perbuatan untuk siap menanggung segala sesuatu hal yang muncul sebagai akibat dari dilakukannya suatu aktivitas tertentu. Contoh perilaku:

- Menyelesaikan pekerjaan dengan tuntas untuk hasil yang terbaik
- Menggunakan fasilitas dan peralatan perusahaan dengan penuh tanggung jawab
- Menjaga dan memelihara asset perusahaan dengan baik
- Mengambil keputusan sesuai dengan tanggung jawab dan wewenang

C. Responsible

Responsible as an act to be prepared to bear all things that arise as a result of doing a certain activity. Examples of behavior:

- Completing the work thoroughly for the best results
- Using facilities and equipment company with full responsibility
- Maintaining and preserving company assets, appropriately
- Making decisions according to responsibility and authority

INOVASI UNTUK KEMAJUAN YANG LEBIH BAIK



INNOVATIONS FOR BETTER PROGRESS

Merupakan sikap kreatif dalam bekerja, berkomitmen untuk melakukan perbaikan cara kerja secara terus menerus. Perilaku-perilaku inovasi untuk kemajuan yang lebih baik antara lain:

A. Kreatif

Merupakan suatu proses pemikiran yang membantu mencetuskan berbagai gagasan baru yang merupakan salah satu sifat manusia yang dibentuk dari proses pengalaman sehingga menyebabkan orang tersebut terus memperbaiki dan mengembangkan dirinya. Contoh perilaku:

- Menggali ide-ide untuk perbaikan proses kerja
- Melakukan perubahan cara kerja ke arah yang lebih baik secara terus menerus
- Mendorong orang lain untuk menyampaikan ide-ide perbaikan

A. Creative

Is a thought process that help spark ideas new, which is one of human nature formed from the experience process thus causing the person to continue improve and develop themselves.

Examples of behavior:

- Exploring ideas for process improvement work
- Making changes in the way work towards better continuously
- Encourage others to convey improvement ideas

B. Fleksibel

Merupakan kemampuan untuk beradaptasi dan cepat tanggap terhadap perubahan dirinya. Contoh perilaku:

- Bersedia menerima masukan dari orang lain
- Cepat beradaptasi dengan lingkungan kerja baru
- Memandang perubahan sebagai peluang untuk melakukan perbaikan

B. Flexible

This is the ability to adapt and react rapidly to changes in himself.

Behaviours reflected:

- Willing to accept input from others
- Promptly adapt to the current work environment
- Comprehending change as an opportunity to make improvements.

KUALITAS DAN PRODUKTIVITAS YANG TERTINGGI

Mampu menjalankan tugas serta fokus pada pencapaian hasil kerja yang lebih baik. Perilaku-perilaku Kualitas dan Produktivitas antara lain:

A. Kompeten

Mahir di bidangnya, mengetahui dan mampu mengerjakan tugasnya dengan baik.

Contoh perilaku:

- Mengenali ketidakmampuan diri yang perlu diperbaiki
- Bersedia belajar dari orang lain
- Aktif mengembangkan kemampuan diri
- Mengikuti training yang diberikan dengan penuh kesungguhan

B. Fokus pada Hasil

Merupakan sikap mempunyai komitmen pencapaian target kerja dengan berkualitas.

Contoh perilaku:

- Bekerja dengan target yang selaras dengan tujuan perusahaan
- Menetapkan target kerja dan melakukan yang terbaik untuk mencapainya
- Mengukur setiap pencapaian kinerja pribadi



HIGHEST QUALITY AND PRODUCTIVITY

This is the trait that is expected to be able to undertake responsibilities and to focus on reaching better work results. Quality and Productivity behaviours include:

A. Competent

Proficient in his field, understanding and able to do his job well.

Examples of behavior:

- Recognize the disabilities that need to be corrected
- Willing to learn from others
- Actively developing self abilities
- Following the training given with full sincerity

B. Result Oriented

Attitude of having commitment to achieving quality work targets. Examples of behavior:

- Work with targets that are aligned with company goals
- Set work targets and do your best to achieve them
- Measuring every achievement of personal performance

KERJASAMA TIM



TEAMWORK

Merupakan sikap di mana seluruh anggota terlibat aktif serta mendorong terciptanya semangat dan kekompakkan dalam tim. Perilaku-perilaku kerjasama tim antara lain:

A. Terlibat dalam Tim

Mampu mengidentifikasi diri sebagai anggota dari tim, terlibat dalam kegiatan tim, dan memiliki rasa kepemilikan atas tim tersebut.

Contoh perilaku:

- Melaksanakan pekerjaan tanpa menunggu
- Melibatkan pihak-pihak terkait guna menyelesaikan pekerjaan
- Memperhatikan dan mendengarkan keluhan orang lain

B. Membangun Kekompakkan

Merupakan bekerja sama secara teratur dan rapi. Sebuah tim harus memiliki kekompakkan antar anggotanya agar dapat mencapai sebuah tujuan bersama. Contoh perilaku:

- Bersikap positif dan protektif
- Menghargai pendapat orang lain
- Memotivasi orang lain agar dapat terlibat aktif dalam tim
- Memberikan apresiasi kepada rekan-rekan yang memberikan masukan

This is an orientation that all members are actively involved and encourage passion and solidarity in the team. Teamwork Behaviours include:

A. Getting involved in the Team

Being able to identify yourself as a member from the team, involved in team activities, and have a sense of ownership of the team.

Examples of behavior:

- Performing work without waiting for directions
- Involving relevant parties in order to finish work
- Paying attention and listening to complaints

B. Building Solidarity

This is the display to work together, systematically and neatly. A team must have cohesiveness among its members to achieve a mutual goal. Models of behaviour:

- Be positive and protective
- Respecting the views of others
- Motivating others to be involved in the team, actively
- Appreciating the colleagues who contribute input

KEPUASAN PELANGGAN MELALUI STANDAR PELAYANAN YANG TERBAIK

Merupakan sikap anggota yang berinisiatif tinggi memenuhi kebutuhan dan memastikan terciptanya kepuasan pelanggan. Perilaku-perilaku kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik antara lain:

A. Responsif

Merupakan sikap kesadaran akan tugas yang seharusnya dilakukan dengan sungguh-sungguh. Kepekaan yang tajam dalam menyikapi berbagai hal yang terjadi di sekitar. Contoh perilaku:

- Mengetahui dan memenuhi kebutuhan pelanggan
- Menyelesaikan komplain pelanggan dengan cepat dan bersahabat
- Menyampaikan informasi penting yang dibutuhkan pelanggan

B. Mengutamakan Pelanggan

Merupakan sikap karyawan dalam menjadikan pelanggan sebagai prioritas utama, mendahulukan kepentingan pelanggan.

Contoh perilaku:

- Selalu siap membantu dan mengutamakan pelanggan
- Berusaha memberikan pelayanan melampaui harapan pelanggan
- Melayani pelanggan dengan ramah dan tulus
- Menjadi mitra pelanggan dalam pengambilan keputusan bersama



CUSTOMER SATISFACTION THROUGH THE BEST SERVICE STANDARDS

This is the nature of members who take the initiative to fulfil the needs and to ensure customer satisfaction. Customer Satisfaction Behaviour through the Best Service Standards includes:

A. Responsive

This is a layer of awareness of the responsibility that should be done, earnestly. It takes distinctive sensitivity to address different things happening around. Examples of behaviour:

- Identifying and meeting customer's needs
- Resolving customer complaints, promptly and kindly
- Conveying critical information required by customers

B. Prioritising Customers

This is the stance of employees in making customers a top priority and putting the interests of customers first.

Parts of delivery:

- Being ready to help and give priority to customers
- Trying to render services beyond customer expectations
- Serving customers, kindly and sincerely
- Becoming a customer partner in joint decision-making

PASAR YANG DILAYANI

MARKET SERVED

[GRI 102-6]

[GRI 102-6]

Kami melayani masyarakat melalui sebaran 14.310 gerai, 32 cabang, beberapa Depo dan Bulky di seluruh Indonesia. Pasar kami adalah seluruh lapisan masyarakat yang menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari untuk pria, wanita, maupun anak-anak. Gerai Alfamart dapat dijumpai di dekat tempat pemukiman termasuk apartemen dan hotel serta tempat-tempat keramaian lainnya seperti kawasan wisata, bandara, pelabuhan, terminal bis, stasiun, dan tempat pengisian bahan bakar.

We serve the community through a distribution network of 14,310 outlets, 32 branches, several depots and bulky warehouses all over Indonesia. We target markets at every layer of society providing daily basic needs for men, women, and children. Alfamart outlets can be found nearby, in suburban areas including apartments, hotels, and other crowded places: tourist areas, airports, ports, bus terminals, stations, and gas station.



SKALA ORGANISASI [GRI 102-7] [GRI 102-8] SCALE OF THE ORGANIZATION [GRI 102-7] [GRI 102-8]

Kategori Category	2019	2018	2017
Jumlah Karyawan (Orang) Number of Employees (People)	121.953	115.933	112.586
Jumlah Operasi (Gerai) Number of Operations (Stores)	14.310	13.679	13.477
Pendapatan Bersih (dalam Juta) Net Revenue (in Million)	72.944.988	66.817.305	61.464.903
Aset (dalam Juta) Asset (in Million)	23.992.313	22.165.968	21.901.740
Hutang (dalam Juta) Liability (in Million)	17.108.006	16.148.410	16.651.570
Ekuitas (dalam Juta) Equity (in Million)	6.884.307	6.017.558	5.250.170
Jumlah Kantor Cabang dan Gudang Number of Branch Offices and Warehouse	32	32	32
Jumlah Produk yang Dijual (SKU) Number of Products Sold (by type/ SKU)	4.000	4.000	4.000

KEANGGOTAAN ASOSIASI [GRI 102-13] MEMBERSHIP OF ASSOCIATION [GRI 102-13]



Aprindo
Asosiasi Pengusaha Retail Indonesia
(Pengurus/Management)



HIPPINDO
HIMPUNAN
PENYEWAK PUSAT PERBELANJAAN INDONESIA



Apindo
Asosiasi Pengusaha Indonesia



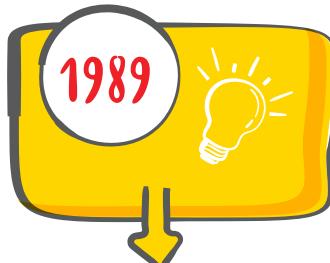
AEI
Asosiasi Emiten Indonesia
(Anggota/Member)



ICSA
Indonesian Corporate Secretary Association
(Anggota/Member)

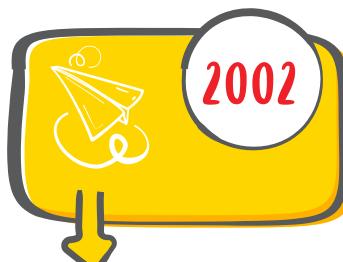
SEJARAH ALFAMART ALFAMART HISTORY

Berdiri sebagai perseroan dagang aneka produk oleh Djoko Susanto dan keluarga



Founded as a multi product trading company by Djoko Susanto and his family

Akuisisi 141 gerai Alfa Minimart dan berganti nama menjadi "Alfamart"



Acquisition of 141 Alfa Minimart stores renamed "Alfamart"

- Penawaran umum saham di Bursa Efek Indonesia
- Memasuki pasar Bali. Mulai menggunakan conveyor belt
- 3.300+ gerai beroperasi



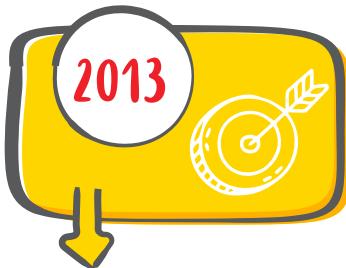
- Initial Public Offering at the Indonesia Stock Exchange
- Entry to Bali market. Initial use of conveyor belt
- 3,300+ stores in operation

- Penawaran Umum Saham Terbatas Tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD)
- Pendirian anak perusahaan PT Sumber Indah Lestari yang bergerak di bidang usaha kesehatan dan kecantikan
- Memasuki pasar Medan
- 7.000+ gerai beroperasi



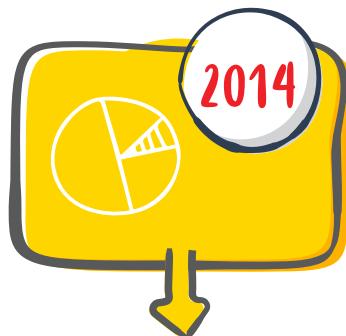
- Non-Preemptive rights issuance by issuing new shares
- Establishment of Subsidiary PT Sumber Indah Lestari, engaging in the business of health and beauty
- Penetration to Medan market
- 7,000+ stores in operation

- Akusisi tambahan saham PT Midi Utama Indonesia Tbk
- Perubahan nilai nominal saham dari Rp100 menjadi Rp10 per lembar
- Pendirian anak perusahaan Alfamart Retail Asia Pte. Ltd. (kepemilikan saham 100%)
- Memasuki Pasar Jambi, Pekanbaru dan Banjarmasin
- 8.500 + gerai beroperasi



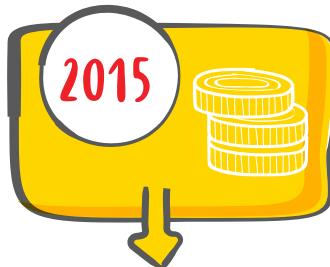
- Acquiring additional shares of PT Midi Utama Indonesia Tbk
- Stock split from Rp100 to Rp10 per share
- Establishment of Subsidiary Alfamart Retail Asia Pte. Ltd. (share ownership 100%)
- Penetration to Jambi, Pekanbaru and Banjarmasin markets
- 8,500+ stores in operation

- Pembentukan usaha patungan melalui Anak Perusahaan Perseroan Alfamart Retail Asia Pte. Ltd., dengan mendirikan Alfamart Trading Philipines Inc. yang berkedudukan di Filipina
- Memasuki pasar Filipina
- Penawaran Umum Berkelanjutan Obligasi Berkelanjutan I Sumber Alfaria Trijaya Tahap I Tahun 2014
- Penawaran Umum Saham Terbatas Tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu
- Akuisisi saham MIDI sehingga total kepemilikan menjadi 86,72%
- Pengembangan gudang untuk wilayah Karawang, Lombok, Kotabumi dan Rembang
- Relokasi gudang Serpong ke Parung
- Memasuki Pasar Pontianak dan Manado
- 9.800 + gerai beroperasi



- Establishment of a joint venture through Subsidiary Alfamart Retail Asia Pte. Ltd., incorporated Alfamart Trading Philippines Inc. domiciled in the Philippines
- Penetration to the Philippines market
- Offering Sumber Alfaria Trijaya Continuous Bonds I Phase I/2014
- Non-Preemptive rights issuance by issuing new share
- Acquisition of MIDI shares accordingly total ownership became 86.72%
- Establishment of warehouses in Karawang, Lombok, Kotabumi and Rembang
- Relocation of warehouse from Serpong to Parung
- Penetration to Pontianak and Manado markets
- 9,800 + stores in operation

- Mendirikan PT Sumber Trijaya Lestari (Alfacart) yang bergerak di bidang perdagangan eceran melalui internet
- Penawaran Umum Saham Terbatas Tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu
- Penawaran Umum Berkelanjutan Obligasi Berkelanjutan I Sumber Alfaria Trijaya Tahap II Tahun 2015
- Memasuki Pasar Batam
- 11.000+ gerai beroperasi



- Membuka gudang di Serang dan Cianjur untuk memperkuat distribusi
- Meluncurkan Alfa Mind, *virtual store* pertama di Indonesia dengan teknologi *augmented reality*
- Peningkatan setoran modal oleh PT Amanda Cipta Persada pada PT Sumber Trijaya Lestari sehingga kepemilikan Perseroan terdilusi menjadi 50,97%
- Peningkatan setoran modal PT Sumber Indah Lestari sehingga kepemilikan menjadi 88,71%
- 12.000+ gerai beroperasi



- Establishment of PT Sumber Trijaya Lestari (Alfacart) which is engaged in retail trading through internet
- Non-Preemptive rights issuance by issuing new shares
- Offering Sumber Alfaria Trijaya Continuous Bonds I Phase II/2015
- Entering Batam market
- 11,000+ stores in operation

- Opening warehouses in Serang and Cianjur to strengthen distribution
- Launching Alfa Mind, the first virtual store in Indonesia with augmented reality technology
- Increasing capital injection by PT Amanda Cipta Persada at PT Sumber Trijaya Lestari, so the Company's ownership was diluted to 50.97%
- Increasing ownership at PT Sumber Indah Lestari to 88.71%
- 12,000+ stores in operation

- Penawaran Umum Berkelanjutan Obligasi Berkelanjutan II Sumber Alfaria Trijaya Tahap I Tahun 2017
- Mendirikan PT Sumber Wahana Sejahtera yang bergerak di bidang jasa titipan dan pengiriman paket dengan kepemilikan 99,96%
- Akuisisi seluruh saham PT Sumber Trijaya Lestari milik PT Amanda Cipta Persada sehingga kepemilikan Perseroan menjadi 99,99%
- 13.400+ gerai beroperasi



- Offering Sumber Alfaria Trijaya Continuous Bonds II Phase I/2017
- Establishing PT Sumber Wahana Sejahtera which is active in courier service with share ownership of 99.96%
- Acquisition of all share ownership in PT Sumber Trijaya Lestari from PT Amanda Cipta Persada, so the Company's ownership increased to 99.99%
- 13,400+ stores in operation

- Penawaran Umum Berkelanjutan Obligasi Berkelanjutan II Sumber Alfaria Trijaya Tahap II Tahun 2018
- 13.600+ gerai beroperasi
- 500 gerai beroperasi di Filipina



- Offering Sumber Alfaria Trijaya Continuous Bonds II Phase II/2018
- 13,600+ stores in operation
- 500 stores in operation in the Philippines

- 20 tahun Alfamart mengibarkan sayapnya di Indonesia
- 14.300+ gerai beroperasi
- Launching Alfagift
- Melakukan akuisisi PT Global Loyalty Indonesia dengan kepemilikan sebesar 75%
- 750+ gerai beroperasi di Filipina dengan total 3 gudang



- 20 years of Alfamart servicing Indonesia
- 14,300+ stores in operation
- Alfagift launching
- Acquired PT Global Loyalty Indonesia with amounting 75% ownership
- 750+ stores in operation in the Philippines with total of 3 warehouse

PERISTIWA PENTING 2019 SIGNIFICANT EVENTS 2019



Jakarta, 22 Maret 2019
Jakarta, March 22nd, 2019

PENERIMAAN COURAGES AWARD 2019 ADMISSION OF COURAGES AWARD 2019

Alfamart menerima penghargaan dari Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia atas upaya pemberian kesempatan kerja untuk penyandang disabilitas di dunia kerja inklusif.

Alfamart received an award from the Ministry of Manpower Republic of Indonesia for efforts to provide employment opportunities for people with disabilities in the world of inclusive work.



Jakarta, 19 Agustus 2019
Jakarta, August 19th, 2019

LAUNCHING ALFAGIFT 4.0 ALFAGIFT LAUNCHING 4.0

Alfamart mengembangkan aplikasi digital bernama Alfagift 4.0 yang merupakan pengembangan terbaru dari Alfagift yang telah ada sebelumnya. Alfagift 4.0 menggabungkan fungsi *recommendation engine*, *personalization offer*, Alfastamp, Alfastars, dan *store locator* ke dalam satu aplikasi Alfagift 4.0.

Alfamart developed a digital application named Alfagift 4.0 are the latest development from Alfagift that has existed before. Alfagift 4.0 combines the functions of the engine recommendation, personalization offer, Alfastamp, Alfastars, and store locator into one Alfagift 4.0 application.



Jakarta, 20 Agustus 2019
Jakarta, August 20th, 2019

PENERIMAAN TOP BRAND 2019 TOP BRAND AWARD 2019

Alfamart menerima TOP Brand Award 2019 untuk kategori minimarket untuk kedelapan kali sejak tahun 2012-2019. Penghargaan diterima oleh Marketing Director Alfamart, Ryan Alfons Kaloh.

Alfamart received the TOP brand Award 2019 for minimarket category for the eighth time from 2012-2019. The award was received by Alfamart Marketing Director, Ryan Alfons Kaloh.

PERISTIWA KORPORASI CORPORATE EVENTS

PERAYAAN SEMARAK ULANG TAHUN ALFAMART KE 20 A LIVELY CELEBRATION OF ALFAMART'S 20TH ANNIVERSARY



Tangerang, 30 Oktober 2019
Tangerang, October 30th, 2019

Puncak perayaan Semarak Ulang Tahun Alfamart yang ke 20 dilaksanakan di ICE BSD ditandai dengan pemotongan tumpeng oleh Djoko Susanto selaku pendiri Alfamart. Selain itu acara yang mengusung tema #20thAlfamartUntukIndonesia dimeriahkan beberapa bintang tamu dan pemberian penghargaan untuk karyawan yang telah berkarya selama 20 tahun di Alfamart.

A lively celebration of Alfamart's 20th held at ICE BSD was marked by the cutting of a cone by Djoko Susanto as the founder of Alfamart. In addition the event that carried the theme # 20thAlfamartForIndonesia, enlivens some of guest stars and awards for employees who have worked for 20 years at Alfamart.

PENERIMAAN PENGHARGAAN LKTP 2019 ACCEPTANCE OF AWARDS LKTP 2019



Jakarta, 4 Desember 2019
Jakarta, December 4th, 2019

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia memberikan penghargaan LKTP 2019 kepada Alfamart atas komitmen dan kepatuhan menyampaikan laporan keuangan tahunan perusahaan secara rutin, tepat waktu dan benar.

The Ministry of Trade of the Republic of Indonesia awarded LKTP 2019 to Alfamart for the commitment and compliance in submitting the company's annual financial report routinely, timely and accurately.

PENERIMAAN PENGHARGAAN CORCOM TEAM OF THE YEAR 2019 ACCEPTANCE OF AWARDS CORCOM TEAM OF THE YEAR 2019



Jakarta, 12 Desember 2019
Jakarta, December 12th, 2019

Corporate Affairs Director Alfamart, Solihin mewakili Alfamart menerima penghargaan Corcom Team of the Year 2019 kategori Trade, Service and Investment Industry yang diselenggarakan oleh majalah MIX-Marcomm.

Alfamart Corporate Affairs Director, Solihin representing Alfamart received the 2019 Corcom Team of the Year award in the Trade, Service and Investment Industry category organized by MIX-Marcomm magazine.

PERISTIWA PENTING 2019

SIGNIFICANT EVENTS 2019



Tangerang, 28 Mei 2019
Tangerang, May 28th, 2019

EVENT MUDIK MEMBER

MEMBER MUDIK EVENT

Berkaitan dengan moment hari raya, Alfamart mengadakan "Mudik Asik Bersama Alfamart" program khusus yang bisa dinikmati oleh member Alfamart.

Embracing the moment of holiday, Alfamart held a "Mudik Asik Bersama Alfamart", a special program that could be enjoyed by members of Alfamart.



Tangerang, 11 Juli 2019
Tangerang, July 11th, 2019

PELUNCURAN "RECYCLE ECOBAG TASINI"

LAUNCHING "RECYCLE ECOBAG TASINI"

Alfamart menggandeng perusahaan sosial 'Making Ocean Plastic Free' meluncurkan recycle ecobag Tasini yang merupakan hasil positif dari bentuk daur ulang sampah plastik.

Alfamart cooperates with the social company "Making Ocean Plastic Free" to launch the Tasini ecobag recycle are a positive result of a form of plastic waste recycling.

PERISTIWA MARKETING MARKETING EVENTS



Tangerang, 2 Agustus 2019
Tangerang, August 2nd, 2019

LAUNCHING PERALATAN MASAK NEOFLAM LAUNCHES NEOFLAM COOKING EQUIPMENT

Alfamart bekerja sama dengan Neoflam meluncurkan peralatan masak yang memiliki fungsi 3in1 yakni : Memasak - Menyajikan - Menyimpan.

Alfamart in collaboration with Neoflam launches cooking utensils that have 3in1 functions, namely: Cooking - Serving - Saving.



Batam, 15 September 2019
Batam, September 15th, 2019

FUN WALK ALFAMART 20 BATAM FUN WALK ALFAMART 20 BATAM

Fun Walk bersama Alfamart dalam rangka hari ulang tahun Alfamart ke 20 yang dilaksanakan di Alun-alun Engku Putri Batam dihadiri 4.000 peserta.

Fun Walk with Alfamart in order of Alfamart's 20th birthday held at Engku Putri Batam Square attended by 4,000 participants.



Medan, 29 September 2019
Medan, September 29th, 2019

FUN WALK ALFAMART 20 MEDAN FUN WALK ALFAMART 20 MEDAN

Fun Walk bersama Alfamart dalam rangka hari ulang tahun Alfamart ke 20 yang dilaksanakan di halaman Istana Maimun Medan dihadiri 5.000 peserta.

Fun Walk with Alfamart in order of Alfamart's 20th anniversary which was held in the yard of the Maimun Palace in Medan was attended by 5,000 participants.

GERAI DAN LOKASI PENYEBARAN STORES AND COVERAGE AREA



SUMATRA SUMATERA

1. Aceh
2. Sumatera Utara
North Sumatera
3. Kepulauan Riau
Riau Island
4. Riau
5. Bangka Belitung
6. Bengkulu
7. Sumatera Selatan
South Sumatera
8. Jambi
9. Lampung

JAWA JAVA

10. Banten
11. DKI Jakarta
12. Jawa Barat
West Java
13. Jawa Tengah
Central Java
14. Yogyakarta
15. Jawa Timur
East Java
16. Bali
17. Nusa Tenggara Barat
West Nusa Tenggara
18. Nusa Tenggara Timur
East Nusa Tenggara



KALIMANTAN KALIMANTAN

- 19. Kalimantan Barat
West Kalimantan
- 20. Kalimantan Selatan
South Kalimantan
- 21. Kalimantan Tengah
Central Kalimantan

SULAWESI SULAWESI

- 22. Sulawesi Barat
West Sulawesi
- 23. Sulawesi Selatan
South Sulawesi
- 24. Sulawesi Utara
North Sulawesi
- 25. Gorontalo

LAPORAN MANAJEMEN

MANAGEMENT REPORT



Sejak awal berdirinya, Alfamart memberikan perhatian khusus pada kesejahteraan masyarakat. Kepedulian pada lingkungan juga menjadi prioritas kami. Laporan keberlanjutan yang pertama ini adalah wujud pertanggungjawaban kami dalam membangun perusahaan berkelanjutan.

Since its inception, Alfamart providing special attention for the welfare of the community. Concern for the environment is also our priority. This first sustainability report is a form of our responsibility in building a sustainable company.



LAPORAN DEWAN KOMISARIS [GRI 102-14] REPORT OF BOARD OF COMMISSIONERS

[GRI 102-14]



FENY DJOKO SUSANTO

Presiden Komisaris
President Commissioner

MENUMBUHKAN KEPEDULIAN PADA LINGKUNGAN DAN SOSIAL, DI SAMPING PENINGKATAN PROFITABILITAS, MENJADI ARAHAN ALFAMART KE DEPAN.

ENCOURAGING ENVIRONMENTAL AND SOCIAL CARE, IN ADDITION TO THE IMPROVEMENT PROFITABILITY, BECOME ALFAMART'S DIRECTION.

Para pemangku kepentingan yang terhormat,

Tidak dapat disangkal bahwa kepedulian terhadap bumi akhir-akhir ini menjadi topik yang sangat populer dan relevan. Kepedulian pada perubahan iklim dan pengembangan masyarakat menjadi sebuah keharusan bagi perusahaan-perusahaan, termasuk Alfamart. Kami melihat hal ini sebagai sebuah kesempatan, di mana Alfamart bisa menjadi bagian dari sebuah gerakan kepedulian bagi lingkungan dan sosial.

Untuk pertama kalinya, tahun 2019 ini Alfamart mengeluarkan laporan keberlanjutan. Hal ini menyatakan komitmen kami terhadap isu-isu ekonomi, lingkungan dan sosial yang menjadi perhatian masyarakat global. Untuk itu, Alfamart mulai menerapkan kebijakan-kebijakan keberlanjutan yang dampaknya tidak hanya dirasakan di dalam perusahaan saja, namun melibatkan komunitas dan masyarakat luas, seperti kebijakan mengurangi kantong plastik dan daur ulang.

Kebijakan keberlanjutan di bidang sosial juga menjadi bagian penting dari langkah Alfamart ke depan. Kami merancang program-program sosial untuk peningkatan ekonomi masyarakat,

Dear valued stakeholders,

It is inevitable that concern for the earth has become extremely popular and relevant, lately. Concern for climate change and community development a mandatory for companies, including Alfamart. We consider this as an opportunity, where Alfamart can become part of an environmental and social awareness movement.

For the first time in 2019, Alfamart release a sustainability report. This decision declare our commitment to the economic, environmental and social issues which have been a concern to the global community. Therefore, Alfamart began implementing sustainability policies whose impact is not only impacted in the company, but also in the community and the society, such as reducing plastic bags and recycling.

Sustainability policies in the social sector are also an important part of Alfamart's future steps. We design social programs to improve the community's economy, including through

antara lain melalui Outlet Binaan Alfamart dan Alfamart Class. Selain itu, Alfamart menjadi salah satu perusahaan yang dengan "intentional" atau terencana, membuka lapangan kerja secara khusus untuk para penyandang disabilitas. Kami menyadari sulitnya bagi mereka untuk mendapatkan pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Untuk itu, kami akan senantiasa membuka kesempatan yang selebar-lebarnya bagi para penyandang disabilitas.

Kami sungguh bersemangat memandang ke tahun-tahun ke depan, di mana kami akan mengembangkan strategi dan program-program keberlanjutan yang lebih luas. Apa yang telah kami capai di tahun 2019 ini menjadi dasar bagi kami untuk terus meningkatkan kepedulian pada kelestarian lingkungan dan mendukung pengembangan masyarakat di samping profitabilitas perusahaan.

Tentunya semua capaian ini tidak dapat terjadi tanpa kerja keras Direksi dan para karyawan, serta dukungan dari para pemangku kepentingan. Untuk itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dedikasi mereka selama ini. Biarlah kita teruskan komitmen kita untuk mencapai kinerja terbaik di tahun-tahun mendatang. Bagi para pemegang saham dan seluruh mitra serta pemangku kepentingan lainnya, kami mengucapkan terima kasih atas kepercayaan yang diberikan pada Alfamart untuk terus maju dan berkembang.

Alfamart Partner Outlet and Alfamart Class . In addition, Alfamart is one of the companies, which is "intentional" or planned to open employment specifically for persons with disabilities. We realize that it is difficult for them to find work to fulfill their needs. For this reason, we will always open up wide opportunities for people with disabilities.

We are really excited to look into the years ahead, where we will develop broader sustainability strategies and programs. What we have achieved in 2019 is the basis for us to continue to raise awareness of environmental sustainability and support community development, as well as the company's profitability

All of these achievements will not come true without the hard work of the Directors and employees, as well as support from stakeholders. For that, we would like to say thank you for their dedication all this time. Let us continue our commitment to achieve the best performance in upcoming years. For shareholders and all stakeholders, We thank you for the trust given to Alfamart to move forward and developing.

Feny Djoko Susanto

Presiden Komisaris
President Commissioner

insan alfamart
alfamart's people

alfamart for all
alfamart for all

tata kelola keberlanjutan
sustainability governance

tentang laporan
about the report



LAPORAN DIREKSI [GRI 102-14] REPORT OF BOARD OF DIRECTORS [GRI 102-14]



ANGGARA HANS PRAWIRA

Direktur Utama
President Director

PERTUMBUHAN ALFAMART DI BIDANG EKONOMI DIIMBANGI DENGAN KEPEDULIAN KAMI DI BIDANG SOSIAL DAN LINGKUNGAN.

ALFAMART GROWTH IN THE ECONOMIC FIELDS CONSIDERED WITH OUR CONCERN IN
THE FIELD SOCIAL AND ENVIRONMENT.

Para pemangku kepentingan yang terhormat,

Merupakan sebuah kehormatan untuk mendapatkan kepercayaan memimpin sebuah perusahaan yang dinamis, dengan pandangan ke depan yang progresif. Di era digital ini, Alfamart mengembangkan bisnis berbasis teknologi sambil terus berupaya menjadi perusahaan yang ramah dan dekat di hati masyarakat.

KONTRIBUSI EKONOMI

Kinerja kami di bidang ekonomi pada tahun 2019 cukup menggembirakan, dengan pertumbuhan pendapatan bersih sebesar 9,16% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, walaupun seperti kita ketahui bersama bahwa pertumbuhan ekonomi 2019 sedang melambat dibandingkan periode yang sama di tahun 2018. Perekonomian global masih diliputi ketidakpastian seiring perang dagang yang masih berlangsung, yang berdampak pada perekonomian berbagai negara, termasuk Indonesia. Namun demikian, kami melihat potensi pasar yang masih besar, karena itu kami mengambil langkah berani untuk membuka gerai-gerai baru, termasuk gerai di luar negeri melalui anak perusahaan patungan. Kontribusi kami pada bidang perekonomian tidak hanya berupa upaya menggerakkan ekonomi ritel, tetapi juga dalam pembayaran pajak penghasilan perusahaan pada negara sebesar Rp315,01 miliar, dan penyediaan lapangan kerja bagi 121.953 orang. Tentunya, pertumbuhan usaha kami juga turut memberikan kontribusi ekonomi bagi pemasok dan mitra bisnis lainnya.

Dear respected stakeholders,

It is an honor to gain the trust to lead dynamic company, with a progressive outlook. In this digital era, Alfamart developing a technology-based business while continue to strive to be a friendly company and close to the hearts of the people.

ECONOMIC CONTRIBUTION

In 2019, Our performance is quite encouraging, with net revenue growth of 9.16% compared to the previous year, although as we all know that economic growth in 2019 is slowing compared to the same period in 2018. The global economy is still filled with uncertainty as the ongoing trade war, which has an impact on the economies of various countries, including Indonesia. However, we see the market potential, so we took bold steps to open new stores, including overseas stores through joint ventures. Our contribution to the economy is not only in the form of efforts to drive the retail economy, but also in the payment of corporate income taxes to the state of Rp315.01 billion, and providing employment for 121,953 people. Of course, our business growth also contributes economically to suppliers and other business partners.

KONTRIBUSI SOSIAL

Dalam bidang sosial, kami mengarahkan upaya untuk membangun "entrepreneurship" dari para pengusaha ritel tradisional atau warung-warung. Kami memberikan pelatihan terkait manajemen penataan barang, pengaturan stok, manajemen keuangan, serta ketrampilan mengamati tren pasar. Selain itu, para peserta juga diperkenalkan pada aplikasi Alfamikro, mengingat saat ini semua serba digital, sehingga para pedagang eceran pun perlu melek teknologi. Diharapkan pelatihan ini dapat meningkatkan pengetahuan mereka. Di samping itu, kami juga melakukan "Bedah Warung" untuk memperbaiki tampilannya. Warung-warung ini menjadi Outlet Binaan Alfamart (OBA) yang hingga kini jumlahnya sekitar 42.000 outlet. Di samping itu, Alfamart hadir melalui program-program tanggung jawab sosial perusahaan diantaranya untuk memberi bantuan pada korban bencana alam, pembangunan fasilitas publik dan juga Layanan Kesehatan. Perusahaan, dengan memanfaatkan jaringan gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, juga berinisiatif menyelenggarakan program donasi bekerja sama dengan yayasan kredibel dan seizin Kementerian Sosial Republik Indonesia.

Kehadiran gerai Alfamart juga dirasakan manfaatnya bagi para pelaku UKM, baik sebagai pemasok barang dagangan, maupun juga pelaku UKM yang membuka usahanya dengan menyewa tempat di area gerai Alfamart. Saat ini, ada sekitar 50 UKM sebagai pemasok barang dagangan dan lebih dari 10.000 UKM penyewa tempat.

Secara khusus Alfamart memerhatikan para penyandang disabilitas, kami menerima mereka sebagai bagian dari masyarakat yang dapat memberikan kontribusi pada kemajuan Alfamart. Tercatat sebanyak 445 karyawan disabilitas telah menempati beberapa bagian mulai dari toko, gudang dan kantor.

SOCIAL CONTRIBUTION

In the social field, we aim efforts to build "entrepreneurship" from traditional retail entrepreneurs or retail stalls. We provide training in managing goods management, managing stock, financial management, and skills in observing market trends. In addition, the participants also introduced to the Alfamikro application, considering that everything is digital now, so retail traders need to be technology literate. It is expected that this training can improve their knowledge. In addition, we also do "Bedah Warung" to improve the appearance. These stalls become Alfamart Partner Outlets (OBA), whose numbers recently reached 42,000 outlets. In addition, Alfamart ,through corporate social responsibility programs giving assistance for victims of natural disasters, construction of public facilities and also Health Services. The company, by using a network of stores covers throughout Indonesia, also took the initiative to organize a donation program in collaboration with credible foundations and with the permission of the Ministry of Social Affairs of the Republic of Indonesia.

Alfamart's Presence also benefits the SMEs, both as suppliers of merchandise goods, as well as SMEs who open their businesses by renting space in the Alfamart store area. Currently, there are around 50 SMEs as suppliers of merchandise goods and more than 10,000 SME tenants.

Specifically, Alfamart is concerned with people with disabilities, we accept them as part of community that can contributed to Alfamart's progress. There are 445 employees with disabilities in positions ranging from stores, warehouse and office.

KONTRIBUSI PADA LINGKUNGAN

Dalam bidang lingkungan, kami telah memulai sistem daur ulang air di tiga cabang kami, yang akan diterapkan pada seluruh cabang secara bertahap. Program pengurangan plastik juga kami canangkan, sehingga dapat tercapai pengurangan timbunan sampah plastik. Program-program lingkungan ini kami sosialisasikan, karena kami yakin hanya dengan keterlibatan masyarakat untuk bersama-sama menjaga lingkungan, maka kita bisa memperoleh dampak yang signifikan. Untuk itu juga, kami mengadakan pemberdayaan untuk masyarakat dalam mengolah limbah menjadi barang yang bernilai ekonomis.

Kami juga telah melakukan penggantian lampu-lampu di gerai, gudang dan kantor dengan lampu-lampu hemat energi untuk berpartisipasi dalam upaya hemat energi. Saat ini sudah lebih 85% dari keseluruhan jumlah toko dan sekitar 90% gudang dan kantor yang telah menggunakan lampu hemat energi.

Kepedulian pada bidang lingkungan dan sosial akan terus kami tingkatkan, sejalan dengan peningkatan profitabilitas perusahaan. Kami percaya capaian-capaiyan yang telah berhasil diraih pada tahun 2019 ini adalah hasil kerja keras para karyawan dengan dukungan seluruh pemangku kepentingan, dibawah pengawasan Dewan Komisaris. Untuk itu, kami mengucapkan terima kasih pada setiap pihak yang terlibat. Kerinduan kami bahwa di tahun-tahun mendatang Alfamart terus berkembang menjadi perusahaan berkelanjutan dengan kepedulian untuk membangun bangsa ini dalam bidang ekonomi, lingkungan dan sosial.

CONTRIBUTION TOWARDS ENVIRONMENT

In the environmental field, we have started a water recycling system in our three branches, which will be applied to all branches, gradually. We have also launched a plastic reduction program, so we can achieve a reduction in plastic waste. We socialize these environmental programs, because we believe that only with the involvement of the community to protect the environment together we can have a significant impact. For that reason, we also empower people to process waste into economic valueable goods.

We have also replaced lamps in stores, warehouses and offices with energy-saving lamps to participate in energy-saving efforts. Currently, more than 85% of the total number of shops and around 90% of warehouses and offices have used energy saving lamps.

We will continue to improve our environmental and social concerns in line with the company's profitability. We believe the achievements that have been achieved in 2019 were the result of the hard work of all employees with the support of all stakeholders, also under the supervision Board of Commissioner. For that, we say thank you for everyone involved. In the years to come, we hope, Alfamart continues to develop into a sustainable company with concern for developing this nation in the economic field, environmental and social.

Anggara Hans Prawira

Direktur Utama

President Director

MEMBANGUN EKONOMI BANGSA

BUILD THE NATION'S ECONOMY



Peran kami bagi bangsa tidak hanya melalui menggerakan perekonomian,
namun juga melalui pembayaran pajak yang signifikan
dan penyediaan lapangan kerja bagi seratus dua puluh ribu lebih karyawan kami.
Not only is our role for the nation to drive the economy, but also to be a through of
a significant tax payment and a providing of employment for more than one hundred and
twenty thousand our employees.



Bisnis ritel di Indonesia terus berkembang, sehingga berdampak positif pada peningkatan pendapatan Alfamart. Kami berupaya meningkatkan pendapatannya secara stabil, dengan demikian memberikan sumbangan berupa pajak pada pemerintah yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Kami menyadari bahwa pergerakan ritel saat ini tidak hanya dalam bentuk transaksi di dalam gerai, tetapi juga berupa *online*. Untuk itu, Alfamart telah mengembangkan *platform online* untuk mempermudah para pelanggan mendapatkan barang-barang kebutuhan mereka lebih praktis tanpa harus ke toko dengan harga yang juga bersaing.

Berikut ini nilai ekonomi yang diperoleh dan didistribusikan Alfamart pada tahun pelaporan:
[GRI 201-1]

(dalam Jutaan Rupiah)
(in Million Rupiah)

Keterangan Description	2019	2018	2017
NILAI EKONOMI YANG DIDAPATKAN DIRECT ECONOMIC VALUE GENERATED			
Pendapatan bersih Net revenue	72.944.988	66.817.305	61.464.903
Pendapatan lain-lain Other revenue	890.516	753.144	590.564
Sub total	73.835.504	67.570.449	62.055.467
NILAI EKONOMI YANG DIDISTRIBUSIKAN DISTRIBUTED ECONOMIC VALUE			
Biaya operasional Operational expenses	65.057.162	59.950.422	55.325.523
Biaya gaji dan remunerasi Salary and remuneration expenses	6.986.844	6.215.588	5.692.230
Sub total	72.044.006	66.166.010	61.017.753
Pembayaran dividen Dividend payment	109.625	239.596	180.632
Sub total	109.625	239.596	180.632
Pajak final Final tax	39.761	35.473	62.469
Pajak penghasilan Income tax	275.249	163.232	61.138
Biaya CSR CSR	1.096	1.079	757
Total nilai ekonomi yang didistribusikan Total distributed economic value	72.469.737	66.605.390	61.322.749
Nilai ekonomi yang ditahan sebelum pembayaran dividen Retained economic value before dividend payment	1.475.392	1.204.655	913.350
Nilai ekonomi yang ditahan setelah pembayaran dividen Retained economic value after dividend payment	1.365.767	965.059	732.718

The retail business in Indonesia continues to grow, so it leads positive impact on Alfamart's revenue growth. We strive to increase its income stably, thereby contributing in the form of taxes to the government, which continues to increase from year to year. We realize that currently, retail is not only in the form of transactions in stores physically, but also through online. Thus, Alfamart has developed an online platform to make it easier for customers to get their daily needs more practical without having to go to stores and also at competitive prices.

The economic value obtained and distributed by Alfamart in the reporting year is described below:
[GRI 201-1]

Pertumbuhan Alfamart dari tahun ke tahun semakin menggembirakan, dengan peningkatan pendapatan neto sebesar 9,16% pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp6.265.055 juta dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan pendapatan ini disertai dengan peningkatan pajak dan pelayanan masyarakat dalam bentuk CSR.

Tahun 2019 Alfamart terus mengembangkan usahanya dengan membuka 631 gerai baru, dengan total 14.310 gerai yang kini ada di hampir seluruh kota di Indonesia. Di samping 10.614 gerai yang dimiliki oleh Alfamart, kami juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menjadi mitra, dengan membuka franchise gerai Alfamart. Dari total seluruh gerai, ada 3.696 gerai yang merupakan franchise.

Kami merancang proses bisnis yang efektif, demi menyediakan barang kebutuhan masyarakat dengan harga terjangkau dan di lokasi-lokasi yang dekat dengan masyarakat. Berikut ini adalah proses bisnis kami:



Tidak hanya berperan dalam menyediakan kebutuhan masyarakat dan meningkatkan ekonomi bangsa, Alfamart juga berperan menyediakan lapangan kerja bagi 121.953 orang di berbagai wilayah di Indonesia.

RANTAI PASOKAN

Untuk mendukung operasional, tentunya, Perusahaan kami bekerja sama dengan banyak mitra yang tidak hanya pemasok dalam hal ini mitra yang melakukan support atas ketersediaan barang dagangan, tapi juga beberapa mitra lainnya yang berkerja memberi dukungan kepada kegiatan operasional utama, seperti layanan transportasi barang dagangan, serta penyedia tenaga kerja keamanan dan jasa kebersihan. Kerja sama ini dilakukan memerhatikan standar yang disepakati bersama.

The growth of Alfamart is increase from year to year, with a net revenue increase of 9.16% in 2019, equivalent to Rp6,265,055 million compared to the prior year. The increase in net revenue is relevant to taxes and community services in the form of CSR.

In 2019, Alfamart extended its business by opening 631 new stores, with a total of 14,310 stores spread all over Indonesia. Not only does Alfamart own 10,614 stores, but also Alfamart gives opportunities for the community to become partners by opening Alfamart franchises. Of the total outlets, 3,696 stores are franchises.

We design effective business processes, in order to provide community goods at affordable prices and in locations close to the community. The following is our business process:

Not only is Alfamart playing a role to affordably meet society's needs and to increase the nation's economics, but also it is an entity to open employment for 121,953 people in assorted regions in Indonesia.

SUPPLY CHAIN

To support operations, of course, our company works with many partners who are not only suppliers, in this case partners who support the availability of merchandise items in stores, but also several other partners who work to provide support for key operational activities, such as logistic transportation services, and provider of security workforce and cleaning services. This collaboration is carried out in view of the mutually agreed standards.

Untuk pemasok, ada 700 - 800 pemasok yang bekerja sama dengan Alfamart, dengan total pembelanjaan sekitar Rp58.742.781 juta. Dari seluruh pemasok, lebih dari 50% pemasok utama kami adalah pemasok berkelanjutan, yaitu pemasok yang menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam aspek operasional mereka. [GRI 102-9]

ASPEK KESEHATAN DAN KESELAMATAN PRODUK

Kami memastikan agar semua produk yang kami jual telah memenuhi syarat kesehatan dan keamanan. Kami terus berupaya untuk meningkatkan proses kesehatan dan keamanan produk, untuk itu, kami melakukan pemeriksaan terhadap dampak kesehatan dan keamanan produk yang kami jual. Produk-produk tersebut kami periksa mengikuti regulasi pemerintah yang sesuai, contohnya: PIRT/BPOM, sertifikasi Halal dan lainnya. [GRI 416-1]

Dedikasi kami dalam menjaga kesehatan dan keselamatan pelanggan membawa hasil yang baik, sehingga dalam tahun pelaporan tidak ada insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk. [GRI 416-2]

PELABELAN PRODUK YANG BERTANGGUNG JAWAB

Untuk memastikan pelanggan mendapatkan manfaat yang tepat dari produk-produk yang kami jual. Kami memberikan informasi yang lengkap pada para pelanggan mengenai produk tersebut. Sistem pelabelan yang mengedepankan transparansi membangun kepercayaan para pelanggan terhadap produk-produk yang kami sediakan. Informasi yang tertulis dalam label sesuai dengan jenis produk dan mengikuti kebijakan pemerintah mengenai produk tersebut. Label berkaitan dengan komposisi/kandungan/bahan produk, nilai gizi, tanggal produksi, tanggal kadaluwarsa, dan lainnya. Untuk menjaga kesegaran produk tertentu, kami memerhatikan dengan seksama tanggal kadaluwarsa produk, dan melakukan retur sesuai peraturan atau membuang produk yang tidak dapat diretur. Kami senantiasa memeriksa seluruh pelabelan produk, sehingga pada tahun pelaporan tidak terdapat insiden pelanggaran terkait pelabelan dan informasi produk. [GRI 417-1]

[GRI 417-2]

For suppliers, there are 700 - 800 suppliers working with Alfamart, with a total transactions of around Rp58,742,781 million. Of all suppliers, more than 50% of our main suppliers are sustainable suppliers, ie suppliers who apply the principles of sustainability in their operational aspects. [GRI 102-9]

HEALTH AND PRODUCT SAFETY

We verify that all products sold meet health and safety provisions. We seek to improve the health and product safety process; therefore, we examine the health and safety impacts of our products as well. These products are checked on the basis of the applicable government regulations, for example, PIRT/BPOM, Halal certification and others. [GRI 416-1]

It is beyond question that our dedication in term of maintaining the health and safety of our customers has yielded good results; thus, there were no incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of the product within the reporting year.

[GRI 416-2]

RESPONSIBLE PRODUCT LABELLING

To ensure customers obtain the right benefits of our products that we sell. We provide complete information on customers about the product. A labeling system that promotes transparency build customers' trust in the products we provide. Information written on the label according to the type of products and following government policies regarding the product. Related labels with product composition / ingredients / ingredients, value nutrition, production date, expiry date, and the other. To maintain the freshness of certain products, we pay close attention to the date product expiry, and do returns accordingly regulations or discarding products that can't be returned. We are constantly checking all over product labeling, so that in the reporting year there were no incidents of violations related to labeling and product information. [GRI 417-1] [GRI 417-2]



LINGKUNGAN

ENVIRONMENT



Alfamart berkomitmen untuk mempraktikkan bisnis dengan pendekatan keberlanjutan yang bertanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan.

Alfamart is committed to doing business with sustainable approaches, which are responsible for environmental sustainability.



Kepedulian pada lingkungan menjadi topik utama dalam dunia global saat ini. Sebagai sebuah perusahaan yang menjadi sahabat masyarakat, kami berkomitmen untuk melakukan aksi nyata dalam menjaga lingkungan. Kepedulian ini tidak hanya kami terapkan dalam perusahaan, melainkan juga melibatkan komunitas-komunitas dalam jangkauan kami.

Sebagai perusahaan retail, Alfamart mencanangkan kebijakan dalam bidang lingkungan melalui 3R: *Reduce, Reuse, Recycle*.

REDUCE

Salah satu upaya kami dalam mewujudkan tujuan ini adalah dengan mengurangi limbah plastik dengan cara menerapkan kebijakan plastik berbayar. Kebijakan ini kami kampanyekan di media dengan tagline #BersihinIndonesia. Melalui kebijakan ini, kami menargetkan mengurangi penggunaan plastik dan diperkirakan akan ada jutaan kantong plastik yang dicegah untuk dibuang ke lingkungan.

Pengurangan penggunaan plastik ini juga diterapkan melalui penggunaan gelas dalam ruangan-ruangan rapat, dan bukan botol plastik. Kami juga mendorong setiap karyawan untuk membawa “tumbler” atau botol minumnya sendiri, melarang penggunaan plastik sekali pakai, dan boks styrofoam. Kami yakin, perubahan-perubahan kecil inilah yang akan membawa perusahaan kami menuju sebuah perusahaan “eco-friendly”.

REUSE

Kami juga mencanangkan penghematan air, dengan menggunakan kembali air limbah buangan dari kamar mandi dan tempat ibadah. Setelah melalui proses pengolahan, air tersebut digunakan kembali untuk menyiram tanaman atau mencuci boks pengiriman barang. Saat ini sudah ada tiga cabang yang menggunakan kembali air limbah, yaitu Cileungsi, Bekasi dan Bandung. Dalam tahun 2020, kami merencanakan untuk menerapkan program

Concern on the environment is the main topic in today's global world. As a company that becomes partner of the community, we are committed to deliver real action in protecting the environment. We do not only apply this concern in the Company, but also involve the communities within our reach.

As a retail company, Alfamart has initiated a policy in the environmental field through the 3R: Reduce, Reuse, Recycle.

REDUCE

As one of our attempt in realizing this goal is by reducing plastic waste by implementing a paid plastic policy. We campaign this policy in the media with the tagline #BersihinIndonesia. Through this policy, we target to reduce the use of plastics and an estimated millions of plastic bags will be prevented from being wasted into the environment.

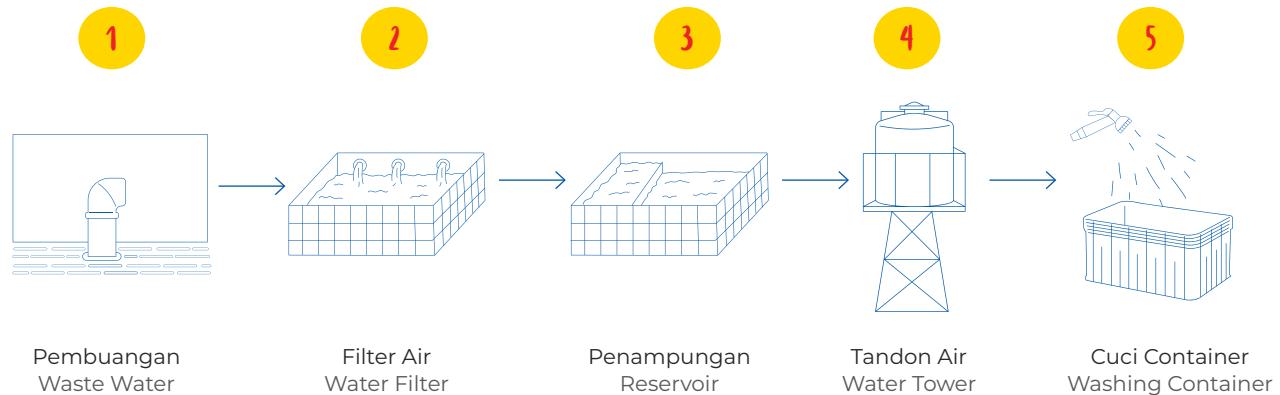
Reducing the use of plastic is also applied by using of glass in meeting room rather than plastic bottles. We also encourage each employee to bring their own “tumblers” or drinking bottles, to prohibit the use of disposable plastics, and styrofoam boxes. We believe that these small changes will bring our company towards an “eco-friendly” company.

REUSE

We have also initiated a water efficiency program, by reusing waste water from bathrooms and prayer rooms. After going passing the treatment process, the water is reuse to watering the plants or washing the shipping containers. Currently, there are three branches that are reusing wastewater, namely Cileungsi, Bekasi and Bandung. In 2020, we plan to implement this program in 25 branches. The total volume of water reused in 2019 is 300 m³.

ini di 25 cabang. Total volume air yang digunakan kembali pada tahun 2019 adalah sebesar 300 m3. Penghitungan dilakukan dengan cara pemasangan *flow meter* pada *output cuci container*. [GRI 303-3]

The calculation is done by installing a flow meter on the output washing container. [GRI 303-3]



RECYCLE

Daur ulang merupakan proses untuk mengubah bahan bekas menjadi bahan baru yang berguna bahkan bernilai ekonomis. Dengan daur ulang, kami berupaya untuk mengurangi timbulan sampah. Komitmen untuk melakukan daur ulang ini juga kami sebarkan pada masyarakat, dengan cara melakukan edukasi. Contohnya, kami membekali Pasukan Oranye atau Petugas Prasarana dan Sarana Pemda DKI Jakarta, untuk memanfaatkan sampah menjadi barang ekonomis. Pelatihan Daur Ulang Sampah hari ini berangkat dari realitas bahwa banyak masyarakat yang tahu betapa pentingnya menjaga bumi namun sedikit yang melakukan aksi nyata.

Sebagai bisnis yang bergerak di bidang "retailer", Alfamart tidak menciptakan produk, hanya menjual barang kebutuhan masyarakat hasil produksi pihak lain. Dalam perencanaan operasional, kami tidak membangun atau memulai sesuatu yang baru, hanya menggunakan gedung yang sudah ada (disewa atau dibeli). Untuk itu, topik Pendekatan atau Prinsip Pencegahan tidak relevan bagi bisnis kami [GRI 102-11]

RECYCLE

Recycling is a process to remake the used materials into new materials that are functional or even are economically valuable. By recycling, we attempt to reduce landfill waste. Furthermore, we extend the commitment to carry out recycling to the public through education. We provide the Pasukan Oranye or the DKI Jakarta Regional Government Infrastructure and Facilities Officer to use waste as an economic item. Today's Waste Recycling Training departs from the reality that plenty of people are conscious of how epoch-making it is to protect the earth; however, there are very few who take tangible action.

As a business retailers, Alfamart does not produce products but sells goods that are produced by other parties. In operational planning, we do not build or commence anything new, but we make existing buildings (rented or purchased) productive. On that account, the Precautionary Principle or approach is not relevant to our business. [GRI 102-11]

KONSUMSI ENERGI

Konsumsi energi dalam organisasi kami berupa bahan bakar yang digunakan untuk kendaraan operasional, solar sebagai bahan bakar mesin diesel pembangkit listrik di beberapa gerai, dan yang terutama adalah listrik. Di bawah ini adalah perhitungan tentang energi dan pengurangan konsumsi energi. Penghitungan BBM diperoleh dari data pembelian BBM, dan perhitungan listrik diperoleh dari meteran listrik.

KONSUMSI ENERGI DAN INTENSITAS ENERGI [GRI 302-1] [GRI 302-3]

ENERGY CONSUMPTION AND ENERGY INTENSITY [GRI 302-1] [GRI 302-3]

Sumber energi Energy Sources	2019	2018	2017
BBM (dalam liter) Fuel (in liters)	4.951.588	5.093.821	5.548.049
BBM (dalam GJ) BBM (in GJ)	157.330	161.849	176.282
Listrik (dalam kWh) Electricity (in kWh)	766.318.076	773.355.822	760.596.846
Listrik (dalam GJ) Electricity (in GJ)	2.759	2.784	2.738
Total (dalam GJ) Total (in GJ)	160.089	164.633	179.020
Total m ² Total m ²	5.326.641	5.134.641	4.995.741
Intensitas energi (Kilo Joule/m ²) Energy intensity (Kilo Joule/m ²)	30.054	32.063	35.835

Penggunaan energi yang paling utama dalam kegiatan operasional kami adalah listrik, yang jumlahnya 2.759 Giga Joule. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya, pada tahun 2019 intensitas energi kami turun dari 32.063 KJ/m² menjadi 30.054 KJ/m². Terlihat penurunan intensitas energi dari tahun ke tahun. Penurunan intensitas energi berarti turunnya jumlah energi yang digunakan per meter persegi (m²) luas toko. Hal ini cukup menggembirakan, bahwa ketika jumlah toko kami bertambah cukup pesat di tahun 2019, penggunaan energi kami per meter persegi menurun.

ENERGY CONSUMPTION

Energy consumption within our operations is in the form of fuel used for operational vehicles, diesel fuel for diesel engine power plants in several stores, and electricity. The following is a calculation about energy and reduction of energy consumption. The fuel calculation is obtained from fuel purchase data and the electricity calculation is acquired from electricity meters.

The most important use of energy in our operational activities are electricity, which is the number is 2,759 Giga Joule. Compared with the previous year, in 2019 energy intensity we dropped from 32,063 KJ / m² to 30,054 KJ / m². Seen a decrease in energy intensity from year to year. A decrease in energy intensity means a decrease the amount of energy used per square meter (m²) store area. This is quite encouraging, that when the number of our stores grew rapidly in 2019, our energy use per square meter declined.

Kepedulian kami pada lingkungan juga diwujudkan dalam upaya-upaya pengurangan konsumsi energi, seperti:

1. Mengganti lampu *fluorecent* dengan lampu LED yang lebih hemat energi
2. Gudang menggunakan “*sky light*” pada siang hari, sehingga tidak perlu menggunakan lampu
3. Pendingin udara (AC) di kantor pusat dan di 32 cabang kami akan berhenti pada jam 17:00.

The Company also concerns energy consumption in the Company's environment. In addition, the Company is also committed to perform energy efficiency initiatives, as follows:

1. Replacing fluorescent lamps with low-energy LED lamps
2. The warehouse uses “*sky light*” during the day thereby not requiring to use the lamps
3. Air conditioners (AC) at the head office and at our 32 branches will turn off at 17:00.



INSAN ALFAMART

ALFAMART'S PEOPLE



Kebijakan SDM kami bertujuan untuk menarik dan mengembangkan insan yang berkualitas, dengan atmosfir kerja yang nyaman, kesempatan pengembangan kompetensi dan hubungan yang harmonis.

Human Resources policy aims to attract and advance people, with comfortable working atmosphere, opportunities for competency development and cooperative relationships.



Dua hal yang mendukung kinerja yang baik, yaitu karyawan yang berkualitas dan atmosfir kerja yang mendukung. Untuk itu, kebijakan SDM kami diarahkan untuk merekrut talenta terbaik, membangun kompetensi karyawan dan menciptakan suasana kerja yang kondusif.

Berikut ini informasi mengenai karyawan yang dikompilasi dari data-data departemen SDM kami.

[GRI 102-8]

Two elements that promote excellent performance are qualified employees and a supportive work atmosphere. To that end, HR policy aims at recruiting the best talents, strengthening employee competencies, and creating a cooperative work atmosphere.

The following is information about employees compiled from our HR department data.

[GRI 102-8]

JUMLAH TOTAL KARYAWAN BERDASARKAN KONTRAK KERJA KEPEGAWAIAN (TETAP DAN TEMPORER), BERDASARKAN JENIS KELAMIN

THE TOTAL NUMBER OF EMPLOYEES BASED ON EMPLOYMENT CONTRACT (PERMANENT AND TEMPORARY), BY GENDER

	Pria Male			Wanita Female		
	2019	2018	2017	2019	2018	2017
Karyawan tetap Permanent Employee	36.947	35.153	33.482	18.848	17.023	15.551
Karyawan temporer Temporary Employee	40.863	38.685	39.344	25.295	25.077	24.209
TOTAL	77.810	73.838	72.826	44.143	42.100	39.760

JUMLAH TOTAL KARYAWAN BERDASARKAN JENIS KONTRAK KETENAGAKERJAAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

THE TOTAL NUMBER OF EMPLOYEES BASED ON TYPE OF EMPLOYMENT CONTRACT (FULL-TIME AND PART-TIME), BY GENDER

	Pria Male			Wanita Female		
	2019	2018	2017	2019	2018	2017
Karyawan Purna waktu Full-Time Employee	77.810	73.838	72.826	44.143	42.100	39.760
TOTAL	77.810	73.838	72.826	44.143	42.100	39.760

JUMLAH TOTAL KARYAWAN BERDASARKAN KONTRAK KERJA KEPEGAWAIAN (TETAP DAN TEMPORER), BERDASARKAN WILAYAH

THE TOTAL NUMBER OF EMPLOYEES BASED ON TYPE OF EMPLOYMENT CONTRACT (PERMANENT AND TEMPORARY), BY REGION

	Karyawan Tetap Permanent Employee			Karyawan Temporer Temporary Employee		
	2019	2018	2017	2019	2018	2017
Jabodetabek	15.595	15.129	15.211	17.480	16.842	16.562
Jawa Java	24.609	23.323	22.349	28.754	26.967	26.707
Luar Jawa Other Island	15.591	13.724	11.473	19.924	19.953	20.284
TOTAL	55.795	52.176	49.033	66.158	63.762	63.553

KERAGAMAN DAN KESEMPATAN SETARA

Alfamart membuka kesempatan kerja bagi siapapun tanpa membedakan latar belakang. Kesempatan ini kami buka melalui e-recruitment dalam web kami, di samping melalui kolaborasi bersama pemerintah di bagian pendidikan dan pelatihan kerja untuk mempersiapkan calon karyawan yang siap kerja dan dilanjutkan dengan proses perekrutan. Kami tidak membedakan gaji pokok dan remunerasi bagi pria dan wanita untuk setiap kategori karyawan dan pada setiap wilayah di mana Alfamart beroperasi. [GRI 405-2]

Keragaman dan kesempatan setara juga digambarkan dalam komposisi karyawan kami seperti yang tertera dalam tabel berikut:

[GRI 405-1]

DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY

Alfamart opens employment opportunities for anyone regardless of his/her background. We open this opportunity through e-recruitment on our website, in addition to collaboration with the government in education and job training to prepare candidates employees who are ready to work and continue with recruitment process. We also do not discriminate salaries principal and remuneration for men and women to each employee category and in each region where Alfamart operates. [GRI 405-2]

The diversity and equal opportunities are well shown in the composition of our employees as shown in the following table: [GRI 405-1].

PERSENTASE BADAN TATA KELOLA DAN KARYAWAN PER KATEGORI DAN JENIS KELAMIN
PERCENTAGE OF GOVERNANCE BOARD AND EMPLOYEES PER CATEGORY AND GENDER

2019

Kategori Category	Pria Male		Wanita Female		Total
	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	
Direktur Directors	12	0,0%	-	0,0%	12
Manajer Manager	805	0,7%	116	0,1%	921
Supervisor Supervisor	2.056	1,7%	370	0,3%	2.426
Officer Officer	9.216	7,6%	3.078	2,5%	12.294
Staff Staff	65.721	53,9%	40.579	33,3%	106.300
TOTAL	77.810	63,8%	44.143	36,2%	121.953

2018

Kategori Category	Pria Male		Wanita Female		Total
	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	
Direktur Directors	12	0,0%	-	0,0%	12
Manajer Manager	801	0,7%	118	0,1%	919
Supervisor Supervisor	2.034	1,8%	349	0,3%	2.383
Officer Officer	8.563	7,4%	2.767	2,4%	11.330
Staff Staff	62.428	53,8%	38.866	33,5%	101.294
TOTAL	73.838	63,7%	42.100	36,3%	115.938

2017

Kategori Category	Pria Male		Wanita Female		Total
	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	
Direktur Directors	12	0,0%	-	0,0%	12
Manajer Manager	802	0,7%	120	0,2%	922
Supervisor Supervisor	2.039	1,8%	335	0,3%	2.374
Officer Officer	8.327	7,4%	2.604	2,3%	10.931
Staff Staff	61.646	54,8%	36.701	32,6%	98.347
TOTAL	72.826	64,7%	39.760	35,3%	112.586

PERSENTASE BADAN TATA KELOLA DAN KARYAWAN PER KATEGORI DAN USIA
PERCENTAGE OF GOVERNANCE BOARD AND EMPLOYEES PER CATEGORY AND AGE

2019

Kategori Category	Di bawah 25 tahun Under 25 years old		26-35 tahun 26-35 years old		36-50 tahun 36-50 years old		51-55 tahun 51-55 years old		>55 tahun >55 years old		Total
	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	
Direktur Directors	-	0,002%	1	0,001%	5	0,004%	3	0,002%	3	0,002%	12
Manajer Manager	3	0,002%	198	0,162%	690	0,566%	25	0,020%	5	0,004%	921
Supervisor Supervisor	113	0,093%	1.472	1,207%	811	0,665%	13	0,011%	17	0,014%	2.426
Officer Officer	1.908	1,565%	9.434	7,736%	882	0,723%	21	0,017%	49	0,040%	12.294
Staff Staff	91.725	75,213%	13.891	11,390%	675	0,553%	6	0,005%	3	0,002%	106.300
TOTAL	93.749	76,873%	24.996	20,496%	3.063	2,512%	68	0,056%	77	0,063%	121.953

2018

Kategori Category	Di bawah 25 tahun Under 25 years old		26-35 tahun 26-35 years old		36-50 tahun 36-50 years old		51-55 tahun 51-55 years old		>55 tahun >55 years old		Total
	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	
Direktur Directors	-	-	1	0,001%	5	0,004%	3	0,003%	3	0,003%	12
Manajer Manager	4	0,003%	239	0,206%	656	0,566%	16	0,014%	4	0,003%	919
Supervisor Supervisor	117	0,101%	1.568	1,352%	671	0,579%	10	0,009%	17	0,015%	2.383
Officer Officer	1.871	1,614%	8.674	7,482%	721	0,622%	18	0,016%	46	0,040%	11.330
Staff Staff	87.196	75,209%	13.511	11,654%	579	0,499%	7	0,006%	1	0,001%	101.294
TOTAL	89.188	76,927%	23.993	20,695%	2.632	2,270%	54	0,047%	71	0,061%	115.938

2017

Kategori Category	Di bawah 25 tahun Under 25 years old		26-35 tahun 26-35 years old		36-50 tahun 36-50 years old		51-55 tahun 51-55 years old		>55 tahun >55 years old		Total
	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	(orang) (person)	(%)	
Direktur Directors	-	-	1	0,001%	5	0,004%	3	0,003%	3	0,003%	12
Manajer Manager	-	-	295	0,262%	606	0,538%	16	0,014%	5	0,004%	922
Supervisor Supervisor	126	0,112%	1.693	1,504%	534	0,474%	7	0,006%	14	0,012%	2.374
Officer Officer	2.286	2,030%	8.025	7,128%	556	0,494%	19	0,017%	45	0,040%	10.931
Staff Staff	85.491	75,934%	12.304	10,929%	543	0,482%	8	0,007%	1	0,001%	98.347
TOTAL	87.903	78,076%	22.318	19,823%	2.244	1,993%	53	0,047%	68	0,060%	112.586

Alfamart telah selangkah lebih maju dengan mempekerjakan para difabel, yaitu mereka yang mengalami disabilitas atau keterbatasan seperti tuna daksa, tuna wicara, tuna rungu, dan tuna netra. Mereka kami tempatkan pada posisi-posisi di mana mereka dapat berkontribusi dengan maksimal sesuai keadaan mereka, contohnya di bagian operasional dan administrasi. Pada tahun pelaporan, ada 445 karyawan difabel, atau sekitar 0,4% dari seluruh karyawan Alfamart.

Pada tahun pelaporan, tidak terdapat insiden diskriminasi yang mengakibatkan denda atau hukuman. [GRI 406-1]

Alfamart has gone step further with engaging people with disabilities, i.e. those who experiencing disabilities or limitations. We put them in positions where they can contribute with maximum according to their circumstances, for example in operational and administrative section. In the reporting year, there are 445 disabled employees, or about 0.4% of all Alfamart employees.

Within the reporting year, there were no any discriminations causing fines or comeuppance.

[GRI 406-1]

JUMLAH KARYAWAN DISABILITAS TOTAL DISABLED EMPLOYEES



UPAH DAN REMUNERASI

Alfamart menjunjung tinggi kepatuhan pada peraturan perundangan mengenai ketenagakerjaan. Standar upah karyawan entry-level baik untuk karyawan pria maupun wanita telah memenuhi aturan UMR, atau rasio 1:1. [GRI 202-1]

Secara berkala kami melakukan evaluasi dan *benchmarking* untuk memastikan bahwa gaji karyawan kami senantiasa kompetitif dengan pasar. Kami menyediakan tunjangan untuk mendorong setiap pekerja agar berprestasi. Tunjangan ini juga merupakan penghargaan kami terhadap pengalaman, keterampilan dan kemampuan setiap karyawan. [GRI 401-2]

WAGES AND REMUNERATION

Alfamart upholds compliance with the employment law and regulation. Wage standards for the entry-level employees, both male and female employees has complied to the minimum wage requirement, or a 1:1 ratio. [GRI 202-1]

We regularly conduct evaluations and benchmarking to ensure that our employees' salaries are always competitive with the market. We provide benefits to encourage every employee to achieve excellent performance. This benefit also becomes our appreciation of the experience, skills and competency of every employee. [GRI 401-2]



BERKARIR DI TENGAH KETERBATASAN CAREER AMID LIMITATIONS



BAYU

Di dunia ini tidak ada yang sempurna, dan setiap orang punya kelemahan. Hanya saja orang-orang yang berhasil adalah orang-orang yang berpikir bahwa kelemahannya bukan halangan untuk mencapai puncak keberhasilan. Keterbatasan fisik yang saya miliki bukanlah halangan untuk saya ikut berkarya. Saya tidak pernah berpikir bahwa hanya memiliki satu kaki merupakan halangan bagi saya untuk berkontribusi dalam kemajuan negeri ini.

Di Alfamart, saya diberi kesempatan untuk menggali segala potensi diri dengan segala keterbatasan yang saya miliki. Saya diberi kesempatan untuk berkarir, berkarya, berteman, bersosialisasi dan diperlakukan sama. Di tempat inilah, saya akan membawa diri saya untuk bisa menjadi pribadi yang lebih bermakna.

In this world nothing is perfect, and everyone has weaknesses. It's just that people who succeed are people who think that their weaknesses are not a barrier to reaching the peak of success. The physical limitations that I have are not an obstacle for me to work. I never thought that only having one leg was an obstacle for me to contribute to the progress of this country.

At Alfamart, I was given the opportunity to explore all my potential with all the limitations I had. I was given the opportunity to have a career, work, make friends, socialize and be treated the same. In this place, I will bring myself to be a more meaningful person.

KETERBATASAN BUKAN HALANGAN LIMITATIONS ARE NOT OBSTACLE

Memang ada keterbatasan dalam diri saya. Tapi terlahir dengan keterbatasan tidak membuat saya menyerah begitu saja dengan keadaan. Tidak mudah bagi saya untuk melakukan banyak hal seperti yang orang lain lakukan. Tidak mudah bagi saya untuk melakukan apa yang saya lakukan tanpa dukungan motivasi dari rekan kerja dan keluarga yang membuat saya terus bersemangat kerja di sana. Keterbatasan ini bukan halangan bagi saya untuk mencapai kesuksesan. Saya bersyukur dapat bekerja di Alfamart, dan saya senang bisa menjadi bagian dari Alfamart.

There are indeed limitations in myself. But born with limitations doesn't make me give up so easily with the circumstances. It's not easy for me to do many things like others do. It is not easy for me to do what I do without the support of motivation from colleagues and family that makes me continue to be passionate about working there. This limitation is not an obstacle for me to achieve success. I am grateful to be working at Alfamart, and I am happy to be a part of Alfamart.



DEWI FITRIANI



TUNJANGAN [GRI 401-2]**ALLOWANCE [GRI 401-2]**

Jenis Fasilitas Types of Facilities	Karyawan Purna waktu Full-Time Employee
BPJS kesehatan	✓
Cuti melahirkan Maternity leave	✓
BPJS TK	✓
Tunjangan hari raya Holiday allowance	✓

BPJS ketenagakerjaan, yang bersifat wajib bagi para karyawan, dengan 6,24% dana ditanggung perusahaan dan 3% merupakan iuran karyawan tersebut.

PEREKRUTAN DAN PERGANTIAN KARYAWAN

Alfamart senantiasa mengupayakan atmosfir kerja yang baik untuk menjaga kepuasan karyawan sehingga tingkat pergantian karyawan kami per bulannya hanya dalam kisaran 5%. Berbagai program yang kami adakan untuk meningkatkan kepuasan kerja, seperti:

1. Program Best Employee sebagai penghargaan
2. PORSAT (Pekan Olahraga SAT)
3. Program COI (*Community of Interest*), yaitu kegiatan komunitas hobi karyawan

Berikut ini data mengenai perputaran karyawan.

[GRI 401-1]

PEREKRUTAN KARYAWAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN**EMPLOYEE RECRUITMENT BY GENDER**

Jenis Kelamin Gender	2019	2018	2017
Pria Male	34.374	31.869	31.916
Wanita Female	18.995	18.468	18.825
TOTAL	53.369	50.337	50.741

BPJS Ketenagakerjaan, a program which is mandatory for the employees, with 6.24% of the funds borne by the Company and 3% is the contribution of the employees.

EMPLOYEE RECRUITMENT AND TURNOVER

Alfamart endeavours for a stable working environment to support satisfaction of the employees; thus, the turnover rate is in the range of 5%. Various programs that we have held to increase job satisfaction include:

1. Best Employee (Reward Trip) Program
2. PORSAT (SAT Sports Week)
3. COI (Community of Interest) Program, namely Employee Hobby Community Activities.

The following is data concerning employee turnover. [GRI 401-1]

PEREKRUTAN KARYAWAN BERDASARKAN USIA
EMPLOYEE RECRUITMENT BY AGE

Usia Age	2019	2018	2017
<25	52.343	49.425	49.787
26-35	924	799	795
36-50	61	69	113
51-55	14	19	14
>55	27	25	31
TOTAL	53.369	50.337	50.741

PEREKRUTAN KARYAWAN BERDASARKAN WILAYAH

EMPLOYEE RECRUITMENT BY REGION

Wilayah Region	2019	2018	2017
Jabodetabek	16.594	15.722	14.276
Jawa Java	19.576	18.608	17.910
Luar Jawa Other Island	17.199	16.007	18.594
TOTAL	53.369	50.337	50.741

PERGANTIAN KARYAWAN BERDASARKAN USIA

EMPLOYEE TURNOVER BY AGE

Usia Age	2019	2018	2017
<25	41.552	39.668	29.790
26-35	5.485	6.933	9.751
36-50	300	375	377
51-55	12	9	7
>55	5	0	6
TOTAL	47.354	46.985	39.931

PERGANTIAN KARYAWAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

EMPLOYEE TURNOVER BY GENDER

Jenis Kelamin Gender	2019	2018	2017
Pria Male	30.402	30.857	25.057
Wanita Female	16.952	16.128	14.874
TOTAL	47.354	46.985	39.931

PERGANTIAN KARYAWAN BERDASARKAN WILAYAH

EMPLOYEE TURNOVER BY REGION

Wilayah Region	2019	2018	2017
Jabodetabek	15.170	15.343	10.014
Jawa Java	17.352	17.505	15.753
Luar Jawa Other Island	14.832	14.137	14.164
TOTAL	47.354	46.985	39.931

Alasan meninggalkan perusahaan

Alasan utama para karyawan meninggalkan perusahaan adalah karena berhenti atas kemauan sendiri (mengundurkan diri). Untuk mengisi kebutuhan Perusahaan akan tenaga kerja, Perusahaan berkolaborasi dengan Sekolah Menengah Kejuruan untuk dapat terus menghasilkan pekerja yang siap melalui Alfamart class.

Reasons for leaving the Company

The main reason employees leave the company is by their own willingness. To fill the Company's need for labor, the Company collaborates with Vocational High Schools to be able to continue to provide workers who are ready through the Alfamart class.

Alasan meninggalkan perusahaan Reasons for leaving the company	2019	2018	2017
Pensiun Pension	9	10	3
Kematian Death	0	0	0
Pelanggaran Violation	1.105	1.068	1.102
Mengundurkan diri Resign	46.240	45.907	38.826
TOTAL	47.354	46.985	39.931

Untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan perusahaan, kami telah menyiapkan program pensiun bagi para karyawan yang memasuki masa purna karya pada usia 55 tahun. [GRI 201-3]

Kami juga menyediakan pelatihan bagi para karyawan yang hendak pensiun, berupa program Masa Persiapan Pensiun (MPP), yang diberikan 2 tahun sebelum usia pensiun. Alfamart bekerja sama dengan pusat pelatihan yang kredibel untuk memberikan pelatihan secara komprehensif untuk membekali mereka. Topik-topik yang dibahas antara lain adalah:

- Aspek Psikologi dan Motivational
- Aspek Spiritual
- Aspek Kesehatan
- Pengelolaan Keuangan
- Pengelolaan Kewirausahaan. [GRI 404-2]

PENGEMBANGAN POTENSI KARYAWAN

Kepedulian kami pada karyawan dinyatakan melalui pelatihan-pelatihan profesional untuk mendukung karyawan mencapai potensi mereka yang tertinggi. Berbagai pelatihan kami adakan, baik di dalam perusahaan maupun di luar, untuk mengembangkan kompetensi kerja, produktivitas, disiplin, sikap, dan etos kerja. Ketika ketrampilan meningkat, semangat dan kepuasan kerja para karyawan cenderung meningkat. [GRI 404-1]

To improve the welfare of employees, we have prepared a retirement program for employees who retire after 55 years. [GRI 201-3]

Additionally, we provide training for those who are about to retire, in the form of a Retirement Preparation Period program, which is given 2 years before the retirement age. Alfamart works closely with trustworthy training centres to give comprehensive training and to provide them information on:

- Psychological and Motivational Aspects
- Spiritual Aspects
- Health Aspects
- Financial Management
- Entrepreneurship Management. [GRI 404-2]

EMPLOYEE POTENTIAL DEVELOPMENT

Our concern to the employees is expressed through professional training to support employees in achieving their highest potential. We have carried out various trainings, both inside and outside the Company, to develop work competence, productivity, discipline, attitude and work ethic. When a skill improved, passion and job satisfaction the employee will also tend to increase. [GRI 404-1]

A. IN HOUSE TRAINING [GRI 404-2]

1. **Induction and Orientation.** Program training ini diberikan kepada seluruh karyawan baru yang berisi tentang *company profile*, pengetahuan tentang bisnis ritel, peraturan perusahaan, dan budaya perusahaan.
2. **Basic Skill.** Pelatihan ini untuk para pemula hingga karyawan tingkat menengah, membahas mengenai ketrampilan mengelola toko dan gudang (*warehouse*), *Store Sales Point* (SSP) dan lainnya.
3. **Re-Skill.** Pelatihan *re-skill* berguna untuk menyegarkan kembali semangat dan pengetahuan para karyawan, di samping untuk meningkatkan *product knowledge*.
4. **Career Development.** Untuk para MT (*Management Trainee*), CT (*Coordinator Trainee*) dan ST (*Store Trainee*), kami menyiapkan program pengembangan karir berupa:
 - ODP (*Officer Development Program*)
 - MDP-C (*Management Development Program – Coordinator*)
 - MDP-JM (*Management Development Program – Junior Manager*)
 - MDP-SM (*Management Development Program – Senior Manager*)
 - EDC-GM (*Executive Development Program – General Manager*)

B. PUBLIC TRAINING [GRI 404-2]

Selain *in house training*, karyawan juga diikutkan pada pelatihan-pelatihan yang bekerja sama dengan *vendor training* di luar Alfamart untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan karyawan. Program-program ini dipilih berdasarkan kebutuhan dan kompetensi karyawan.

Usai mengikuti pelatihan, para karyawan ditugaskan untuk berbagi ilmu yang baru pada rekan kerja mereka.

A. IN HOUSE TRAINING [GRI 404-2]

1. **Induction and Orientation.** This training program is given to all new employees. The training contains the Company profile, knowledge of retail business, the Company's regulations, and its culture.
2. **Basic Skill.** This training is for the beginners to the mid-level employees, discussing stores and warehouse management skills, Store Sales Points (SSP), and others.
3. **Re-Skill.** Re-skill training is beneficial to stimulate the passion and expertise of the employees, in addition to expanding product knowledge.
4. **Career Development.** For MT (*Management Trainees*), CT (*Coordinator Trainees*), and ST (*Store Trainees*), we prepare career development programs in the form of:
 - ODP (*Officer Development Program*)
 - MDP-C (*Management Development Program – Coordinator*)
 - MDP-JM (*Management Development Program – Junior Manager*)
 - MDP-SM (*Management Development Program – Senior Manager*)
 - EDC-GM(*Executive Development Program – General Manager*)

B. PUBLIC TRAINING [GRI 404-2]

In addition to in-house training, the Company provides the employees with multiple training sessions in collaboration with vendor training outside Alfamart to enhance their knowledge and skills. These programs are chosen based on the needs and competencies of the employees.

After having attended the training, the employees are assigned to partake new experience with the co-workers.

RATA-RATA JAM PELATIHAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN DAN KATEGORI KARYAWAN [GRI 404-1]
AVERAGE HOURS OF TRAINING BY GENDER AND EMPLOYEE CATEGORY [GRI 404-1]

2019

Kategori Category	Total
Direktur/ Director	3,25 jam/tahun (hours/year)
Manajer/ Manager	6,30 jam/tahun (hours/year)
Supervisor/ Supervisor	7,86 jam/tahun (hours/year)
Officer/ Officer	4,72 jam/tahun (hours/year)
Staff/ Staff	7,31 jam/tahun (hours/year)
TOTAL	7,20 jam/tahun (hours/year)

2018

Kategori Category	Total
Direktur/ Director	2,50 jam/tahun (hours/year)
Manajer/ Manager	7,82 jam/tahun (hours/year)
Supervisor/ Supervisor	9,32 jam/tahun (hours/year)
Officer/ Officer	5,64 jam/tahun (hours/year)
Staff/ Staff	7,66 jam/tahun (hours/year)
TOTAL	7,56 jam/tahun (hours/year)

2017

Kategori Category	Total
Direktur/ Director	2,00 jam/tahun (hours/year)
Manajer/ Manager	7,89 jam/tahun (hours/year)
Supervisor/ Supervisor	8,06 jam/tahun (hours/year)
Officer/ Officer	6,26 jam/tahun (hours/year)
Staff/ Staff	7,76 jam/tahun (hours/year)
TOTAL	7,64 jam/tahun (hours/year)

PENILAIAN KINERJA [GRI 404-3]

Penilaian kinerja digunakan oleh perusahaan sebagai salah satu dasar dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan kepegawaian. Alfamart mengelola proses penilaian kinerja dalam kerangka Sistem Manajemen Kinerja, yang meliputi proses Perencanaan Kinerja, Monitoring Kinerja serta Evaluasi Kinerja. Metode atau jenis pengukuran kinerja yang digunakan dalam Sistem Manajemen Kinerja di Alfamart terdiri dari dua hal yaitu, Penilaian Kinerja Berbasis Hasil (*Result Base Performance/KPI*) dan Penilaian Kinerja Berbasis Perilaku (*Behavioral Base Appraisal*). Hasil Penilaian Kinerja di Alfamart digunakan sebagai dasar untuk beberapa hal, diantaranya:

1. Pemberian Reward Kinerja
2. Pengembangan Karir Karyawan
3. Pengembangan Kompetensi Karyawan
4. Pengambilan Keputusan Kepegawaian

Ada sekitar 45% karyawan yang mendapatkan penilaian kerja pada tahun 2019. Berikut tabel karyawan yang dinilai pada tahun 2019.

	Pria Male	Wanita Female	Total
Direktur Director	12	-	12
Manajer Manager	804	113	917
Supervisor Supervisor	2.036	366	2.402
Officer Officer	9.010	3.009	12.019
Staf Staff	25.117	15.038	40.155
TOTAL	36.966	18.526	55.942

PERJANJIAN PERUNDINGAN KOLEKTIF [GRI 102-4]

Perjanjian antara pemberi kerja dengan karyawan menjadi bagian penting dalam perusahaan kami untuk menentukan kondisi kerja dan syarat kerja. Perjanjian ini juga menjadi dasar untuk membangun hubungan yang saling memahami

PERFORMANCE ASSESSMENT [GRI 404-3]

Performance appraisal is used by companies as one of the bases in making decisions related to staffing. Alfamart manages the performance appraisal process within the framework of the Performance Management System, which includes the processes of Performance Planning, Performance Monitoring and Performance Evaluation. The method or type of performance measurement used in the Performance Management System at Alfamart consists of two things, Results-Based Performance Assessment (KPI) and Behavioral-Based Performance Appraisal. The results of the Performance Assessment at Alfamart are used as a basis for several things, including:

1. Performance Reward
2. Employee Career Development
3. Employee Competency Development
4. Personnel Decision Making

We conducted performance assessment on 45% of the total employee in 2019. Following is a table of employees assessed in 2019.

COLLECTIVE BARGAIN AGREEMENTS [GRI 102-4]

The agreement between the employer and the employee is a vital framework of our Company to plan the terms and conditions of work. This protocol further sets the basis for developing

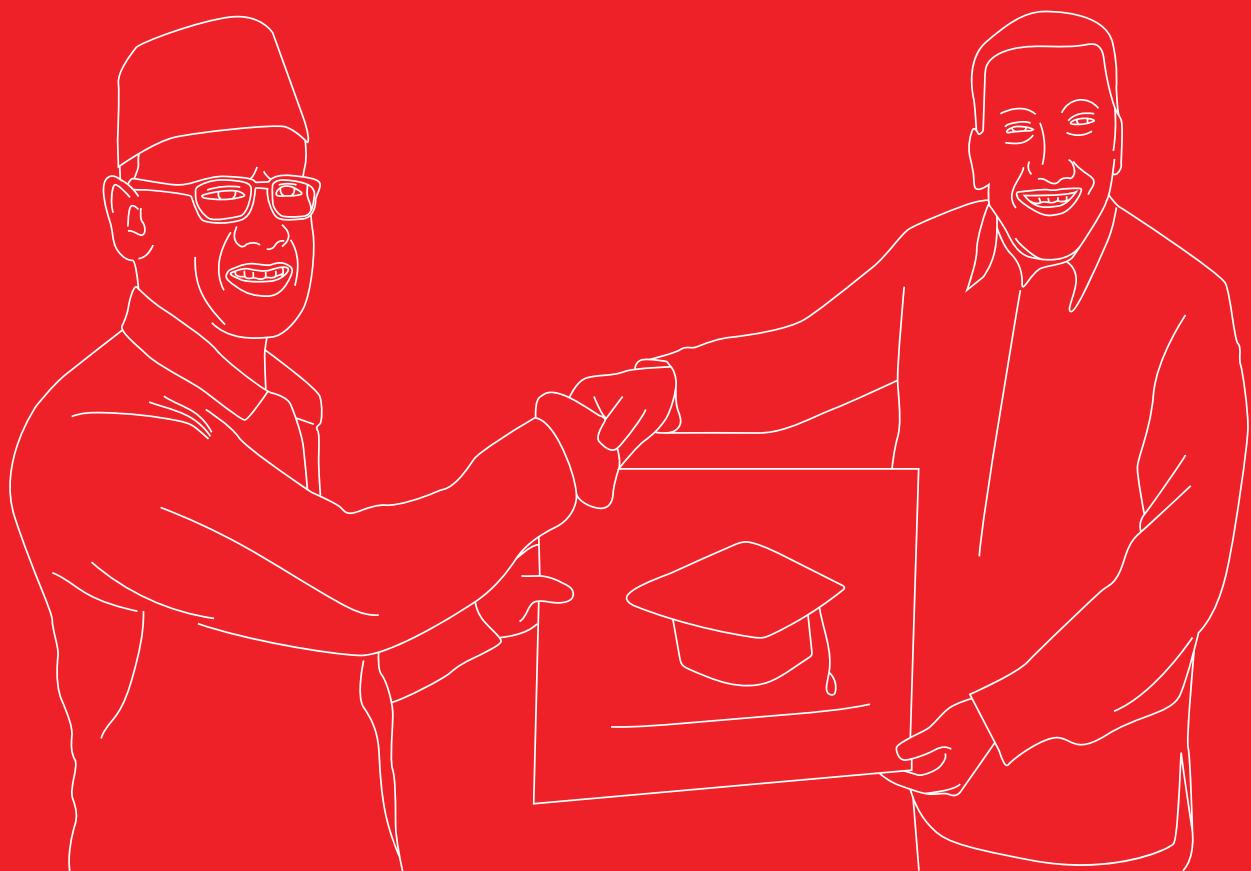
dan harmonis. Kami menuangkan perjanjian ini dalam Peraturan Perusahaan yang memuat topik-topik seperti: hubungan kerja, hak dan kewajiban, hari dan jam kerja serta lembur, hari libur cuti dan ijin meninggalkan pekerjaan, pengupahan dan penilaian hasil kerja, keselamatan kesehatan dan kesejahteraan kerja, kode etik tata tertib dan disiplin kerja, sanksi dan peringatan, pemutusan hubungan kerja, dan penyelesaian keluh kesah.

mutual understanding and cooperative relationships. We set forth the agreement within the Company Regulations including topics, such as employment relations, rights and obligations, working days, hours and overtime, holidays and permits to leave work, remuneration and assessment of work results, occupational health and safety, work code of conduct and work discipline, sanctions and warnings, termination of employment, and resolution of complaints.



ALFAMART FOR ALL

ALFAMART FOR ALL



Kami menjadi sahabat bagi masyarakat Indonesia melalui kepedulian dan aksi nyata untuk meningkatkan kesejahteraan dan memberikan bantuan-bantuan yang dibutuhkan.

We became the best companion with the people of Indonesia through caring and taking action to improve welfare and provide the necessary assistance.



Kepedulian Alfamart pada masyarakat tidak hanya ditunjukkan melalui pemenuhan kebutuhan mereka sehari-hari, tetapi juga melalui kontribusi sosial bagi para masyarakat sekitar lingkungan perusahaan dan para karyawan. Kepedulian ini kami nyatakan melalui berbagai program kemasyarakatan yang dituangkan dalam tujuan dan strategi yang terarah. Kami percaya program-program ini memberikan kontribusi positif pada masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di samping itu, program CSR ini membangun jiwa sosial karyawan serta meningkatkan semangat mereka, karena menyadari bahwa pekerjaan mereka membawa dampak. Program-program CSR ini juga meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, memberi nilai tambah pada Alfamart dan membedakan dengan para pesaingnya.

Berbagai kegiatan CSR dilakukan oleh Alfamart melalui payung besar "Alfamart Sahabat Indonesia: Satu Hati Berbagi untuk Indonesia" dengan pilar-pilar sebagai berikut:

1. Peningkatan ekonomi UKM (Alfamart SMEs)
2. Pendidikan (Alfamart Smart)
3. Sosial (Alfamart Care)
4. Olahraga (Alfamart Sport)
5. Lingkungan (Alfamart Clean & Green)
6. Seni dan Budaya (Alfamart Vaganza)

Pada laporan ini kami sajikan kegiatan-kegiatan yang kami lakukan dalam tahun 2019.

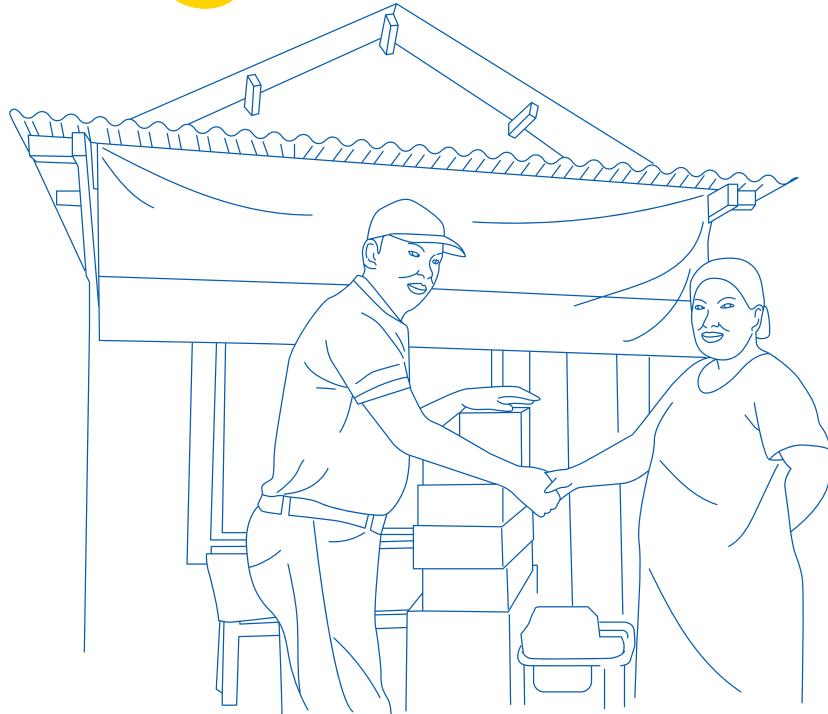
Alfamart's concern to the community is not only manifested through fulfillment of their daily needs but also through social contribution for the community around the company and the employees. This awareness is realized through various social-community program that is disclosed in a designated purpose and strategy. We believe that these programs will provide positive contribution to the community and improve their welfare as well. In addition, the CSR program also builds social life of the employees and strengthens their spirit as realizing that their jobs will be impactful. These CSR programs will also build the Company's image and reputation, provide added-value for Alfamart and becomes a differentiator among our competitors.

Several CSR activities are undertaken by Alfamart through the large picture of "Alfamart Friends of Indonesia: One Heart Shares for Indonesia" with the following pillars:

1. Improving SMEs Economy (Alfamart SMEs)
2. Education (Alfamart Smart)
3. Social (Alfamart Care)
4. Sports (Alfamart Sport)
5. Environment (Alfamart Clean & Green)
6. Art and Culture (Alfamart Vaganza)

Within this report, we explain the activities we have carried out in 2019.





PENINGKATAN EKONOMI UKM (ALFAMART SMEs)

Outlet Binaan Alfamart (OBA)

Outlet Binaan Alfamart atau OBA merupakan upaya Alfamart untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, yang merupakan perwujudan salah satu visi Alfamart yakni berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil. Alfamart memberi bantuan dan pendampingan bagi para pedagang warung tradisional untuk memajukan usaha mereka. Kemudahan bergabung menjadi member OBA adalah bagi para pedagang warung sekitar toko Alfamart dalam radius 3 km, kami memberi kemudahan memberikan pasokan barang dagangan dengan harga khusus yang nantinya bisa dijual kembali dengan keuntungan yang wajar. Melalui aplikasi Alfa Mikro, yaitu program khusus untuk memudahkan pemesanan barang, dan kami berperan sebagai "konsultan warung tradisional" dengan berbagai pelayanan:

1. Pengetahuan produk (kegunaan produk, kadaluarsa).
2. Penataan produk yang menarik bagi konsumen.
3. Administrasi retail.
4. Pendampingan operasional.

Dimulai pada tahun 2007 hingga tahun 2019, Alfamart mendampingi lebih dari 42.000 pedagang warung tradisional atau member OBA. Untuk beberapa warung, kami juga memberikan apresiasi dengan melakukan perbaikan tampilan warung dan pengelolaannya.

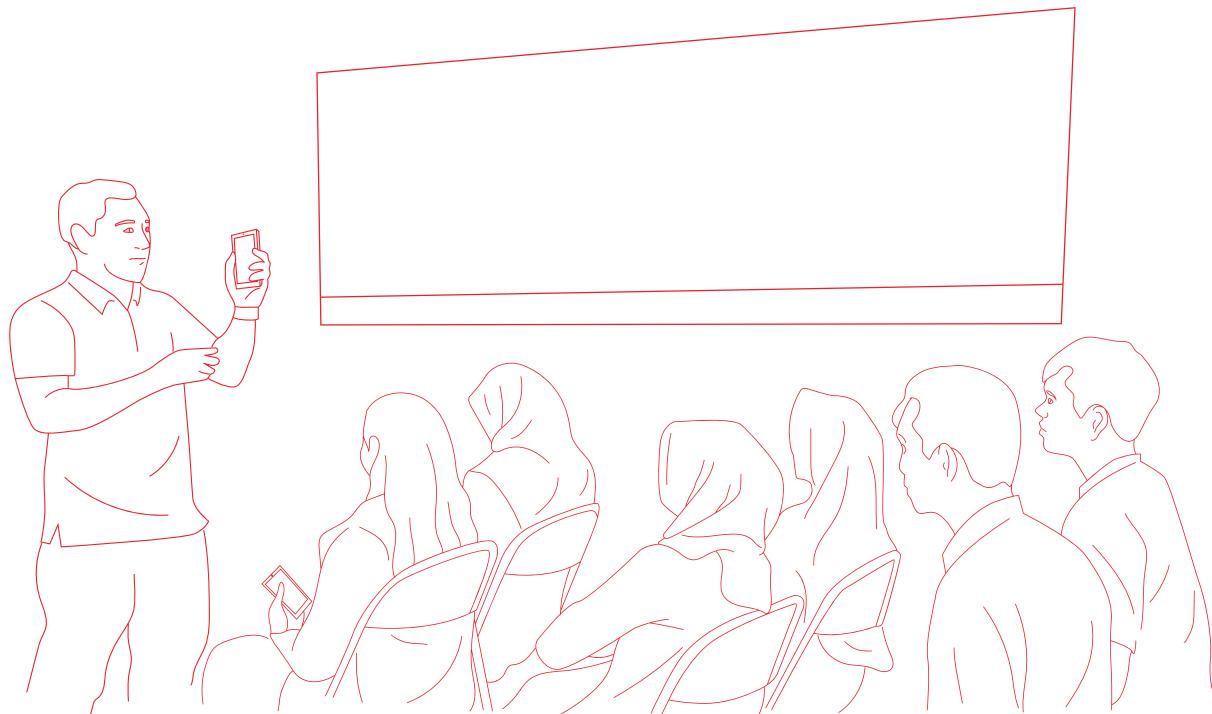
ECONOMIC IMPROVEMENT OF SMES (ALFAMART SMEs)

Alfamart Partner Outlets (OBA)

Alfamart Partner Outlets or OBA is an initiative of Alfamart to develop community's economy, as manifestation of part of Alfamart's vision, oriented towards empowering small entrepreneurs. Alfamart through this program provides assistance and support for the traditional merchants to develop their businesses. Advantageous of joining as OBA member is given to the merchants located 3km within Alfamart store location, we will provide the support in form of special price of merchandise which can be resold with reasonable profit. Through the Alfa Mikro application, which is a special program to facilitate ordering goods, we act as a "traditional shop consultant" with a variety of services:

1. Product knowledge (product usability, expiration).
2. Structuring products that are attractive to consumers.
3. Retail administration.
4. Operational support.

Commenced in 2007 until 2019, Alfamart has accompanied more than 42,000 outlets or OBA members. For some outlets, we also give appreciation by promoting the appearance of outlets and their management.



Pelatihan Manajemen Ritel & Pengusaha IKM

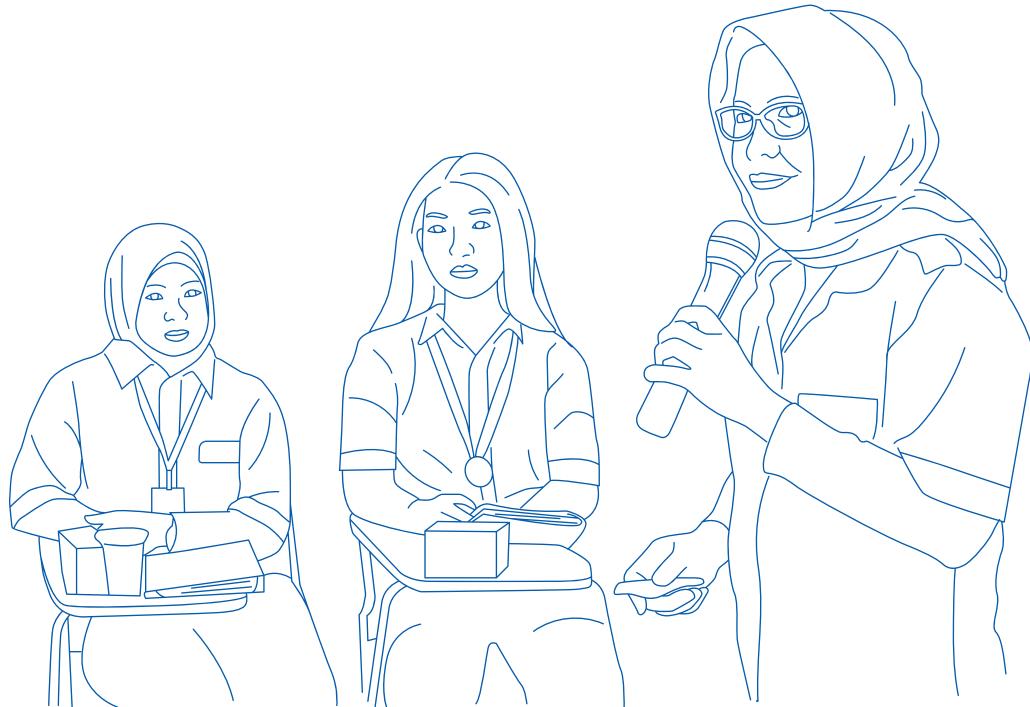
Bagi para pedagang warung tradisional, Alfamart juga membagikan pengetahuan mengenai manajemen ritel modern untuk memajukan usaha mereka. Peserta bukan hanya anggota OBA, namun juga pedagang warung tradisional lainnya yang belum atau ingin bergabung menjadi binaan. Materi pelatihan manajemen ritel modern ini dapat diaplikasikan secara praktis di warung-warung milik peserta. Beberapa topik penting yang dibahas di antaranya: membaca tren produk yang sedang laku, tata cara display produk untuk menarik minat pembeli, administrasi sederhana, dan sebagainya.

Selain itu Alfamart mengembangkan potensi dari Industri Kecil Rumahan sehingga produknya mampu diterima oleh ritel modern. Alfamart memberikan pendampingan hulu hingga akhir bagaimana produk lokal khas daerah bisa diterima pasar yang lebih luas, sekaligus memenuhi syarat regulasi yang diberikan baik dari pemerintah (seperti izin IRT, halal) dan memenuhi prosedur dari ritel modern. Pada tahun 2019, dalam 69 kali kegiatan kami memberikan pelatihan kepada 3.458 pedagang warung dan pengusaha IKM di 13 provinsi di seluruh Indonesia.

Retail Management Training

For the traditional merchants, Alfamart also shares the knowledge on modern retail management to develop their business. The participants are not only OBA members, but also other traditional merchants who not yet or plan to join as our partners. The material of this modern retail management training can be applied practically at the participant's outlets. Some of the key topics discussed are including analyzing current product trend, product display method to attract buyer's interest, basic administration and others.

In addition, Alfamart also develops the talents of Micro and Small industries thereby their products can be accepted by the modern retail. Alfamart provides end-to-end support on how the local and unique products of the region can be accepted by broader market, as well as fulfilling the regulatory requirements prevailed by the government (such as IRT permit, Halal certificate) and fulfilling the modern retail procedures. In 2019, we have provided trainings to 3,458 merchants and UKM entrepreneurs in 13 provinces throughout Indonesia through 69 events.



PENDIDIKAN (ALFAMART SMART)

Alfamart Class

Alfamart ikut berperan dalam pengembangan SDM Indonesia melalui pendidikan vokasi (SMK). Pendidikan vokasi yang memberi penekanan pada ketrampilan (*skill based*) menjadi pilihan yang cukup populer saat ini karena memberikan keahlian praktis yang dibutuhkan untuk langsung terjun ke dunia kerja. Melalui program Alfamart Class, kami memberikan pelatihan dan pendidikan demi meningkatkan keterampilan siswa dan tenaga pengajar untuk menghasilkan lulusan-lulusan terbaik yang memiliki kompetensi di bidang ritel sesuai dengan kebutuhan dunia usaha/industri ritel modern khususnya Alfamart.

Keunggulan program kami adalah para lulusan Alfamart Class bisa langsung bekerja di Alfamart, serta memberikan hibah laboratorium berupa toko modern sebagai pelengkap belajar siswa untuk SMK yang bekerja sama. Hingga program ini dimulai tahun 2009, 195 Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) telah bekerja sama dan pada tahun 2019, siswa Alfamart Class berjumlah 13.226 siswa. Hingga 3 tahun terakhir Alfamart sudah menyerap lebih dari 2.209 lulusan sebagai karyawan.

EDUCATION (ALFAMART SMART)

Alfamart Class

Alfamart participates on Indonesian people development through vocational education (SMK). The vocational education, which emphasizes on skill (skill-based) has become a popular choice nowadays as providing practical skill that is required to immediately join the professional sector. Through Alfamart Class program, we provide training and education to develop skill of the students and teachers to create best graduates with competency in retail sector according to modern business/retail industry needs, particularly for Alfamart.

Our program has a feature where the graduates of Alfamart Class will be accepted to work at Alfamart, as well as providing laboratory grants in form of modern store to equip the student's learning for the partner SMK. Since the program first implementation in 2009, 195 Vocational Schools (SMK) have cooperated and, in 2019, students of Alfamart Class reached to 13,226 students. Up to the last 3 years, Alfamart has hired over 2,209 graduates as our employees.



SOSIAL (ALFAMART CARE)

Donor Darah

Adanya pasokan darah menjadi penentu antara hidup dan mati bagi orang yang membutuhkannya. Untuk itu, Alfamart mendorong para karyawan untuk mendukung Palang Merah Indonesia (PMI) dalam menjaga stok darah. Donor darah dilaksanakan di semua kantor cabang secara periodik. Tahun 2019, kami melakukan 80 kali donor darah di 13 provinsi yang menghasilkan 3.821 kantong.

Posyandu

Bagi masyarakat sekitar toko, kami menyediakan konseling dan layanan kesehatan, serta Posyandu gratis bagi balita. Sebanyak 3.745 peserta memanfaatkan Posyandu gratis dalam 32 kali kegiatan di 9 provinsi.

Bantuan Bencana Alam

Alfamart memberikan bantuan kemanusiaan untuk para korban bencana alam yang terjadi di berbagai wilayah di Indonesia berupa sembako, peralatan dapur umum, *hygiene kit*, dan sebagainya.

SOCIAL (ALFAMART CARE)

Blood Donors

Blood supply becomes a life-saving determinant for anyone needed. Therefore, Alfamart encourages our employees to support the Indonesia Red Cross (PMI) in securing the blood supply. The blood donation is held in all branch offices periodically. In 2019, we held 80 blood donations in 13 provinces and collected 3,821 blood bags.

Integrated Healthcare Center

For the society live in the stores neighborhood, we also provides free counseling and healthcare services, as well as Posyandu for toddlers. The free Posyandu has been utilized by approximately 3,745 participants at 32 events held in 9 provinces.

Natural Disaster Assistance

Alfamart gives humanitarian aid for the survivors of natural disasters occurred in several regions across Indonesia in form of groceries, soup kitchen equipment, hygiene kit and more.



LINGKUNGAN (ALFAMART CLEAN & GREEN)

Pemberdayaan Masyarakat Mengolah Limbah

Untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada masyarakat sekitar toko, Alfamart memberikan pelatihan kreativitas pengolahan limbah layak guna untuk menjadi barang yang bernilai ekonomis, seperti aksesoris, kerajinan tangan, perlengkapan rumah tangga, dan lainnya. Pada tahun 2019 telah dilaksanakan 16 kali pelatihan yang diikuti oleh 616 orang dan dilakukan di 6 provinsi.

#BersihinIndonesia

Alfamart sadar akan dampak negatif jangka panjang sampah kantong plastik. Selain telah menerapkan program kantong plastik tidak gratis, Alfamart juga memberikan sosialisasi langsung kepada masyarakat tentang dampak negatif sampah kantong plastik. Yakni melaksanakan kegiatan aktivasi di area terbuka umum dengan menukar secara gratis kantong plastik yang masyarakat bawa dengan tas belanja yang lebih ramah lingkungan.

20.000 orang berpartisipasi dengan menukar kantong plastik mereka, dengan harapan kebiasaan untuk mulai mengurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai.

ENVIRONMENT (ALFAMART CLEAN & GREEN)

Community Development in Treating Waste

To nourish the entrepreneurial spirit in the communities around the store, Alfamart provides training in the creativity of waste processors for the use of economically valuable items, such as accessories, handicrafts, household equipment, and others. In 2019, there were 16 training sessions attended by 616 people and were held in 6 provinces.

#BersihinIndonesia

Alfamart is aware of the long-term adverse consequence of plastic bag waste. Besides having a non-free plastic bag program, Alfamart also provides dissemination to the public about the negative impact of plastic bag waste, that is by carrying out activities that are initiated in public areas by exchanging plastic bags available to the public for shopping bags that are more environmentally friendly.

Around 20,000 people participated in the event by exchanging their plastic bags, with the hope to cease using a one-used plastic bag.

PENGELOLAAN PROGRAM

Program-program CSR kami dibangun dengan mengedepankan kebutuhan masyarakat. Untuk itu, 100% (atau "seluruh") program-program ini dilaksanakan dengan sebelumnya mengadakan "assessment" yang melibatkan masyarakat, serta kami evaluasi secara berkala untuk memastikan keefektifan program [GRI 413-1]

PROGRAM MANAGEMENT

Our CSR programs are developed by prioritising the needs of the community. For this reason, 100% (or "whole") of these programs are previously carried out with the "assessments" involving the community and we evaluate them to assure the effectiveness of the program, regularly. [GRI 413-1]

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Corporate Social Responsibility

Rp102,347
ribu/thousand

BANTUAN BENCANA ALAM NATURAL DISASTER AID

2018 : Rp532,543 ribu/thousand
2017 : Rp71,782 ribu/thousand

Rp104,609
ribu/thousand

PENGEMBANGAN FASILITAS PUBLIK PUBLIC FACILITY DEVELOPMENT

2018 : Rp64,271 ribu/thousand
2017 : Rp79,926 ribu/thousand

Rp161,661
ribu/thousand

LAYANAN KESEHATAN HEALTH SERVICES

2018 : Rp168,031 ribu/thousand
2017 : Rp149,564 ribu/thousand

Rp121,206
ribu/thousand

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT COMMUNITY DEVELOPMENT

2018 : Rp314,548 ribu/thousand
2017 : Rp455,366 ribu/thousand

TOTAL (RP.)

Rp1,095,822
ribu/thousand

2018

Rp1,079,393
ribu/thousand

2017

Rp756,638
ribu/thousand

DONASI KONSUMEN ALFAMART

Dengan memanfaatkan jaringan gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, Alfamart turut mengambil bagian membantu masyarakat yang membutuhkan dengan menyelenggarakan program DonasiKu. Setiap program DonasiKu dirancang untuk menggalang sumbangan dana dari konsumen Alfamart pada periode program tertentu melalui seluruh jaringan gerai yang dikelola perusahaan. Dalam pelaksanaannya, setiap program DonasiKU telah mendapatkan izin dari Kementerian Sosial Republik Indonesia dan dana yang terhimpun disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan melalui yayasan-yayasan yang kredibel.

Alfamart senantiasa berupaya mengembangkan program DonasiKu sehingga semakin banyak masyarakat Indonesia yang dapat menerima manfaat DonasiKu. Alfamart mengapresiasi partisipasi seluruh pelanggan atas setiap program yang dilaksanakan dan secara sukarela menyumbangkan dana untuk masyarakat lain yang membutuhkan perhatian.

Sepanjang tahun 2019, Alfamart bekerja sama dengan Yayasan BM Cinta Indonesia (BMCI), LAZIS Nahdlatul Ulama (NU Care – LAZIZNU), Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (YKAKI), Yayasan Mizan Amanah, Yayasan Sayap Ibu, dan LAZIS Muhammadiyah (LAZIZMU) berhasil menyalurkan dana donasi dari pelanggan sebesar Rp14,51 miliar. Melalui program ini, Alfamart telah membantu ribuan penerima manfaat di wilayah operasi bisnis perusahaan di seluruh Indonesia.

ALFAMART CONSUMER DONATION

By utilizing the store networks that spread throughout Indonesia, Alfamart has participated in assisting the people in need by undertaking the DonasiKu program. Every DonasiKu program is designed for raising fund, donated from consumers in a certain period of program through all store that are managed by the Company. In the implementation every DonasiKu Program has been approved by the Ministry of Social Affairs of the Republic of Indonesia and the fund raised has been channeled to the people in need through credible foundations.

Alfamart continues to develop DonasiKu program so there have been more Indonesia people that are benefiting from DonasiKu. Alfamart appreciates all customers' participation in every program that has implemented as well as their voluntary donation for other people that are in need of attention.

All over 2019, Alfamart in cooperation with BM Cinta Indonesia Foundation, LAZIS Nahdlatul Ulama (NU Care – LAZIZNU), Kasih Anak Kanker Indonesia Foundation (YKAKI), Mizan Amanah Foundation, Sayap Ibu Foundation, and LAZIS Muhammadiyah (LAZIZMU) had successfully disbursed a consumer donation worth Rp14.51 billion. Via this program, Alfamart has assisted thousands of beneficiaries in all of the Company's operating areas throughout Indonesia.

2019

Nama Program Name of Program	Pelaksana Organizer	Periode Period	Dana Terkumpul Fund Raised
Bantuan Sembako No. Keputusan Menteri Sosial RI 56/HUK-PS/2019 Nine Basic Needs Assistance Decree of the Minister of Social Affairs of the Republic of Indonesia No. 56/HUK-PS/2019	Yayasan BM Cinta Indonesia BM Cinta Indonesia Foundation	Januari - Maret January - March	Rp3,31 miliar/billion
Bantuan Lazisnu No. Keputusan Menteri Agama RI 255 TAHUN 2016 Lazisnu Assistance Decree of the Minister of Religious Affairs of the Republic of Indonesia No. 225/2016	LAZIS Nahdlatul Ulama LAZIS Nahdlatul Ulama	April - Juni April - June	Rp3,60 miliar/billion
Donasi Peduli Kanker No. Keputusan Menteri Sosial RI 886/HUK-PS/2019 Cancer Concern Donation Decree of the Minister of Social Affairs of the Republic of Indonesia No. 886/HUK-PS/2019	Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia Kasih Anak Kanker Indonesia Foundation	Juli July	Rp1,25 miliar/billion
Bantuan Sepatu Sekolah No. Keputusan Menteri Agama RI 764 TAHUN 2018 School Shoes Assistance Decree of the Minister of Religious Affairs of the Republic of Indonesia No. 764/2018	Yayasan Mizan Amanah Mizan Amanah Foundation	Agustus August	Rp1,20 miliar/billion
Bantuan Disabilitas & Dhuafa No. Keputusan Menteri Sosial RI 1024/HUK-PS-2019 Assistance for People with Disability and Dhuafa Decree of the Minister of Social Affairs of the Republic of Indonesia 1024/HUK-PS-2019	Yayasan Sayap Ibu Sayap Ibu Foundation	September September	Rp1,16 miliar/billion
Bantuan Pendidikan Dhuafa No. Keputusan Menteri Agama RI 764 TAHUN 2018 Education Assistance for Dhuafa Decree of the Minister of Religious Affairs of the Republic of Indonesia No. 764/2018	Yayasan Mizan Amanah Mizan Amanah Foundation	Oktober October	Rp1,24 miliar/billion
Bantuan Dhuafa Mandiri No. Keputusan Menteri Agama RI 730 TAHUN 2016 Assistance for Dhuafa Mandiri Decree of the Minister of Religious Affairs of the Republic of Indonesia No. 730/2016	LAZIS Muhammadiyah LAZIS Muhammadiyah	November November	Rp1,30 miliar/billion
Bantuan Sarana Ibadah No. Keputusan Menteri Agama RI 730 TAHUN 2016 Assistance for Religious Facilities Decree of the Minister of Religious Affairs of the Republic of Indonesia No. 730/2016	LAZIS Muhammadiyah LAZIS Muhammadiyah	Desember December	Rp1,44 miliar/billion
TOTAL Rp			14,51 miliar/billion



TATA KELOLA KEBERLANJUTAN

SUSTAINABILITY GOVERNANCE



Alfamart menerapkan prinsip GCG secara konsisten di seluruh aspek bisnis untuk menciptakan proses dan struktur pengambilan keputusan yang baik demi meningkatkan nilai perusahaan dan menjaga kepercayaan para pemangku kepentingan.

Alfamart consistently applies GCG principles in all aspects of the business to create good decision making processes and structures in order to increase the value of the company and maintain the trust of stakeholders.



Alfamart mengembangkan praktik terbaik (*best practice*) dalam GCG (*Good Corporate Governance*) didorong oleh kesadaran bahwa hal ini menjadi salah satu faktor penting untuk memastikan praktik bisnis yang sehat dan kompetitif sehingga mampu menjaga kepercayaan seluruh pemangku kepentingan dan menuju bisnis berkelanjutan.

Komitmen Alfamart pada tata kelola perusahaan yang baik (GCG) didasarkan pada empat pertimbangan berikut ini, yaitu untuk:

Alfamart develops best practices (best practice) in GCG (Good Corporate Governance) is driven by that awareness this has become an important factor to ensure sound business practices and competitive so that they are able to maintain trust of all stakeholders and towards sustainable business.

The commitment of Alfamart to good corporate governance (GCG) points to the following four analyses, which are to:

MERAIH KEUNGGULAN ACCOMPLISH HIGH QUALITY

MELINDUNGI KEPENTINGAN
PEMANGKU KEPENTINGAN
TAKE CARE OF INTERESTS
OF STAKEHOLDERS

MENGEMBANGKAN PERTUMBUHAN
BISNIS JANGKA PANJANG
GENERATE LONG-TERM
BUSINESS GROWTH

MENINGKATKAN NILAI PARA
PEMEGANG SAHAM
EXTEND THE VALUE
OF SHAREHOLDERS

Penerapan tata kelola perusahaan mengacu pada berbagai peraturan dan pedoman, baik dalam tingkat nasional maupun internasional. Alfamart menerapkan implementasi GCG dari Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), ASEAN Corporate Government Scorecard (ACGS) dan *Roadmap Pedoman Tata Kelola Perusahaan Indonesia* dari Otoritas Jasa Keuangan. [GRI 102-12]

The purpose of corporate governance refers to diverse regulations and guidelines, both at national and international levels. Alfamart refers to the GCG implementation of the Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD), the ASEAN Corporate Government Scorecard (ACGS), and the Roadmap of the Indonesian Corporate Governance Guidelines of the Indonesian Financial Services Authority. [GRI 102-12]

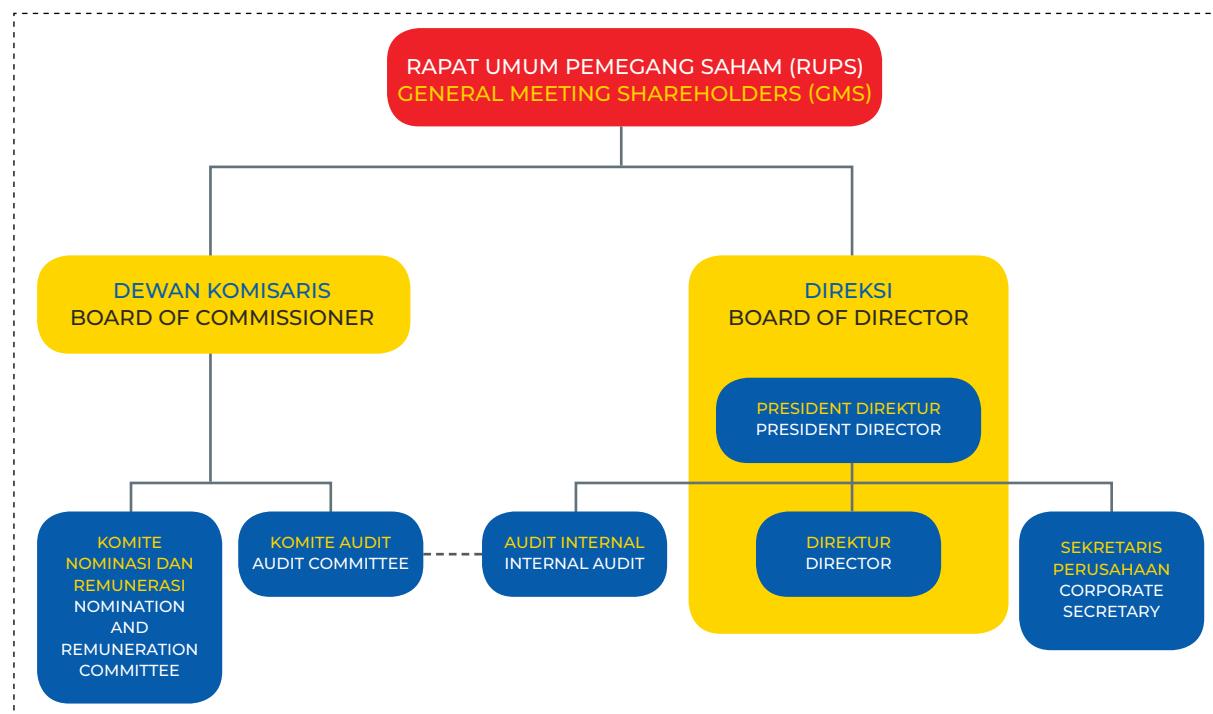
STRUKTUR TATA KELOLA GOVERNANCE STRUCTURE

[GRI 102-18]

[GRI 102-18]

Mekanisme tata kelola perusahaan disusun berdasarkan UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Anggaran Dasar Perseroan. Struktur tata kelola perusahaan disusun untuk mendukung prinsip-prinsip tata kelola agar dapat berjalan secara sistematis, mencerminkan penerapan prinsip *check and balance* dan pengendalian internal yang baik.

The corporate governance mechanism is arranged based on Law No. 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies and the Company's Articles of Association. The corporate governance structure is composed to uphold governance principles that aim at ensuring the basis run, systematically. The results reflect the implementation of checks and balances standards and good internal control.



RUPS (RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM)

RUPS merupakan organ utama yang memiliki kedudukan tertinggi. Untuk memaksimalkan fungsi organ utama dalam struktur tata kelola Perseroan, dalam pelaksanaannya dibantu organ pendukung yang terdiri dari Komite di tingkat Dewan Komisaris, Unit Kerja di tingkat Direksi, Sekretaris Perusahaan dan Unit Audit Internal.

RUPS dihadiri oleh Dewan Komisaris, Direksi, Komite Audit serta para pemegang saham. Agenda RUPS termasuk persetujuan laporan tahunan perseroan, penetapan penggunaan laba bersih, penentuan honorarium dan tunjangan Dewan Komisaris, serta berbagai keputusan lainnya. Pengangkatan dan pemberhentian Pengurus Perseroan juga dilakukan melalui RUPS.

DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris sebagai organ Perseroan yang mempunyai fungsi pengawasan baik secara khusus dan umum sesuai dengan Anggaran Dasar, serta memberikan nasihat dan arahan kepada direksi serta memastikan pelaksanaan tata kelola serta keberlanjutan jalannya bisnis Perseroan. Dewan Komisaris bertanggung jawab kepada Pemegang Saham. Dewan Komisaris dipimpin oleh seorang Presiden Komisaris dan di dalam keanggotaan Dewan Komisaris terdapat juga Komisaris Independen.

Untuk membantu dan meningkatkan fungsi pengawasan Dewan Komisaris dibentuk Komisi Audit dan Komite Nominasi dan Remunerasi. Dalam pelaksanaan tata kelola, Komite Audit membantu Presiden Direktur dalam melakukan penelaahan dan rekomendasi atas kinerja perusahaan.

GMS (GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS)

The GMS is the foremost organ having the highest authorities. To assist the function of this main element on top of the Company's governance structure, the GMS is sustained by the supporting elements consisting of Committees at the Board of Commissioners level, Work Units at the Board of Directors level, Corporate Secretary, and Internal Audit Unit.

The Board of Commissioners, Board of Directors, Audit Committee and shareholders attended the GMS. The agenda of the Annual GMS cover the approval of the Company's annual report, the stipulation of the net profit usage, the stipulation of the honorarium and benefits of the Board of Commissioners, as well as other matters. The appointment and dismissal of the Company's Management are further undertaken in the GMS.

BOARD OF COMMISSIONERS

The Board of Commissioners has a vital role in the Company having a distinct and general oversight function under the Articles of Association, giving advice and guidance to the Board of Directors, and ensuring good implementation of governance and the sustainability of the Company's business. The Board of Commissioners is responsible to the shareholders. The Board of Commissioners is led by a President Commissioner and in the Board of Commissioners' membership, there are also Independent Commissioners.

To help and improve the oversight function of the Board of Commissioners, an Audit Committee and Nomination and Remuneration Committee was formed. In implementing governance, the Audit Committee helps the Board of Directors conduct reviews and recommendations on the Company's performance.

Perusahaan memastikan bahwa para anggota Dewan Komisaris memiliki latar belakang dan kemampuan yang memadai, sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Dewan Komisaris mengadakan rapat secara berkala, yaitu satu kali setiap dua bulan, dan dapat mengadakan rapat sesuai kebutuhan. Dipastikan pula bahwa pada tahun pelaporan tidak terjadi rangkap jabatan yang berpotensi terjadinya benturan kepentingan.

DIREKSI

Direksi merupakan organ Perseroan yang memiliki tugas pokok mengelola perusahaan serta mewakili Perusahaan, baik di dalam maupun di luar pengadilan. Sesuai dengan peraturan pemerintah mengenai tata kelola perusahaan, tidak ada anggota Dewan Komisaris yang merangkap sebagai anggota Direksi Alfamart, untuk menjamin keterbatasan dan independensi perusahaan.

SEKRETARIS PERUSAHAAN

Sekretaris Perusahaan bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan perusahaan terhadap ketentuan, peraturan dan perundang undangan pasar modal, Otoritas Jasa Keuangan dan Bursa Efek Indonesia, memastikan bahwa seluruh pemegang saham, otoritas berwenang, analis dan publik yang berkepentingan memperoleh informasi secara tepat waktu, lengkap dan akurat tentang kondisi keuangan dan kinerja Perseroan. Dalam pelaksanaan tugasnya Sekretaris Perusahaan bertanggung jawab kepada Direksi dan setiap informasi perusahaan yang disampaikan kepada masyarakat merupakan informasi resmi dari perusahaan.

HUBUNGAN INVESTOR

Hubungan Investor dibentuk untuk menjaga dan meningkatkan komunikasi antara perusahaan dengan para pemegang saham, investor dan

The Company ensures that members of the Board of Commissioners have sufficient background and abilities suitable for Company needs. The Board of Commissioners holds regular meetings, once every two months, and can hold meetings as required. In the reporting year, there were no concurrent positions that might lead to a conflict of interest.

BOARD OF DIRECTORS

The Board of Directors is the Company's organ that has the foremost responsibility for managing and representing the Company both inside and outside the court. Under government regulations regarding corporate governance, there are no members of the Board of Commissioners who are concurrently members of the Alfamart Board of Directors, to strengthen the Company's neutrality and independence.

CORPORATE SECRETARY

The Corporate Secretary is responsible for ensuring Company compliance with capital market, Indonesian Financial Services Authority, and the Indonesia Stock Exchange rules, regulations and legislation. Besides this, the Corporate Secretary is responsible for ensuring that all shareholders, authorities, analysts, and the public receive timely, complete and accurate information about the Company's financial condition, and performance. In undertaking these duties, the Corporate Secretary is responsible to the Board of Directors, and ensures that all information about the Company submitted to the public is official information from the Company.

INVESTOR RELATIONS

Investor Relations aims at maintaining and improving communication between the Company and its shareholders, investors, and

analisis untuk menyampaikan informasi dan penjelasan mengenai kinerja, strategi dan isu-isu yang signifikan terkait perusahaan. Guna menjalankan prinsip transparansi dan pemenuhan tanggung jawab kepada pemangku kepentingan, perusahaan selalu menyampaikan informasi terkini secara efektif dalam setiap perkembangan yang terjadi pada perusahaan melalui berbagai media komunikasi, antara lain melalui website perusahaan, website Bursa Efek Indonesia dan media massa. Selain itu untuk memastikan memperoleh perlakuan yang sama dalam memperoleh informasi penting terkait dengan aktivitas Perseroan, hubungan investor juga secara rutin mengadakan paparan publik, road show, pertemuan dan korespondensi dengan para *stakeholder*. Upaya yang dilakukan ini dapat membantu para pemegang saham, investor maupun analis dalam mengambil keputusan dan penetapan kebijakan

SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL

Sebagai tanggung jawab manajemen, Alfamart senantiasa memberikan keyakinan yang memadai bahwa dalam penyelenggaraan tugas dan fungsinya, kami memiliki pengendalian internal yang sesuai untuk mencapai tujuan perusahaan dengan meningkatkan keandalan laporan keuangan dan kinerja operasional perusahaan. Oleh karena itu dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan senantiasa meningkatkan dan memperkuat pengendalian internal dengan mengkaji dan memantau sistem pengendalian internal yang telah ditetapkan.

Sistem pengendalian internal yang meliputi berbagai kebijakan, prosedur, pengawasan dan komunikasi, standar perilaku dan berbagai upaya lain. Sistem Pengendalian Internal ini dibangun dengan tujuan untuk mengamankan aset perusahaan, mengupayakan efisiensi dan efektivitas operasi, mengembangkan keandalan dan kelengkapan informasi keuangan dan manajemen, serta menjamin kepatuhan pada kebijakan dan peraturan perundungan yang berlaku.

analysts in terms of delivering information and explanation regarding Company performance, strategies, and significant. To implement the principle of transparency and fulfilment of responsibilities to stakeholders, the Company conveys the latest information completely in each development occurring in the Company through communication media that include the Company's website, the Indonesian Stock Exchange website, and the mass media. In addition to assuring equal treatment in obtaining relevant information related to the Company's activities, Investor Relations holds regular public exposures, roadshows, meetings, and correspondence with stakeholders. These endeavours can help shareholders, investors, and analysts in making decisions and setting policies.

INTERNAL CONTROL SYSTEM

As part of management accountability, Alfamart affords such determination that in terms of committing the duties and functions, we possess relevant internal controls to achieve the Company's goals by increasing the reliability of financial statements and the Company's operational performance. In carrying out business projects, the Company advances and reinforces internal control by examining and observing the established internal control system. An internal control system encompasses the policies, procedures, and supervision and communication standards of behaviour.

The Internal Control System is responsible for securing Company's assets, striving for efficiency and effectiveness of operations, developing the reliability and completeness of financial and management information, as well as ensuring compliance with appropriate policies and regulations.

KODE ETIK CODE OF ETHICS

Guna mendorong lingkungan dan budaya kerja yang kondusif, kami menetapkan kode etik sebagai pedoman dan acuan perilaku di seluruh lini organisasi dan karyawan. Kode etik ini mendukung setiap insan Alfamart untuk menerapkan nilai-nilai perusahaan dalam tugas dan tanggung jawabnya sehari-hari.

To nurture a cooperative work environment and culture, we set a Code of Ethics as a model and reference for behaviour across all layers of the organisation and for all employees. The operative principles help each Alfamart employee uphold the Company's values in their daily duties and responsibilities.

PRINSIP KODE ETIK PERSEROAN THE COMPANY'S CODE OF CONDUCTS

1

MENJALANKAN PEKERJAAN DENGAN KEJUJURAN DAN
INTEGRITAS
PERFORMING PROJECTS WITH HONESTY AND INTEGRITY

2

MENGUTAMAKAN KEPENTINGAN PERUSAHAAN DENGAN TAAT
DAN MENJUNJUNG TINGGI PERATURAN PERUSAHAAN
PRIORITISING THE INTERESTS OF THE COMPANY BY OBEYING
AND HOLDING UP COMPANY REGULATIONS

3

KEWAJIBAN MENJAGA KERAHASIAAN PERUSAHAAN
OBLIGED TO MAINTAIN CONFIDENTIALITY OF COMPANY
INFORMATION

Kami percaya, penegakan kode etik perusahaan akan mendorong integritas perusahaan, yang pada akhirnya akan membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak, di dalam maupun di luar perusahaan:

Without any doubt, we have found that enforcement of the Company's Code of Ethics encourages the Company's integrity, which in turn promotes good relationships with numerous parties both inside and outside the Company:



Sosialisasi kode etik serta nilai dan budaya perusahaan dilakukan melalui website, intranet website, laporan tahunan, buku saku peraturan perusahaan, materi orientasi bagi karyawan baru, serta dilakukan dalam diskusi kelompok di setiap departemen. Kami juga mengembangkan program khusus untuk menanamkan budaya perusahaan, yaitu Gema Budaya. Kami menunjung tinggi nilai-nilai dan kode etik perusahaan, untuk itu setiap pelanggaran akan dikenakan sanksi berupa peringatan hingga pemutusan hubungan kerja.

Socialization of the Code of Ethics and corporate values and culture is by way of websites, intranet websites, annual reports, company regulation pocketbooks, orientation material for new employees, and as conducted in group discussions in each department. We furthermore developed a special program to immerse the corporate culture as Gema Budaya. In supporting the Company's values and Code of Conducts, infringements are subject to sanctions in the forms of a warning letter to termination of employment.

PEDOMAN PERILAKU

CODE OF CONDUCT [GRI 102-18]

Alfamart menerapkan pedoman perilaku (*code of conduct*) yang menjadi pedoman karyawan dalam melaksanakan bisnis proses perusahaan. Diharapkan dengan menerapkan Pedoman Perilaku ini, seluruh bisnis proses perusahaan dapat berjalan sesuai peraturan perusahaan dan perundang-undangan yang berlaku. Ada lima point utama yang diusung dan dituangkan dalam pedoman perilaku, sesuai dengan prinsip tata kelola perusahaan yang baik: transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian, dan kewajaran. Dalam tiap topik, kami mengusung tema kampanye untuk memudahkan insan Alfamart dalam mengingat dan mempraktikkannya. Topik-topik ini dijabarkan dalam “*do and don't*” atau hal-hal yang perlu dilakukan dan dilarang untuk dilakukan dalam kaitannya dengan pedoman perilaku ini.

Alfamart employs a Code of Conduct that leads employees in the process of conducting the Company's business. It is expected that by implementing this Code of Conduct, all business processes in the Company can operate according to Company regulations and applicable laws. Five main points are promoted and described in the Code of Conduct, under the principles of good corporate governance: transparency, accountability, responsibility, independence, and fairness. In each point, we display the theme of the campaign to help Alfamart's people in memorising and practising them. These topics are expounded within “*do and don't*” or matters to be conducted and matters prohibited as per the Code of Conduct.

1. TRANSPARENCY: “TERHINDAR DARI PENYALAHGUNAAN INFORMASI”

TRANSPARENCY: “AVOIDING MISUSE OF INFORMATION”

Deskripsi Description	Do	Don't
Keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan. Exposure in carrying out the decision-making process and in releasing material and relevant information about the Company.	Memberikan informasi internal perusahaan kepada pihak lain sesuai dengan aturan dan kebijakan perusahaan. Providing internal Company information to other parties under the Company's regulations and policies.	Memberikan informasi perusahaan kepada pihak lain bukan untuk kepentingan perusahaan. Providing the Company's information to other parties, not for the advantage of the Company.
	Memberikan data yang benar, tepat dan akurat sesuai dengan standar yang telah diatur oleh perusahaan kepada pihak eksternal atau internal. Providing reliable, precise, and accurate data under standards set by the Company to external or internal parties.	Manipulasi segala data perusahaan (menambah, mengurangi, mengubah) yang akan diberikan kepada pihak internal dan eksternal perusahaan. Manipulating Company data (augment, deduct, change) that will be given to internal and external parties of the Company.

2. ACCOUNTABILITY: "BERSIH DARI KORUPSI DAN NEPOTISME"

ACCOUNTABILITY: "CORRUPTION AND NEPOTISM FREE"

Deskripsi Description	Do	Don't
Kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban dalam organisasi sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif. Transparency of functions, implementation, and accountability within the organisation in such a way the Company's management is done, effectively.	Menggunakan kewenangan jabatan untuk mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan ketetapan dan ketentuan perusahaan. Exerting authority of the position to achieve the Company's purposes under the requirements and provisions of the Company.	Menggunakan kewenangan jabatan di luar kepentingan perusahaan. Exerting the authority of the position beyond the Company's interests.
	Melakukan pekerjaan secara bertanggung jawab sesuai dengan rincian tugas dan uraian jabatannya. Performing work, responsibly under the specifications of the assignment and the description of his/her position.	Mengabaikan tanggung jawab pekerjaan untuk melakukan pekerjaan lain, yang mengakibatkan kerugian terhadap perusahaan. Disregarding obligations to do other work, resulting in losses to the Company.
	Mengenali ketidakmampuan diri yang perlu diperbaiki dan aktif mengembangkan kompetensi melalui training dan belajar. Acknowledging personal habits that need improving and escalating competencies through training and independent learning, actively.	Tidak peduli terhadap kemampuan dan pengembangan kompetensi diri. Being apathetic about the ability and development of self-competence.

3. RESPONSIBILITY: "BERSIH DARI DISKRIMINASI, SARA & BULLYING; BERSIH DARI KORUPSI, KOLUSI & NEPOTISME"

RESPONSIBILITY: "FREE FROM DISCRIMINATION, ETHNIC, RELIGIOUS, RACIAL AND INTERGROUP BULLYING; FREE FROM CORRUPTION, COLLUSION & NEPOTISM"

Deskripsi Description	Do	Don't
Kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Suitability in the Company's management with the relevant laws and regulations and risk-based corporate principles.	Membuat dan menyesuaikan ketentuan, prosedur, kebijakan merujuk kepada strategi serta efektivitas bisnis perusahaan. Creating and harmonising provisions, procedures, and policies that refer to the Company's business strategy and effectiveness.	Membuat ketentuan, prosedur, kebijakan yang merugikan perusahaan dan menguntungkan pihak tertentu. Creating provisions, procedures, and policies that harm the Company and benefit certain parties.
	Melakukan proses kerja sama dengan pihak eksternal sesuai aturan dan kebijakan perusahaan. Conducting collaborative processes with external parties according to the Company's rules and policies.	Melakukan proses kerja sama dengan pihak eksternal bertentangan dengan aturan dan kebijakan perusahaan. Conducting collaborative processes with external parties against the Company's rules and policies.
	Mengelola konflik yang muncul dalam proses kerja. Handling conflicts that appear in the work process.	Tidak peduli terhadap konflik yang terjadi selama proses kerja. Being apathetic about conflicts that emerge during the work process.
	Membuat dan atau aktif terlibat komunitas atau kegiatan-kegiatan yang sesuai ketentuan perusahaan dan undang-undang yang berlaku. Making and/or actively being involved with the community or activities that are under the Company's regulations and applicable laws.	Membuat dan atau terlibat komunitas atau kegiatan yang tidak sejalan dengan strategi perusahaan, undang-undang yang berlaku serta dapat merugikan kepentingan perusahaan. Making and or engaging a community or activity that is not relevant to the Company's strategy and applicable laws, but potentially harms the Company's interests.

4. INDEPENDENCY: "BERSIH DARI KORUPSI, KOLUSI, NEPOTISME, PENYUAPAN SERTA KONFLIK KEPENTINGAN"

INDEPENDENCY: "FREE FROM CORRUPTION, COLLUSION, NEPOTISM, BRIBERY, AND CONFLICTS OF INTEREST"

Deskripsi Description	Do	Don't
Kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Suitability in the Company's management with the relevant laws and regulations and risk-based corporate principles.	Membuat dan menyesuaikan ketentuan, prosedur, kebijakan merujuk kepada strategi serta efektivitas bisnis perusahaan. Creating and harmonising provisions, procedures, and policies that refer to the Company's business strategy and effectiveness.	Membuat ketentuan, prosedur, kebijakan yang merugikan perusahaan dan menguntungkan pihak tertentu. Creating provisions, procedures, and policies that harm the Company and benefit certain parties.
	Melakukan proses kerja sama dengan pihak eksternal sesuai aturan dan kebijakan perusahaan. Conducting collaborative processes with external parties according to the Company's rules and policies.	Melakukan proses kerja sama dengan pihak eksternal bertentangan dengan aturan dan kebijakan perusahaan. Conducting collaborative processes with external parties against the Company's rules and policies.
	Mengelola konflik yang muncul dalam proses kerja. Handling conflicts that appear in the work process.	Tidak peduli terhadap konflik yang terjadi selama proses kerja. Being apathetic about conflicts that emerge during the work process.
	Membuat dan atau aktif terlibat komunitas atau kegiatan-kegiatan yang sesuai ketentuan perusahaan dan undang-undang yang berlaku. Making and/or actively being involved with the community or activities that are under the Company's regulations and applicable laws.	Membuat dan atau terlibat komunitas atau kegiatan yang tidak sejalan dengan strategi perusahaan, undang-undang yang berlaku serta dapat merugikan kepentingan perusahaan. Making and or engaging a community or activity that is not relevant to the Company's strategy and applicable laws, but potentially harms the Company's interests.

5. FAIRNESS: "BERSIH DARI DISKRIMINASI SARA, BULLYING, SEKSUAL & GENDER."

FAIRNESS: "FREE FROM TRIBAL, RELIGION, RACE, SEXUAL, GENDER AND INTERGROUP DISCRIMINATION, OR BULLYING"

Deskripsi Description	Do	Don't
Keadilan dan kesetaraan didalam memenuhi hak-hak stakeholder yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Fairness and equality in meeting stakeholder's rights based on agreements and applicable laws and regulations.	Menjamin setiap pihak mendapatkan hak, kewajiban, dan penerapan sanksi terkait pelaksanaan hubungan kerja sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang berlaku di perusahaan. Ensuring that each party gets the rights, obligations, and application of sanctions related to the implementation of work relations under the policies and procedures in force within the Company.	Melakukan praktik diskriminasi terhadap pihak tertentu terkait hak, kewajiban, dan penerapan sanksi dalam pelaksanaan hubungan kerja. Conducting discriminatory practices against certain parties related to rights, obligations, and application of sanctions in the implementation of work relations.

INTERNALISASI NILAI DAN BUDAYA PERUSAHAAN

INTERNALISATION OF CORPORATE VALUES AND CULTURE

Nilai-nilai, budaya, kode etik serta pedoman perilaku menjadi bagian penting dalam upaya kami membangun sebuah perusahaan yang menerapkan praktik terbaik dalam tata kelola. Untuk itu, kami memastikan bahwa nilai-nilai dan budaya itu difahami dan diterapkan dalam seluruh lini perusahaan oleh seluruh karyawan. Untuk itu, kami melakukan internalisasi budaya melalui dua cara:

1. Internalisasi Budaya melalui Sistem

Internalisasi budaya melalui sistem ditandai dengan adanya implementasi nilai budaya ke dalam kebijakan, prosedur, ketentuan, alur proses ataupun aplikasi.

Adapun contohnya sbb:

- *Corporate Culture School*
- Sistem Manajemen Kinerja
- *Code Of Conduct*
- *Time Management*
- Incentif Kinerja Toko / Incentif Kinerja Warehouse
- *Placement Test & Corporate Culture Inventory Test, dll*

2. Internalisasi Budaya Non Sistem

Internalisasi budaya secara non sistem dilakukan dengan cara komunikasi yang lebih menyenangkan dan sesuai dengan karakteristik generasi milenial, yaitu melalui Gerakan Komunikasi Budaya (Gema Budaya). Internalisasi tersebut dijalankan melalui media sosial seperti Instagram dan Youtube, dalam kemasan konten yang ringan dan mudah dipahami, seperti video, flier, kuis, dll.

Values, culture, Code of Ethics, and Code of Conduct are major components in our endeavours to have the Company apply the best practices in governance. Consequently, we guarantee that the values and culture are interpreted and applied in all layers of the Company by all employees. Thus, we internalise culture in two fashions:

1. Internalising Culture through System

The internalisation of culture through the system is portrayed by the implementation of cultural values into policies, procedures, provisions, process flow, or applications.

The cases are as follows:

- Corporate Culture School
- Performance Management System
- Code Of Conduct
- Time Management
- Store Performance Incentives/ Warehouse Performance Incentives
- Placement Test & Corporate Culture Inventory Test, dll

2. The internalisation of Non-System Culture

Non-systemic internalisation of culture is performed by employing motivating communication with the characteristics of the millennial generation, that is through the Cultural Communication Movement (Cultural Echo). The internalisation is performed through social media, such as Instagram and Youtube, in the lightweight and easily-understood content packaging, such as videos, fliers, quizzes, etc.

PELAPORAN PELANGGARAN WHISTLEBLOWING

Dalam rangka meningkatkan penerapan dan penegakan tata kelola dan praktik bisnis yang baik, kebijakan pelaporan pelanggaran disusun untuk menjunjung tinggi aspek akuntabilitas dan transparansi. Kebijakan ini menyediakan sarana formal bagi karyawan maupun pihak di luar Perseroan untuk menyampaikan adanya atau dugaan pelanggaran yang dilakukan oleh karyawan atau manajemen Perseroan. Pengelolaan pelaporan pelanggaran dapat dengan cepat mengidentifikasi dan mengkoreksi penyalahgunaan wewenang, meningkatkan moral karyawan dan menghindari tindak negatif sehingga meningkatkan efisiensi perusahaan. Sesuai standar etika yang berlaku, setiap pelanggaran akan diberikan sanksi yang tegas.

Perusahaan akan melindungi hak-hak pelapor yang dengan itikad baik dan bertanggung jawab menyampaikan kejadian pelanggaran. Laporan ini kemudian disampaikan pada manajemen dan Komite Audit untuk ditindaklanjuti oleh bagian pelaporan pelanggaran yang ditunjuk oleh perusahaan.

Kebijakan pelaporan pelanggaran disosialisaiakan kepada seluruh karyawan melalui berbagai media antara lain email, portal dan website perusahaan. Selain itu, kebijakan ini juga disosialisasikan kepada masyarakat melalui website perusahaan dan berbagai media komunikasi di gerai. Bagi seluruh karyawan, kami memberikan alternatif media pelaporan antara lain melalui portal internal, komunikasi langsung, *customer care*, website dan *email* serta petugas bagian pelaporan pelanggaran. Pelanggaran oleh anggota Dewan Komisaris dan Direksi dapat disampaikan melalui laporan tertulis dan tertuju kepada Ketua Komite Audit atau Komisaris Independen.

Dalam tahun pelaporan, tidak terjadi insiden korupsi dan kasus hukum terkait korupsi yang diajukan oleh publik terhadap organisasi atau karyawan. [GRI 205-3]

To improve the good governance and sound business practices implementation and enforcement, the whistleblowing policy is prepared to uphold the accountability and transparency aspects. This policy provides formal mechanism for the employees and external party of the Company to disseminate any occurrence or fraud committed by employees or management will be able to quickly identify and correct abuse of authority, improve employee morale and avoid negative act to increase efficiency of the Company. In accordance with the prevailing ethical standards, every violation will be charged by firm punishment.

The Company will protect the rights of whistleblowers who report in good faith and are responsible for informing such violations. Reports are given to management and the Audit Committee to be followed up by the violation reporting department appointed by the Company.

The violation reporting policy is disseminated to all employees through many media channels such as email, portals, and the Company's websites. For all employees, we provide alternative reporting media including through the internal portal, direct communication, customer care, website and e-mail and violation reporting officers. Violations by members of the Boards of Commissioners or Directors can be made through written reports and directed to the Chairman of the Audit Committee or Independent Commissioner.

In the reporting year, there were no incidents of corruption and legal cases related to corruption filed by the public against the Company or employees. [GRI 205-3]

PEMANGKU KEPENTINGAN STAKEHOLDER

Alfamart berupaya untuk membangun hubungan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan, mengingat peran mereka dalam perkembangan dan kemajuan Perusahaan. Para pemangku kepentingan juga memberikan pengaruh dalam hal kebijakan, pengambilan keputusan, dan kegiatan operasional perusahaan. Berikut ini interaksi Alfamart dengan para pemangku kepentingan.

Alfamart seeks to build relationships in harmony with the stakeholders interests, given their role in Company development and progress. The stakeholders also gave influence in terms of policy, taking decisions, and operational activities of the company. The following is Alfamart's interaction with the stakeholders.

Pemangku Kepentingan Stakeholder [GRI 102-40]	Dasar Penentuan Pemangku Kepentingan The basis of determining stakeholder [GRI 102-42]	Pendekatan Approach [GRI 102-43]	Topik Topic [GRI 102-44]
Pemegang saham Shareholders	Pengaruh Tanggung jawab Influence of Responsibility	RUPS Frekuensi: 1x setahun AGM Frequency: 1x a year	<ul style="list-style-type: none"> Laporan dan evaluasi kinerja Penetapan penggunaan laba bersih dan dividen Penetapan remunerasi Dewan Komisaris Performance evaluation and reports Determination of the use of net income and dividends Determination of the Board of Commissioners' remuneration
Karyawan Employees	Keterwakilan Representation	Pertemuan formal dan informal Frekuensi: sesuai kebutuhan Formal and informal meetings Frequency: as required	<ul style="list-style-type: none"> Pelatihan Acara keakraban Kesejahteraan pelanggan Training Familiarity program Customer welfare

Pemangku Kepentingan Stakeholder [GRI 102-40]	Dasar Penentuan Pemangku Kepentingan The basis of determining stakeholder [GRI 102-42]	Pendekatan Approach [GRI 102-43]	Topik Topic [GRI 102-44]
Pelanggan Customers	Pengaruh Influence <ul style="list-style-type: none"> • Gerai • Layanan pelanggan • Website • Media sosial • Loyalty program <p>Frekuensi: sesuai kebutuhan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stores • Customer service • Website • Social media • Loyalty program <p>Frequency: as required</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk dan layanan • Kegiatan Alfamart • Membangun loyalitas • Products and services • Alfamart activities • Building loyalty 	
Masyarakat Community	Pengaruh Influence <ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan • Pembagian bantuan • Program CSR <p>Frekuensi: sesuai kebutuhan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Training • Distribution of aid • CSR programs <p>Frequency: as required</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan ketrampilan • Penilaian akan kebutuhan (asesment) dan evaluasi untuk program-program CSR • Pendekatan untuk membina hubungan • Increased skills • Needs assessment and evaluation for CSR programs • Approach to building relationships 	
Pemerintah Government	Pengaruh Influence <ul style="list-style-type: none"> • Laporan tahunan • Pertemuan khusus <p>Frekuensi: sesuai kebutuhan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Annual Report • Special meetings <p>Frequency: as required</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Keamanan produk • Kepatuhan pada peraturan • Program-program CSR • Product safety • Compliance with regulations • CSR programs 	
Principal Principal	Kebergantungan Dependency <ul style="list-style-type: none"> • Pertemuan <p>Frekuensi: sesuai kebutuhan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meeting <p>Frequency: as required</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi produk • Kontrak kerja sama • Product information • Cooperative contract 	



TENTANG LAPORAN

ABOUT THE REPORT



Laporan Keberlanjutan merupakan wujud tanggung jawab kami pada para pemangku kepentingan mengenai komitmen kami pada prinsip-prinsip keberlanjutan.

Sustainability Report is a manifestation of our responsibility towards stakeholders regarding our commitment to enact the principles of sustainability.



Menyusun laporan keberlanjutan menjadi hal yang penting, karena laporan ini mencerminkan aktivitas perusahaan secara menyeluruh, terutama dalam kaitannya dengan ekonomi, lingkungan dan sosial. Untuk itu, Alfamart memulai penyusunan laporan keberlanjutan untuk pertama kalinya tahun 2019. Laporan ini menjabarkan informasi dalam kurun waktu 1 Januari – 31 Desember 2019. Karena laporan ini merupakan yang pertama, maka belum ada laporan sebelumnya, dan tidak ada perubahan serta penyajian kembali informasi dari laporan sebelumnya. Di samping itu, tidak ada perubahan signifikan dalam perusahaan dan rantai pasokannya. Menyadari pentingnya laporan keberlanjutan, kami bermaksud menerbitkan laporan keberlanjutan setiap tahun. [\[GRI 102-10\]](#) [\[GRI 102-48\]](#) [\[GRI 102-49\]](#) [\[GRI 102-50\]](#) [\[GRI 102-51\]](#) [\[GRI 102-52\]](#)

Laporan ini telah disiapkan sesuai dengan Standar GRI: Pilihan inti, dengan mencantumkan nomor disclosure GRI pada setiap narasi terkait dan daftar indeks GRI pada halaman 113. Data dan informasi yang tercantum dalam laporan ini mencakup Alfamart dan seluruh aktivitasnya di Indonesia. Untuk laporan kali ini, kami belum melakukan assurance oleh pihak eksternal. [\[GRI 102-45\]](#) [\[GRI 102-54\]](#) [\[GRI 102-55\]](#) [\[GRI 102-56\]](#)

Proses penyusunan konten laporan dilakukan sesuai tahap-tahap yang ditetapkan oleh standar GRI, yaitu: [\[GRI 102-46\]](#)

1. Identifikasi topik-topik terkait konteks keberlanjutan yang menjadi kepedulian para pemangku kepentingan.
2. Menetapkan prioritas atas topik-topik yang signifikan, yang dapat memengaruhi penilaian para pemangku kepentingan.
3. Melakukan validasi atas topik-topik yang material.

Composing a sustainability report has become a pivotal matter, as this report echoes the Company's activities, particularly concerning economic, environmental, and social issues. Thus, Alfamart commenced the preparation of the sustainability report for the first time in 2019. The report assembles and shows information from January 1 to December 31, 2019. Owing to the fact that this is the first publication of the report, there has not been any preceding report nor any change or restatement of information from any previous report. Aside from the aforementioned, there were no significant changes in the Company and its supply chain from the previous year. Acknowledging the significance of sustainability reports, we intend to publish sustainability reports, annually. [\[GRI 102-10\]](#) [\[GRI 102-48\]](#) [\[GRI 102-49\]](#) [\[GRI 102-50\]](#) [\[GRI 102-51\]](#) [\[GRI 102-52\]](#)

This report has been devised under GRI Standards: Core choices, by incorporating the GRI disclosure number on each related narration and the GRI index list on page 113. The data and information contained in this report incorporate information about Alfamart and all of its activities in Indonesia. We have not undertaken assurance by external parties. [\[GRI 102-45\]](#) [\[GRI 102-54\]](#) [\[GRI 102-55\]](#) [\[GRI 102-56\]](#)

The process of compiling the content of the report is undertaken by following methods stipulated by the GRI standard, viz.: [\[GRI 102-46\]](#)

1. Identifying topics related to the context of sustainability that is of concern to stakeholders.
2. Setting priorities on significant topics which can influence stakeholder assessments.
3. Validating material topics.

- Melakukan review untuk memastikan kelengkapan dan akurasi, serta untuk meningkatkan kualitas laporan berikutnya.

Kami juga menerapkan prinsip-prinsip dalam pelaporan keberlanjutan, yaitu:

- Pelibatan pemangku kepentingan
- Konteks keberlanjutan
- Materialitas
- Kelengkapan.

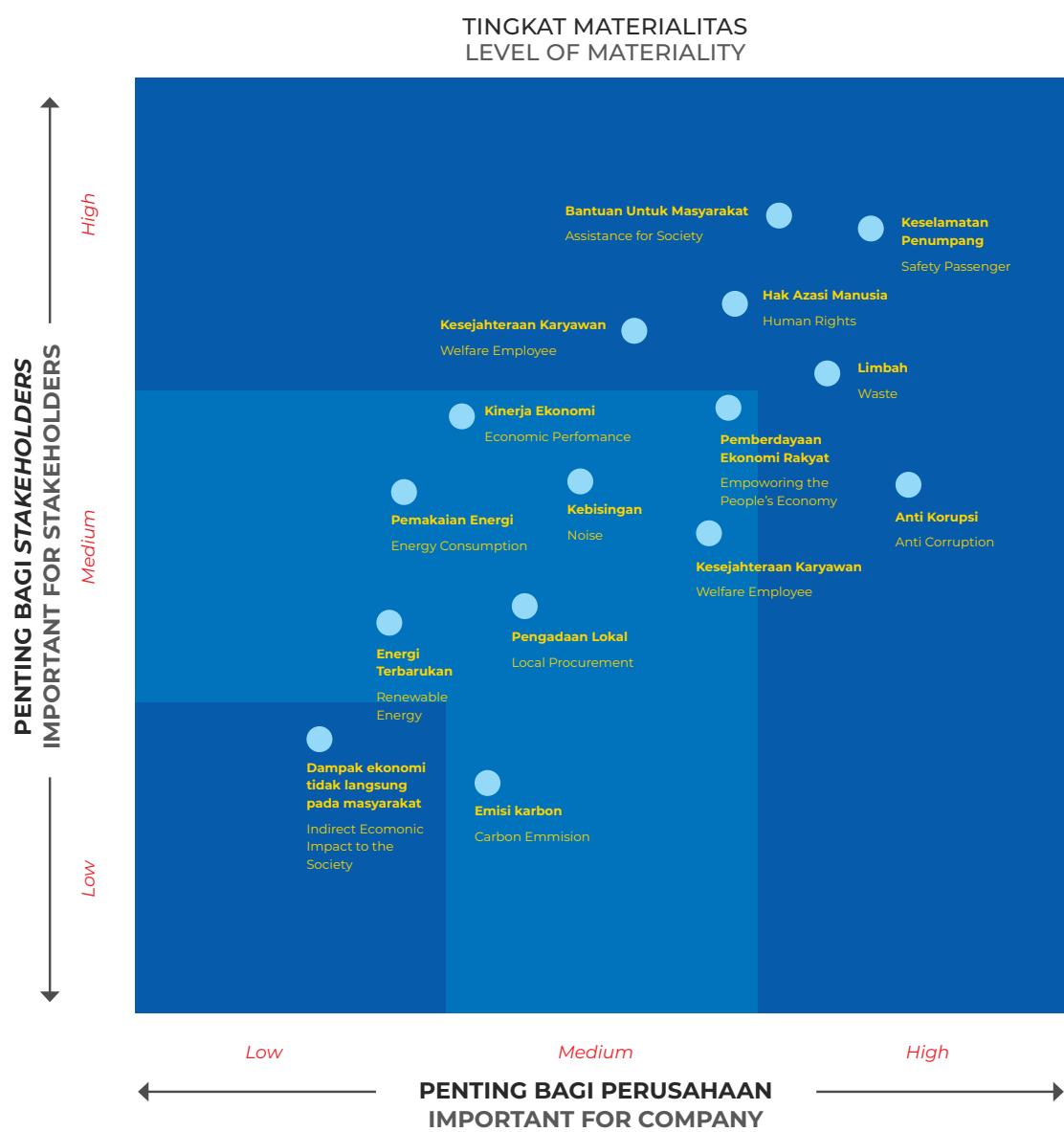
Penyusunan laporan ini melibatkan para pemangku kepentingan, melalui FGD yang dilakukan pada tanggal 21 Januari 2020, dan hasilnya dapat dilihat dalam matriks berikut ini:

- And the intention to conduct reviews to ensure completeness and accuracy, and to improve the quality of subsequent reports.

We further administer the principles in sustainability reporting, namely:

- Stakeholder involvement
- Sustainability context
- Materiality
- Completeness.

The preparation of the report involved the stakeholders through the FGD conducted on 21 January 2020, and the results can be seen in the following matrix:



Dalam menyusun laporan ini, kami mempertimbangkan relevansinya pada para pemangku kepentingan. Daftar topik yang material bagi para pemangku kepentingan di antaranya: [GRI 102-47]

In organising the report, we examined each topic's relevance to stakeholders. A list of topics that are material for stakeholders include: [GRI 102-47]

Topik Material [GRI 102-47] Material Topics [GRI 102-47]	Mengapa Topik ini Material [GRI 103-1] Reason the Topic is Material [GRI 103-1]	Nomor Disclosure Disclosure Number	Batasan Boundary	
			Di Dalam ALFAMART Inside Alfamart	Di Luar ALFAMART Outside Alfamart
EKONOMI ECONOMY				
Kinerja ekonomi Performance	Pemangku kepentingan Stakeholders	201-1, 201-3	✓	
Keberadaan Pasar Market Presence	Pemangku kepentingan Stakeholders	202-1	✓	✓
Antikorupsi Anti-corruption	Pembangunan Development	205-3	✓	
LINGKUNGAN ENVIRONMENT				
Energi Energy	Keberlanjutan Sustainability	302-1, 302-3	✓	✓
Air Water	Keberlanjutan Sustainability	303-3	✓	
SOSIAL SOCIAL				
Kepegawaian Employment	Kepatuhan pada peraturan perundangan Compliance with laws and regulations	401-1, 401-2	✓	
Pelatihan dan pendidikan Training and Education	Karyawan Employee	404-1, 404-2, 404-3	✓	
Keberagaman dan kesetaraan Diversity and Equality	Karyawan dan masyarakat Employee and society	405-1, 405-2	✓	
Non-Diskriminasi Non-Discrimination	Karyawan dan masyarakat Employee and society	406-1	✓	
Masyarakat lokal Local Communities	Pemangku kepentingan Stakeholders	413-1	✓	
Kesehatan dan keselamatan pelanggan Customer Health and Safety	Pelanggan Customer	416-1, 416-2	✓	✓
Pemasaran dan pelabelan Marketing and Labelling	Pelanggan Customer	417-1, 417-2	✓	✓

Kami menghargai setiap masukan bagi perusahaan maupun laporan ini. Setiap input dan saran dapat disalurkan ke: [GRI 102-53]

We value every input for the Company and this report. Input and suggestions can be channelled to: [GRI 102-53]

PT SUMBER ALFARIA

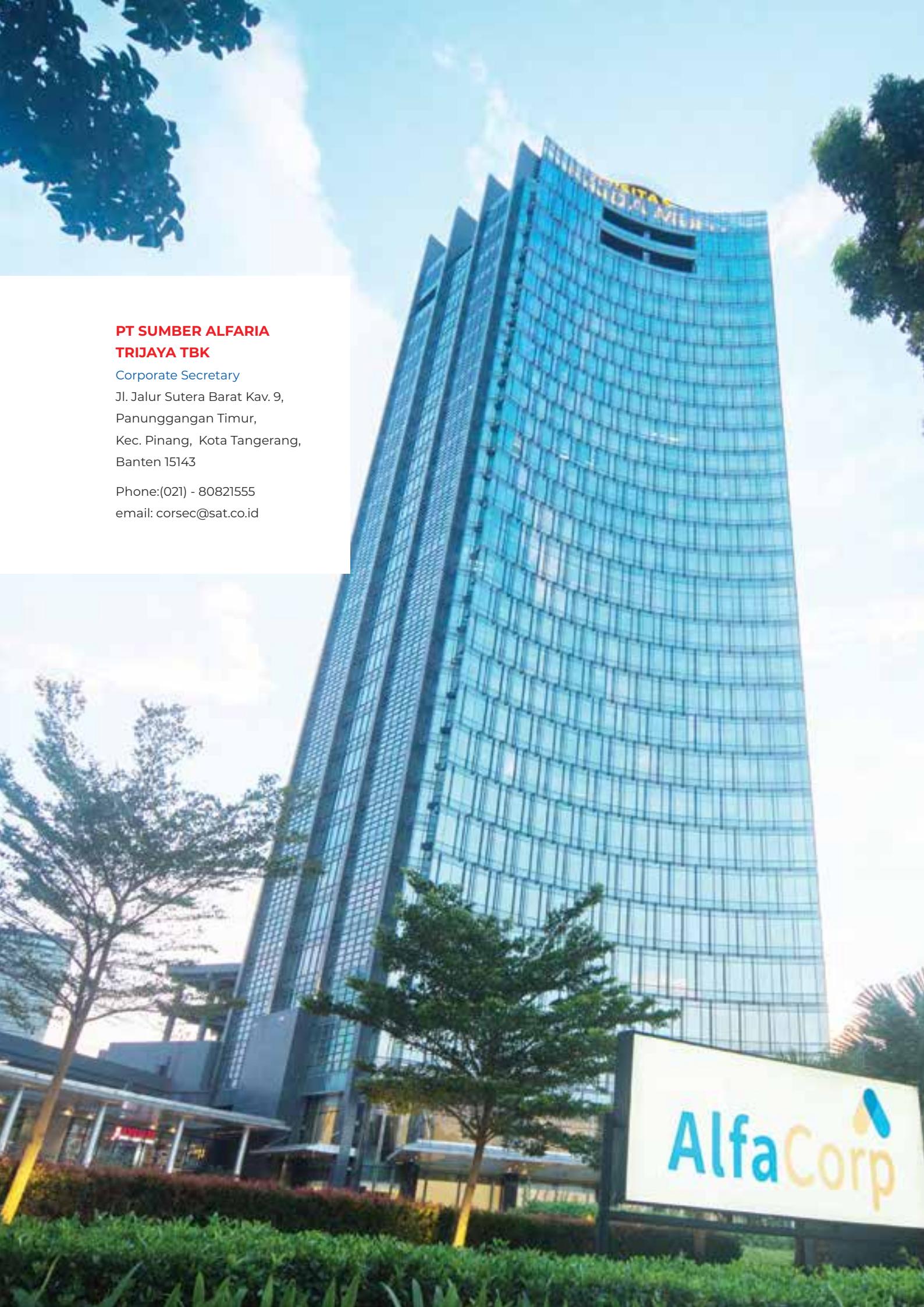
TRIJAYA TBK

Corporate Secretary

Jl. Jalur Sutera Barat Kav. 9,
Panunggangan Timur,
Kec. Pinang, Kota Tangerang,
Banten 15143

Phone:(021) - 80821555

email: corsec@sat.co.id



TAUTAN SDG'S DALAM STANDAR GRI

SDG'S LINK IN THE GRI STANDARD

SDG's	Tema Bisnis Business Theme	Relevansi GRI Standar Relevance of GRI Standard	Disclosure	Judul Disclosure Disclosure Title	Halaman Page
1. NO POVERTY 	Penghasilan, upah, dan tunjangan Income, salary, and benefits Tidak ada kemiskinan dalam bentuk apapun di seluruh penjuru dunia. End poverty in all its forms everywhere.	GRI 201: Kinerja Ekonomi GRI 201: Economic Performance	201-1	Nilai Ekonomi Langsung yang Dihasilkan dan Didistribusikan Direct economic value generated and distributed	42
2. ZERO HUNGER 	Kinerja Ekonomi Economic Performance Tidak ada lagi kelaparan, mencapai ketahanan pangan, perbaikan nutrisi, serta mendorong budidaya pertanian yang berkelanjutan. End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture.	GRI 201: Kinerja Ekonomi GRI 201: Economic Performance	201-1	Nilai Ekonomi Langsung yang Dihasilkan dan Didistribusikan Direct economic value generated and distributed	42
3. GOOD HEALTH AND WELL BEING 	Keselamatan Pelanggan Customer Safety Menjamin kehidupan yang sehat serta mendorong kesejahteraan hidup untuk seluruh masyarakat di segala umur. Ensure healthy lives and promote wellbeing for at all ages.	GRI 417: Pemasaran dan Pelabelan GRI 417: Marketing and Labeling	417-1	Persyaratan untuk Pelabelan dan Informasi Produk dan Jasa Requirements for product and service information and labeling	44

SDG's	Tema Bisnis Business Theme	Relevansi GRI Standar Relevance of GRI Standard	Disclosure	Judul Indikator Indicator Title	Halaman Page
4. QUALITY EDUCATION 	Pelatihan dan Pendidikan Training and Education Menjamin pemerataan pendidikan yang berkualitas dan meningkatkan kesempatan belajar untuk semua orang. Ensure inclusive and quality education for all and promote lifelong learning.	GRI 404: Pelatihan dan Pendidikan GRI 404: Training and Education	404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan Average hours of training per year per employee	64-65
			404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	63-64
			404-3	Percentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier Percentage of Employees Receiving Regular Performance and Career Development Reviews	66
5. GENDER EQUALITY 	Kesetaraan Pria dan Wanita Equal remuneration for women and men Mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan kaum ibu dan perempuan. Achieve gender equality and empower all women and girls.	GRI 405: Keberagaman dan Kesempatan setara. GRI 405: Diversity and Equal Opportunity.	405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan Diversity of governance bodies and employees	55
			405-2	Remunerasi pria dan wanita Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	55
6. CLEAN WATER AND SANITATION 	Menjamin ketersediaan air bersih dan sanitasi yang berkelanjutan untuk semua orang. Ensure access to water and sanitation sustainable for all.				

SDG's	Tema Bisnis Business Theme	Relevansi GRI Standar Relevance of GRI Standard	Disclosure	Judul Indikator Indicator Title	Halaman Page
7. AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	Efisiensi energi Energy Efficiency Menjamin akses terhadap sumber energi yang terjangkau, terpercaya, berkelanjutan dan modern untuk semua orang. Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all.	GRI 302: Energi GRI 302: Energy	302-1	Konsumsi Energi Energy consumption	50
			302-3	Intensitas Energi Energy intensity	50
8. DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	Kebebasan berserikat Freedom of association Mendukung perkembangan ekonomi yang berkelanjutan, lapangan kerja yang produktif serta pekerjaan yang layak untuk semua orang. Support sustainable economic development, productive employment and decent work for everyone.	GRI 102: <i>Disclosure umum</i> GRI 102: General Disclosure	102-41	Perjanjian Perundingan Kolektif Collective Bargaining Agreements	66
		GRI 201: Kinerja Ekonomi GRI 201: Economic Performance	201-3	Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya Defined Benefit Plan Obligations and Other Retirement Plans	63
		GRI 401: Kepegawaian GRI 401: Employment	401-1	Perekrutan Karyawan Baru dan Pergantian Karyawan New Employee Hires and Employee Turnover	61
			401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu Benefits Provided to Full-Time Employees That are Not Provided to Temporary or Part-Time Employees	59,61

SDG's	Tema Bisnis Business Theme	Relevansi GRI Standar Relevance of GRI Standard	Disclosure	Judul Indikator Indicator Title	Halaman Page
	Kesetaraan Equality	GRI 405: Keberagaman dan Kesetaraan GRI 405: Diversity and Equal Opportunity	405-1	Keanelekragaman badan tata kelola dan karyawan Diversity of governance bodies and employees	55
			405-2	Remunerasi pria dan wanita Ratio of basic salary and remuneration of women to men	55
	Kepegawaian Employment	GRI 401: Kepegawaian GRI 401: Employment	401-1	Perekruit Karyawan Baru dan Pergantian Karyawan New Employee Hires and Employee Turnover	61
			401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu Benefits Provided to Full-Time Employees That are Not Provided to Temporary or Part- Time Employees	59, 61
			404-3	Percentase pegawai yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara regular Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	66
	Pendidikan dan Pelatihan Training and Education	GRI 404: Pendidikan dan Pelatihan GRI 404: Training and Education	404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan Average hours of training per year per employee	64-65
			404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	63-64

SDG's	Tema Bisnis Business Theme	Relevansi GRI Standar Relevance of GRI Standard	Disclosure	Judul Indikator Indicator Title	Halaman Page
		404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	66	
			GRI 205: Anti Korupsi GRI 205: Anti- Corruption	205-3 Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil. Confirmed incidents of corruption and actions taken	94
9. INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	Membangun infrastruktur yang berkualitas, mendorong peningkatan industri yang berkelanjutan serta mendorong inovasi. Build resilient infrastructure, promote sustainable industrialization and foster innovation.				
10. REDUCED INEQUALITIES	Mengurangi kesenjangan di dalam dan antar negara. Reduce inequality within and among countries.				

SDG's	Tema Bisnis Business Theme	Relevansi GRI Standar Relevance of GRI Standard	Disclosure	Judul Indikator Indicator Title	Halaman Page
11. SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	Membangun kota-kota serta pemukiman yang berkualitas, aman dan berkelanjutan. Make cities inclusive, safe, resilient and sustainable.				
12. RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	Dampak kesehatan produk Product Health Impact Menjamin pola produksi dan konsumsi yang berkelanjutan. Ensure sustainable consumption and production patterns.	GRI 416: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan GRI 416: Customer Health and Safety	416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	44
			416-2	Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	44
	Informasi dan pelabelan produk dan jasa Information and Labeling of products and services	GRI 417: Pemasaran dan Pelabelan GRI 417: Marketing and Labeling	417-1	Persyaratan untuk Pelabelan dan Informasi Produk dan Jasa Requirements for product and service information and labeling	44
			417- 2	Insiden Ketidakpatuhan terhadap Pelabelan dan Informasi Produk dan Jasa Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	44

SDG's	Tema Bisnis Business Theme	Relevansi GRI Standar Relevance of GRI Standard	Disclosure	Judul Indikator Indicator Title	Halaman Page
13. CLIMATE ACTION 	Efisiensi Energi Energy Efficiency Bertindak cepat untuk memerangi perubahan iklim dan dampaknya. Take urgent action to combat climate change and its impacts.	GRI 302: Energi GRI 302: Energy	302-1	Konsumsi Energi Dalam Organisasi Energy consumption within the organization	50
			302-3	Intensitas Energi Energy intensity	50
14. LIFE BELOW WATER 	Melestarikan dan mengelola keberlanjutan samudera, laut dan sumber daya kelautan untuk pembangunan berkelanjutan. Conserve and sustainability use the oceans, seas and marine resources for sustainable development.				

SDG's	Tema Bisnis Business Theme	Relevansi GRI Standar Relevance of GRI Standard	Disclosure	Judul Indikator Indicator Title	Halaman Page
15. LIFE ON LAND	Melindungi, mengembalikan, dan meningkatkan keberlangsungan pemakaian ekosistem darat, mengelola hutan secara berkelanjutan, mengurangi tanah tandus serta tukar guling tanah. Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss.				
16. PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS	Anti Korupsi Anti- Corruption	GRI 205: Anti Korupsi GRI 205: Anti- Corruption	205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil Confirmed incidents of corruption and actions taken	94
Mendorong masyarakat yang damai dan inklusif untuk pembangunan berkelanjutan, menyediakan akses keadilan bagi semua orang, serta membangun institusi yang efektif, akuntabel, dan inklusif di seluruh tingkatan. Promote peaceful and inclusive communities for sustainable development, provide access to justice for all, and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels.	Perilaku yang Etis dan Sah Ethical and Legal Behavior	GRI 102: <i>Disclosure</i> Umum GRI 102: General Disclosure	102-16	Nilai, Prinsip, Standar, dan Norma Perilaku Values, principles, standards, and norms of behavior	12
	Pengambilan keputusan yang inklusif Inclusive Decision Making	GRI 102: <i>Disclosure</i> Umum GRI 102: General Disclosure	102-18	Stuktur Tata Kelola Governance structure	83
			102-40	Daftar Kelompok Pemangku Kepentingan List of stakeholder groups	95
			102-41	Perjanjian Perundingan Kolektif Collective bargaining agreements	66

SDG's	Tema Bisnis Business Theme	Relevansi GRI Standar Relevance of GRI Standard	Disclosure	Judul Indikator Indicator Title	Halaman Page
			102-42	Mengidentifikasi dan Memilih Pemangku Kepentingan Identifying and selecting stakeholders	95
			102-43	Pendekatan Terhadap Keterlibatan Pemangku Kepentingan Approach to stakeholder engagement	95
			102-44	Topik Utama dan Masalah yang Dikemukakan Key topics and concerns raised	95
17. PARTNERSHIP FOR THE GOALS	Inisiatif eksternal External Initiative	GRI 102: <i>Disclosure</i> Umum GRI 102: General Disclosure	102-12	Inisiatif Eksternal External initiatives	82
	Memperkuat perangkat-perangkat implementasi (means of implementation) dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan. Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development.				

INDEKS STANDAR GRI - OPSI CORE [GRI 102-55] GRI STANDARD INDEX - CORE OPTION [GRI 102-55]

Standar GRI GRI Standards	Disclosure		Halaman Page
	No. No.	Keterangan Description	
DISCLOSURE UMUM GENERAL DISCLOSURE			
	Profil Organisasi Organizational Profile		
GRI 102: Disclosure Umum 2016 GRI 102: General Disclosure 2016	102-1	Nama organisasi Organizational profile	10
	102-2	Kegiatan, merek, produk, dan jasa Activities, brands, products, and services	10
	102-3	Lokasi kantor pusat Location of headquarters	12
	102-4	Lokasi operasi Location of operations	12
	102-5	Kepemilikan dan bentuk hukum Activities, brands, products, and services	11
	102-6	Pasar yang dilayani Ownership and legal form	18
	102-7	Skala organisasi Markets served	19
	102-8	Informasi mengenai pegawai dan pegawai lain Scale of the organization	19
	102-9	Rantai pasokan Supply chain	44
	102-10	Perubahan signifikan pada organisasi dan rantai pasokannya Significant changes to the organization and its supply chain	100
	102-11	Pendekatan atau prinsip pencegahan Precautionary Principle or approach	49
	102-12	Inisiatif eksternal External initiatives	82
	102-13	Keanggotaan organisasi Membership of associations	19

Standar GRI GRI Standards	Disclosure		Halaman Page
	No. No.	Keterangan Description	
Strategi Strategy			
102-14	Pernyataan dari pembuat keputusan senior Statement from senior decision-maker		32, 36
Etika dan Integritas Ethics and Integrity			
102-16	Nilai, prinsip, standar, dan norma perilaku Values, principles, standards, and norms of behavior		12
Tata Kelola Governance			
102-18	Struktur tata kelola Governance structure		83
Keterlibatan Pemangku Kepentingan Stakeholder Engagement			
102-40	Daftar kelompok pemangku kepentingan List of stakeholder groups		95
102-41	Perjanjian perundingan kolektif Collective bargaining agreements		66
102-42	Mengidentifikasi dan memilih pemangku kepentingan Identifying and selecting stakeholders		95
102-43	Pendekatan untuk keterlibatan pemangku kepentingan Approach to stakeholder engagement		95
102-44	Topik utama dan hal-hal yang diajukan Key topics and concerns raised		95
Praktik Pelaporan Reporting Practices			
102-45	Entitas yang masuk dalam laporan keuangan Entities included in the consolidated financial statements		100
102-46	Menetapkan Isi laporan dan topik boundary Defining report content and topic Boundaries		100
102-47	Daftar topik material List of material topics		102

Standar GRI GRI Standards	Disclosure		Halaman Page
	No. No.	Keterangan Description	
	102-48	Penyajian kembali informasi Restatements of information	100
	102-49	Pengungkapan perubahan pada laporan Changes in reporting	100
	102-50	Periode pelaporan Reporting period	100
	102-51	Tanggal laporan terbaru Date of most recent report	100
	102-52	Siklus laporan Reporting cycle	100
	102-53	Titik kontak untuk pertanyaan mengenai laporan Contact point for questions regarding the report	102
	102-54	Klaim bahwa laporan sesuai dengan standar GRI Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	100
	102-55	Indeks isi GRI GRI content index	100, 113
	102-56	Assurance eksternal External assurance	100
DISCLOSURE TOPIK SPESIFIK SPECIFIC TOPIC DISCLOSURE			
DAMPAK EKONOMI ECONOMIC IMPACTS			
	Kinerja Ekonomi Economic Performance		
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	42, 63
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	42, 63

Standar GRI GRI Standards	Disclosure		Halaman Page
	No. No.	Keterangan Description	
GRI 201: Kinerja Ekonomi 2016 GRI 201: Economic Performance 2016	201-1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan Direct economic value generated and distributed	42
	201-3	Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya Defined benefit plan obligations and other retirement plans	63
Keberadaan Pasar Market Presence			
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103 Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	59
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	59
GRI 103: Keberadaan Pasar 2016 GRI 202: Market Presence 2016	202-1	Rasio standar upah karyawan entry-level berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	59
Anti-Korupsi Anti-Corruption			
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	94
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	94
GRI 205: Anti-Korupsi 2016 GRI 205: Anti-Corruption 2016	205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil Confirmed incidents of corruption and actions taken	94

Standar GRI GRI Standards	Disclosure		Halaman Page	
	No. No.	Judul Title		
DAMPAK LINGKUNGAN ENVIRONMENTAL IMPACTS				
	Energi Energy			
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103 Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102	
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	50	
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	50	
GRI 302: Energi 2016 GRI 302: Energy 2016	302-1	Konsumsi energi dalam organisasi Energy consumption	50	
	302-3	Intensitas energi Energy intensity	50	
	Air Water			
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102	
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	49	
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	49	
GRI 303: Air 2016 GRI 303: Water 2016	303-3	Daur ulang dan penggunaan air kembali Water recycled and reused	49	
DAMPAK SOSIAL SOCIAL IMPACTS				
	Kepegawaian Employment			
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102	
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	59-61	
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	59-61	

Standar GRI GRI Standards	Disclosure		Halaman Page
	No. No.	Judul Title	
GRI 401: Kepegawaian 2016 GRI 401: Employment 2016	401-1	Perekutan karyawan baru dan pergantian karyawan New employee hires and employee turnover	61
	401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	59, 61
Pendidikan dan Pelatihan Training and Education			
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	63-66
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	63-66
GRI 404: Pendidikan dan Pelatihan 2016 GRI 404: Training and Education 2016	404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per pegawai Average hours of training per year per employee	63-65
	404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan pegawai dan program bantuan peralihan Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	63-64
	404-3	Persentase pegawai yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara regular Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	66

Standar GRI GRI Standards	Disclosure		Halaman Page
	No. No.	Judul Title	
Keragaman dan Kesempatan yang Setara Diversity and Equal Opportunity			
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	55
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	55
GRI 405: Keragaman dan Kesempatan yang Setara 2016 GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan Diversity of governance bodies and employees	55
	405-2	Rasio gaji dasar dan remunerasi pria dan wanita Ratio of basic salary and remuneration of women to men	55
Non-Diskriminasi Non-Discrimination			
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	59
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	59
GRI 406: Non-Diskriminasi 2016 GRI 406: Non-Discrimination 2016	406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan Incidents of discrimination and corrective actions taken	59
Praktik Keamanan Local Communities			
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	76
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	76

Standar GRI GRI Standards	Disclosure		Halaman Page
	No. No.	Judul Title	
GRI 413: Masyarakat Lokal 2016 GRI 413: Local Communities 2016	413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	76
Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan Customer Health and Safety			
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	44
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	44
GRI 416: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan 2016 GRI 416: Customer Health and Safety	416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	44
	416-2	Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	44
Komunikasi Marketing Marketing Communication			
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topic and its boundary	102
	103-2	Pendekatan manajemen dan Komponennya The management approach and its components	44
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	44
GRI 417: Komunikasi Marketing 2016 GRI 417: Marketing Communication 2016	417-1	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi marketing Requirements for product and service information and labeling	44
	417-2	Insiden ketidakpatuhan terhadap pelabelan dan informasi produk dan jasa Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	44



#20thAlfamartUntukIndonesia



Laporan Keberlanjutan 2019
Sustainability Report 2019

Alfa Tower
Jl. Jalur Sutera Barat Kav. 9 Alam Sutera,
Tangerang 15143 Banten, Indonesia
Tel (61-21) 8082 1555
Fax (61-21) 8082 1556
Web : www.alfamartku.com
Facebook : alfamart sahabat Indonesia
Twitter : @alfamartku

