



Bersama Bisa

Together
We can



Bersama Bisa

Together we can

Selama lebih dari 20 tahun, Alfamart berkomitmen dan berkontribusi lebih besar dalam bidang ekonomi, lingkungan, dan sosial bagi Indonesia. Kami percaya, Alfamart sebagai sahabat masyarakat **BISA** memenuhi harapan masyarakat dan menginspirasi mereka melalui keberadaan kami. Untuk terus dapat berkembang meluaskan jangkauannya di seluruh wilayah Indonesia bahkan ke dunia internasional, Alfamart **BERSAMA** segenap pemangku kepentingan bergandeng tangan dan berkolaborasi untuk terus maju dan meningkatkan kualitas layanan.

For more than 20 years, Alfamart has committed and provided wider contribution in the economic, environmental, and social sectors for Indonesia. We believe, as a friend of the communities, Alfamart **CAN** fulfill the community's expectation and inspire the public through our establishment. In order to keep Alfamart's growth and expand in all regions of Indonesia, and even internationally, Alfamart **TOGETHER** with all stakeholders will join hands and collaborate to move forward and improve the service quality.



Daftar Isi

Table of Contents

4	Sekilas Capaian Achievement Overview	26	Alfamart dan Bisnis yang Berkelanjutan Alfamart and Sustainable Business
6	Ikhtisar Keberlanjutan Sustainability Highlights	30	Profil Perusahaan Company Profile
7	Penghargaan di 2020 2020 Awards	36	Mendukung Pertumbuhan Bisnis UMKM Supporting Business Growth of SMEs
8	Pesan Komisaris Utama President Commissioner's Message		
11	Pesan Direktur Utama President Director's Message		
17	Tentang Laporan Keberlanjutan About The Sustainability Report		
17	Profil Laporan Report Profile		
19	Topik Material Material Topics		
23	Pelibatan Pemangku Kepentingan Stakeholder Engagement		
			Kinerja Keberlanjutan Sustainability Performance
		40	Manajemen Sumber Daya Manusia yang Bertanggung Jawab Responsible Human Resources Management
		54	Bersama, Meningkatkan Kinerja Operasional & Ekonomi Together, Improving The Operational & Economic Performance
		61	Bisa, Mengurangi Dampak Lingkungan We Can, Reducing The Environmental Impacts
		67	Bisa, Berbagi Untuk Masyarakat We Can, Sharing To The Community
		72	Tata Kelola Keberlanjutan Sustainability Governance
		81	Indeks Isi Standar GRI GRI Standard Content Index
		85	Referensi POJK No. 51/POJK/03/2017 References of POJK No. 51/POJK/03/2017
		89	Lembar Umpan Balik Feedback Form

Sekilas Capaian Achievement Overview



3,95%
Pendapatan neto meningkat
Net revenue increase



2,54%
Jumlah karyawan meningkat
Number of employee increase



4%
Intensitas pemakaian energi listrik menurun
Electrical usage decreasing



15.434 Gerai di Indonesia
Stores in Indonesia



180.000%
Pemakaian air limbah olahan meningkat
Treated wastewater usage increase

Catatan | Notes:
Perbandingan dilakukan dengan mengacu pada tahun 2019
Comparison was calculated based on 2019



296.255
Jumlah jam
pelatihan setahun
Total of training hours
in a year

Rp2.718 juta
Penyaluran dana
tanggung jawab sosial
Rp2,718 million
Distribution of CSR funds



> 65.000
Pedagang warung
tradisional menjadi anggota
Outlet Binaan Alfamart
(OBA)
Traditional stall entrepreneurs
became OBA's members



18,8%
Pengurangan kantong
belanja plastik atau
sekitar lebih dari
143 juta pcs
Plastic shopping bags reduced
approximately more than 143
million pieces

690
karyawan
difabel
Employees with
disabilities



> 790
Produk lokal daerah
yang dipasarkan
Local products have been
marketed

Ikhtisar Keberlanjutan

Sustainability Highlights

Aspek Ekonomi Economic Aspect				
Uraian Descriptions	Satuan Units	2020	2019	2018
Pendapatan Bersih Net Revenue	Rp Miliar Rp Billion	75.827	72.945	66.817
Laba Bruto Gross Profit	Rp Miliar Rp Billion	15.412	14.542	13.222
Laba Usaha Income from Operations	Rp Miliar Rp Billion	1.688	1.790	1.403
Laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk Income for the year attributable to the Owner of the Parent Entity	Rp Miliar Rp Billion	1.061	1.112	650
Return on Average Asset (ROAA)	%	4,25	4,82	2,95
Return on Average Equity (ROAE)	%	14,62	17,25	11,54
Net Profit Margin (NPM)	%	1,44	1,56	1,00
Aspek Lingkungan Environmental Aspect				
Uraian Descriptions	Satuan Units	2020	2019	2018
Intensitas Pemakaian Listrik Electricity Usage Intensity	kWh/m ²	141	146	142
Penggunaan Kembali Air Limbah Olahan The Reuse of Treated Wastewater	m ³	560.561	300	N/A
Aspek Sosial Social Aspect				
Uraian Descriptions	Satuan Units	2020	2019	2018
Karyawan Wanita Women Employee	%	36,8	36,2	36,3
Jumlah Jam Kerja/Hari Total of Working Hours/Day	Jam Hours	8	8	8
Jumlah Jam Pelatihan Total of Training Hours	Jam Hours	296.255	278.460	264.800
Rata-Rata Jam Pelatihan per Karyawan per Tahun Training Hour Average per Employee per Year	Jam Hours	12,80	7,20	7,56
Tenaga Kerja Lokal (Indonesia) Local Employee (Indonesian)	%	100	100	100
Biaya untuk Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Corporate Social Responsibility (CSR) Cost	Rp Juta Rp Million	2.718	1.096	1.079
Indeks Keterikatan Karyawan Employee Engagement Index		3,25	3,20	3,19

Penghargaan di 2020 2020 Awards



Best CEO of The Year
dari Metro TV
Best CEO of The Year
from Metro TV



Digital
Marketing Great
Performing
Website



Apresiasi Pendidikan Vokasi
kepada Dunia Usaha
dan Dunia Industri dari
Kementerian Pendidikan
dan Kebudayaan Republik
Indonesia
Vocational Education for
Business and Industrial
Appreciation from the
Indonesian Ministry of
Education and Culture



The Top 50 Companies for
2020 posisi 14 dari Forbes
The Top 50 Companies for
2020 at position 14th from
Forbes



Sertifikasi ISO 27001:2013 Sistem Manajemen
Keamanan Informasi
ISO 27001:2013 Certification of Information
Security Management System

Pesan Komisaris Utama

President Commissioner's Message



Feny Djoko Susanto
Presiden Komisaris
President Commissioner

“ Alfamart tetap beroperasi sepanjang 2020 untuk menjadi pilihan yang dapat memenuhi kebutuhan pokok dengan harga wajar selama masa pandemi COVID-19. Kami beroperasi dengan tetap memperhatikan aspek sosial dan lingkungan.

Alfamart maintain to operate throughout 2020 to become a retail option in providing the customer's necessities with fair price during the COVID-19 pandemic. We conducting our operating activities while also paying attention to social and environmental aspects.

Pemangku Kepentingan yang kami hormati,

Tahun 2020 merupakan tahun yang tidak mudah dan penuh tantangan, seperti yang kita ketahui bersama, pandemi COVID-19 memberikan dampak yang sangat besar bagi perekonomian global dan domestik termasuk pertumbuhan seluruh industri. Di sektor ritel, perlambatan ekonomi dan berbagai kebijakan untuk memperlambat laju persebaran COVID-19 secara langsung berdampak pada kegiatan operasional para pelaku usaha. Sepanjang 2020, sektor ritel nasional berjuang untuk mempertahankan kegiatan operasional dengan tetap aman, termasuk menjaga kepastian stok barang dan pemberian layanan sesuai protokol kesehatan untuk melindungi personil di gerai maupun seluruh konsumen.

Pandemi COVID-19 pada akhirnya menuntut seluruh sektor usaha untuk sigap melakukan penyesuaian operasional seperti dengan berubahnya tren belanja konsumen yang terjadi pada tahun 2020, Perseroan berupaya menangkap peluang perkembangan layanan belanja online selama tahun 2020. Untuk mengoptimalkan layanan *online* Perseroan menggiatkan strategi berbelanja *online* melalui Aplikasi Alfacart atau platform digital lain, bekerja sama dengan pihak lain yang diharapkan dapat berkontribusi positif terhadap kinerja Perseroan selama tahun 2020. Penjualan melalui platform digital selama 2020 semakin baik sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermakna bagi kinerja penjualan Perseroan di masa mendatang. Inovasi belanja *online* tersebut diharapkan mampu menjawab kebutuhan masyarakat untuk memperoleh berbagai produk tanpa harus ke luar rumah selama masa pandemi. Di tengah berbagai tantangan akibat pandemi COVID-19 dan kendala operasional, Perseroan tetap dapat melakukan ekspansi di dalam negeri maupun di Filipina.

Our respected stakeholders,

The 2020 has offered an uneasy situations and was full of challenges, as we all know, the COVID-19 pandemic has a huge impact on the global and domestic economy, including the growth of all industries. In retail sector, the economic slowdown and various policies to slow the spread of COVID-19 has directly impacted the operational activities of business people. Throughout 2020, the national retail sector strives to maintain a safe operational activities, including maintaining an adequate goods stock certainties and providing services according to health protocols, in order to protect our employees and all consumers.

The COVID-19 pandemic has demanded all business sectors swiftly adjusted their operational activities, as when the consumer spending trends was changed, then the Company should try to seize the opportunities for the development of online shopping services during 2020. To optimize online services, the Company promoting its online shopping strategies through the Alfacart application or other digital platforms cooperating with the other parties, thus expected to contribute to the Company's performance positively, during 2020. Sales through digital platforms are expected to be able to provide a significant contribution to sales performance onwards. In addition, the online shopping innovation is expected to be able to fulfill the public needs of obtaining various products without leaving their home during the pandemic. In the midst of various challenges due to the COVID-19 pandemic and operational constraints, the Company still can expand throughout Indonesia and also in the Philippines.

Selain berupaya mempertahankan bisnis melalui berbagai inovasi, menjaga kesehatan juga menjadi prioritas dalam menjalankan bisnis. Kami menyadari bahwa seluruh karyawan yang berada di gerai merupakan ujung tombak keberlangsungan usaha, sehingga kami senantiasa berupaya menjaga kesehatan dan keamanan seluruh karyawan dan pelanggan dengan menerapkan berbagai protokol kesehatan. Hal tersebut juga menjadi bagian dari komitmen dan tanggung jawab yang tak terpisahkan dalam kegiatan operasional. Dengan berbagai upaya untuk mempertahankan nilai Perusahaan, kami berharap dapat terus meningkatkan dan melanjutkan strategi keberlanjutan di tahun mendatang dan menjalankan bisnis yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, serta mendukung kelestarian lingkungan.

Mewakili jajaran Dewan Komisaris, kami mengapresiasi kinerja Direksi dan seluruh karyawan Alfamart, atas kinerja yang baik dan solid di tengah pandemi COVID-19 di tahun 2020, sehingga Alfamart dapat mempertahankan kinerja dan mampu berbagi. Kami juga mengucapkan terima kasih atas kepercayaan dan dukungan dari para pemegang saham, pemangku kepentingan, dan seluruh mitra dalam mendukung Alfamart. BERSAMA, kita BISA menghadapi setiap tantangan.

In addition to maintaining the business through several innovations, maintaining health has also become our priority in carry on our business. We realized that all of our employees at the stores are important to sustain the business, thus we are continuing in maintaining their health and security, also for our customers, by implementing the health protocols. Performing occupational health and safety in working area is a part of our commitments and responsibilities that cannot be separated from our operational activities. Through this various efforts in maintaining the corporate values, we are expecting to continue to improve and carry on the sustainability strategy in the coming years and running a business that can provide benefits for the community and also support the environmental preservation.

On behalf of the Board of Commissioners, we appreciate the Directors and employees excellent performances and solid teamwork throughout the COVID-19 pandemic in 2020. Further, Alfamart is able to maintain its performances and creating shared value. We also grateful for the trust and support from all shareholders, stakeholders and business partners which supporting Alfamart through the year. TOGETHER, we CAN overlook each challenge, now and in the future.

Tangerang, April 2021

Feny Djoko Susanto

Presiden Komisaris

President Commissioner

Pesan Direktur Utama [102-14]

President Director's Message



Anggara Hans Prawira
Presiden Direktur
President Director

“ BERSAMA BISA!, Kami percaya bahwa keberadaan Alfamart akan berdampak pada keberlanjutan masa depan melalui aktivitas operasional kami setiap hari. Operasional yang kami lakukan tidak hanya untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan, namun kami juga ingin memberikan dampak pada komunitas sekitar kami berada dan juga perekonomian di Indonesia, serta mendukung pencapaian pada aspek sosial dan lingkungan.

TOGETHER, we CAN! We strongly believe that Alfamart's existence will contribute to sustainability in the future, through our daily operation activities. Through our operation, we are not only fulfilling the stakeholder's expectation, but also to contribute a significant impact our surrounding community and to the Indonesia's economy, as well as in the social and environmental aspects.

Pemangku Kepentingan yang kami hormati,

Di tengah situasi pandemi COVID-19, pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat menjadi salah satu penopang keberhasilan dalam bertahan. Sepanjang tahun 2020, Alfamart melayani masyarakat Indonesia setiap harinya untuk mendukung pemenuhan kebutuhan mereka, dengan tetap mematuhi kebijakan pemerintah untuk menerapkan protokol kesehatan dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Nilai Keberlanjutan Bagi Kami

Kelangsungan bisnis Alfamart tidak hanya diarahkan bagi dampak positif internal, namun juga diarahkan untuk memberikan dampak kepada seluruh pemangku kepentingan baik saat ini maupun di masa depan. Apa yang kita kerjakan bersama saat ini, telah mempertimbangkan *triple bottom line* yaitu *profit, people, & planet*, sehingga diharapkan dapat berkontribusi pada keberlanjutan dan mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). Dalam laporan ini, Alfamart mencoba menjelaskan bagaimana kami berlatih dan menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan yang memiliki pengaruh langsung dan berdampak pada ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Tantangan Keberlanjutan dan Strategi yang Diterapkan

Tahun 2020 menjadi tahun yang penuh tantangan bagi seluruh pelaku bisnis termasuk Alfamart, karena dampak signifikan dari pandemi COVID-19. Alfamart harus menyesuaikan strategi bisnis untuk tetap dapat melayani pelanggan yang tersebar di berbagai wilayah.

Kondisi pasar yang sulit untuk diprediksi menjadi tantangan pada awal pandemi COVID-19 melanda. Alfamart berfokus pada penguatan arus kas, terutama terkait dengan perbaikan manajemen modal kerja, secara khusus memonitor dan meningkatkan perputaran barang dagangan. Strategi pengembangan jumlah gerai juga terus dilakukan dengan prinsip kehati-hatian dengan meningkatkan analisis kelayakan usaha. Perseroan juga secara konsisten menjaga stabilitas harga dan bahkan memperbesar porsi promosi; bekerja sama dengan pemasok maupun mitra usaha lainnya (seperti mitra pembayaran). Penawaran promosi yang relevan juga ditingkatkan melalui pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen di masa pandemi dan mekanisme promosi yang efektif. Upaya ini diharapkan dapat mendorong konsumsi masyarakat dan konsumen mendapatkan "*Value for Money*" yang lebih baik saat berbelanja di gerai-gerai Perseroan.

Our respected Stakeholders,

In the midst of Covid-19 pandemic, basic needs fulfillment for the communities will become one of the determining factor to succeed and surviving. Throughout 2020, Alfamart has served Indonesian society to support their needs, while still complying towards the government's policy in health protocols implementation and Mass Scale Social Restriction (PSBB).

The Sustainability Value, For Us

Alfamart's business continuity is not only meant for our internal positive impact, but also focused to fulfill all stakeholders' expectations in both present and future times. Alfamart operations has been considering the triple bottom line, which are profit, people, & planet, thus expected its will contribute to the sustainability and support for Sustainable Development Goals (SDGs). In this report, Alfamart has clarified on how we trained and implemented the sustainable principles which have a direct impact on economy, social, and environment.

Sustainability Challenges and Implemented Strategy

2020 was a year with great challenges for all businesses, including Alfamart, because of COVID-19 pandemic significant impact. Alfamart has adjusted the business strategy in order to continue to serve our customers in many regions.

The unpredictable market conditions became a challenge at the early stage of covid-19 pandemic. The Company focuses on strengthening cash flow, focus on improving working capital management, specifically monitoring and increasing the turnover of merchandise. Strategy for expanding number of stores is also carried out on a prudent basis by enhancing the business feasibility analysis. The Company consistently maintains price stability and even increases the promotion portion; cooperate with suppliers and other business partners (such as payment partners). Relevant promotional offers are also enhanced through product selection in accordance with the needs of consumers during a pandemic and effective promotional mechanisms. This strategy is expected to encourage consumers' consumption and also consumers can get a better "Value for Money" when shopping at the Company's stores.

Tantangan lainnya yang kami hadapi yaitu berlakunya PSBB, di mana jam operasional untuk gerai lebih pendek dari jam operasional biasa. Salah satu strategi untuk menghadapinya adalah menyiapkan layanan antar dan memaksimalkan *channel* digital untuk kemudahan pelanggan dalam berbelanja secara daring, seperti melalui pesan WhatsApp dan aplikasi Alfagift. Tantangan pada aspek sosial seperti kesehatan karyawan dan pelanggan juga menjadi perhatian kami. Kami menerapkan protokol kesehatan di lingkungan kerja Alfamart guna mencegah penularan COVID-19.

Capaian Kinerja Keberlanjutan

Tidak dapat dipungkiri bahwa dampak negatif yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19 berdampak pada kinerja keuangan Perseroan dan Entitas Anak di tahun 2020. Namun, di tengah situasi yang sulit, Perseroan berhasil mempertahankan kinerja dengan membukukan pendapatan neto sebesar Rp75,83 triliun, tumbuh 3,95% dari Rp72,94 triliun pada tahun 2019. Peningkatan ini didorong oleh pertumbuhan penjualan dan penambahan jumlah gerai Perseroan dan Entitas Anak. Seiring dengan pertumbuhan pendapatan neto, laba kotor juga mengalami peningkatan sebesar 5,99% dibandingkan dengan tahun 2019 karena peningkatan margin kotor terutama peningkatan bauran margin. Namun laba usaha selama tahun 2020 mengalami penurunan terutama disebabkan oleh peningkatan beban operasional sebesar 7,32% dibandingkan tahun 2019 serta penurunan *fee-based income*, *rental* dan *tenant income* masing-masing sebesar 11,06% dan 12,18%. Di sisi lain, perbaikan manajemen working capital yang terus berlanjut berdampak positif bagi penurunan jumlah hutang berbunga. Laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk menurun sebesar 4,59% menjadi sebesar Rp1,06 triliun di 2020 dibandingkan tahun 2019 sebesar Rp1,11 triliun karena berbagai faktor yang diuraikan di atas.

Dari nilai ekonomi yang dihasilkan, kami juga terus berupaya mendistribusikannya kepada pemangku kepentingan seperti pada pemerintah melalui pembayaran pajak, karyawan melalui remunerasi dan biaya pengembangan kompetensi, dan masyarakat melalui program pengembangan masyarakat. Selain itu, distribusi nilai ekonomi juga dapat dirasakan oleh pemasok dan mitra bisnis kami melalui kerja sama yang terbangun. Dampak ekonomi tidak langsung juga ikut dirasakan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Outlet Binaan Alfamart (OBA).

Another challenge that we faced is the implementation of PSBB, which shortened our operating hours. In dealing with this situation, Alfamart arranged the delivery services and maximize our digital channel services to accommodate the customer's needs through their online shopping through WhatsApp and Alfagift applications. The social challenge that we face is employee and customer safety toward COVID-19 which has been our main concern in our working area (Alfamart's stores). We have implemented the health protocols to prevent the COVID-19 spreads.

Sustainability Performance Achievement

We cannot deny the fact that the negative impacts of the COVID-19 pandemic have affected the financial performance of the Company and Subsidiaries in 2020. However, in the midst of this difficult situation, the Company managed to maintain its performance by recording net revenue of Rp75.83 trillion, growing 3,95% from Rp72.94 trillion in 2019. This increase was driven by sales growth and the increase of stores owned by the Company and Subsidiaries. Along with the growth in net revenue, the gross profit also increased by 5.99% compared to 2019 due to an increase in gross margins, especially an increase in mix margins. Nevertheless, income from operations during 2020 was decreased mainly due to an increase in operating expenses by 7.32% compared to 2019 as well as a decrease in fee-based income, rental and tenant income by 11.06% and 12.18%, respectively. On the other hand, the continuous improvement in working capital management had a positive impact on reducing the amount of interest bearing debt. Income for the year attributable to owners of the parent company decreased by 4.59% to Rp1.06 trillion in 2020, compared to Rp1,11 trillion in 2019, due to various factors described above.

We distributed our generated economic value to our stakeholders, such as the government through our tax payments. Our employees benefited through remuneration payments and competency developments, while the community benefited through the community development program. In addition, the economic value distribution was also distributed to our suppliers and business partners through business collaborations. Indirect economic impact was also received by the Small and Medium Enterprises (SMEs) and Alfamart Partner Outlets (OBA).

Kinerja di aspek sosial meliputi kinerja internal dan eksternal. Dari sisi internal, Alfamart mendukung kesetaraan gender, di mana kami memiliki 36,8% karyawan wanita dari total karyawan. Sementara itu, sebanyak 0,2% wanita telah menduduki jabatan di level manajerial. Kami juga memastikan seluruh karyawan yang diterima telah cukup umur dan bukan anak-anak.

Pengaturan jam operasional kerja di gerai telah disesuaikan dengan anjuran pemerintah dan kami memastikan tidak ada kerja paksa. Selama tahun 2020, kami terus mengembangkan kompetensi karyawan. Selain itu, kami menyerap lebih dari 50.000 orang karyawan baru, termasuk penyandang disabilitas. Ratusan karyawan disabilitas telah bergabung dengan Alfamart melalui program Alfability. Melalui program ini, Alfamart ingin menjadi perusahaan inklusif, yaitu perusahaan yang dapat mengakomodasi dan menghargai keberagaman karyawannya. Kami memastikan tidak ada diskriminasi dalam manajemen SDM.

Kinerja sosial dari sisi eksternal, antara lain dukungan kami pada pengembangan usaha ritel tradisional atau warung-warung serta pelaku UMKM melalui program pelatihan. Alfamart memberikan pelatihan dengan topik manajemen penataan barang, pengaturan stok, manajemen keuangan, dan keterampilan untuk mengamati tren pasar secara daring kepada para pelaku UMKM. Di tahun 2020, program OBA terus dikelola dengan baik. Program ini juga berkontribusi untuk mendukung keberlanjutan para pelaku usaha kecil yang terdampak langsung oleh pandemi COVID-19 hingga mereka bisa bangkit kembali. Selain itu, Alfamart menjalankan program-program kemasyarakatan diantaranya program bantuan pada korban bencana alam, pembangunan fasilitas publik, bantuan untuk pencegahan penularan COVID-19, layanan kesehatan, dan bantuan pendidikan. Dengan memanfaatkan jaringan gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, Alfamart juga bekerja sama dengan yayasan kredibel dan seizin Kementerian Sosial Republik Indonesia dalam menggalang donasi sosial.

The Social aspect performances covers the internal and external performances. In internal performance, Alfamart supports gender equality, we have 36.8% women employee of total number of employees. While the portion of women employee who holds the managerial position is 0.2%. We ensure, there is no child labor employed in our operation.

Regulations for working operating hours at stores have been adjusted according to government policies and we ensure that there is no forced labor. In 2020, we keep developing the employee's competency. In addition, we hired more than 50,000 new employees, including people with disabilities. Hundreds of people with disabilities have joined Alfamart through Alfability program. Through this program, Alfamart performs as an inclusive company, which promotes and appreciates our employee's diversity. We ensure that there is no discrimination in our HR management.

On the external side of social performance, we support the traditional retail business or stalls development, as well as for SMEs through training program. Alfamart provides training topics related to products display management, stock management, financial management, and skill to monitor market trends to them by online. In 2020, OBA program continues to be well managed. This program is also contributing to the small business impacted by COVID-19 with the sustainable support, that they can get back on track. In addition, Alfamart is also conducting community programs including aid program for disaster victims, public facility development, prevention aid of COVID-19 spreads, health services, and educational assistance. By utilizing the stores network across Indonesia, Alfamart also collaborates with credible foundations and raise social donations after getting permission from the Indonesian Social Ministry.

Prospek dan Rencana untuk Keberlanjutan Masa Depan

Kami melihat potensi pasar yang masih besar, meskipun dampak dari pandemi COVID-19 masih menjadi tantangan. Alfamart mengambil langkah berani untuk berekspansi baik di tanah air maupun di luar negeri meski di tengah pandemi. Hingga akhir 2020, Alfamart memperluas ekspansi bisnisnya dengan meresmikan gerai ke-1.000 di Filipina melalui anak perusahaan patungan. Kepercayaan konsumen dari dalam negeri maupun dari luar negeri inilah yang mendorong Alfamart untuk terus berekspansi.

Di sisi lain, kondisi pandemi COVID-19 mempengaruhi perilaku dan perubahan konsumsi pelanggan. Untuk mengantisipasi hal ini, Alfamart berupaya menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan. Kami akan terus berinovasi dalam layanan dengan mengembangkan bisnis berbasis teknologi sambil terus berupaya menjadi perusahaan yang ramah dan dekat di hati masyarakat.

Untuk mendukung inisiatif terkait aplikasi *online*, Perseroan memperkuat keamanan data perusahaan sesuai ISO 27001:2013 Sistem Manajemen Keamanan Informasi. Dengan dimilikinya sertifikasi tersebut, maka menandakan bahwa Perseroan saat ini memiliki kemampuan yang memadai untuk melindungi dan memelihara kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan informasi, serta untuk mengelola serta mengendalikan risiko keamanan informasi. Perseroan berupaya untuk selalu menjaga kerahasiaan data, terutama data pelanggan agar kenyamanan pelanggan terus meningkat.

Secara keseluruhan, Perseroan membuktikan kesiapannya dalam menghadapi berbagai tantangan di tahun 2020, dan telah mempersiapkan strategi untuk diterapkan di tahun 2021, antara lain berupaya menjaga pertumbuhan kinerja dengan beberapa inisiatif dan strategi yang telah dicanangkan.

Future Sustainability Plan and Prospect

We foresee a wider potential market, although the COVID-19 pandemic's impact still stands as a challenge. Alfamart has decided to expand its business within the country and overseas, even in the midst of COVID-19 pandemic. By the end of 2020, Alfamart expanded its business by officiated the 1,000th store grand opening in Philippines through its joint subsidiary. The costumers' trust from within the country and overseas have supported Alfamart to keep expanding the business.

On the other hand, the COVID-19 pandemic situation has impacted the customer's behavior and changing consumption. To anticipate this, Alfamart continues to adjust the marketing and services strategies. We will also keep innovating our services by developing technology-based business while keep striving to be the company that close to the heart of the community.

To support initiatives related to online applications, the Company strengthens corporate data security according to ISO 27001:2013 Information Security Management System. By having this certification, it indicates that the Company currently has sufficient capabilities to protect and maintain the confidentiality, integrity and availability of information, as well as to manage and control information security risks. The Company strives to always maintain data confidentiality, especially customer's data in order to increase customers convenience.

Overall, the Company has proven its readiness to face various challenges in 2020, and has prepared strategies to be implemented in 2021, including striving to maintain performance growth with several initiatives and strategies that have been planned.

Perseroan menargetkan pertumbuhan penjualan dan laba bersih yang moderat. Untuk mencapai target tersebut, hal utama yang harus dilakukan adalah perencanaan yang matang dan eksekusi yang tepat dan cepat. Setiap eksekusi harus berdasarkan analisis risiko yang terukur. Selain itu, sinergi dari seluruh karyawan Perseroan tetap menjadi kunci untuk keberhasilan setiap implementasi rencana bisnis ke depan.

Selain itu, kami juga akan memperkuat kapabilitas organisasi dalam menghadapi era digitalisasi dan *Industry 4.0* dengan mengembangkan kompetensi Sumber Daya Manusia yang kami miliki, namun tetap mempertahankan organisasi yang ramping, efisien, efektif dan *agile*, baik secara struktur maupun kompetensi untuk mendukung strategi bisnis mendatang.

Apresiasi dan Penutup

Kami sangat mengapresiasi seluruh kerja sama dan dukungan dari pemangku kepentingan, sehingga Alfamart mampu mencatat kinerja yang positif di tengah dinamika 2020. Alfamart percaya, kita **'BERSAMA BISA'**, menghadapi setiap tantangan, dan terus bekerja lebih baik untuk hari esok hingga tercipta *value* yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan.

The company has set a target related to sales and net income growth. To achieve these targets, we have to make a solid plan and perform precise and fast execution. Each execution must be based on a measurable risk analysis. In addition, the synergy of all the Company's employees remains the key success factor of any future business plan implementation.

In addition, we will also strengthen the organizational capabilities in dealing with digitalization and Industry 4.0 by developing our Human Resources competencies, while maintaining a lean, efficient, effective and agile organization, both structurally and competently to support future business strategies.

Closing and Appreciation

We highly appreciate the stakeholders cooperation and support, that lead to Alfamart's achieving a positive performance in the midst of 2020's dynamics. Alfamart believes that we **'TOGETHER, we CAN'** grow in encountering each challenge and continuing towards a better work for tomorrow, so that we can create our continuous sustainable values for all stakeholders.

Tangerang, April 2021

Anggara Hans Prawira

Presiden Direktur

President Director

Tentang Laporan Keberlanjutan

About The Sustainability Report



Profil Laporan

Laporan Keberlanjutan Alfamart tahun 2020 ini merupakan kesinambungan dari laporan sebelumnya yang terbit pada tanggal 28 April 2020. Laporan ini juga diterbitkan dalam periode tahunan. [102-50] [102-51]

Laporan ini disiapkan mengacu pada POJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik (Keuangan Berkelanjutan). Informasi lain yang diungkapkan, mengacu pada standar internasional yaitu standar Global Reporting Initiative (GRI) opsi 'core'. [102-54]

Isi laporan ini mencakup informasi dan data satu tahun dari 1 Januari sampai dengan 31 Desember 2020, yang disertai data numerik dengan komparasi data tiga tahun sebelumnya. Isi laporan meliputi informasi kinerja, dampak, respons, dan aksi perusahaan dalam menanggapi isu-isu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam laporan ini tidak terdapat data yang disajikan kembali (*restated*) dengan tujuan memperbaiki data dan informasi tahun sebelumnya. [102-48] [102-52].

Pada aspek ekonomi, Alfamart melaporkan data keuangan secara konsolidasian beserta anak perusahaannya yaitu, PT Midi Utama Indonesia Tbk, PT Sumber Indah Lestari, PT Sumber Trijaya Lestari, PT Sumber Wahana Sejahtera, Alfamart Retail Asia Pte, Ltd., dan PT Global Loyalti Indonesia (GLI). Untuk PT Midi Utama Indonesia Tbk sendiri memiliki anak

Report Profile

Alfamart's 2020 Sustainability Report is a continuation from the previous report, which was published on April 28th 2020. This sustainability report is published annually. [102-50] [102-51]

This report is prepared in reference to POJK No 51/POJK.03/2017 about Sustainable Finance Implementation for Financial Services Institutions, Issuer, and Public Company (Sustainable Finance). Other disclosure information is referring to the international standard which is a Global Reporting Initiative (GRI) 'core' option. [102-54]

This report covers information and annual data from January 1st to December 31st 2020, which includes the numeric data and comparison data of the previous three years. This report consists of performance information, impact, responses, and the company's effort in responding to economic, social, and environmental issues. In this report, there is no data restated in order to improve previous data and information. [102-48] [102-52]

In the economic aspect, Alfamart submitted a consolidated financial including from subsidiaries, namely PT Midi Utama Indonesia Tbk, PT Sumber Indah Lestari, PT Sumber Trijaya Lestari, PT Sumber Wahana Sejahtera, Alfamart Retail Asia Pte, Ltd., and PT Global Loyalti Indonesia (GLI). As for PT Midi Utama Indonesia Tbk has subsidiaries, namely PT Lancar Wiguna

perusahaan yaitu PT Lancar Wiguna Sejahtera (LWS). Seluruh sumber data berasal dari kantor pusat, kantor cabang, gudang, dan seluruh gerai yang dimiliki Alfamart. [102-45]

Dalam menyusun laporan keberlanjutan, Alfamart memperhatikan prinsip-prinsip penentuan isi laporan yang mencakup materialitas, konteks keberlanjutan, keterlibatan pemangku kepentingan, dan kelengkapan. Pada kualitas laporan, kami mempertimbangkan aspek keseimbangan, komparabilitas, akurasi, ketepatan waktu, kejelasan, dan keandalan.

Alfamart belum melakukan *assurance* dari pihak eksternal untuk laporan ini, namun isi laporan telah disetujui dan divalidasi oleh seluruh kontributor data dan pejabat di level manajerial. Sementara itu, data keuangan yang dilaporkan telah diaudit oleh KAP Purwantono Sungkoro & Surja (Ernst Young). [102-56]

Tanggapan Umpan Balik Laporan Tahun Sebelumnya

Alfamart telah membuat Laporan Keberlanjutan pertamanya untuk tahun yang berakhir di 2019. Sehubungan dengan hal ini, manajemen telah melakukan *review* atas laporan keberlanjutan tersebut. Secara keseluruhan Alfamart telah mengungkapkan kinerja aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang. Namun demikian, manajemen perlu terus meningkatkan pengungkapan terutama terkait kinerja aspek lingkungan, karenanya di 2020, Perseroan meningkatkan gerakan untuk mengelola air limbah buangan. Di tahun depan, Perseroan juga semakin mempersiapkan diri untuk terus meningkatkan kinerja di aspek lingkungan dengan memperkenalkan gerakan "Alfamart Sahabat Bumi".

Sejahtera (LWS). All data sources are generated from the headquarters, branch offices, warehouses, and all stores owned by Alfamart. [102-45]

In organizing the sustainability report, Alfamart take into account the principles of report content, which covers materiality, sustainability context, stakeholders engagement, and completeness. For the report quality, we consider balance, comparability, accuracy, timeliness, clarity, and reliability.

Alfamart has not provided external assurance for this report, but the report content has been approved and validated by all data contributors and officials at the managerial level. Meanwhile, the financial data reported have been audited by the KAP Purwantono Sungkoro & Surja (Ernst Young). [102-56]

Response to the Previous Year Report Feedback

Alfamart already made our first Sustainability Report for the year ending in 2019. In this regard, management has reviewed the 2019 sustainability report. Overall, Alfamart has disclosed the performance of economic, social and environmental aspects in a balanced manner. However, management needs to improve the Company's performance disclosures, especially regarding environmental aspect, therefore in 2020, the Company will improve it by increasing the wastewater management action. In the next year, the Company will also continue to prepare the performance improvement in the environmental aspect by introducing the "Alfamart Sahabat Bumi" action.

Kontak [102-53] Contact

Corporate Secretary
PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

Alfa Tower

Jl. Jalur Sutera Barat Kav.9, Alam Sutera, Tangerang 15143
Phone: (021) 80821555 | E-mail: corsec@sat.co.id

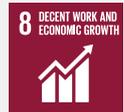


Topik Material [102-46] [102-49]

Dari berbagai topik yang relevan dengan bisnis Alfamart telah ditentukan prioritas topik dari hasil diskusi antara pihak internal dan eksternal pada saat *kickoff meeting*. Topik material yang diungkapkan, telah mempertimbangkan pencapaian tahun 2020, peristiwa penting yang terjadi, harapan untuk 2021, serta kebutuhan pemangku kepentingan. Terdapat perubahan topik material dari laporan sebelumnya, demikian juga batasannya. Selain itu, tidak ada perubahan signifikan pada laporan.

Material Topics [102-46] [102-49]

From several relevant topics for Alfamart business, the topic priorities have been determined from the discussion between internal and external parties' in the *kickoff meeting*. The material topics disclosure, had considered the 2020 achievements, important past events, 2021 expectation, and the stakeholders' needs. There are some changes in the material topics from the previous report, as well as its boundaries. Apart from that, there are no significant changes in the report.

Topik: Kinerja Ekonomi [102-47]
Topic: Economic Performance**Dampak Kinerja Ekonomi bagi Alfamart dan Pemangku Kepentingan** [102-46]

Kinerja keuangan dan ekonomi yang baik akan berdampak positif bagi perusahaan (menjalankan kegiatan operasional) dan pemangku kepentingan (manfaat bagi pegawai, pelanggan, masyarakat melalui kegiatan tanggung jawab sosial, dan pendapatan pajak bagi pemerintah).

Economic Performance Impact on Alfamart and Stakeholder [102-46]

A good economic and financial performance will provide a positive impact for the company (in carrying out the operational activities) and the stakeholders (benefits for employees, customers, community through its social responsibility and tax income for the government).

Keterlibatan Alfamart dalam Pengelolaan Dampak [102-46]

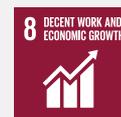
- Menyusun target-target keuangan;
- Menyusun strategi bisnis;
- Membuat laporan Keuangan;
- Melakukan audit internal dan eksternal atas kinerja keuangan perusahaan.

Alfamart Engagement in Managing the Impact [102-46]

- Organizes financial targets;
- Develop a business strategy;
- Develop Financial Report;
- Carry out internal and external audit on the company's financial performance.

Topik: Ketenagakerjaan [102-47]

Topic: Employment

**Dampak Ketenagakerjaan bagi Alfamart dan Pemangku Kepentingan** [102-46]

Keberlangsungan bisnis perusahaan dipengaruhi oleh keberadaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang bertanggung jawab dan kompeten untuk mengisi seluruh gerai Alfamart. Oleh sebab itu manajemen ketenagakerjaan yang kuat menjadi topik penting untuk disampaikan dalam laporan.

Employment Impact for Alfamart and Stakeholder [102-46]

The company business's continuity is influenced by the existence of responsible and competent human resources (HR) to work in all Alfamart's stores. Thereby, a strong employment management is an important topic to be addressed in the report.

Keterlibatan Alfamart dalam Pengelolaan Dampak [102-46]

- Rekrutmen yang adil;
- Mengadakan pelatihan bagi karyawan;
- Manajemen SDM yang memadai;
- Memberikan gaji dan tunjangan sesuai kebijakan yang berlaku;
- Memberikan waktu untuk cuti;
- Penilaian kinerja dan jenjang karir.

Alfamart Engagement in Managing the Impact [102-46]

- Fair recruitment;
- Organizes training for employee;
- Adequate HR management;
- Provides salary and benefit according to the applicable regulation;
- Leave of absence permit;
- Performance appraisal and carrier upgrading.

Topik: Pelatihan dan Pendidikan [102-47]

Topic: Training and Education

**Dampak Pelatihan dan Pendidikan bagi Alfamart dan Pemangku Kepentingan** [102-46]

Program pelatihan dan pendidikan menjadi salah satu strategi perusahaan dalam meningkatkan kompetensi dan kapasitas karyawan. Adanya karyawan yang kompeten akan memperlancar bisnis perusahaan.

Training and Education Impact for Alfamart and Stakeholder [102-46]

Training and education program have become one of the key company strategies in improving employees competency and talent. With a competent employee, it will facilitate the company's business.

Keterlibatan Alfamart dalam Pengelolaan Dampak [102-46]

- Menyusun program-program pelatihan dan pendidikan;
- Mengidentifikasi kebutuhan karyawan terkait *skill*, pengetahuan, dan lainnya sehingga dapat menyediakan program pelatihan yang efektif.

Alfamart Engagement in Managing the Impact [102-46]

- Organizes training and education programs;
- Identify the employee's needs related to their skills, knowledge, and so on, thereby the company can provide the effective training program.

Topik: Anti Korupsi [102-47]
Topic: Anti-corruption



Dampak Anti Korupsi bagi Alfamart dan Pemangku Kepentingan [102-46]

Alfamart terus menegakkan anti korupsi dan menjaga lingkungan operasional yang sehat. Banyaknya karyawan, baik di kantor pusat, cabang, gudang, maupun di seluruh gerai Alfamart perlu didedukasi tentang integritas sehingga menjauhi korupsi dan *fraud* lainnya.

Employment Impact for Alfamart and Stakeholder [102-46]

Alfamart continuously upholds the anti-corruption and maintains the soundness of operational environment. The vast number of employees, both in head office, branch offices, warehouses, and in all Alfamart stores needs to be educated about integrity in order to avoid corruption and prevent fraud.

Keterlibatan Alfamart dalam Pengelolaan Dampak [102-46]

- Sosialisasi kebijakan kode etik, nilai-nilai perusahaan, dan anti korupsi;
- Menyediakan saluran pengaduan atau *whistleblowing system*;
- Memberikan sanksi yang tegas bagi karyawan yang melakukan korupsi;
- Melakukan *stok opname* secara berkala dan melakukan audit kinerja dan ketaatan internal secara rutin kepada Gerai Perseroan secara bergantian sesuai dengan jadwal yang telah dibuat.

Alfamart Engagement in Managing the Impact [102-46]

- Socialization code of conducts policy, company value, and anti-corruption;
- Provides a complaint mechanism or whistleblowing system;
- Applies strict sanctions for employees who are committed in corruption;
- Conduct stock-taking regularly and also conduct routine performance and conformity internal audit of The Company's stores alternately according to the schedule that has been made.

Topik: Keberagaman dan Kesetaraan [102-47]
Topic: Diversity and Equality



Dampak Keberagaman dan kesetaraan bagi Alfamart dan Pemangku Kepentingan [102-46]

Perseroan memiliki komitmen untuk mendukung keberagaman dan kesempatan yang setara dalam lingkungan kerja berlandaskan rasa saling percaya dan hormat, dan tanpa diskriminasi. Praktik keberagaman dan kesetaraan diterapkan dalam proses rekrutmen dan jenjang karir.

Diversity and Equality Impact for Alfamart and Stakeholder [102-46]

The company has committed to support the diversity and equal opportunity in the working environment based on mutual trust, respect, and a non-discrimination environment. The diversity and equality practices are implemented in the recruitment process and career level upgrading.

Keterlibatan Alfamart dalam Pengelolaan Dampak [102-46]

- Adanya kebijakan terkait keberagaman dan kesetaraan;
- Tidak ada diskriminasi dalam praktik perekrutan karyawan;
- Seluruh karyawan berhak atas jenjang karir yang lebih tinggi.

Alfamart Engagement in Managing the Impact [102-46]

- Applies policy related to diversity and equality;
- A non-discrimination employee recruitment practices;
- A higher level career rights, for all employees.

Topik: Pemasaran dan Pelabelan [102-47] Topic: Marketing and Labeling



Dampak Pemasaran dan Pelabelan bagi Alfamart dan Pemangku Kepentingan [102-46]

Strategi pemasaran yang efektif seperti pemberian diskon, promo, dan lainnya akan menarik pelanggan untuk berbelanja lebih sering di Alfamart. Di sisi lain, perusahaan juga perlu meningkatkan *quality control* terhadap pelabelan produk, khususnya produk yang dikeluarkan Alfamart. Setelah melalui pemeriksaan ketat, semua produk berlabel Alfamart dipastikan aman untuk digunakan oleh pelanggan.

Marketing and Labeling Impact for Alfamart and Stakeholder [102-46]

The effective strategy in marketing, such as discounts, promotions and so on, can attract the customer to shop frequently to Alfamart. On the other hand, the company also needs to improve the quality control of product labeling, especially products issued by Alfamart. After a tight quality control, all Alfamart products are confirmed to be safe used by customers.

Keterlibatan Alfamart dalam Pengelolaan Dampak [102-46]

- Membuat perencanaan dan komunikasi promo pemberian diskon menarik setiap harinya;
- Menyediakan katalog belanja;
- Meningkatkan *quality control* terhadap seluruh kemasan produk.

Alfamart Engagement in Managing the Impact [102-46]

- Planning and Communicating discount offer promotion in daily basis;
- Provides a shopping catalogue;
- Improve the quality control to all product packaging.

Pelibatan Pemangku Kepentingan Stakeholder Engagement

Hubungan dengan pemangku kepentingan perlu untuk dikelola karena peran mereka akan mempengaruhi perkembangan dan keberlanjutan perusahaan. Pemangku kepentingan juga memberikan pengaruh dalam hal kebijakan, pengambilan keputusan, dan kegiatan operasional perusahaan. Pemangku kepentingan Alfamart terdiri atas berbagai macam kelompok, termasuk pihak lokal yang secara langsung atau tidak langsung berhubungan dalam proses bisnis perusahaan. [102-42]

Interaksi dengan pemangku kepentingan dikelola oleh Sekretaris Perusahaan dan Hubungan Investor. Hubungan yang profesional dengan pemangku kepentingan dibangun guna mendapatkan masukan dan saran untuk meningkatkan kinerja operasional dan pelayanan Alfamart. Pendekatan pada pemangku kepentingan diharapkan dapat meningkatkan pemahaman Alfamart terhadap kebutuhan pemangku kepentingan untuk meningkatkan kinerja keberlanjutan.

The relationship with the stakeholders needs to be managed, due to their critical roles and their abilities in influencing the company's sustainability. The stakeholders also may influence the policy, decision making, and the company's operational activities. Alfamart's stakeholders consist of a various group, including local parties which is associated in the company's business process, both directly and indirectly. [102-42]

The interaction with the stakeholders is managed by the Corporate Secretary and Investor Relation. The professional relationship with the stakeholders is built in order to get inputs and suggestions to improve operational performances and Alfamart services. This approach is expected to improve Alfamart's understanding of their needs, as well as Alfamart's sustainability and performance.

Pelibatan Pemangku Kepentingan | Stakeholder Engagement [102-40] [102-43] [102-44]

Jenis Pemangku Kepentingan Stakeholder Type	Metode Pendekatan dan Pengelolaannya Approach Methods and Its Management		Respon Perusahaan atas Kebutuhan Pemangku Kepentingan Company Responses on Stakeholders' Needs
	Pertemuan/Sarana Pelibatan dan Frekuensinya Meeting/Engagement Media and Its Frequency	Topik Signifikan dan Kebutuhan Pemangku Kepentingan Significant Topics and Stakeholders' Needs	
Pemegang Saham Shareholder	<ul style="list-style-type: none"> Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) setahun sekali Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPS LB) (jika diperlukan) Annual GMS Extraordinary Annual GMS (if needed) 	<ul style="list-style-type: none"> Laporan dan evaluasi kinerja Penetapan penggunaan laba bersih dan dividen Penetapan remunerasi Dewan Komisaris Performance report and assessment Determine usage of net income and dividends Determine remuneration for Board of Commissioners 	<ul style="list-style-type: none"> Menyelenggarakan RUPS Tahunan dan RUPS LB Melaporkan kinerja operasional, keuangan, dan lainnya Menjaga kinerja untuk mencapai target secara maksimal Organize the Annual GMS and Extraordinary GMS Report operational, financial, and other performances Maintain the performance to achieve maximum target

Pelibatan Pemangku Kepentingan | Stakeholder Engagement [102-40] [102-43] [102-44]

Jenis Pemangku Kepentingan Stakeholder Type	Metode Pendekatan dan Pengelolaannya Approach Methods and Its Management		Respon Perusahaan atas Kebutuhan Pemangku Kepentingan Company Responses on Stakeholders' Needs
	Pertemuan/Sarana Pelibatan dan Frekuensinya Meeting/Engagement Media and Its Frequency	Topik Signifikan dan Kebutuhan Pemangku Kepentingan Significant Topics and Stakeholders' Needs	
Karyawan Employee	Pertemuan formal dan informal sesuai kebutuhan Formal and informal meeting as needed	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan • Acara keakraban • Kesejahteraan karyawan • Training • Gathering • Employees welfare 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengadakan pelatihan • Mengadakan evaluasi kerja dan kesempatan jenjang karir • Menyediakan wadah untuk menampung masukan karyawan • Menjamin keamanan dan hak-hak karyawan sesuai dengan Peraturan Perusahaan (PP) • Conduct trainings • Carry out the work assessment and provide career opportunity • Provide a media for employee's input • Ensure the safety and employee's rights in accordance with the Company Regulation (PP)
Pelanggan Customer	<ul style="list-style-type: none"> • Gerai, setiap bertransaksi • Layanan pelanggan, sesuai kebutuhan • <i>Website</i>, sesuai kebutuhan • Media sosial, sesuai kebutuhan • <i>Loyalty program</i> • Stores, on each transaction • Customer service, as needed • Website, as needed • Social media, as needed • Loyalty program 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk dan layanan • Kegiatan Alfamart • Membangun loyalitas • Product and services • Alfamart activities • Developing the loyalty 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan poin <i>reward</i> kepada setiap pelanggan yang berbelanja dengan menggunakan <i>member</i> • Memberikan promo-promo yang menarik setiap hari kepada konsumen • Provide reward point for each customer who are using the membership for shopping • Provide interesting promotions on daily basis to consumer
Mitra Kerja/ Pemasok Principle (Supplier)	<ul style="list-style-type: none"> • Interaksi melalui <i>website</i>, setiap saat • Kode etik yang berhubungan dengan vendor, sosialisasi syarat pengadaan dalam setahun • Pertemuan dengan Divisi <i>Merchandising</i> untuk menangani pasokan • Website interaction, at anytime • Code of conducts related to the vendor, procurement requirement socialization in yearly period of time • Conduct a meeting with the Merchandising Division to manage supplies 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengadaan barang dan/ atau jasa • Jenis kebutuhan/spesifikasi barang dan jasa • Kontrak kerja yang adil dan telah disepakati kedua belah pihak • Pembayaran tepat waktu • Hubungan yang saling menguntungkan • Products or services procurement • Type of needs/ specifications of product and services • Mutual work agreement and agreed by both parties • Realtime payment • Mutual relationship 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memperlancar proses pengadaan • Sosialisasi kebijakan dan kode etik • Membangun komunikasi bisnis • Melakukan pembayaran tepat waktu • Menjalin komunikasi dan kerja sama yang baik • Provide information which needed to facilitate the procurement process • Socialize policy and code of conducts • Develop business communication • Realtime payment • Build a good relationship and communication

Pelibatan Pemangku Kepentingan | Stakeholder Engagement [102-40] [102-43] [102-44]

Jenis Pemangku Kepentingan Stakeholder Type	Metode Pendekatan dan Pengelolaannya Approach Methods and Its Management		Respon Perusahaan atas Kebutuhan Pemangku Kepentingan Company Responses on Stakeholders' Needs
	Pertemuan/Sarana Pelibatan dan Frekuensinya Meeting/Engagement Media and Its Frequency	Topik Signifikan dan Kebutuhan Pemangku Kepentingan Significant Topics and Stakeholders' Needs	
Masyarakat Umum Public	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan • Pembagian bantuan • Program CSR <p>Dilaksanakan sesuai kebutuhan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Training • Donation distribution • CSR program <p>Conducted as needed</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan keterampilan • Penilaian akan kebutuhan (assessment) dan evaluasi untuk program-program CSR • Pendekatan untuk membina hubungan • Skills improvement • Needs assessment and CSR programs evaluation • Approach to develop relationship 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengadakan pelatihan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sekitar toko atau kantor Alfamart • Mengadakan Posyandu dan Donor darah • Provide trainings for the surrounding SMEs near the stores or Alfamart's office • Organizing integrated healthcare center and blood donor
Pemerintah Government	<ul style="list-style-type: none"> • Laporan tahunan • Pertemuan khusus sesuai kebutuhan • Annual report • Special meeting as needed 	<ul style="list-style-type: none"> • Keamanan produk • Kepatuhan pada peraturan • Program-program CSR • Product safety • Regulation compliances • CSR programs 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan • Laporan ke regulator • Pembayaran pajak • Submit the annual and sustainability report • Report to regulator • Tax payment



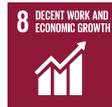
Dua puluh satu tahun bukan waktu yang singkat untuk berkiprah di sektor ritel yang penuh dengan persaingan dan tantangan, namun Alfamart tetap berdiri dan terus memberikan dampak positif bagi seluruh pemangku kepentingan.

Twenty one years is not a short period of time to be in retail sector with full of competitions and challenges, however Alfamart stands firm and continues to provide positive impacts to all stakeholders.



Alfamart dan Bisnis yang Berkelanjutan

Alfamart and Sustainable Business





Visi dan Misi

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, globally competitive widely owned retail distribution network that empowers small entrepreneurs, and fulfil customers' needs and expectations.



Misi Mission

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

Nilai-Nilai Perusahaan ^[102-16] Corporate Values

Integritas yang Tinggi High Integrity

Merupakan sikap jujur, disiplin, dan konsisten dalam bekerja berlandaskan etika serta bertanggung jawab terhadap pekerjaan.

Honest, discipline, consistent in working based on ethic as well as being responsible towards the duties.

Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik Innovation for Better Improvement

Merupakan sikap kreatif dalam bekerja, berkomitmen untuk melakukan perbaikan cara kerja secara terus menerus.

Work creatively, committed to make continuous improvement in work methods.

Kualitas dan Produktivitas yang Tertinggi Highest Quality and Productivity

Mampu menjalankan tugas serta fokus pada pencapaian hasil kerja yang lebih baik.

Able to perform tasks as well as being able to focus on better work outcomes.

Kerja Sama Tim Teamwork

Terlibat aktif serta mendorong terciptanya semangat dan kekompakan dalam tim.

Actively involved as well as encouraging team spirit and harmony.

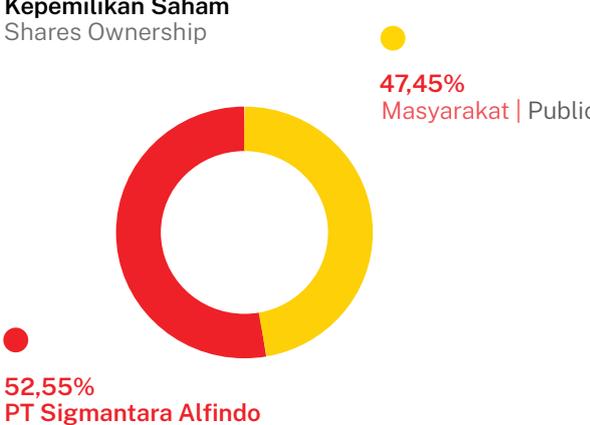
Kepuasan Pelanggan melalui Standar Pelayanan yang Terbaik Customer Satisfaction through the Best Service Standard

Berinisiatif tinggi memenuhi kebutuhan dan memastikan terciptanya kepuasan pelanggan.

High initiative to meet needs and to ensure customer satisfaction.

Profil Perusahaan [102-1] [102-2] [102-3] [102-5]

Company Profile

<p>Nama Perusahaan Company Name</p> <p>PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk</p>	<p>Akta Pendirian Deed of Establishment</p> <p>Akta Pendirian No 21 Tanggal 22 Februari 1989 Deed of Establishment No 21 Dated February 22, 1989</p>
<p>Bentuk Legal Legal Form</p> <p>Perseroan Terbatas Private Limited</p>	<p>Kepemilikan Saham Shares Ownership</p>  <p>52,55% PT Sigmantara Alfindo</p> <p>47,45% Masyarakat Public</p>
<p>Bidang Usaha Business Lines</p> <p>Perdagangan eceran dalam format minimarket dan jasa waralaba Retail trading in form of minimarket and franchise services</p>	<p>Telepon Telephone : 021 80821 555</p> <p>Faksimili Facsimile : 021 80821 556</p> <p>Situs Web Website : www.alfamart.co.id</p>
<p>Kantor Pusat Head Office</p> <p>Alfa Tower Jl. Jalur Sutera Barat Kav. 9, Alam Sutera, Tangerang 15143, Banten, Indonesia</p>	

Keberadaan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk di tengah-tengah masyarakat sudah dimulai sejak 1989. Gerai pertama Alfamart dibuka pada tahun 1999. Gerai Alfamart menyediakan barang-barang kebutuhan pokok yang lengkap dengan harga yang terjangkau, suasana berbelanja yang nyaman, serta lokasi yang mudah dijangkau. Saat ini, Alfamart merupakan salah satu yang terdepan dalam usaha ritel, dengan melayani lebih dari 4,0 juta pelanggan setiap harinya di lebih dari 15.000 gerai, 26% diantaranya dalam bentuk waralaba. Sebanyak 32 pusat distribusi tersebar di seluruh Indonesia siap mendukung operasional di setiap toko. Dalam rangka menciptakan produktivitas dan efektifitas layanan yang prima, operasi kami dijalankan dengan pendekatan 4P (*place, product, process, people*).

The presence of PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk in the midst of community has been started in 1989. Alfamart's first store was opened in 1999. Alfamart stores provide complete necessities with affordable prices, comfortable shopping ambience and convenient locations. At the moment, Alfamart is one of the leaders in the retail business, by serving more than 4.0 million customers every day in more than 15,000 stores, 26% of their locations are in a franchise form. There are 32 distribution centers throughout Indonesia who are ready to support each store's operations. In order to create a productive and effective prime service, our operations conducted by the 4Ps approach (*place, product, process, people*).

Skala Perusahaan ^[102-7] Company Scale

Uraian Description	Satuan Unit	2020	2019	2018
Jumlah karyawan Number of employees	Orang People	125.045	121.953	115.933
Jumlah operasi (Gerai) Number of stores	Gerai Stores	15.434	14.310	13.679
Pendapatan bersih Net revenue	Rp Juta Rp Million	75.826.880	72.944.988	66.817.305
Laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk Income for the Year Attributable to the Owner of the Parent Company	Rp Juta Rp Million	1.061.476	1.112.513	650.138
Jumlah aset Total asset	Rp Juta Rp Million	25.970.743	23.992.313	22.165.968
Jumlah kapitalisasi, yang terdiri dari: Total capitalization, which consists of: 1. Liabilitas Liability 2. Ekuitas Equity	Rp Juta Rp Million	18.334.415 7.636.328	17.108.006 6.884.307	16.148.410 6.017.558
Jumlah kantor cabang dan gudang Number of branch offices and warehouses	Kantor Office	32	32	32
Jumlah produk yang dijual (SKU) Number of product sold (SKU)	Safe Keeping Unit (SKU)	>4.300	>4.000	>4.000

Keanggotaan pada Asosiasi ^[102-13]

Alfamart aktif melibatkan diri dalam beberapa asosiasi yang relevan dengan kegiatan bisnisnya. Keanggotaan asosiasi berguna untuk menjaga kemitraan strategis dengan berbagai pemangku kepentingan.

Associations Membership ^[102-13]

Alfamart actively engages in several associations, which are all relevant to its business activity. Association memberships are very useful to maintain partnership strategies with many stakeholders

No.	Asosiasi Association	Posisi Keanggotaan Member Status
1	Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo)	Pengurus Management
2	Himpunan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (HIPPINDO)	Pengurus Management
3	Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) The Employers' Association of Indonesia	Anggota Member
4	Asosiasi Emiten Indonesia (AEI) Indonesian Public Listed Companies Association	Anggota Member
5	Indonesian Corporate Secretary Association (ICSA)	Anggota Member
6	Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) Indonesian Franchise Association	Anggota Member
7	Perhimpunan Waralaba & Lisensi Indonesia (WALI)	Anggota Member

Produk dan Jasa Utama

Bekerja sama dengan lebih dari 800 pemasok, kami menawarkan >4.300 SKU (*Safe Keeping Unit*) jenis produk dengan komposisi 65% makanan dan 35% 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, pembayaran pajak kendaraan, belanja *online*, dan 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).

Product and Main Services

By collaborating with more than 800 suppliers, we offer more than 4,300 SKU (*Safe Keeping Unit*) products with 65% food composition and 35% non-food classification. Alfamart also developed a *payment channel* which provides purchase services or financial transaction, such as:

1. *e-payment* (motorcycle credit installment payments, housing credit installment payments, electrical, water, and gas bills, tuition fees, PBB, BPJS Kesehatan, insurance, vehicle tax, telephone, TV cable, online shopping, and online travel agents);
2. *e-voucher* (prepaid electrical token, prepaid phone & data, and online games);
3. *e-ticketing and travel* (trains, flights, buses, ferry crossing, hotels, theme park and concerts/events);
4. *Delivery services* (documents and goods, remittance);
5. Other services (*e-money*, *branchless banking*, credit application).

Proses Bisnis Alfamart

Alfamart Business Process



Peluang Ritel

Industri ritel merupakan salah satu industri terfragmentasi yang memiliki persaingan yang sangat ketat, baik dari tetap ada peluang untuk meningkatkan pendapatan dari *value added services* maupun pengembangan jaringan waralaba. Kami telah mengembangkan digitalisasi, dan kini pelanggan dapat berbelanja secara *online* melalui aplikasi Alfagift. Pelanggan dapat dengan mudah mendapatkan barang-barang kebutuhan mereka tanpa harus ke toko dengan harga yang juga bersaing.

Meningkatnya penduduk di Indonesia setiap tahun berbanding lurus dengan meningkatnya kebutuhan konsumen. Peran Alfamart tidak hanya dalam menyediakan kebutuhan masyarakat, namun juga berperan menyediakan lapangan kerja bagi 125.045 orang di berbagai wilayah di Indonesia.

Tahun 2020, Alfamart terus mengembangkan usahanya dengan membuka gerai baru, yang berarti bertambahnya lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Di samping itu, kami juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menjadi mitra, dengan membuka *franchise* gerai Alfamart. Saat ini terdapat 3.944 gerai yang merupakan *franchise*.

Retail Opportunity

The Retail industry is one of the fragmented industries, which has strict competition, either from revenue increment opportunities by value added services, or franchise networks development. Alfamart has developed digitalization, therefore our customers are now able to shop online through Alfagift application. The customers can get the products they need easily without visiting to the store and they still receive a competitive price.

The yearly growing population of Indonesia is directly proportional to the increase of their needs. Alfamart's role is not only by providing products to meet customers' needs, but also providing job opportunities for the 125,045 people throughout Indonesia region.

In 2020, Alfamart continues to develop its business by opening new stores, which means more job opportunities for the community. In addition, we also provide opportunities for the public to become a partner, by opening Alfamart franchise stores. At the moment, there are 3,944 franchise stores.



Alfamart memperluas ekspansi bisnisnya dengan meresmikan gerai ke-1.000 di Filipina. Kepercayaan konsumen di Filipina terhadap Alfamart mendorong kami untuk terus berekspansi.

Alfamart expanded its business coverage by inaugurating the 1,000th store's new opening in the Philippines. Philippine consumers' trust and support to Alfamart has encouraged us to expand continuously.

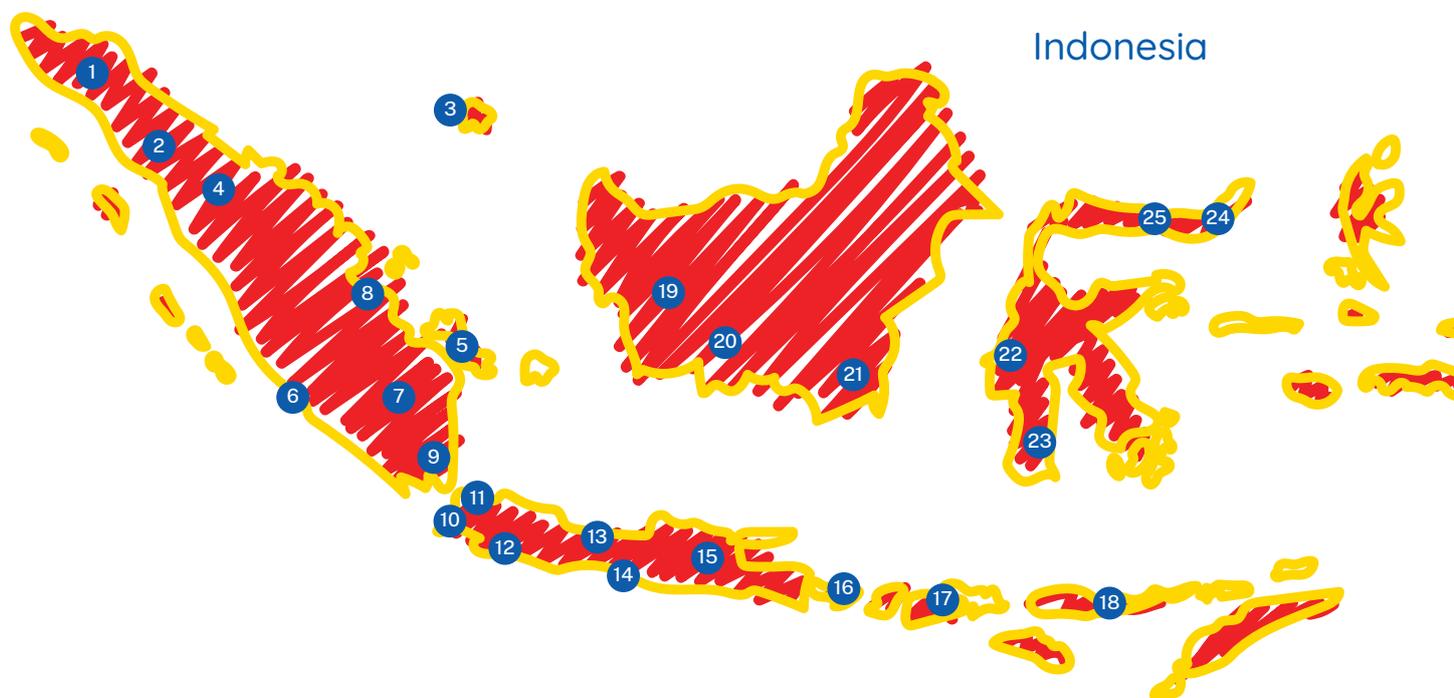
Pasar Terlayani ^[102-6]

Per tahun 2020, Alfamart memiliki 15.434 gerai, 32 cabang, 7 Depo dan 4 *Bulky* di seluruh Indonesia. Kami melayani seluruh lapisan masyarakat dengan menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari untuk pria, wanita, maupun anak-anak. Gerai Alfamart dapat dijumpai di dekat pemukiman termasuk apartemen dan hotel serta tempat-tempat keramaian lainnya seperti kawasan wisata, bandara, pelabuhan, terminal bus, stasiun, dan tempat pengisian bahan bakar.

Market Served ^[102-6]

As of 2020, Alfamart owned 15,434 stores, 32 branch offices, 7 Depo and 4 *Bulky* throughout Indonesia. We serve the community by providing the daily essential needs for men, women, and children. Alfamart stores can be found in residential areas, which includes apartments, hotels and other crowded places such as tourist areas, airports, harbors, bus terminals, train stations, and gas stations.

Gerai dan Lokasi Penyebaran [102-4] [102-6]
Store Locations



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

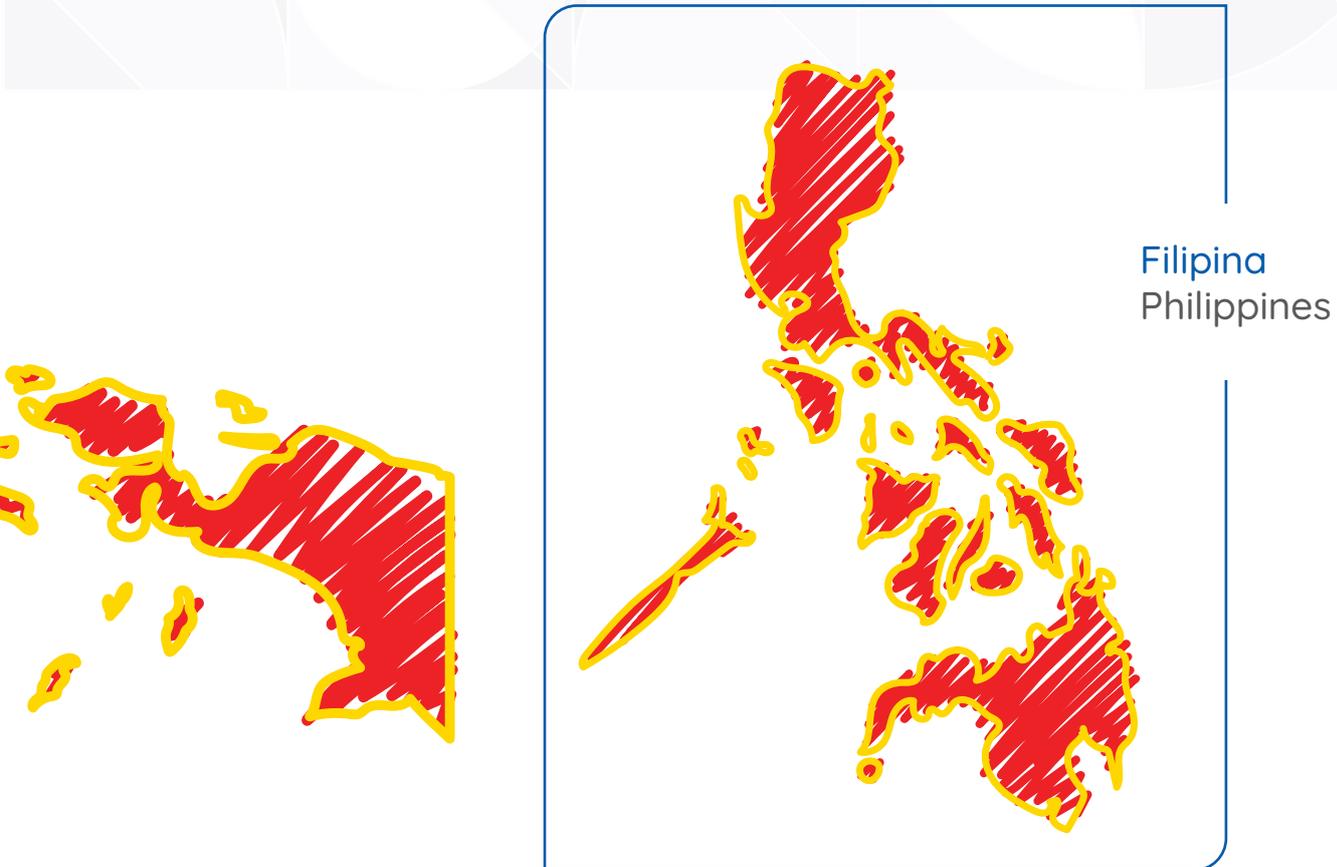
- 10. Banten
- 11. DKI Jakarta
- 12. Jawa Barat
West Java
- 13. Jawa Tengah
Central Java
- 14. Yogyakarta
- 15. Jawa Timur
East Java
- 16. Bali
- 17. Nusa Tenggara Barat
West Nusa Tenggara
- 18. Nusa Tenggara Timur
East Nusa Tenggara

Kalimantan Borneo

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

Sulawesi Sulawesi

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



Filipina
Philippines

Lapangan Kerja dan Inklusi Keuangan

Perkembangan pesat Alfamart dibuktikan dengan terus melakukan ekspansi gerai. Di tahun 2020, Alfamart mencatat penambahan 1.124 gerai baru. Hal ini mendukung komitmen Alfamart dalam melayani Indonesia melalui pembukaan gerai-gerai baru di wilayah luar Pulau Jawa dan lokasi-lokasi lainnya. Dengan demikian, Alfamart berperan dalam penyerapan tenaga kerja lokal hingga ke pelosok negeri. Selain itu, melalui transaksi pembelian produk kebutuhan sehari-hari maupun penggunaan jasa layanan pembelian atau pembayaran (*payment channel*), secara tidak langsung Alfamart mendukung inklusi keuangan di seluruh wilayah Indonesia. [102-10]

Job Opportunity and Financial Inclusion

Alfamart's rapid development proven by continuing to open its new stores. In 2020, Alfamart recorded 1,124 addition of new stores. Thus, support Alfamart's commitment to serving Indonesia by opening new stores Other Java Island and also other locations. Therefore, Alfamart contributes to local communities with recruitment in remote areas throughout the country. In addition, through purchasing transactions for daily necessities or using payment services (payment channel), Alfamart indirectly supports the financial inclusion throughout Indonesia region. [102-10]

Mendukung Pertumbuhan Bisnis UMKM

Supporting Business Growth of SMEs



*Manfaat kehadiran gerai Alfamart juga dirasakan oleh para pelaku UMKM, baik pelaku UMKM yang membuka usaha dengan menyewa tempat di area gerai Alfamart juga para pelaku UMKM melalui Outlet Binaan Alfamart (OBA).
The presence of Alfamart stores also benefit SMEs, both as SMEs businesses who rent space within Alfamart stores also SMEs through Alfamart Partner Outlet (OBA).*

Upaya Alfamart untuk meningkatkan ekonomi masyarakat adalah melalui pemberdayaan pengusaha kecil. Perseroan memiliki program *Outlet Binaan Alfamart (OBA)* yang dibuka bagi siapa saja. Pedagang kecil yang ingin bergabung dengan OBA, disyaratkan berada dalam radius 3 km dari toko Alfamart. Dengan adanya OBA, Alfamart memberi kemudahan bagi mereka untuk dapat memasok barang dagangannya dengan harga khusus yang nantinya bisa dijual kembali dengan keuntungan yang wajar.

Alfamart's efforts to improve the community's welfare is by empowering small entrepreneurs. Alfamart has an *Alfamart Partner Outlets (OBA)* program which is open to anyone. The small entrepreneurs who desire to join OBA, should domicile within 3 km radius from an Alfamart stores. With the OBA existence, Alfamart makes it easy for them to be able to supply their merchandise with special price which can be sold at reasonable profit.

Lebih dari
More than

65.000

Pedagang warung tradisional (member OBA)
Traditional stall entrepreneurs (OBA member)

Di sisi lain, kami juga memaksimalkan fungsi aplikasi Alfa Mikro untuk membangun relasi dengan anggota OBA. Alfa Mikro adalah program khusus untuk memudahkan pemesanan barang dagangan, dan Alfamart akan berperan sebagai “konsultan warung tradisional” dengan pelayanan sebagai berikut:

- Pengetahuan produk (kegunaan produk, kedaluwarsa);
- Penataan produk yang menarik bagi konsumen;
- Administrasi ritel;
- Pendampingan operasional. Dimulai pada tahun 2007 hingga tahun 2020, Alfamart mendampingi lebih dari 65.000 pedagang warung tradisional atau member OBA. Untuk beberapa warung, kami juga memberikan apresiasi dengan melakukan perbaikan tampilan warung dan pengelolaannya.

Kami juga mendukung UMKM melalui kerja sama untuk memasarkan produk mereka dengan label Alfamart. Mekanisme kerja sama yang terjalin yaitu:



Dalam rangka mendukung pertumbuhan usaha kecil dan ritel di Indonesia, Alfamart menjalankan program pelatihan manajemen bagi usaha kecil. Alfamart membagikan pengetahuan mengenai manajemen ritel modern untuk memajukan usaha kepada para pedagang warung tradisional. Pelatihan tidak hanya berlaku bagi member OBA, namun juga pedagang warung tradisional lainnya yang belum atau ingin bergabung menjadi member OBA. Materi pelatihan manajemen ritel mengangkat topik penting diantaranya: membaca tren produk yang sedang laku, tata cara *display* produk untuk menarik minat pembeli, administrasi sederhana, dan sebagainya.

Alfamart juga menjangkau industri kecil rumahan sehingga produknya mampu diterima oleh ritel modern, sekaligus memenuhi syarat regulasi yang diberikan baik dari pemerintah (seperti izin Industri Rumah Tangga/IRT, dan halal). Pada tahun 2020, Alfamart telah memberikan pelatihan kepada 2.361 pedagang warung dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di 32 kota di seluruh Indonesia.

Alfamart also maximizes the Alfa Mikro application function to develop the relation with OBA members. Alfa Mikro is a special program to facilitate in ordering merchandize, and Alfamart will act as the “traditional stall consultant” by providing services, as follows:

- Product knowledge (product usability, expiry date);
- Product arrangement that attract the consumer;
- Retail administration;
- Operational assistance. Starting from 2007 to 2020, Alfamart has assisted more than 65,000 traditional stall traders or OBA members. For some stalls, we also give appreciation by upgrading appearance and management of the stalls.

We also support SMEs through collaboration in their product marketing with Alfamart labeling. The collaboration mechanism is:

In order to support the small businesses and retail growth in Indonesia, Alfamart conducts a management training program for the small businesses. Alfamart shares the knowledge of modern retail management for business improvement to all traditional stall entrepreneurs. The training is not only applicable for OBA members, but also other traditional stall entrepreneurs who have not join or want support to join. Retail management training materials raise important topics including: reading current product trends, products display arrangement to attract buyers, simple administration, and others.

Alfamart is also reaching out to the domestic home industry, in order for their products to be accepted in modern retail, and meets the regulation requirements given by the government (such as household industry license, and halal certified). In 2020, Alfamart has provided training to 2,361 stall entrepreneurs and Small and Medium Enterprises (SMEs) in 32 cities throughout Indonesia.

Kinerja Keberlanjutan Sustainability Performance





Manajemen Sumber Daya Manusia yang Bertanggung Jawab

Responsible Human Resources Management



Keberadaan kami bagi Indonesia tidak hanya mendukung pergerakan dan pertumbuhan ekonomi, namun juga sebagai penyedia lapangan kerja. Bersama lebih dari seratus dua puluh lima ribu karyawan, Alfamart bisa memberikan dampak positif bagi Indonesia.

Our existence in Indonesia is not only to support the economy growth and movement, but also as a job opportunity provider. Along with more than one hundred and twenty five thousand employees, Alfamart can contribute positive impacts for Indonesia.

Karyawan Kami [102-8]

Peran kami bagi bangsa tidak hanya berkontribusi dalam menggerakkan perekonomian, namun juga melalui penyediaan lapangan kerja bagi lebih dari seratus dua puluh lima ribu lebih karyawan kami. Alfamart mengedepankan atmosfer kerja yang mendukung, sehingga mengupayakan terciptanya karyawan yang berkualitas untuk mendukung kinerja yang baik. Dalam kebijakan Sumber Daya Manusia (SDM), manajemen diarahkan untuk merekrut talenta terbaik, membangun kompetensi karyawan dan menciptakan suasana kerja yang kondusif.

Our Employee [102-8]

Our role for the nation is not only to contribute in the economy moves, but also by being a job opportunity provider for more than one hundred and twenty five thousand of our employees. Alfamart promotes a supportive work atmosphere, thus striving to create qualified employees in order to support good performance. In the Human Resources (HR) policy, the management is guided to recruit the best talent, improving employee's competency and creating conducive work atmosphere.

Karyawan Berdasarkan Status Kepegawaian dan Jenis Kelamin [102-8]
Number of Employees Based on Employment Status and Gender

Status Kepegawaian Employment Status	Pria Male			Wanita Female		
	2020	2019	2018	2020	2019	2018
Karyawan Tetap Permanent Employee	39.872	36.947	35.153	20.909	18.848	17.023
Karyawan Temporer Temporary Employee	39.186	40.863	38.685	25.078	25.295	25.077
Jumlah Total	79.058	77.810	73.838	45.987	44.143	42.100

Karyawan Berdasarkan Status Kepegawaian dan Wilayah Penempatan Kerja [102-8]
Number of Employees Based on Employment Status and Work Placement Regions

Wilayah Regions	Karyawan Tetap Permanent Employee			Karyawan Temporer Temporary Employee		
	2020	2019	2018	2020	2019	2018
Jabodetabek Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi	16.513	15.595	15.129	17.171	17.480	16.842
Jawa Java	26.725	24.609	23.323	28.566	28.754	26.967
Luar Jawa Other Java Island	17.543	15.591	13.724	18.527	19.924	19.953
Jumlah Total	60.781	55.795	52.176	64.264	66.158	63.762

Perekrutan dan Pergantian Karyawan

Kesempatan untuk bekerja di Alfamart dibuka bagi siapapun tanpa membedakan latar belakang. Kami membuka kesempatan kerja bagi masyarakat luas melalui *e-recruitment* dalam situs web perusahaan <https://recruitment.alfamart.co.id>. Perekrutan juga dilakukan melalui *job fair* di kota-kota besar di Indonesia. Di samping itu, perekrutan karyawan juga dilakukan melalui kolaborasi bersama pemerintah, yaitu melalui program pendidikan dan pelatihan kerja untuk mempersiapkan calon karyawan yang siap kerja yang dilanjutkan dengan proses perekrutan. Kami juga berkolaborasi dengan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) untuk dapat terus menghasilkan pekerja yang siap melalui Alfamart Class. Kami memastikan tidak ada tenaga kerja anak karena usia minimum karyawan di Alfamart adalah 18 tahun.

Employee Recruitment and Turnover

The opportunity to work in Alfamart is open for anyone without discrimination. We also provide job opportunities for the entire community through *e-recruitment* that can be accessed in: <https://recruitment.alfamart.co.id/>. The recruitment process is also carried out in job fairs which are held in big cities in Indonesia. In addition, the employee recruitment is also carried out through collaboration with the government, which provides education and work training to prepare employee candidates, who are ready for work which will be followed with the recruitment. We also collaborate with the Vocational High School (SMK) to continue generating workers who are ready to work through Alfamart Class. We ensure that there are no child labor employed due to the minimum age for the employee is 18 years old.

Selama tahun 2020, Alfamart Class telah menggandeng 190 Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dengan total 12.343 siswa. Sebanyak 1.764 siswa atau 14,3% lulusan SMK yang mengikuti Alfamart Class telah direkrut menjadi karyawan.

In 2020, Alfamart has prepared 190 Vocational School with total of 12.343 students. With 1.764 students or 14,3% Vocational School already graduated and have already been recruited as Alfamart employee.

Jumlah Siswa Alfamart Class Number of Alfamart Class Students			
Wilayah Region	2020		Total
	Pria Male	Wanita Female	
Jabodetabek Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi	671	1.448	2.119
Jawa Java Area	1.619	5.204	6.823
Luar Jawa Other Java Island	1.453	1.948	3.401
Total	3.743	8.600	12.343

Perputaran Karyawan [401-1] Employees Turnover			
Keterangan Description	2020		Total
	Pria Male	Wanita Female	
Jumlah karyawan baru Number of new employees	34.586	22.016	56.602
Jumlah karyawan keluar Number of employees leaving the job, due to:			
Pensiun Retirement	9	2	11
Meninggal Death	95	19	114
Pelanggaran Violation	109	6	115
Mengundurkan diri Resignation	12.219	8.865	21.084
Rata-rata rasio perputaran karyawan/ bulan Average employee turn over ratio per month			2,11%

Alfamart senantiasa mengupayakan atmosfer kerja yang baik untuk menjaga keterikatan dan kinerja karyawan, sehingga tingkat rata-rata *turn over* per bulannya berada di kisaran 2,11%. Sebagian besar alasan utama karyawan meninggalkan perusahaan adalah karena berhenti atas kemauan sendiri (mengundurkan diri). Upaya Alfamart dalam meningkatkan keterikatan dan mendorong loyalitas karyawan diantaranya melalui Program *Best Employee* sebagai penghargaan, dan Program COI (*Community of Interest*) untuk menyalurkan hobi karyawan.

Alfamart always strives to provide a positive work environment to maintain the employee's engagement and performance, so that the turnover average ratio is on 2.11% per month. The main reason for the employee turnover is resignation. Alfamart's efforts in order to improve the employee's loyalty and engagement are by awarding the Best Employee Program and the COI (Community of Interest) Program to facilitate the employee's hobbies.

Tantangan dalam Mengelola SDM

Selama tahun 2020, Alfamart telah merekrut 56.602 karyawan baru, dimana lebih dari 90% karyawan merupakan generasi Z yang berusia 18 hingga 25 tahun dengan status karyawan temporer. Sebagian besar generasi Z bekerja sebagai pramuniaga di gerai Alfamart. Tantangan setiap tahunnya bagi kami yaitu hampir 3.000 orang karyawan kontrak merupakan generasi Z mengundurkan diri dengan rata-rata lama bekerja sekitar kurang dari 12 bulan.

Tingginya tingkat pergantian karyawan di gerai sebagai pramuniaga menjadi perhatian kami. Hingga saat ini, kami masih terus menganalisis tentang kecenderungan karyawan terutama generasi Z yang belum dapat berkomitmen untuk bekerja lebih lama dan loyal terhadap perusahaan. Dalam menghadapi tantangan ini, kami berupaya mengarahkan *mindset* karyawan dan meningkatkan loyalitas karyawan salah satunya melalui program Alfamart Gema Budaya.

Challenges in HR Management

Throughout 2020, Alfamart has recruited 56,602 new employees, which consist more than 90% consist of Z generation employee category, between the ages of 18-25 as a temporary worker. Most of Z generation work as crew in Alfamart store. The annual challenge is that almost 3,000 temporary worker which are Z generation resigns after less than 12 months of work.

The high rate of employee turnover in our stores working as a crew has attracted our attention. Up to now, we keep analyzing employee tendencies, especially the Z generation, who are not demonstrating a lasting longterm employment and thus demonstrates lack of loyalty to the company. In dealing with this challenge, we strive to influence the employee's mindset and improving the employee's loyalty, one of them is through Alfamart Gema Budaya program.

Keberagaman dan Kesempatan yang Setara

[405-2] [406-1]

Kami menjunjung tinggi keadilan dan kesetaraan. Kami memastikan tidak ada diskriminasi di lingkungan Alfamart. Praktik tidak hanya diterapkan pada proses rekrutmen namun juga pada kesempatan jenjang karir hingga pemberian remunerasi. Kami tidak membedakan remunerasi bagi setiap karyawan pria dan wanita. Hal yang menjadi pembeda biasanya adalah besaran UMP/UMR yang ditetapkan oleh pemerintah setempat dimana gerai Alfamart berada serta juga jenjang jabatan dan pengalaman kerja.

Diversity and Equal Opportunity [405-2]

[406-1]

We strongly uphold fairness and equality. We ensure that there are no discrimination issues within the Alfamart environment. This practice is not only applied to the recruitment process but also in career advancement and in the remuneration adjustment. We do not differentiate remuneration between every male and female employees. The main reason that makes difference is usually minimum wage rate that already set by the local government where Alfamart stores are located as well as level position and work experience.

Jumlah dan Persentase Karyawan Berdasarkan Level Jabatan dan Jenis Kelamin [405-1]
Number of Employees and Its Percentage Based on Position Level and Gender

Level Jabatan Position Level	Pria Male			Wanita Female		
	2020	2019	2018	2020	2019	2018
Direktur Director	12 (0,0%)	12 (0,0%)	12 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
Manajer Manager	874 (0,7%)	805 (0,7%)	801 (0,7%)	116 (0,1%)	116 (0,1%)	118 (0,1%)
Supervisor	2.250 (1,8%)	2.056 (1,7%)	2.034 (1,8%)	405 (0,3%)	370 (0,3%)	349 (0,3%)
Officer	12.098 (9,7%)	9.216 (7,5%)	8.563 (7,4%)	4.734 (3,8%)	3.078 (2,5%)	2.767 (2,4%)
Staf Staff	63.824 (51,0%)	65.721 (53,9%)	62.428 (53,8%)	40.732 (32,6%)	40.579 (33,3%)	38.866 (33,5%)
Jumlah Total	79.058 (63,2%)	77.810 (63,8%)	73.838 (63,7%)	45.987 (36,8%)	44.143 (36,2%)	42.100 (36,3%)

Jumlah dan Persentase Karyawan Berdasarkan Level Jabatan dan Usia
Number of Employees and Its Percentage Based on Position Level and Age

Level Jabatan Position Level	≤25	26-35	36-50	51-55	≥55
2020					
Direktur Director	-	1 (0,0%)	4 (0,0%)	4 (0,0%)	3 (0,0%)
Manajer Manager	8 (0,0%)	197 (0,2%)	743 (0,6%)	39 (0,0%)	3 (0,0%)
Supervisor	135 (0,1%)	1.515 (1,2%)	972 (0,8%)	16 (0,0%)	17 (0,0%)
Officer	3.391 (2,7%)	12.159 (9,7%)	1.202 (1,0%)	34 (0,0%)	46 (0,0%)
Staf Staff	90.649 (72,5%)	13.226 (10,6%)	670 (0,5%)	11 (0,0%)	-
Jumlah Total	94.183 (75,3%)	27.098 (21,7%)	3.591 (2,9%)	104 (0,0%)	69 (0,0%)
2019					
Direktur Director	-	1 (0,0%)	5 (0,0%)	3 (0,0%)	3 (0,0%)
Manajer Manager	3 (0,0%)	198 (0,2%)	690 (0,6%)	25 (0,0%)	5 (0,0%)
Supervisor	113 (0,1%)	1.472 (1,2%)	811 (0,7%)	13 (0,0%)	17 (0,0%)
Officer	1.908 (1,6%)	9.434 (7,7%)	882 (0,7%)	21 (0,0%)	49 (0,0%)
Staf Staff	91.725 (75,2%)	13.891 (11,4%)	675 (0,5%)	6 (0,0%)	3 (0,0%)
Jumlah Total	93.749 (76,9%)	24.996 (20,5%)	3.063 (2,5%)	68 (0,0%)	77 (0,0%)

Jumlah dan Persentase Karyawan Berdasarkan Level Jabatan dan Usia Number of Employees and Its Percentage Based on Position Level and Age					
Level Jabatan Position Level	≤25	26-35	36-50	51-55	≥55
2018					
Direktur Director		1 (0,0%)	5 (0,0%)	3 (0,0%)	3 (0,0%)
Manajer Manager	4 (0,0%)	239 (0,2%)	656 (0,6%)	16 (0,0%)	4 (0,0%)
Supervisor	117 (0,1%)	1.568 (1,4%)	671 (0,6%)	10 (0,0%)	17 (0,0%)
Officer	1.871 (1,6%)	8.674 (7,5%)	721 (0,6%)	18 (0,0%)	46 (0,0%)
Staf Staff	87.196 (75,2%)	13.511 (11,7%)	579 (0,5%)	7 (0,0%)	1 (0,0%)
Jumlah Total	89.188 (76,9%)	23.993 (20,8%)	2.632 (2,3%)	54 (0,0%)	71 (0,0%)

Komposisi Karyawan Berdasarkan Jenjang Pendidikan Employees Composition Based on Education Background			
Jenjang Pendidikan Education Background	2020	2019	2018
Non Sarjana Non Bachelor	118.738	115.825	109.656
Diploma	1.599	1.510	1.655
Sarjana & Pascasarjana Bachelor & Postgraduate	4.708	4.618	4.627
Total	125.045	121.953	115.938

Remunerasi dan Kesejahteraan Karyawan

Hak karyawan diatur serta dijamin dalam Peraturan Perusahaan (PP) dan salah satunya mengatur tentang pemberian remunerasi. Alfamart menjunjung tinggi kepatuhan pada peraturan perundangan mengenai ketenagakerjaan. Standar upah karyawan *entry level* baik untuk karyawan pria maupun wanita telah memenuhi aturan Upah Minimum Regional (UMR), atau rasio 1:1. Selain gaji pokok, karyawan juga berhak atas manfaat lainnya seperti tunjangan makan.

Remuneration and Employee's Welfare

Employee's rights are regulated and covered in the Company Regulation (PP) and one of the focuses is on remuneration policy. Alfamart strongly complies with labor regulations. Employee standard wages for entry level, both men and women employees, has fulfilled the Regional Minimum Wage (UMR), or a 1:1 ratio. In addition to basic salary, the employees also have the rights for other benefits, such as meal allowance.

Fasilitas yang Diterima Karyawan Berdasarkan Status Kepegawaian [401-2]
Employee's Benefits Based on Employment Status

Bentuk Manfaat Benefit Types	Karyawan Tetap Permanent Employees	Karyawan Temporer Temporary Employees
Upah (Gaji Pokok dan Tunjangan Makan) Wages (Basic Salary, and Meal Allowance)	✓	✓
BPJS Kesehatan	✓	✓
BPJS Ketenagakerjaan	✓	✓
Tunjangan Hari Raya Keagamaan Religious Allowance	✓	✓
Insentif Incentive	✓	✓

Secara berkala kami melakukan evaluasi dan *benchmark* untuk memastikan bahwa gaji karyawan kami senantiasa kompetitif dengan pasar. Kami menyediakan tunjangan untuk mendorong setiap karyawan agar berprestasi. Tunjangan ini juga merupakan penghargaan kami terhadap pengalaman, keterampilan dan kemampuan setiap karyawan. Selain itu, Alfamart juga memberikan hak cuti melahirkan selama 90 hari kalender. Hingga akhir 2020, lebih dari 3.000 karyawan wanita menjalani cuti melahirkan. [401-3]

Periodically we conduct evaluation and benchmark to ensure that our employee salary are always competitive with the current marketplace. We provide an allowance to encourage the employees achievement. This allowance is also our way to show appreciation for the experience, skill, and ability of each employee. In addition, Alfamart also provides maternity leave rights for 90 days. In the end of 2020, there are more than 3,000 women employees who are on maternity leave. [401-3]



Di tengah pandemi COVID-19 dan tantangan berat bagi sektor ritel, Alfamart berkomitmen penuh untuk tidak melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) kepada karyawan dan juga tidak ada pemotongan gaji karyawan selama tahun 2020.

In the midst of the COVID-19 pandemic and severe challenges for retail sector, Alfamart is fully committed not to layoff the employees and there are also no salaries deductions during 2020.

Pengembangan Kompetensi Karyawan [404-1]

Alfamart mendorong karyawan untuk mengembangkan kompetensinya hingga akhirnya bisa mendukung jenjang karir mereka. Hal tersebut diwujudkan dalam bentuk pelatihan bagi karyawan. Berbagai program pelatihan baik di dalam perusahaan maupun di luar telah direncanakan dan direalisasikan untuk mengembangkan kompetensi kerja, produktivitas, disiplin, sikap, dan etos kerja seluruh karyawan.

Employee Competency Development [404-1]

Alfamart encourages the employees to improve their competencies to support their career. This effort is given by providing employee's trainings. Various training programs, both internal and external have been planned and made possible to improve their work competencies, productivities, disciplines, behaviors, and work ethics for all employees.

Rata-Rata Jam Pelatihan Per Tahun Berdasarkan Level Jabatan [404-1]			
Average Training Hour Based on Position Level			
Level Jabatan Position Level	2020	2019	2018
Direktur Director	2,88	3,25	2,50
Manajer Manager	8,61	6,30	7,82
Supervisor	5,62	7,86	9,32
Officer	6,34	4,72	5,64
Staf Staff	13,17	7,31	7,66
Jumlah Total	12,80	7,20	7,56

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk *in-house training* dan *public training*. Adapun jenis pelatihan yang terealisasi, diantaranya: [404-2]

The training conducted in the form of *in-house* and *public training*. There are types of training that are realized, among others: [404-2]

A. In-House Training

1. Induction & Orientation

Program 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 keterampilan mengelola toko dan gudang, *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 pengetahuan produk.

4. Pengembangan Karir

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*).

A. In-House Training

1. Induction & Orientation

This program is provided to all new employees about the company profile, retail business knowledge, company regulation, and the company's culture.

2. Basic Skill

This training provides the beginner to middle level of employees, discussing store and warehouse management skills, *Store Sales Point* (SSP), and others.

3. Re-Skill

Re-skill training is useful to refresh the spirit and knowledge of all employees, in addition to product knowledge improvement.

4. Career Development

For MT (*Management Trainee*), CT (*Coordinator Trainee*) and ST (*Store Trainee*), we prepare the career improvement programs, such as:

- 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. Pelatihan Publik

Di beberapa kesempatan, karyawan diikutkan pada pelatihan-pelatihan yang bekerja sama dengan *vendor training* di luar Alfamart. Keuntungannya, perusahaan dapat memilih program berdasarkan kebutuhan dan kompetensi karyawan. Bagi karyawan yang telah selesai diikutsertakan *public training*, mereka ditugaskan untuk berbagi ilmu yang baru pada rekan kerja mereka.

Selama masa pandemi, kami tetap melakukan pelatihan *in house*, dengan jumlah peserta terbatas, menyediakan sarana kebersihan seperti *hand sanitizer*, memberi jarak antar peserta, hingga mewajibkan peserta menggunakan masker. Kami juga menyelenggarakan pelatihan secara *online*. Namun demikian, pelatihan secara *online* memiliki tantangan tersendiri, yaitu pencapaian pengetahuan dan keterampilan yang diterima oleh peserta tidak sesuai dengan ekspektasi karena adanya faktor eksternal, baik itu kondisi jaringan maupun pemanfaatan fasilitas pelatihan yang digunakan kurang optimal. Selain itu, efektivitas waktu pelatihan menjadi tantangan tersendiri, di mana dengan waktu yang terbatas maka ada beberapa informasi yang perlu dibahas secara rinci menjadi terbatas dan tentu akan berdampak pada pencapaian kompetensi yang diharapkan.

Pelatihan dan Pemahaman terkait Anti Korupsi

[205-2]

Kami menerapkan kebijakan anti korupsi yang berlaku bagi seluruh insan Alfamart tanpa terkecuali. Secara berkala perusahaan melakukan sosialisasi anti pencucian uang dan transaksi keuangan yang diberikan pada berbagai kesempatan dan dikomunikasikan secara langsung kepada seluruh karyawan.

Upaya penegakkan anti korupsi juga dilakukan dengan cara mengirimkan karyawan untuk mengikuti sosialisasi yang diselenggarakan oleh pihak eksternal. Sebanyak 35 orang karyawan kami mengikuti acara sosialisasi tersebut. Seluruh karyawan yang mengikuti sosialisasi kemudian diminta membagikan pengalaman dan memberikan sosialisasi internal kepada seluruh karyawan yang diuraikan melalui tabel berikut.

B. Public Training

In several occasions, the employees are engaged into collaboration trainings with Alfamart's external vendor. The selection of who attends the program is based on the employee's competency and needs. For employees that have completed the public training, they are assigned to share their new knowledge to their co-worker.

During the pandemic, we continue to carry out in-house trainings, with a limited number of participants, providing hygiene facilities such as hand sanitizers, making distance between participants, and requiring participants to wear masks. We also provide online trainings. However, the online trainings are challenging, because of the knowledge attainment and skills received by the participants does not fulfill the expectations due to the external factors, both of poor networks and the lack of training facilities. In addition, the effectiveness of training time is also a challenge, due to the limited time so the discussion is also limited and this situation will certainly affect the expected trainings achievements.

Training and Understanding of Anti-corruption

[205-2]

We implement the anti-corruption policies which are applicable to all Alfamart's employees without exception. Periodically, the company will carry out an anti money laundering and financial transaction socialization, which are given on several occasion and directly communicated with the employees.

The effort to uphold anti-corruption is also conducted by delegating the employees to participate in socialization which is organized by external party. There are 35 employees who participated in that socialization event. All employees who participate in the external socialization should share their experiences to other employees in the internal trainings.

Pelatihan Anti Pencucian Uang dan Transaksi Keuangan Berdasarkan Level Jabatan [205-2]

Anti-Money Laundering and Financial Transaction Trainings Based on Position Level

Level Jabatan Position Level	Jumlah Individu (a) Participants (a)	Jam Pelatihan (b) Training Hour (b)	Jam Pelatihan Per Karyawan (b) : (a) Training Hour per Employees (b) : (a)
Manager	27	432	16

Pelatihan Anti Pencucian Uang dan Transaksi Keuangan Berdasarkan Level Jabatan [205-2]
Anti-Money Laundering and Financial Transaction Trainings Based on Position Level

Level Jabatan Position Level	Jumlah Individu (a) Participants (a)	Jam Pelatihan (b) Training Hour (b)	Jam Pelatihan Per Karyawan (b) : (a) Training Hour per Employees (b) : (a)
Supervisor	7	112	16
Officer	1	16	16
Staff	442	1.069	2,4
Jumlah Total	477	1.629	3,4

Kesejahteraan bagi Karyawan Purna Karya

[201-3] [404-2]

Kebijakan pensiun yang berlaku di Alfamart yaitu bagi karyawan yang usianya sudah mencapai 55 tahun. Bagi karyawan yang telah memasuki masa purna karya dimana dimulai pada usia 53 tahun, telah tersedia program Masa Persiapan Pensiun (MPP) yang diberikan dua tahun sebelum usia pensiun. Tujuannya, agar mereka dapat terus dapat berkarya dan berdaya secara mandiri di usia pensiunnya nanti. Kami 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 Motivasional;
- Aspek Spiritual;
- Aspek Kesehatan;
- Pengelolaan Keuangan;
- Pengelolaan Kewirausahaan.

Di sisi lain, Perseroan menyelenggarakan program pensiun iuran pasti untuk semua karyawan tetap yang memenuhi syarat. Di tahun 2020, terdapat 11 orang yang pensiun.

Penilaian Kinerja [404-3]

Secara konsisten, Alfamart selalu melakukan *review* dan penilaian kinerja kepada seluruh karyawan. Proses penilaian kinerja dilaksanakan sesuai dengan kerangka Sistem Manajemen Kinerja yang meliputi proses Perencanaan Kinerja, Monitoring Kinerja, dan Evaluasi Kinerja. Metode yang digunakan untuk mengukur kinerja karyawan yaitu melalui Penilaian Kinerja Berbasis Hasil (*Result Base Performance/KPI*) dan Penilaian Kinerja Berbasis Perilaku (*Behavioral Base Appraisal*).

Welfare for Retired Employees

[201-3] [404-2]

The retirement age in accordance with the Alfamart policy is 55 years old. For all employees that turn 53, and thus entering the retirement period, Alfamart provides a Retirement Preparation Period (MPP) program which is given two years prior the retirement age. The goal is to support employees to be able to work independently while they are retired. We collaborate with a credible training center which provide the comprehensive training to equip them. Among the topics discussed are:

- Psychological and Motivational Aspects;
- Spiritual Aspects;
- Healthy Aspects;
- Financial Management;
- Entrepreneurship Management.

On the other hand, the Company has a defined contribution pension plan for all of their eligible permanent employees. In 2020, there were 11 employees have that retired.

Performance Appraisal [404-3]

Alfamart has been consistently conducting reviews and performance appraisal to all employees. The performance appraisal process is carried out in accordance to Performance Management System which covers Performance Planning, Performance Monitoring, and Performance Evaluation. The method used to measure the employee's performance is through Result Base Performance (KPI) and Behavioral Base Appraisal.

Hasil penilaian kinerja akan digunakan sebagai salah satu dasar dalam pengambilan keputusan, diantaranya terkait, pemberian *reward*, pengembangan karir dan kompetensi, serta pengambilan keputusan kepegawaian lainnya. Selama tahun 2020, setidaknya sebanyak 91,22% karyawan Alfamart telah mendapatkan penilaian kinerja. Dari total 125.045 karyawan, sebanyak 114.071 karyawan sudah mendapatkan penilaian.

The performance appraisal result is used as one of the considerations in making the decision regarding, reward provisions, career and competency improvement, as well as other decisions related to employment. Throughout 2020, at least 91.22% of Alfamart employees had received a performance appraisal. The total employees at Alfamart, is 125,045, with 114,071 having received an appraisal.

Jumlah Karyawan yang Menerima Penilaian Kinerja Number of Employees which Received Performance Appraisal			
Level Jabatan Position Level	Pria Men	Wanita Women	Jumlah Total
Direktur Director	12	0	12
Manajer Manager	857	115	972
Supervisor	2.211	398	2.609
Officer	11.715	4.582	16.297
Staf Staff	57.448	36.733	94.181
Jumlah Total	72.243	41.828	114.071

Kami Memberdayakan Kaum Difabel

Bagi kaum difabel, yaitu mereka yang memiliki keterbatasan seperti tuna daksa, tuna wicara, tuna rungu, dan tuna netra, masih tersedia kesempatan untuk bekerja. Alfamart telah selangkah lebih maju dengan mempekerjakan para difabel untuk ditempatkan pada posisi-posisi di mana mereka dapat berkontribusi dengan maksimal sesuai keadaan mereka, contohnya di bagian operasional dan administrasi. Pada tahun 2020, terdapat 690 karyawan difabel, atau sekitar 0,55% dari seluruh karyawan kami.

We Are Empowering People with Disabilities

For people with disabilities, namely physically disabled, mute, deaf and blind, there are still opportunities to work for them. for them. Alfamart has been moving a step ahead by empowering the people with disabilities to be placed at the position they can contribute most, such as in operational and administration department. In 2020, we employ 690 disabled employees or 0.55% from our total employees.



Sebagai bentuk kepedulian Alfamart terhadap kaum difabel, kami berkomitmen memperluas kesempatan bagi kaum difabel untuk berkarya di Alfamart. Setiap tahunnya karyawan difabel kami terus meningkat, pada tahun 2020 ini kami memiliki lebih dari 600 karyawan difabel, atau 0,55% dari jumlah karyawan kami."

As a form of Alfamart's concern for people with disabilities, we committed to expand opportunities for them to work at Alfamart. Every year, number of employees with disabilities are increasing, in 2020 we have more than 600 employees with disabilities, or 0.55% of our total employees.

Jumlah Karyawan Disabilitas Number of Disabled Employees



Kepedulian Alfamart kepada kaum difabel tidak hanya dengan memberikan kesempatan bekerja, namun juga kami memberikan pendampingan. Kami bekerja sama dengan beberapa yayasan sosial dan pemerintah dalam menyediakan calon karyawan difabel, yaitu diantaranya Diffago, Kerjabilitas, Pusat Bahasa Isyarat Indonesia, Dnetwork.net, YAKKUM, Rajawali *Foundation*, Atma Jaya, SMA Luar Biasa, Balai Melati, Kementerian Sosial, dan Kementerian Ketenagakerjaan.

Tidak ada perbedaan dalam proses perekrutan karyawan difabel dengan perekrutan karyawan lain, hanya saja teknis pada tahap psikotes akan sedikit berbeda. Sebelum ditempatkan untuk bekerja, mereka diberikan pelatihan selama kurang lebih 17 hari. Selama masa pelatihan, cara penyampaian materi yang diberikan kepada mereka disesuaikan dengan jenis disabilitas yang disandangnya. Setiap *trainer* yang memberikan materi juga memiliki keahlian khusus agar dapat berkomunikasi dan menyampaikan materi dengan baik. Karyawan difabel nantinya akan ditempatkan untuk bekerja di gudang ataupun di gerai Alfamart dengan didampingi oleh atasan langsung dan tim ketika bekerja. Karyawan difabel diberikan seragam yang memiliki lambang sesuai dengan jenis disabilitasnya. Hal ini bertujuan untuk mempermudah komunikasi antar karyawan atau dengan konsumen.

Alfamart's care for disabled people is not only by providing job opportunities, but also assistance. Alfamart is collaborating with several social foundations and government in providing prospective employees with disabilities, namely Diffago, Kerjabilitas, Pusat Bahasa Isyarat Indonesia, Dnetwork.net, YAKKUM, Rajawali *Foundation*, Atma Jaya, Special Needs High School, Balai Melati, Ministry of Social Affairs, and Ministry of Labor.

There is no difference in the recruitment process between the ordinary employment compared with disabled employment, however the technical step at the psychological stage will be slightly different. Before being assigned to work, they need to get trainings for approximately 17 days. Throughout the training, the way of teaching the materials is adjusted to the type of their disability. Each trainer who provides the materials also have a special skill, thereby they can communicate and deliver the materials in a good way. Disabled employees, later on, will be placed to work at the warehouse or Alfamart's store accompanied by their direct supervisor and their team working. The disabled employees equipped with the uniform which have symbol in accordance with their type of disability. This is to ease the communication between the co-worker and consumer.



Ketut Santya Putra, Bali (Tuna Daksa):

Saya bekerja di Alfamart dari bulan Agustus 2017, sejak saya bekerja di Alfamart banyak pengalaman yang saya dapatkan dari kebersihan, pelayanan, tata letak barang dan menangani keluhan-keluhan pelanggan. Tidak mudah bagi saya sebagai penyandang disabilitas melakukan hal tersebut, namun saya termotivasi ketika melihat teman-teman saya bisa kenapa saya tidak bisa. Bekerja di Alfamart pastinya terdapat suka dan duka. Namun, saya sangat bersyukur orang-orang di sekitar tempat saya bekerja menerima saya dengan baik. Terima kasih Alfamart saya akan tetap menjadi karyawan yang terbaik. Tetap semangat untuk teman-teman disabilitas di mana pun berada. Terima Kasih.

Putri Gona, Bandung 2 (Tuna Rungu):

Saya bekerja di Alfamart sebagai pramuniaga toko, sebelumnya tidak pernah terpikirkan oleh saya bisa mendapatkan pekerjaan untuk disabilitas khususnya tuna rungu. Ketika saya diseleksi yang saya pikirkan hanya untuk menjadi yang terbaik meskipun dengan kekurangan pendengaran pada diri saya, serta dibarengi doa dan restu dari orang tua saya. Saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak Alfamart, khususnya yang satu toko dengan saya karena telah sabar membimbing saya.

Marzuki, Batam (Tuna Wicara):

Saya bekerja di Alfamart sejak 17 Desember 2017, awal saya bekerja di Alfamart saya merasa canggung dengan keterbatasan yang saya miliki. Meskipun saya tidak seperti kebanyakan orang bukan berarti saya tidak bisa melakukan banyak hal. Dengan semangat dan kerja keras orang-orang seperti saya juga bisa melakukan pekerjaan yang mereka lakukan. Terima kasih Alfamart telah menerima dan mempercayai saya untuk bekerja dan bergabung di Alfamart.

Ketut Santya Putra, Bali (Physically Disabled):

I've been working for Alfamart since August 2017, since then I get a lot of experience many things, such as hygiene, services, product display and customer complaint handling. It's not easy for me, as a disabled to do the job, however I was motivated by my disabled friends who can do the job, so why can't I. There are for sure the good times and bad times while working at Alfamart. However, I am very grateful with the people who work around me, they have welcomed me very well. Thank you Alfamart, I will maintain myself as the best employee. Keep up the spirit to all of my disabled friends wherever you are. Thank you.

Putri Gona, Bandung 2 (Deaf):

I work in Alfamart as an store crew, back then I never thought that I could get a job with my disability, especially being deaf. When I was in the selection process, all I could think of was that I will do my best even though I have my disability, and I had the support of my parents along side with their prayers and blessing. I thank everyone from Alfamart, especially those who work at the same store with me for being patient in guiding me.

Marzuki, Batam (Mute):

I worked in Alfamart since December, 17th 2017, at the beginning I felt awkward when working at Alfamart with my disability. Although I am not like other people, it doesn't mean that I can't do many things.. With the passion and hard work, people like me can also do the work they do. Thank you Alfamart, for accepting me and trusted me to join and work for Alfamart.

Perjanjian Perundingan Kolektif [102-41]

Peraturan Perusahaan (PP) dibuat oleh Perseroan dan disahkan oleh Kementerian Ketenagakerjaan dengan tujuan untuk memastikan hubungan kerja yang baik, yang mengatur kewajiban dan hak karyawan terhadap Perusahaan ataupun sebaliknya. Peraturan Perusahaan (PP) diharapkan dapat mendukung adanya atmosfer kerja yang kondusif dan produktif bagi karyawan dan perusahaan. Peraturan Perusahaan ini berlaku bagi seluruh karyawan Alfamart baik di kantor pusat maupun di kantor cabang-cabang Perusahaan di seluruh Indonesia. Dalam Peraturan Perusahaan tersebut memuat topik-topik seperti: hubungan kerja, hak dan kewajiban, hari dan jam kerja serta lembur, hari libur cuti dan izin 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, serta penyelesaian keluh kesah.

Collective Bargaining Agreement [102-41]

There is Company Regulation (PP) developed by the Company and legalized by the Ministry of Labor to ensure good working relationships, which manage employee's rights and obligations, and vice versa. This PP aims to provide conducive and productive working atmosphere for both employees and the Company. The Company Regulation applied to all employees both in head office and the Company's branch offices throughout Indonesia. The Company Regulation contains topics such as: work relation, rights and obligations, working days and hours and overtime, leave days off and permission to leave work, wages and assessment of work performance, work safety, health and welfare, code of conducts and work discipline, sanctions and warnings, work termination and complaint settlement.

Lingkungan Kerja yang Aman dan Layak

Kami percaya bahwa lingkungan dan tempat kerja yang nyaman dapat meningkatkan suasana kondusif untuk bekerja. Oleh sebab itu, Alfamart memperhatikan aspek keamanan, keselamatan, dan kesehatan kerja. Penerapan keamanan, keselamatan, dan kesehatan kerja berlaku bagi seluruh karyawan tanpa terkecuali.

Di lokasi kantor, baik di kantor pusat maupun kantor cabang, selalu tersedia obat-obatan, kotak P3K, ruang laktasi dan ruang kesehatan. Di gedung kantor pusat, dilengkapi dengan alat keamanan darurat seperti tangga darurat, alat pemadam api ringan (APAR), *hydrant*, *sprinkle*, dan *smoke detector*. Sementara itu, di seluruh toko disediakan alat pemadam api ringan (APAR).

Selama masa pandemi, kami juga menerapkan protokol kesehatan guna menjaga kesehatan karyawan kami. Dinas luar kota bagi karyawan dapat digantikan dengan meeting secara virtual. Namun, bagi karyawan yang masih bertugas untuk melakukan perjalanan dinas, diwajibkan untuk melakukan test kesehatan sesuai ketentuan dan juga mengikuti anjuran dari pemerintah daerah setempat. Secara internal, Alfamart juga meningkatkan kesehatan karyawan dengan cara melakukan penyemprotan disinfektan di seluruh lingkungan kerja, membagikan masker, vitamin, dan sebagainya.

Melindungi Karyawan dari COVID-19

Selama tahun 2020, hampir seluruh gerai Alfamart beroperasi setiap harinya. Namun demikian, kesehatan karyawan tetap menjadi prioritas kami. Kami telah mengikuti anjuran pemerintah untuk menjaga kesehatan dan kebersihan kantor dan seluruh gerai yang beroperasi. Di lokasi kantor ditetapkan kebijakan wajib memakai masker, menjaga jarak minimal 1 meter, pergantian jadwal masuk kerja, dan edukasi karyawan dengan video 3M (menggunakan masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak) melalui media komunikasi internal. Sementara itu, kebijakan yang kami terapkan untuk setiap toko yaitu adanya tempat mencuci tangan, kewajiban memakai masker, membuat batas antrian kasir minimal satu meter, serta memasang *acrylic/mika sparator* antara kasir dengan pelanggan. Kami juga menghimbau pelanggan untuk mengurangi transaksi dengan uang tunai, dan memaksimalkan transaksi *online*.

Secure and Decent Work Environment

We believe that a comfortable work environment can improve the conducive atmosphere for working. Therefore, Alfamart has focused on security, safety and health aspects. The implementation of security, safety, and health are applicable to all employees without any exception.

At the office location, both in head office and branch offices are available medical supply, first aid kits, lactation rooms, and health care centers. The head office is designed with safety in mind, which include emergency stairs, light fire extinguisher (APAR), hydrant, sprinkle, and smoke detector. Meanwhile in all stores are provided with light fire extinguisher (APAR).

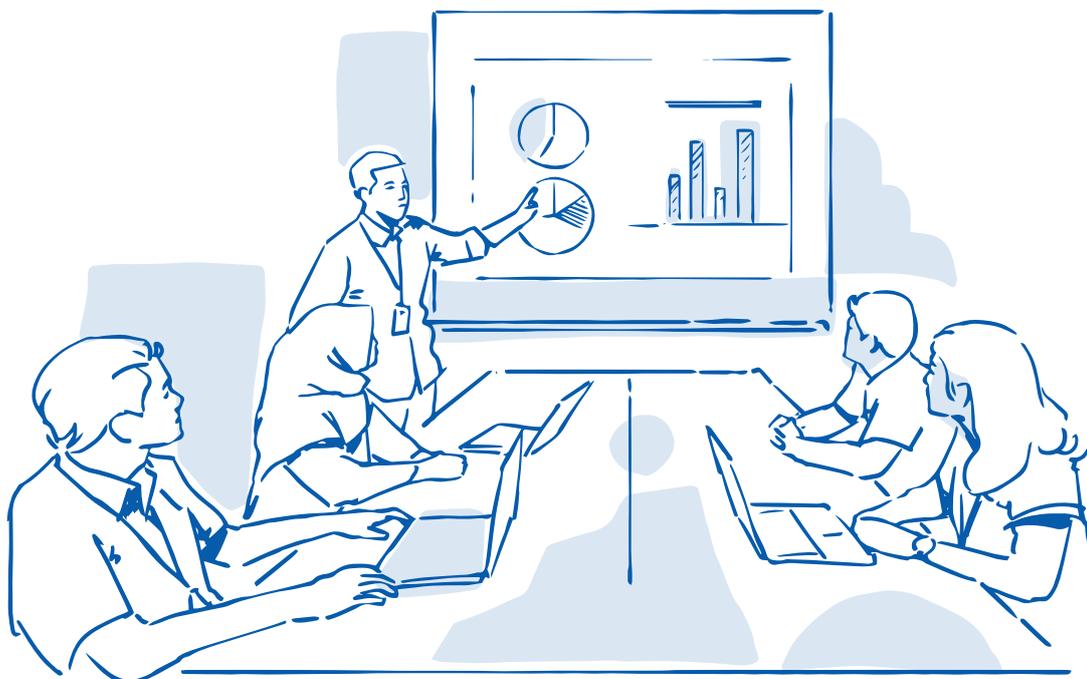
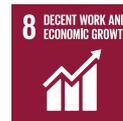
Throughout the pandemic, Alfamart also implements the health protocols to protect health of our employees. For those who need to travel out of town can be replaced by virtual meetings. For employees who still have to travel, they are obliged to undertake the medical test according to the provision and follow local regulations. Internally, Alfamart also protects the employee's health by utilizing disinfectant spray in all working environment area, daily masks distribution, vitamins, and others.

Protect the Employees from COVID-19

Throughout 2020, almost all Alfamart stores are operating everyday. However, employee's health still becomes our priority. We have followed the government's regulation to maintain office hygiene and health as well as in all stores. At the office it is required to wear mask, implementing 1-meter minimum social distance, the change of work schedules, and educating employee related to the 3M video (wearing mask, washing hands, and social distancing) through internal communication media. Meanwhile, in our stores, the policy includes requiring hand washing areas, wearing mask, and creating a line distance with to the cashier of at least one meter, as well as installing an acrylic separator between the cashier and customer. We also encourage customers to use cashless transaction and maximizing online transaction.

Bersama, Meningkatkan Kinerja Operasional & Ekonomi

Together, Improving The Operational & Economic Performance



Alfamart terus berupaya meningkatkan jaringan distribusi ritel. Kami bekerja sama dengan seluruh karyawan kami, serta regulator dan pemasok dalam menjalankan operasional dalam dunia ritel.

Alfamart strives to improve our retail distribution network. We collaborate with all employees, as well as regulators and suppliers in carrying out operation in retail industry.

Rantai Pasokan [102-9]

Rantai pasokan memiliki peran yang sangat signifikan untuk mendukung operasional bisnis ritel. Kami bekerja sama dengan banyak mitra, yang tidak hanya memasok barang dagangan namun juga beberapa mitra kerja lainnya yang memasok jasa seperti layanan logistik, penyedia tenaga kerja, dan jasa kebersihan. Kerja sama yang terbangun telah memperhatikan standar dan kebijakan yang disepakati bersama.

Hingga akhir 2020, Alfamart memiliki 32 pusat distribusi. Masing-masing pusat distribusi tersebut dapat memasok barang-barang dagangan untuk cakupan area toko-tokonya selama lebih dari seminggu.

Supply Chain [102-9]

The supply chain has a very significant role in supporting the retail business operation. We collaborate with several partners, which not only supply merchandises, but also supply services, such as logistic services, labor providers, and cleaning services. The agreement that has been developed complies with the mutual agreement standards and policies.

Until the end of 2020, Alfamart has 32 distribution centers. Each of Distribution centers can supply merchandise items for the coverage area of stores for more than a week.

Di sisi lain, selama masa pandemi COVID-19 kami menghadapi tantangan proses distribusi barang ke toko-toko. Tantangan ini, antara lain pengaturan waktu distribusi yang harus disesuaikan dengan jam operasional toko.

However, throughout the COVID-19 pandemic, merchandise distribution becomes a challenge to all stores. One of the challenges is on the delivery schedule arrangements which need to be adjusted with the stores operating hours.

Jumlah Pemasok dan Nilai Pengadaan [102-9] Number of Suppliers and Procurement Values				
Jenis Pemasok Supplier Type	Pengadaan Barang Dagangan Merchandise Procurement		Pengadaan Jasa Services Procurement	
	Jumlah Pemasok Number of Supplier	Nilai Pengadaan (Rp Miliar) Procurement Value (Rp Billion)	Jumlah Pemasok Number of Supplier	Nilai Pengadaan (Rp Miliar) Procurement Value (Rp Billion)
Lokal Local	800	51.338	13	697

Untuk mendukung operasional, perusahaan kami bekerja sama dengan banyak pemasok yang melakukan dukungan atas ketersediaan barang dagangan. Kerja sama ini memperhatikan standar yang disepakati oleh kedua belah pihak. Kami melibatkan pemasok yang memperhatikan aspek keberlanjutan dalam produk yang disediakan. Pemasok yang bekerja sama dengan kami antara lain penyedia barang dagangan dan jasa (kebersihan, keamanan, distribusi/logistik, auditor, Biro Administrasi Efek/BAE, dan notaris).

To support operations, our company works with many suppliers who support the availability of merchandise goods. These cooperation consider the standards agreed upon by both parties. We engage with suppliers who pay attention to sustainability aspects in the merchandise goods, they provide. Suppliers who work with us includes merchandise providers and service (cleaning service, security, distribution/logistics, auditor, Securities Administration Bureau/BAE, and notary) providers.

Kami belum melakukan *assessment* kepada pemasok terkait kesehatan dan keselamatan kerja, pengelolaan lingkungan, dan praktik perekrutan SDM.

We have not carried out supplier assessments related to the occupational health and safety, environmental management, and human resources recruitment practices.

Kinerja Ekonomi [201-1] [201-2] [201-4]

Seiring dengan perkembangan bisnis ritel di Indonesia, Alfamart terus mengembangkan usahanya hingga berdampak positif pada peningkatan pendapatan. Di tahun 2020, Alfamart mencatat pendapatan sebesar Rp75,83 triliun naik 3,95% dari tahun lalu. Meskipun dilanda pandemi yang berpengaruh pada jam operasional toko dan tutupnya beberapa gerai karena peraturan PSBB, penjualan makanan dan minuman di gerai kami tetap kondusif. Selain tantangan pandemi COVID-19, Perseroan tidak menghadapi risiko akibat perubahan iklim yang berimplikasi pada finansial perusahaan. Selama tahun 2020, Alfamart beroperasi penuh tanpa menerima bantuan finansial dari pemerintah misalnya dalam bentuk subsidi.

Economic Performance [201-1] [201-2] [201-4]

Along with the development of retail business in Indonesia, Alfamart continues developing its business to generate positive impacts for the revenue. In 2020, Alfamart has recorded Rp75.83 trillion of revenue which is increase by 3.95% than last year. Despite the pandemic which affected the stores operating hours and some closure of several stores due to PSBB regulation, the foods and beverages sales in our stores are relatively conducive. Apart from the COVID-19 pandemic challenges, the Company does not face any risks due to climate change which caused financial implications. During 2020, Alfamart operated without receiving any financial assistance from the government such as subsidies.

Pendapatan segmen makanan tumbuh 1,90% dari tahun lalu atau sebesar Rp50,27 triliun, sedangkan segmen non makanan menyumbang pendapatan Rp25,52 triliun, naik 8,25% dibanding tahun sebelumnya. Pendapatan dari segmen jasa tercatat berkontribusi Rp33,96 miliar. Secara geografis, wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek) menyumbang Rp26,23 triliun, Jawa sebanyak Rp26,29 triliun, sedangkan di luar Jawa Rp22,94 triliun.

Kami mencatat beban pokok pendapatan naik 3,44% menjadi Rp60,41 triliun dari Rp58,40 triliun. Meningkatnya beban pokok pendapatan berpengaruh pada laba bruto. Per akhir 2020, Alfamart mampu membukukan laba tahun berjalan sebesar Rp1,09 triliun.

Foods sales has increased by 1.90% than last year or contributed Rp50.27 trillion revenue, while the Non-Foods contributed Rp25.52 trillion, increased by 8.25% compared to last year sales. The income from services sales also contributed Rp33.96 billion. Geographically, Jakarta region, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi (Jabodetabek) contributed Rp26.23 trillion, while Java area generated Rp26.29 trillion, and outside Java area supported Rp22.94 trillion.

The cost of revenue increased by 3.44% to Rp60.41 trillion from Rp58.40 trillion. This increment has influenced the gross profit. At the end of 2020, Alfamart was able to generate Rp1.09 trillion for the profit for the year.

Nilai Ekonomi yang Diperoleh dan Didistribusikan (Dalam Jutaan Rupiah) [201-1]
Generated and Distributed Economic Value (In Million Rupiah)

Keterangan Descriptions	2020	2019	2018
Nilai ekonomi yang didapatkan Generated economic value			
Pendapatan bersih Net revenue	75.826.880	72.944.988	66.817.305
Pendapatan lain-lain-bersih Other revenue-net	924.608	882.367	753.144
Jumlah nilai ekonomi yang didapatkan Total generated economic value	76.751.488	73.827.355	67.570.449
Nilai ekonomi yang didistribusikan Distributed economic value			
Biaya operasional Operating expense	67.253.780	65.049.013	59.950.422
Biaya gaji dan remunerasi Salary and remuneration expense	7.806.573	6.986.844	6.215.588
Pembayaran dividen Dividend payment	805.991	109.625	239.596
Pajak final Final tax	36.501	39.761	35.473
Pajak penghasilan Income tax	263.989	275.249	163.232
Biaya CSR CSR expense	2.718	1.096	1.079
Jumlah nilai ekonomi yang didistribusikan Total distributed economic value	76.169.552	72.461.588	66.605.390
Nilai ekonomi yang ditahan Economic value retained	581.936	1.365.767	965.059

Kemampuan Alfamart untuk menjaga kelangsungan usaha dan meningkatkan kinerja ekonomi, berdampak positif bagi pemangku kepentingan. Adanya peningkatan pendapatan di tahun 2020 akan mempengaruhi peningkatan pajak kepada pemerintah serta pelayanan masyarakat dalam bentuk program tanggung jawab sosial perusahaan.

Menegakkan Anti Korupsi [205-1] [205-3]

Dalam menjalankan bisnis, risiko korupsi tidak dapat dihindari. Upaya yang kami lakukan untuk mencegah *fraud* dan korupsi yaitu melalui pemahaman akan dampak negatif korupsi, pemberian sanksi tegas pada tindakan korupsi, serta meningkatkan pengendalian dan pengawasan internal. Alfamart mengidentifikasi risiko korupsi tertinggi ada pada fungsi/pekerjaan pengadaan barang dan jasa, operasional di gerai, dan penerimaan uang hasil penjualan.

Kami mengelola risiko korupsi melalui:

1. Audit keuangan rutin yang dilakukan sebulan sekali kepada setiap gerai secara bergantian sesuai dengan jadwal yang telah dibuat;
2. Audit terhadap stok barang dilakukan setiap tiga bulan sekali, namun setiap harinya dilakukan *stock opname* secara parsial di toko.
3. Untuk pencegahan korupsi, rotasi karyawan juga rutin dilakukan.

Atas komitmen Alfamart dalam memerangi korupsi, pada tahun 2020 tidak terdapat dugaan kasus korupsi dalam jumlah signifikan. Namun demikian, kami menemukan beberapa *fraud* yang terjadi di operasional toko dan langsung ditindaklanjuti hingga selesai. Kami memberikan sanksi/teguran/denda dan pemberhentian/pemecatan untuk dapat meminimalkan *fraud*, kami berupaya untuk terus meningkatkan pengawasan terutama pada operasional toko.

Strategi dan Inovasi untuk Bertahan di Masa Pandemi

Perubahan pola konsumsi akibat pandemi COVID-19 dengan maraknya belanja online dan juga spesifikasi kategori barang tertentu yang dicari konsumen mendorong Alfamart menyesuaikan bisnisnya. Perseroan berusaha menyesuaikan hal tersebut sambil terus memberikan penawaran promosi yang relevan dengan harapan dapat mendorong konsumsi masyarakat dan konsumen mendapatkan "value for money" saat berbelanja.

Alfamart's ability to maintain its business sustainability and improving economic value, has positively impacted the stakeholder. The increasing income in 2020 will also increase the tax payment to the government as well as community services in the form of corporate social responsibility program.

Upholding the Anti-Corruption [205-1] [205-3]

When operating any business, corruption risk is inevitable. Our effort to prevent fraud and corruption is best demonstrated through education of corruption risk, strict sanction toward corrupt actions, and improve the internal monitoring. Alfamart identified the highest risk of corruption is in the procuring goods and services function/job, store operational, and cashier collection.

We manage the corruption risk through:

1. Financial audit routine, which carry out once a month to all stores in turn according to the predetermined schedule;
2. Good inventory audit, which carry out once in three months, but a partial stock audit is carried out on daily basis in the stores;
3. To prevent corruption, rotation of employees is also conducted.

Due to Alfamart commitment to fighting corruption, in 2020 there were no allegations of a significant number of corruption cases. However, we found several fraud cases that occurred in store operations and were immediately monitored. We apply sanction/warning/fine and work termination to minimize fraud, we are focused on improving the observation, especially in store operational area.

Strategy and Innovation to Survive Through the Pandemic

Changes in consumption patterns due to the Covid-19 pandemic with the rise of online shopping and also specifications for certain categories of goods that consumers are looking for, had encouraged Alfamart to adjust our business. The company tries to adjust this while continuing to provide relevant promotional offers that can encourage public consumption and consumers get "value for money" when shopping.



Alfamart melakukan kolaborasi dengan perusahaan lain, dimana dengan kolaborasi yang dilakukan dapat melakukan belanja online melalui platform-platform lain yang akan didukung dari gerai-gerai Alfamart.

Alfamart collaborates with other companies. With the collaboration, consumers can do online shopping through other platforms that will be supported from Alfamart stores.

Kami juga menyadari bahwa pergerakan ritel saat ini tidak hanya dalam bentuk transaksi di dalam gerai, tetapi juga berupa *online*. Untuk itu, Alfamart terus mengembangkan *platform online*. Di tengah pandemi COVID-19 ini, manajemen Alfamart juga menggalakkan belanja *online* yang dapat diakses melalui daring *alfacart.com*, atau dapat melalui aplikasi *Alfagift* dan juga dapat melalui aplikasi *Whatsapp*. Hal ini diharapkan dapat membantu dan memudahkan konsumen sehingga tetap dapat di rumah saja.

only on the transaction inside the store, but also online transaction. Therefore, Alfamart continues to develop the online platform. Throughout COVID-19 pandemic, Alfamart management has also organized online shopping, which can be accessed through online on *alfacart.com*, or through the *Alfagift* application process, as well as through *WhatsApp* application. Online shopping is expected to be helpful and useful for the consumer, so that they can just stay at home.

Innovation Award

Innovation Award merupakan salah satu *tools* yang disediakan manajemen untuk menginternalisasi dan mengimplementasikan budaya kerja 2I&3K, khususnya nilai budaya inovasi, serta mendorong produktivitas karyawan melalui inovasi di lingkungan kerja.

Innovation Award

Innovation Award is one of the tools which is provided by the management to internalized and implement the work culture of 2I&3K, especially the innovation culture, as well as encouraging the employee's productivity through innovation at work environment.

Beberapa inovasi yang tercipta dari *Innovation Award* dan manfaatnya, diantaranya:

Several innovations created by the *Innovation Award* and their benefits, which are:

No	Judul Ide Title	Manfaat Benefit
1	Alarm Water Boiler	Meminimalisir biaya untuk <i>service water boiler</i> yang rusak dan meningkatkan penjualan RTD <i>sachet</i> dan <i>gross margin</i> toko. To minimize the repair cost for damaged water boiler service and improving the RTD sachet sales and store gross margin.
2	Mempercepat transaksi <i>order online</i> untuk meningkatkan pelayanan Speeding up the online order transaction to improve services	<ul style="list-style-type: none"> Memenuhi target perusahaan dalam kecepatan transaksi <i>online</i>. Meningkatkan pelayanan ke konsumen. Mempercepat transaksi pesanan <i>online</i>. Personel toko yang tidak <i>standby</i> di kasir utama bisa mendengar pesan suara jika ada pesanan <i>online</i> masuk. Personel toko dengan mudah bisa mengetahui dengan cepat jika pesanan <i>online</i> masuk karena POP UP tampilan layar penuh. Achieve the Company target in online transaction Improve the customer service. Speed up online order transaction. Store personnel that are not on stand by at the main cashier can hear the voice messages when an online order comes in. Store personnel can easily find out quickly if an online order comes in because there will be a full screen POP UP displayed.
3	Cara cepat pelaksanaan <i>stock opname</i> dengan metode 4 langkah titik <i>space display</i> The fastest way to do stock opname, is by using the 4 point steps display space method	<ul style="list-style-type: none"> Menekan beban BTK (Batas Toleransi Kehilangan). Menekan retur barang kedaluwarsa dikarenakan FIFO yang dijalankan dengan baik. Surpressing BTK (Loss Limit Tolerance) load. Surpressing expired goods returns due to well executed FIFO method.

No	Judul Ide Title	Manfaat Benefit
4	Alarm Sederhana Simple Alarm	<ul style="list-style-type: none"> • Meminimalisir angka kebobolan (kemalingan) di toko. • Menekan barang hilang/rusak. • Menekan biaya perbaikan bangunan yang diakibatkan pembobolan. • Minimize number of thievery (stealing) in the store. • Surpressing lost / damaged product. • Surpressing building repair cost caused by break-in.
5	Implementasi <i>E-Request Mail System</i> untuk efisiensi dan efektifitas management <i>e-mail</i> Alfamart E-Request Mail System implementation for Alfamart e-mail management efficiency and effectiveness	<ul style="list-style-type: none"> • <i>System management e-mail</i> Alfamart dapat dilaksanakan secara terstruktur dan terdokumentasi sehingga berimbans pada efisiensi waktu operasional kerja. • Menunjang kegiatan kerja dari rumah dengan mengurangi penggunaan kertas dan meminimalkan pertemuan secara langsung, saat melakukan proses melakukan persetujuan. • Alfamart system management e-mail can be implemented in a more structured and documented way so that it affects the operational time working efficiency. • Support the implementation of working from home (WFH), thereby the users can use e-mails and therefore reducing paper usage and face-to-face meetings, when doing the approval process.
6	Penggunaan <i>checklist</i> & BAA <i>online</i> sebagai upaya efisiensi & percepatan pelayanan Using the checklist and online BAA as an efficiency effort and service speed-up	<p>Efisiensi biaya (penggunaan kertas dan mempermudah <i>user/atasan me-monitoring</i> kerja dari <i>team/BMS</i> yang berada di lapangan, data tersimpan dengan rapi.</p> <p>Cost efficiency (the use of paper and easing the user/direct report in monitoring its team work/BMS that are outstationed,data are stored neatly.</p>
7	Efisiensi biaya <i>part conveyor</i> dengan mengganti <i>pully roller motor DC ke roller motor AC conveyor</i> di <i>branch Bogor</i> Cost efficiency for conveyor part by replacing the DC pully roller motor to AC motor conveyor at Bogor branch	<p>Mengurangi biaya pembelian <i>spare part</i> untuk <i>conveyor</i>, dan mempercepat perbaikan kerusakan <i>conveyor</i>.</p> <p>Reducing the spare part cost for conveyor, and speed up the damaged conveyor repairmen.</p>

Tanggung Jawab Produk

Seluruh produk yang kami pasarkan telah dipastikan keamanannya untuk dikonsumsi maupun digunakan bagi pelanggan. Untuk produk makanan, dipastikan telah memenuhi syarat kesehatan dan keamanan. Upaya Alfamart untuk meningkatkan proses kesehatan dan keamanan produk, dilakukan dengan pemeriksaan terhadap dampak kesehatan dan keamanan terhadap produk. Sekitar 99% dari produk-produk yang kami jual, telah diperiksa sesuai dengan regulasi seperti PIRT/BPOM, serta sertifikasi halal dan lainnya. Atas komitmen Alfamart terhadap tanggung jawab produk, tidak ada laporan pengaduan terkait dampak produk terhadap kesehatan dan keselamatan pelanggan selama tahun 2020.

Product Responsibility

All of our marketed products have already been safety tasted for consume or use by the customer. For food products, it has been confirmed that they have met the health and safety requirements. Alfamart's effort in improving the health process and product safety is conducted by examining the health and safety impacts of the product. Almost 99% of the products we sell have been checked according to the regulations, such as PIRT/BPOM also Halal certification and others. Due to our commitment to product responsibility, there have been zero reports related to product impacts on customer health and safety throughout 2020.

Pelabelan Produk [417-1][417-2]

Setiap produk yang kami kelola, akan melewati prosedur identifikasi jenis barang, untuk barang yang tergolong *fresh food* akan dipisahkan penempatannya dengan barang *non fresh food*. Pengalokasian barang kami menggunakan sistem *First in First out* (FIFO) untuk meminimalisir barang yang harus diretur karena kedaluwarsa. Saat produk sudah didistribusikan ke toko, karyawan toko akan melakukan pengecekan apakah produk yang dikirim tidak rusak dan memiliki masa kedaluwarsa yang masih cukup. Pengecekan ini dilakukan setiap hari oleh karyawan toko.

Pada setiap produk terdapat informasi penting pada kemasannya, untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan manfaat dan informasi yang tepat dari produk-produk yang kami jual. 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 kedaluwarsa, dan lainnya. Untuk menjaga kesegaran produk tertentu, kami memerhatikan dengan seksama tanggal kedaluwarsa produk dan melakukan retur sesuai peraturan atau membuang produk yang tidak dapat diretur. Sistem pelabelan yang kami terapkan telah mengedepankan transparansi untuk membangun kepercayaan para pelanggan. Selama periode pelaporan, tidak ada insiden pelanggaran pelabelan dan informasi produk yang signifikan.

Komunikasi Pemasaran [417-3]

Komunikasi pemasaran yang dilakukan Alfamart diantaranya melalui promosi langsung oleh penjaga toko, serta membuat konten promosi, iklan, dan sponsor baik menggunakan media cetak maupun digital. Kami juga memanfaatkan sosial media dan teknologi informasi (TI). Berkat komunikasi yang berjalan dengan baik dan konsistensi Alfamart dalam menunjukkan komitmen terhadap kualitas produk dan layanan, maka selama 2020 tidak terdapat pengaduan atau pelanggaran terhadap etika promosi, iklan, sponsor, ataupun komunikasi pemasaran lainnya yang signifikan.

Product Labeling [417-1][417-2]

Each product that we manage, will pass through the identification procedures of product type, for fresh food product category, it will be placed separately from non-fresh food. Our product allocation is implementing the First in First out (FIFO) system in order to minimize product return due to its expiration. When products have been distributed to the store, store's employees will check to ensure that the products are not damaged and have enough expiration period. The checking is performed in on daily basis.

Each product contains important information in its packaging, to ensure that our customer receives the benefit and correct information from the products that we sell. The information written on the label is in accordance with the product type and complying with the government regulation for its product. Labeling is related to composition/content/product material, nutritional value, manufacturing date, expiry date, and so on. To maintain the freshness of certain products, we carefully pay close attention to the product expiration dates and make returns according to the regulations or discard non-returnable products. Our labeling system have already been implementing transparency as a priority to build customer's trust. Throughout the reporting period, there was not any significant incident on the violation of labeling and product information.

Marketing Communications [417-3]

Marketing communications carried out by Alfamart includes direct promotion by shopkeeper, as well as creating promotional content, advertisements, and sponsors using print and digital media. We are also utilizing social media and information technology (IT). Due to a good communication and Alfamart's consistency in demonstrating its commitment to products and services quality, during 2020, there were no significant complaints or violations of ethics related to promotions, advertisements, sponsorships, or other marketing communications.

Bisa, Mengurangi Dampak Lingkungan

We Can, Reducing The Environmental Impacts



Dampak operasional terhadap lingkungan tidak dapat dihindari. Namun demikian, Alfamart terus berupaya untuk mengelola dampak lingkungan dan menerapkannya di seluruh lini bisnis. Kami yakin, perubahan-perubahan yang kami terapkan saat ini akan membawa Alfamart menuju sebuah perusahaan "eco-friendly".

Operational impact to the environment is inevitable. However, Alfamart continues to manage the environmental impact and implement them across all business lines. We believe, the changes that we have been implementing will bring Alfamart to an eco-friendly company.

Implementasi 3R: *Reduce, Reuse, Recycle*

Isu lingkungan saat ini menjadi topik global. Kepedulian Alfamart terhadap pengelolaan lingkungan diwujudkan melalui aksi nyata di dalam menjalankan bisnis serta melibatkan komunitas-komunitas dalam jangkauan kami. Kami mencanangkan kebijakan 3R: *Reduce, Reuse, Recycle*.

3R Implementation: *Reduce, Reuse, Recycle*

Environmental issues have become a global topic. Alfamart's concerns about the environmental management are manifested in our businesses which also are engaging with the communities within our reach. We launched a 3R policy: *Reduce, Reuse and Recycle*.

Reduce

Praktik dalam mengurangi (reduce) limbah plastik, yaitu dengan menerapkan kebijakan plastik berbayar. Implementasi kebijakan ini dikampanyekan di media dengan tagline #BersihinIndonesia. Langkah Alfamart konsisten untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai oleh konsumen dengan cara ajakan secara langsung di toko agar konsumen memulai kebiasaan tidak lagi menggunakan kantong plastik sekali pakai atau menawarkan alternatif berupa tas belanja yang bisa dipakai berulang kali. Di internal perusahaan, pengurangan penggunaan bahan plastik diterapkan melalui penggunaan gelas kaca dalam ruangan-ruangan rapat, dan bukan botol plastik. Setiap karyawan didorong untuk membawa “tumbler” atau botol minumannya sendiri, dilarang menggunakan plastik sekali pakai dan boks styrofoam. Kami yakin, perubahan-perubahan kecil inilah yang akan membawa perusahaan kami menuju sebuah perusahaan “eco-friendly”.

Reduce

Reducing plastic waste practices including the implementation of paid plastic shopping bag. This policy implementation has been campaigned through media with the tagline of #BersihinIndonesia. Alfamart's steps are consistent in reducing the use of disposable plastics by the customers by directly inviting consumers to start the habit of not using disposable plastic bags or offering reusable shopping bags as the alternatives. On the internal companies, reducing the use of plastic materials applied through the use of glass beakers in indoor spaces tightly, and not a plastic bottle. We encourage each employee to bring their own tumbler or drinking bottle. Single-use plastics and styrofoam containers are prohibited. We believe that the small changes will lead our Company to become an “eco friendly” company.



Sejak diberlakukannya kebijakan pengurangan penggunaan plastik, Alfamart telah dapat mengurangi penggunaan kantong belanja plastik hingga 18,8% atau sekitar lebih dari 143 juta pcs.

Since the implementation of plastic reducing policy, Alfamart has been able to reduce the use of shopping plastic bags by 18.8% or around more than 143 million pieces.

Reuse

Prinsip penggunaan kembali (reuse), kami terapkan pada pengelolaan air limbah. Kami telah mencanangkan penghematan air dengan menggunakan kembali air limbah buangan dari kamar mandi dan tempat ibadah. Air limbah buangan yang telah melalui proses pengolahan akan dimanfaatkan untuk menyiram tanaman atau mencuci kontainer pengiriman barang.

Reuse

The reuse principle is implemented in our water waste treatment. We have managed the water saving by reusing waste water from the bathroom and prayer room. The waste water that has gone through the treatment process will be utilized for watering the plants or washing the delivery container.

Terdapat 8 cabang yang menerapkan kebijakan ini yaitu Cileungsi, Bekasi, Bandung 1, Bandung 2, Pekanbaru, Pontianak, Jember, dan Lampung. Penerapan kebijakan pengolahan air limbah ini telah bertambah 5 cabang dari sebelumnya di 2019 yang baru berjalan di 3 cabang, sehingga penerapan kebijakan ini telah mencapai 32% dari jumlah yang ditargetkan yaitu 25 cabang. Melalui flow meter yang dipasang pada output cuci container kami dapat menghitung volume air yang dapat digunakan kembali. Masih dalam semangat reuse, Perseroan juga mengkampanyekan

There are 8 branch offices which have already applied this policy, namely Cileungsi, Bekasi, Bandung-1, Bandung-2, Pekanbaru, Pontianak, Jember and Lampung. The implementation of the waste water treatment policy has increased by 5 branches from last ending 2019 in 3 branches, so that the implementation of this policy has reached 32% of the targeted number of 25 branch offices. Through the flow meter that are installed in the container wash output, we can calculate the water volume that can be reused. Inggris: Still adapting the reuse spirit, the Company is also



Total volume air yang digunakan kembali pada tahun 2020 yaitu sebanyak 560.561 m³. Perhitungan ini mengalami kenaikan lebih dari 180.000% dari volume air limbah yang digunakan kembali di tahun lalu yang sebanyak 300 m³.

The total volume of reused water in 2020 is 560,561 m³. This volume has increased by 180,000% of reused waste water consumption in the last year, which is only 300 m³.

untuk menggunakan kantong belanja kain, yang dapat digunakan tidak hanya sekali, namun berkali-kali guna menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan.

implementing the campaign to use cloth shopping bags, which is reusable, to show care to the environment.

Recycle

Sampah plastik yang dibuang sembarang akan membuat lingkungan menjadi rusak bahkan bisa menghambat saluran air dan mengotori laut. Kami menerapkan prinsip daur ulang untuk mengurangi timbunan sampah. Pada prosesnya, daur ulang berarti upaya mengubah bahan bekas menjadi bahan baru yang berguna bahkan bernilai ekonomis. Sehubungan dengan jenis industri kami yang merupakan *retailer*, Alfamart tidak menciptakan produk sehingga kami tidak menerapkan prinsip daur ulang di internal perusahaan. Namun kami mendukung pengelolaan lingkungan, dengan menyebarkan edukasi terkait prinsip dan proses daur ulang kepada masyarakat. Pada tahun sebelumnya, Alfamart menyelenggarakan edukasi daur ulang sampah bagi Pasukan Oranye atau Petugas dan Sarana Pemda DKI Jakarta. Namun selama tahun 2020, Alfamart tidak melakukan kegiatan edukasi daur ulang karena berfokus pada penanganan COVID-19. Di sisi lain, pelatihan dan edukasi daur ulang akan sulit dilakukan melalui sistem *online*.

Recycle

Plastic waste that is disposed away carelessly will damage the environment and can even block waterways and pollute the sea. We have implemented a recycle principle to reduce waste. In the process, recycling means utilizing waste for a new material that may even add economics value. As a retail business, Alfamart does not produce the product, therefore we do not apply the recycle principle within our internal activity. However, we support environmental management by educating the community about recycling principle and process. In the previous year, Alfamart organized recycling education activity for Orange Troops' or DKI Jakarta Regional Government Officials and Facilities. However, in 2020, Alfamart did not organize recycle education activity due to our focus on handling COVID-19. Alfamart acknowledges that recycling training and education activity is difficult to do on online media.



Kreativitas dalam Mengolah Limbah | Creativity in Waste Treatment

Dalam program Alfamart *Clean & Green*, kami berupaya untuk menumbuhkan jiwa peduli lingkungan dan kewirausahaan masyarakat sekitar toko Alfamart secara sinergis. Alfamart memberikan pelatihan kreativitas pengolahan limbah layak guna untuk menjadi barang yang bernilai ekonomis, seperti aksesoris, kerajinan tangan, perlengkapan rumah tangga, dan lainnya.

In Alfamart's *Clean & Green* program, we encourage to foster concern for the environment and entrepreneurship among the local community around Alfamart stores. Alfamart provides creative waste treatment training to become more economically valuable products, such as accessories, handicrafts, houseware, etc.

Pengelolaan Limbah yang Dihasilkan

Dalam operasional Alfamart, terdapat limbah yang dihasilkan yaitu limbah yang mengandung bahan berbahaya dan beracun (B3) dan non B3. Kami mengidentifikasi limbah yang dihasilkan dari kantor, cabang, gudang, dan gerai. Pengelolaan disesuaikan dengan jenisnya.

Generated Waste Treatment

In Alfamart's operation, there are toxic and hazardous waste categorized as B3 Waste and Non-B3 Waste. We are identifying the wastes generated from the offices, branch offices, warehouses and stores. The waste treatment is based on its type and hazard level.

Limbah yang Dihasilkan Generated Waste		
Lokasi Location	Limbah Waste	Metode Pengelolaan Management Method
Limbah B3 B3 Waste		
Kantor Offices	Cartridge printer bekas & cartridge mesin fotokopi bekas Used cartridge from printer & photocopy machine	Diserahkan ke pihak ketiga yang berkompeten untuk melakukan pengelolaan limbah Handed over to the competent third party who can manage the waste treatment
Cabang Branch Offices	Cartridge printer bekas & cartridge mesin fotokopi bekas Used cartridge from printer & photocopy machine	Diserahkan ke pihak ketiga yang berkompeten untuk melakukan pengelolaan limbah Handed over to the competent third party who can manage the waste treatment
Gudang Warehouses	Cartridge printer bekas Used printer's cartridge	Diserahkan ke pihak ketiga yang berkompeten untuk melakukan pengelolaan limbah Handed over to the competent third party who can manage the waste treatment
Gerai Stores	Cartridge printer bekas Used printer's cartridge	Diserahkan ke pihak ketiga yang berkompeten untuk melakukan pengelolaan limbah Handed over to the competent third party who can manage the waste treatment
Limbah Non B3 Non-B3 Waste		
Kantor Offices	Kertas bekas, kemasan plastik, sampah makanan Used papers, plastic packaging and food waste	Pengendalian kebersihan dengan memberdayakan <i>cleaning service</i> , tersedia tempat sampah organik dan anorganik, kerja sama dengan pihak yang berkompeten untuk pengangkutan dan pengolahan limbah Controlling the cleanness by cleaning services utilization, provide organic and inorganic waste bin, collaborate with a competent party for waste disposal and treatment
Cabang Branch Offices	Kertas bekas, kemasan plastik Used papers and plastic packaging	Pengendalian kebersihan dengan memberdayakan <i>cleaning service</i> , tersedia tempat sampah organik dan anorganik, Kerja sama dengan pihak yang berkompeten untuk pengangkutan dan pengolahan limbah Controlling the cleanness by cleaning services utilization, provide organic and inorganic waste bin, collaborate with a competent party for waste disposal and treatment
Gudang Warehouses	Kardus bekas, barang dagangan yang kedaluwarsa/ rusak Used paper boxes, broken/ expired merchadise goods.	Diserahkan kepada pihak ketiga atau pengelola limbah Handed over to the third party who can manage the used waste
Gerai Stores	Kardus bekas, kertas bekas, Used paper boxes and papers	Crew toko mengembalikan limbah kardus dan kertas bekas ke Gudang dan Kantor Cabang Store's crews will return the used paper boxes and papers to the Warehouse and Branch Offices

Kepedulian Alfamart terhadap lingkungan juga direalisasikan melalui pengurangan pemakaian kertas. Upaya yang kami lakukan diantaranya menggunakan kembali sisi kosong kertas bekas, memaksimalkan penggunaan *platform digital* sehingga mengurangi kertas *form* yang harus dicetak.

Sementara itu, upaya di gerai Alfamart untuk mengurangi kertas yaitu pada struk kertas kasir dilakukan dengan mengubah cetak struk kasir dengan mengirimkan bukti transaksi ke pelanggan. Saat ini hanya member yang memiliki aplikasi Alfagift yang dapat menerima bukti transaksi secara digital. Sejak diluncurkan di akhir tahun 2019, transaksi yang tercatat selama tahun 2020 di aplikasi Alfagift sebanyak 23.839.967 transaksi. Seiring peningkatan transaksi di Alfagift tersebut, kami berhasil mengurangi penggunaan struk kertas kasir dari 4.005.028 *roll* di tahun 2019 menjadi 3.484.446 *roll* di tahun 2020 atau berkurang 12,9%.

Limbah lain yang dihasilkan oleh gerai dan gudang antara lain adalah kardus bekas, kardus bekas tersebut dijual kepada pihak ketiga agar dapat dimanfaatkan ulang. Adapun jumlah kardus yang telah dijual Alfamart selama 3 tahun terakhir diuraikan melalui tabel berikut.

Alfamart's concern for the environment is also realized through their paperless program. The efforts taken are reusing the blank side of used papers, and maximizing the digital platform to reduce on-paper printing.

Meanwhile, in order to implement the paperless program, Alfamart replaces paper receipts for digital receipts. As of now, digital receipts are only available for members who have the Alfagift application. Since its launch in 2019, there have been 23,839,967 transactions with digital receipts throughout 2020, recorded on the Alfagift application. With this increase of digital receipts in Alfagift, Alfamart managed to reduce the use of receipt paper by 12.9%, from 4,005,028 rolls in 2019 to 3,484,446 rolls in 2020.

Another waste generated from the stores and warehouses is used paper boxes, which were sold to the third party for reuse. The table below shows the number of used boxes sold by Alfamart in the past 3 years.

Jumlah Kardus Bekas yang Berhasil Dijual Alfamart Used Boxes Sold by Alfamart		
2020	2019	2018
Kuantitas (kg) Quantity (kg)	Kuantitas (kg) Quantity (kg)	Kuantitas (kg) Quantity (kg)
49.249.774	45.644.724	39.478.022



Pemakaian Energi, Intensitas Energi, dan Upaya Pengurangannya

Dalam menjalankan operasi perusahaan, sumber energi utama kami adalah listrik dan bahan bakar minyak (BBM) untuk kendaraan operasional. Perhitungan energi yang kami laporkan diperoleh dari data pembelian BBM, sedangkan perhitungan listrik diperoleh dengan cara melakukan konversi biaya listrik menjadi kWh.

Energy Usage and Intensity, and Its Reduction Effort

For our operational activities, our main energy consumption is using electric energy and fuel for the operational vehicles. The fuel data is calculated from fuel purchase, while the electrics is from electricity cost to kWh conversion.

Konsumsi Energi dan Intensitas Energi Energy Consumption and Energy Intensity				
Sumber Energi Energy Source	Satuan Units	2020	2019	2018
BBM Fuel	liter	4.879.838	4.951.588	5.093.821
Listrik Electricity	kWh	798.588.367	780.305.831	727.342.734
Total luasan seluruh gerai Total stores areas	m ²	5.672.000	5.326.641	5.137.341
Intensitas penggunaan energi listrik Electricity energy use intensity	kWh/m ²	141	146	142

Di tahun 2020, kami mencatat penggunaan listrik untuk operasional sebanyak 798.588.367 kWh, naik 2% dari tahun 2019. Sementara itu, intensitas energi di tahun 2020 sebesar 141 kWh/m², turun 4% dari tahun 2019. Penurunan intensitas energi menunjukkan turunnya jumlah energi yang digunakan per meter persegi (m²) luas toko dan gudang.

Selama ini kami terus mengurangi konsumsi energi listrik, dengan upaya-upaya sebagai berikut:

1. Mengganti lampu *fluorescent* 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.

In 2020, we recorded the electricity use for company's operational is 798,588,367 kWh, higher by 2% than 2019. While the energy intensity used in 2020 is 141 kWh/m², lower by 4% than 2019. The energy intensity decrease shows the lower of energy use per meter square (m²) of store's area.

Throughout the process, we keep trying to reduce the electrical power consumption, by the following efforts:

1. Replacing the fluorescent lamps with energy saving lamp which is LED lamps;
2. Using natural lighting from the transparent ceiling in warehouses during the day time, so there will not be any need to utilize fluorescent lamps;
3. Utilizing timers on all air conditioning (AC) units to automatically switch off at 5 pm, at the headquarter office and our 32 branch offices.

Bisa, Berbagi Untuk Masyarakat

We Can, Sharing To The Community



Masyarakat selalu menjadi inti dari siapa kami, di mana tempat kita tinggal dan bekerja untuk mendukung bisnis, karyawan, pelanggan, hingga masyarakat luas. Sebagai sebuah perusahaan yang menjadi sahabat masyarakat, kami berkomitmen untuk terus berkontribusi sosial bagi masyarakat sekitar.

Being community focused will always define who we are, where we live and work to support the business, employee, customer, and to a wider society. As a friendly neighborhood company, we are committed to keep providing social contributions to surrounding community.

Pengelolaan Dampak Operasi terhadap Masyarakat Sekitar

Keberadaan Alfamart turut memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar, baik secara ekonomi maupun sosial. Dampak positif pada aspek ekonomi antara lain, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan ekonomi UMKM, sedangkan dampak positif pada aspek sosial diantaranya program bantuan pendidikan, bakti sosial, dan lainnya. Di sisi lain, kami juga mengidentifikasi potensi dampak negatif diantaranya aspek lingkungan. Alfamart mengelola dampak negatif operasi dengan melakukan pengurangan penggunaan kantong plastik dan penggantian lampu hemat energi.

Operational Impact Management to the Surrounding Community

The Alfamart existence has provided a positive impact to the community, both economically and socially. The positive impact in the economic sector includes employment and SMEs economy improvement, while in the social sector includes educational assistance programs, social services, and so on. On the other hand, we also are aware of the negative impact on the environment. Alfamart manages negative operation impacts by reducing the shopping plastic bag use and replacement to energy saving lamps.

Kami senantiasa meningkatkan dampak positif atas keberadaan Alfamart bagi masyarakat sekitar melalui berbagai program kemasyarakatan yang dituangkan dalam tujuan dan strategi yang terarah.

Pelibatan Masyarakat

Dalam mengembangkan program-program kemasyarakatan, Alfamart selalu berdiskusi dengan melibatkan partisipasi langsung dari masyarakat. Sehingga dari hasil diskusi tersebut didapatkan kebutuhan masyarakat, tantangan yang akan dihadapi dan potensi pengembangan yang mungkin akan dilakukan.

We keep improving the positive impacts for the surrounding community through various community programs, as outlined in a focused goal and strategy.

Community Engagement

In order to develop the community programs, Alfamart is always open to discuss ideas and issues with direct participation from the community. Therefore, the discussion can result in generating helpful changes for the community needs, and addressing possible future challenges and development.

Kebutuhan dasar masyarakat:

- Bantuan bahan pokok
- Bantuan alat preventif masa pandemi (pembagian masker, hand sanitizer, dan face shield)
- Pemberian vitamin untuk meningkatkan imunitas tubuh
- Sarana prasarana masyarakat
- Bantuan pasca bencana

Community basic needs:

- Primary needs assistance
- Protective equipments for the COVID-19 pandemic (distribution of masks, hand sanitizers and face shields)
- Providing vitamin supplements to improve immune system
- Community infrastructure
- Post-disaster assistance

Tantangan di wilayah setempat:

- Lapangan kerja

Challenges in local community :

- Job vacancy

Potensi:

- Pengembangan UMKM

Potential :

- SMEs development

Pemberdayaan Masyarakat

Pada tahun 2020, salah satu fokus yang dilakukan untuk mengembangkan potensi masyarakat adalah dalam bidang kewirausahaan dan pengembangan produk lokal daerah. Pendampingan diberikan dengan cara memberikan pelatihan seputar cara memproduksi produk yang memenuhi standar di ritel modern seperti sertifikat halal, PIRT, higienitas produksi, izin edar dan standar lainnya. Pada beberapa kesempatan pelatihan, Alfamart mengajak peran dari dinas terkait di pemerintah daerah kota/kabupaten untuk ikut terlibat. Selain itu, dipenghujung tahun 2020 Alfamart juga mengadakan webinar nasional pelatihan pelaku UMKM yang diikuti 1.000 pengusaha kecil dari berbagai wilayah Indonesia.

Sebanyak lebih dari 790 produk lokal daerah, produk dari 323 UMKM telah dijual di Alfamart selama tahun 2020. Hal tersebut tidak lepas dari usaha Alfamart yang berusaha meningkatkan potensi dan daya saing produk

Community Empowerment

In 2020, the area of focus in community development was entrepreneurship and local products innovations. The community assistance were trainings related to goods production that met the standards of modern retail, such as halal certificate, PIRT, hygiene production process, distribution license, and other standards. In some of the trainings, Alfamart engaged the relevant agencies in the city/district government. Other than that, at the end 2020, Alfamart also organized a national training for SMEs entrepreneurs, that was attended by 1,000 small-scale business owners from all over Indonesia.

There are more than 790 local products from 323 SMEs being sold in Alfamart in 2020. This cannot be separated from Alfamart's efforts in improving the potential and competitiveness of local products against large-scale

lokal terhadap produk industri besar, sehingga bisa diterima oleh masyarakat lebih luas.

industry products, in order to be accepted by the wider community.

Pelatihan Keterampilan bagi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)

Skills Training for Vocational School Students



Selama tahun 2020, Alfamart Class hadir di 190 Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dan telah diikuti oleh 12.343 siswa. Keunggulan dari program ini adalah para lulusan program bisa langsung bekerja di Alfamart.

Throughout 2020, Alfamart Class was presented in 190 Vocational School and has been attended by 12,343 students. The advantage for the program alumni is to be able to work at Alfamart immediately.

Peran Alfamart tidak hanya memberikan kontribusi dari bidang ekonomi, melainkan juga dari bidang pendidikan untuk mengembangkan SDM di Indonesia. Melalui Program Alfamart Class dengan pilar "Alfamart Class", Alfamart mengembangkan program kemitraan dengan Pendidikan Vokasi, khususnya di tingkat SMK (Sekolah Menengah Kejuruan).

Not only in the economic sector, Alfamart also plays a role in the education sector for the development of human resources in Indonesia. Through Alfamart Class Program on the "Alfamart Class" pillars, Alfamart has developed partnerships with Vocational Education, especially in the Vocational High School (SMK) level.

Alfamart Class adalah program kerja sama antara Alfamart dengan SMK terpilih untuk mendidik siswa menjadi lulusan yang siap bekerja dengan tetap mengacu pada peraturan dan ketentuan Pendidikan Nasional. Hal ini dilakukan agar menciptakan sumber daya manusia yang siap bekerja sekaligus berkarir di perusahaan ritel modern, sesuai dengan konsep *Vocational Education on Entrepreneurship*. Program ini terdiri dari rangkaian aktivitas yang terintegrasi antara proses pemenuhan kompetensi dan pemenuhan karyawan Alfamart dalam jangka panjang. Rangkaian aktivitas tersebut dari proses penyelarasan kurikulum, pelatihan guru produktif, seleksi siswa binaan Alfamart Class, pemberian bantuan pengembangan *Business Center* sebagai sarana pembelajaran siswa, pelaksanaan praktik kerja industri (prakerin) bagi siswa di seluruh unit kerja Alfamart, hingga penyerapan lulusan bagi siswa binaan Alfamart Class.

Alfamart Class is a collaborative program between Alfamart and selected SMK to prepare students to be work-ready upon graduation, which is based on the rules and regulations on National Education. It aims to create human resources who are ready to work and have a career in modern retail companies, in accordance with the concept of Vocational Education on Entrepreneurship. The program consists of activity series which integrates competency achievement process and long-term Alfamart employment. The training series consists of curriculum adjustment, productive teacher training, students selection, developing Business Center as a student learning facility, apprenticeship in all Alfamart work units, as well as the employee recruitment for Alfamart Class graduates.

Sebagai bagian dari pengembangan Alfamart Class, kami menyelenggarakan Alfamart Berbagi (ALBI), melakukan supervisi bagi SMK dan melakukan akreditasi internal oleh tim Human Capital Alfamart. Selain itu, pengembangan program juga direalisasikan dengan diselenggarakannya lomba kompetensi siswa Alfamart hingga uji kompetensi bagi siswa SMK.

As a part of Alfamart Class development, we organize Alfamart Berbagi (ALBI), to perform supervision for SMK and internal accreditation by Alfamart Human Capital. In addition, the development of this program is also realized by holding Alfamart's student's competency competition until the competency test for SMK students.

Bantuan Kesehatan

Donor Darah

Salah satu bentuk kegiatan sosial di bidang kesehatan yang rutin dilaksanakan Alfamart adalah melalui donor darah. Alfamart mendorong para karyawan untuk mendukung Palang Merah Indonesia (PMI) dalam menjaga stok darah. Secara periodik setiap tahunnya, kegiatan donor darah dilaksanakan di semua kantor cabang. Di tahun 2020, kami melakukan 55 kali donor darah di 32 kota yang menghasilkan 2.514 kantong.

Posyandu

Bagi masyarakat sekitar toko, kami menyediakan konseling dan layanan kesehatan, serta Posyandu gratis bagi balita. Di tahun 2020, terdapat sebanyak 1.621 peserta telah memanfaatkan Posyandu gratis dalam 18 kali kegiatan di 10 kota.

Tanggap COVID-19

Aksi nyata Alfamart untuk mencegah penyebaran virus COVID-19 dilakukan melalui berbagai kegiatan. Kami menyalurkan paket nutrisi dan vitamin pendukung untuk tenaga medis. Penyaluran bantuan Alfamart ini akan dilakukan bertahap dan diberikan langsung kepada tenaga medis di rumah sakit rujukan COVID-19. Total rumah sakit yang mendapatkan bantuan ini sebanyak 44 rumah sakit. Hingga akhir 2020, Alfamart sudah membagikan lebih dari 25.000 masker kepada petugas medis, para pekerja yang terpaksa bekerja di luar pada masa pandemi, masyarakat umum, dan lainnya. Kami juga membagikan 10.000 paket sembako kepada kaum yang membutuhkan. Alfamart juga telah membagikan 5.000 *face shield* untuk petugas medis, berpartisipasi dengan yayasan pengelola donasi pelanggan untuk memberikan voucher belanja kepada 30.000 pengemudi ojek daring.

Health Assistance

Blood Donation

One of the social activities in health sector that is regularly conducted by Alfamart is blood donation. Alfamart encourages their employees to support Indonesian Red Cross (PMI) in maintaining blood stock. Periodically, the blood donor activity is conducted in all branch offices. In 2020, we held 55 blood donation events in 32 cities which generated 2,514 blood bags.

Integrated Healthcare Center

For the local community around the stores, we provide health counselling and service, as well as free integrated healthcare center for toddlers. In 2020, we recorded 1,621 participants that have utilized the free integrated healthcare centers with the total of 18 centers in 10 cities.

COVID-19 Response

Alfamart's responses for COVID-19 prevention is conducted through various activities. We have distributed nutrition packages and supplements for medical personnels. The assistance distribution was done in stages and was directly distributed to the medical personnels of COVID-19 referral hospitals. There are a total of 44 beneficiary hospitals. Up to the end of 2020, Alfamart has distributed more than 25,000 masks to medical personnels, essential workers, general public, and others. We also distributed 10,000 basic need packages to the community who needs it. Alfamart has also distributed 5,000 face shields for medical staff, and engaging with the foundation managing customer's donation to provide shopping vouchers for 30,000 online motorcycle drivers.



Meringankan Beban Mitra UMKM

Kami menyadari bahwa pandemi berdampak besar pada kelangsungan usaha milik pelaku UMKM. Di tengah pandemi COVID-19 yang sedang melanda, Alfamart dan Alfamidi memberi keringanan kepada mitra UMKM yang berjualan di depan gerainya berupa pembebasan biaya sewa. Manajemen telah memutuskan pembebasan biaya sewa *tenant* untuk periode April-Mei 2020. Inisiatif ini setidaknya bisa meringankan beban mitra UMKM agar tetap bisa menjalankan usaha meski dalam kondisi yang serba sulit.

Jumlah mitra UMKM Alfamart dan Alfamidi saat ini lebih dari 12.000 mitra. Selama dua bulan tersebut nilai sewa yang dibebaskan mencapai lebih dari Rp15 miliar. Jenis usaha mitra UMKM yang terbantu sangat beragam, mulai dari penjual aneka gorengan, jus buah, minuman ringan, mainan anak, dan sebagainya. Perusahaan juga menghimbau kepada mitra UMKM apabila menjalankan aktivitas usahanya, agar tetap mengikuti anjuran pemerintah seperti selalu mengenakan masker, dan menerapkan *physical distancing*.

Donasi Konsumen Alfamart

Alfamart turut berperan dalam membantu masyarakat yang membutuhkan dengan menyelenggarakan program DonasiKu. Sumbangan dana dari program ini berasal dari donasi pelanggan yang datang ke gerai Alfamart yang tersebar di seluruh Indonesia. Setiap program DonasiKu dirancang untuk menggalang sumbangan dana pada periode program tertentu, melalui seluruh jaringan gerai. Program DonasiKU telah mendapatkan izin dari Kementerian Sosial Republik Indonesia dan dana yang terhimpun disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan melalui yayasan-yayasan yang kredibel.

Sepanjang tahun 2020, 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 Rp17,03 miliar. Melalui program ini, Alfamart telah membantu ribuan penerima manfaat di wilayah operasi bisnis perusahaan di seluruh Indonesia.

Lightening the Burden of SMEs

We acknowledge that the pandemic has a huge impact on the sustainability of SMEs. In the midst of the COVID-19 pandemic, Alfamart and Alfamidi waived rental fees for the SMEs partners in front of the stores. The management has decided to exempt the tenants from rental fees for the period of April to May 2020. This initiative can at least lighten the burden of SMEs partners to keep the business going in a very difficult condition.

The total number of Alfamart and Alfamidi SMEs partners by the end of 2020 is over 12,000 partners. In two months' time, the relief of the tenant rental fee has reached more than Rp15 billion. The SMEs that have received the relief varied, from fried snack, fruits juice, beverage, to kid's toy sellers, and so on. We also advise all SMEs partners to comply with the government regulations, such as to always wear a mask and implement physical distancing, while doing their business activity.

Alfamart's Consumer Donation

Alfamart also contributed in helping the community with their needs through the DonasiKu program. The donation funds originates from the Alfamart customers all over Indonesia. Each DonasiKu program was designed to gather the donation during specified program periods, through all stores networks. The DonasiKu program was legalized by the Indonesian Social Ministry, to collect funds and distributing funds to the community in need through credible foundations.

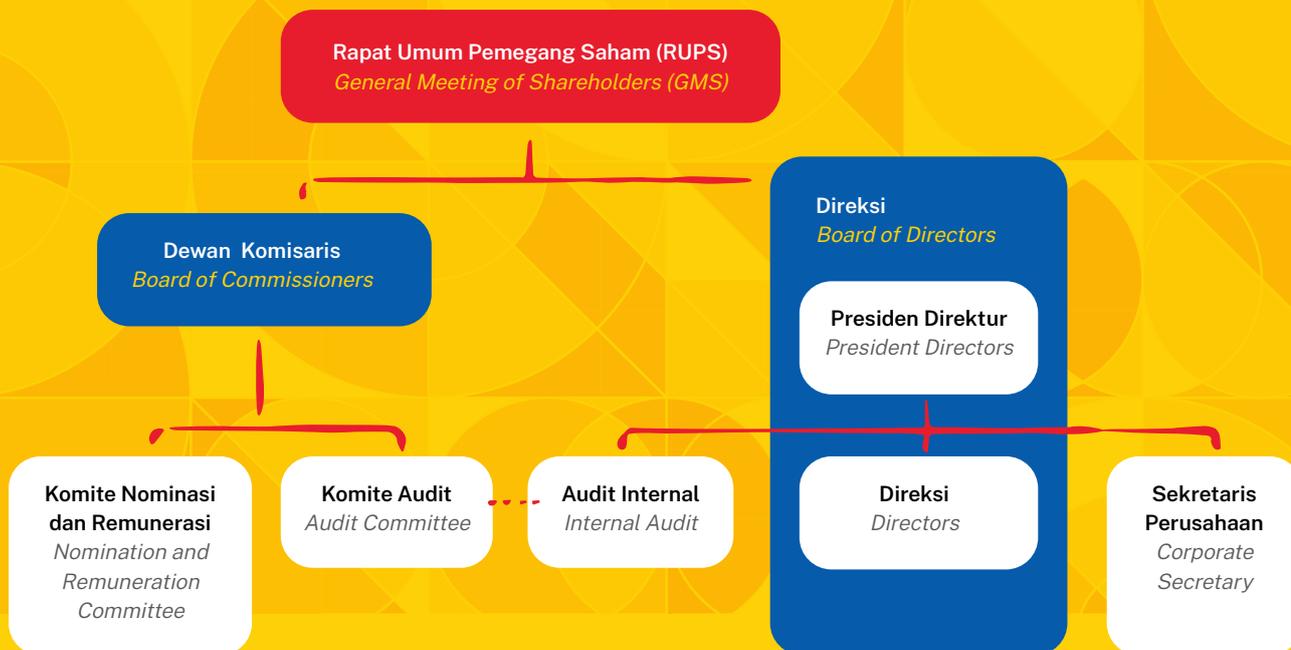
Throughout 2020, Alfamart collaborated with Yayasan BM Cinta Indonesia (BMCI), LAZIS Nahdlatul Ulama (NU Care - LAZIZNU), Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (YKAKI), Yayasan Mizan Amanah, Yayasan Sayap Ibu and LAZIS Muhammadiyah (LAZIZMU) and succeed in distributing social funds in the amount of Rp17.03 billion. Through this program, Alfamart has aided thousands of people in our operational areas across Indonesia.

Tata Kelola Keberlanjutan Sustainability Governance

Penerapan tata kelola keberlanjutan di Alfamart diharapkan akan memaksimalkan pengelolaan dampak operasional, serta pengambilan keputusan yang tepat untuk meminimalkan risiko pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

The sustainability governance implementation in Alfamart is expected to maximize the operational impact management, as well as the proper decision making to minimize risks in economic, social, and environmental aspects.

Struktur Tata Kelola [102-18] Governance Structure



Penanggung Jawab Penerapan Prinsip Keberlanjutan dalam Perusahaan

Pengelolaan keberlanjutan dan dampak ekonomi, sosial, lingkungan dilaksanakan secara holistik dan melibatkan seluruh fungsi. Alfamart telah memetakan delegasi dan tanggung jawab atas pengelolaan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Person in Charge for Sustainability Principles Implementation within the Company

The management of sustainability and economic, social, and environmental impacts are carried out holistically, engaging all functions within the company. Alfamart has mapped the delegation and responsibility over the economic, social, and environmental impacts.

Identifikasi penanggung jawab aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan Identification of the person in charge for the economic, social, and environmental aspects	
Fungsi Functions	Aspek yang dikelola Managed Aspects
Sekretaris Perusahaan Corporate Secretary	Ekonomi Economic
Human Capital Human Capital	Sosial Social
Corporate Affair Corporate Affair	Sosial dan Lingkungan Social and Environmental
General Service General Service	Lingkungan Environmental
Keuangan Finance	Ekonomi Economic
Merchandising Merchandising	Ekonomi Economic
Logistik Logistic	Ekonomi Economic

Pengembangan Kompetensi terkait Aspek Keberlanjutan

Guna meningkatkan kinerja keberlanjutan, diperlukan pemahaman yang sama terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan yang perlu diterapkan di lingkungan perusahaan. Kami mengupayakan setiap karyawan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terkait aspek-aspek keberlanjutan, risiko, peluang, dan dampaknya. Selama periode pelaporan karyawan diikuti sertakan dalam pelatihan/seminar terkait keberlanjutan diantaranya:

Competency Development related to Sustainability Aspects

In order to improve the sustainability performances, we need the same understanding of the sustainability principles to be implemented in the company's working area. We strive for each employee to have a deeper understanding related to sustainability, risks, opportunities, and its impact. Throughout the reporting period, we engage our employees in training/seminar related to sustainability that consists of:

Pelatihan terkait Keberlanjutan Training related to Sustainability		
Nama Pelatihan Training Types	Penyelenggara Organizer	Jumlah Peserta Participants
<i>Towards Planet 50:50 – Business Contribution in SGD 5 Achievement</i>	IBCWE	2
<i>Reporting on Emission and Climate Risk</i>	GRI-IDX	1
<i>Reporting on Waste with Circular Economy Perspective</i>	GRI-IDX	1
<i>SDGs Reporting (Launching of GRI-PWC-UNGC Joint Training Module on SDGs Reporting)</i>	GRI-IDX	1
<i>Preparing Stakeholder Engagement and Sustainability Strategy</i>	GRI-IDX	1

Penerapan Kode Etik

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:

1. Menjalankan pekerjaan dengan kejujuran dan integritas;
2. Mengutamakan kepentingan perusahaan dengan taat dan menjunjung tinggi peraturan perusahaan;
3. Kewajiban menjaga kerahasiaan perusahaan.

Code of Conducts Implementation

We believe, that by upholding the company's code of conducts, that will improve the company's integrity, which in the end will develop good relations with all parties, inside or outside of the company:

1. Doing every job with honesty and integrity;
2. Prioritizing interests of the company by complying and upholding company regulations;
3. Obligation to protect confidentiality of 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 menjunjung tinggi nilai-nilai dan kode etik perusahaan, untuk itu setiap pelanggaran akan dikenakan sanksi berupa peringatan hingga pemutusan hubungan kerja.

The socialization of code of conducts, and corporate and culture is done through our website, intranet website, annual report, and the company regulations pocket book. In addition, the socialization is also implemented through orientation material for new employees and in small group discussions within each department. We also developed a special program to instill the company's culture, which is Gema Budaya. We highly uphold the company's values and code of conducts. Hence, in the case of violation, the employees are subject to sanctions, from official warnings to potential work termination.

Pendekatan Manajemen terhadap Risiko Keberlanjutan [102-11]

Pengelolaan risiko keberlanjutan mencakup pengelolaan risiko ekonomi, sosial, dan lingkungan yang tidak hanya berdampak pada kelangsungan usaha perusahaan, namun juga dampaknya bagi lingkungan dan kehidupan bagi generasi masa depan. Dalam mengelola risiko bisnis maupun risiko keberlanjutan, Alfamart menerapkan prinsip kehati-hatian. Risiko utama Alfamart yaitu terkait risiko bisnis dan ekonomi beserta mitigasinya telah diungkapkan dengan lengkap dalam Laporan Tahunan.

Terkait aspek sosial, Alfamart menghadapi tantangan dan risiko pengelolaan sumber daya manusia. Setiap tahunnya, Alfamart merekrut banyak karyawan baru untuk ditempatkan di gerai yang tersebar di seluruh nusantara, namun secara bersamaan juga menghadapi banyaknya jumlah karyawan yang keluar dari perusahaan. Untuk menghadapi tantangan ini, manajemen melakukan upaya mengarahkan *mindset* karyawan generasi Z dan meningkatkan loyalitas karyawan salah satunya melalui program Alfamart Gema Budaya.

Di sisi lain, Alfamart memiliki karyawan dalam rentang usia belasan (generasi Z) yaitu 18-19 tahun sebanyak 21.088 karyawan. Dalam hal ini kami harus menghadapi tantangan berupa kematangan karakter karyawan dan komitmennya dalam bekerja, yang mempengaruhi reputasi dan kinerja perusahaan. Namun demikian, Alfamart juga telah mengantisipasi tidak mempekerjakan anak di bawah umur dengan minimal usia rekrutmen adalah 18 tahun, sesuai dengan Peraturan Pemerintah. Kami belum memiliki kebijakan internal terkait Hak Asasi Manusia (HAM), namun kami tetap memperhatikan HAM dalam mengelola sumber daya manusia.

Terkait aspek lingkungan, Alfamart telah menerapkan prinsip kehati-hatian sehingga kegiatan operasional beserta rantai pasokannya tidak mencemari lingkungan hidup. Meskipun kegiatan operasional Alfamart tidak berdampak secara langsung pada lingkungan, namun perusahaan telah menjalankan inisiatif-inisiatif untuk mendukung kelestarian lingkungan melalui pengelolaan limbah, efisiensi energi listrik dan air.

Seluruh upaya dalam mengelola risiko keberlanjutan yang dilakukan perusahaan, diharapkan dapat menjaga kelangsungan bisnis serta mengantisipasi potensi dampak negatif terhadap sosial dan lingkungan di masa depan.

Management Approach to Sustainability Risks [102-11]

The sustainability risk management covers economic, social, and environmental risks, that not only affect the company business continuity, but also the environment and the life of future generation. In managing the business and sustainability risks, Alfamart implements precautionary principles to minimize those risks. Alfamart's business and economy risks and the mitigation are disclosed completely in the Annual Report.

In social aspect, Alfamart faces challenge and risk in managing human resource. Every year, Alfamart recruits many new employees to be placed in the stores across the country, however, Alfamart loses many employees too. To overcome this challenge, the management carried out a mindset direction for Z generation employees and improves the employee loyalty through Alfamart Gema Budaya program.

On the other hand, Alfamart has 21,088 young employee's age range is: 18-19 years old (Z generation). In this case, their character and commitment to work becomes a challenge to be managed as it will affect the company performance and reputation. However, Alfamart also avoids child labor practice by requiring a minimum age 18 years old, in accordance with the Government Regulation. Alfamart does not have internal policy related to human rights, but we uphold human rights in managing our human resources.

Focusing on environmental aspect, Alfamart managed to implement precautionary principles so that the operational activity of its supply chain is not contributing to the environmental damage. Although Alfamart operational activities do not have a direct impact on the environment, we initiated proactive environmental sustainability policies through its waste management, energy saving and water usage efficiency.

All efforts in managing the sustainability risks which was carried out by the company, are expected to maintain the business continuity and anticipate the potential negative impact on social and environment in the future.

Pendekatan Manajemen pada Topik Material [103-1][103-2][103-3]
Management Approach to Material Topics

Kinerja Ekonomi | Economic Performance

Signifikansi Topik Topic Significance	Alfamart berkepentingan untuk menjaga pertumbuhan serta mempertahankan kinerja ekonomi yang positif demi menjamin keberlanjutan operasi dan usaha. Alfamart interests in maintaining the economy growth and positive performances to assure the operational and business sustainability.
Kebijakan Policy	Kebijakan utama Alfamart terkait ekonomi adalah kesuksesan dalam menjual produk-produk yang ada di gerai untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Alfamart's key policy regarding the economy is in succeeding product sales, which meet the customer's needs.
Target & Komitmen Target & Commitment	Perusahaan menetapkan target terkait kinerja keuangan dan akan dievaluasi di akhir tahun. The company sets the target in regards to the financial performance and will be evaluated at the end of the year.
Capaian Achievement	<ul style="list-style-type: none"> • Pendapatan usaha Rp75,83 triliun • Laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk Rp1,06 triliun • Net revenue : Rp75.83 trillion • Income for the year attributable to the owner the parent entity Rp1.06 trillion
Sumber Daya Resources	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah gerai naik 7,85 % • Jumlah karyawan naik 2,54 % • The number of stores increased by 7.85 % • The number of employees increased by 2.54 %
Inisiatif Khusus Specific Initiative	Di tahun 2020 yang penuh dengan tantangan, perusahaan mengedepankan efisiensi dan produktivitas agar kinerja ekonomi tetap tercapai. In the most challenging time of 2020, the company prioritizes efficiency and productivity to achieve economic performance.
Evaluasi Evaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Capaian kinerja keuangan secara keseluruhan mencapai lebih dari 50% dari target. • Selama masa pandemi COVID-19, Alfamart tetap beroperasi dengan mengikuti aturan PSBB dan tetap dapat mencatat laba tahun berjalan. • The overall financial performance reaches more than 50% from the target. • Throughout the COVID-19 pandemic, Alfamart managed to operate while complying to the PSBB regulations and still recorded current year profit.
Ketenagakerjaan Employment	
Signifikansi Topik Topic Significance	Manajemen ketenagakerjaan yang tepat dapat mendukung keterikatan antara karyawan dengan perusahaan dan menciptakan iklim kerja yang baik, sehingga turut berkontribusi positif bagi kinerja perusahaan. The proper employment management can support the attachment between the employees and the company and create a good work atmosphere, so it can also contribute a positive impact for the company performances.
Kebijakan Policy	Alfamart memiliki kebijakan untuk mempertahankan keharmonisan antara karyawan dengan perusahaan agar meminimalisir tingkat perputaran karyawan. Alfamart has the policy to maintain the harmony relationship between employees and the company to minimized employee's turnover ratio.
Target & Komitmen Target & Commitment	<ul style="list-style-type: none"> • Kesejahteraan karyawan • Rata-rata rasio perputaran karyawan per bulan di bawah 3,0%. • Employee welfare • Average Employee ratio/ month is under 3.0%

Pendekatan Manajemen pada Topik Material [103-1] [103-2] [103-3]
Management Approach to Material Topics

Ketenagakerjaan | Employment

Capaian Achievement	<ul style="list-style-type: none"> • Rasio perputaran karyawan 2,11% • Tidak ada karyawan yang di PHK selama masa pandemi COVID-19 • Kesejahteraan karyawan terjaga, dengan tidak adanya pemotongan remunerasi selama masa pandemi COVID-19 • Employee turnover ratio is 2.11% • No work termination during the COVID-19 pandemic • Employee's welfare well maintain, without any remuneration cut off during the COVID-19 pandemic
Sumber Daya Resources	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah karyawan sebanyak 125.045 • Biaya gaji karyawan mencapai Rp7.806.573 juta • The number of employees is 125,045 people • Total amount of employee's salary is reaching to Rp7,806,573 million
Inisiatif Khusus Specific Initiative	<p>Strategi kami di tengah keadaan pandemi COVID-19, yaitu perusahaan tidak melakukan pengurangan karyawan ataupun pengurangan gaji yang diterima oleh karyawan. Our strategy in the midst of COVID-19 pandemic is that the company does not reduce the number of employees or their wages.</p>
Evaluasi Evaluation	<p>Selama tahun 2020, Alfamart tetap melakukan rekrutmen karyawan guna mendukung kinerja operasional. Rasio perputaran karyawan di tahun 2020 sebesar 2,11% lebih kecil dari tahun 2019, yang artinya Alfamart berhasil meningkatkan loyalitas antara karyawan dan perusahaan. In 2020, Alfamart still carried out recruitment to support the operation. The employee turnover ratio in 2020 is 2.11% less than in 2019, which means Alfamart succeeded in improving the loyalty relationship between employees and the company.</p>
Anti Korupsi Anti-corruption	
Signifikansi Topik Topic Significance	<p>Alfamart berkepentingan untuk menegakkan anti korupsi di seluruh lingkungan kerjanya tanpa terkecuali. Karyawan yang ditempatkan di toko rentan dengan <i>fraud</i> dan korupsi oleh karena itu manajemen terus melakukan sosialisasi kesadaran terhadap dampak korupsi dan upaya penegakkan anti korupsi. Alfamart has an interest in upholding anti-corruption throughout the entire working environment have been implemented without any exception. The store employees are vulnerable to fraud and corruption practices and, therefore, the management continues to socialize its impact and to uphold anti-corruption enforcement.</p>
Kebijakan Policy	<p>Alfamart membuat suatu Kode Etik untuk meminimalisir <i>fraud</i>. Menjaga integritas dalam bekerja serta menjaga rahasia perusahaan adalah salah satu kode etik yang harus dilakukan. Alfamart creates a Code of Conduct to minimize fraud. Maintaining integrity at work and company's confidentiality are one of the required code of conduct to comply.</p>
Target & Komitmen Target & Commitment	<p>Tidak ada lagi <i>fraud</i> yang terjadi baik itu signifikan maupun tidak. No more significant and insignificant fraud.</p>
Capaian Achievement	<ul style="list-style-type: none"> • Sosialisasi anti pencucian uang terhadap karyawan baru melalui Alfalearning • Realisasi sosialisasi anti pencucian uang kepada 477 orang karyawan dari berbagai jenjang jabatan • Pakta integritas berlaku mengikat kepada seluruh karyawan • Anti-money laundering socialization to all new employees through Alfalearning • Realization of anti money laundering socialization to 477 employees in various position level • Applicable integrity binding facts to all employees.
Sumber Daya Resources	<p>Alfamart belum memiliki modul sosialisasi anti korupsi, sehingga, sosialisasi yang diberikan adalah mengenai anti pencucian uang, dan transaksi keuangan. Alfamart does not have the anti-corruption module yet. Hence, the socialization is conducted for anti-money laundry and financial transaction.</p>

Pendekatan Manajemen pada Topik Material [103-1][103-2][103-3]
Management Approach to Material Topics

Anti Korupsi | Anti-corruption

Inisiatif Khusus Specific Initiative	Melakukan sosialisasi Kode Etik kepada seluruh karyawan. Socializing Code of Conduct to all employees.
Evaluasi Evaluation	Untuk mencegah korupsi, Alfamart melakukan rotasi terhadap penempatan karyawan. Dalam upaya penegakan anti korupsi, berlaku sanksi/teguran/denda hingga pemberhentian/pemecatan kepada setiap karyawan yang melakukan <i>fraud</i> dan korupsi. To prevent the corruption, Alfamart conducted an employee rotation placement. In the effort to upholding the anti-corruption, there are sanction/warning/fine up to work termination to each employee who commits fraud and corruption.
Pelatihan dan Pendidikan Training and Education	
Signifikansi Topik Topic Significance	Pelatihan dan pendidikan bagi karyawan sangat berdampak signifikan bagi peningkatan kompetensi mereka yang pada akhirnya akan mendukung kelancaran operasional perusahaan. Education and training for employees can give a significant impact for their competency improvement, which in the end will provide the company's continuity operations.
Kebijakan Policy	Seluruh karyawan baik itu karyawan baru ataupun karyawan lama wajib diberikan pendidikan dan pelatihan. Materi pelatihan tersebut dibagi menjadi materi pelatihan umum dan materi pelatihan khusus untuk departemen maupun jabatan tertentu. All employees, both new and existing, are required to undergo education and training. The training material is divided into general training material and specific training material for certain departments and positions.
Target & Komitmen Target & Commitment	Seluruh karyawan mendapatkan kesempatan untuk menempuh pelatihan dan pendidikan All employees receive an equal opportunity to take training and education.
Capaian Achievement	<ul style="list-style-type: none"> • Rata-rata jam pelatihan per tahun sebanyak 12,80 jam/tahun • Biaya yang dikeluarkan untuk pelatihan dan pendidikan karyawan tahun 2020 sebesar Rp5,05 miliar • The average training hour is 12.80 hours per year • The amount spent for the training and education of the employees in 2020 is Rp5.05 billion.
Sumber Daya Resources	<ul style="list-style-type: none"> • Modul pelatihan yang dilaksanakan sebanyak 366 jenis • Anggaran biaya untuk pelatihan dan pendidikan per tahun sebesar Rp17,44 miliar • There are 366 types of training module • The cost budgeting for the training and education is Rp17.44 billion per year.
Inisiatif Khusus Specific Initiative	Pada tahun 2020 pelatihan lebih banyak dilakukan secara <i>online</i> agar tetap sesuai jadwal yang telah dibuat. In 2020, most of the trainings are carried out through online media in order to meet the schedule that have been made.
Evaluasi Evaluation	Di tahun 2020, pelatihan dan pendidikan dilakukan secara <i>online</i> dan tatap muka. Manajemen memastikan protokol COVID-19 berjalan lancar saat <i>in-house training</i> . Materi pelatihan dan pendidikan yang diberikan kepada karyawan diharapkan dapat menunjang kompetensi mereka dalam menjalankan pekerjaannya maupun menghadapi pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. In 2020, training and education were carried out through online media and in-person. The management ensures that the COVID-19 health protocols are complied for the in-house training. The training and education materials given to the employees are expected to improve their competency in performing their duties, especially in facing customers and other stakeholders.

Pendekatan Manajemen pada Topik Material [103-1] [103-2] [103-3]
Management Approach to Material Topics

Keberagaman dan Kesetaraan | Diversity and Equality

Signifikansi Topik Topic Significance	Alfamart membuka kesempatan bagi siapa saja untuk bekerja sama tanpa memandang gender, suku, agama, kebutuhan khusus, maupun perbedaan lainnya. Alfamart provides an equal opportunity for anyone to collaborate without discrimination on the basis of gender, race, religion, special needs, and any other differences.
Kebijakan Policy	Alfamart memberikan kesempatan kepada seluruh karyawan untuk bekerja dan berkarir tanpa melihat gender atau SARA, juga bagi karyawan difabel dapat bekerja di Alfamart dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Alfamart provides an opportunity for all employees to have the job and career without any gender, race, or ethnicity discrimination, including employees with disabilities who can work with the applicable terms and conditions.
Target & Komitmen Target & Commitment	<ul style="list-style-type: none"> • Bertambahnya kesempatan bagi kaum penyandang disabilitas untuk diterima bekerja • Kesempatan bagi kaum wanita untuk berkarya di Perusahaan • The greater opportunity for people with disability to be accepted in our company • Opportunities for women to work in our Company.
Capaian Achievement	<ul style="list-style-type: none"> • Sebanyak 0,5% karyawan Alfamart merupakan kaum penyandang disabilitas • Komposisi kaum wanita yang menjadi karyawan di tahun 2020 sebesar 32,78% naik lebih dari 0,5% dibanding di tahun 2019 sebesar 36,20% • There are 0.5% of Alfamart's employees who are people with disability • The composition of women who became employees in 2020 was 32.78%, increase more than 0.5% compared to 2019 which was 36.20%.
Sumber Daya Resources	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah karyawan difabel tahun 2020 sebanyak 690 orang • Jumlah karyawan wanita di 2020 sebanyak 45.987 orang (36,78%) • The number of employees with disabilities in 2020 is 690 people. • Number of women employees in 2020 is 45,987 (36.78%)
Inisiatif Khusus Specific Initiative	Alfamart bekerjasama dengan beberapa yayasan sosial dan pemerintah untuk melakukan rekrutmen karyawan difabel. Antara lain bekerja sama dengan Diffago, Kerjabilitas, Pusat Bahasa Isyarat Indonesia, Dnetwork.net, YAKKUM, Rajawali Foundation, Atma Jaya, SMA Luar Biasa, Balai Melati, KEMENSOS, dan KEMNAKER Alfamart has collaborated with several social foundations and the government in recruiting employees with disabilities. They are Diffago, Kerjabilitas, the Indonesian Sign Language Center, Dnetwork.net, YAKKUM, Rajawali Foundation, Atma Jaya University, Special Needs High Schools, Balai Melati, the Ministry of Social Affairs, and the Ministry of Labor.
Evaluasi Evaluation	Alfamart memberikan kesempatan yang sama bagi kaum penyandang disabilitas untuk berkarya. Selain itu, Alfamart juga mendukung hak-hak wanita termasuk untuk mengakui kemampuannya untuk menduduki jabatan manajerial. Hal ini merupakan bentuk dukungan Alfamart pada capaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan pada Tujuan 5 Kesetaraan Gender dan Tujuan 10 Mengurangi Ketimpangan. Alfamart provides an equal opportunity for people with disability to work with them. In addition, Alfamart supports women's rights including to acknowledge their capability for managerial positions. These are the form of Alfamart's support in achieving Sustainable Development Goals of Goal 5 Gender Equality and Goal 10 Reduced Inequalities.

Pendekatan Manajemen pada Topik Material [103-1] [103-2] [103-3]
Management Approach to Material Topics

Pemasaran dan Pelabelan | Marketing and Labeling

Signifikansi Topik Topic Significance	Alfamart berkepentingan untuk menjaga pertumbuhan serta mempertahankan kinerja operasinya melalui strategi pemasaran yang tepat. Selain itu, Alfamart mengawasi setiap label dari produk yang dipasarkan. Alfamart maintains the growth and operation performances through the appropriate marketing strategy. In addition, Alfamart monitors each marketed products label.
Kebijakan Policy	Strategi pemasaran yang dibuat oleh Alfamart salah satunya adalah Alfamart <i>Promo</i> , yaitu informasi yang berisi mengenai produk-produk yang sedang promo pada bulan berjalan. Marketing strategy that has been made by Alfamart is Alfamart <i>Promo</i> , which are the products promo information for the month.
Target & Komitmen Target & Commitment	Tahun 2020 Alfamart menyiapkan beberapa acara besar untuk mempromosikan barang-barangnya. In 2020, Alfamart organized several big events to promote their products.
Capaian Achievement	5 acara besar pemasaran sudah dilaksanakan untuk meningkatkan penjualan. 5 big events of marketing have been carried out to increase our sales.
Sumber Daya Resources	<ul style="list-style-type: none"> • Sebanyak 15.434 gerai • Sebanyak 800 pemasok • Sebanyak 32 gudang • 15,434 stores • 800 suppliers • 32 warehouses
Inisiatif Khusus Specific Initiative	Melakukan promosi menarik setiap minggu dengan program Jum'at, Sabtu dan Minggu (JSM), melakukan event Kejutan Awal Tahun, Pak Rahmat dan Semarak Ulang Tahun Alfamart. Carrying out an interesting promotion every week using the Friday, Saturday, and Sunday (JSM) program, organizing New Year Surprises Event, Pak Rahmat, and Alfamart Birthday Celebration.
Evaluasi Evaluation	Strategi pemasaran yang dilaksanakan di masa pandemi COVID-19 antara lain mendorong konsumen untuk berbelanja menggunakan <i>platform</i> "Alfagift" dan juga melalui "Whatsapp". Alfamart telah beroperasi sesuai dengan kebijakan PSBB dan tetap mampu mencapai kinerja keuangan yang positif, meskipun jumlah rata-rata transaksi harian menurun dari jumlah tahun lalu. Kami memperhatikan label dari setiap produk yang dipasarkan. Setiap tiga bulan sekali dilakukan audit terhadap stok barang, sementara itu <i>stock opname</i> dilakukan setiap hari secara parsial di toko. Marketing strategy that is carried out during the COVID-19 pandemic, among others, is encouraging customers to use the "Alfagift" shopping platform and WhatsApp. Alfamart operates accordingly to the PSBB policy and is able to achieve positive financial performance, although there is a decline on the average daily transaction compared to the previous year. Alfamart pays attention to product labeling in each marketed product. Every three months, we conduct an inventory audit, while the stock opname is conducted in some of the stores on daily basis.

Indeks Isi Standar GRI ^[102-55]

GRI Standard Content Index

GRI Standard	Pengungkapan Disclosures	Halaman Page(s)
Pengungkapan Umum General Disclosures		
GRI 102: Pengungkapan Umum 2016 GRI 102: General Disclosures 2016	PROFIL ORGANISASI ORGANIZATION PROFILE	
	102-1 Nama organisasi Name of the organization	30
	102-2 Kegiatan, merek, produk, dan jasa Activities, brands, products, & services	30
	102-3 Lokasi kantor pusat Location of headquarters	30
	102-4 Lokasi operasi Location of operations	34
	102-5 Kepemilikan dan bentuk hukum Ownership and legal form	30
	102-6 Pasar yang dilayani Markets served	33-34
	102-7 Skala organisasi Scale of the organization	31
	102-8 Informasi mengenai karyawan Information on employees	40-41
	102-9 Rantai pasokan Supply chain	54-55
	102-10 Perubahan signifikan Significant changes	35
	102-11 Pendekatan atau prinsip pencegahan Precautionary principle or approach	75
	102-12 Inisiatif eksternal External initiatives	N/A
	102-13 Keanggotaan asosiasi Membership of associations	31
STRATEGI STRATEGY		
102-14 Pernyataan dari pembuat keputusan senior Statement from senior decision-maker	11-16	
ETIKA DAN INTEGRITAS ETHICS AND INTEGRITY		
102-16 Nilai, prinsip, standar, dan norma perilaku Values, principles, standards, and norms of behavior	29	

GRI Standard	Pengungkapan Disclosures	Halaman Page(s)
TATA KELOLA GOVERNANCE		
102-18	Struktur tata kelola Governance structure	72
KETERLIBATAN PEMANGKU KEPENTINGAN STAKEHOLDER ENGAGEMENT		
102-40	Daftar kelompok pemangku kepentingan List of stakeholder groups	23-25
102-41	Perjanjian perundingan kolektif Collective bargaining agreements	52
102-42	Mengidentifikasi dan memilih pemangku kepentingan Identifying and selecting stakeholders	23
102-43	Pendekatan terhadap keterlibatan pemangku kepentingan Approach to stakeholder engagement	23-25
102-44	Topik utama dan masalah Key topics and concerns	23-25
PRAKTIK PELAPORAN REPORTING PRACTICE		
102-45	Entitas yang termasuk dalam laporan keuangan dikonsolidasi Entities included in the consolidated financial statements	18
102-46	Menetapkan isi laporan dan batasan topik Defining report content and topic boundaries	19-22
102-47	Daftar topik material List of material topics	19-22
102-48	Penyajian kembali informasi Restatements of information	17
102-49	Perubahan dalam pelaporan Changes in reporting	19
102-50	Periode pelaporan Reporting period	17
102-51	Tanggal laporan terbaru Date of most recent report	17
102-52	Siklus pelaporan Reporting cycle	17
102-53	Kontak Contact	18
102-54	Kesesuaian dengan standar GRI In accordance with the GRI standards	17
102-55	Indeks isi GRI GRI content index	81-84
102-56	Assurance oleh pihak eksternal External assurance	18

GRI Standard	Pengungkapan Disclosures	Halaman Page(s)
Pengungkapan Khusus Specific Disclosure		
Topik Material: Kinerja Ekonomi Material Topic: Economic Performance		
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topics	76
	103-2 Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	76
	103-3 Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	76
GRI 201: Kinerja Ekonomi 2016 GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Nilai ekonomi langsung yang diperoleh dan didistribusikan Direct economic value generated and distributed	56
	201-2 Implikasi finansial akibat perubahan iklim Financial implications due to climate change	55
	201-3 Kewajiban pada program imbalan pasti dan program pensiun lainnya Defined benefit plan obligations and other retirement plans	49
	201-4 Bantuan finansial dari pemerintah Financial assistance received from government	55
Topik Material: Anti Korupsi Material Topic: Anti-Corruption		
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topics	77
	103-2 Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	77
	103-3 Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	77
GRI 205: Anti-korupsi 2016 GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Penilaian terhadap operasi yang memiliki risiko korupsi Operations assessed for risks related to corruption	57
	205-2 Komunikasi dan pelatihan terkait kebijakan dan prosedur anti-korupsi Communication and training about anti-corruption policies and procedures	48-49
	205-3 Kejadian korupsi dan tindakan yang diambil Confirmed incidents of corruption and actions taken	57
Topik Material: Ketenagakerjaan Material Topic: Employment		
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topics	76-77
	103-2 Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	76-77
	103-3 Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	76-77
	401-1 Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan New employee hires and employee turnover	42
GRI 401: Ketenagakerjaan 2016 GRI 401: Employment 2016	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	46
	401-3 Cuti melahirkan Maternity leave	46

GRI Standard	Pengungkapan Disclosures	Halaman Page(s)
Topik Material: Keberagaman dan Kesempatan yang Setara Material Topic: 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 topics	79
	103-2 Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	79
	103-3 Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	79
GRI 405: Keberagaman dan Kesempatan yang Setara 2016 GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Keberagaman pejabat tata kelola dan karyawan Diversity of governance body and employees	44-45
	405-2 Rasio gaji pokok dan remunerasi wanita terhadap pria Ratio of basic salary and remuneration of women to men	43
Topik Material: Pelatihan dan Pendidikan Material Topic: Training and Education		
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topics	78
	103-2 Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	78
	103-3 Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	78
GRI 404: Pelatihan dan Pendidikan 2016 GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Rata-rata jam pelatihan per tahun per pekerja Average hours of training per year per employee	47
	404-2 Program pengembangan kompetensi Program for upgrading employee skills	47-49
	404-3 Persentase karyawan menerima evaluasi kinerja dan pengembangan karir Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	49-50
Topik Material: Pemasaran dan Pelabelan Material Topic: Marketing and Labeling		
GRI 103: Pendekatan Manajemen 2016 GRI 103: Management Approach 2016	103-1 Penjelasan topik material dan batasannya Explanation of the material topics	80
	103-2 Pendekatan manajemen dan komponennya The management approach and its components	80
	103-3 Evaluasi pendekatan manajemen Evaluation of the management approach	80
GRI 417: Pemasaran dan Pelabelan 2016 Marketing and Labeling 2016	417-1 Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa Requirements for product and service information and labeling	60
	417-2 Insiden ketidakpatuhan terkait informasi dan pelabelan produk dan jasa Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	60
	417-3 Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran Incidents of non-compliance concerning marketing communications	60

Referensi POJK No. 51/POJK/03/2017

References of POJK No. 51/POJK/03/2017

POJK No.51/ POJK.03/2017	Pengungkapan Disclosure	Halaman Page(s)
1	Penjelasan strategi keberlanjutan Explanation on sustainability strategy	10-14
2	Ikhtisar kinerja aspek keberlanjutan An overview of the sustainability performance aspect	6
3	Profil singkat perusahaan Brief profile of the company	30
3.a	Visi, misi, dan nilai keberlanjutan Vision, mission, and sustainability value	28-29
3.b	Nama, alamat, nomor telepon, nomor faksimil, alamat surat elektronik (e-mail), dan situs web, serta kantor cabang Name, address, phone number, faximile numbers, electronic mail address (e-mail), website and branch office	30
	Skala usaha Working scale	31
3.c.1	Total aset atau kapitalisasi aset, dan total kewajiban Assets total or asset capitalization and total responsibilities	31
3.c	3.c.2 Jumlah karyawan yang dibagi menurut jenis kelamin, jabatan, usia, pendidikan, dan status ketenagakerjaan The number of employees based on the gender, occupational level, ages, educational background, and employment status	40, 41, 44, 45
	3.c.3 Persentase kepemilikan saham Percentage of share ownership	30
	3.c.4 Wilayah operasional Operational area	34
3.d	Produk, layanan, dan kegiatan usaha Products, services, and business activities	30
3.e	Keanggotaan pada asosiasi Membership in association	31
3.f	Perubahan LJK, Emiten, dan Perusahaan Publik yang bersifat signifikan Changes in LJK, Emiten, and public company changes that are significant	33-35
4	Penjelasan Direksi Explanation of the Board of Directors	11-16
4.a	Kebijakan untuk merespon tantangan dalam pemenuhan strategi keberlanjutan Policies to responds to challenges in fulfilling the sustainable strategy	12
4.b	Penerapan keuangan berkelanjutan Implementation of sustainable financing	Tidak relevan Irrelevant
4.c	Strategi pencapaian target Business target	13-14
5	Tata kelola keberlanjutan Sustainability governance	72-80
5.a	Tugas bagi Direksi dan Dewan Komisaris, pegawai, pejabat dan/atau unit kerja yang menjadi penanggung jawab penerapan keuangan berkelanjutan. Directors, Board Member, officer, government representative works to become responsible to manage sustainable finance.	72-73
5.b	Pengembangan kompetensi yang dilaksanakan terhadap anggota Direksi, anggota Dewan Komisaris, pegawai, pejabat dan/atau unit kerja yang menjadi penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan. Development of competency, delivered to Board of Directors, Board of Commisioners, employees, and working unit who are responsible in implementing sustainable finance.	73
5.c	Penjelasan mengenai prosedur Perusahaan Publik dalam mengendalikan risiko keberlanjutan Company procedures in controlling the risk of sustainability	75
5.d	Penjelasan mengenai pemangku kepentingan Description on stakeholders	23-25
5.e	Permasalahan yang dihadapi, perkembangan, dan pengaruh terhadap penerapan Keuangan Berkelanjutan Problems faced, progress and influence to the application of Sustainable Finance	Tidak relevan Irrelevant

POJK No.51/ POJK.03/2017	Pengungkapan Disclosure	Halaman Page(s)
6	Kinerja keberlanjutan antara lain, memuat: Sustainable performance, contains:	
6.a	Kegiatan membangun budaya keberlanjutan di internal Perusahaan Publik Activities to build a sustainability culture in the internal Public Company	74
6.b.1	Perbandingan target dan kinerja produksi, portofolio, target pembiayaan, atau investasi, pendapatan dan laba rugi Comparison between production target and performance, portfolio, funding or investment target, revenue and profit/loss	Tidak relevan Irrelevant
6.b.2	Perbandingan target dan kinerja portofolio, target pembiayaan, atau investasi pada instrumen keuangan atau proyek yang sejalan dengan penerapan Keuangan Berkelanjutan Comparison between portfolio target and performance, funding or investment target on financial instruments or projects in line with the implementation of Sustainable Finance	Tidak relevan Irrelevant
6.c.1	Komitmen LJK, Emiten, atau Perusahaan Publik untuk memberikan layanan atas produk dan/atau jasa yang setara kepada konsumen Commitment of financial service institution, emiten, or public company to providing product and / or service equally to customers	9, 13, 28
6.c.2.a	Kesetaraan kesempatan bekerja dan ada atau tidaknya tenaga kerja paksa dan tenaga kerja anak Equality of employment opportunities and the presence or absence of forced labor and child labor	14, 41
6.c.2.b	Persentase remunerasi karyawan tetap di tingkat terendah terhadap upah minimum regional Percentage of permanent employee remuneration at the lowest level against the regional minimum wage	45
6.c.2.c	Lingkungan bekerja yang layak dan aman Safe and suitable working environment	53
6.c.2.d	Pelatihan dan pengembangan kemampuan pegawai Training and capacity building for employee	47-49
6.c.3.a	Informasi kegiatan atau wilayah operasional yang menghasilkan dampak positif dan dampak negatif terhadap masyarakat sekitar termasuk literasi dan inklusi keuangan Information on activities or operational areas that give positive and negative impacts to the surrounding community, including financial literacy and inclusion	34
6.c.3.b	Mekanisme dan jumlah pengaduan masyarakat yang diterima dan ditindaklanjuti The mechanism and number of public complaints received and acted upon	N/A
6.c.3.c	TJSL pada tujuan pembangunan berkelanjutan meliputi jenis dan capaian kegiatan program pemberdayaan masyarakat Social and environmental responsibility on sustainable development objectives including types and achievements of community empowerment program activities	36-37, 68-69
6.d.1	Biaya lingkungan hidup yang dikeluarkan Environmental costs incurred	N/A
6.d.2	Penggunaan material yang ramah lingkungan Use of environmentally friendly materials	63
6.d.3	Penggunaan energi paling sedikit memuat: a) Jumlah dan intensitas energi yang digunakan b) Upaya dan pencapaian efisiensi energi yang dilakukan termasuk penggunaan sumber energi terbarukan Energy uses, at least contains: a) Total and intensity of energy used b) Work and achievement to use energy efficiently, including renewable energy resources	66

POJK No.51/ POJK.03/2017	Pengungkapan Disclosure	Halaman Page(s)
6.e.1	Kinerja sebagaimana dimaksud dalam huruf d Performance as meant in letter d	66
6.e.2	Kegiatan atau wilayah operasional yang menghasilkan dampak lingkungan hidup Activities or operational areas that have an impact to the surrounding environment	62
6.e.3.a	Dampak dari wilayah operasional yang dekat atau berada di daerah konservasi Impacts of operational areas that are near or in conservation area	N/A
6.e.3.b	Upaya konservasi keanekaragaman hayati Efforts to conserve biodiversity	N/A
6.e.4.a	Jumlah dan intensitas emisi yang dihasilkan berdasarkan jenisnya Total and intensity of emission produced, based on its type	N/A
6.e.4.b	Upaya dan pencapaian pengurangan emisi yang dilakukan Efforts and achievement to reduce emission	N/A
6.e.5.a	Limbah dan efluen yang dihasilkan berdasarkan jenis Wastes and effluent produced, based on its type	65
6.e.5.b	Mekanisme pengelolaan limbah dan efluen Mechanism of waste and effluent management	61-65
6.e.5.c	Tumpahan yang terjadi (jika ada) Spilling, (if any)	N/A
6.e.6	Jumlah dan materi pengaduan lingkungan hidup yang diterima dan diselesaikan The number and topic of environmental complaints received and resolved	N/A
6.f.1	Inovasi dan pengembangan produk berkelanjutan Innovation and development of sustainable products	57-59
6.f.2	Jumlah dan persentase produk dan jasa yang sudah dievaluasi keamanannya bagi pelanggan Number and percentage of products and services that have been evaluated for the customer's safety	60
6.f.3	Dampak positif dan dampak negatif yang ditimbulkan dari produk dan/atau jasa dan proses distribusi Positive and negative impact of product and / or services and distribution process	67
6.f.4	Jumlah produk yang ditarik kembali dan alasannya Number of products withdrawn and the reason	60
6.f.5	Survei kepuasan pelanggan Survey of customer satisfaction	N/A
7	Verifikasi tertulis dari pihak independen (jika ada) Written Verification from independent parties (if any)	18
8	Tanggapan terhadap umpan balik laporan tahun sebelumnya Response to the previous year's feedback	18





PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

Alfa Tower
Jl. Jalur Sutera Barat Kav.9, Alam Sutera,
Tangerang 15143
Telepon : (021) 80821555
E-mail : corsec@sat.co.id
Faksimili : 021 80821 556

www.alfamart.co.id