Memperkuat Fondasi, Menuju Pertumbuhan Masa Depan

Strengthening the Foundation, Shaping the Future

2025

Laporan Tahunan

Annual Report

PT Unilever Indonesia Tbk

Sangkalan dan Batasan Tanggung Jawab

Dalam Laporan Tahunan ini kata 'Unilever Indonesia', 'Perusahaan', 'Perseroan', diasosiasikan kepada PT Unilever Indonesia Tbk. Kata 'Unilever' dapat diasosiasikan kepada Unilever secara global atau Unilever Indonesia, tergantung pada konteks penulisan. Sementara penulisan 'Karyawan', 'Pekerja', dan 'Pegawai' merujuk kepada karyawan Unilever Indonesia. Apabila terdapat perbedaan arti antara versi Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris maka yang berlaku adalah versi Bahasa Inggris.

Laporan Tahunan ini berisi pernyataan-pernyataan, data, dan informasi yang dapat dianggap sebagai pandangan masa depan (*forward looking statements*) berupa proyeksi, asumsi, dan ekspektasi, yang memiliki faktor risiko dan ketidakpastian yang membuat pernyataan tersebut tidak dapat sepenuhnya terealisasi. Laporan Tahunan Unilever Indonesia 2025 saling melengkapi dengan Laporan Keberlanjutan Unilever Indonesia 2025 yang tersedia dalam buku terpisah.

Disclaimer and Limits of Responsibility

In this Annual Report the terms 'Unilever Indonesia', 'Company', 'Corporation', are associated with PT Unilever Indonesia Tbk. The term 'Unilever' may refer to Unilever globally or Unilever Indonesia, depending on the context. The terms 'Employee', 'Worker' and 'Staff' refer to employees of Unilever Indonesia. In the event of any discrepancy between the Indonesian and English versions, the English version shall prevail.

This Annual Report provides statements, data, and information that may be categorised as forward-looking statements on projections, assumptions, and expectations. These statements carry risks and uncertainties that make these statements unable to be fully materialised. The 2025 Unilever Annual Report complements the 2025 Unilever Sustainability Report, which is available in a separate publication.

Penjelasan Tema 2025

2025 Theme Explanation

Memperkuat Fondasi, Menuju Pertumbuhan Masa Depan

Strengthening the Foundation, Shaping the Future

Tahun 2025 menandai fase penting bagi Unilever Indonesia, saat berbagai inisiatif perbaikan dan penataan ulang bisnis yang dijalankan sejak tahun 2023 telah mulai membuahkan hasil yang diharapkan. Setelah melalui periode transformasi pada tahun 2024 yang berfokus pada penguatan fundamental, kinerja Perseroan pada 2025 telah menuju arah yang solid dan konsisten.

Keputusan-keputusan strategis yang terukur, penajaman fokus portofolio, peningkatan disiplin eksekusi, serta inovasi yang berkelanjutan, berhasil memperkuat kinerja Perseroan mulai paruh kedua 2025. Pertumbuhan yang dicapai oleh seluruh Unit Bisnis Perseroan tersebut mencerminkan ketangguhan Perseroan dalam pelaksanaan agenda transformasi untuk pertumbuhan yang lebih sehat, bernilai, dan berkelanjutan di masa mendatang.

2025 marked an important phase for Unilever Indonesia, as the business improvement and reshaping initiatives implemented since 2023 began to deliver the intended results. Following a period of transformation in 2024 that was focused on strengthening fundamentals, the Company's performance in 2025 moved onto a more solid and consistent trajectory.

Measured strategic decisions, sharper portfolio focus, stronger execution discipline, and sustained innovation helped reinforce performance from the second half of 2025. The growth delivered across all Business Units reflects the Company's resilience in executing its transformation agenda in building the platform for healthier, more value-accretive, and more sustainable growth in the years ahead.

Kesinambungan Tema

Theme Continuity



2025

Memperkuat Fondasi, Menuju Pertumbuhan Masa Depan

Strengthening the Foundation, Shaping the Future



2024

Investasi untuk Masa Depan

Investing in the Future



2023

90 Tahun Dedikasi Tumbuh Bersama Negeri

90 Years of Dedication Growing with Country



2022

Solid Runway for Competitive Growth

Daftar Isi

Table of Contents

i **Sangkalan dan Batasan Tanggung Jawab**
Disclaimer and Limits of Responsibility

1 **Penjelasan Tema 2025**
2025 Theme Explanation

2 **Kesinambungan Tema**
Theme Continuity

6 **Kami Unilever Indonesia**
We are Unilever Indonesia

8 **Strategi Kami**
Our Strategy

10 **Kinerja 2025**
2025 Performance

12 **Ikhtisar Keuangan**
Financial Highlights

16 **Ikhtisar Saham**
Stock Highlights

18 **Aksi Korporasi Terkait Saham**
Corporate Actions Related to Stock

18 **Penangguhan Saham Perseroan**
Suspension of the Company's Shares

18 **Ikhtisar Obligasi**
Bonds Highlights

19 **LAPORAN MANAJEMEN**
MANAGEMENT REPORT

20 **Laporan Direksi**
Report of the Board of Directors

30 **Anggota Direksi**
Members of the Board of Directors

38 **Laporan Dewan Komisaris**
Report of the Board of Commissioners

42 **Anggota Dewan Komisaris**
Members of the Board of Commissioners

48 **PROFIL PERUSAHAAN**
COMPANY PROFILE

49 **Identitas Perusahaan**
Corporate Identity

52 **Riwayat Singkat**
Brief History

54 **Visi, Misi, Budaya, dan Nilai-nilai Perusahaan**
Corporate Vision, Mission, Culture, and Values

56 **Kegiatan Usaha**
Business Activities

58 **Wilayah Operasional**
Operational Areas

60 **Struktur Organisasi**
Organisational Structure

62 **Susunan Dewan Komisaris dan Direksi**
Composition of the Board of Commissioners and Directors

64 **Perubahan Susunan Direksi Setelah Akhir Tahun Buku 2025**
Changes in the Composition of the Board of Directors After the End of the 2025 Financial Year

65 **Profil Dewan Komisaris**
Profile of the Board of Commissioners

77 **Profil Direksi**
Profile of the Board of Directors

84 **Informasi Pemegang Saham**
Information on Shareholders

86 **Struktur Grup Perusahaan**
Company Group Structure

86 **Entitas Anak dan/atau Entitas Asosiasi**
Subsidiaries and/or Associated Entities

87 **Kronologi Pencatatan Saham**
Share Listing Chronology

88 **Kronologi Penerbitan dan/atau Pencatatan Efek Lainnya**
Chronology of Issuance and/or Listing of Other Securities

88 **Obligasi, Sukuk, atau Obligasi Konversi**
Outstanding Bonds, Sukuk, or Convertible Bonds

88 **Lembaga Penunjang Profesi dan Pasar Modal**
Capital Market Supporting Institutions and Professions

89 **Daftar Keanggotaan Asosiasi**
List of Association Membership

94 **Informasi pada Situs Web Perseroan**
Information on the Company Website

95 **Alamat Kantor Pusat dan Pabrik**
Head Office and Factory Addresses

96 **Penghargaan dan Sertifikasi**
Awards and Certifications

103 **Peristiwa Penting 2025**
2025 Highlighted Events

112 **PENUNJANG BISNIS**
BUSINESS SUPPORT

113 **Karyawan Kami**
Our People

131 **Kesehatan dan Keselamatan Kerja**
Occupational Health and Safety

135 **Digitalisasi dan Keamanan Siber**
Digitalisation and Cyber Security

138 **ANALISIS DAN PEMBAHASAN MANAJEMEN**
MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS

139 **Tinjauan Operasional**
Operational Review

139 **Home & Personal Care**

140 **Home Care**

147 **Personal Care**

154 **Beauty & Wellbeing**

162 **Foods & Refreshment**

163 **Foods**

174 **Ice Cream**

176 **Unilever Food Solutions (UFS) Indonesia**

182 **Customer Development**

186 **Rantai Pasok**
Supply Chain

192 **Customer Operations**

199 **Tinjauan Keuangan**
Financial Review

200 **Kinerja Keuangan**
Financial Performance

212 **Kemampuan Membayar Utang, Tingkat Kolektibilitas Piutang, dan Likuiditas**
Solvency, Receivables Collectability, and Liquidity

214 **Struktur Modal**
Capital Structure

214 **Ikatan Material untuk Investasi Barang Modal**
Material Commitments for Investment in Capital Goods

215 **Ikatan Investasi Barang Modal**
Commitments for Investment in Capital Goods

216 **Transaksi Lindung Nilai**
Hedging Transactions

217 **Investasi Barang Modal yang Direalisasikan**
Realisation of Capital Investment

217 **Perbandingan antara Target/Proyeksi pada Awal Tahun Buku dengan Hasil yang Dicapai (Realisasi), mengenai Pendapatan, Laba, Struktur Permodalan, atau Lainnya yang Dianggap Penting bagi Perseroan**
Comparison between Target/Projection at Beginning of Year and Result (Realization), Concerning Income, Profit, Capital Structure, or Others Deemed Necessary for the Company

218 **Target/Proyeksi yang Ingin Dicapai Perseroan Paling Lama untuk Satu Tahun Mendatang**
Target/Projection at Most for the Next One Year for the Company

219 **Informasi dan Fakta Material yang Terjadi Setelah Tanggal Pelaporan Keuangan**
Significant Subsequent Events

219 **Prospek Usaha**
Business Prospects

220 **Prospek 2026**
Prospect for 2026

221 **Aspek Pemasaran atas Produk dan Jasa**
Marketing Aspects of the Products and Services

223 **Kebijakan Pembagian Dividen**
Dividend Policy

224 **Pembayaran Dividen**
Dividend Payment

225 **Program Kepemilikan Saham oleh Karyawan dan/atau Manajemen (ESOP/MSOP)**
Employee and/or Management Stock Ownership Program (ESOP/MSOP)

225 **Realisasi Penggunaan Dana Hasil Penawaran Umum**
Realisation of Use of Public Offering Proceeds

225 **Informasi Material Mengenai Investasi, Ekspansi, Divestasi, Penggabungan/ Peleburan Usaha, Akuisisi, atau Restrukturiasi Utang/Modal**
Material Information Related to Investment Expansion, Divestation, Consolidation/Merger, Acquisition, or Debt/Capital Restructurisation

226 **Transaksi yang Mengandung Benturan Kepentingan dan Transaksi dengan Pihak Berelasi**
Transactions Containing a Conflict of Interest and Transactions with Related Parties

227 Transaksi dengan Pihak Berelasi
Transactions with Related Parties

230 Perubahan Peraturan Perundang-undangan yang Berpengaruh Signifikan terhadap Perseroan
Change in Legislation that had a Significant Impact on the Company

230 Perubahan Kebijakan Akuntansi
Change in Accounting Policy

231 Perubahan pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan
Changes to the Statements of Financial Accounting Standards

231 Kelangsungan Usaha
Business Continuity

232 **TATA KELOLA PERUSAHAAN YANG BAIK**
GOOD CORPORATE GOVERNANCE

233 Penerapan GCG di Unilever Indonesia
GCG Implementation in Unilever Indonesia

236 Struktur dan Mekanisme Tata Kelola Perusahaan
Corporate Governance Structure and Mechanisms

237 Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)
General Meeting of Shareholders (GMS)

256 Dewan Komisaris
Board of Commissioners

268 Direksi
Board of Directors

280 Tata Kelola Dewan Komisaris dan Direksi
Governance of the Board of Commissioners and the Board of Directors

286 Komite Audit
Audit Committee

293 Komite Nominasi dan Remunerasi
Nomination and Remuneration Committee

299 Sekretaris Dewan Komisaris
Secretary to the Board of Commissioners

300 Sekretaris Perusahaan, Hubungan Investor, dan Komunikasi Perusahaan
Corporate Secretary, Investor Relations, and Corporate Communications

308 Unit Audit Internal
Internal Audit Unit

312 Auditor Eksternal
External Auditor

313 Manajemen Risiko
Risk Management

322 Pengendalian Internal
Internal Control

326 Asuransi Aset Perusahaan
Corporate Assets Insurance

326 Perkara Hukum yang Penting
Important Lawsuits

327 Sanksi Administrasi
Administrative Sanctions

327 Program Kepemilikan Saham oleh Karyawan dan Manajemen
Employee and Management Share Ownership Programme

327 Transaksi Pihak Berelasi
Related Party Transactions

328 Kode Prinsip Unilever
Unilever's Code

334 Melawan Korupsi
Countering Corruption

337 *Insider Trading*

337 *Whistleblowing System*

341 Pengadaan Barang dan Jasa
Procurement of Goods and Services

344 Akses terhadap Informasi
Access to Information

345 Penerapan Pedoman Tata Kelola Perusahaan
Implementation of Corporate Governance Guidelines

354 **TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

356 **SURAT PERNYATAAN ANGGOTA DIREKSI DAN DEWAN KOMISARIS**
THE BOARD OF DIRECTORS' AND THE BOARD OF COMMISSIONERS' STATEMENT

358 **LAPORAN KEUANGAN**
FINANCIAL STATEMENTS

455 **REFERENSI SEOJK NO.16/ SEOJK.04/2021 BENTUK DAN ISI LAPORAN TAHUNAN EMITEN ATAU PERUSAHAAN PUBLIK**
REFERENCE OF CIRCULAR OF THE FINANCIAL SERVICES AUTHORITY NUMBER 16/ SEOJK.04/2021 ON FORMS AND CONTENTS OF ISSUER'S OR PUBLIC LISTED COMPANY'S ANNUAL REPORT

Kami Unilever Indonesia

We are Unilever Indonesia

92 Tahun Years

Bersama Indonesia
with Indonesia

44 Tahun Years

Saham UNVR Tercatat di Bursa Efek Indonesia
UNVR Stock Listed at the Indonesian Stock Exchange

45

Merek Ikonik
Iconic Brands

Tersedia di Toko-toko di Seluruh Indonesia
Available in Stores all Across Indonesia

Pemimpin Pasar di 9 Kategori Industri FMCG
Market Leader in 9 Categories FMCG Industry

Tangguh di Tengah Perubahan

Resilient Through Changes

Rp31.9* triliun trillion
Penjualan Bersih
Net Sales

Rp3.5* triliun trillion
Laba Bersih
Net Profit

Home & Personal Care

Home Care
Personal Care
Beauty & Wellbeing

Rp23.4 triliun trillion
Penjualan Bersih
Net Sales

Rp11.2 triliun trillion
Laba Bruto
Gross Profit

Foods & Refreshment*

Foods
Ice Cream**

Rp8.6 triliun trillion
Penjualan Bersih
Net Sales

Rp3.8 triliun trillion
Laba Bruto
Gross Profit

* Operasi yang dilanjutkan (tanpa bisnis Es Krim dan Teh)
Continuing operations (exclude Ice Cream and Tea businesses)

** Hingga 8 Desember 2025
Up to 8 December 2025

Best Place for Learning* 2025 kategori FMCG
Best Place for Learning 2025 FMCG category*

*Leadership in Corporate Governance*** Selama 8 Tahun Berturut-turut

Leadership in Corporate Governance**
in 8 Consecutive Years

* Penghargaan dari MarkPlus Institute (berdasarkan survei terhadap 1.000 responden Generasi Z dan Generasi Y)
** Peringkat penerapan tata kelola berdasarkan parameter Asean Corporate Governance Scorecard (ACGS)

* Award from MarkPlus Institute (based on a survey of 1,000 Generation Z and Generation Y respondents)
** Governance implementation rating based on the ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) parameters

Value Chain yang Luas di Seluruh Indonesia

Extensive Value Chain throughout Indonesia

>3,000
Karyawan
Employees

8
Pabrik, yang telah menerapkan Sistem Jaminan Halal
Factories Implementing Halal Assurance System

16
Pabrik Pemasok
Manufacturing Plants

11
Depot Gudang
Warehouse Depots

2
Pusat Distribusi
Distribution Centres

20
Depo, yang Mewakili Wilayah Operasional dari Sabang sampai Merauke
Depots Representing Operating Areas from Sabang to Merauke

Strategi Kami

Our Strategy

Strategi Unilever Indonesia dijalankan dengan berpedoman pada strategi Unilever global, yang berfokus pada perubahan fundamental dan prioritas untuk mewujudkan ambisi finansial Unilever.

The strategy of Unilever Indonesia is implemented in alignment with Unilever global strategy to focus on fundamental shifts and priorities to deliver Unilever's financial ambitions.

AMBISI KAMI DALAM MENCIPTAKAN NILAI
OUR VALUE CREATION AMBITION

Total Imbal Hasil Pemegang Saham, yang didorong oleh:

Total Shareholder Return, driven by:

Pertumbuhan Volume
Volume Growth

Peningkatan Marjin Bruto
Gross Margin Expansion

3 PERUBAHAN FUNDAMENTAL
3 FUNDAMENTAL SHIFTS

Kami mempercepat transformasi Unilever melalui tiga cara utama:

We are accelerating Unilever's transformation in three key ways:

Merek Brands

Membangun Daya Tarik Secara Luas
Desire at Scale

Merek yang SASSY
SASSY brands

Meningkatkan merek melalui *Science*, Estetika, Sensorial, Diakui dan direkomendasikan banyak orang, Berjiwa Muda, dan relevan dengan budaya.

Elevating brands through Science, Aesthetics, Sensorials, being Shared by Others, Young-spirited and relevant in culture.

Mesin garda terdepan
Frontline machine

Menghadirkan keunggulan eksekusi melalui pemasaran dan penjualan di seluruh titik interaksi dengan konsumen dan pelanggan.

Delivering execution excellence through marketing and sales across all consumer and customer touchpoints.

Karyawan People

Bermain untuk Menang
Play to Win

Budaya yang Berorientasi Kemenangan
Winning culture

Membangun budaya dimana seluruh karyawan berorientasi pada pencapaian terbaik, dan performa kinerja dihargai.

Building a culture where our people Play to Win and where performance is rewarded.

Pengelolaan talenta yang tanpa kompromi
Uncompromising on talent

Menarik, mempercepat pengembangan, dan mengembangkan talenta terbaik pada peran-peran yang mendorong penciptaan nilai.

Attracting, accelerating and developing the best talent in value-driving roles.

Organisasi Organisation

Organisasi Selanjutnya
Next Wave Organisation

AI & teknologi
AI & technology

Mendorong kreativitas, pertumbuhan dan peningkatan marjin di seluruh lini bisnis kami.

Powering creativity, growth and margin expansion throughout our business.

Produktivitas & penyederhanaan
Productivity & simplicity

Menata ulang organisasi agar lebih sederhana, responsif, dan lincah.

Rewiring our organisation to be simpler, faster, and more agile.

FOKUS STRATEGI UNILEVER INDONESIA
UNILEVER INDONESIA STRATEGY FOCUS



Kategori
Category

Mengarahkan portofolio ke segmen produk dengan potensi pertumbuhan yang lebih tinggi, serta mendorong permintaan melalui strategi yang mengutamakan kanal digital dan sosial.

Directing the portfolio towards product segments with higher growth potential, and driving demand through strategies that prioritise digital and social channels.



Saluran
Channel

Menjawab kebutuhan konsumen di berbagai segmen dengan fokus pada eksekusi yang unggul, transformasi *go-to-market*, dan pengembangan saluran masa depan.

Responding to consumer needs across various segments with a focus on superior execution, go-to-market transformation, and future channel development.



Biaya
Cost

Meningkatkan margin kotor melalui pengelolaan biaya yang disiplin dan transformasi digital.

Increasing gross margins through disciplined cost management and digital transformation.

KEBERLANJUTAN
SUSTAINABILITY



Iklim
Climate



Alam
Nature



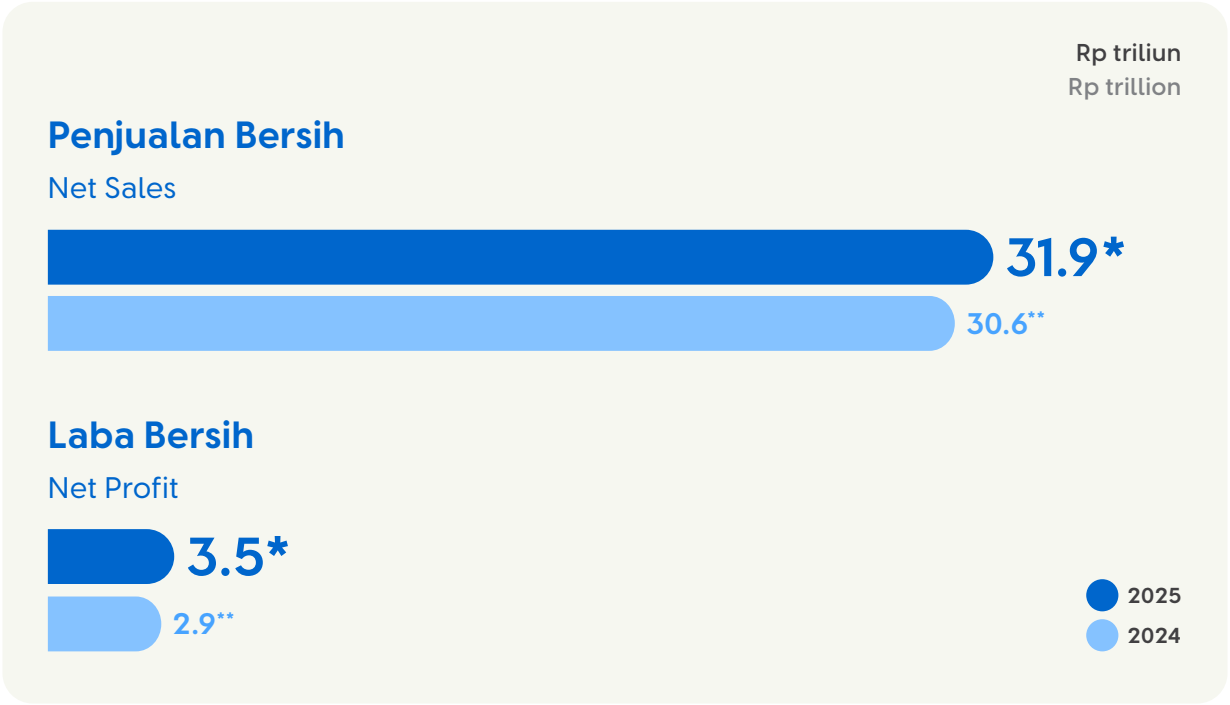
Plastik
Plastics



Mata Pencaharian
Livelihoods

Kinerja 2025

2025 Performance



46.9%*

Margin Laba Bruto

Gross Profit Margin

14.4%*

Margin Laba Usaha

Operating Profit Margin

19.6%***

Imbal Hasil Atas Aset

Return on Asset (ROA)

106.8%****

Imbal Hasil Atas Ekuitas

Return on Equity (ROE)

* Operasi yang dilanjutkan (tanpa bisnis Es Krim dan Teh)
Continuing operations (exclude Ice Cream and Tea businesses)

** Disajikan kembali
Restated

*** Didapatkan dari laba operasi yang dilanjutkan terhadap rata-rata aset dari total operasi
Calculated from profit continuing operation to average asset total operation

**** Didapatkan dari laba operasi yang dilanjutkan dengan ekuitas dari total operasi
Calculated from profit continuing operation to average equity total operation


Vaseline
HEALTHY BRIGHT
GLUTA-HYA
SERUM BURST LOTION
SPF 50
70X
Pepsodent
WHITENING TOOTHPASTE
ultra white
5 SHADES WHITER* IN 1 WEEK
RENEW ENAMEL BARRIER
ULTIMATE BRIGHT
+ Microwhitening-C
+ Blue-HAP
PORSI BUAH LEBIH BANYAK!
Buavita
Manfaat Buah dari Alam
Memenuhi Kebutuhan 100% Vitamin C & A Harian
Apel
Minuman Sari Buah Apel
BARU
Dove
serum body wash
pampering care
10x moisture renewal power*
shea butter & vanilla
RHAMNO power
100% BAHAN AKTIF TUMBUHAN*
HEMAT 30%**
Sunlight
JERUK NIPIS 100
10x BERSIHKAN Lemak
Lebih Cepat & Banyak Busa*
Cairan Pencuci Piring

Ikhtisar Keuangan

Financial Highlights

Angka-angka pada seluruh tabel dan grafik dinyatakan dalam miliaran Rupiah dan menggunakan notasi bahasa Inggris kecuali disebutkan lain.

Numerical notation in all tables and graphs are stated in billions of Rupiah and in English notation, unless stated otherwise.

Laporan Laba Rugi dan Pendapatan Komprehensif Lain

Statement of Profit or Loss and Other Comprehensive Income

Keterangan Description	2025*	2024**	2023	2022	2021
Penjualan Bersih Net Sales	**31,943**	30,623	38,611	41,219	39,546
Harga Pokok Penjualan Cost of Goods Sold	**(16,946)**	(16,063)	(19,417)	(22,154)	(19,920)
Laba Bruto Gross Profit	**14,997**	14,560	19,195	19,065	19,626
Beban Usaha Operating Expenses	**(10,405)**	(10,753)	(12,915)	(11,996)	(11,947)
Laba Usaha Operating Profit	**4,592**	3,807	6,279	7,069	7,679
Laba dari Operasi yang Dilanjutkan Profit from Continuing Operation	**3,537**	2,905	6,202	6,994	7,497
Laba Tahun Berjalan dari Operasi yang Dihentikan Profit from Discontinued Operation	**309**	464	-	-	-
Laba Penjualan Operasi yang Dihentikan Gain on Sale of Discontinued Operation	**3,794**	-	-	-	-
Laba Profit	**7,641**	3,369	4,801	5,365	5,758
Jumlah Penghasilan Komprehensif Tahun Berjalan Total Comprehensive Income for the Year	**7,708**	3,270	4,496	5,513	5,717
EBITDA	**5,261**	4,439	7,233	8,123	8,756
Laba Bersih per Saham Dasar*** (dalam nilai penuh Rupiah) Basic Earnings per Share*** (in Rupiah full amount)	**93**	76	126	141*	151*

* Penyajian angka berdasarkan Laporan Keuangan Unilever Indonesia tahun 2025 yang telah dipublikasikan, dan hanya memuat angka operasional yang masih berlangsung (*continuing operations*).
The figures presented are based on Unilever Indonesia's published 2025 Financial Report, and only include figures for continuing operations.

** Disajikan kembali.
Restated.

*** Laba per saham dasar telah disesuaikan dengan pemecahan nilai nominal saham pada 2 Januari 2020.
Basic earnings per share has been adjusted for the effect of stock split on 2 January 2020.

Laporan Posisi Keuangan Konsolidasian

Consolidated Statement of Financial Position

Dalam miliar Rupiah, kecuali dinyatakan lain.
In billion Rupiah, unless otherwise stated.

Keterangan Description	2025	2024	2023	2022	2021
Aset Lancar Current Assets	**10,545**	5,281	6,192	7,568	7,642
Jumlah Aset Total Assets	**20,017**	16,046	16,664	18,318	19,069
Liabilitas Jangka Pendek Current Liabilities	**14,223**	11,830	11,224	12,442	12,445
Jumlah Liabilitas Total Liabilities	**15,542**	13,897	13,283	14,321	14,747
Ekuitas Equity	**4,475**	2,149	3,381	3,997	4,321
Modal Kerja Bersih Net Working Capital	**(3,678)**	(6,549)	(5,032)	(4,874)	(4,803)

Rasio Keuangan

Financial Ratio

Keterangan Description	2025*	2024**	2023	2022	2021
Margin Laba Bruto Gross Profit Margin	**46.9%**	47.5%	49.7%	46.3%	49.6%
Margin Laba Usaha Operating Profit Margin	**14.4%**	12.4%	16.3%	17.1%	19.4%
Margin Jumlah Penghasilan Komprehensif Tahun Berjalan Total Comprehensive Income for the Year Margin	**24.1%**	10.7%	11.6%	13.4%	14.5%
Margin EBITDA EBITDA Margin	**16.5%**	14.5%	18.7%	19.7%	22.1%
Laba Usaha terhadap Ekuitas Operating Profit to Equity	**102.6%**	177.1%	185.7%	176 .9%	177.7%
Jumlah Penghasilan Komprehensif Tahun Berjalan terhadap Ekuitas Total Comprehensive Income for the Year to Equity	**172.2%**	152.1%	133.0%	137.9%	132.3%
Laba Usaha terhadap Jumlah Aset Operating Profit to Total Assets	**22.9%**	23.7%	37.7%	38.6%	40.3%
Jumlah Penghasilan Komprehensif Tahun Berjalan terhadap Jumlah Aset Total Comprehensive Income for the Year to Total Assets	**38.5%**	20.4%	27.0%	30.1%	30.0%
Aset Lancar terhadap Liabilitas Jangka Pendek Current Assets to Current Liabilities	**74.1%**	44.6%	55.2%	60.8%	61.4%
Jumlah Liabilitas terhadap Ekuitas Total Liabilities to Equity	**347.3%**	646.6%	392.8%	358.3%	341.3%
Jumlah Liabilitas terhadap Jumlah Aset Total Liabilities to Total Assets	**77.6%**	86.6%	79.7%	78.2%	77.3%
Imbal Hasil atas Aset Return on Assets	**19.6%***	17.8%	27.5%	28.7%	29.1%
Imbal Hasil atas Ekuitas Return on Equity	**106.8%****	105.0%	130.1%	129.0%	124.4%

* Operasi yang dilanjutkan (tanpa bisnis Es Krim dan Teh)
Continuing operations (exclude Ice Cream and Tea businesses)

** Disajikan kembali
Restated

*** Didapatkan dari laba operasi yang dilanjutkan terhadap rata-rata aset dari total operasi
Calculated from profit continuing operation to average asset total operation

**** Didapatkan dari laba operasi yang dilanjutkan dengan ekuitas dari total operasi
Calculated from profit continuing operation to average equity total operation


BARU
Super Pell
ANTI MINYAK
& NODA
SAKURA
MICELLAR TECHNOLOGY
BEBAS MINYAK & NODA HANYA 1 MENIT*

Ikhtisar Saham

Stock Highlights

Kinerja Saham per Triwulan

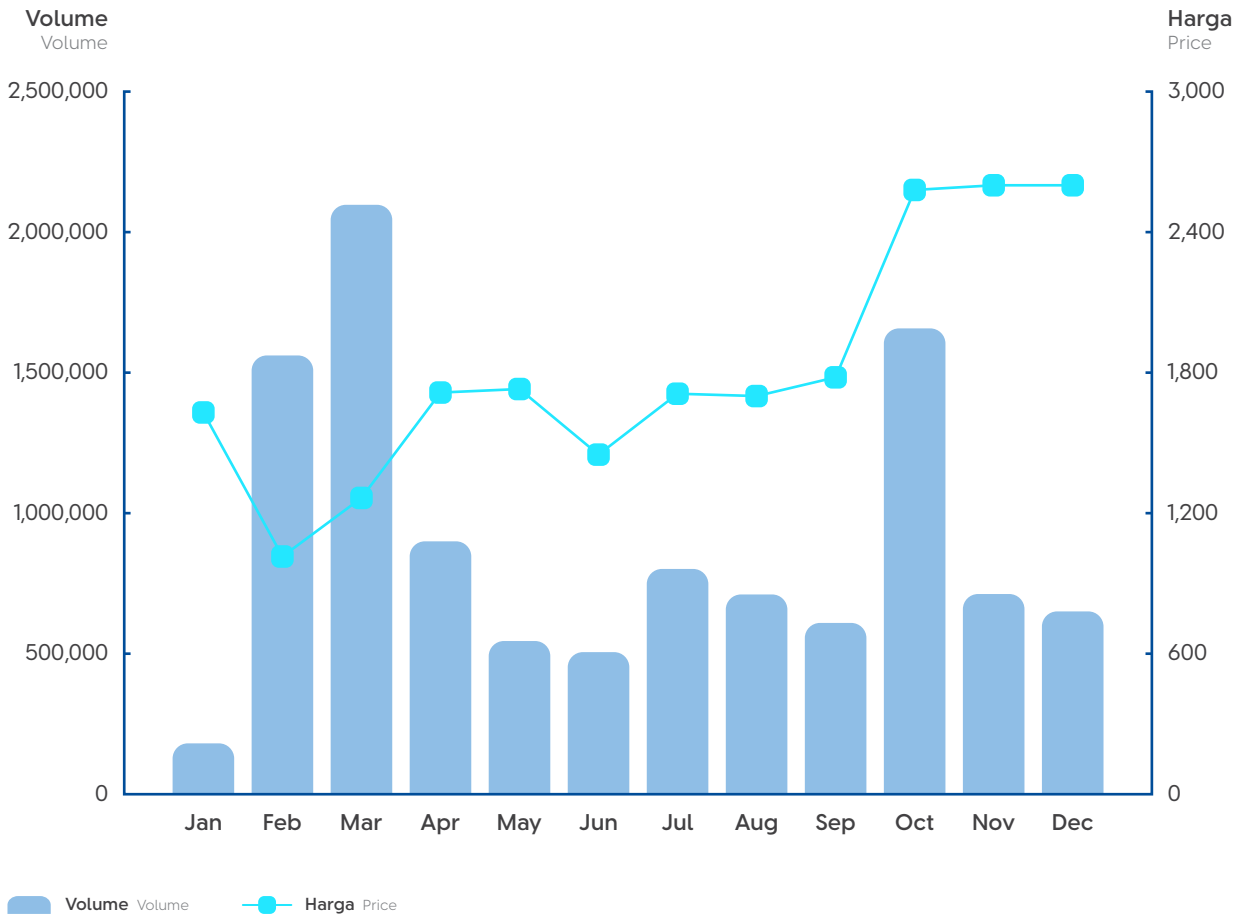
Quarterly Share Performance

Keterangan Description	2025			
	Q1	Q2	Q3	Q4
Harga Tertinggi (Rp) Highest Price (Rp)	1,900	1,865	1,940	2,840
Harga Terendah (Rp) Lowest Price (Rp)	985	1,125	1,430	1,745
Harga Penutupan (Rp) Closing Price (Rp)	1,265	1,450	1,780	2,600
Volume Perdagangan (ribu saham) Trading Volume (thousand shares)	3,839,214	1,950,328	2,121,722	3,020,134
Saham Beredar Outstanding Shares	38,150,000,000	38,150,000,000	38,150,000,000	37,981,233,300
Market Capitalisation (Rp juta) Market Capitalisation (Rp million)	48,259,750	55,317,500	67,907,000	99,190,000

Keterangan Description	2024			
	Q1	Q2	Q3	Q4
Harga Tertinggi (Rp) Highest Price (Rp)	3,580	3,390	3,080	2,440
Harga Terendah (Rp) Lowest Price (Rp)	2,570	2,330	2,170	1,735
Harga Penutupan (Rp) Closing Price (Rp)	2,700	3,020	2,210	1,885
Volume Perdagangan (ribu saham) Trading Volume (thousand shares)	1,110,512	1,070,936	1,354,884	1,260,298
Saham Beredar Outstanding Shares	38,150,000,000	38,150,000,000	38,150,000,000	38,150,000,000
Market Capitalisation (Rp juta) Market Capitalisation (Rp million)	103,005,000	115,213,000	84,311,500	71,912,750

Pergerakan Saham 2025

Share Price Movement 2025



Aksi Korporasi Terkait Saham

Corporate Actions Related to Stock

Untuk meningkatkan nilai jangka panjang bagi pemegang saham, pada tahun 2025 Perseroan melakukan pembelian kembali saham (*Buyback*) dengan nilai maksimum Rp2 triliun. Jumlah saham yang dibeli kembali tidak melebihi 20% dari modal Perseroan, dan jumlah saham *free float* setelah pelaksanaan *Buyback* tidak akan menjadi kurang dari 7,5% dari jumlah tercatat.

Buyback dilakukan dengan harga yang dianggap baik dan wajar oleh Perseroan, di harga maksimum Rp1.700 per lembar saham. Pelaksanaan *Buyback* tidak memiliki dampak material bagi kinerja keuangan dan kegiatan usaha Perseroan.

To increase long-term value for shareholders, in 2025 the Company conducted a share buyback with a maximum value of Rp2 trillion. The number of shares repurchased did not exceed 20% of the Company's capital, and the number of free float shares after the buyback was not less than 7.5% of the total number of shares.

The share buyback was conducted at a price deemed fair and reasonable by the Company, with a maximum price of Rp1,700 per share. The implementation of the share buyback did not have a material impact on the Company's financial performance and business activities.

Penangguhan Saham Perseroan

Suspension of the Company's Shares

Hingga 31 Desember 2025 tidak terdapat penghentian sementara perdagangan saham (*suspension*) dan/atau penghapusan pencatatan saham (*delisting*) saham Perseroan yang berkode UNVR.

Until 31 December 2025, there was no temporary suspension of trading (suspension) and/or delisting of the Company's shares with the code UNVR.

Ikhtisar Obligasi

Bonds Highlights

Perseroan tidak pernah menerbitkan efek sekuritas lainnya termasuk obligasi, sukuk, maupun obligasi konversi.

The Company has never issued other securities, including bonds, sukuk, or convertible bonds.

Laporan Manajemen

Management Report

20 **Laporan Direksi**
Report of the Board of Directors

30 **Anggota Direksi**
Members of the Board of Directors

38 **Laporan Dewan Komisaris**
Report of the Board of Commissioners

42 **Anggota Dewan Komisaris**
Members of the Board of Commissioners

Laporan Direksi

Report of the Board of Directors

Tahun 2025 merupakan tahun kami memperkuat fundamental dan mempertajam pilihan, dengan perbaikan kinerja sekaligus terus menata ulang bisnis demi pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan.

2025 was a year of strengthening fundamentals and sharpening choices by delivering improved performance while continuing to reshape the business for sustainable, long-term growth.

Benjie Yap
Presiden Direktur President Director



Pada tahun 2025, Unilever Indonesia terus melanjutkan agenda untuk menata ulang bisnis untuk memperkuat daya saing dan membangun kembali momentum di tengah lingkungan usaha yang tetap dinamis dan kompetitif. Seiring dengan perubahan perilaku konsumen, fragmentasi kanal yang semakin cepat dan tekanan persaingan yang tetap tinggi di berbagai kategori, kami terus disiplin pada eksekusi fundamental: memenangkan pasar melalui ketersediaan yang lebih baik, keunggulan merek yang lebih kuat, dan pelaksanaan yang lebih tajam di berbagai kanal.

Pada saat yang sama, kami terus mengambil langkah-langkah strategis yang tegas untuk membangun bisnis yang lebih tangguh dan siap menghadapi masa depan. Hal ini mencakup percepatan inisiatif transformasi di seluruh rantai nilai *end-to-end*, penguatan produktivitas dan disiplin biaya, serta penajaman portofolio, agar sumber daya dapat lebih fokus pada portfolio yang memiliki peluang lebih besar. Kami juga memperkuat pendekatan *digital-first*, *social-first* dalam pemasaran guna meningkatkan daya tarik merek, menjaga relevansi budaya, serta mempercepat konversi di tengah perjalanan konsumen yang semakin dipengaruhi oleh kanal digital dan *social commerce*. Langkah-langkah ini berkontribusi pada peningkatan kinerja kami di tahun 2025 sekaligus memperkuat fondasi pertumbuhan berbasis volume di masa depan.

Tinjauan Makroekonomi dan Industri

Pada tahun 2025, perekonomian global masih dihadapkan pada kombinasi kompleks dari ketidakpastian geopolitik, friksi perdagangan yang terus berlanjut, serta volatilitas pada komoditas dan mata uang utama, yang membuat pelaku usaha dan konsumen tetap berhati-hati meskipun terdapat sejumlah titik ketahanan. Dalam konteks tersebut, International Monetary Fund (IMF) memproyeksikan pertumbuhan global sekitar 3,0% pada tahun 2025 dan meningkat tipis menjadi 3,1% pada tahun 2026, mencerminkan pemulihan global yang stabil namun masih cenderung terbatas.

In 2025, Unilever Indonesia continued to advance its reset agenda to strengthen competitiveness and rebuild momentum in an environment that remained dynamic and intensely competitive. As consumer behaviour evolved, channel fragmentation accelerated, and competitive pressure stayed high across categories, we maintained a disciplined focus on executing the fundamentals well: winning in the market through better availability, stronger brand superiority, and sharper execution across channels.

At the same time, we continued to take decisive strategic actions to create a more resilient and future-ready business. This included accelerating transformation initiatives across the end-to-end value chain, strengthening productivity and cost discipline, and sharpening our portfolio to focus resources on fewer, bigger opportunities. We also stepped up our digital-first, social-first approach to marketing to strengthen how our brands build desirability, stay culturally relevant, and convert faster across increasingly digital and social commerce-led consumer journeys. These actions helped us deliver improved performance in 2025, while strengthening the foundation for sustained, volume-led growth in the years ahead.

Macroeconomic and Industry Overview

In 2025, the global economy continued to navigate a complex mix of geopolitical uncertainty, ongoing trade frictions, and volatility in key commodities and currencies, which were factors that kept businesses and consumers cautious despite pockets of resilience. Against this backdrop, the International Monetary Fund (IMF) projected global growth at around 3.0% in 2025 with a modest uptick to 3.1% in 2026, reflecting steady but still subdued momentum in the global recovery.

Di tengah kondisi global tersebut, Indonesia tetap menunjukkan ketahanan. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa perekonomian Indonesia tumbuh 5,11% pada tahun 2025, didukung oleh permintaan domestik dan aktivitas yang terus berjalan untuk sektor-sektor utama. Inflasi tetap terkendali sepanjang tahun, dengan inflasi tahunan tercatat sebesar 2,92% pada Desember 2025, berada dalam rentang sasaran bank sentral dan membantu menjaga daya beli konsumen. Kebijakan moneter juga tetap mendukung stabilitas, dengan Bank Indonesia mempertahankan BI-Rate pada level 4,75% pada Desember 2025, seiring upaya menyeimbangkan pertumbuhan dengan stabilitas nilai tukar dan harga.

Against the global backdrop, Indonesia remained resilient. Statistics Indonesia (BPS) reported that the Indonesian economy grew 5.11% in 2025, underpinned by domestic demand and continued activity across key sectors. Inflation remained manageable through the year, with headline inflation recorded at 2.92% year-on-year in December 2025, staying within the central bank's target range and helping preserve consumer purchasing power. Monetary policy also remained supportive of stability, with Bank Indonesia maintaining the BI-Rate at 4.75% in December 2025 as it balanced growth and currency/price stability considerations.

Di sektor barang konsumsi, intensitas persaingan tetap tinggi, sementara perilaku pembelanja terus berkembang, didorong oleh semakin melekatnya perdagangan digital dan ritel *omnichannel* dalam konsumsi sehari-hari. Ekonomi digital Indonesia diproyeksikan mendekati US$100 miliar dalam GMV pada tahun 2025, didukung oleh momentum kuat pada area seperti *video commerce* dan layanan keuangan digital. Sejalan dengan pergeseran kanal tersebut, kanal-kanal pertumbuhan masa depan, termasuk Digital Commerce serta Health & Beauty, terus berkembang pesat dan menjadi bagian pasar yang semakin penting, sehingga menegaskan pentingnya eksekusi, ketersediaan, dan relevansi di seluruh titik sentuh fisik maupun digital.

For the consumer goods sector, competitive intensity remained high, while shopper behaviour continued to evolve, particularly as digital commerce and omnichannel retail became even more embedded in day-to-day consumption. Indonesia's digital economy was projected to approach US$100 billion in GMV in 2025, supported by strong momentum in areas such as video commerce and digital financial services. In line with this channel shift, future-growth channels (including Digital Commerce and Health & Beauty) continued to expand rapidly, becoming an increasingly meaningful share of the market and reinforcing the importance of execution, availability, and relevance across both physical and digital touchpoints.

Di tengah dinamika tersebut, Unilever Indonesia beroperasi di pasar dengan konsumen yang semakin mencari nilai, evolusi kanal yang berlangsung cepat, dan tekanan persaingan yang berkelanjutan. Hal ini membuat pelaksanaan yang disiplin serta fokus pada fundamental menjadi semakin penting.

As these dynamics played out, Unilever Indonesia operated in a market defined by value-seeking consumers, fast-moving channel evolution, and sustained competitive pressure—making disciplined execution and a focus on fundamentals essential.

Strategi dan Kebijakan Strategis

Pada tahun 2025, arah strategis kami tetap berlandaskan pada upaya mempertajam daya saing dan memperkuat fundamental bisnis agar kami dapat menghadirkan pertumbuhan yang konsisten dan berkelanjutan di pasar yang semakin dinamis. Pendekatan kami sejalan dengan strategi global Unilever yaitu "*Our Formula for Desire*", yang berfokus pada percepatan transformasi melalui tiga perubahan mendasar: membangun *Desire at Scale* melalui merek dan eksekusi yang lebih kuat, menumbuhkan budaya kinerja *Play to Win*, serta berkembang menjadi *Next Wave Organisation* yang ditopang oleh teknologi, produktivitas, dan kesederhanaan.

Strategy and Strategic Policies

In 2025, our strategic direction remained anchored on sharpening competitiveness and strengthening the fundamentals of the business so we can deliver consistent, sustainable growth in an increasingly dynamic market. Our approach is aligned with Unilever's global strategy, "Our Formula for Desire," which focuses on accelerating transformation through three fundamental shifts: building Desire at Scale through stronger brands and execution, fostering a Play to Win performance culture, and evolving into a Next Wave Organisation powered by technology, productivity, and simplicity.

Dalam arah besar tersebut, Unilever juga semakin mempertajam fokus pada prioritas pertumbuhan strategis, termasuk Beauty & Wellbeing dan Personal Care, percepatan Digital Commerce, serta penguatan proposisi seperti premiumisasi, yang seluruhnya ditopang oleh keberlanjutan untuk melindungi dan meningkatkan penciptaan nilai jangka panjang melalui inovasi, efisiensi operasional, dan ketangguhan rantai pasok.

Di Unilever Indonesia, prioritas strategis kami pada tahun 2025 bertumpu pada tiga pilar: *Category*, *Channel*, dan *Cost*, dengan eksekusi yang disiplin untuk memperkuat daya saing dan kembali menuju pertumbuhan yang lebih sehat, yang didorong oleh pertumbuhan volume.

Category. Kami berfokus memperkuat keunggulan merek dan mempercepat penciptaan permintaan, khususnya melalui pendekatan *digital-first* dan *social-first*, sekaligus mempertajam portofolio menuju segmen yang tumbuh lebih cepat dan lebih relevan. Sepanjang tahun 2025, kami meningkatkan investasi pada merek-merek kami dan memperbaiki daya saing di pasar melalui fokus yang lebih ketat di seluruh bauran pemasaran, didukung oleh manajemen pendapatan yang lebih kuat dan ketersediaan yang lebih baik di seluruh kanal.

Channel. Kami terus memperkuat model *go-to-market* untuk memenangkan pasar baik di kanal inti maupun kanal pertumbuhan masa depan. Pada tahun 2025, kami berinvestasi pada infrastruktur *route-to-market* dan eksekusi di lapangan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan pelaksanaan di tingkat toko, dengan tetap menanamkan dan mengembangkan kanal-kanal masa depan, terutama Digital Commerce dan Health & Beauty, yang semakin material terhadap pertumbuhan kategori dan perilaku konsumen.

Cost. Kami mempertahankan fokus yang kuat untuk meningkatkan margin laba kotor dan membangun basis biaya yang secara struktural lebih sehat melalui produktivitas, transformasi rantai pasok, dan disiplin yang lebih kuat terhadap *overhead*, dengan tetap berinvestasi untuk mendukung pertumbuhan. Hal ini mencerminkan niat kami untuk membangun model bisnis yang lebih tangguh: mampu melindungi daya saing, memperluas margin secara bertahap, dan mempertahankan investasi di balik *power brands* dan platform prioritas kami.

Within this overarching direction, Unilever is sharpening focus on strategic growth priorities, including Beauty & Wellbeing and Personal Care, scaling Digital Commerce, and strengthening propositions such as premiumisation, which are all underpinned by sustainability to protect and enhance long-term value creation through innovation, operational efficiency, and supply chain resilience.

At Unilever Indonesia, our strategic priorities in 2025 were anchored on three pillars: Category, Channel, and Cost with disciplined execution to strengthen competitiveness and return to healthier, volume-led growth.

Category. We are focused on strengthening brand superiority and accelerating demand creation, especially through digital-first and social-first approaches while sharpening our portfolio towards faster-growing, higher-relevance segments. Throughout 2025, we stepped up investment behind our brands and improved in-market competitiveness through tighter focus across the marketing mix, supported by stronger revenue management and availability across channels.

Channel. We continued to strengthen our go-to-market model to win across both core and future-growth channels. In 2025, we invested in route-to-market infrastructure and frontline execution to expand reach and improve store-level execution, while continuing to seed and scale channels of the future, particularly Digital Commerce and Health & Beauty, which are increasingly material to category growth and consumer behaviour.

Cost. We maintained a relentless focus on improving gross margin and building a structurally healthier cost base through productivity, supply chain transformation, and stronger discipline across overheads while continuing to invest to support growth. This reflects our intent to create a more resilient business model: one that can protect competitiveness, expand margins over time, and sustain investment behind our Power Brands and priority platforms.

Di seluruh pilar tersebut, budaya tetap menjadi penggerak utama. Kami terus memperkuat pola pikir *Play to Win* dengan mendorong eksekusi yang berani dan tegas, kinerja yang berorientasi pada hasil, serta kolaborasi yang lebih kuat dengan para mitra bisnis kami, agar strategi tidak hanya dirancang dengan baik, tetapi juga terlaksana secara konsisten di pasar.

Across these pillars, culture remains the engine. We are strengthening a Play to Win mindset by encouraging bold, decisive execution, outcome-focused performance, and stronger collaboration with our business partners so that the strategy is not only well designed, but consistently delivered in-market.

Peran Direksi dalam Merumuskan Strategi dan Kebijakan Strategis

Sepanjang tahun 2025, Direksi Unilever Indonesia memainkan peran penting dalam memastikan Perseroan tetap tangkas, kompetitif, dan siap menghadapi masa depan, sembari menjunjung standar tertinggi penerapan tata kelola dan tanggung jawab korporasi. Melalui pengawasan strategis, penetapan prioritas yang jelas, dan memastikan pelaksanaan yang disiplin, kami mendukung keberlanjutan kepemimpinan Perseroan di tengah dinamika makroekonomi dan industri yang terus berubah, sejalan dengan arah kami untuk *Strengthening the Foundation, Shaping the Future*.

Tanggung jawab inti Direksi adalah memastikan agar prioritas strategis tetap selaras, baik dengan realitas pasar saat ini maupun dengan tujuan bisnis jangka panjang. Hal ini mencakup menjaga disiplin keuangan, mendorong efisiensi operasional, serta menumbuhkan budaya yang berakar pada inovasi dan keberlanjutan. Kami bekerja erat dengan tim kepemimpinan eksekutif untuk secara berkala meninjau dan menyempurnakan agenda strategis Perseroan, memastikan keselarasan di seluruh organisasi, serta memperkuat ambisi kami untuk membangun platform yang lebih kokoh bagi pertumbuhan berkelanjutan.

Manajemen risiko dan kelangsungan usaha tetap menjadi area fokus utama Direksi pada tahun 2025. Dalam lingkungan eksternal yang dinamis, kami terus mengambil langkah-langkah proaktif untuk memitigasi risiko dan memperkuat ketahanan melalui pengawasan yang ketat, pengendalian yang disiplin, dan perencanaan yang berpandangan ke depan. Kami juga memastikan forum-forum tata kelola utama tetap berfokus pada prioritas strategis dan operasional, termasuk kinerja, risiko, perencanaan suksesi, serta berbagai aspek tata kelola lain yang penting bagi penciptaan nilai jangka panjang.

The Role of the Board of Directors in Formulating Strategies and Strategic Policies

Throughout 2025, the Board of Directors of Unilever Indonesia played a pivotal role in ensuring that the Company remained agile, competitive, and future-ready while upholding the highest standards of governance and corporate responsibility. By providing strategic oversight, setting clear priorities, and ensuring disciplined execution, we supported the Company's continued leadership amid shifting macroeconomic and industry dynamics, in line with our direction for Strengthening the Foundation, Shaping the Future.

A core responsibility of the Board of Directors was to ensure that strategic priorities remained aligned with both immediate market realities and long-term business goals. This included maintaining financial discipline, driving operational efficiency, and fostering a culture rooted in innovation and sustainability. We worked closely with the executive leadership team to regularly review and refine the Company's strategic agenda, ensuring alignment across the organisation and reinforcing our ambition to build a stronger platform for sustainable growth.

Risk management and business continuity remained key areas of focus for the Board of Directors in 2025. In a dynamic external environment, we continued to take proactive steps to mitigate risks and strengthen resilience through rigorous oversight, disciplined controls, and forward-looking planning. We also ensured that key governance forums remained focused on strategic and operational priorities, including performance, risk, succession planning, and other governance matters that are critical to long-term value creation.

Direksi juga terus mengedepankan agenda transformasi digital Perseroan. Menyadari semakin besarnya peran digital dan AI, bukan hanya sebagai bentuk inovasi, tetapi juga sebagai pengungkit praktis bagi eksekusi yang lebih kuat dan keterlibatan konsumen yang lebih efektif, kami mendukung optimalisasi kapabilitas digital secara berkelanjutan di seluruh bisnis. Pada saat yang sama, peningkatan digitalisasi meningkatkan eksposur terhadap risiko siber dan risiko terkait data. Direksi menekankan pentingnya penguatan tata kelola keamanan siber untuk melindungi kelangsungan operasional dan menjaga kepercayaan.

The Board continued to champion the Company's digital transformation agenda. Recognising the expanding role of digital and AI – not only as innovation, but as a practical lever for stronger execution and consumer engagement – we supported the continued optimisation of digital capabilities across the business. At the same time, as digitalisation increases exposure to cyber and data-related risks, the Board emphasised the importance of strengthening cyber security governance to protect operational continuity and safeguard trust.

Tata kelola perusahaan dan kepemimpinan yang beretika tetap menjadi landasan peran Direksi. Kami menegakkan komitmen terhadap transparansi, akuntabilitas, dan integritas di seluruh organisasi, sekaligus memperkuat mekanisme tata kelola untuk mendukung pengambilan keputusan yang efektif dan pelaksanaan yang disiplin. Fokus ini penting untuk menjaga kepercayaan para pemangku kepentingan dan memastikan Perseroan terus beroperasi secara bertanggung jawab di tengah lingkungan usaha yang sangat teregulasi dan berkembang cepat.

Corporate governance and ethical leadership remained foundational to the Board's role. We upheld our commitment to transparency, accountability, and integrity across the organisation, while reinforcing governance mechanisms to support effective decision-making and disciplined execution. This focus is essential to maintaining stakeholder confidence and ensuring the Company continues to operate responsibly in a highly regulated and fast-evolving operating landscape.

Keberlanjutan serta prinsip lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) terus menjadi bagian integral dari strategi jangka panjang Perseroan. Direksi memberikan pengawasan dan masukan strategis secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa keberlanjutan tetap tertanam dalam cara kami menjalankan bisnis, dipandu oleh fokus keberlanjutan Unilever pada Iklim, Alam, Plastik, dan Mata Pencaharian. Sejalan dengan itu, kami juga terus memperkuat organisasi melalui transformasi yang berkelanjutan serta mendorong akuntabilitas, kelincahan, dan inovasi yang lebih besar, agar Perseroan berada pada posisi yang semakin baik dalam menghadapi tantangan dan menangkap peluang di masa depan.

Sustainability and environmental, social, and governance (ESG) principles continued to be integral to the Company's long-term strategy. The Board provided ongoing oversight and strategic input to ensure that sustainability remained embedded in the way we do business, guided by Unilever's sustainability focus areas of Climate, Nature, Plastics, and Livelihoods. In parallel, we continued strengthening the organisation through ongoing transformation and supporting greater accountability, agility, and innovation so the Company is better positioned to navigate challenges and capture future opportunities.

Kinerja dan Pencapaian 2025

Pada tahun 2025, Unilever Indonesia terus melaksanakan langkah-langkah tegas untuk memperkuat fundamental bisnis dan mempercepat momentum pemulihan di tengah lingkungan usaha yang tetap dinamis. Berdasarkan inisiatif tersebut, kami memprioritaskan daya saing di sepanjang *Category*, *Channel*, dan *Cost*, dengan tetap menjaga pelaksanaan yang disiplin untuk memulihkan pertumbuhan yang lebih sehat dan didorong oleh volume. Bagian ini menguraikan metrik kinerja keuangan utama dan sorotan kategori yang membentuk perjalanan Unilever Indonesia sepanjang tahun 2025.

2025 Performance and Achievements

In 2025, Unilever Indonesia continued to execute decisive actions to strengthen business fundamentals and accelerate recovery momentum amid a still-dynamic operating environment. Building on these initiatives, we prioritised competitiveness across Category, Channel, and Cost, while maintaining disciplined execution to restore healthier, volume-led growth. This section outlines the key financial performance metrics and category highlights that defined Unilever Indonesia's journey in 2025.

Kinerja Keuangan

Pada tahun 2025, penjualan bersih dari *Continuing Operations* (tanpa bisnis Es Krim dan Teh) mencapai Rp31,9 triliun, tumbuh 4,3% dibandingkan tahun sebelumnya, didukung oleh momentum yang lebih kuat pada kuartal keempat serta pertumbuhan pada penjualan domestik maupun ekspor.

Profitabilitas menunjukkan perbaikan yang berarti seiring langkah-langkah struktural dan disiplin yang lebih ketat tercermin dalam laporan laba rugi. Laba bersih dari *Continuing Operations* meningkat menjadi Rp3,5 triliun, naik 21,8% dibandingkan tahun sebelumnya, didukung oleh fokus berkelanjutan pada peningkatan margin laba kotor, disiplin biaya, dan pencapaian produktivitas di seluruh rantai nilai.

Sejalan dengan itu, eksekusi di seluruh sistem *end-to-end* juga semakin kuat, dilihat dari perbaikan kinerja layanan di Modern Trade dan General Trade, dukungan penyaluran ke pasar yang lebih kuat, dan Customer Development yang mempertajam eksekusi *route-to-market* untuk memastikan produk tersedia secara andal dan dalam format yang tepat di berbagai kanal. Perseroan juga menghasilkan arus kas bebas yang kuat sebesar Rp4,9 triliun, sekitar 1,7 kali tahun sebelumnya, serta mempertahankan posisi tanpa utang, yang semakin memperkuat ketahanan dan fleksibilitas keuangan sepanjang tahun.

Sorotan Kategori

Home and Personal Care: Kembali Bertumbuh Melalui Keunggulan dan Eksekusi yang Disiplin

Home and Personal Care kembali mencatat pertumbuhan yang lebih sehat pada tahun 2025, didukung oleh perbaikan kinerja fundamental dan eksekusi pasar yang lebih tajam, menandai titik balik yang jelas dibandingkan penurunan pada tahun sebelumnya.

Di Home Care, kinerja diperkuat oleh proposisi keunggulan yang lebih jelas, inovasi yang lebih intensif, dan eksekusi yang lebih kompetitif. Bisnis ini berhasil menstabilkan penurunan pangsa jangka panjang pada merek-merek inti, dengan momentum yang terus berlanjut pada Cleaners dan trajektori pertumbuhan yang lebih sehat pada Fabric Enhancers, serta didukung oleh inovasi seperti Sunlight

Financial Performance

In 2025, net sales for Continuing Operations (exclude Ice Cream and Tea business) reached Rp31.9 trillion, growing 4.3% year-on-year, supported by stronger momentum in the fourth quarter and growth in both domestic and export sales.

Profitability improved meaningfully as structural actions and tighter discipline flowed through the P&L. Net profit for Continuing Operations rose to Rp3.5 trillion, an increase of 21.8% year-on-year, supported by continued focus on gross margin improvement, cost discipline, and productivity delivery across the value chain.

In parallel, execution strengthened across the end-to-end system: service performance improved across Modern Trade and General Trade, supporting stronger in-market delivery, while Customer Development sharpened route-to-market execution to ensure products reached shoppers reliably and in the right formats across channels. The Company also generated strong free cash flow of Rp4.9 trillion (around 1.7x the previous year) and maintained zero debt, reinforcing financial resilience and flexibility through the year.

Category Highlights

Home and Personal Care: Returning to Growth Through Superiority and Disciplined Execution

Home and Personal Care returned to healthier growth in 2025, supported by improved underlying performance and sharper in-market execution, marking a clear turnaround from prior-year declines.

In Home Care, performance was strengthened by clearer superiority propositions, stepped-up innovation, and more competitive execution. The business stabilised long-term share decline in core brands, with continued momentum in Cleaners and a healthier growth trajectory in Fabric Enhancers, supported by innovations such as Sunlight BioCare Nature, the renovation of Sunlight Core with Rhamno

BioCare Nature, renovasi Sunlight Core dengan Teknologi Rhamno, serta ekspansi Molto ke segmen *luxury perfume*. Bersamaan dengan itu, bisnis juga mempercepat pendekatan *digital-first, social-first* untuk membangun relevansi dan konversi di lanskap media dan ritel yang semakin terfragmentasi.

Di Personal Care, kami tetap berfokus memperkuat posisi kepemimpinan di berbagai kategori utama, dengan tetap mempertajam arsitektur portofolio pada tingkatan harga *mass*, premium, dan *masstige*. Kinerja mencerminkan baik kemajuan maupun tekanan di tengah kompetisi yang semakin ketat. Namun demikian, kami terus memperkuat penciptaan permintaan melalui model *digital-first, social-first* yang mencerminkan cara konsumen semakin banyak menemukan, mengevaluasi, dan membeli melalui konten yang dipimpin kreator, komunitas, dan perdagangan berbasis hiburan. Peningkatan kapabilitas, termasuk alur kerja yang lebih lincah dan eksekusi *test-and-learn* yang lebih cepat, turut meningkatkan kecepatan dan efektivitas kami dalam memperluas format dan titik sentuh yang mampu mengubah *"seen"* menjadi *"sold"*.

Beauty and Wellbeing: Membangun *Desire* Melalui Inovasi Berbasis Sains dan Keunggulan *Social-First*

Pada tahun 2025, Beauty & Wellbeing di Indonesia terus berkembang dengan cepat, dipengaruhi oleh konsumen yang semakin cermat, siklus tren yang lebih cepat, dan lanskap yang memberikan penghargaan kepada merek yang mampu memadukan kredibilitas ilmiah dengan relevansi budaya. Di tengah intensitas persaingan yang semakin tinggi, khususnya pada *facial cleanser, hand & body lotion*, dan *shampoo*, bisnis ini membukukan *positive USG*, didukung oleh momentum kuat dari Vaseline dan portofolio Hair Care kami.

Inovasi tetap berakar pada kebutuhan nyata yang dihadapi konsumen dan diwujudkan melalui keunggulan yang jelas serta dapat dibuktikan. Salah satu sorotan utama adalah peluncuran Vaseline Gluta Hya Smoothing Perfector, yang memperkuat proposisi berbasis sains kami sekaligus meningkatkan *desirability* melalui model eksekusi *social-first* yang lebih tajam. Kami juga memperkuat cara menerjemahkan perhatian menjadi pembelian melalui eksekusi *affiliate* dan *marketplace* yang lebih kuat, sehingga membantu menutup celah dari *"seen"* menjadi *"sold"* dengan konsistensi yang lebih baik.

Technology, and Molto's expansion into the luxury perfume segment. Alongside this, the business accelerated a digital-first, social-first approach to build relevance and conversion in a more fragmented media and retail landscape.

In Personal Care, we remained focused on reinforcing leadership positions across key categories while sharpening portfolio architecture across mass, premium, and masstige price tiers. Performance reflected both progress and pressure amid intensifying competition; however, we continued to strengthen demand creation through a digital-first, social-first model that reflects how consumers increasingly discover, evaluate, and purchase through creator-led content, communities, and entertainment-driven commerce. Capability upgrades including more agile workflows and faster test-and-learn execution, helped improve speed and effectiveness as we scaled the formats and touchpoints that convert from "seen" to "sold".

Beauty and Wellbeing: Building Desire Through Science-Led Innovation and Social-First Excellence

In 2025, Beauty & Wellbeing in Indonesia continued to evolve at pace, shaped by more discerning consumers, faster trend cycles, and an environment that rewards brands able to blend scientific credibility with cultural relevance. Against heightened competitive intensity particularly in facial cleanser, hand & body lotion, and shampoo – the business delivered positive USG, supported by strong momentum in Vaseline and our Hair Care portfolio.

Innovation remained anchored in real consumer tensions and delivered through clear, demonstrable superiority. A key highlight was the launch of Vaseline Gluta Hya Smoothing Perfector, reinforcing our science-led propositions while strengthening desirability through a sharper social-first execution model. We also stepped up how we translate attention into purchase through stronger affiliate and marketplace execution, helping close the loop from "seen" to "sold" with greater consistency.

Foods and Refreshment: Membangun Kembali Momentum Melalui Langkah-Langkah Tegas

Pada Foods and Refreshment, tahun 2025 menjadi titik balik ketika kami mengambil langkah-langkah terarah untuk memulihkan momentum dan membangun kembali relevansi di mata konsumen. Segmen ini kembali mencatat pertumbuhan, didukung oleh permintaan konsumen yang lebih kuat, inovasi yang berhasil, dan eksekusi yang lebih tajam, yang terlihat semakin jelas pada kuartal keempat.

Kinerja membaik di seluruh Foods, seiring kami memperkuat keunggulan inti dan memodernisasi penciptaan permintaan melalui pendekatan yang lebih *digital-first* dan *social-first*. Kami mengoptimalkan arsitektur *pack-price* serta memperkuat eksekusi *hyperlocal* untuk membuka kantong-kantong pertumbuhan, sekaligus mempercepat *social commerce* melalui ekosistem *affiliate* yang lebih luas guna memperkuat konversi lebih dekat ke momen pembelian.

Di Refreshments, kategori Juice dan Tea Bag sama-sama masih menghadapi tekanan di tengah perubahan pola konsumsi dan preferensi yang semakin mengarah pada minuman yang dipersepsikan lebih sehat dan lebih kontemporer. Sebagai bagian dari optimalisasi portofolio, Perseroan mengambil keputusan untuk melakukan divestasi bisnis teh di bawah merek SariWangi, dan meresmikan transaksi tersebut pada 6 Januari 2026. Divestasi tersebut diselesaikan pada 2 Maret 2026, setelah penandatanganan dokumen yang dipersyaratkan dan diterimanya pembayaran penuh, dengan nilai penjualan sebesar Rp1,5 triliun. Langkah strategis ini semakin mempertajam fokus kami pada kategori-kategori yang lebih sedikit namun lebih besar dengan potensi pertumbuhan berkelanjutan yang lebih kuat, dengan tetap memungkinkan alokasi sumber daya yang lebih disiplin ke portofolio inti kami ke depan.

Foods and Refreshment: Rebuilding Momentum Through Decisive Actions

In Foods and Refreshment, 2025 marked a turning point as we took deliberate actions to restore momentum and rebuild relevance with consumers. The segment returned to growth, supported by stronger consumer demand, successful innovations, and sharper execution that was particularly visible in the fourth quarter.

Across Foods, performance improved as we strengthened core superiority and modernised demand generation through a more digital-first and social-first approach. We optimised pack–price architecture and stepped up hyperlocal execution to unlock growth pockets, while accelerating social commerce through a broader affiliate ecosystem to strengthen conversion closer to purchase moments.

In Refreshments, both Juice and Tea Bag categories continued to face pressure amid shifting consumption patterns and a growing preference for beverages perceived as healthier and more contemporary. As part of our portfolio optimisation, the Company reached the decision to divest the tea business under the SariWangi brand, and subsequently formalised the transaction on 6 January 2026. The divestment was completed on 2 March 2026, following the signing of the required documents and receipt of full payment, with the sale value of Rp1.5 trillion. This strategic action further sharpens our focus on fewer, bigger categories with stronger sustainable growth potential, while enabling more disciplined allocation of resources to our core portfolio going forward.

Pemisahan dan Divestasi Bisnis Es Krim

Pada tahun 2025, Unilever mengambil langkah strategis untuk memisahkan bisnis Es Krim secara global, dengan mempertimbangkan karakteristik operasional kategori tersebut yang khas, termasuk tingkat musiman yang tinggi, kebutuhan *cold-chain* yang padat modal, serta profil kanal yang memerlukan model operasi yang lebih khusus.

Sejalan dengan perkembangan global tersebut, Unilever Indonesia menyelesaikan divestasi bisnis Es Krim pada 8 Desember 2025 melalui penjualan kepada PT The Magnum Ice Cream Indonesia, bagian dari The Magnum Ice Cream Group, dengan nilai total Rp7,0 triliun. Divestasi tersebut mengikuti penandatanganan *Business Transfer Agreement* pada November 2024 serta persetujuan yang diperoleh melalui RUPSLB dan Rapat Pemegang Saham Independen pada Januari 2025. Setelah penyelesaian transaksi, portofolio Unilever Indonesia semakin dipertajam pada kategori-kategori inti yang tersisa guna memperkuat fokus dan alokasi sumber daya untuk mendorong pertumbuhan berkelanjutan serta penciptaan nilai ke depan.

Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik

Good Corporate Governance (GCG) tetap menjadi salah satu fondasi utama Unilever Indonesia dalam mengelola bisnis secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. Pada tahun 2025, Perseroan terus menegakkan lima prinsip utama GCG, yaitu transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran, yang sejalan dengan nilai-nilai kami yaitu integritas, semangat kepeloporan, tanggung jawab, dan saling menghormati.

Untuk memastikan penerapan yang konsisten, kerangka tata kelola Perseroan disusun berdasarkan tiga organ utama tata kelola, yaitu Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris, dan Direksi, dengan pemisahan yang jelas antara fungsi pengawasan dan pengelolaan. Struktur ini didukung oleh berbagai mekanisme tata kelola, termasuk sistem pengendalian internal, manajemen risiko, audit internal dan eksternal, serta kebijakan dan piagam Perseroan yang menjadi pedoman perilaku dan pengambilan keputusan.

Demerger and Divestment of the Ice Cream Business

In 2025, Unilever took a strategic step to separate its global Ice Cream business, recognising the category's distinct operating characteristics that included high seasonality, capital-intensive cold-chain requirements, and a channel profile that benefits from a dedicated operating model.

Aligned with this global development, Unilever Indonesia completed the divestment of its Ice Cream business on 8 December 2025, through the sale to PT The Magnum Ice Cream Indonesia, part of The Magnum Ice Cream Group, with a total value of Rp7.0 trillion. The divestment followed the signing of the Business Transfer Agreement in November 2024 and the approval obtained through the EGMS and Independent Shareholders Meeting in January 2025. Following completion, Unilever Indonesia's portfolio is further sharpened towards its remaining core categories to strengthen focus and resource allocation to drive sustainable growth and value creation going forward.

Good Corporate Governance Implementation

Good Corporate Governance (GCG) remains one of the core foundations of Unilever Indonesia in managing the business responsibly and sustainably. In 2025, the Company continued to uphold the five key GCG principles: transparency, accountability, responsibility, independence, and fairness, which are aligned with our values of integrity, pioneering spirit, responsibility, and respect.

To ensure consistent implementation, the Company's governance framework is structured around the three key organs of governance: the General Meeting of Shareholders (GMS), the Board of Commissioners, and the Board of Directors with clear separation of oversight and management responsibilities. This structure is supported by governance mechanisms including internal control systems, risk management, internal and external audit, and Company policies and charters that guide conduct and decision-making.

Anggota Direksi, dari kiri ke kanan

Members of the Board of Directors, from left to right

Nurdiana Darus*
Direktur Director

Benjie Yap
Presiden Direktur
President Director

Neeraj Lal
Direktur Director

Hendri Widiarta
Direktur Director

Enny Hartati Sampurno*
Direktur Director

Vandana Suri*
Direktur Director

Alejandro Meinardo Santos Concha
Direktur Director



* RUPSLB yang diselenggarakan pada 13 Februari 2026 menyetujui pengunduran diri Ibu Enny Hartati Sampurno dan Ibu Vandana Suri, efektif sejak 31 Desember 2025. RUPSLB yang sama juga menyetujui pengangkatan Ibu Nurdiana Darus sebagai Direktur, efektif sejak 13 Februari 2026 sampai dengan penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tahun 2026.

The EGMS held on 13 February 2026 approved the resignations of Ms. Enny Hartati Sampurno and Ms. Vandana Suri, effective 31 December 2025. The same EGMS also approved the appointment of Ms. Nurdiana Darus as Director, effective 13 February 2026 until the closing of the 2026 Annual General Meeting of Shareholders.



Salah satu elemen penting dalam tata kelola adalah komitmen Perseroan terhadap praktik bisnis yang etis melalui *Code of Business Principles* dan *Code Policies* Unilever (secara bersama-sama disebut "Kode Prinsip"), yang menetapkan standar perilaku, integritas, dan kepatuhan bagi karyawan dan manajemen. Pada tahun 2025, kami terus menanamkan Kode Prinsip melalui pelatihan, kampanye internal, deklarasi integritas tahunan, dan penguatan mekanisme *speak-up* guna memperkuat budaya akuntabilitas dan kepercayaan.

A key element of governance is the Company's commitment to ethical business practices through Unilever's Code of Business Principles and Code Policies (collectively, the "Code"), which set standards for behaviour, integrity, and compliance for employees and management. In 2025, we continued to embed the Code through training, internal campaigns, annual integrity declarations, and strengthened speak-up mechanisms to reinforce a culture of accountability and trust.

Dewan Komisaris, dengan dukungan komite-komitenya yang meliputi Komite Audit serta Komite Nominasi dan Remunerasi, terus menjalankan fungsi pengawasan atas integritas pelaporan keuangan, efektivitas pengendalian internal, kepatuhan, dan manajemen risiko. Sejalan dengan itu, Direksi tetap memegang tanggung jawab atas eksekusi, disiplin operasional, dan memastikan tata kelola diterapkan secara konsisten di seluruh jenjang organisasi.

The Board of Commissioners, supported by its committees which includes the Audit Committee and the Nomination and Remuneration Committee, continued to carry out its oversight role across financial reporting integrity, internal control effectiveness, compliance, and risk management. In parallel, the Board of Directors maintained responsibility for execution, operational discipline, and ensuring governance is applied consistently across all levels of the organisation.

Pada tahun 2025, manajemen risiko dan pengendalian internal tetap menjadi bagian integral dari cara Perseroan melindungi nilai dan memperkuat ketahanan. Perseroan terus mengevaluasi risiko-risiko utama bisnis dan memastikan adanya langkah mitigasi yang memadai, didukung oleh mekanisme *assurance* internal dan tinjauan berkala, yang selaras dengan kerangka tata kelola dan pengendalian yang berlaku.

In 2025, risk management and internal control remained integral to how the Company protects value and strengthens resilience. The Company continued to evaluate key business risks and ensure mitigation actions are in place, supported by internal assurance mechanisms and periodic reviews while maintaining alignment with recognised governance and control frameworks.

Seiring digitalisasi dan penggunaan AI yang semakin terintegrasi ke dalam proses bisnis, Unilever Indonesia juga terus memperkuat tata kelola di bidang teknologi dan keamanan siber, termasuk pengawasan melalui mekanisme *steering* internal, penyelarasan dengan operasi keamanan TI global, serta program peningkatan kesadaran karyawan. Hal ini memastikan bahwa transformasi didukung oleh perlindungan yang kokoh untuk menjaga kelangsungan usaha, keamanan data, dan kepercayaan para pemangku kepentingan.

As digitalisation and the use of AI become increasingly embedded in business processes, Unilever Indonesia also continued to strengthen governance for technology and cyber security including oversight through internal steering mechanisms, alignment with global IT security operations, and employee awareness programmes. This ensures that transformation is supported by robust safeguards that protect business continuity, data security, and stakeholder trust.

Penerapan Strategi Keberlanjutan

Di Unilever Indonesia, kami percaya bahwa pertumbuhan berkelanjutan harus dibangun di atas praktik bisnis yang bertanggung jawab, dengan memperkuat kepercayaan, mengurangi dampak lingkungan, dan menciptakan nilai positif bagi masyarakat. Dipandu oleh fokus keberlanjutan Unilever, strategi keberlanjutan kami pada tahun 2025 tetap bertumpu pada empat pilar: Iklim, Alam, Plastik, dan Mata Pencaharian.

Prioritas-prioritas ini tertanam dalam cara kami beroperasi di seluruh unit bisnis dan merek, sehingga keberlanjutan tidak diperlakukan sebagai agenda yang berdiri sendiri, melainkan sebagai tanggung jawab bersama di seluruh organisasi dan rantai nilai kami yang lebih luas. Di luar keempat pilar tersebut, kami juga terus mendorong dampak melalui merek dan produk kami, serta melalui inovasi yang bertanggung jawab, pemasaran yang bertanggung jawab, dan program-program yang mendukung kehidupan yang lebih sehat dan komunitas yang lebih kuat.

Iklim. Kami terus melangkah menuju ambisi jangka panjang Unilever untuk mencapai *Net Zero Emissions* di seluruh rantai nilai pada tahun 2039, didukung oleh berbagai inisiatif operasional untuk mengurangi emisi dan meningkatkan efisiensi energi. Hingga akhir tahun 2025, Unilever Indonesia telah mengurangi emisi *Scope* 1 dan 2 dari aktivitas manufaktur sebesar 94,34% dibandingkan *baseline* tahun 2015, didukung oleh kombinasi inisiatif efisiensi dan pemanfaatan solusi energi terbarukan.

Alam. Kami memperkuat upaya untuk mendukung ekosistem yang lebih tangguh dan regeneratif, termasuk melalui kerja sama dengan komunitas petani lokal untuk membangun ketahanan pasokan jangka panjang. Program kami bersama para petani, khususnya dalam rantai nilai Bango, terus mendorong praktik pertanian regeneratif melalui pelatihan, sekolah lapangan, dan *demonstration plot*, sembari mendukung mata pencaharian komunitas petani lokal.

Implementation of Sustainability Strategy

At Unilever Indonesia, we believe sustainable growth must be built on responsible business practices by strengthening trust, reducing environmental impact, and creating positive value for communities. Guided by Unilever's sustainability focus areas, our sustainability strategy in 2025 continued to be anchored on four pillars: Climate, Nature, Plastics, and Livelihoods.

These priorities are embedded into how we operate across our business units and brands, so that sustainability is not treated as a standalone agenda, but as a shared responsibility across the organisation and our wider value chain. Beyond these four pillars, we also continued to drive impact through our brands and products, as well as through responsible innovation, responsible marketing, and programmes that support healthier lives and stronger communities.

Climate. We continued progressing towards Unilever's long-term ambition of Net Zero Emissions across the value chain by 2039, supported by operational initiatives to reduce emissions and improve energy efficiency. By the end of 2025, Unilever Indonesia had reduced Scope 1 and 2 emissions from manufacturing activities by 94.34% versus the 2015 baseline, supported by a combination of efficiency initiatives and the use of renewable energy solutions.

Nature. We strengthened efforts to support more resilient and regenerative ecosystems, including work with local farmer communities to build longer-term supply resilience. Our programmes with farmers, particularly within the Bango value chain, continued to advance regenerative agriculture practices through training, field schools, and demonstration plots, while supporting the livelihoods of local farming communities.

Plastik. Pengelolaan sampah plastik tetap menjadi prioritas jangka panjang. Pada tahun 2025, kami melanjutkan berbagai upaya di seluruh rantai nilai plastik, mulai dari pengurangan penggunaan *virgin plastic* dalam kemasan dan peningkatan kandungan daur ulang, hingga memperluas pengumpulan dan pengolahan bersama para mitra. Sepanjang tahun, kami mengumpulkan 40.818 ton sampah plastik pascakonsumsi melalui Bank Sampah dan TPS3R, serta mengolah 40.747 ton sampah plastik melalui inisiatif *Refuse-Derived Fuel* (RDF) untuk mendukung sirkularitas dan membantu mencegah kebocoran ke lingkungan.

Plastics. Plastic waste management remains a long-standing priority. In 2025, we continued efforts across the plastic value chain from reducing virgin plastic in packaging and increasing recycled content, to scaling collection and processing with partners. During the year, we collected 40,818 tonnes of post-consumer plastic waste through Waste Banks and TPS3R, and processed 40,747 tonnes of plastic waste through Refuse-Derived Fuel (RDF) initiatives to support circularity and help prevent leakage into the environment.

Mata Pencaharian. Kami terus memperkuat mata pencaharian di seluruh rantai nilai melalui praktik bisnis yang bertanggung jawab dan program berbasis komunitas, dengan mendukung peritel kecil, memberdayakan komunitas, dan memperluas akses terhadap inisiatif kesejahteraan. Pada tahun 2025, hal ini mencakup keberlanjutan berbagai program komunitas melalui merek-merek kami, seperti edukasi kesehatan dan kebersihan, akses terhadap layanan, serta inisiatif pemberdayaan yang dirancang untuk menciptakan dampak nyata dan terukur dalam kehidupan sehari-hari.

Livelihoods. We continued strengthening livelihoods across our value chain through responsible business practices and community-based programmes by supporting small retailers, empowering communities, and widening access to wellbeing initiatives. In 2025, this included continued community programmes delivered through our brands, such as health and hygiene education, access to services, and empowerment initiatives that are designed to create practical, measurable impact in everyday life.

Gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi keberlanjutan, program, dan kinerja Unilever Indonesia, termasuk tata kelola, target, dan kemajuan rinci di setiap pilar, disajikan dalam Laporan Keberlanjutan Perseroan.

A more comprehensive overview of Unilever Indonesia's sustainability strategy, programmes, and performance which includes governance, targets, and detailed progress across each pillar, is provided in the Company's Sustainability Report.

Prospek Usaha Tahun 2026

Melihat ke depan, prospek global untuk tahun 2026 diperkirakan tetap tangguh, didukung oleh investasi dan adaptasi yang berlanjut di berbagai pasar, meskipun ketidakpastian geopolitik dan kebijakan perdagangan masih akan memengaruhi tingkat kepercayaan. Pertumbuhan global diproyeksikan tetap relatif stabil dibandingkan tahun 2025, dengan inflasi yang secara bertahap mereda di banyak pasar, sementara suku bunga di sejumlah negara masih bertahan lebih tinggi untuk jangka waktu yang lebih lama. Dalam konteks tersebut, Indonesia diperkirakan tetap menjaga stabilitas, didukung oleh permintaan domestik, momentum investasi, dan berbagai *tailwinds* struktural. Meski demikian, konsumen kemungkinan akan tetap sensitif terhadap nilai, sehingga keterjangkauan, relevansi, dan kepercayaan akan menjadi faktor yang semakin menentukan dalam keputusan pembelian.

Business Prospects for 2026

Looking ahead, the global outlook for 2026 is expected to remain resilient, supported by continued investment and adaptation across markets, even as geopolitical and trade-policy uncertainty continues to shape confidence. Global growth is projected to remain broadly steady versus 2025, with inflation easing gradually in many markets while interest rates remain higher-for-longer in some economies. Against this backdrop, Indonesia is expected to maintain relative stability, supported by domestic demand, investment momentum, and ongoing structural tailwinds. At the same time, consumers are likely to remain value-conscious, making affordability, relevance, and trust increasingly decisive in purchase decisions.

Di Indonesia, intensitas persaingan diperkirakan tetap tinggi pada tahun 2026, seiring berlanjutnya fragmentasi kanal dan semakin cepatnya siklus tren. Perjalanan konsumen juga akan terus berkembang seiring semakin dalamnya pengaruh digital dan semakin melekatnya *social commerce* dalam konsumsi sehari-hari. Menanggapi hal tersebut, Unilever Indonesia akan tetap berpegang pada strategi inti kami, yaitu *Category*, *Channel*, dan *Cost*, untuk mendorong pertumbuhan yang melampaui pasar, dipimpin oleh volume dan didukung oleh eksekusi yang lebih kuat di seluruh titik sentuh. Kami akan terus memperkuat merek-merek kami melalui *superiority* dan model penciptaan permintaan yang lebih *social-first*, sembari mempercepat kehadiran di kanal-kanal pertumbuhan masa depan. Digital Commerce dan Health & Beauty akan tetap menjadi prioritas utama seiring kami memperluas jangkauan, visibilitas, dan konversi di seluruh ekosistem yang semakin membentuk cara konsumen menemukan dan membeli.

In Indonesia, competitive intensity is expected to remain high in 2026, alongside continued channel fragmentation and faster trend cycles. Shopper journeys will keep evolving as digital influence deepens and social commerce becomes even more embedded in everyday consumption. In response, Unilever Indonesia will remain anchored on our core strategy (Category, Channel, and Cost) to drive growth ahead of the market, led by volume and supported by stronger execution across all touchpoints. We will continue strengthening our brands through superiority and a more social-first demand creation model, while accelerating our presence in future-growth channels. Digital Commerce and Health & Beauty will remain key priorities as we scale reach, visibility, and conversion across the ecosystems that increasingly shape how people discover and buy.

Di seluruh kategori, fokus kami adalah mempertajam area-area di mana kami dapat menang melalui *superiority* dan skala. Di Home Care, kami melihat peluang berkelanjutan pada segmen prioritas dan *usage occasions*, didukung oleh inovasi dan daya saing yang lebih kuat untuk membangun pertumbuhan, sambil terus meningkatkan relevansi budaya dan konversi melalui eksekusi digital dan *social-first*.

Across categories, our focus is on sharpening where we can win with superiority and scale. In Home Care, we expect sustained opportunity in priority segments and usage occasions, supported by innovation and stronger competitiveness in developing growth, while continuing to build cultural relevance and conversion through digital and social-first execution.

Di Personal Care, fundamental kategori tetap menarik, dan kami akan memprioritaskan pertumbuhan berkualitas melalui inovasi yang lebih kuat, arsitektur *pack-price* yang lebih tajam, serta perluasan penetrasi, didukung oleh model kreator, *affiliate*, dan komunitas yang semakin memengaruhi pertimbangan dan pembelian. Di Beauty & Wellbeing, kami akan terus memperkuat kepemimpinan melalui portofolio yang lebih tajam, siklus inovasi yang lebih cepat, dan model eksekusi digital *end-to-end* yang lebih responsif untuk mengubah *desirability* menjadi pembelian.

In Personal Care, fundamentals remain attractive and we will prioritise quality growth through stronger innovation, sharper pack–price architecture, and expanded penetration, supported by creator, affiliate, and community models that increasingly influence consideration and purchase. In Beauty & Wellbeing, we will continue strengthening leadership through a sharper portfolio, faster innovation cycles, and a more responsive end-to-end digital execution model that converts desirability into purchase.

Di Foods, ambisi kami adalah memperkuat momentum pemulihan melalui pembaruan *superiority*, eksekusi yang lebih tajam, dan investasi berkelanjutan di balik *power brands*, dengan tetap memperluas operasi *hyperlocal* untuk menyesuaikan portofolio dan aktivasi terhadap kantong-kantong pertumbuhan regional. Sejalan dengan keputusan optimalisasi portofolio yang diambil pada tahun 2025, termasuk divestasi bisnis teh SariWangi yang selesai pada tahun 2026, kami akan semakin mempertajam fokus pada kategori-kategori yang lebih sedikit namun lebih besar dengan potensi pertumbuhan berkelanjutan yang lebih kuat.

In Foods, our ambition is to strengthen recovery momentum through renewed superiority, sharper execution, and continued investment behind power brands, while scaling hyperlocal operations to tailor portfolio and activation to regional growth pockets. Following portfolio optimisation decisions taken in 2025. This includes the divestment of the SariWangi tea business which is completed in 2026 where we will sharpen focus on fewer, bigger categories with stronger sustainable growth potential.

Pada akhirnya, kami memperkirakan manfaat dari transformasi struktural akan semakin terasa mulai tahun 2026 dan seterusnya. Di Supply Chain, fokus kami tetap pada pembangunan operasi yang lebih tangguh, responsif, dan efisien dari segi biaya melalui produktivitas, ketahanan layanan, disiplin perencanaan, dan peningkatan kualitas untuk membantu melindungi daya saing sekaligus membuka efisiensi yang dapat diinvestasikan kembali untuk pertumbuhan. Sejalan dengan itu, Customer Development akan terus mempertajam eksekusi *route-to-market* di General Trade, Modern Trade, dan Digital Commerce, untuk memastikan kami menempatkan portofolio yang tepat di kanal yang tepat serta terus meningkatkan ketersediaan, visibilitas, dan daya saing di lanskap ritel yang terus berkembang.

Finally, we expect the benefits of structural transformation to strengthen from 2026 onwards. In Supply Chain, our focus remains on building a more resilient, responsive, and cost-effective operation through productivity, service resilience, planning discipline, and quality improvements to help protect competitiveness while unlocking efficiencies that can be reinvested behind growth. In parallel, Customer Development will continue sharpening route-to-market execution across General Trade, Modern Trade, and Digital Commerce, ensuring we place the right portfolio in the right channels and keep improving availability, visibility, and competitiveness in an evolving retail landscape.

Perubahan Susunan Direksi

Sepanjang tahun 2025, terdapat perubahan dalam susunan Direksi sebagaimana telah disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) yang diselenggarakan pada 15 Oktober 2025, sebagai berikut:

- Pengunduran Diri: Bapak Willy Saelan mengundurkan diri dari jabatannya sebagai Direktur, efektif sejak 15 Oktober 2025, karena memasuki masa pensiun.
- Pengangkatan: Bapak Hendri Widiarta diangkat sebagai Direktur, efektif sejak 15 Oktober 2025.

Dengan demikian, susunan Direksi per 31 Desember 2025 adalah sebagai berikut:

- Presiden Direktur: Bapak Benjie Yap

Direktur:

- Ibu Enny Hartati Sampurno*
- Bapak Neeraj Lal
- Ibu Vandana Suri*
- Bapak Alejandro Meinardo Santos Concha
- Bapak Hendri Widiarta

* RUPSLB yang diselenggarakan pada 13 Februari 2026 menyetujui pengunduran diri Ibu Enny Hartati Sampurno dan Ibu Vandana Suri, efektif sejak 31 Desember 2025. RUPSLB yang sama juga menyetujui pengangkatan Ibu Nurdiana Darus sebagai Direktur, efektif sejak 13 Februari 2026 sampai dengan penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tahun 2026.

Changes in the Composition of the Board of Directors

During 2025, there was a change in the composition of the Board of Directors, as approved by the Extraordinary General Meeting of Shareholders (EGMS) held on 15 October 2025, as follows:

- Resignation: Mr. Willy Saelan resigned from his position as Director, effective 15 October 2025, due to retirement.
- Appointment: Mr. Hendri Widiarta was appointed as Director, effective 15 October 2025.

Accordingly, the composition of the Board of Directors as at 31 December 2025 was as follows:

- President Director: Mr. Benjie Yap

Directors:

- Ms. Enny Hartati Sampurno*
- Mr. Neeraj Lal
- Ms. Vandana Suri*
- Mr. Alejandro Meinardo Santos Concha
- Mr. Hendri Widiarta

* The EGMS held on 13 February 2026 approved the resignations of Ms. Enny Hartati Sampurno and Ms. Vandana Suri, effective 31 December 2025. The same EGMS also approved the appointment of Ms. Nurdiana Darus as Director, effective 13 February 2026 until the closing of the 2026 Annual General Meeting of Shareholders.

Penutup

Ke depan, kami tetap yakin terhadap potensi jangka panjang pasar konsumen Indonesia dan kemampuan Unilever Indonesia untuk menang melalui pilihan yang lebih tajam, eksekusi yang lebih kuat, dan transformasi yang berkelanjutan. Memasuki tahun 2026, fokus kami tetap bertumpu pada strategi inti kami, sembari terus memperkuat kapabilitas, budaya, dan ketahanan yang dibutuhkan untuk menghadirkan pertumbuhan yang konsisten dan berkelanjutan. Kami akan terus membangun merek-merek yang diinginkan konsumen, memperluas kehadiran kami di kanal-kanal pertumbuhan masa depan, serta meningkatkan kelincahan dan produktivitas di seluruh operasi kami, sembari tetap menjaga komitmen terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab dan penciptaan nilai jangka panjang.

Atas nama Direksi, kami menyampaikan apresiasi yang tulus kepada seluruh karyawan atas dedikasi dan ketangguhannya, kepada pelanggan dan para mitra bisnis atas kolaborasi yang terus terjalin, serta kepada para pemegang saham dan seluruh pemangku kepentingan atas kepercayaan dan dukungannya. Kami tetap berkomitmen untuk melayani konsumen Indonesia dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat di wilayah kami beroperasi.

Closing

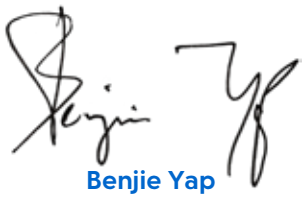
Looking ahead, we remain confident in the long-term potential of the Indonesian consumer market and in Unilever Indonesia's ability to win through sharper choices, stronger execution, and continued transformation. As we enter 2026, our focus remains anchored on our core strategy while further strengthening the capabilities, culture, and resilience required to deliver consistent, sustainable growth. We will continue to build brands that consumers desire, scale our presence in future-growth channels, and improve agility and productivity across our operations, and continue to maintain our commitment to responsible business practices and long-term value creation.

On behalf of the Board of Directors, we would like to express our sincere appreciation to our employees for their dedication and resilience, to our customers and business partners for their continued collaboration, and to our shareholders and other stakeholders for their trust and support. We remain committed to serving Indonesian consumers and contributing positively to the communities in which we operate.

Jakarta, April 2026

Atas nama Direksi,
On behalf of the Board of Directors,

PT Unilever Indonesia Tbk



Benjie Yap
Presiden Direktur
President Director

Laporan Dewan Komisaris

Report of the Board of Commissioners

Selama tahun berjalan, Unilever juga memperkenalkan arah strategis global yang telah diperbarui. Dewan memandang perubahan ini relevan bagi Indonesia dan sejalan dengan fokus Perseroan dalam memperkuat bisnis melalui pilihan yang jelas dan praktis.

During the year, Unilever also introduced a refreshed global strategic direction. The Board considers this shift relevant for Indonesia and consistent with the Company's own focus on strengthening the business through clear, practical choices.

Sanjiv Mehta

Presiden Komisaris President Commissioner



Memperkuat Fondasi, Menuju Pertumbuhan Masa Depan

Tahun 2025 menandai fase penting bagi Unilever Indonesia, di mana upaya penataan ulang bisnis dan berbagai inisiatif yang dijalankan dalam beberapa tahun terakhir untuk memperkuat fundamental bisnis mulai menunjukkan hasil yang diharapkan. Setelah melalui periode transformasi yang berfokus pada pembenahan model operasional dan penguatan eksekusi, kinerja tahun 2025 mencerminkan arah pertumbuhan yang lebih solid dan konsisten, didukung oleh pilihan strategi yang lebih tajam, disiplin yang lebih kuat, serta momentum kinerja yang terus membaik.

Pemulihan yang dicapai pada tahun 2025 bukanlah hasil dari sebuah inisiatif tunggal atau hasil peningkatan jangka pendek. Sebaliknya, capaian tersebut mencerminkan akumulasi dari berbagai keputusan strategis yang terukur, didukung oleh penajaman portofolio secara berkelanjutan, disiplin eksekusi yang lebih ketat, inovasi, serta investasi berkelanjutan untuk memperkuat ekuitas merek. Dewan Komisaris ("Dewan") memandang hal ini sebagai langkah maju yang bermakna, yang menunjukkan bahwa agenda transformasi Perseroan telah bergerak dari tahap penataan ulang menuju tahap realisasi hasil.

Dari sisi makroekonomi, perekonomian Indonesia tetap tangguh di tahun 2025, dengan pertumbuhan PDB sebesar 5,11%, yang menopang konsumsi secara umum dan melatarbelakangi kondusifnya industri barang konsumsi. Meskipun intensitas persaingan tetap tinggi dan konsumen tetap cermat dalam berbelanja, ketahanan tersebut membantu menjaga permintaan, khususnya pada merek-merek yang tetap kuat, relevan, dan dieksekusi dengan baik.

Strengthening the Foundation, Shaping the Future

2025 marked an important phase for Unilever Indonesia, as the business reset and the initiatives taken over the last few years to fundamentally strengthen the business started to deliver the outcomes intended. After a period of transformation that was focused on rebuilding the operating model and reinforcing execution, 2025 reflected a more solid and consistent trajectory, underpinned by sharper choices, stronger discipline, and improving performance momentum.

The recovery achieved in 2025 was not the result of a single initiative or a short-term uplift. Rather, it reflected the cumulative impact of measured strategic decisions, supported by continued portfolio sharpening, tighter execution discipline, innovation, and sustained investment to strengthen brand equity. The Board of Commissioners (the "Board") view this as a meaningful step forward, signaling that the Company's transformation agenda is progressing from reset towards delivery.

From a macroeconomic perspective, Indonesia's economy remained resilient in 2025, with GDP growth at 5.11%, supporting overall consumption and providing a constructive backdrop for the consumer goods industry. While competitive intensity stayed elevated and value-consciousness persisted, this resilience helped sustain demand, particularly where brands and execution remained strong and relevant.

Tahun ini menuntut arah yang lebih jelas dan keberanian dalam bertindak. Perseroan mengambil sejumlah langkah tegas yang diperlukan, antara lain menata kembali disiplin harga, meningkatkan pelaksanaan *route-to-market*, memperkuat kapabilitas distributor, serta membentuk ulang portofolio bisnis secara cepat dan efektif. Langkah-langkah tersebut bukan semata-mata koreksi jangka pendek, melainkan upaya untuk membangun kembali bisnis yang lebih sehat dan tangguh, sehingga mampu bersaing secara efektif dan memberikan nilai jangka panjang bagi pemegang saham maupun para pemangku kepentingan.

The year demanded clarity and courage. The Company made tough but necessary choices in resetting pricing discipline, upgrading route-to-market execution, strengthening distributor capability, and decisively reshaping the portfolio. These actions were not merely short-term corrections; they were intended to rebuild a healthier and more resilient business that can compete effectively and deliver long-term value for shareholders and stakeholders.

Dewan secara berkelanjutan memberikan arahan strategis dan pengawasan untuk memastikan bahwa prioritas manajemen tetap berfokus pada penguatan fundamental. Dalam pandangan kami, kemajuan Perseroan pada tahun 2025 mencerminkan peningkatan disiplin, eksekusi yang lebih tajam, serta momentum yang kembali menguat, didukung oleh keseimbangan yang lebih sehat antara pertumbuhan volume, harga, dan profitabilitas.

The Board continuously provided strategic guidance and oversight to ensure that management's priorities remained focused on strengthening the fundamentals. In our view, the Company's progress in 2025 reflects improved discipline, sharper execution, and renewed momentum supported by a healthier balance between volume growth, price, and profitability.

Selama tahun berjalan, Unilever juga memperkenalkan arah strategis global yang telah diperbarui. Dewan memandang perubahan ini relevan bagi Indonesia dan sejalan dengan fokus Perseroan dalam memperkuat bisnis melalui pilihan yang jelas dan praktis. Secara khusus, penekanan pada penguatan ekuitas merek, peningkatan kualitas eksekusi, dan pembentukan organisasi yang lebih efisien, berjalan selaras secara alami dengan prioritas strategis Perseroan di bidang *Category, Channel*, dan *Cost*. Dengan demikian, pilihan merek dan portofolio menjadi lebih tajam, pelaksanaan *route-to-market* menjadi lebih kuat, dan organisasi menjadi lebih siap menghadapi masa depan, dengan perbaikan struktural yang terus mendukung pertumbuhan yang lebih sehat dan berkelanjutan.

During the year, Unilever also introduced a refreshed global strategic direction. The Board considers this shift relevant for Indonesia and consistent with the Company's own focus on strengthening the business through clear, practical choices. In particular, the emphasis on building stronger brand equities stepping up execution, and driving a more efficient organisation connects naturally with the Company's strategic priorities across Category, Channel, and Cost, thereby ensuring that brand and portfolio choices are sharper, route-to-market execution is stronger and the organisation is more future-fit, with structural improvements continuing to support healthier and sustainable growth.

Tinjauan Kinerja Usaha: Kembali ke Pertumbuhan yang Didorong Volume dengan Fundamental yang Lebih Sehat

Perseroan mencatat momentum yang membaik sepanjang tahun 2025, dengan kinerja yang menguat dari waktu ke waktu. Dewan mencatat bahwa manajemen memprioritaskan pemulihan kesehatan bisnis melalui serangkaian intervensi penataan ulang yang ditujukan untuk membangun kembali daya saing dan memastikan pertumbuhan didukung oleh fundamental yang sehat.

Business Performance Review: Return to Volume-Led Growth with Healthier Fundamentals

The Company delivered improved momentum during 2025, with performance strengthening through the year. The Board notes that management prioritised restoring the health of the business through a set of "reset" interventions aimed at rebuilding competitiveness and ensuring growth is supported by sound fundamentals.

Langkah-langkah utama yang dijalankan selama tahun berjalan meliputi penguatan disiplin harga di seluruh kanal, peningkatan kapabilitas dan perekonomian distributor, serta peningkatan kualitas eksekusi di pasar. Berbagai inisiatif ini mendukung pemulihan yang lebih seimbang, yang memadukan pertumbuhan volume dengan disiplin harga, serta ritme operasional yang lebih kuat.

Key actions during the year included strengthening pricing discipline across channels, improving distributor capability and economics, and stepping up execution in the marketplace. These initiatives supported a more balanced recovery, combining volume growth with disciplined pricing and a stronger operational rhythm.

Di luar itu, Perseroan terus mengelola basis biaya dengan lebih disiplin, dengan tetap melindungi investasi yang penting untuk membangun kekuatan merek jangka panjang. Dewan menilai bahwa berbagai keputusan yang diambil sepanjang tahun 2025 diarahkan bukan hanya untuk memulihkan kinerja, namun juga untuk meningkatkan ketahanan dan daya saing Perseroan dalam jangka menengah hingga panjang.

In addition, the Company continued to manage its cost base with greater rigor while protecting investments that build long-term brand strength. The Board recognizes that the choices made in 2025 were geared not only towards performance recovery, but towards improving resilience and competitiveness in the medium to long term.

Penajaman Portofolio untuk Mendukung Penciptaan Nilai Jangka Panjang

Sepanjang tahun 2025, Perseroan melaksanakan sejumlah langkah strategis penting untuk mempertajam fokus portofolio. Hal paling utama, pemisahan dan divestasi bisnis Es Krim di Indonesia telah diselesaikan pada 8 Desember 2025, dengan nilai transaksi sebesar Rp7,0 triliun. Langkah ini sejalan dengan pemisahan strategis Unilever global, untuk membuat bisnis Es Krim menjadi entitas mandiri dengan model operasional tersendiri.

Perseroan juga telah menyelesaikan divestasi bisnis teh di bawah merek SariWangi. Pada 2 Maret 2026, Perseroan merampungkan penjualan bisnis teh SariWangi kepada PT Savoria Kreasi Rasa, dengan transaksi telah selesai dan pembayaran diterima sepenuhnya. Bersama dengan divestasi bisnis Es Krim, langkah-langkah portofolio ini mempertajam fokus strategis Perseroan pada kegiatan usaha yang berkelanjutan, mendukung profil margin dasar yang lebih kuat, serta meningkatkan kemampuan Perseroan dalam mengalokasikan modal secara lebih efektif untuk mendorong pertumbuhan berkelanjutan dan penciptaan nilai jangka panjang.

Portfolio Sharpening to Support Long-Term Value Creation

During 2025, the Company advanced important strategic steps to sharpen portfolio focus. Most notably, the separation and divestment of the Ice Cream business in Indonesia was completed on 8 December 2025, with a transaction value of Rp7.0 trillion. This aligned with Unilever's global strategic separation of Ice Cream into a standalone business with a distinct operating model.

The Company has also completed the divestment of its tea business under the SariWangi brand. On 2 March 2026, the Company finalised the sale of the SariWangi tea business to PT Savoria Kreasi Rasa, with the transaction completed and payment received in full. Together with the divestment of the Ice Cream business, these portfolio actions sharpen the Company's strategic focus on its continuing operations, support a stronger underlying margin profile, and enhance the Company's ability to allocate capital more effectively to drive sustainable growth and long-term value creation.

Fokus Berkelanjutan pada Eksekusi di Seluruh Kelompok Bisnis

Manajemen tetap berfokus pada faktor-faktor yang paling penting dalam membangun kembali daya saing di seluruh bisnis, yaitu dengan memperkuat superioritas produk dan penciptaan permintaan, meningkatkan eksekusi di toko, meningkatkan efektivitas *route-to-market*, serta mempercepat pertumbuhan pada kanal-kanal masa depan. Dewan

Continued Focus on Execution Across Business Groups

Across the business, the management maintained focus on the drivers most critical to rebuilding competitiveness: strengthening product superiority and demand creation, improving in-store execution, increasing route-to-market effectiveness, and accelerating growth in future channels. The Board views these priorities as essential for winning in

Anggota Dewan Komisaris, dari kiri ke kanan

Members of the Board of Commissioners, from left to right

Ignasius Jonan
Komisaris Independen
Independent Commissioner

Alissa Wahid
Komisaris Independen
Independent Commissioner

Sanjiv Mehta
Presiden Komisaris
President Commissioner

Fauzi Ichsan
Komisaris Independen
Independent Commissioner

Alexander Steven Rusli
Komisaris Independen
Independent Commissioner

Debora Herawati Sadrach
Komisaris Independen
Independent Commissioner



memandang prioritas-prioritas ini sangat penting untuk memenangkan persaingan di lanskap ritel Indonesia yang terus berkembang, termasuk *modern trade, traditional trade,* dan kanal digital.

Penilaian atas Kinerja Direksi

Dewan memandang bahwa sepanjang tahun 2025 Direksi menunjukkan disiplin operasional yang lebih kuat dan kejelasan strategi yang lebih baik dalam menghadapi lingkungan eksternal yang dinamis. Dewan mencatat kemajuan di sejumlah area penting, antara lain:

- Fundamental pasar yang lebih kuat dan peningkatan kualitas pelaksanaan *route-to-market*.
- Pilihan portofolio yang lebih tajam, termasuk penyelesaian divestasi bisnis Es Krim dan kemajuan berkelanjutan dalam divestasi bisnis Teh SariWangi.
- Langkah-langkah biaya yang disiplin, didukung oleh berbagai intervensi untuk memperbaiki struktur biaya dan efektivitas rantai pasok secara mendasar.
- Peningkatan kualitas eksekusi, yang tercermin dalam perbaikan kinerja bisnis secara bertahap dan momentum yang lebih kuat menjelang 2026.

Dewan memahami bahwa terdapat sejumlah biaya terkait transformasi sebagai bagian dari penataan ulang bisnis dan perbaikan struktural. Namun demikian, dalam pandangan Dewan, kesediaan manajemen untuk berinvestasi dalam memperkuat fundamental dengan tetap menjaga disiplin terhadap tingkat pengembalian, mencerminkan pendekatan yang pragmatis dan berorientasi jangka panjang.

Peran Dewan Komisaris dalam Pengawasan dan Pemberian Nasihat

Dewan menjalankan fungsi pengawasannya sesuai dengan peraturan yang berlaku dan kerangka tata kelola Perseroan, sekaligus memberikan nasihat strategis kepada manajemen mengenai prioritas utama dan berbagai kompromi strategis yang perlu dipertimbangkan (*trade-off*) sepanjang tahun. Pada tahun 2025, keterlibatan kami dengan Direksi berlandaskan pada upaya memastikan pelaksanaan yang disiplin atas prioritas strategis Perseroan, khususnya agenda penataan ulang dan langkah-langkah untuk membangun kembali momentum pertumbuhan, dengan tetap menjaga fokus yang jelas pada fundamental yang diperlukan untuk kinerja berkelanjutan.

Indonesia's evolving retail landscape, including modern trade, traditional trade, and digital channels.

Assessment of the Board of Directors' Performance

The Board considers that, throughout 2025, the Board of Directors demonstrated stronger operational discipline and greater strategic clarity in navigating a dynamic external environment. The Board notes progress in several critical areas:

- Stronger in-market fundamentals, and upgraded route-to-market execution.
- Sharper portfolio choices, including the completion of the Ice Cream divestment and continued progress on the Sariwangi Tea divestment.
- Disciplined cost actions, supported by interventions aimed at structurally improving the cost base and supply chain effectiveness.
- Step-up in execution, with improvements in sequential business delivery and stronger momentum entering 2026.

The Board acknowledges that certain transformation-related costs were incurred as part of the business reset and structural improvements. In the Board's view, management's willingness to invest in strengthening fundamentals while maintaining discipline on returns, reflects a pragmatic and long-term oriented approach.

The Role of the Board of Commissioners in Oversight and Advisory

The Board carried out its oversight duties in accordance with applicable regulations and the Company's governance framework, while providing strategic advice to management on key priorities and trade-offs throughout the year. In 2025, our engagement with the Board of Directors was anchored on ensuring disciplined execution of the Company's strategic priorities, particularly the reset agenda and actions to rebuild growth momentum while maintaining a clear line of sight on the fundamentals required for sustainable performance.

Dewan juga memberikan pengawasan dan arahan yang erat terhadap transformasi portofolio Perseroan, termasuk memastikan bahwa berbagai inisiatif divestasi utama dijalankan dengan tata kelola yang kuat, keselarasan strategis, dan fokus pada penciptaan nilai jangka panjang. Sejalan dengan itu, kami juga menaruh perhatian besar pada disiplin keuangan dan ketahanan bisnis, dengan memantau langkah-langkah efisiensi biaya, prioritas investasi, dan kemampuan Perseroan dalam mengalokasikan sumber daya secara efektif untuk mendukung peningkatan imbal hasil.

The Board also provided close oversight and guidance on the Company's portfolio transformation, including ensuring that key divestment initiatives were executed with strong governance, strategic alignment, and a focus on long-term value creation. Alongside this, we maintained a strong emphasis on financial discipline and resilience, monitoring cost actions, investment prioritisation, and the Company's ability to allocate resources effectively in support of improved returns.

Dalam menjalankan tanggung jawab tersebut, Dewan terus menegaskan pentingnya tata kelola yang kuat, manajemen risiko, dan kepatuhan, termasuk efektivitas pengendalian internal, proses audit, serta perilaku bisnis yang etis di seluruh organisasi. Kami juga tetap memperhatikan komitmen keberlanjutan jangka panjang Perseroan, dengan harapan bahwa keberlanjutan terus terintegrasi dalam strategi dan eksekusi bisnis, serta diperlakukan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari daya saing jangka panjang dan kepercayaan pemangku kepentingan.

In fulfilling our responsibilities, the Board continued to reinforce the importance of robust governance, risk management, and compliance, including the effectiveness of internal controls, audit processes, and ethical business conduct across the organisation. We also remained attentive to the Company's long-term sustainability commitments, with the expectation that sustainability continues to be embedded in business strategy and execution, and treated as integral to long-term competitiveness and stakeholder trust.

Dewan mempertahankan keterlibatan aktif dengan manajemen melalui rapat rutin dan diskusi terstruktur, sehingga memungkinkan pemberian arahan secara tepat waktu atas berbagai perkembangan penting dan risiko yang muncul, sekaligus mendukung kesiapan Perseroan untuk melanjutkan pembangunan di atas fondasi yang lebih kuat yang telah terbentuk sepanjang tahun 2025.

The Board maintained active engagement with management through regular meetings and structured discussions, enabling timely guidance on significant developments and emerging risks, while supporting the Company's readiness to build on the stronger foundation established in 2025.

Tinjauan atas Implementasi Tata Kelola Perusahaan yang Baik

Dewan meyakini bahwa tata kelola yang kuat merupakan fondasi bagi pertumbuhan berkelanjutan dan kepercayaan pemangku kepentingan. Sepanjang tahun 2025, Perseroan terus memperkuat implementasi Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG), dengan berpedoman pada prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran.

Review of Good Corporate Governance Implementation

The Board believes that strong governance is foundational to sustainable growth and stakeholder trust. Throughout 2025, the Company continued to strengthen the implementation of Good Corporate Governance (GCG), guided by the principles of transparency, accountability, responsibility, independence, and fairness.

Komposisi Dewan dan Independensi

Per 31 Desember 2025, Dewan Komisaris terdiri dari enam anggota, yang dipimpin oleh Presiden Komisaris. Dewan mempertahankan tingkat independensi yang kuat, dengan lima dari enam Komisaris merupakan Komisaris Independen (83%), yang mendukung pengawasan yang kokoh dan pengambilan keputusan yang objektif.

Board Composition and Independence

As of 31 December 2025, the Board of Commissioners consisted of six members, led by the President Commissioner. The Board maintained a strong level of independence, with five out of six Commissioners serving as Independent Commissioners (83%), supporting robust oversight and objective decision-making.

Komite Pendukung Efektivitas Dewan

Dalam menjalankan tugasnya, Dewan didukung oleh komite-komite terkait, yaitu Komite Audit dan Komite Nominasi dan Remunerasi. Komite-komite tersebut memainkan peran penting dalam memperkuat tata kelola, memperdalam fungsi pengawasan, dan mendukung pertimbangan Dewan dalam berbagai hal seperti pelaporan keuangan, pengendalian internal, audit, manajemen risiko, dan tata kelola sumber daya manusia.

Committees Supporting Board Effectiveness

In carrying out its duties, the Board was supported by relevant committees, including the Audit Committee and the Nomination and Remuneration Committee. These committees play an important role in strengthening governance, reinforcing oversight, and supporting the Board's deliberations on matters such as financial reporting, internal control, audit, risk management, and human capital governance.

Budaya Tata Kelola, Etika, dan Kepatuhan

Perseroan terus memperkuat perilaku etis dan kepatuhan melalui kebijakan serta mekanisme pelaporan yang telah ditetapkan, termasuk sistem *whistleblowing*. Dewan memandang hal ini sebagai pilar penting dalam menjaga integritas di seluruh organisasi dan memperkuat kepercayaan para pemangku kepentingan.

Governance Culture, Ethics, and Compliance

The Company continued to reinforce ethical conduct and compliance through established policies and reporting mechanisms, including the whistleblowing system. The Board views this as an important pillar in maintaining integrity across the organisation and strengthening stakeholder confidence.

Tinjauan atas Implementasi Strategi Keberlanjutan

Dewan terus memandang keberlanjutan sebagai bagian integral dari penciptaan nilai jangka panjang dan ketahanan bisnis. Agenda keberlanjutan Perseroan tetap sejalan dengan arah Unilever yang lebih luas, yang menegaskan strategi untuk menumbuhkan bisnis sekaligus memberikan dampak positif bagi manusia dan planet.

Sepanjang tahun 2025, Dewan terus mengawasi upaya manajemen untuk mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam berbagai prioritas bisnis. Hal ini mencakup penguatan praktik pengadaan yang bertanggung jawab dan peningkatan efisiensi operasional, sekaligus memajukan berbagai inisiatif terkait iklim, alam, dan pengurangan limbah di sepanjang rantai nilai. Perseroan juga tetap berfokus mendukung penghidupan masyarakat dan program-program berdampak inklusif yang relevan. Kami menegaskan kembali komitmen bahwa keberlanjutan harus tetap terintegrasi dalam cara kami bertumbuh, dan bukan diperlakukan sebagai agenda yang berjalan sendiri.

Dewan meyakini bahwa keberlanjutan akan paling efektif apabila tertanam dalam keputusan bisnis sehari-hari, sehingga memastikan pencapaian kinerja dan ambisi untuk memberikan dampak nyata yang dapat saling memperkuat dari waktu ke waktu.

Review of Sustainability Strategy Implementation

The Board continues to view sustainability as integral to long-term value creation and resilience. The Company's sustainability agenda remains aligned to Unilever's broader direction, reinforcing a strategy that seeks to grow the business while supporting positive outcomes for people and the planet.

During 2025, the Board continued to oversee management's efforts to embed sustainability across business priorities. This included reinforcing responsible sourcing practices and improving operational efficiency, while advancing initiatives related to climate, nature, and waste reduction across the value chain. The Company also maintained its focus on supporting livelihoods and inclusive impact programmes where relevant. We reflected on our commitment to ensuring sustainability remains integrated into how we grow, rather than treated as a parallel agenda.

The Board believes that sustainability is most effective when integrated into daily business decisions, thereby ensuring that performance delivery and impact ambitions reinforce each other over time.

Perubahan dalam Komposisi Dewan Komisaris

Tidak terdapat perubahan dalam komposisi Dewan Komisaris selama tahun 2025. Susunan Dewan Komisaris per 31 Desember 2025 adalah sebagai berikut:

- Sanjiv Mehta – Presiden Komisaris
- Alexander Steven Rusli – Komisaris Independen
- Alissa Wahid – Komisaris Independen
- Debora Herawati Sadrach – Komisaris Independen
- Fauzi Ichsan – Komisaris Independen
- Ignasius Jonan – Komisaris Independen

Changes in the Composition of the Board of Commissioners

There were no changes in the composition of the Board of Commissioners during 2025. The composition as of 31 December 2025 was as follows:

- Sanjiv Mehta – President Commissioner
- Alexander Steven Rusli – Independent Commissioner
- Alissa Wahid – Independent Commissioner
- Debora Herawati Sadrach – Independent Commissioner
- Fauzi Ichsan – Independent Commissioner
- Ignasius Jonan – Independent Commissioner

Tinjauan atas Prospek Usaha yang Disusun oleh Direksi

Dewan memahami bahwa lingkungan eksternal diperkirakan tetap dinamis pada tahun 2026, dengan adanya disrupsi geopolitik, persaingan yang terus berlangsung, perubahan perilaku konsumen, serta transformasi kanal yang berkelanjutan. Namun demikian, memasuki tahun 2026 Dewan juga melihat adanya momentum internal yang lebih baik, didukung oleh fundamental yang semakin kuat dan eksekusi yang lebih baik.

Manajemen menyampaikan keyakinannya bahwa Perseroan mampu tumbuh melampaui pasar pada tahun 2026, terutama didorong oleh volume dan peningkatan eksekusi di toko. Dewan mencatat bahwa sejumlah faktor musiman dan kalender, termasuk pergeseran waktu Lebaran, dapat memengaruhi pembagian kinerja per kuartal. Namun, hal tersebut tidak akan mengubah dasar dari arah pergerakan Perseroan.

Dewan mendukung niat manajemen untuk menginvestasikan kembali manfaat dari perbaikan struktural, khususnya yang berasal dari peningkatan biaya dan margin, ke dalam berbagai inisiatif yang memperkuat pertumbuhan berkelanjutan. Hal ini termasuk menjaga investasi yang kuat dan konsisten pada *power brands* Perseroan dan *program superiority*, sekaligus mempercepat pertumbuhan di kanal-kanal masa depan, termasuk kanal digital dan platform yang sedang berkembang. Di saat yang

Review of Business Prospects Prepared by the Board of Directors

The Board recognises that the external environment is expected to remain dynamic in 2026, with geo-political disruptions, ongoing competitive intensity, shifting consumer behaviour, and continued channel transformation. At the same time, the Board sees improved internal momentum entering 2026, supported by strengthened fundamentals and better execution.

Management has indicated confidence in the Company's ability to grow ahead of the market in 2026, driven primarily by volume and improved in-store execution. The Board notes that certain seasonal and calendar factors (including timing shifts around Lebaran) may influence quarterly phasing, but these do not alter the Company's underlying trajectory.

The Board supports management's intention to reinvest the benefits of structural improvements, particularly those arising from cost and margin enhancement, into initiatives that strengthen sustainable growth. This includes maintaining strong and consistent investment behind the Company's power brands and superiority programmes, while accelerating growth in future-fit channels, including digital and emerging platforms. At the same time, the Company will continue to strengthen route-to-market

sama, Perseroan akan terus memperkuat kapabilitas *route-to-market* guna meningkatkan kualitas eksekusi dan tingkat layanan di seluruh kanal, didukung oleh disiplin berkelanjutan dalam pengelolaan biaya dan produktivitas untuk meningkatkan imbal hasil serta mempertahankan daya saing dari waktu ke waktu.

capabilities to improve execution and service levels across channels, supported by ongoing discipline on cost and productivity to improve returns and sustain competitiveness over time.

Secara keseluruhan, kemajuan yang dicapai sepanjang tahun 2025 telah memperkuat fondasi Perseroan dan meningkatkan kesiapan untuk bersaing di lingkungan pasar yang dinamis. Dewan meyakini bahwa Perseroan memasuki tahun 2026 dengan fokus strategis yang lebih jelas, disiplin eksekusi yang semakin baik, serta fundamental yang lebih kuat untuk menopang pertumbuhan dan meningkatkan imbal hasil secara berkelanjutan.

Taken together, the progress delivered in 2025 has strengthened the Company's foundations and improved readiness to compete in a dynamic market environment. The Board believes the Company enters 2026 with clearer strategic focus, improving execution discipline, and stronger fundamentals to sustain growth and enhance returns over time.

Penutup

Sebagai penutup, Dewan Komisaris menyampaikan apresiasi kepada Direksi dan seluruh karyawan atas dedikasi dan kontribusinya sepanjang tahun 2025. Tahun ini menuntut perubahan yang signifikan, pilihan-pilihan yang tegas, serta eksekusi yang disiplin. Dewan meyakini bahwa berbagai upaya tersebut telah memperkuat fondasi Perseroan dan meningkatkan kesiapan Perseroan untuk bersaing dan tumbuh secara berkelanjutan.

Kami juga menyampaikan terima kasih kepada para pemegang saham, pelanggan, mitra usaha, regulator, dan seluruh pemangku kepentingan atas kepercayaan dan dukungan yang terus diberikan.

Closing

In closing, the Board of Commissioners would like to thank the Board of Directors and all employees for their dedication and contributions throughout 2025. The year demanded significant change, decisive choices, and disciplined execution. The Board believes these efforts have strengthened the Company's foundation and improved its readiness to compete and grow sustainably.

We also extend our appreciation to shareholders, customers, business partners, regulators, and all stakeholders for their continued trust and support.

Jakarta, April 2026

Atas nama Dewan Komisaris,
On behalf of the Board of Commissioners,

PT Unilever Indonesia Tbk



Sanjiv Mehta

Presiden Komisaris
President Commissioner

Profil Perusahaan

Company Profile

49 **Identitas Perusahaan**
Corporate Identity

52 **Riwayat Singkat**
Brief History

54 **Visi, Misi, Budaya, dan Nilai-nilai Perusahaan**
Corporate Vision, Mission, Culture, and Values

56 **Kegiatan Usaha**
Business Activities

58 **Wilayah Operasional**
Operational Areas

60 **Struktur Organisasi**
Organisational Structure

62 **Susunan Dewan Komisaris dan Direksi**
Composition of the Board of Commissioners and Directors

64 **Perubahan Susunan Direksi Setelah Akhir Tahun Buku 2025**
Changes in the Composition of the Board of Directors After the End of the 2025 Financial Year

65 **Profil Dewan Komisaris**
Profile of the Board of Commissioners

77 **Profil Direksi**
Profile of the Board of Directors

84 **Informasi Pemegang Saham**
Information on Shareholders

86 **Struktur Grup Perusahaan**
Company Group Structure

86 **Entitas Anak dan/atau Entitas Asosiasi**
Subsidiaries and/or Associated Entities

87 **Kronologi Pencatatan Saham**
Share Listing Chronology

88 **Kronologi Penerbitan dan/atau Pencatatan Efek Lainnya**
Chronology of Issuance and/or Listing of Other Securities

88 **Obligasi, Sukuk, atau Obligasi Konversi**
Outstanding Bonds, Sukuk, or Convertible Bonds

88 **Lembaga Penunjang Profesi dan Pasar Modal**
Capital Market Supporting Institutions and Professions

89 **Daftar Keanggotaan Asosiasi**
List of Association Membership

94 **Informasi pada Situs Web Perseroan**
Information on the Company Website

95 **Alamat Kantor Pusat dan Pabrik**
Head Office and Factory Addresses

96 **Penghargaan dan Sertifikasi**
Awards and Certifications

103 **Peristiwa Penting 2025**
2025 Highlighted Events

Identitas Perusahaan

Corporate Identity

Nama Perusahaan

Company Name

PT Unilever Indonesia Tbk

Bidang Usaha

Business Activities

Produksi, pemasaran, dan distribusi barang konsumsi

Manufacturing, marketing, and distributing consumer goods

Tanggal Pendirian

Date of Establishment

5 Desember 1933

5 December 1933

Dasar Hukum Pendirian

Legal Basis of Establishment

- **Akta pendirian Lever's Zeepfabrieken N.V. No. 23 tanggal 5 Desember 1933 di hadapan Notaris Tn. Andriaan Hendrik Van Ophuijsen**
- **Diperbarui dengan akta perubahan terakhir No. 01 tanggal 1 November 2021 di hadapan Notaris Tn. Syarifudin**
- Deed of establishment of Lever's Zeepfabrieken N.V. No. 23 dated 5 December 1933 before Notary Mr. Andriaan Hendrik Van Ophuijsen
- Renewed with the latest deed of amendment No. 01 dated 1 November 2021 before Notary Mr. Syarifudin.

Domisili

Domicile

Tangerang, Banten

Pemegang Saham

Shareholders

- **Unilever Indonesia Holding BV 85%**
- **Saham Treasuri** Treasury Stock **0.44%**
- **Masyarakat** Public **14.56%**

Kode Saham

Ticker Code

UNVR

Kontak
Contacts

ALAMAT ADDRESS

Grha Unilever,
Green Office Park Kav. 3
Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City,
Tangerang, Banten, Indonesia.

TELEPON PHONE

+62 21 8082 7000 (*Hunting*)

FAKSIMILI FACSIMILE

+62 21 8082 7002

E-MAIL

- **Topik pemegang saham dan bisnis:**
  For topics related to shareholders and business:
  unvr.indonesia@unilever.com
- **Topik umum:**
  For general topics:
  suara.konsumen@unilever.com
- **Kontak Media:**
  Media Contact:
  indonesia.media@unilever.com

SUARA KONSUMEN CONSUMER CARELINE

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

MEDIA SOSIAL SOCIAL MEDIA

@unileveridn
@UnileverIDN
Unilever Indonesia
Unilever

SITUS WEB WEBSITE

www.unilever.co.id




Unilever

Riwayat Singkat

Brief History

1933

Pendirian Perusahaan di Angke, Jakarta, dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V.

Establishment of the Company in Angke, Jakarta, under the name Lever's Zeepfabrieken N.V.

1936

Memperkenalkan sabun Lux di Indonesia.

Introduction of Lux soap in Indonesia.

1980

Lever's Zeepfabrieken N.V. berganti nama menjadi PT Unilever Indonesia.

Lever's Zeepfabrieken N.V. changed its name to PT Unilever Indonesia.

1982

Unilever Indonesia melaksanakan penawaran umum perdana dan mencatatkan 15% sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham UNVR.

Unilever Indonesia conducted its initial public offering, listing 15% of its shares on the Indonesia Stock Exchange under the ticker UNVR.

1990

- **Pembukaan pabrik produk Personal Care di Rungkut, Surabaya.**
- **Akuisisi SariWangi yang menjadi cikal bakal Unilever memasuki bisnis teh.**
- Opening of Personal Care product factory inRungkut, Surabaya.
- Acquisition of Sari Wangi and entry into the tea business.

2016

Pemindahan Kantor Pusat atau *Head Office* ke area Green Building di BSD City, Tangerang seluas 3 hektar, yang menampung sekitar 1.500 karyawan. *Head Office* ini diresmikan pada tahun 2017.

Moving to Green Building Head Office on a 3-hectare site in BSD City, Tangerang. This office can accommodate around 1,500 employees and was inaugurated in 2017.

2017

Memperingati 35 tahun pencatatan saham Unilever Indonesia di Bursa Efek Indonesia. Sejak IPO pada tahun 1982, saham Unilever Indonesia yang memiliki kode UNVR telah meningkat lebih dari 1.570 kali dan aset telah tumbuh lebih dari 110 kali lipat.

Celebrating the 35th anniversary of Unilever Indonesia's listing on the Indonesian Stock Exchange. Since its IPO in 1982, the Company's shares under the ticker UNVR have increased more than 1,570 times, and assets have grown more than 110 times.

2018

Divestasi aset kategori *Spread* pada 2 Juli 2018 dengan nilai transaksi sebesar Rp2,8 triliun.

Divesting the Company's Spreads assets on 2 July 2018 with a transaction value of Rp2.8 trillion.

2019

Memperoleh persetujuan pemegang saham pada 20 November 2019 atas perubahan nilai nominal saham Perusahaan dari nilai nominal Rp10 (sepuluh Rupiah) per saham menjadi Rp2 (dua Rupiah) per saham, karena adanya *stock split* efektif per 2 Januari 2020.

Obtaining shareholders' approval on 20 November 2019 to change the nominal value of the Company's shares from Rp10 (ten Rupiah) per share to Rp2 (two Rupiah) per share due to stock split, effective from 2 January 2020.

2023

Merayakan hari jadi yang ke-90 pada 5 Desember 2023, Perseroan menandatangani nota kesepahaman (MoU) dengan Dewan Masjid Indonesia (DMI) untuk program renovasi 90 surau atau musala di berbagai wilayah Tanah Air didukung oleh lima merek Unilever yaitu Pepsodent, Lifebuoy, Royco, Sunsilk, dan Sunlight.

Celebrating its 90th anniversary on 5 December 2023, the Company signed a memorandum of understanding (MoU) with the Indonesian Mosque Council (DMI) for a renovation program of 90 small mosque or prayer rooms in various regions in the country supported by five Unilever brands, namely Pepsodent, Lifebuoy, Royco, Sunsilk, and Sunlight.

2024

Sebagai bentuk penyelarasan dengan keputusan Unilever global pada tahun 2024 untuk melakukan divestasi bisnis es krim, Perseroan melalui Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) pada 14 Januari 2025 telah mendapatkan persetujuan pemegang saham untuk melepas bisnis es krim dengan nilai transaksi sebesar Rp7 triliun. Setelah penyelesaian transaksi, bisnis es krim akan menjadi bagian dari grup es krim yang tidak lagi dikendalikan oleh Grup Unilever atau berafiliasi dengan Perseroan.

As a form of alignment with Unilever global's decision in 2024 to divest the ice cream business, the Company through the Extraordinary General Meeting of Shareholders (EGMS) on 14 January 2025 has obtained shareholder approval to divest the ice cream business with a transaction value of Rp7 trillion. Following the transaction completion, the ice cream business will become part of the ice cream group that is no longer controlled by the Unilever Group or affiliated with the Company.

1992

Pembukaan pabrik es krim Wall's di Cikarang dan memperkenalkan produk Conello dan Paddle Pop.

Opening of Wall's ice cream factory in Cikarang and introduction of Conello and Paddle Pop products.

2001

Akuisisi Bango sebagai awal masuknya Unilever Indonesia ke bisnis kecap.

Acquisition of Bango, marking Unilever Indonesia's entry into the soy sauce business.

2008

- **Pembukaan pabrik Skin Care baru di Cikarang, yang merupakan pabrik terbesar di Asia.**
- **Akuisisi Buavita dan Gogo sebagai awal Unilever memasuki bisnis jus buah di Indonesia.**
- Opening of a new factory for Skin Care products in Cikarang, the largest in Asia.
- Acquisition of Buavita and Gogo, entry into the fruit juice business in Indonesia.

2012

Unilever Indonesia berhasil mencapai tujuan melipat gandakan bisnis dalam lima tahun, dengan meraih hasil penjualan lebih dari Rp27 triliun.

Unilever Indonesia achieved its goal of doubling its business in five years, with sales reaching more than Rp27 trillion.

2015

Pembukaan pabrik ke-9 yang menempati lahan seluas 6 hektar di Cikarang, dan memiliki kapasitas produksi tahunan 7 juta unit bumbu masak dan kecap.

Opening of the Company's 9th factory on a 6-hectare site in Cikarang, with an annual production capacity of 7 million units of seasonings and soy sauce.

2020

Mendukung Indonesia menghadapi pandemi COVID-19 dengan memberikan bantuan dalam berbagai bentuk, senilai Rp200 miliar.

Supporting Indonesia in the face of the COVID-19 pandemic in various forms worth Rp200 billion in assistance.

2021

Mendukung pemulihan ekonomi dengan mendonasikan 1.400 kabinet pendingin vaksin untuk menyukseskan program vaksinasi serta berpartisipasi dalam program Vaksinasi Gotong Royong untuk karyawan.

Supporting the economic recovery by donating 1,400 vaccine cooler cabinets to support the successful vaccination program and participating in the Gotong Royong Vaccination program for employees.

2022

Berpartisipasi dalam forum dialog Business 20 (B20) untuk mendukung tema Presidensi G20 Indonesia 2022 "*Recover Together, Recover Stronger*", khususnya dalam Women in Business Action Council (WiBAC), yang menghasilkan dokumen final Rekomendasi Kebijakan dan Aksi serta peluncuran cetak biru platform One Global Women Empowerment (OGWE).

Participating in the Business 20 (B20) dialogue forum to support the 2022 Indonesia G20 Presidency's theme "Recover Together, Recover Stronger", focused on the Women in Business Action Council (WiBAC), resulting in the final Policy and Action Recommendations document and launching the blueprint of One Global Women Empowerment (OGWE) platform.

2025

Untuk meningkatkan nilai jangka panjang bagi pemegang saham, pada tahun 2025 Perseroan melakukan pembelian kembali saham (*Buyback*) dengan nilai maksimum Rp2 triliun. Jumlah saham yang dibeli kembali tidak akan melebihi 20% dari modal Perseroan, dan jumlah saham *free float* setelah pelaksanaan *Buyback* tidak akan menjadi kurang dari 7,5% dari jumlah tercatat. *Buyback* dilakukan dengan harga yang dianggap baik dan wajar oleh Perseroan, di harga maksimum Rp1.700 per lembar saham. Pelaksanaan *Buyback* tidak memiliki dampak material bagi kinerja keuangan dan kegiatan usaha Perseroan.

To increase long-term value for shareholders, in 2025 the Company will conduct a share buyback (Buyback) with a maximum value of Rp2 trillion. The number of shares repurchased will not exceed 20% of the Company's capital, and the number of free float shares after the implementation of the Buyback will not be less than 7.5% of the total number of shares listed. The Buyback will be conducted at a price deemed fair and reasonable by the Company, at a maximum price of Rp1,700 per share. The implementation of the Buyback will not have a material impact on the Company's financial performance and business activities.

Visi, Misi, Budaya, dan Nilai-nilai Perusahaan

Corporate Vision, Mission, Culture, and Values

Visi dan misi Perseroan telah ditinjau dan disetujui oleh Dewan Komisaris dan Direksi pada tahun 2025.

The Company's vision and mission have been reviewed and approved by the Board of Commissioners and the Board of Directors in 2025.

VISI
VISION

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

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

MISI
MISSION

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

- We work to create a better future every day.
- We help consumers to feel comfortable, look good, get more out of life with brands and services that are good for them and others.
- We inspire people to take small, everyday actions that can add up to a big difference for the world.
- We always develop new ways of doing business, allowing us to grow our business while reducing our environmental impact.

BUDAYA DAN NILAI-NILAI PERUSAHAAN
CORPORATE VALUES AND CULTURE

Integritas

Kami berkomitmen terhadap integritas yang memandu kami untuk melakukan tindakan yang benar bagi keberhasilan jangka panjang Perseroan. Kami tidak mengenal kompromi, nilai ini menentukan bagaimana kami berperilaku, kapanpun, di mana pun kami berada.

Integrity

We are committed to integrity that guides us to take the right actions for the Company's long-term success. We never compromise, and this value defines how we behave, whenever, and wherever we are.

Saling Menghormati

Kami berkomitmen untuk saling menghormati karena kami percaya bahwa setiap orang harus diperlakukan secara bermartabat, jujur dan adil. Kami menghargai keberagaman dan kami menghormati semua orang atas jati diri serta kontribusi mereka.

Mutual Respect

We are committed to respect each other because we believe that everyone should be treated with dignity, honesty, and fairness. We celebrate the diversity of people, and we respect everyone for who they are and what they contribute.

Tanggung Jawab

Kami berkomitmen untuk bertanggung jawab dalam menjaga konsumen, pelanggan dan karyawan, serta lingkungan dan masyarakat di mana kami beroperasi. Kami mengemban tanggung jawab tersebut secara serius dan senantiasa melaksanakan apa yang kami katakan.

Responsibility

We are committed to be responsible in taking care of our consumers, customers, and employees, as well as the environment and the communities in which we operate. We take this responsibility seriously and always do what we say.

Semangat Kepeloporan

Semangat kepeloporan menjadi awal dari keberadaan bisnis kami dan menjadi penggerak agar kami terus bertumbuh, menang, dan berani mengambil risiko secara cerdas untuk menciptakan masa depan yang lebih baik.

Pioneering Spirit

Our pioneering spirit is how we began, and it is what still drives us to grow, to win, and to intelligently take risks to create a better future.

Kegiatan Usaha

Business Activities

Kegiatan Usaha Perseroan berdasarkan Anggaran Dasar

Berdasarkan Pasal 3 Anggaran Dasar, maksud dan tujuan Perseroan adalah menjalankan bisnis pada sektor-sektor berikut:

- Sektor industri
- Sektor jasa perdagangan besar (distributor)
- Perdagangan impor
- Layanan riset pemasaran
- Layanan konsultasi manajemen
- Penyewaan *real estate*

The Company's Business Activities based on Articles of Association

Under Article 3 of the Company's Articles of Association, the Company's purpose and objectives are to run business in the following sectors:

- Industry
- Large trade service (distributor)
- Import trade
- Marketing research service
- Management consulting service
- Real estate leasing

Kegiatan Usaha Perseroan pada Tahun Buku

Kegiatan usaha Unilever Indonesia mencakup produksi, pemasaran, dan distribusi barang konsumsi, mencakup sabun, deterjen, es krim, bumbu masak, kecap, kosmetik, minuman dengan bahan pokok teh dan minuman sari buah.

The Company's Business Activities in the Financial Year

Unilever Indonesia's business activities include manufacturing, marketing, and distributing consumer goods, including soaps, detergents, ice cream, seasonings, soy sauce, cosmetic products, tea-based beverages, and fruit juice.

Unit Bisnis dan Produk

Seluruh produk Unilever memiliki tujuan dan inovasinya masing-masing, sebagai upaya mewujudkan bisnis yang ramah lingkungan, memberikan manfaat sosial, serta mendorong pertumbuhan usaha yang menguntungkan dan berkelanjutan.

Business Units and Products

All Unilever products have their own purpose and innovation, supporting the Company's efforts to build an environmentally responsible business, deliver social benefits, and drive profitable, sustainable growth.

Hingga akhir tahun 2025 Perseroan memiliki 45 merek yang terbagi di dalam dua kategori produk Home & Personal Care serta Foods & Refreshment. Secara operasional kedua kategori besar ini memiliki sub kategori tiga Bisnis Unit di bawah Home & Personal Care yaitu Beauty & Wellbeing, Home Care, dan Personal Care, serta dua Bisnis Unit di bawah Foods & Refreshment yaitu Foods dan Ice Cream*.

As at the end of 2025, the Company had 45 brands across two product categories: Home & Personal Care and Foods & Refreshment. Operationally, these two categories are organised into five Business Units–three under Home & Personal Care (Beauty & Wellbeing, Home Care, and Personal Care) and two under Foods & Refreshment (Foods and Ice Cream*).

Pada tanggal 8 Desember 2025, Unilever Indonesia telah menyelesaikan penjualan bisnis es krim kepada PT Magnum Ice Cream Indonesia, sebagai bentuk tindak lanjut dari kebijakan Unilever global yang memisahkan bisnis es krim melalui proses *de-merger*.

On 8 December 2025, Unilever Indonesia completed the sale of its ice cream business to PT Magnum Ice Cream Indonesia, following Unilever's global policy to separate its ice cream business through a demerger process. PT Magnum Ice Cream Indonesia forms part

PT Magnum Ice Cream Indonesia merupakan bagian dari The Magnum Ice Cream Company (TMICC), perusahaan mandiri yang mengelola portofolio es krim Unilever secara global.

Keputusan divestasi bisnis es krim Perseroan telah melalui persetujuan pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) tanggal 14 Januari 2025. Unilever Indonesia memperoleh Rp7 triliun dari transaksi divestasi tersebut.

Pada 2 Maret 2026 Unilever Indonesia resmi melepas SariWangi kepada PT Savoria Kreasi Rasa senilai Rp1,5 triliun (di luar pajak). Transaksi ini dilakukan sesuai ketentuan dalam Perjanjian Pengalihan Bisnis terkait Jual Beli Bisnis SariWangi yang telah ditandatangani kedua belah pihak pada 6 Januari 2026. Transaksi tersebut tidak menimbulkan dampak material terhadap aspek operasional, hukum, maupun kelangsungan usaha Perseroan.

of The Magnum Ice Cream Company (TMICC), an independent company managing Unilever's global ice cream portfolio.

The divestment of the Company's ice cream business was approved by shareholders at the Extraordinary General Meeting of Shareholders (EGMS) held on 14 January 2025. Unilever Indonesia received Rp7 trillion from the divestment transaction.

On 2 March 2026, Unilever Indonesia officially sold SariWangi to PT Savoria Kreasi Rasa for Rp1.5 trillion (excluding tax). This transaction was carried out in accordance with the provisions of the Business Transfer Agreement relating to the Sale and Purchase of the SariWangi Business, which was signed by both parties on 6 January 2026. The transaction did not have a material impact on the Company's operational, legal, or business continuity aspects.

Home & Personal Care



Beauty & Wellbeing

- Citra
- Clear
- Clear Men
- Baby Dove
- Dove
- Pond's
- Pond's Men
- Sunsilk
- TRESemmé
- Vaseline
- Glow & Lovely
- Lifebuoy



Personal Care

- Axe
- Dove
- Close Up
- Pepsodent
- Glow & Lovely
- Lifebuoy
- Lux
- Rexona
- Rexona Men
- Zwitsal



Home Care

- Cif
- Sunlight
- Lifebuoy
- Rinso
- Molto
- Superpell
- Vixal
- Wipol

Foods & Refreshment



Foods

- Bango
- Buavita
- Royco
- SariWangi



Ice Cream*

- Cornetto
- Magnum
- Paddle Pop
- Wall's

Unilever Food Solutions (UFS)



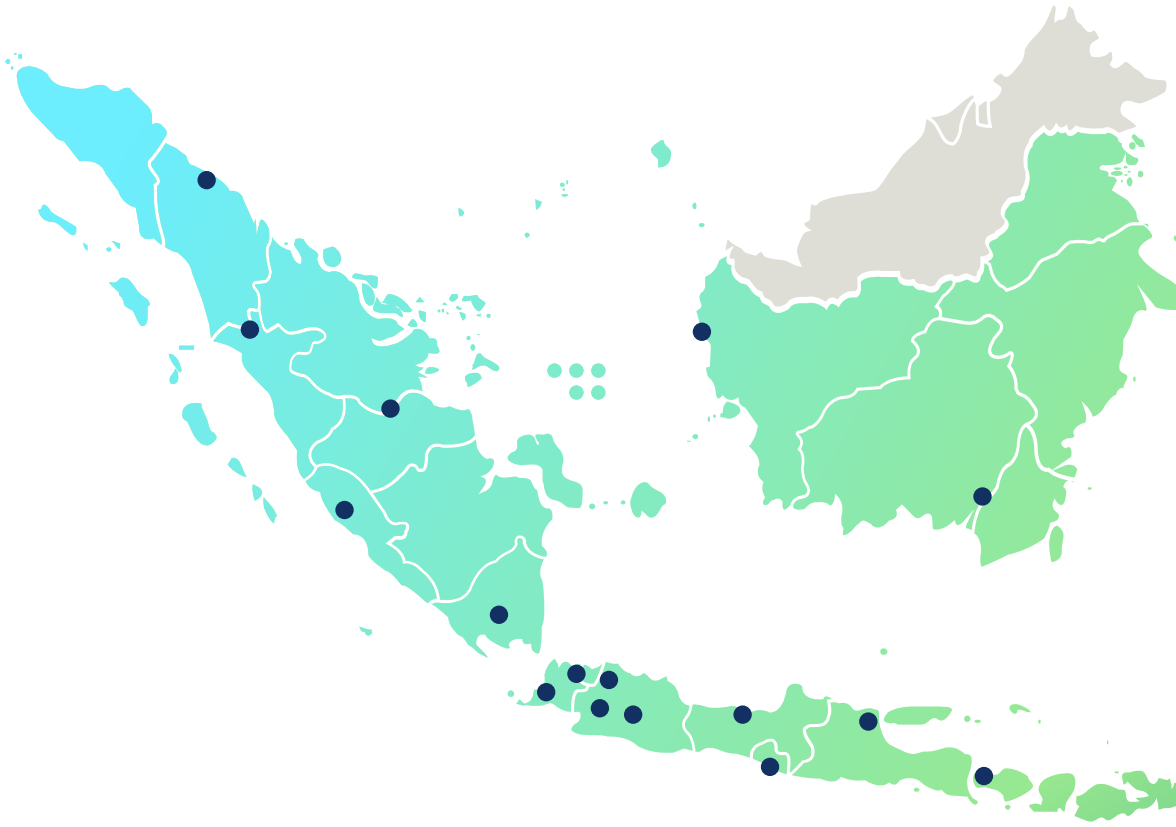
- Knorr
- Hellmann's
- Bango
- Lipton
- Royco
- SariWangi**
- Buavita

* Hingga 8 Desember 2025
Until 8 December 2025

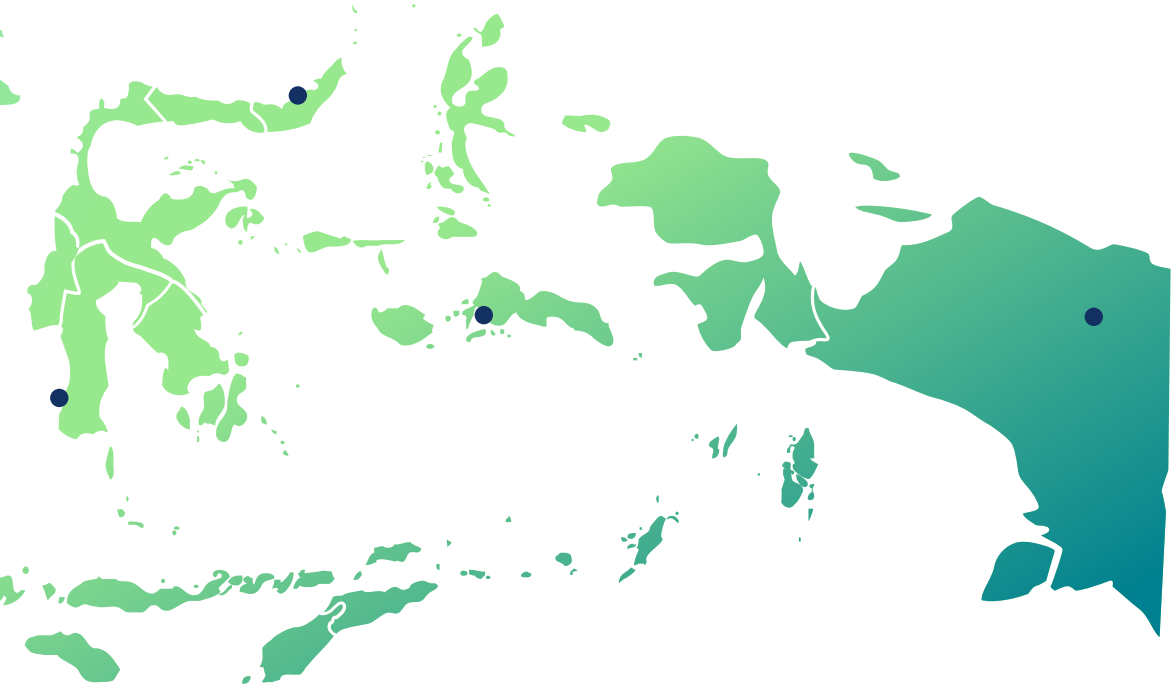
** Hingga 2 Maret 2026
Until 2 March 2026

Wilayah Operasional

Operational Areas



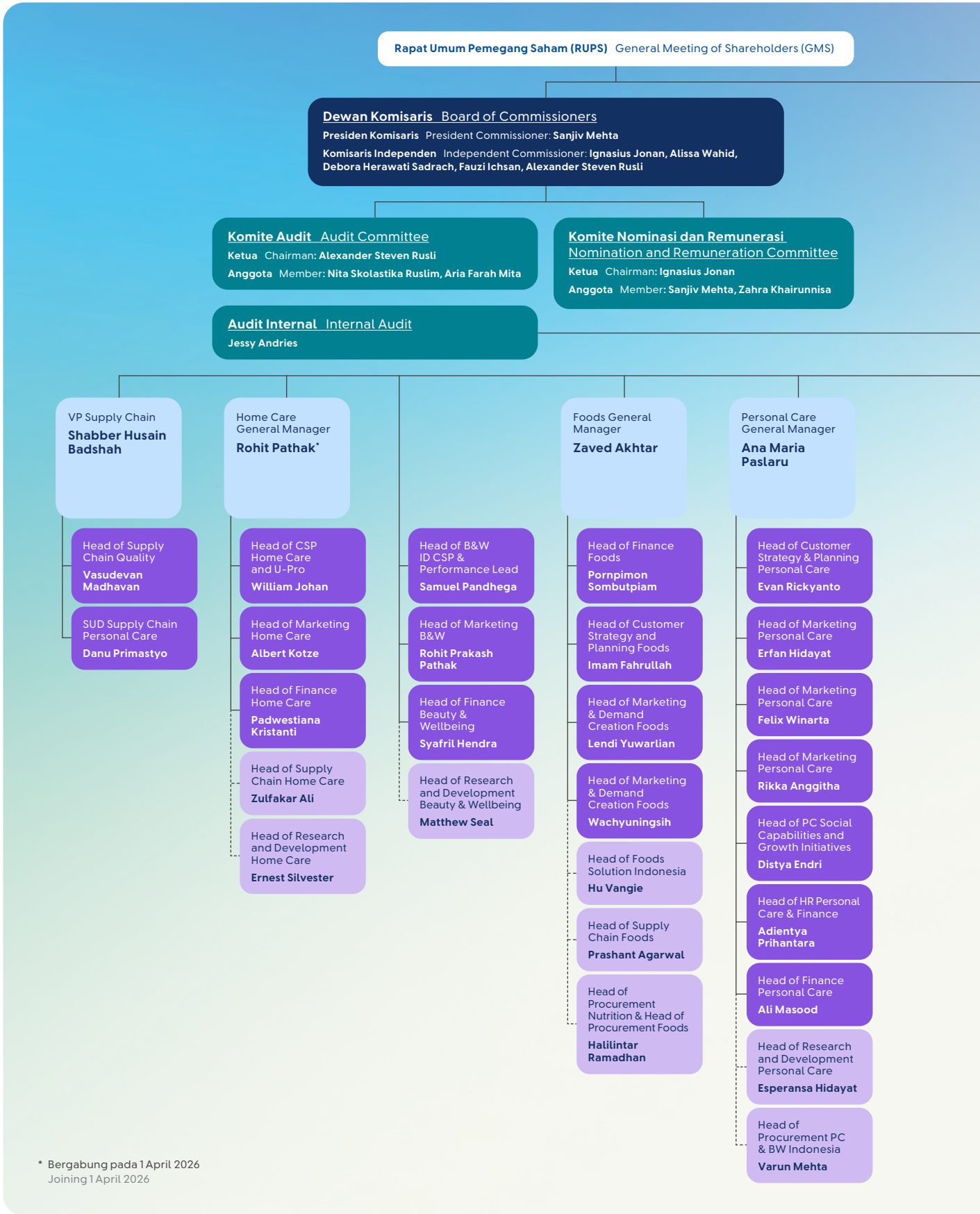
No.	Depo Depot	Alamat Address
1.	Depo Semarang	Jl. Merapi No. 22, Semarang 50232
2.	Depo Surabaya	Jl. Cokroaminoto 18, Surabaya 60264
3.	Depo Yogya	Jl. Nyi Condro Lukito No. 103 C (Monjali), Sinduadi, Mlati Sleman, Yogyakarta
4.	Depo Bandung	Jl. Soekarno Hatta No. 364, Bandung
5.	Depo Bogor	Jl. Bincarung No. 2 RT 05 / RW 03, Tanah Sereal, Bogor
6.	Depo Jakarta	Grha Unilever, Green Office Park Kav. 3, Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang, Banten
7.	Depo Bekasi	Plaza Summrecon Bekasi Lt.7 (702) Jl. Bulevar Ahmad Yani Blok M Sentra Sumarecon Bekasi Jawa Barat 17142
8.	Depo Banjarmasin	Jl. Cempaka Besar No. 24, RT 002 RW 001, Kel. Kertak Baru Ulu, Kec. Banjarmasin 70111
9.	Depo Denpasar	Jl. Gatot Subroto No. 9, Desa/Kelurahan Kesiman Kertalangu, Denpasar Timur, Bali 80237
10.	Depo Jayapura	Jl. Pantai Engros Tanah Hitam Abepura, Kota Jayapura, Papua



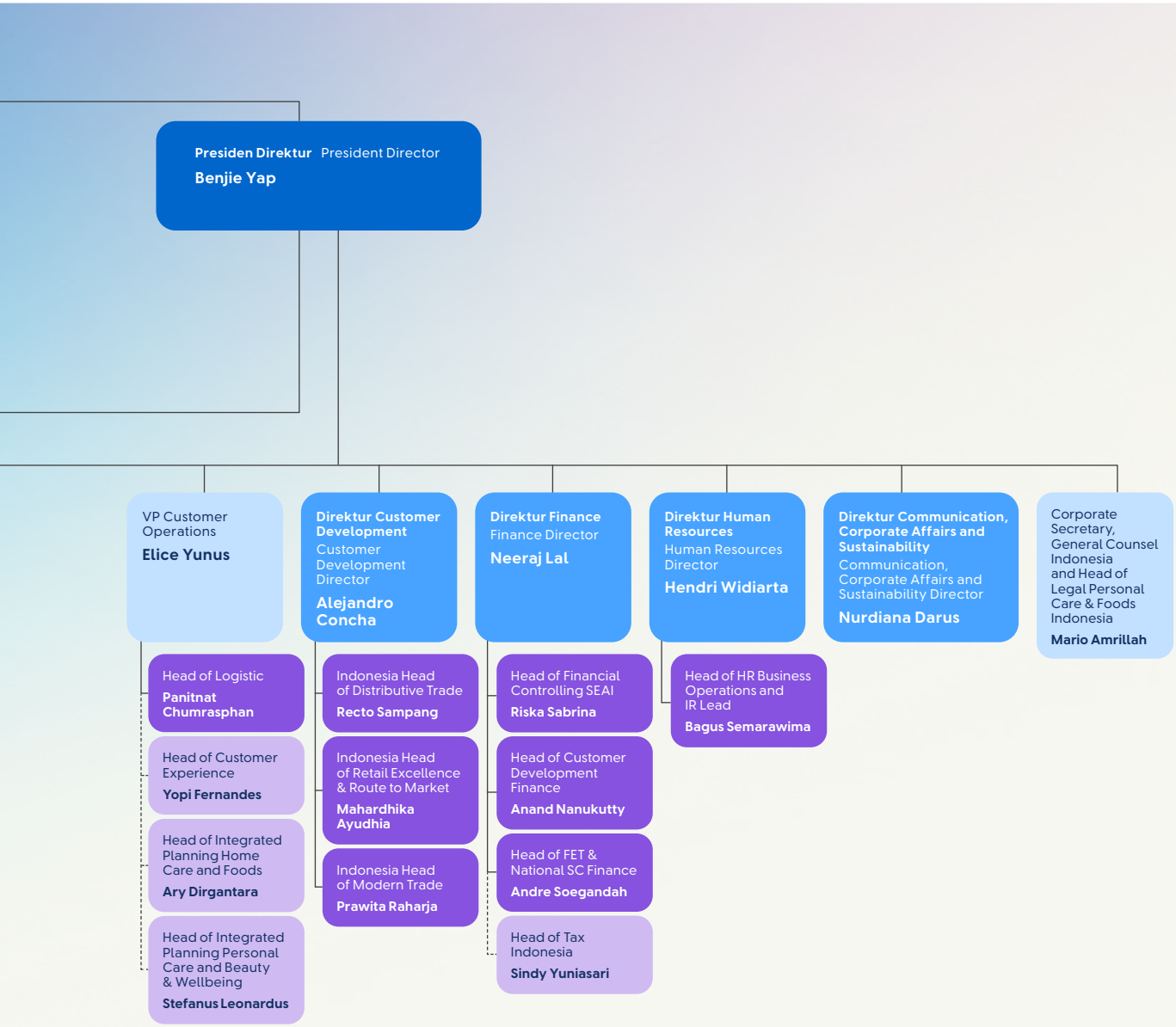
No.	Depo Depot	Alamat Address
11.	Depo Makassar	Jl. KS Tubun no.12 Mattoangin kec. Mariso Kota Makassar Sulawesi Selatan 90123 Indonesia
12.	Depo Manado	Jl. AA. Maramis No. 6, Kel. Kairagi II, Kec. Mapanget, Manado
13.	Depo Balikpapan	Jl. MT. Haryono - Perumahan Balikpapan Baru, Cluster Montreal GA.1, Balikpapan 76114
14.	Depo Pontianak	Jl. Andalas No. 35, Pontianak 78121
15.	Depo Ambon	Jl. Citraland Utama Blok C No. 06, RT 001/RW 003, Kel. Lateri, Kec. Teluk Ambon Baguala, Ambon 97231
16.	Depo Lampung	Jl. Nusantara No. 49 Kota Sepang Jaya, Kec. Kedaton 35132, Bandar Lampung
17.	Depo Medan	Jl. Sei Serayu No. 35 Kel. Babura, Kec. Medan Sunggal 20121
18.	Depo Palembang	Jl. Residen H. Abdul Rozak No. 071, RT 045 RW 009, Kel. Bukit Sangkal
19.	Depo Padang	Jl. By Pass Km. 7 - Kel. Pasar Ambacang, Kec. Kuranji, Padang 25176 (Depan TRAC Astra Rent Car Padang)
20.	Depo Jambi	Jl. Elang I No. 14 RT.29 Jelutung, Kota Jambi 36136

Struktur Organisasi per Maret 2026

Organisational Structure as of March 2026



* Bergabung pada 1 April 2026
Joining 1 April 2026


Presiden Direktur President Director
Benjie Yap
VP Customer Operations
Elice Yunus
Direktur Customer Development
Customer Development Director
Alejandro Concha
Direktur Finance
Finance Director
Neeraj Lal
Direktur Human Resources
Human Resources Director
Hendri Widiarta
Direktur Communication, Corporate Affairs and Sustainability
Communication, Corporate Affairs and Sustainability Director
Nurdiana Darus
Corporate Secretary, General Counsel Indonesia and Head of Legal Personal Care & Foods Indonesia
Mario Amrillah
Head of Logistic
Panitnat Chumrasphan
Head of Customer Experience
Yopi Fernandes
Head of Integrated Planning Home Care and Foods
Ary Dirgantara
Head of Integrated Planning Personal Care and Beauty & Wellbeing
Stefanus Leonardus
Indonesia Head of Distributive Trade
Recto Sampang
Indonesia Head of Retail Excellence & Route to Market
Mahardhika Ayudhia
Indonesia Head of Modern Trade
Prawita Raharja
Head of Financial Controlling SEAI
Riska Sabrina
Head of Customer Development Finance
Anand Nanukutty
Head of FET & National SC Finance
Andre Soegandah
Head of Tax Indonesia
Sindy Yuniasari
Head of HR Business Operations and IR Lead
Bagus Semarawima

Susunan Dewan Komisaris dan Direksi

Composition of the Board of Commissioners and Directors

Sepanjang tahun 2025 tidak terdapat perubahan susunan Dewan Komisaris, namun terdapat perubahan susunan Direksi berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) tanggal 15 Oktober 2025, yaitu:

- Menyetujui pengunduran diri Bapak Willy Saelan sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 15 Oktober 2025. Alasan pengunduran diri adalah memasuki masa pensiun.
- Mengangkat Bapak Hendri Widiarta sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 15 Oktober 2025.

Dengan demikian, susunan Dewan Komisaris dan Direksi pada 31 Desember 2025 adalah:

Throughout 2025, there were no changes to the composition of the Board of Commissioners. However, there were changes to the Board of Directors, as resolved at the Extraordinary General Meeting of Shareholders (EGMS) held on 15 October 2025, namely:

- Approving the resignation of Mr. Willy Saelan as a Director of the Company, effective 15 October 2025 due to his retirement from the Company.
- Appointing Mr. Hendri Widiarta as a Director of the Company, effective 15 October 2025.

Accordingly, the composition of the Board of Commissioners and Board of Directors as at 31 December 2025 was as follows:

Dewan Komisaris

Board of Commissioners

Nama Name	Jabatan Position	Dasar Pengangkatan Basis of Appointment	Periode Masa Jabatan Term of Office
Sanjiv Mehta	Presiden Komisaris; merangkap sebagai Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi President Commissioner; concurrently serves as Member of the Nomination and Remuneration Committee	Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 dan sebagai Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi berdasarkan Keputusan Dewan Komisaris tanggal 28 Juli 2022 Resolution of the AGMS dated 20 June 2024 and as Member of the Nomination and Remuneration Committee based on Resolution of the Board of Commissioners dated 28 July 2022	2024-2027
Alexander Steven Rusli	Komisaris Independen; merangkap sebagai Ketua Komite Audit Commissioner; concurrently serves as Chairman of the Audit Committee	Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 dan sebagai Ketua Komite Audit berdasarkan Keputusan Dewan Komisaris tanggal 19 Desember 2019 Resolution of the AGMS dated 20 June 2024 and as Chairman of the Audit Committee based on Resolution of the Board of Commissioners dated 19 December 2019	2024-2027
Alissa Wahid	Komisaris Independen Independent Commissioner	Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 Resolution of the AGMS dated 20 June 2024	2024-2027
Debora Herawati Sadrach	Komisaris Independen Independent Commissioner	Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 Resolution of the AGMS dated 20 June 2024	2024-2027
Fauzi Ichsan	Komisaris Independen Independent Commissioner	Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 Resolution of the AGMS dated 20 June 2024	2024-2027

Nama Name	Jabatan Position	Dasar Pengangkatan Basis of Appointment	Periode Masa Jabatan Term of Office
Ignasius Jonan	Komisaris Independen; merangkap sebagai Ketua Komite Nominasi dan Remunerasi Independent Commissioner; concurrently serves as Chairman of the Nomination and Remuneration Committee	Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 dan sebagai Ketua Komite Nominasi dan Remunerasi berdasarkan Keputusan Dewan Komisaris tanggal 27 Juli 2020 Resolution of the AGMS dated 20 June 2024 and as Member of the Nomination and Remuneration Committee based on Resolution of the Board of Commissioners dated 27 July 2020	2024-2027

Direksi / Board of Directors

Nama Name	Jabatan Position	Dasar Pengangkatan Basis of Appointment	Periode Masa Jabatan Term of Office
Benjie Yap	Presiden Direktur President Director	Keputusan RUPSLB tanggal 19 Desember 2023, efektif 1 Januari 2024 Resolution of the EGMS dated 19 December 2023, effective 1 January 2024	2023-2026
Enny Hartati Sampurno*	Direktur Director	• Keputusan RUPSLB tanggal 8 Desember 2011 (Periode 1) • Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2017 untuk periode 2017-2020 (Periode 2) • Keputusan RUPST tanggal 20 November 2020 untuk periode 2020-2023 (Periode 3) • Keputusan RUPST tanggal 22 Juni 2023 untuk periode 2023-2026 (Periode 4) • Resolution of the EGMS dated 8 December 2011 (First Term) • Resolution of the AGMS dated 20 June 2017 for the 2017-2020 period (Second Term) • Resolution of the AGMS dated 20 November 2020 for the 2020-2023 period (Third Term) • Resolution of the AGMS dated 22 June 2023 for the 2023-2026 period (Fourth Term)	2023-2025
Neeraj Lal	Direktur Director	Keputusan RUPSLB tanggal 14 Januari 2025, efektif 1 Maret 2025 Resolution of the EGMS dated 14 January 2025, effective 1 March 2025	2025-2026
Vandana Suri*	Direktur Director	Keputusan RUPSLB tanggal 14 Januari 2025, efektif 1 Maret 2025 Resolution of the EGMS dated 14 January 2025, effective 1 March 2025	2025
Alejandro Meinardo Santos Concha	Direktur Director	Keputusan RUPSLB tanggal 14 Januari 2025, efektif 1 Maret 2025 Resolution of the EGMS dated 14 January 2025, effective 1 March 2025	2025-2026
Hendri Widiarta	Direktur Director	Keputusan RUPSLB tanggal 15 Oktober 2025, efektif 15 Oktober 2025 Resolution of the EGMS dated 15 October 2025, effective 15 October 2025	2025-2026

* Rapat Umum Pemegang Saham (RUPSLB) pada 13 Februari 2026 telah menyetujui pengunduran diri yang bersangkutan efektif sejak 31 Desember 2025.
The Extraordinary GMS of Shareholders on 13 February 2026 approved the resignation, effective as of 31 December 2025.

Perubahan Susunan Direksi Setelah Akhir Tahun Buku 2025

Changes in the Composition of the Board of Directors After the End of the 2025 Financial Year

Pada tanggal 13 Februari 2026 Perseroan mengadakan RUPSLB yang menyetujui pengunduran diri Ibu Enny Hartati dan Ibu Vandana Suri masing-masing dari jabatannya sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 31 Desember 2025. Alasan pengunduran diri untuk Ibu Enny Hartati adalah karena memasuki masa pensiun. Sementara Ibu Vandana Suri mengundurkan diri karena mengemban posisi baru di Hindustan Unilever Limited sebagai Executive Director and Business Unit General Manager Home Care India.

On 13 February 2026, the Company held an EGMS which approved the resignation of Ms. Enny Hartati and Ms. Vandana Suri from their positions as Directors of the Company, effective from 31 December 2025. The reason for Ms. Enny Hartati's resignation was retirement. Meanwhile, Ms. Vandana Suri has been resigned to take on a new position at Hindustan Unilever Limited as Executive Director and Business Unit General of Manager Home Care India.

RUPSLB juga menyetujui pengangkatan Ibu Nurdiana Darus sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 13 Februari 2026 sampai ditutupnya RUPST tahun 2026. Usulan ini mengacu pada rekomendasi dari Komite Nominasi dan Remunerasi Perseroan untuk memperkuat struktur organisasi Perseroan.

The EGMS also approved the appointment of Ms. Nurdiana Darus as Director of the Company, effective from 13 February 2026 until the closing of the 2026 AGMS, whereby this proposal was based on the recommendation of the Company's Nomination and Remuneration Committee to strengthen the Company's organisational structure.

Dengan demikian susunan Direksi per 13 Februari 2026 adalah:

Thus, the composition of the Board of Directors as of 13 February 2026 is as follows:

Nama Name	**Jabatan** Position	**Dasar Pengangkatan** Basis of Appointment	**Periode Masa Jabatan** Term of Office
Benjie Yap	Presiden Direktur President Director	Keputusan RUPSLB tanggal 19 Desember 2023, efektif 1 Januari 2024 Resolution of the EGMS dated 19 December 2023, effective 1 January 2024	2023-2026
Neeraj Lal	Direktur Director	Keputusan RUPSLB tanggal 14 Januari 2025, efektif 1 Maret 2025 Resolution of the EGMS dated 14 January 2025, effective 1 March 2025	2025-2026
Alejandro Meinardo Santos Concha	Direktur Director	Keputusan RUPSLB tanggal 14 Januari 2025, efektif 1 Maret 2025 Resolution of the EGMS dated 14 January 2025, effective 1 March 2025	2025-2026
Hendri Widiarta	Direktur Director	Keputusan RUPSLB tanggal 15 Oktober 2025 Resolution of the EGMS dated 15 October 2025	2025-2026
Nurdiana Darus	Direktur Director	Keputusan RUPSLB tanggal 13 Februari 2026 Resolution of the EGMS dated 13 February 2026	2026

Tidak terdapat perubahan susunan Dewan Komisaris setelah tahun buku hingga tanggal penerbitan Laporan Tahunan Unilever Indonesia 2025.

There have been no changes to the composition of the Board of Commissioners since the financial year ending on the date of publication of the Unilever Indonesia 2025 Annual Report.

Profil Dewan Komisaris

Profile of the Board of Commissioners



Sanjiv Mehta

Presiden Komisaris
President Commissioner

Kewarganegaraan
India

Usia
65 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Mumbai, India

Nationality
Indian

Age
65 years old as of 31 December 2025

Domicile
Mumbai, India

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	• Diangkat sebagai Presiden Komisaris berdasarkan Keputusan RUPSLB tanggal 28 Juli 2022 • Diangkat kembali sebagai Presiden Komisaris berdasarkan Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 untuk periode 2024-2027 • Appointed as President Commissioner by the EGMS Resolution on 28 July 2022 • Reappointed as President Commissioner by the AGMS Resolution on 20 June 2024 for the 2024-2027 period
Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi Educational Background and Certification	• Program Management Lanjutan, Harvard Business School, USA (2004) • Chartered Accountant, The Institute of Chartered Accountants of India, India (1983) • Sarjana di bidang Commerce, Nagpur University, India (1980) • Advanced Management Program, Harvard Business School, USA (2004) • Chartered Accountant, The Institute of Chartered Accountants of India, India (1983) • Bachelor of Commerce, Nagpur University, India (1980)
Penghargaan yang diperoleh Awards	• Gelar kehormatan Doktor Filsafat dalam Manajemen Bisnis, Xavier University (Xavier Institute of Management) (2019) • Business Leader of the Year, The Economic Times • Best CEO Award, Business Today • Best CEO Multinational, Forbes • Management Man of the Year, Bombay Management Association • CA Business Leader, The Institute of Chartered Accountants of India • Best Transformational Leader, the Asian Centre for Corporate Governance and Sustainability • Pralhad P. Chhabria Memorial Global Award • JRD Tata Corporate Leadership award, the All India Management Association • Sir Jehangir Ghandy Medal, Xavier School of Management (XLRI), Jamshedpur • IMPACT Person of the Year, exchange4media group (Business World) • Lifetime Achievement Award, CEO's Association for Inclusive India-SKOCH Group • CEO of the year, Business Standard • Best of the Best CEO's, Fortune • Hall of Fame, The Institute of Chartered Accountants of India
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Pelatihan Komisaris dapat dilihat pada halaman 127 Training of the Commissioner can be found on page 127

Riwayat Pekerjaan Work Experience	• President Unilever South Asia dan CEO & Managing Director Hindustan Unilever (April 2022-Juni 2023) • EVP/President Unilever South Asia dan Chairman & Managing Director Hindustan Unilever (Juni 2018-Maret 2022) • Anggota Unilever Leadership Executive (Global Executive Board) (Mei 2019-Juni 2023) • Executive Vice President Unilever South Asia dan CEO & Managing Director Hindustan Unilever Limited (2013-2018) • Chairman dan CEO, Unilever North Africa dan Middle East (2008-2013) • Chairman dan CEO, Unilever Philippines (2007-2008) • Chairman dan Managing Director, Unilever Bangladesh (2002-2006) • Commercial Director, Unilever Bangladesh (1999-2001) • President, Unilever, South Asia and CEO and Managing Director of Hindustan Unilever (April 2022-June 2023) • EVP/President Unilever, South Asia and Chairman and Managing Director of Hindustan Unilever (June 2018-March 2022) • Member of Unilever Leadership Executive (Global Executive Board) (May 2019-June 2023) • Executive Vice President – South Asia, CEO and Managing Director of Hindustan Unilever Limited (2013-2018) • Chairman and CEO of Unilever North Africa and Middle East (2008-2013) • Chairman and CEO of Unilever Philippines (2007-2008) • Chairman and Managing Director of Unilever Bangladesh (2002-2006) • Commercial Director of Unilever Bangladesh (1999-2001)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	• Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi, PT Unilever Indonesia Tbk (2022-sekarang) • Executive Chairman, L Catterton, India (2024) • Chairman, L Catterton, Asia (2024) • Independent Board Director, Air India, Dr Reddy's Laboratories & Danone (2023) • Anggota South Asia Advisory Board, Harvard Business School (2022) • Member of the Nomination and Remuneration Committee, PT Unilever Indonesia Tbk (2022-present) • Executive Chairman, L Catterton, India (2024) • Chairman, L Catterton, Asia (2024) • Independent Board Director, Air India, Dr Reddy's Laboratories & Danone (2023) • Member of South Asia Advisory Board Harvard Business School (2022)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company



Debora Herawati Sadrach

Komisaris Independen
Independent Commissioner

Kewarganegaraan
Indonesia

Usia
63 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Jakarta, Indonesia

Nationality
Indonesian

Age
63 years old as of 31 December 2025

Domicile
Jakarta, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	• Diangkat sebagai Komisaris Independen berdasarkan Keputusan RUPST tanggal 21 Mei 2019 • Diangkat kembali sebagai Komisaris Independen berdasarkan Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 untuk periode 2024-2027 • Appointed as Independent Commissioner by the AGMS on 21 May 2019 • Reappointed as Independent Commissioner by the AGMS Resolution on 20 June 2024 for the 2024-2027 period
Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi Educational Background and Certification	• Master di bidang Pendidikan, Boston University, Amerika Serikat (1987) • Gelar Dokter Gigi, Universitas Trisakti, Indonesia (1985) • Master 's degree in Education, Boston University, USA (1987) • Doctor of Dental Surgery, Trisakti University, Indonesia (1985)
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Tidak terdapat pelatihan pada tahun 2025 There was no training in 2025
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• Direktur Refreshment & Marketing Services, PT Unilever Indonesia Tbk (2015-2017) • Direktur Personal Care, PT Unilever Indonesia Tbk (2001-2007 dan 2011-2015) • Direktur Home and Personal Care, PT Unilever Indonesia Tbk (2007-2010) • Director of Refreshment and Marketing Services, PT Unilever Indonesia (2015-2017) • Director of Personal Care, PT Unilever Indonesia (2011-2015 and 2001-2007) • Director of Home and Personal Care, PT Unilever Indonesia (2007-2010)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	Executive Committee Member, PT United Family Food (2003-sekarang) Executive Committee Member, PT United Family Food (2003-present)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Pernyataan Independensi Statement of Independence	Pernyataan independensi dapat dilihat pada halaman 257 Statement of Independence can be found on page 257
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company



Alexander Steven Rusli

Komisaris Independen
Independent Commissioner

Kewarganegaraan
Indonesia

Usia
54 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Jakarta, Indonesia

Nationality
Indonesian

Age
54 years old as of 31 December 2025

Domicile
Jakarta, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	• Diangkat sebagai Komisaris Independen berdasarkan Keputusan RUPST tanggal 23 Mei 2018 dan sebagai Ketua Audit Komite berdasarkan Keputusan Dewan Komisaris tanggal 19 Desember 2019 • Diangkat kembali sebagai Komisaris Independen berdasarkan Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 untuk periode 2024-2027 • Appointed as Independent Commissioner by the AGMS Resolution on 23 May 2018 and Chairperson of the Audit Committee by the Resolution of the Board of Commissioners on 19 December 2019 • Reappointed as Independent Commissioner by the AGMS Resolution on 20 June 2024 for the 2024-2027 period
Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi Educational Background and Certification	• Doctor of Philosophy (Ph.D), Curtin University of Technology, Australia (2000) • Gelar Master di bidang Commerce(Honors), Curtin University of Technology, Australia (1993) • Sarjana Bisnis dan Sistem Informasi, Curtin University of Technology, Australia (1992) • Doctor of Philosophy (Ph.D), Curtin University of Technology, Australia (2000) • Master 's degree in Commerce (Honors), Curtin University of Technology, Australia (1993) • Bachelor's degree in Business and Information Systems, Curtin University of Technology, Australia (1992)
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Pelatihan Komisaris dapat dilihat pada halaman 127 Training of the Commissioner can be found on page 127
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• Komisaris Independen, PT Multipolar Tbk (2021-2025) • Komisaris Independen, PT Link Net Tbk (12 Juni 2020-2025) • Komisaris, PT Solusi Sinergi Digital (20 November 2019-Februari 2022) • Ketua, iFlix Indonesia (Juli 2018-Mei 2020) • Komisaris Independen, PT Sarana Menara Nusantara Tbk (2018-2019) • Presiden Direktur, PT Indosat Ooredoo (2012-2017) • Komisaris Independen, PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk (2011-2013) • Komisaris Independen, PT Indosat Tbk (Januari 2010-Oktober 2012) • Direktur Pelaksana, PT Northstar Pacific Capital (2009-2012) • Presiden Komisaris, PT Geodipa Energi (2007-2009) • Komisaris, PT Kertas Kraft Aceh (2007-2009) • Komisaris, PT Krakatau Steel Tbk (2007-2009) • Staf Ahli, Kementerian BUMN Republik Indonesia (2007-2009) • Staf Ahli, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (2001-2007) • Senior Consultant, PricewaterhouseCoopers Consulting Asia Pacific (1997-2001) • Independent Commissioner, PT Multipolar Tbk (2021-2025) • Independent Commissioner, PT Link Net Tbk (12 June 2020-2025) • Commissioner, PT Solusi Sinergi Digital (20 November 2019 - February 2022) • Chairman, iFlix Indonesia (July 2018-May 2020) • Independent Commissioner, PT Sarana Menara Nusantara, Tbk (2018-2019) • Chief Executive Officer of PT Indosat Ooredoo (2012-2017) • Independent Commissioner, PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia, Tbk (2011-2013) • Independent Commissioner, PT Indosat Tbk (January 2010-October 2012) • Managing Director, PT Northstar Pacific Capital (2009-2012) • President Commissioner, PT Geodipa Energi (2007-2009)

	• Commissioner, PT Kertas Kraft Aceh (2007-2009) • Commissioner, PT Krakatau Steel, Tbk (2007-2009) • Special Advisor to Ministry of State-Owned Enterprises (2007-2009) • Special Advisor to Ministry of Communications and Information Technology, the Republic of Indonesia (2001 - 2007) • Senior Consultant, PricewaterhouseCoopers Consulting Asia Pacific (1997-2001)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	• Ketua Komite Audit, PT Unilever Indonesia Tbk (2019-sekarang) • Direktur, PT ARES Management Asia Indonesia (ARES Private Equity) (2024-sekarang) • Advisor, PT WIR Asia Tbk (November 2022-sekarang) • Advisor, PT Inclusive Finance Group (Danacita) (April 2022-sekarang) • Komisaris, PT Sumitomo Indonesia (Februari 2022-sekarang) • Komisaris Independen, PT Cisarua Mountain Dairy Tbk (Agustus 2021-sekarang) • Tax Special Advisor untuk Menteri Keuangan, Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2 Januari 2019-sekarang) • Co-founder, PT Digi Asia Bios (Juli 2018-sekarang) • Komisaris Independen, PT Medikaloka Hermina Tbk (2018-sekarang) • Ketua, WWF Indonesia Foundation (2014-sekarang) • Chairman of the Audit Committee, PT Unilever Indonesia Tbk (2019-present) • Director, PT ARES Management Asia Indonesia (ARES Private Equity) (2024 – present) • Advisor, PT WIR Asia Tbk (November 2022 - present) • Advisor, PT Inclusive Finance Group (Danacita) (April 2022-present) • Commissioner, PT Sumitomo Indonesia (February 2022 - present) • Independent Commissioner, PT Cisarua Mountain Dairy Tbk (August 2021 - present) • Tax Special Advisor to Finance Minister, Ministry of Finance (2 January 2019 - present) • Co-founder, PT Digi Asia Bios (July 2018 - present) • Independent Commissioner, PT Medikaloka Hermina, Tbk (2017 - present) • Chairman, WWF Indonesia Foundation (2014 - present)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Pernyataan Independensi Statement of Independence	Pernyataan independensi dapat dilihat pada halaman 257 Statement of Independence can be found on page 257
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company



Alissa Wahid

Komisaris Independen
Independent Commissioner

Kewarganegaraan
Indonesia

Usia
52 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Yogyakarta, Indonesia

Nationality
Indonesian

Age
52 years old as of 31 December 2025

Domicile
Yogyakarta, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan
Legal Basis of Appointment

- Diangkat sebagai Komisaris Independen berdasarkan Keputusan RUPST tanggal 27 Mei 2021
- Diangkat kembali sebagai Komisaris Independen berdasarkan Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 untuk periode 2024-2027
- Appointed as Independent Commissioner by the AGMS on 27 May 2021
- Reappointed as Independent Commissioner by the AGMS Resolution on 20 June 2024 for the 2024-2027 period

Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi
Educational Background and Certification

- Gelar Master di Bidang Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia (1999)
- Gelar Sarjana di Bidang Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia (1997)

Informal:
- IDEAS-MIT Sloan School of Management on Leadership & System Thinking (2018 - 2019)
- Friedrich Naumann Stiftung Germany pada Change Management (2013)

- Master's Degree in Psychology, Gadjah Mada University, Indonesia (1999)
- Bachelor's degree in Psychology, Gadjah Mada University, Indonesia (1997)

Informal:
- IDEAS-MIT Sloan School of Management on Leadership & System Thinking (2018 - 2019)
- Friedrich Naumann Stiftung Germany on Change Management (2013)

Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025
Training Attended in 2025

Pelatihan Komisaris dapat dilihat pada halaman 127
Training of the Commissioner can be found on page 127

Riwayat Pekerjaan
Work Experience

Sosial:
- Sekretaris Pengurus Pusat, Lembaga Kemaslahatan Keluarga NU (2015-2021)
- Direktur, Lembaga Kemanusiaan Sapa Persada Indonesia (2001-2006)

Pendidikan:
- Presiden Direktur, EF English First Nusantara Magelang (2003-2010)
- Presiden Direktur, Tumble tots Yogyakarta (2004-2010)

Bisnis:
- Presiden Komisaris PT Duta Inti Daya Tbk (2022-sekarang)
- Komisaris, PT NU Media (2015 - 2020)

Konsultan:
- Tim Ahli Sekretariat Bersama Penguatan Moderasi Beragama Pemerintah Indonesia (2020-sekarang)
- Penyusunan Peta Jalan Pengembangan Pesantren Ramah Anak, Kementerian Agama (2017-sekarang)
- Penyusunan Peta Jalan Dana Abadi Pesantren, Kementerian Agama (2017-sekarang)
- Penyusunan Modul Pengembangan Kapasitas Penyelenggara Zakat Wakaf, Kementerian Agama (2017-sekarang)

	Social: • Secretary Central Board, Institute for the Prosperity of the Nahdlatul Ulama Family) (2015-2021) • Director, Lembaga Kemanusiaan Sapa Persada Indonesia (2001-2006) Education: • President Director, EF English First Nusantara Magelang (2003-2010) • President Director, Tumble tots Yogyakarta (2004-2010) Business: • President Commissioner PT Duta Inti Daya Tbk (2022-present) • Commissioner, PT NU Media (2015 - 2020) Consultant: • Expert Team of the Joint Secretariat for Strengthened Religious Moderation of the Government of Indonesia (2020-present) • Preparation of the Roadmap for the Development of Child-Friendly Islamic Boarding Schools, Ministry of Religious Affairs (2017-present) • Preparation of the Roadmap for the Islamic Boarding School Endowment Fund, Ministry of Religious Affairs (2017-present) • Preparation of the Capacity Development Module for Zakat Waqf Organisers, Ministry of Religious Affairs (2017-present)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	• Ketua Pelaksana, Gerakan Nurani Bangsa (2024-sekarang) • Ketua bidang Kesejahteraan dan Kebudayaan, PBNU (2022-sekarang) • Presiden Komisaris, PT Duta Intidaya (2022-sekarang) • Direktur Nasional, GUSDURian Network Indonesia (2011-sekarang) • SDGs Ambassador of Indonesia, Kementerian BAPPENAS (2019-sekarang) • Chief Executive of the National Conscience Movement (2024 - present) • Head of PBNU for Welfare and Culture Affairs (2022 - present) • President Commissioner, PT Duta Intidaya (2022 - present) • National Director, GUSDURian Network Indonesia (2011 - present) • SDGs Ambassador of Indonesia, Ministry of PPN/BAPPENAS (2019 - present)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Pernyataan Independensi Statement of Independence	Pernyataan independensi dapat dilihat pada halaman 257 Statement of Independence can be found on page 257
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company



Ignasius Jonan

Komisaris Independen
Independent Commissioner

Kewarganegaraan
Indonesia

Usia
62 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Jakarta, Indonesia

Nationality
Indonesian

Age
62 years old as of 31 December 2025

Domicile
Jakarta, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan
Legal Basis of Appointment

- Diangkat sebagai Komisaris Independen berdasarkan Keputusan RUPST tanggal 24 Juli 2020
- Diangkat kembali sebagai Komisaris Independen berdasarkan Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 untuk periode 2024-2027
- Appointed as Independent Commissioner by the AGMS on 24 July 2020
- Reappointed as Independent Commissioner by the AGMS Resolution on 20 June 2024 for the 2024-2027 period

Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi
Educational Background and Certification

- Certified Practising Accountant, CPA Australia (2025)
- Asean Chartered Professional Accountant (CPA), Asean Chartered Professional Accountant Coordinating Committee (2023)
- Oxford Leading Sustainable Corporations Programme, Said Business School, Oxford University (2021)
- Chartered Accountant (CA), Ikatan Akuntan Indonesia (2015)
- Certified Public Accountant (CPA), Institut Akuntan Publik Indonesia (2013)
- Master of Arts (MA), Hubungan dan Hubungan Internasional, Fletcher School of Law and Diplomacy (2004-2005)
- Manajer Senior di Program Pemerintah, Harvard Kennedy School of Government (2000)
- Program Eksekutif Senior, Columbia University - Columbia Business School (1999)
- Doktorandus bidang Akuntansi (Drs), Sekolah Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga (1982 - 1986)
- Certified Practising Accountant, CPA Australia (2025)
- Asean Chartered Professional Accountant (CPA), Asean Chartered Professional Accountant Coordinating Committee (2023)
- Oxford Leading Sustainable Corporations Programme, Said Business School, Oxford University (2021)
- Chartered Accountant (CA), Indonesian Accountants Association (2015)
- Certified Public Accountant (CPA), Indonesian Institute of Certified Public Accountants (2013)
- Master of Arts (MA), International Relations and Affairs, Fletcher School of Law and Diplomacy (2004-2005)
- Senior Manager in Government Program, Harvard Kennedy School of Government (2000)
- Senior Executive Program, Columbia University - Columbia Business School (1999)
- Doctoral candidate in Accounting (Drs), School of Economics and Business, Airlangga University (1982-1986)

Penghargaan Negara
State Decorations

- Evoitem Commendatorem Ordinis Sancti Gregori Magni (Knight Commander of the Order of St. Gregory the Great yang diberikan oleh Pope Franciscus (2023)
- The Order of the Rising Sun, Gold, and Silver Star yang diberikan oleh Emperor of Japan (2022)
- Bintang Mahaputera Utama yang diberikan oleh Presiden Indonesia (2020)
- Chevalier dans l'Ordre de la Légion d'honneur yang diberikan oleh Presiden Perancis (2016)
- Evoitem Commendatorem Ordinis Sancti Gregori Magni (Knight Commander of the Order of St. Gregory the Great awarded by Pope Franciscus (2023)
- The Order of the Rising Sun, Gold, and Silver Star awarded by the Emperor of Japan (2022)
- The Mahaputera Utama Star awarded by the President of Indonesia (2020)
- Chevalier dans l'Ordre de la Légion d'honneur awarded by the President of France (2016)

Penghargaan yang Diperoleh Notable Accolades/ Awards	• Tokoh Pancasila 2023, Badan Pengembangan Ideologi Pancasila (2023) • Gelar Doktor Kehormatan dalam Akuntansi, Universitas Airlangga, 2021 • Penghargaan Prestasi Seumur Hidup, Badan Pengatur Hilir Migas (Badan Pengatur Hilir Minyak dan Gas) Pemerintah Republik Indonesia (2020) • Penghargaan Kepemimpinan dan Kreativitas, Citi Distinguished Alumni Awards (2019) • Penghargaan Prestasi Seumur Hidup, Institut Akuntan Publik Indonesia (2019) • Penghargaan Prestasi Unggul oleh Sekolah Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga (2018) • Hall of Fame Akuntansi Manajemen Global, Institut Akuntan Manajemen Bersertifikat (2017) • Penghargaan Prestasi Seumur Hidup, Institut Manajemen, Sekolah Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (2017) • Anggota Kehormatan Unit Kapal Selam Angkatan Laut Indonesia (2015) • Marketer of the Year, Asosiasi Marketer Indonesia (2014) • Marketer of the Year di Bidang Transportasi, Asosiasi Pemasar Indonesia (2013) • Anggota Kehormatan, Korps Marinir Indonesia, Resimen Kavaleri (2013) • CEO Terbaik Perusahaan Milik Negara (2013) • Akuntan Terbaik Tahun Ini, Institut Akuntan Publik Indonesia (2013) • Person of Pancasila 2023, Pancasila Ideology Development Agency (2023) • Honorary Doctorate in Accountancy, Airlangga University, 2021 • Lifetime Achievement Award, Badan Pengatur Hilir Migas (Agency For Downstream Oil And Gas) Government of the Republic of Indonesia (2020) • Leadership and Ingenuity Award, Citi Distinguished Alumni Awards (2019) • Lifetime Achievement Award, Institute of Indonesia Chartered Accountants (2019) • Outstanding Achievement Award by School of Economics and Business, Airlangga University (2018) • Global Management Accounting Hall of Fame, Institute of Certified Management Accountants (2017) • Lifetime Achievement Award, Management Institute, Economics and Business School of University of Indonesia (2017) • Honorary Member of Submarine Unit Indonesia Navy (2015) • Marketer of the Year, Indonesia Marketer Association (2014) • Marketer of the Year in Transportation, Indonesia Marketer Association (2013) • Honorary Member, Indonesia Marine Corps, Cavalry Regiment (2013) • The Best CEO of State Owned Enterprise (2013) • Accountant of The Year, Institute of Indonesia Chartered Accountants (2013)
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Tidak terdapat pelatihan pada tahun 2025 There was no training in 2025
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia (2016-2019) • Menteri Perhubungan Republik Indonesia (2014-2016) • Direktur Utama, PT Kereta Api Indonesia (Perusahaan Kereta Api Indonesia) (2009-2014) • Managing Director, Citigroup Investment Banking (2006-2008) • Presiden Direktur, PT Bahana Pembinaan Usaha Indonesia (Perusahaan Perbankan Investasi Milik Pemerintah) (2001-2006) • Direktur, Citigroup Private Equity (1999-2001) • Minister of Energy and Mineral Resources (2016-2019) • Minister of Transportation (2014-2016) • President Director, PT Kereta Api Indonesia (Indonesian Railway Company) (2009-2014) • Managing Director, Citigroup Investment Banking (2006-2008) • President Director, PT Bahana Pembinaan Usaha Indonesia (State- Owned Investment Banking Company) (2001-2006) • Director, Citigroup Private Equity (1999-2001)

Organisasi Organisation	• Ketua Komite Kunjungan Paus ke Indonesia (2024) • Ketua Dewan Eksekutif Yayasan Universitas Katolik Widyamandala (sejak 2021) • Wakil Ketua Dewan Pengawas, Institut Teknologi Bandung (sejak 2024) • Ketua Dewan Pengawas, Dewan Asuransi Indonesia (sejak 2024) • Anggota Dewan Penasihat Institut Akuntan Publik Indonesia (sejak 2015) • Anggota Dewan Pengawas Universitas Airlangga (2015-2022) • Anggota Kelompok Penasihat Asia, The Fletcher School (2005-2010) • President of The Committee of Papal Journey to Indonesia (2024) • Chairman of Executive Board of The Foundation of Widyamandala Catholic University (since 2021) • Vice Chairman of the Board of Trustees, Bandung Institute of Technology (since 2024) • Chairman of the Board of Supervisory, Insurance Council of Indonesia (since 2024) • Member of The Board of Advisory, Institute of Indonesia Chartered Accountants (since 2015) • Member of the Board of Trustees, Airlangga University (2015-2022) • Member of Asian Advisory Group, the Fletcher School (2005-2010)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	• Ketua Komite Nominasi dan Remunerasi, PT Unilever Indonesia Tbk (2020-sekarang) • Komisaris Independen, PT United Tractors Tbk (2025-sekarang) • Chairman, Marsh McLennan Indonesia (2022-sekarang) • Chairman dan Komisaris Independen, PT Anabatic Technologies Tbk (2021-sekarang) • Ketua Komite Nominasi dan Remunerasi, PT Anabatic Technologies Tbk (2021-sekarang) • Ketua Komite Audit, PT Anabatic Technologies Tbk (2021-sekarang) • Chairman of the Nomination and Remuneration Committee, PT Unilever Indonesia Tbk (2020-present) • Independent Commissioner, PT United Tractors Tbk (2025-present) • Chairman, Marsh McLennan Indonesia (2022-present) • Chairman and Independent Commissioner, PT Anabatic Technologies Tbk (2021 - present) • Chairman of the Nomination and Remuneration Committee, PT Anabatic Technologies Tbk (2021-present) • Chairman of the Audit Committee, PT Anabatic Technologies Tbk (2021-present)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Pernyataan Independensi Statement of Independence	Pernyataan independensi dapat dilihat pada halaman 257 Statement of Independence can be found on page 257
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company



Fauzi Ichsan

Komisaris Independen
Independent Commissioner

Kewarganegaraan
Indonesia

Usia
55 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Jakarta, Indonesia

Nationality
Indonesian

Age
55 years old as of 31 December 2025

Domicile
Jakarta, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	• Diangkat sebagai Komisaris Independen berdasarkan Keputusan RUPSLB tanggal 27 Mei 2021 • Diangkat kembali sebagai Komisaris Independen berdasarkan Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2024 untuk periode 2024-2027 • Appointed as Independent Commissioner by the EGMS on 27 May 2021 • Reappointed as Independent Commissioner by the AGMS Resolution on 20 June 2024 for the 2024-2027 period
Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi Educational Background and Certification	• MSc bidang Development Studies, Massachusetts Institute of Technology, Amerika Serikat (1995) • Sarjana Ekonomi, London School of Economics and Political Science, University of London (1991) • MSc in Development Studies, Massachusetts Institute of Technology, USA (1995) • BSc in Economics, London School of Economics and Political Science, University of London (1991)
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Pelatihan Komisaris dapat dilihat pada halaman 127 Training of the Commissioner can be found on page 127
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• Anggota Independen Dewan Pengawas Indonesia Investment Authority (INA) (2026-sekarang) • Komisaris Utama, Indonesia Financial Group (2020-2026) • Kepala Eksekutif, Lembaga Penjamin Simpanan Indonesia (2014-2019) • Pengalaman di berbagai posisi, antara lain Managing Director, VP Economic & Market Research, Standard Chartered Bank (2001-2014) • Analis Harvard Institute for International Development dan Tim Penasihat Kementerian Keuangan (1991) • Independent Member of Indonesia Investment Authority (INA) Supervisory Board (2026-present) • President Commissioner, Indonesia Financial Group (2020-2026) • Chief Executive Officer of Indonesia Deposit Insurance Corporation (2014-2019) • Various roles at Standard Chartered Bank, e.g. Managing Director, VP Economic & Market Research(2001-2014) • Harvard Institute for International Development, an advisory team at the Ministry of Finance of the Republic of Indonesia (1991-1993)

Rangkap Jabatan Concurrent Position	• Ketua Komite Audit, PT AKR Corporindo Tbk (2020-sekarang) • Ketua Komite Nominasi dan Remunerasi, PT AKR Corporindo Tbk (2020-sekarang) • Komisaris Independen, Manulife Aset Manajemen Indonesia (2020-sekarang) • Komisaris Independen, PT AKR Corporindo Tbk (2020-sekarang) • Ketua Asosiasi Alumni London School of Economics di Indonesia (2017-sekarang) • Chairman of the Audit Committee, PT AKR Corporindo Tbk (2020-present) • Chairman of the Nomination and Remuneration Committee, PT AKR Corporindo Tbk (2020-present) • Independent Commissioner, Manulife Aset Manajemen Indonesia (2020-present) • Independent Commissioner, PT AKR Corporindo Tbk (2020-present) • Chairman of the London School of Economics Alumni Association in Indonesia (2017 - present)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Pernyataan Independensi Statement of Independence	Pernyataan independensi dapat dilihat pada halaman 257 Statement of Independence can be found on page 257
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company

Profil Direksi

Profile of the Board of Directors



Benjie Yap

Presiden Direktur
President Director

Kewarganegaraan
Tiongkok

Usia
52 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Jakarta, Indonesia

Nationality
Chinese National

Age
52 years old as of 31 December 2025

Domicile
Jakarta, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Diangkat sebagai Presiden Direktur berdasarkan Keputusan RUPSLB tanggal 19 Desember 2023 Appointed as President Director by the EGMS Resolution on 19 December 2023
Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi Educational Background and Certification	Sarjana Sains jurusan Teknik Industri, De La Salle University (1994) Bachelor of Science majoring in Industrial Engineering, De La Salle University (1994)
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Pelatihan Direksi dapat dilihat pada halaman 128 Training of the Board of Directors can be found on page 128
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• General Manager Beauty & Wellbeing, Unilever South-East Asia (2022-2023) • Executive Vice President & CEO, Unilever Philippines (2017-2023) • Vice President Sales, Unilever Philippines (2016-2017) • Vice President Home Care dan Foods, Unilever Philippines (2013-2016) • Vice President Home Care, Unilever Thailand (2009-2012) • Managing Director Foods, Unilever Philippines (2006-2009) • Marketing Director Home Care, Unilever Philippines (2001-2005) • R&D Product Development Manager, Unilever Philippines (1998-2001)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	General Manager Beauty & Wellbeing, PT Unilever Indonesia Tbk (2026)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company



Neeraj Lal

Direktur
Director

Kewarganegaraan
Amerika Serikat

Usia
47 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Jakarta, Indonesia

Nationality
American

Age
47 years old as of 31 December 2025

Domicile
Jakarta, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Diangkat sebagai Direktur berdasarkan Keputusan RUPSLB tanggal 14 Januari 2025 Appointed as Director based on the Resolution of the EGMS on 14 January 2025
Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi Educational Background and Certification	• Executive MBA, Columbia Business School (2013) • Certified Public Accountant, USA (2006) • Chartered Accountant, India (2002) • Company Secretary, India (2001) • BS in Accounting, University of Delhi, India (1999)
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Pelatihan Direksi dapat dilihat pada halaman 128 Training of the Board of Directors can be found on page 128
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• VP Commercial Experience and Site Lead, UniOps Bangalore, Unilever (Juli 2021-Februari 2025) • VP Finance, Procurement and UAPL, Unilever, Singapore (Maret 2018-Juni 2021) • VP Finance, Global Supply Chain Performance Management, Unilever, London (Juli 2017- Februari 2018) • Finance Director, China Home & Personal Care, Unilever (September 2014-Juni 2017) • Finance Director, US Foods and Refreshment, Unilever (Februari 2014-Agustus 2014) • Finance Director, US Customer Development, Unilever (Juni 2013-Januari 2014)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	Finance Lead Beauty & Wellbeing, PT Unilever Indonesia Tbk (2026)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company



Alejandro Meinardo Santos Concha

Direktur
Director

Kewarganegaraan
Filipina

Usia
53 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Jakarta, Indonesia

Nationality
Filipino

Age
53 years old as of 31 December 2025

Domicile
Jakarta, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Diangkat sebagai Direktur berdasarkan Keputusan RUPSLB tanggal 14 Januari 2025 Appointed as Director by Resolution of the EGMS on 14 January 2025
Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi Educational Background and Certification	Sarjana Teknik Manajemen Sains, Universitas Ateneo de Manila Bachelor of Science in Management Engineering, Ateneo de Manila University
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Pelatihan Direksi dapat dilihat pada halaman 128 Training of the Board of Directors can be found on page 128
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• Direktur Customer Development, Selecta (joint venture Unilever dan RFM) (2013) • General Manager untuk Kamboja dan Laos, Unilever (2017) • General Manager untuk MCL (Myanmar, Kamboja, dan Laos), Unilever (2020) • General Manager, Ice Cream, PT Unilever Indonesia Tbk (2024) • VP Customer Development, PT Unilever Indonesia Tbk (1 Agustus 2024) • Director of Customer Development, Selecta (joint venture between Unilever and RFM) (2013) • General Manager for Cambodia and Laos, Unilever (2017) • General Manager for MCL (Myanmar, Cambodia, and Laos), Unilever (2020) • General Manager, Ice Cream, PT Unilever Indonesia Tbk (2024) • VP Customer Development, PT Unilever Indonesia Tbk (1 August 2024)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	MT Lead Beauty and Wellbeing, PT Unilever Indonesia Tbk (2026)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company



Hendri Widiarta

Direktur (Sejak 15 Oktober 2025)
Director (Since 15 October 2025)

Kewarganegaraan
Indonesia

Usia
52 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Jakarta, Indonesia

Nationality
Indonesian

Age
52 years old as of 31 December 2025

Domicile
Jakarta, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Diangkat sebagai Direktur berdasarkan Keputusan RUPSLB tanggal 15 Oktober 2025 Appointed as Director by Resolution of the EGMS on 15 October 2025
Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi Educational Background and Certification	Sarjana Manajemen Sumber Daya Manusia & Hubungan Industrial, Edith Cowan University, Australia (1993) Bachelor of Human Resource Management & Industrial Relations, Edith Cowan University, Australia (1993)
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Pelatihan Direksi dapat dilihat pada halaman 128 Training of the Board of Directors can be found on page 128
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• SVP of Human Resources, Asia Pacific, B. Braun (2018-2025) • Sr. Director, Asia Pacific, Middle East, Africa, Rusia, SC. Johnson (2010-2018) • General Manager, Human Resources, APRIL (2008-2010) • General Manager, Human Resources PT Mitra Adi Perkasa Tbk (2006-2008) • General Manager, Human Resources, RGE Group (2006)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	Human Resources Lead Beauty & Wellbeing PT Unilever Indonesia Tbk (2026)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company



Nurdiana Darus

Direktur (Sejak 13 Februari 2026)
Director (Since 13 February 2026)

Kewarganegaraan
Indonesia

Usia
54 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Jakarta, Indonesia

Nationality
Indonesian

Age
54 years old as of 31 December 2025

Domicile
Jakarta, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Diangkat sebagai Direktur berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 13 Februari 2026 Appointed as Director based on the Resolution of the EGMS dated February, 13th 2026
Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi Educational Background and Certification	• Sarjana di bidang Bisnis Administrasi, University of Oklahoma, USA (1994) • Master di bidang Sains, The George Washington University, USA (1996) • Executive Education, Harvard Kennedy School, USA (2017) • Edmund A. Walsh School of Foreign Service, Georgetown University, USA (2018) • Global Business, Harvard Business School, USA (2023) • Bachelor of Business Administration, University of Oklahoma, USA (1994) • Master of Science, The George Washington University, USA (1996) • Executive Education, Harvard Kennedy School, USA (2017) • Edmund A. Walsh School of Foreign Service, Georgetown University, USA (2018) • Global Business, Harvard Business School, USA (2023)
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Pelatihan Direksi dapat dilihat pada halaman 128 Training of the Board of Directors can be found on page 128
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• Head of Communication, Corporate Affairs and Sustainability Unilever Indonesia (2024-13 Februari 2026) • Direktur dan Sekretaris Perusahaan, PT Unilever Indonesia Tbk (2022-2024) • Chief Operating Officer of Landscape Indonesia (PT Bentang Alam Indonesia) (2018 - 2019) • Direktur Southeast Asia of Rainforest Alliance, Inc. (2016 - 2017) • Direktur Eksekutif Indonesia Palm Oil Pledge (IPOP) Management (2015 - 2016) • Senior Advisor of United Nations Office for REDD+ Coordination in Indonesia (UNORCID) (2015 - 2015) • Deputy Minister of the Indonesian government's National REDD+ Agency (2014 - 2015) • Senior Manajer, Accenture (2005 - 2014) • Head of Communication, Corporate Affairs and Sustainability Unilever Indonesia (2024-13 February 2026) • Director and Corporate Secretary, PT Unilever Indonesia Tbk (2022-2024) • Chief Operating Officer of Landscape Indonesia (PT Bentang Alam Indonesia) (2018 - 2019) • Director of Southeast Asia of Rainforest Alliance, Inc. (2016 - 2017) • Executive Director of Indonesia Palm Oil Pledge (IPOP) Management (2015 - 2016) • Senior Advisor of United Nations Office for REDD+ Coordination in Indonesia (UNORCID) (2015 - 2015) • Deputy Minister of the Indonesian government's National REDD+ Agency (2014 - 2015) • Manager Senior, Accenture (2005 - 2014)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	Tidak memiliki rangkap jabatan apapun Does not have any concurrent positions
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company



Enny Hartati Sampurno

Direktur (Hingga 31 Desember 2025)
Director (Until 31 December 2025)

Kewarganegaraan
Indonesia

Usia
57 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Banten, Indonesia

Nationality
Indonesian

Age
57 years old as of 31 December 2025

Domicile
Banten, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	• Diangkat sebagai Direktur berdasarkan Keputusan RUPSLB tanggal 8 Desember 2011 • Diangkat kembali sebagai Direktur berdasarkan: - Keputusan RUPST tanggal 20 Juni 2017 untuk periode 2017-2020 - Keputusan RUPST tanggal 20 November 2020 untuk periode 2020-2023 - Keputusan RUPST tanggal 22 Juni 2023 untuk periode 2023-2026 • Appointed as Director by the EGMS Resolution on 8 December 2011 • Reappointed as Director by: - The AGMS Resolution on 20 June 2017 for the 2017-2020 period - The AGMS Resolution on 20 November 2020 for the 2020-2023 period - The AGMS Resolution on 22 June 2023 for the 2023-2026 period
Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi Educational Background and Certification	Sarjana Akuntansi, Universitas Parahyangan, Indonesia (1991) Bachelor of Accounting, Parahyangan University, Indonesia (1991)
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Pelatihan Direksi dapat dilihat pada halaman 128 Training of the Board of Directors can be found on page 128
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• Direktur Customer Development, PT Unilever Indonesia Tbk (2016-2020) • Direktur Human Resources, PT Unilever Indonesia Tbk (2011-2015) • General Manager, Supply Planning, PT Unilever Indonesia Tbk (2009-2011) • Finance, PT Unilever Indonesia Tbk (2001-2009) • Director of Customer Development, PT Unilever Indonesia Tbk (2016-2020) • Director of Human Resources, PT Unilever Indonesia Tbk (2011-2015) • General Manager, Supply Planning, PT Unilever Indonesia Tbk (2009-2011) • Finance, PT Unilever Indonesia Tbk (2001-2009)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	Tidak memiliki rangkap jabatan apapun Does not have any concurrent positions
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company



Vandana Suri

Direktur (Hingga 31 Desember 2025)
Director (Until 31 December 2025)

Kewarganegaraan
India

Usia
48 tahun per 31 Desember 2025

Domisili
Jakarta, Indonesia

Nationality
Indian

Age
48 years old as of 31 December 2025

Domicile
Jakarta, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Diangkat sebagai Direktur berdasarkan Keputusan RUPSLB tanggal 14 Januari 2025 Appointed as Director based on the Resolution of the EGMS on 14 January 2025
Riwayat Pendidikan dan Sertifikasi Educational Background and Certification	• S2 Mudra Institute of Communications (MICA) Ahmedabad (2002) • S1 Ekonomi, Jesus & Mary College, New Delhi, India (1998) • Master's Degree, Mudra Institute of Communications (MICA) Ahmedabad (2002) • Bachelor's Degree in Economics, Jesus & Mary College, New Delhi, India (1998)
Pelatihan yang Diikuti Tahun 2025 Training Attended in 2025	Pelatihan Direksi dapat dilihat pada halaman 128 Training of the Board of Directors can be found on page 128
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• Vice President, Skin Care & Colour Cosmetics, Beauty & Wellbeing, Unilever India (Maret 2020-September 2022) • General Manager, CCBT Lead, Fabric Solutions & Comfort, Home Care, Unilever India (Oktober 2017-Februari 2020) • Category Head, Premium Fabric Solutions & Comfort, Home Care, Unilever India (Desember 2014-September 2017) • Senior Region Brand Manager, Spreads & Dressings, Foods & Refreshment, Unilever SA (Juli 2011-November 2014) • Shopper Insights, Sales Team, PepsiCo (Maret 2008-Juli 2011) • Marketing Executive, Marketing & Pdt Management, Tetra Pak (Februari 2006-Maret 2008) • Qualitative Researcher, Nielsen (Juni 2020-Januari 2006) • Vice President, Skin Care & Colour Cosmetics, Beauty & Wellbeing, Unilever India (March 2020-September 2022) • General Manager, CCBT Lead, Fabric Solutions & Comfort, Home Care, Unilever India (October 2017-February 2020) • Category Head, Premium Fabric Solutions & Comfort, Home Care, Unilever India (December 2014-September 2017) • Senior Region Brand Manager, Spreads & Dressings, Foods & Refreshment, Unilever SA (July 2011-November 2014) • Shopper Insights, Sales Team, PepsiCo (March 2008-July 2011) • Marketing Executive, Marketing & Pdt Management, Tetra Pak (February 2006-March 2008) • Qualitative Researcher, Nielsen (June 2020-January 2006)
Rangkap Jabatan Concurrent Position	Global Brand Vice President, Pond's, Beauty & Wellbeing, Unilever (Oktober 2022-sekarang) Global Brand Vice President, Pond's, Beauty & Wellbeing, Unilever (October 2022 - present)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationship	Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama Does not have any affiliations with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, nor with the ultimate shareholder
Jumlah Kepemilikan Saham UNVR Total UNVR Share Ownership	Tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung di Perseroan Does not hold both direct and indirect shares at the Company

Informasi Pemegang Saham

Information on Shareholders

14.56%

Masyarakat
Public

5,556,845,800
Jumlah Saham
Number of Shares

0.44%

Saham Treasuri
Treasury Stock

168,766,700
Jumlah Saham
Number of Shares



85%

Unilever Indonesia Holding B.V.

32,424,387,500
Jumlah Saham
Number of Shares

Kepemilikan Saham yang Mencapai 5% atau Lebih

Share Ownership of 5% or More

Pemegang Saham Shareholders	1 Januari 2025 1 January 2025		31 Desember 2025 31 December 2025	
	Jumlah Saham Total Shares	Persentase Kepemilikan Saham Percentage of Share Ownership	Jumlah Saham Total Shares	Persentase Kepemilikan Saham Percentage of Share Ownership
Unilever Indonesia Holding B.V	32,424,387,500	85%	32,424,387,500	85%
Jumlah Total	**32,424,387,500**	**85%**	**32,424,387,500**	**85%**

Kelompok Pemegang Saham Masyarakat Kurang dari 5% dan Berdasarkan Klasifikasi

Public Shareholders with Less than 5% Ownership and by Classification

Pemegang Saham Shareholders	31 Desember 2025 31 December 2025		
	Jumlah Pemegang Saham Total Shareholders	Jumlah Saham Total Shares	Persentase Kepemilikan Saham Percentage of Share Ownership
Institusi Lokal Local Institution	609	1,250,300,742	22.50%
Institusi Asing Foreign Institution	512	3,012,594,018	54.21%
Individu Lokal Local Individual	107,511	1,291,156,140	23.24%
Individu Asing Foreign Individual	203	2,794,900	0.05%
Jumlah **Total**	**108,835**	**5,556,845,800**	**100.00%**

Kepemilikan Saham oleh Anggota Dewan Komisaris dan Direksi (Langsung maupun Tidak Langsung)

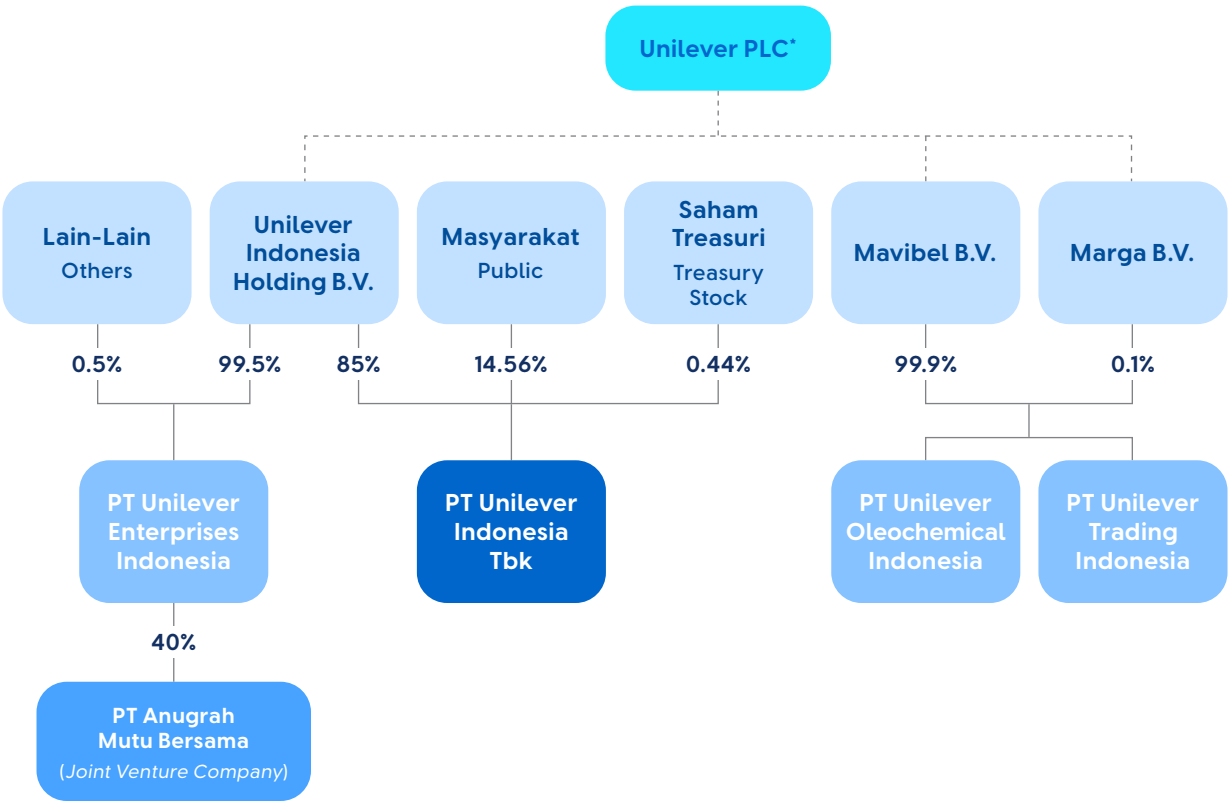
Per akhir tahun 2025, tidak terdapat anggota Dewan Komisaris dan Direksi yang memilki saham Perseroan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Share Ownership of Members of the Board of Commissioners and Directors (Direct or Indirect)

As of the end of 2025, none of the members of the Board of Commissioners and Board of Directors own both direct or indirect shares of the Company.

Struktur Grup Perusahaan

Company Group Structure



* Sesuai dengan Surat No.S-74/PM.22/2026 oleh Otoritas Jasa Keuangan tanggal 17 Maret 2026 tentang Pengungkapan Informasi Pengendali Perusahaan Terbuka, maka Perseroan mengungkapkan Bahwa Pemilik Manfaat Akhir dari Perusahaan yaitu Unilever PLC dalam bentuk perorangan adalah Fernando Fernandez, Srinivas Pathak dan Prakash Kakkad

In compliance with Letter No.S-74/PM.22/2026 issued by the Financial Services Authority (Otoritas Jasa Keuangan) dated 17 March 2026 regarding the Disclosure of Controlling Shareholder Information of Public Companies, the Company hereby discloses that the Ultimate Beneficial Owner of the Company is Unilever PLC. In accordance with the prevailing regulations, the Ultimate Beneficial Owners of Unilever PLC in the form of individual persons are Fernando Fernandez, Srinivas Pathak, and Prakash Kakkad

Entitas Anak dan/atau Entitas Asosiasi

Subsidiaries and/or Associated Entities

Perseroan tidak memiliki entitas anak maupun entitas asosiasi.

The Company has no subsidiaries or associated entities.

Kronologi Pencatatan Saham

Share Listing Chronology

Tahun Year	Aksi Korporasi Corporate Action	Nilai Nominal (Rp) Nominal Value (Rp)	Harga Penawaran/ Harga Pelaksanaan (Rp) Offering Price/ Exercise Price (Rp)	Penambahan/ Pengurangan Jumlah Saham Addition/ Reduction in Total Shares	Jumlah Saham Tercatat Total Listed Shares
11 Januari 1982 11 January 1982	Penawaran Umum Initial Public Offering	Rp1,000	Rp3,175	9,200,000	9,200,000
15 Desember 1989 15 December 1989	Saham bonus dengan rasio 6:1 Bonus shares with ratio 6:1	Rp1,000	N/A	1,533,334	10,733,334
2 Januari 1998 2 January 1998	Saham bonus dengan rasio 1:0,06688 Bonus shares with ratio 1:0.06688	Rp1,000	N/A	717,891	11,451,225
2 Januari 1998 2 January 1998	Saham Pendiri Company Listing	Rp1,000	N/A	64,848,775	76,300,000
6 November 2000	Pemecahan Saham Stock Split	Rp100	N/A	686,700,000	763,000,000
3 September 2003	Pemecahan Saham Stock Split	Rp10	N/A	6,867,000,000	7,630,000,000
12 November 2008	Pengalihan kepemilikan saham dari Mavibel (Maatschappij voor Internationale Beleggingen) B Rotterdam, the Netherlands kepada Unilever Indonesia Holding B.V., the Netherlands Transfer of share ownership from Mavibel (Maatsc vor Internationale Beleggingen) B.V., Rotterdam, the Netherlands to Unilever Indonesia Holding B.V., the Netherlands	Rp10	N/A	0	7,630,000,000
2 Januari 2020 2 January 2020	Pemecahan Saham Stock Split	Rp2	N/A	30,520,000,000	38,150,000,000

Kronologi Penerbitan dan/atau Pencatatan Efek Lainnya

Chronology of Issuance and/or Listing of Other Securities

Perseroan tidak menerbitkan dan mencatatkan efek lainnya.

The Company does not have a chronology of the issuance and listing of other securities.

Obligasi, Sukuk, atau Obligasi Konversi

Outstanding Bonds, Sukuk, or Convertible Bonds

Perseroan tidak menerbitkan obligasi, sukuk maupun obligasi konversi.

The Company does not have any outstanding bonds, sukuk or convertible bonds.

Lembaga Penunjang Profesi dan Pasar Modal

Capital Market Supporting Institutions and Professions

Akuntan Publik

Public Accounting Firm

Nama Kantor Akuntan Publik Name of Public Accounting Firm	Siddharta Widjaja & Rekan, firma anggota KPMG Siddharta Widjaja & Rekan, Member of KPMG Accounting Firm
Alamat Address	35th Floor Jakarta Mori Tower 40-41, Jl. Jend. Sudirman, Jakarta 10210 Indonesia Telp. Phone: +62 (21) 574 2333 / 574 2888
Jasa Services	• Mengaudit laporan keuangan Perseroan selama tahun 2025. • Mengaudit laporan keuangan interim Perseroan September 2025. • Mengaudit laporan keuangan Group Perseroan selama tahun 2025 • Mengaudit laporan keuangan bisnis Teh Perseroan interim Juni 2025 • Mengaudit laporan keuangan bisnis Teh Perseroan interim September 2025. • Laporan Prosedur yang Disepakati atas Kegiatan Penerapan Prinsip Kehati-hatian (KPPK). • Auditing the Company's financial statements for the year 2025. • Auditing the Company's interim financial statements for September 2025. • Auditing the Company Group's financial statements for the year 2025. • Auditing the Company's Tea business interim financial statements for June 2025. • Auditing the Company's Tea business interim financial statements for September 2025. • Agreed-Upon Procedures Report on the Implementation of Prudential Principles (KPPK).
Biaya Fee	Audit Laporan Keuangan: Rp10,2 Miliar KPPK: Rp74 Juta Auditing of the Financial Statements: Rp10.2 Billion KPPK: Rp74 Million
Periode Assignment Period	2025

Biro Administrasi Efek

Share Registrar

Nama Lembaga Institution Name	PT Sharestar Indonesia
Alamat Address	SOPO Del Office Towers & Lifestyle Tower B Lantai 18, Jl. Mega Kuningan Barat III, Lot 10. 1-6, Mega Kuningan, Jakarta 12920 Telp. Phone: +62 (21) 50815211
Jasa Services	Administrasi saham termasuk namun tidak terbatas pada membantu Perseroan dalam proses pembayaran dividen, menyelenggarakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), dan mendukung proses administrasi yang diperlukan dalam aksi korporasi. Share administration, including but not limited to supporting the Company in dividend payments, supporting the Company in holding General Meetings of Shareholders and supporting the Company in performing corporate actions (when necessary).
Biaya Fee	Rp605 Juta Rp605 Million
Periode Assignment Period	2025

Lembaga Pemeringkat

Perseroan belum menggunakan lembaga pemeringkat hingga akhir tahun 2025.

Rating Agency

The Company has not hired a rating agency as of the end of 2025.

Daftar Keanggotaan Asosiasi

List of Association Membership

No.	Nama Organisasi Eksternal Name of External Organisation	Sifat Keikutsertaan Nature of Participation
1.	BRITCHAM (British Chamber of Commerce)	Unilever Indonesia berperan sebagai Anggota Dewan dari British Chamber of Commerce in Indonesia (BRITCHAM), sebuah organisasi nirlaba independen yang memberikan platform untuk membangun jaringan bisnis, berbagi pengetahuan, dan advokasi mengenai isu-isu yang memengaruhi komunitas bisnis di Indonesia. Fokus utama organisasi ini adalah mempromosikan perdagangan dan investasi antara Indonesia dan Inggris. Unilever Indonesia serves as part of the Board Member of the British Chamber of Commerce in Indonesia (BRITCHAM). BRITCHAM is an independent, non-profit organisation that provides a platform for business networking, knowledge sharing, and advocacy on issues affecting the business community in Indonesia. Its primary objective is to promote commerce and investment between Indonesia and the United Kingdom.
2.	APJP (Asosiasi Perusahaan Jalur Prioritas) (Priority Line Companies Association)	Unilever Indonesia berperan sebagai anggota dan pengurus dalam asosiasi ini. APJP bermanfaat sebagai wadah komunikasi dan informasi dengan instansi pemerintah terkait dalam bidang kepabeanan, perpajakan, perhubungan, perindustrian, dan perdagangan. Unilever Indonesia serves as a member and executive of this association. APJP is a media for communication and information with relevant government agencies in customs, taxation, transportation, industry and commerce sectors.

No.	Nama Organisasi Eksternal Name of External Organisation	Sifat Keikutsertaan Nature of Participation
3.	ASRIM (Asosiasi Industri Minuman Ringan) (Association of Soft Drinks Industry)	Unilever Indonesia berperan sebagai Kepala Bidang Kebijakan Publik dan *Sustainability* dalam asosiasi ini. ASRIM merupakan wadah industri minuman ringan untuk bekerja sama dengan berbagai pihak yang terkait baik pemerintah maupun swasta, serta memberikan informasi mengenai hal-hal yang bersangkutan di industri minuman ringan. Unilever Indonesia serves as Head of Public Policy and Sustainability Division of this association. ASRIM is a forum for the soft drink industry to collaborate with various related parties, both the government and private and provide information regarding matters related to the soft drink industry.
4.	GAPMMI (Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia) (Association of Indonesia Food and Beverages Entrepreneurs)	Unilever Indonesia berperan sebagai anggota Komite Bidang Kebijakan Publik & Hubungan Antar Lembaga dan Bidang Program Keberlanjutan/Dampak Sosial. GAPMMI berfungsi untuk mendukung aktivitas lobi dan advokasi yang sesuai dengan agenda Unilever, sebagai wadah untuk menguatkan jaringan dengan Pemerintah sebagai pemangku kepentingan dan industri, serta mengetahui informasi dan kebijakan di sektor makanan dan minuman. Unilever Indonesia serves as a member of the Committee on Public Policy & Inter-Institutional Relations and the Committee on Sustainability/Social Impact Programmes. GAPMMI functions to support lobbying and advocacy activities in line with Unilever's agenda, as a forum for strengthening networks with the government as a stakeholder and industry, as well as for gathering information and policies in the food and beverage sector.
5.	APSAI (Asosiasi Perusahaan Sahabat Anak Indonesia) (Association of Indonesia Child Friendly Companies)	Unilever Indonesia menjadi anggota APSAI yang berfungsi untuk mendukung aktivitas lobi dan advokasi yang sesuai dengan agenda Unilever di bidang perlindungan anak dan juga sebagai wadah untuk menguatkan aktivitas lobi dengan Pemerintah sebagai pemangku kepentingan. Unilever Indonesia is a member of APSAI that functions to support lobbying and advocacy activities in accordance with Unilever's agenda in the area of child protection as well as a forum to strengthen lobbying with the Government as stakeholder.
6.	PERKOSMI (Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia) (Association of Indonesia Cosmetics Companies)	Unilever Indonesia berperan aktif dalam asosiasi ini. PERKOSMI berfungsi untuk mendukung aktivitas lobi dan advokasi yang sesuai dengan agenda Unilever di bidang kosmetika, menjadi wadah untuk menguatkan aktivitas lobi dengan Pemerintah sebagai pemangku kepentingan, serta mengetahui informasi dan kebijakan terkait sektor kosmetika. Unilever Indonesia plays an active role in this association. PERKOSMI functions to support lobbying and advocacy activities in accordance with Unilever's agenda in the field of cosmetics, as a forum to strengthen lobbying with the Government as stakeholder, and to acquire information and policies related to the cosmetics sector.
7.	APINA (Aliansi Perusahaan Pengiklan Indonesia) (Alliance of Indonesia Advertisers Companies)	Unilever Indonesia berperan sebagai Ketua dalam asosiasi ini. APINA berfungsi untuk mendukung dan mengembangkan kegiatan komunikasi dan pemasaran, mendukung aktivitas lobi dan advokasi yang sesuai dengan agenda Perusahaan di bidang periklanan, serta menjadi wadah untuk menguatkan aktivitas lobi dengan Pemerintah sebagai pemangku kepentingan. Unilever Indonesia serves as Chair of this association. APINA functions to support and develop communication and marketing activities, lobbying and advocacy activities in accordance with the Company's agenda in advertising, as well as a forum for strengthening lobbying with the Government as stakeholder.

No.	Nama Organisasi Eksternal Name of External Organisation	Sifat Keikutsertaan Nature of Participation
8.	EUROCHAM (European Chamber of Commerce)	Unilever Indonesia berperan sebagai *Board Member* dan Ketua *Working Group* Kosmetik. Eurocham berfungsi untuk mendukung aktivitas lobi, advokasi, serta menguatkan aktivitas lobi dengan Pemerintah sebagai pemangku kepentingan. Unilever Indonesia plays a role as Board Member and Chair of the Eurocham Cosmetic Working Group, which aims at supporting lobbying activities, advocacy, and strengthening lobbying with the Government as stakeholder.
9.	PEKERTI (Persatuan Perusahaan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Indonesia) (Association of Indonesia Domestic Health Supplies Companies)	Unilever Indonesia berperan aktif di asosiasi ini. PEKERTI berfungsi untuk mendukung aktivitas lobi, advokasi, serta menguatkan aktivitas lobi dengan Pemerintah sebagai pemangku kepentingan untuk bidang PKRT. Unilever Indonesia plays an active role in this association. PEKERTI serves to support lobbying activities, advocacy, and strengthen lobbying with the Government as stakeholder for domestic health supplies.
10.	PRAISE (Packaging Recycled Association for Indonesia Sustainable Environment)	Unilever Indonesia memegang peranan sebagai salah satu pendiri dari Packaging Recycled Association for Indonesia Sustainable Environment (PRAISE). PRAISE berfungsi sebagai asosiasi yang aktif dalam mendukung penerapan pengelolaan sampah kemasan secara holistik, terintegrasi, dan berkelanjutan di Indonesia. Unilever Indonesia plays a role as one of the founders of the Packaging Recycled Association for Indonesia Sustainable Environment (PRAISE). It serves as an active association in supporting the implementation of holistic, integrated, and sustainable packaging waste management in Indonesia.
11.	IGCN (Indonesia Global Compact Network)	Unilever Indonesia memegang peranan sebagai salah satu pendiri dan pengurus di Indonesia Global Compact Network (IGCN). IGCN berfungsi sebagai agen perubahan dalam mempercepat transformasi negara menuju pencapaian hak asasi manusia, tenaga kerja yang kompetitif, lingkungan yang berkelanjutan, dan praktik bisnis yang etis. Unilever Indonesia plays a role as one of the founders and executive of the Indonesia Global Compact Network (IGCN). IGCN serves as an agent of change in accelerating the country's transformation towards the achievement of human rights, competitive manpower, sustainable environment, and ethical business practices.
12.	IBL (Indonesia Business Links)	Unilever Indonesia memegang peranan sebagai *corporate partner* dan sebagai *Board Member* di IBL. IBL berfungsi untuk mengembangkan dan memperkuat integritas dan kapasitas perusahaan, usaha kecil/menengah, dan individu di pemerintah dan sektor swasta bekerja sama dengan mitra pembangunan mereka. Unilever Indonesia plays a role as a corporate partner and as a Board Member at IBL. IBL serves to develop and strengthen the integrity and capacity of enterprises, small/medium enterprises, and individuals in the Government and private sector in collaboration with their development partners.
13.	IBCWE (Indonesia Business Coalition for Women Employment)	Unilever Indonesia memegang peranan sebagai Dewan Pengawas dalam organisasi IBCWE. IBCWE berfungsi untuk mempromosikan pemberdayaan ekonomi pada perempuan dan kesetaraan gender. Unilever Indonesia plays a role as the Board of Supervisors within the IBCWE. IBCWE serves to promote economic empowerment to women and gender equality.

No.	Nama Organisasi Eksternal Name of External Organisation	Sifat Keikutsertaan Nature of Participation
14.	IPRO (Indonesia Packaging Recovery Organization)	Unilever Indonesia tergabung dalam Indonesia Packaging Recovery Organisation (IPRO) yang memiliki fokus melakukan pengelolaan sampah dan optimalisasi praktik ekonomi sirkuler di Indonesia. IPRO Bersama Unilever dan anggota lainnya selalu berupaya menangani sampah kemasan di Indonesia dengan melibatkan sektor formal dan informal dalam mewujudkan sistem yang terintegrasi. Unilever Indonesia is a member of the Indonesia Packaging Recovery Organisation (IPRO), focusing on waste management and optimising circular economy practices in Indonesia. IPRO together with Unilever and other members strive to handle packaging waste in Indonesia by involving the formal and informal sectors in delivering an integrated system.
15.	Koalisi Air Indonesia Indonesia Water Coalition	Unilever Indonesia tergabung dalam Koalisi Air Indonesia yang diprakarsai Yayasan Konservasi Alam Nusantara (YKAN) bersama dengan Yayasan Aliansi Wali Sumber Daya Air Indonesia (AWS Indonesia). Koalisi Air Indonesia merupakan wadah kemitraan multipihak untuk penatalayanan air dan pengelolaan sumber daya air berkelanjutan melalui aksi kolektif di tingkat Daerah Aliran Sungai (DAS). Unilever Indonesia is a member of the Indonesia Water Coalition initiated by the Indonesia Nature Conservation Foundation (YKAN) together with the Indonesia Water Resources Alliance Foundation (AWS Indonesia). The Indonesia Water Coalition is a multi stakeholder partnership for water stewardship and sustainable water resource management through collective action at the watershed (DAS) level.
16.	KADIN (Kamar Dagang Indonesia) (Indonesia Chamber of Commerce and Industry)	KADIN adalah organisasi nirlaba yang mewakili kepentingan bisnis dan industri di Indonesia. KADIN berfungsi sebagai platform bagi para anggotanya untuk berkolaborasi, bertukar informasi dan pengalaman, serta mengadvokasi kebijakan yang mendukung pertumbuhan bisnis di Indonesia. Unilever Indonesia adalah ketua Komite Tetap Ekonomi Sirkuler, Penanganan Sampah dan Limbah. KADIN is a non- profit organisation that represents the interests of businesses and industries in Indonesia. The organisation serves as a platform for its members to collaborate, exchange information and experiences, and to advocate for policies that support the growth of businesses in the country. Unilever Indonesia is the chair of Circular Economy and Waste Management Committee.
17.	APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia) (Indonesia Employers Association)	Unilever Indonesia menyadari pentingnya menjadi bagian dari komunitas pengusaha yang menghadapi tantangan serupa dan memiliki minat yang sama di Indonesia. Dengan demikian, perusahaan menjadi bagian dari APINDO, sebuah organisasi yang mewakili kepentingan pengusaha dan dunia usaha di Indonesia. APINDO bekerja untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan mendukung pengembangan lingkungan bisnis di Indonesia. Unilever Indonesia berperan sebagai Wakil Ketua Bidang Pembangunan Keberlanjutan (SDGs). Unilever Indonesia recognises the significance of being part of a community of employers who face similar challenges and share common interests in Indonesia. As such, the Company becomes part of APINDO, an organisation that represents the interests of employers and businesses in Indonesia. APINDO works to promote the growth of Indonesia's economy and support the development of the country's business environment. Unilever Indonesia is the Vice Chair of Sustainable Development Goals department.

No.	Nama Organisasi Eksternal Name of External Organisation	Sifat Keikutsertaan Nature of Participation
18.	Asosiasi Emiten Indonesia Indonesia Public Listed Companies Association	Unilever Indonesia merupakan bagian dari Asosiasi Emiten Indonesia (AEI), sebuah organisasi profesional yang mewakili kepentingan perusahaan publik di Indonesia. AEI bekerja untuk meningkatkan kualitas dan transparansi pelaporan keuangan oleh para anggotanya dan untuk mempromosikan praktik tata kelola perusahaan yang baik. Unilever Indonesia is part of Asosiasi Emiten Indonesia (AEI), a professional organisation that represents the interests of publicly listed companies in Indonesia. The organisation works to improve the quality and transparency of financial reporting by its members and to promote good corporate governance practices.
19.	ICSA (Indonesia Corporate Secretary Association)	Unilever Indonesia adalah anggota ICSA, yaitu organisasi yang mewakili kepentingan sekretaris perusahaan di Indonesia dan berusaha untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan standar etika mereka. Unilever Indonesia is a member of ICSA, which represents the interests of corporate secretaries in Indonesia and strives to improve their knowledge, skills, and ethical standards.
20.	MIAP (Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan) (Indonesia Anti-Counterfeiting Society)	Unilever Indonesia adalah anggota MIAP, sebuah organisasi yang memiliki rencana strategis untuk mengurangi dampak negatif dan memerangi kasus pemalsuan bekerja sama dengan pihak berwenang, serta meningkatkan kesadaran masyarakat, perlindungan konsumen melalui kegiatan sosialisasi dan edukasi. Unilever Indonesia is part of MIAP, an organisation with a strategic plan to reduce the negative impacts and to combat counterfeiting cases in cooperation with the authorities, as well as to raise public awareness, consumer protection through outreach and education activities.
21.	PISAGRO (Kemitraan Pertanian Berkelanjutan Indonesia) (Partnership for Indonesia's Sustainable Agriculture)	Unilever Indonesia adalah salah satu dari tujuh perusahaan swasta yang mendukung dan mendirikan Asosiasi Kemitraan Pertanian Berkelanjutan Indonesia sejak 2012 dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan sektor pertanian Indonesia. Pada tahun 2023, Unilever bergabung kembali sebagai Ketua Kelompok Kerja Living Income PISAgro. Unilever Indonesia is one of the seven private companies who promoted and founded the Partnership for Indonesia's Sustainable Agriculture since 2012 with the aim to address issues in Indonesia's agriculture sector. In 2023, Unilever rejoined as Chair of the PISAGRO Living Income Working Group.
22.	FIA (Food Industry Asia)	Unilever Indonesia, bersama entitas Unilever di negara-negara operasi kawasan ASEAN, bergabung sebagai anggota Food Industry Asia (FIA). Keanggotaan ini menjadi platform regional untuk mendorong *science-based policy advocacy*, keberlanjutan, serta kolaborasi industri dengan pemerintah dan para pemangku kepentingan guna mendukung sistem pangan yang sehat, inovatif, dan berdaya saing di Indonesia dan Asia. Unilever Indonesia, together with Unilever entities operating across ASEAN countries, has joined Food Industry Asia (FIA) as a member. This membership serves as a regional platform to advance science-based policy advocacy, sustainability, and industry collaboration, working with governments and stakeholders to support a healthy, innovative, and competitive food system in Indonesia and across Asia.
23.	ICCA (Indonesian Corporate Counsel Association)	Organisasi atau perkumpulan profesional penasihat hukum internal perusahaan (*in-house counsel*) di Indonesia yang bertujuan menjadi wadah komunikasi, berbagi keahlian, meningkatkan pengetahuan, serta memperkuat posisi *in-house counsel* dalam memitigasi risiko bisnis dan kepatuhan. A professional organisation or association for in-house legal counsel in Indonesia, which aims to serve as a platform for communication, the sharing of expertise, the enhancement of knowledge, and the strengthening of the role of in-house counsel in mitigating business risks and ensuring compliance.

Informasi pada Situs Web Perseroan

Information on the Company Website

Perseroan telah menyediakan situs web resmi www.unilever.co.id, sebagai pusat informasi terkini sesuai dengan ketentuan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 8/POJK.04/2015 tentang Situs Web Emiten atau Perusahaan Publik.

Melalui situs web Perseroan, pemegang saham, pemangku kepentingan, dan masyarakat dapat mengakses berbagai informasi mengenai Perseroan, mulai dari informasi umum hingga penerapan tata kelola dan tanggung jawab sosial. Situs web Unilever Indonesia tersedia dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

The Company has provided an official website, www.unilever.co.id, as a centre for the latest information in accordance with Financial Services Authority (OJK) Regulation No. 8/POJK.04/2015 concerning Issuers' or Public Companies' Websites.

Through the Company's website, shareholders, stakeholders and the public can access a wide range of information about the Company, from general information to the implementation of corporate governance and social responsibility. The Unilever Indonesia website is available in Indonesian and English.



Alamat Kantor Pusat dan Pabrik

Head Office and Factory Addresses

Kantor Pusat

Head Office

Grha Unilever,
Green Office Park Kav. 3
Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City,
Tangerang, Banten, Indonesia.

TELEPON PHONE
+62 21 8082 7000

FAKSIMILI FACSIMILE
+62 21 8082 7002



Pabrik

Factories

SKIN CARE

Jl. Jababeka V Blok U No. 14-16
Cikarang, Bekasi 17520, Indonesia

TELEPON PHONE
+62 21 2863 8000

PERSONAL CARE

Jl. Rungkut Industri IV/5-11
Surabaya 60291, Indonesia

TELEPON PHONE
+62 31 843 8297

FAKSIMILI FACSIMILE
+62 31 843 9159

HPC LIQUID AND POWDER

Jl. Jababeka Raya Blok O
Cikarang, Bekasi 17520, Indonesia

TELEPON PHONE
+62 21 893 4886/7

FAKSIMILI FACSIMILE
+62 21 893 4884

SAVOURY

Jl. Jababeka XI, Blok L 1-2
Cikarang, Bekasi 17520, Indonesia

TELEPON PHONE
+62 21 2980 1631

Penghargaan dan Sertifikasi

Awards and Certifications

Penghargaan Awards

Penghargaan Awards	Keterangan Description	Pemberi Penghargaan Awarding Body
Korporasi Corporation		
Bisnis Indonesia Awards (BIA) 2025	Personal Care Category	Bisnis Indonesia Group
The 16th IICD Corporate Governance Conference and Award	Best Overall Category Winner 2025	Perum LKBN ANTARA
In-House Counsel Awards (IHCA) 2025	In-House Counsel Team of The Year 2025	Hukumonline.com
Fortune Indonesia 100 (Indonesia's Biggest Company)	Every U Does Good Heroes	Fortune Indonesia
Fortune Indonesia 100 (Indonesia's Biggest Company)	Rank 36 • Most Profitable Companies (Rank 1) • Biggest Companies (Rank 4) • Consumer Non-Cyclicals (Rank 9)	Fortune Indonesia
Indonesia's Best Wealth Creators 2025	Kelompok Kapitalisasi Pasar Besar (Rank 99) Large Market Capitalization Group (Rank 99)	SWA
ASEAN Best Wealth Creators 2025	Household & Personal Product (Rank 98)	SWA
Indonesia Marcomm & Corcomm Dream Team 2025	Indonesia Corcomm Dream Team 2025 (Good)	MIX
Indonesia Practitioner of The Year 2025 (Journalist Choice)	Awards Category: Program & PR Tools • Crisis Management - Isu Boikot Produk Israel | Issue of Products Boycott. • Social Media Management	MIX
Vision Award 2024	Platinum (Top 50)	League of American Communications Professionals (LACP)
Asian Legal Business Award 2025	• Innovative In-House Team of the Year (Finalist) • Retail and Manufacturing In-House Team of the Year (Finalist)	Asian Legal Business - Indonesia
Perusahaan dengan Program Sosial CSR/DSKL Terbaik Company with the Best CSR/DSKL Social Program	Mitra Terbaik Best Partner	BAZNAS RI
Peringatan Hari Kesehatan Nasional Tingkat Provinsi Jawa Timur 2025 Commemoration of National Health Day, East Java Province 2025	• Tempat Kerja yang Melaksanakan Pendampingan Ibu Hamil Tahun 2025 • Tempat Kerja yang Menerapkan K3 Perkantoran Tahun 2025 • Workplace Implementing Pregnancy Assistance Program in 2025 • Workplace Implementing Office Occupational Health and Safety in 2025	Gubernur Jawa Timur Governor of East Java
In-House Counsel Awards (IHCA) 2025	Indonesia's Most Innovative In-House Counsel Team 2025	Hukumonline.com

Penghargaan Awards	Keterangan Description	Pemberi Penghargaan Awarding Body
Brand		
Jakarta Marketing Week 2025	Best Place for Learning 2025 in FMCG	Markplus Institute X Marketeers
Disway Awards 2025	• Consumer Goods (Home Care) Category • Consumer Goods (Food) Category	Disway Group
Top Digital Company Award	Toiletries Category	Marketing
Corporate Image Awards 2025	Awards Category: • Food Seasoning • Toiletries	Marketing
MMA Smarties Award 2025	• Most Resilient Brand of the Year: Vaseline **GOLD** • Purpose Driven Marketing – Diversity and Inclusive Excellence: Vaseline (If My Skin Can, Yours Can) • Impact Media – Creator / Influencer / Celebrity Marketing: Sunlight (Sunlight vs Whoosh: How a DishWash Won the Race) • Creative & Innovation Impact – Customer (CX) / User Experience (UX) & Design: Vaseline (Vaseline Sunitizer) • AI Marketing – AI-Driven Creative Excellence: Pepsodent (AI Denta Scan: Turning Phones Into Dentists) • E-Commerce Marketing Category - APAC – O2O / New Retail / Innovative & New Tech Sales Channels: Dove **SILVER** • Purpose Driven Marketing – Brand Purpose / Activism: Rinso (#AdaNodaAdaCerita Campaign) • Marketing Impact – Instant Impact / Promotion: Lifebuoy (Soap to Soul: Lifebuoy's Legacy Revival) • Impact Media – Cross Digital Media Marketing: Lifebuoy • Impact Media – Cross Digital Media Marketing: Sunlight (Sunlight vs Whoosh: How a DishWash Won the Race) • Impact Media – Creator / Influencer / Celebrity Marketing: Vaseline (If My Skin Can, Yours Can) • Creative & Innovation Impact – Customer (CX) / User Experience (UX) & Design: Pepsodent (The Missing "H" in Ramadan by Pepsodent Herbal) • AI Marketing – AI-Powered Audience Engagement: Rinso (A country built on Warungs) • AI Driven Creative Excellence: Lifebuoy • Real Time Marketing: Lifebuoy • AI Powered Audience Engagement for Our Campaign Beauty Clinic in Your Pocket: Vaseline • Diversity & Inclusive Excellence: Wipol	MMA Global Indonesia

Penghargaan Awards	**Keterangan** Description	**Pemberi Penghargaan** Awarding Body
	BRONZE • Purpose Driven Marketing – Brand Purpose/Activism: Rexona (Rexona Men Champions National Pride Through TimNas) • Marketing Impact – Product and/or Service Launch: Lifebuoy • Emerging Tech Marketing – Data Insights/Contextual Marketing: Sunlight (How Sunlight Won Gold at the Kitchen Sink) • E-commerce marketing – Integrated E-commerce Innovation & Live Streaming: POND'S (POND'S Biome: Seamless Social Commerce Engine) • E-commerce marketing – O2O/New Retail/Innovative & New Tech Sales Channels: Pepsodent (The Missing "H" in Ramadan by Pepsodent Herbal) • Social Media Marketing: Vaseline • Innovative Use of AI in Advertising: Vaseline • Customer (CX)/User Experience (UX) & Design - Beauty Clinic in Your Pocket: Vaseline	
Next Awards Asia Pacific 2025	Gold in Most Innovative Data Driven Marketing Campaign: Unilever Food Solutions (Masak Apa Hari Ini)	
Marketing Excellence Awards 2025	**GOLD** • Excellence in Launch Marketing: Vaseline (If My Skin Can, Yours Can) • Excellence in Omnichannel: Bango (From Me Time to We Time) • Excellence in Performance Marketing: Rexona (Transforming habits: From Occasional to Essential) **SILVER** • Excellence in Brand Strategy: Vaseline (If My Skin Can, Yours Can) • Excellence in Influencer / KOLs Marketing: Vaseline (If My Skin Can, Yours Can) • Excellence in Marketing Innovation: Rexona (Transforming habits: From Occasional to Essential) • Excellence in Relationship Marketing: Clear (Sepik Bola Biar Clear) • Excellence in Urban Guerrilla Marketing: Lifebuoy Shampoo (Dinginkan Kepala BrrJuta Hadiahnya) **BRONZE** • Excellence in Personalisation Marketing: Bango (From Me Time to We Time) • Excellence in Search Marketing: Zwitsal (Connecting Digital Moms to Trusted Baby Care Content) • Excellence in TV/Video Advertising: Lifebuoy (Lifebuoy Cool Fresh "Ketempelan Dinginnya")	Marketing Interactive

Penghargaan Awards	**Keterangan** Description	**Pemberi Penghargaan** Awarding Body
TOP Halal Award 2025	• Sabun Deterjen: Rinso • Pembersih Lantai: Wipol • Sabun Deterjen Cair: Rinso • Sabun Mandi Batang: Lifebuoy • Pelembut dan Pewangi Pakaian: Molto • Sabun Mandi Cair: Lifebuoy • Sabun Cuci Piring: Sunlight • Pembersih Lantai: Superpell • Detergent Soap: Rinso • Floor Cleaner: Wipol • Liquid Detergent Soap: Rinso • Bar Soap: Lifebuoy • Fabric Softener & Fragrance: Molto • Liquid Body Soap: Lifebuoy • Dishwashing Soap: Sunlight • Floor Cleaner: Superpell	IHATEC Marketing Research
Indonesia's Best Corporate Sustainability Initiatives 2025	The Best Health Education Cause Movement: Zwitsal (Sahabat Posyandu – 4 Langkah AKSI untuk Kulit Sehat Si Kecil)	MIX Marketing
YouTube Works Awards 2025	• Winner of Best of Indonesia: Lifebuoy #KetempelanDingin • Winner of the Big Bang: Lifebuoy #KetempelanDingin • Winner of MultiFormat Storytelling: Lifebuoy #KetempelanDingin • Winner Best of Festive: Lifebuoy (90 Years - Legacy Renewed) • Second Runner Best of Festive: Pepsodent (Ramadan Tanpa Huruf H) • Second Runner up Brands & Creators: Pepsodent (Ramadan Tanpa Huruf H)	YouTube
Female Daily Best Of Beauty Award 2025	Best Body Lotion Sunscreen: Vaseline - Vaseline Gluta-Hya	Female Daily
Top Innovation Choice Award 2025	• Product Innovation Category: Royco Bumbu Kaldu Rasa Ikan • Detergent Category: Rinso	Infobrand.id

Penghargaan Awards	**Keterangan** Description	**Pemberi Penghargaan** Awarding Body
Top Brand Index 2025	• Food & Beverage (Sweet Soy Sauce): Bango – Index 51.20% (Top Brand) • Packaged Fruit Drink (Ready to Drink): Buavita – 43.10% (Top Brand) • Personal Care – Hand & Body Lotion: Citra – 26.9% (Top 1) • Personal Care – Whitening Cream: Citra – 14.30% (Top 3) • Personal Care – Bath Soap: Lifebuoy – 30.30% (Top Brand) • Personal Care – Antiseptic Bath Soap: Lifebuoy – 38.20% (Top 1) • Personal Care – Whitening Bath Soap: Dove – 15.70% (Top 2) • Men's Deodorant: Dove MEN + CARE – 10.50% (Top 3) • Women's Deodorant: Dove – 10.50% (Top 2) • Personal Care – Hand & Body Lotion: Vaseline – 15.50% (Top 3) • Personal Care – Sun Care: Vaseline – 25.30% (Top 2) • Men's Deodorant: Rexona MEN – 44.50% (Top 1) • Women's Deodorant: Rexona – 44.40% (Top 1) • Men's Deodorant: AXE – 18.60% (Top 2) • Men's Fragrance: AXE – 27.30% (Top 1) • Anti-Aging: POND'S – 25.60% (Top 2) • Personal Care – Whitening Cream: Glow and Lovely – 15.10% (Top 2) • Personal Care – Toothbrush: Pepsodent – 30.80% (Top Brand) • Seasoning: Royco – 33.10% (Top Brand) • Instant Broth: Royco – 36.80% (Top Brand) • Baby Hair Oil: Zwitsal – 27.00% (Top 1) • Baby Shampoo: Zwitsal – 18.70% (Top 2) • Baby Bath Soap: Zwitsal – 19.70% (Top 3) • Liquid Dishwashing Soap: Sunlight – 52.20% (Top Brand) • Toilet Cleaner: Vixal – 22.40% (Top 1) • Toilet Cleaner: Wipol – 19.20% (Top 3)	Top Brand Awards
Best Brands In Customer Value 2025	Soy Sauce Category - Bango	SWA
Indonesia Costumer Experience (ICX) Award 2025	Seasoning: Royco – 1st Winner (Very Good)	SWA
Marketech APAC	Most Innovative Content Marketing Campaign for SEO: Unilever Food Solutions Indonesia	Marketech APAC
Blibli Awards	Most Active Partner 2025	PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli)
9.9 Super Shopping Day - Top Brand	Personal Care Category	Shopee Indonesia
10.10 Brands Festival - Top Brand	Personal Care Category	Shopee Indonesia
The Drum Festival	Best Use of Data & Insights for SEO	The Drum Festival

Penghargaan Awards	Keterangan Description	Pemberi Penghargaan Awarding Body
Brand Choice Award for Health & Beauty 2025	Body Lotion Category - Vaseline	Brand Choice Award
Citra Pariwara 38	Innovative Use of Branded Content and Sponsorship: Glow & Lovely	Citra Pariwara
Cosmo Readers Choice Award 2025	Body Moisturizer/Lotion Category: Glow & Lovely	Cosmo Readers Choice Award
Effies Awards	Vaseline • Beauty and Wellness Category • Social media • Influencer	Effies
GroupM Global Case Study for Sustained Long-Term Impact	UV Skin Category: Vaseline	GroupM
Kediri Beauty Fest 2025	Top Achiever Sales in Beauty Festival: Vaseline	Jawa Pos Radar Kediri
Kantar Worldpanel Indonesia Brand Footprint	Most Chosen Beauty Brand: Glow & Lovely	Kantar
Marketeers Youth Choice Awards	Fandom Marketing to Gen Z: Rexona	Marketeers & Markplus, Inc.
Meta Reels Impact SEA	Gold in Reels Impact: Rexona	Meta
Popbela Beauty Awards	Best Body Care Products: Vaseline (Gluta-Hya SPF 50)	Popbela
TikTok Beauty Fest Creators Choice Beauty Awards	Daily Care Hero: Vaseline	TikTok
Sociolla Award 2025	• Best Body Care of The Year: Vaseline • Popular Body Care of The Year: Vaseline	Sociolla
Watsons Awards	Most Loved Body Care Product: Vaseline	Watsons
ASTRO Q-Commerce Awards 2025	Supplier of the Year 2025	ASTRO Indonesia
Keberlanjutan		
Greenship Awards 2025	Best Greenship Performance Existing Building	Green Building Council Indonesia (GBC Indonesia)
Katadata ESG Index Awards 2025	Sektor Makanan dan Minuman Food and Beverages Sector	Katadata
Investor Daily ESG Appreciation 2025	Governance & Transparency Category	Investor Daily
Sustainability Recognition Forum 2025	Unilever Indonesia Effort to Reduce Plastic Waste	Endress+Hauser Indonesia
ESG Leadership Awards 2025	Category: Leadership AA – Advancing ESG Transparency Leadership	Bumi Global Karbon (BGK) Foundation
Worldstar Global Packaging Awards 2025	Gold in Sustainable Innovation Mono-Material Packaging: Bango	World Packaging Organisation

Sertifikasi Certifications

Nama Sertifikasi Certification Name	Keterangan Description	Lingkup Sertifikasi Scope of Certification	Lembaga yang Menerbitkan Issuing Agency	Masa Berlaku Validity Period
ISO 14001:2015	Sistem Manajemen Lingkungan Environmental Management System	Pabrik Cikarang (5 Pabrik) Cikarang Factory (5 Factories)	NQA	31 Januari 2027 31 January 2027
		Pabrik Rungkut (1 Pabrik) Rungkut Factory (1 Factory)		
		Kantor Pusat Head Office		
ISO 9001:2015	Sistem Manajemen Kualitas Quality Management System	Pabrik Cikarang (Home Care, 2 Pabrik) Cikarang Factory (Home Care, 2 Factories)	SAI Global	20 Maret 2026 (dalam pembaruan) 20 March 2026 (in renewal process)
		Pabrik Cikarang (PC BW) Cikarang Factory (PC BW)		22 Februari 2027 22 February 2027
		Pabrik Rungkut (PC, 2 Pabrik) Rungkut Factory (PC, 2 Factories)		5 Maret 2027 5 March 2027
SMK3	Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja Occupational Health and Safety Management System	Pabrik Cikarang (5 Pabrik) Cikarang Factory (5 Factories)	Kementerian Tenaga Kerja RI Ministry of Manpower	9 Juni 2026 9 June 2026
		Pabrik Rungkut (1 Pabrik) Rungkut Factory (1 Factory)		
		Kantor Pusat Head Office		
FSSC 22000	Sistem Keamanan Pangan Food Safety System	Pabrik Es Krim Ice Cream Factory	DNV	17 April 2028
		Pabrik Savoury Savoury Factory		7 November 2028
Sistem Jaminan Halal Halal Assurance System	Status SJPH: Sangat Memuaskan SJPH status: Highly Satisfactory	Pabrik Rungkut Rungkut Factory	LPPOM MUI	Verifikasi terakhir tanggal 26 Agustus 2025 Last verified on 26 August 2025
		Pabrik Cikarang (Home Care) Cikarang Factory (Home Care)		Verifikasi terakhir tanggal 17 Mei 2024 Last verified on 17 May 2024
		Pabrik Cikarang (Teh dan Es Krim) Cikarang Factory (Tea and Ice Cream)		Verifikasi terakhir tanggal 20 Juni 2024 Last verified on 20 June 2024
		Pabrik Cikarang (Kecap dan Bumbu Masak) Cikarang Factory (Soy Sauce and Seasonings)		Verifikasi terakhir tanggal 14 Juli 2026 Last verified on 14 July 2026
		Pabrik Cikarang (PC BW) Cikarang Factory (PC BW)		Verifikasi terakhir tanggal 26 Februari 2026 Last verified on 26 February 2026

Peristiwa Penting 2025

2025 Highlighted Events

Januari January

Pemegang Saham Unilever Indonesia Setujui Divestasi Bisnis Es Krim

Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) dan Rapat Umum Pemegang Saham Independen (RUPS Independen) Unilever Indonesia menyetujui penjualan bisnis Es Krim Perseroan kepada PT The Magnum Ice Cream Indonesia senilai Rp7 triliun.

Unilever Indonesia Shareholders Approve Divestment of the Ice Cream Business

Unilever Indonesia's Extraordinary General Meeting of Shareholders (EGMS) and Independent General Meeting of Shareholders (Independent GMS) approved the sale of the Company's Ice Cream business to PT The Magnum Ice Cream Indonesia for Rp7 trillion.



Maret March

Puncak Program "Gerakan Masjid Bersih 2025" di Jakarta

Unilever Indonesia menggelar puncak rangkaian program "Gerakan Masjid Bersih 2025" di Masjid Raya Pondok Indah. Program yang dijalankan Perseroan melalui *brand* Wipol ini telah terbina selama sembilan tahun untuk menghadirkan masjid yang lebih bersih dan nyaman.

Culmination of the "Clean Mosque Movement 2025" programme in Jakarta

Unilever Indonesia held the culminating event of the "Clean Mosque Movement 2025" programme at Masjid Raya Pondok Indah. Implemented through the Company's Wipol brand, the programme has been running for nine years to help create mosques that are cleaner and more comfortable.





Maret March

Pepsodent dan Masjid Istiqlal Jalin Kerja Sama untuk Kesehatan Gigi Masyarakat Indonesia

Pepsodent melalui Pepsodent Herbal menghadirkan program "Ramadan Berbagi BerkaHHH, Mulut & Hati Adem", yang berfokus pada edukasi layanan perawatan gigi gratis serta santunan bagi 1.500 anak yatim binaan Masjid Istiqlal.

Pepsodent and Istiqlal Mosque Collaborate for the Oral Health of the Indonesian People

Through Pepsodent Herbal, Pepsodent introduced the programme "Ramadan Berbagi BerkaHHH, Mulut & Hati Adem", focusing on oral health education, free dental care services, and donations for 1,500 orphans supported by Istiqlal Mosque.

April

Kinerja Kuartal I 2025 Tegaskan Momentum Menuju Pertumbuhan Jangka Panjang

Pada kuartal I 2025, Unilever Indonesia berhasil mencatat peningkatan kuartal ke kuartal (QoQ) dalam hal pertumbuhan dan profitabilitas. Pencapaian ini mencerminkan hasil dari inisiatif tegas dan tepat sasaran yang dilakukan Perseroan dalam mengatasi tantangan operasional. Penjualan bersih Perseroan mencapai Rp9,5 triliun, dengan laba bersih sebesar Rp1,2 triliun.

Q1 2025 Performance Reinforces Momentum Towards Long-Term Growth

In the first quarter of 2025, Unilever Indonesia recorded quarter-on-quarter (QoQ) improvements in both growth and profitability. This achievement reflects the impact of the Company's decisive and targeted initiatives in addressing operational challenges. The Company posted net sales of Rp9.5 trillion, with net profit of Rp1.2 trillion.



Juni June

Unilever Indonesia Bagikan 99,7% Laba Bersih untuk Dividen

Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) Unilever Indonesia menyetujui pembagian dividen untuk tahun buku 2024 sebesar Rp88 per saham, atau 99,7% dari laba bersih. Total dividen yang dibagikan untuk tahun buku 2024 mencapai Rp3,36 triliun.

Unilever Indonesia Distributes 99.7% of Net Profit as Dividends

Unilever Indonesia's Annual General Meeting of Shareholders (AGMS) approved a dividend distribution for the 2024 financial year of Rp88 per share, representing 99.7% of net profit. Total dividends distributed for the 2024 financial year amounted to Rp3.36 trillion.

Juni June

Unilever Indonesia Dukung Pemberdayaan Perempuan dan Disabilitas "SheAblepreneur"

Unilever Indonesia dan Komnas Disabilitas RI mendukung program Alunjiva Indonesia "SheAblepreneur", sebuah kolaborasi lintas sektor untuk mendorong perempuan dan disabilitas menjadi penggerak perubahan. Program ini hadir dalam bentuk mentoring dan pelatihan kewirausahaan intensif untuk 75 UMKM perempuan dan individu disabilitas.

Unilever Indonesia Supports Women and Disability Empowerment through "SheAblepreneur"

Unilever Indonesia and the National Commission on Disability of the Republic of Indonesia (Komnas Disabilitas RI) supported Alunjiva Indonesia's "SheAblepreneur" programme—a cross-sector collaboration to empower women and persons with disabilities as agents of change. The programme took the form of intensive mentoring and entrepreneurship training for 75 MSMEs led by women and individuals with disabilities.





Juli July

"Posyandu Zwitsal" untuk Edukasi Kesehatan Kulit Si Kecil

Zwitsal berkolaborasi dengan Alfamidi melanjutkan program "Posyandu Zwitsal" guna mendampingi lebih banyak ibu dalam menjaga kesehatan kulit bayi di 1.000 hari Hari Pertama Kehidupan (HPK) melalui '4 Langkah Aksi'. Program yang digelar selama bulan Juli hingga Agustus 2025 ini menargetkan 2.400 ibu dan anak serta lebih dari 30 juta ibu melalui edukasi secara *online*.

"Zwitsal Posyandu" Promotes Little Ones' Skin Health Education

Zwitsal, in collaboration with Alfamidi, continued the "Zwitsal Posyandu" programme to support more mothers in maintaining babies' skin health during the first 1,000 days of life through the '4 Action Steps'. Held from July to August 2025, the programme targeted 2,400 mothers and children, and reached more than 30 million mothers through online education.

Juli July

Unilever Indonesia Hadirkan Sains dan Teknologi untuk Kesehatan Kulit dan Kulit Kepala

Unilever Indonesia berpartisipasi dalam Pertemuan Ilmiah Tahunan Perhimpunan Dokter Spesialis Kulit dan Kelamin Indonesia (PIT PERDOSKI) di Nusa Dua, Bali, melalui sesi simposium yang menghadirkan pengetahuan dan inovasi terbaru dari POND'S dan CLEAR.

Unilever Indonesia Brings Science and Technology for Skin and Scalp Health

Unilever Indonesia participated in the Annual Scientific Meeting of the Indonesian Dermatology and Venereology Specialists Association (PIT PERDOSKI) in Nusa Dua, Bali, through a symposium session featuring the latest knowledge and innovations from POND'S and CLEAR.



September

BKGN 2025: Gusi Sehat Sama Penting dengan Gigi Kuat

Unilever Indonesia melalui Pepsodent, bersama Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI), Asosiasi Fakultas Kedokteran Gigi Indonesia (AFDOKGI), dan Asosiasi Rumah Sakit Gigi dan Mulut Pendidikan Indonesia (ARSGMPI) meresmikan Bulan Kesehatan Gigi Nasional (BKGN) yang memasuki tahun penyelenggaran ke-16.

BKGN 2025: Healthy Gums Matter as Much as Strong Teeth

Through Pepsodent, Unilever Indonesia—together with the Indonesian Dental Association (PDGI), the Association of Indonesian Dental Schools (AFDOKGI), and the Association of Indonesian Dental and Oral Teaching Hospitals (ARSGMPI)—launched the National Dental Health Month (BKGN), marking its 16th year of implementation.





September

Bango Padukan Tradisi dan Modernitas

Bango hadir dengan wajah dan misi baru untuk menjadikan kecap sebagai *culinary gem* yang selalu relevan dan adaptif dengan perkembangan tren kuliner di Indonesia. Salah satu misinya diwujudkan melalui "Foodtruck Jajanan Bango", yang berkeliling ke 13 kota untuk mengajak generasi muda mengeksplorasi ragam kuliner kekinian berbasis kecap.

Bango Blends Tradition and Modernity

Bango introduced a refreshed look and mission to position soy sauce as a culinary gem that remains relevant and adaptable to evolving culinary trends in Indonesia. One of these missions was brought to life through the "Foodtruck Jajanan Bango", which travelled to 13 cities to invite younger generations to explore contemporary soy sauce-based culinary creations.

Penunjang Bisnis

Business Support

113 **Karyawan Kami**
Our People

131 **Kesehatan dan Keselamatan Kerja**
Occupational Health and Safety

135 **Digitalisasi dan Keamanan Siber**
Digitalisation and Cyber Security

Karyawan Kami

Our People

99.5%

Karyawan Tetap

Permanent Employees

dari Total **3.299 Karyawan**

from a Total of **3,299 Employees**

43.2%

Representasi Perempuan

Women are Represented

di Level Manajerial

at the Managerial Level

1:1

Rasio Upah

Pay Ratio

Karyawan Perempuan dan Laki-laki

Between Genders

4 Bulan Month

Cuti Melahirkan

Maternity Leave

untuk ibu, dan **3 Minggu** untuk Ayah

and **3 Weeks** paternity leave

1,689

Pengguna yang Mengakses Pelatihan

Training Participants

dengan Kemampuan yang Bertambah

and Upskilling

90%

Fasilitas Ramah Disabilitas

Disability-Friendly Facilities

di Kantor Pusat Unilever Indonesia

at Unilever Indonesia Head Office

26 Kali Times

Penandatanganan PKB*

Signing of CBA*

antara Unilever Indonesia dan Serikat Pekerja

between Unilever Indonesia and Workers Union

* PKB: Perjanjian Kerja Bersama
CBA: Collective Bargaining Agreement


BRIGHTEN
EVERYDAY LIFE
FOR ALL

Di tengah dinamika industri yang terus berkembang, Unilever Indonesia terus meningkatkan ketangkasan organisasi dengan fokus pada penguatan talenta, penerapan budaya (*culture*) perusahaan, dan pengembangan kapabilitas karyawan.

Langkah ini dilakukan dengan tetap konsisten memperkuat budaya kerja berlandaskan nilai-nilai Perusahaan yaitu integritas, saling menghormati, tanggung jawab, dan semangat kepeloporan, agar dapat terus menciptakan lingkungan kerja yang aman, setara, dan inklusif.

Dalam membangun organisasi yang berdaya saing jangka panjang, Divisi Human Resources Unilever Indonesia sebagai *strategic business partner* terus mendorong pengembangan kompetensi karyawan melalui berbagai inisiatif pembelajaran yang relevan dan berorientasi masa depan. Perseroan juga fokus pada pengembangan kepemimpinan untuk menciptakan calon pemimpin yang adaptif, berintegritas, dan mampu mengelola perubahan secara efektif.

Komitmen Perseroan dalam pengembangan sumber daya manusia (SDM), pada tahun 2025 memperoleh pengakuan eksternal "*Best Place for Learning* 2025 kategori FMCG" dari MarkPlus Institute (berdasarkan survei terhadap 1.000 responden Generasi Z dan Generasi Y), mencerminkan persepsi positif publik terhadap peran Perseroan dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan talenta secara berkelanjutan.

Amidst the ever-evolving dynamics of the industry, Unilever Indonesia continues to enhance its organisational agility by focusing on talent development, the implementation of corporate culture, and the development of employee capabilities.

This is achieved by consistently reinforcing a work culture rooted in the Company's values–integrity, mutual respect, responsibility, and a pioneering spirit–to ensure the continued creation of a safe, equitable, and inclusive working environment.

In building an organisation with long-term competitiveness, Unilever Indonesia's Human Resources Division, as astrategic business partner, continues to drive employee competency development through various relevant and future-oriented learning initiatives. The Company also focuses on leadership development to cultivate future leaders who are adaptable, possess integrity, and are capable of managing change effectively.

The Company's commitment to human resource (HR) development was recognised externally in 2025 with the "Best Place for Learning 2025 – FMCG Category" award from the MarkPlus Institute (based on a survey of 1,000 Generation Z and Generation Y respondents), reflecting the public's positive perception of the Company's role in supporting the sustainable growth and development of talent.

Profil Karyawan Unilever Indonesia

Unilever Indonesia Employees Profile

Status Kepegawaian **Employment Status**	**2025***	**2024**	**2023**
Pegawai Tetap Permanent Employees	3,281	4,245	4,573
Pegawai Sementara Temporary Employees	18	21	16
Jumlah **Total**	**3,299**	**4,266**	**4,589**

* Operasi yang dilanjutkan (tanpa bisnis Es Krim)
Continuing operations (exclude Ice Cream business)

Tingkatan Level	**2025***	**2024**	**2023**
Direktur Director	5	6	11
Manajer dan Manajer Senior Manager and Senior Manager	380	449	432
Asisten Manajer Assistant Manager	971	1,194	1,247
Staf Staff	1,943	2,617	2,899
Jumlah **Total**	**3,299**	**4,266**	**4,589**

Pendidikan Education	**2025***	**2024**	**2023**
Di bawah SMA Middle School or Below	238	303	355
SMA atau Setara High School or Equivalent	1,451	1,966	2,186
D2 Diploma Level 2	32	41	22
D3 Diploma Level 3	127	158	197
Sarjana atau di Atas Bachelor's Degree or Above	1,451	1,798	1,829
Jumlah **Total**	**3,299**	**4,266**	**4,589**

Kelompok Usia Age Group	**2025***	**2024**	**2023**
< 24 tahun < 24 years old	105	153	195
25-34 tahun 25-34 years old	1,046	1,498	1,789
35-44 tahun 35-44 years old	1,600	1,902	1,868
45-54 tahun 45-54 years old	521	662	693
55-64 tahun 55-64 years old	27	51	44
Jumlah **Total**	**3,299**	**4,266**	**4,589**

* Operasi yang dilanjutkan (tanpa bisnis Es Krim)
Continuing operations (exclude Ice Cream business)

Mendukung Keadilan, Keberagaman, dan Inklusivitas

Unilever Indonesia membangun lingkungan kerja yang menjunjung prinsip keadilan, keberagaman, dan inklusivitas dengan memastikan setiap karyawan diperlakukan setara berdasarkan kontribusi serta kompetensi tanpa membedakan latar belakang, jenis kelamin, kepercayaan yang dianut, dan karakteristik lainnya.

Promoting Fairness, Diversity and Inclusion

Unilever Indonesia fosters a working environment that upholds the principles of fairness, diversity and inclusivity by ensuring that every employee is treated equally on the basis of their contributions and competencies, regardless of their background, gender, religious beliefs or other characteristics.

Tiga Pilar Fokus Keberagaman dan Inklusi Unilever Indonesia

Unilever Indonesia's Three Pillars of Diversity and Inclusion



Keadilan gender
Gender equality



Keadilan untuk penyandang disabilitas
Equality for people with disabilities



Penghapusan diskriminasi dan stigma
Elimination of discrimination and stigma

Keadilan Gender

Komitmen Perseroan terhadap keadilan gender di lingkungan kerja dimulai dari pemberian kesempatan yang sama bagi karyawan perempuan dan laki-laki. Hal ini bisa dilihat dari keterwakilan perempuan di dalam organisasi, termasuk pada posisi manajerial dan kepemimpinan, yang terus meningkat setiap tahunnya.

Hingga akhir tahun 2025, perempuan mengisi 43,2% posisi manajerial di Unilever Indonesia. Selain itu, dua dari enam anggota Dewan Komisaris dan dua dari enam Direksi pada akhir tahun 2025 adalah perempuan. Perseroan juga terus mendorong karyawan perempuan untuk berani mengambil posisi di pekerjaan yang selama ini didominasi oleh karyawan laki-laki, seperti di bidang *sales* dan *supply chain*, yang secara tidak langsung mendorong pembentukan budaya keadilan gender di dalam Perseroan.

Gender Equality

The Company's commitment to gender equality in the workplace begins with providing equal opportunities for female and male employees. This is evident in the representation of women within the organisation, including in managerial and leadership roles, which continues to rise year on year.

By the end of 2025, women held 43.2% of managerial positions at Unilever Indonesia. Furthermore, two of the six members of the Board of Commissioners and two of the six members of the Board of Directors as of the end of 2025, are women. The Company also continues to encourage female employees to take on roles in fields traditionally dominated by male employees, such as sales and supply chain, which indirectly fosters a culture of gender equality within the Company.

Gender	2025*	2024	2023
Perempuan Female	716	891	944
Laki-laki Male	2,583	3,375	3,645
Jumlah **Total**	**3,299**	**4,266**	**4,589**

* Operasi yang dilanjutkan (tanpa bisnis Es Krim)
Continuing operations (exclude Ice Cream business)

Dalam aspek remunerasi, Unilever Indonesia menerapkan prinsip kesetaraan dengan memastikan tidak adanya perbedaan upah berdasarkan jenis kelamin di seluruh wilayah kerja Unilever Indonesia. Per akhir tahun 2025, perbandingan upah karyawan perempuan dan laki-laki di Perseroan adalah sama, dengan rasio 1:1.

Upaya keadilan gender di Perseroan juga didukung oleh kebijakan dan fasilitas karyawan, seperti fasilitas penitipan anak atau *daycare* dan ruang laktasi, hingga cuti melahirkan selama empat bulan untuk ibu dan cuti selama tiga minggu untuk para ayah baru.

Keadilan untuk Penyandang Disabilitas

Sebagai bagian dari komitmen Unilever Indonesia dalam membangun dunia usaha yang lebih adil, beragam, dan inklusif, Perseroan membuka akses dan kesempatan kerja bagi penyandang disabilitas, dimulai dari menyediakan fasilitas kerja yang ramah penyandang disabilitas. Hingga akhir tahun 2025, 90% fasilitas kantor pusat Unilever Indonesia telah memenuhi aspek aksesibilitas bagi penyandang disabilitas.

Perseroan juga aktif berkolaborasi dalam berbagai program pengembangan penyandang disabilitas untuk mendukung kesiapan di dunia kerja. Seperti kerja sama Unilever Indonesia dengan Alunjiva Indonesia dan Komnas Disabilitas Republik Indonesia dalam program "SheAblepreneur", yang memberikan *mentoring* dan pelatihan kewirausahaan intensif untuk 75 UMKM perempuan dan individu disabilitas.

Tujuan dari program ini, selain untuk mengembangkan keahlian mereka, juga untuk membentuk lingkungan yang lebih sadar akan individu disabilitas. Program ini juga sejalan dengan misi Kementerian UMKM dalam menumbuhkan wirausaha dan mempercepat pencapaian target peningkatan rasio kewirausahaan sebesar 8% di tahun 2045.

In terms of remuneration, Unilever Indonesia applies the principle of equality by ensuring there is no gender pay gap across all Unilever Indonesia operations. By the end of 2025, the pay ratio between female and male employees at the Company was equal, at a ratio of 1:1.

Efforts towards gender equality within the Company are also supported by employee policies and facilities, such as childcare facilities or daycare and lactation rooms, as well as four months' maternity leave for mothers and three weeks' paternity leave for new fathers.

Equality for People With Disabilities

As part of Unilever Indonesia's commitment to building a fairer, more diverse and inclusive business world, the Company is opening up access and employment opportunities for people with disabilities, starting with the provision of disability-friendly workplace facilities. By the end of 2025, 90% of Unilever Indonesia's head office facilities have met accessibility standards for people with disabilities.

The Company is also actively collaborating on various disability development programmes to support readiness for the workplace. For example, Unilever Indonesia's partnership with Alunjiva Indonesia and the National Commission on Disability of the Republic of Indonesia in the "SheAblepreneur" programme, which provides intensive mentoring and entrepreneurship training for 75 women-led SMEs and individuals with disabilities.

The aim of this programme, in addition to developing their skills, is to foster an environment that is more aware of the needs of people with disabilities. This programme is also in line with the Ministry of SMEs' mission to foster entrepreneurship and accelerate the achievement of the target to increase the entrepreneurship ratio to 8% by 2045.



Kelas Bahasa Isyarat Sign Language Class

Bekerja sama dengan komunitas FeminisThemis*, sejak beberapa tahun terakhir Unilever Indonesia menyelenggarakan Kelas Bahasa Isyarat bagi karyawan. Selain untuk menambah keahlian individu, program ini juga bertujuan mempersiapkan para karyawan agar dapat berinteraksi dengan rekan-rekan Tuli. Jumlah karyawan yang mengikuti Kelas Bahasa Isyarat pada 2025 mencapai 20 orang.

In partnership with the FeminisThemis* community, Unilever Indonesia has been running sign language classes for employees for the past few years. As well as enhancing individual skills, the programme also aims to prepare employees to interact with Deaf colleagues. The number of employees taking part in the sign language classes in 2025 was 20 people.

* FeminisThemis adalah komunitas feminis Tuli, yang fokus mengedukasi masyarakat awam akan kekerasan seksual dan diskriminasi yang dialami perempuan Tuli di Indonesia.

* FeminisThemis is a Deaf feminist community dedicated to raising public awareness of the sexual violence and discrimination faced by Deaf women in Indonesia.

Penghapusan Diskriminasi dan Stigma

Upaya Unilever Indonesia dalam menghapus diskriminasi dan stigma di dunia kerja dimulai dari proses perekrutan yang transparan dan berbasis kompetensi, untuk memastikan setiap kandidat dinilai secara objektif berdasarkan keahlian, potensi, dan pengalaman kerja.

Elimination of Discrimination and Stigma

Unilever Indonesia's efforts to eliminate discrimination and stigma in the workplace begin with a transparent, competence-based recruitment process, ensuring that every candidate is assessed objectively on the basis of their skills, potential and work experience.

Perseroan juga memberikan kesempatan yang setara bagi seluruh pelamar, tanpa membedakan latar belakang, jenis kelamin, dan karakteristik lainnya. Komitmen tersebut diwujudkan dengan proses rekrutmen yang transparan melalui pemanfaatan berbagai kanal, termasuk kerja sama dengan institusi pendidikan untuk menjaring talenta muda sekaligus menyiapkan generasi pemimpin masa depan.

Kode Prinsip Unilever juga memuat kebijakan *Respect, Dignity, and Fair Treatment*, yang memastikan bahwa semua karyawan bekerja di lingkungan yang mempromosikan keberagaman, rasa saling percaya, menghormati hak asasi manusia, dan memberikan kesempatan yang setara bagi perempuan dan laki-laki tanpa diskriminasi.

Menjaring *Future-Fit Talent*

Di tengah kompetisi yang tinggi dalam menjaring *future-fit talent*, hal pertama yang dilakukan Unilever Indonesia adalah mengembangkan talenta yang telah dimiliki. Perseroan berkomitmen untuk terus mendorong kemajuan karyawan, baik melalui peningkatan kapabilitas maupun jalur karier yang jelas di dalam lingkup Unilever.

Apabila dibutuhkan, Perseroan dapat merekrut talenta eksternal melalui berbagai program rekrutmen Perseroan, rekrutmen terbuka melalui kanal resmi perusahaan seperti media sosial dan situs web, atau menggunakan bantuan tenaga perekrut profesional (*head hunter*). Perseroan juga menerapkan sistem *borrow* (meminjam) talenta dari Unilever negara lain, apabila tenaga kerja yang dibutuhkan tidak tersedia di dalam negeri.

Merekrut Talenta Terbaik

Agar dapat merekrut talenta terbaik yang sesuai dengan kebutuhan organisasi, Perseroan memiliki berbagai program rekrutmen yang memberikan pengalaman awal dunia kerja, memperkuat kapabilitas profesional, dan menyiapkan calon pemimpin masa depan, yang terbuka bagi generasi muda, termasuk mahasiswa dan *fresh graduate*.

Beberapa program-program tersebut antara lain Unilever Academy Internship Programme (UAIP) dan UPLIFT (Unilever Apprenticeship for Future Talents) sebagai jalur pengembangan awal bagi mahasiswa dan lulusan baru. Selain itu ada program Inspiring Unileader, Unilever Future Leaders' League (UFLL), dan Unilever Future Leaders Programme (UFLP) sebagai wadah pembelajaran dan pengenalan kepemimpinan di industri FMCG.

The Company also provides equal opportunities for all applicants, regardless of background, gender, or other characteristics. This commitment is realised through a transparent recruitment process utilising various channels, including partnerships with educational institutions to attract young talent whilst preparing the next generation of leaders.

Unilever's Code also includes a policy on Respect, Dignity, and Fair Treatment, which ensures that all employees work in an environment that promotes diversity, mutual trust, respect for human rights, and provides equal opportunities for women and men without discrimination.

Attracting Future-Fit Talents

Amidst fierce competition to attract future-fit talent, Unilever Indonesia's first priority is to develop the talent it already possesses. The Company is committed to continuously fostering employee development, both through skills enhancement and clear career progression within Unilever.

Where necessary, the Company may recruit external talent through various recruitment programmes, open recruitment via official company channels such as social media and the website, or by utilising the services of professional recruiters (headhunters). The Company also employs a system of borrowing talent from Unilever in other countries, should the required workforce not be available domestically.

Recruiting the Best Talents

To recruit the best talent to meet the organisation's needs, the Company runs a range of recruitment programmes that provide an introduction to the world of work, strengthen professional capabilities and prepare future leaders; these programmes are open to young people, including students and fresh graduates.

These programmes include the Unilever Academy Internship Programme (UAIP) and UPLIFT (Unilever Apprenticeship for Future Talents) as initial development pathways for students and recent graduates. Additionally, there are the Inspiring Unileader programme, the Unilever Future Leaders' League (UFLL), and the Unilever Future Leaders Programme (UFLP) as platforms for learning and leadership development within the FMCG industry.



UFLL menjaring talenta melalui melalui kompetisi kasus bisnis global yang mendorong peserta menghadirkan solusi kreatif atas tantangan nyata yang dihadapi merek Unilever. Sementara UFLP merupakan program pengembangan kepemimpinan global yang dilaksanakan bekerja sama dengan INSEAD, salah satu sekolah bisnis terkemuka di dunia. Program ini ditujukan bagi lulusan sarjana dan berfokus pada pengembangan kepemimpinan melalui rotasi lintas fungsi, termasuk keterlibatan dalam proyek-proyek *future-fit* dan inisiatif berbasis teknologi.

Melalui berbagai program tersebut, peserta memperoleh kesempatan untuk terlibat langsung dalam berbagai proyek di lingkungan Unilever selama periode tertentu, sehingga memungkinkan mereka mendapatkan wawasan industri sekaligus mengasah keterampilan yang relevan dengan kebutuhan bisnis. Program ini juga berperan sebagai *talent pool* yang mendukung proses perekrutan Perseroan, termasuk melalui jalur perekrutan langsung.

UFLL identifies talent through a global business case competition that encourages participants to present creative solutions to real-world challenges faced by Unilever brands. Meanwhile, the UFLP is a global leadership development programme delivered in partnership with INSEAD, one of the world's leading business schools. This programme is aimed at graduates and focuses on leadership development through cross-functional rotations, including involvement in future-fit projects and technology-driven initiatives.

Through these various programmes, participants gain the opportunity to be directly involved in various projects within Unilever for a specific period, enabling them to gain industry insights whilst honing skills relevant to business needs. The programme also serves as a talent pool supporting the Company's recruitment process, including through direct recruitment channels.

Penilaian Kinerja Karyawan

Perseroan menerapkan sistem penilaian kinerja yang dirancang untuk mendukung pencapaian kinerja dan pengembangan karyawan. Penilaian dilakukan secara mandiri (*self-assessment*) oleh masing-masing karyawan dengan mengukur pencapaian target yang telah disepakati bersama antara karyawan dan manajer di awal tahun.

Dalam pelaksanaannya, manajer dan karyawan secara aktif memantau kemajuan target melalui proses 'Always ON', dengan diskusi rutin yang memungkinkan identifikasi dini terhadap kebutuhan intervensi maupun optimalisasi potensi.

Pendekatan ini memungkinkan Perseroan mengidentifikasi pencapaian target secara menyeluruh, mempertimbangkan faktor lingkungan yang memengaruhi kinerja, serta menilai kinerja karyawan secara objektif melalui perbandingan dengan rekan sejawat. Seluruh proses penilaian dilaksanakan dengan mengedepankan prinsip keadilan, objektivitas, dan transparansi.

Hasil penilaian kinerja dimanfaatkan sebagai dasar dalam penyusunan program pengembangan dan pelatihan, penempatan karyawan sesuai dengan kompetensi, pengalaman, dan bakat yang dimiliki, serta memberikan penghargaan kepada karyawan yang memiliki kinerja unggul. Selain itu, proses ini juga mendukung perencanaan suksesi melalui identifikasi talenta potensial yang dipersiapkan untuk peran kepemimpinan di masa depan.

Employee Performance Appraisal

The Company implements a performance appraisal system designed to support performance achievement and employee development. Appraisals are conducted on a self-assessment basis by each employee, measuring the achievement of targets agreed upon between the employee and their manager at the start of the year.

In practice, managers and employees actively monitor progress against targets through the 'Always ON' process, with regular discussions enabling the early identification of areas requiring intervention or the optimisation of potential.

This approach enables the Company to identify target achievements comprehensively, taking into account environmental factors affecting performance, and to assess employee performance objectively through comparison with peers. The entire assessment process is conducted in accordance with the principles of fairness, objectivity and transparency.

Performance appraisal results are utilised as the basis for developing training and development programmes, placing employees in roles aligned with their competencies, experience, and talents, and rewarding employees with outstanding performance. Furthermore, this process supports succession planning by identifying potential talent being groomed for future leadership roles.

Pengembangan Jalur Karier

Perseroan menempatkan pengembangan jalur karier sebagai bagian dari strategi pengelolaan talenta untuk menjaga keberlanjutan organisasi. Selain menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pengembangan kompetensi dan menyejahterakan karyawan, Perseroan menyediakan jalur pengembangan karier yang terarah melalui program *Individual Development Plan* (IDP).

IDP memastikan setiap karyawan memiliki rencana pengembangan karier yang selaras dengan potensi dan kebutuhan organisasi, serta ditinjau secara berkala melalui evaluasi kinerja bersama atasan langsung. Program ini juga mengatur peran masa depan serta persiapan yang dibutuhkan sesuai posisi karyawan.

Career Path Development

The Company regards career path development as part of its talent management strategy to ensure the organisation's sustainability. In addition to creating a working environment that supports the development of competencies and the well-being of employees, the Company provides targeted career development pathways through the Individual Development Plan (IDP) programme.

The IDP ensures that every employee has a career development plan aligned with their potential and the organisation's needs, and that this is reviewed periodically through performance evaluations with their line manager. This programme also outlines future roles and the necessary preparation required for the employee's position.



Pada tingkat manajemen menengah, pengembangan diarahkan melalui rencana pembinaan dan pendampingan bagi karyawan yang diproyeksikan untuk peran strategis di masa depan. Sementara pada tingkat Direksi, pengembangan difokuskan pada penguatan kepemimpinan dan keterampilan manajemen umum.

At middle management level, development is guided by coaching and mentoring plans for employees projected for strategic roles in the future. Meanwhile, at the Board of Directors level, development focuses on strengthening leadership and general management skills.

Sebagai bagian dari pengelolaan SDM yang berkelanjutan, Perseroan secara berkala menyelenggarakan forum karyawan untuk mengevaluasi dinamika kebutuhan organisasi, mengidentifikasi potensi kesenjangan antara ketersediaan talenta dan kebutuhan bisnis, serta memetakan karyawan yang diproyeksikan untuk mengisi peran di masa depan.

As part of sustainable HR management, the Company regularly organises employee forums to evaluate the dynamics of organisational needs, identify potential gaps between talent availability and business requirements, and map out employees projected to fill future roles.

Sejalan dengan upaya tersebut, Perseroan juga menerapkan *Shape Your Own Adventure* (SYOA), yaitu sesi *career clinic* untuk membantu karyawan merancang jalur karier mereka sendiri. Program ini memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengeksplorasi berbagai pilihan karier yang tersedia di Perseroan, serta memilih jalur yang sesuai dengan minat, bakat, dan tujuan profesional mereka.

In line with these efforts, the Company has also implemented Shape Your Own Adventure (SYOA), a career clinic session designed to help employees design their own career paths. This programme provides employees with the opportunity to explore the various career options available within the Company and to choose a path that aligns with their interests, talents, and professional goals.

Menjalin Ikatan yang Erat dengan Karyawan

Manajemen Unilever Indonesia dan Serikat Pekerja Seluruh Indonesia (SPSI) telah menjalankan kesepakatan bersama dalam Perjanjian Kerja Bersama (PKB) selama 25 kali. Melalui PKB, Perseroan memastikan Hak Asasi Manusia (HAM) terpenuhi dan sesuai peraturan yang berlaku, mulai dari hak dan kewajiban yang jelas, syarat dan kondisi kerja, hingga cara penyelesaian apabila terjadi perbedaan pendapat antara karyawan dan manajemen.

PKB juga menjadi cerminan dari komunikasi yang baik dan kerja sama yang erat antara manajemen dan karyawan. Pada 10 Desember 2025, Perseroan dan SPSI telah menandatangani PKB ke-26 untuk periode 2025-2027.

Setiap karyawan Perseroan berhak bergabung atau tidak dengan serikat pekerja, karena tidak bersifat wajib. Jumlah karyawan yang tergabung di Serikat Pekerja Unilever Indonesia per akhir tahun 2025 mencapai 1.904 orang, atau 65% dari total karyawan Perseroan.

Building Strong Relationships with Employees

The management of Unilever Indonesia and the All-Indonesia Workers' Union (SPSI) have implemented the terms of their Collective Bargaining Agreement (CBA) on 25 occasions. Through the CBA, the Company ensures that Human Rights are upheld and comply with applicable regulations, ranging from clear rights and obligations, terms and conditions of employment, to dispute resolution procedures in the event of disagreements between employees and management.

The CBA also reflects good communication and close cooperation between management and employees. On 10 December 2025, the Company and SPSI signed the 26th CBA for the 2025–2027 period.

Every employee of the Company has the right to join or not join a trade union, as membership is not compulsory. The number of employees who were members of the Unilever Indonesia Trade Union as at the end of 2025 stood at 1,904, or 65% of the Company's total workforce.



Mengukur Keberhasilan *Employee Engagement*

Untuk mengukur keberhasilan penerapan budaya kerja, dan juga untuk meningkatkan kualitas kerja di dalam jangka panjang, Unilever Indonesia menyediakan saluran terbuka melalui platform Univoice, sebagai tempat bagi karyawan untuk menyampaikan aspirasi dan memberikan penilaian kepada Perseroan.

Aspek penilaian mencakup keterikatan (*engagement*), kesejahteraan (*wellbeing*), dan pengembangan diri (*learning development*). Pada tahun 2025, kami mencatat skor Univoice sebesar 78%. Hasil penilaian Univoice akan menjadi masukan untuk perbaikan kinerja Perseroan selanjutnya.

Measuring the Success of Employee Engagement

To measure the success of our work culture initiatives and to improve the quality of work in the long term, Unilever Indonesia provides an open channel via the Univoice platform, where employees can voice their concerns and provide feedback to the Company.

The assessment covers engagement, wellbeing, and learning and development. In 2025, we recorded a Univoice score of 78%. The results of the Univoice assessment will serve as input for the Company's future performance improvements.

Membangun Kompetensi yang *Future-Fit*

Seiring dengan dinamika industri dan percepatan digitalisasi, program pelatihan karyawan Perseroan dirancang untuk memperkuat kapabilitas agar tetap relevan dengan kebutuhan bisnis saat ini, sekaligus mempersiapkan kesiapan talenta menghadapi tantangan di masa depan (*future-fit*), termasuk pada jenjang kepemimpinan.

Pada tahun 2025, program pelatihan karyawan difokuskan kepada pengembangan keterampilan untuk melakukan pekerjaan secara lebih efektif dan berdampak, khususnya dalam menjalani peran di era akselerasi digital dan kecerdasan buatan yang menjadi bagian dari kebutuhan bisnis di masa kini.

Perseroan menyediakan program pengembangan kompetensi karyawan yang terdiri dari tiga bidang utama, yaitu:

Building Future-Fit Competencies

In line with industry dynamics and the acceleration of digitalisation, the Company's employee training programmes are designed to strengthen capabilities to ensure they remain relevant to current business needs, whilst preparing talent to face future challenges (future-fit), including at leadership levels.

In 2025, the employee training programme focused on developing skills to perform work more effectively and with greater impact, particularly in fulfilling roles in the era of digital acceleration and artificial intelligence, which are integral to today's business needs.

The Company provides an employee competency development programme comprising three main areas, namely:

No.	Area	
1.	*General Skill*	Untuk membekali karyawan dengan keterampilan untuk menavigasi kondisi umum yang bergejolak dan tidak pasti, dengan mengikuti Standar Kepemimpinan Unilever. To equip employees with the skills to navigate volatile and uncertain conditions, in line with Unilever's Leadership Standards.
2.	*Functional Skill*	Untuk membekali karyawan dengan keterampilan yang diperlukan agar dapat melakukan pekerjaan mereka secara lebih efektif dan berdampak. To equip employees with the skills needed to perform their roles more effectively and make a greater impact.
3.	*Leadership Development*	Untuk menyediakan program pembelajaran khusus bagi karyawan di posisi kepemimpinan senior dan program pemimpin masa depan. To provide specialised learning programmes for employees in senior leadership roles and future leaders.

Jumlah pengguna dan konten pelatihan baik *online* maupun *offline* sepanjang tahun 2025 adalah sebagai berikut:

The number of users and the volume of training content–both online and offline–throughout 2025 are as follows:

Indikator Pelatihan **Training Indicators**	**2025**	**2024**	**2023**
Jumlah Pengguna yang Mengakses Total Users Accessing	1,689	1,763	1,698
Jumlah Konten yang Diselesaikan Total Contents Completed	24,508	24,613	23,786
Pengguna dengan Kemampuan Baru yang Bertambah Upskilled Users	35.6%	32.0%	26.1%

Tipe Pelatihan **Type of Training**	**Area**	**Tujuan** **Purpose**	**Target Partisipan** **Target Participants**	**Partisipan** **Participants**
General Skill	Kepemimpinan Leadership	Untuk memberikan karyawan keterampilan untuk menavigasi kondisi kerja yang bergejolak dan tidak pasti ini mengikuti Standar Kepemimpinan Unilever To equip employees with the skills to navigate these turbulent and uncertain working conditions in line with Unilever's Leadership Standards	Seluruh Karyawan All employees	2,138
	Komunikasi Communication			
	Kecerdasan Bisnis Secara Umum General Business Intelligence			
	Skill Interpersonal Interpersonal Skills			
Marketing Foundation, Enabling Creative Excellence	Pemasaran: - Pemasaran Strategis & Pertumbuhan Merek - Konsumen & Komunikasi - Media digital, dan Keuangan untuk Pemasaran - Pengalaman Merek yang Kreatif Marketing: - Strategic Marketing & Brand Growth - Consumers & Communication - Digital Media and Marketing Finance - Creative Brand Experiences	Untuk meningkatkan keterampilan garis depan perusahaan dengan lisensi baru untuk beroperasi mengikuti standar global To enhance the company's frontline capabilities with a new licence to operate in accordance with global standards	Karyawan Tertentu Specific Employees	36

Tipe Pelatihan Type of Training	Area	Tujuan Purpose	Target Partisipan Target Participants	Partisipan Participants
Manufacturing	Keamanan Safety	Untuk membekali karyawan dengan keterampilan yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan mereka secara lebih efektif, mematuhi peraturan lokal dan regulasi operasi global dengan masih mengutamakan keselamatan To equip employees with the skills they need to carry out their work more effectively, comply with local rules and global operational regulations, whilst prioritising safety	Seluruh Karyawan Manufaktur All Manufacturing Employees	7,687
	Operasional dan Peningkatan Operational and Improvement			
	Sertifikasi Certifications			
	Pelatihan Kepatutan Compliance Training			

Pelatihan dan Pengembangan Kompetensi Dewan Komisaris, Direksi, Komite-komite, dan Organ Pendukung

Training and Competency Development for the Board of Commissioners, the Board of Directors, Committees and Supporting Bodies

Dewan Komisaris

Board of Commissioners

Nama Name	*Training/Speaking Engagement*	Tanggal Date	Penyelenggara Organiser	Tempat Venue
Sanjiv Mehta	The Art of Building and Leading	Agustus 2025 August 2025	PWC India	Virtual
Alissa Wahid	Partnership to Co-Create a Future with Next Generation	Februari – Maret 2025 February – March 2025	Next Generation	Tokyo
	Training of Facilitators: Pengelolaan Sampah Berbasis Spiritual Ekologi Training of Facilitators: Ecological Spirituality-Based Waste Management	Juni 2025 June 2025	LPBI NU Indonesia	Jakarta
Fauzi Ichsan	Banking Risk Management Workshop Qualification 4	November 2025	LPPI	Jakarta
	Banking Risk Management Workshop Certification Qualification 4	Desember 2025 December 2025		
Alexander Steven Rusli	Leadership Speaker Series: Venture Capital and AI & Innovation (Inactive)	3 Februari 2025 3 February 2025	Ares Management	*Course Offering*
	2025 Ares Global Compliance and Ethics Training	7 Februari 2025 7 February 2025		*Digital Course*
	2025 Annual Preventing Workplace Harassment Training (Global)	27 Juni 2025 27 June 2025		
	Financial Crimes Prevention (APAC)	14 September 2025		
	Insider Trading and Information Management	15 Oktober 2025 15 October 2025		

Direksi

Board of Directors

Nama Name	*Training/Speaking Engagement*	Tanggal Date	Penyelenggara Organiser	Tempat Venue
Benjie Yap	Inspiring Unileader Goes to Yogyakarta – Semarang	17 Oktober 2025 17 October 2025	Unilever	*Offline*
Neeraj Lal	Mandiri Investment Forum	13 Februari 2025 13 February 2025	Mandiri Sekuritas	Jakarta
	JP Morgan Conference	3 September 2025	JP Morgan	*Online*
	Board Workshop with Nick Pope	16-17 Januari 2025 16-17 January 2025	Unilever	25hours Hotel, Jakarta
	BOD and GM Indonesia Media Training	27 Mei 2025 27 May 2025	Unilever	Unilever Office
	Executive Transition Lab	16 September 2025	Deloitte	UK
	Finance Career Learning Week 2025	17 November 2025	Unilever	Unilever Office
	Board Workshop with Sudhansu	1-2 Desember 2025 1-2 December 2025	Unilever	Wisma Habibie & Langham Hotel
Alejandro Meinardo Santos Concha	Dare to Lead	April – Juli 2025 April – July 2025	Better Up	*Online*
Hendri Widiarta	Inspiring Unileader Goes to Yogyakarta – Semarang	17 Oktober 2025 17 October 2025	Unilever	*Offline*
	Board Workshop with Sudhansu	1-2 Desember 2025 1-2 December 2025	Unilever	Wisma Habibie & Langham Hotel
Nurdiana Darus	The Indonesia Zero Emission Heavy-Duty Vehicle Summit – Road to the International Conference on Infrastructure (ICI) 2025	27 Mei 2025 27 May 2025	WRI (World Resources Institute) Indonesia and the Coordinating Ministry for Infrastructure and Regional Development	The Westin, Jakarta
Enny Hartati	Top Women Talks: Perempuan Berdampak Top Women Talks: Women Who Make A Difference	7 Maret 2025 7 March 2025	CNBC Indonesia	*Offline*
Vandana Suri	Media Training	20 Mei 2025 20 May 2025	Unilever PLC	*Online*
	Dare to Lead	Juli 2025 July 2025	Unilever	*Offline*
Willy Saelan	Indonesia Summit 2025 (Unlocking Job Opportunities)	27-28 Agustus 2025 27-28 August 2025	IDN Times	*Offline*

Komite Audit

Audit Committee

Nama Name	*Training/Speaking Engagement*	Tanggal Date	Penyelenggara Organiser	Tempat Venue
Nita Skolastika Ruslim	Standar Audit (SA) 315 (Revisi): Pengidentifikasian dan penilaian risiko kesalahan penyajian material Auditing Standard (AS) 315 (Revised): Identification and assessment of the risk of material misstatement	28 Mei 2025 28 May 2025	IAPI	Webinar
	Update PSAK terkini dalam penyusunan laporan keuangan Latest updates to PSAK in the preparation of financial statements	11 Juni 2025 11 June 2025		
	Penerapan SAK entitas privat dalam penyusunan laporan keuangan perusahaan Application of SAK for private entities in the preparation of company financial statements	2 Juli 2025 2 July 2025		
	Mendalami perubahan iklim dan pasar karbon: regulasi, insentif dan strategi pajak karbon di Indonesia Exploring climate change and the carbon market: regulations, incentives and carbon tax strategies in Indonesia	9 Juli 2025 9 July 2025		
	Implementasi PSAK 115 & 116: Tantangan penerapan dan implikasi ke laporan keuangan Implementation of PSAK 115 & 116: Implementation challenges and implications for financial statements	4 Agustus 2025 4 August 2025		
Aria Farah Mita	IASB Update	5 Februari 2025 5 February 2025	Ikatan Akuntan Indonesia Institute of Indonesia Chartered Accountants	Jakarta
	Roundtable Discussion "IAS 38 Intangible Asset"			
	Accounting and Accountability in Emerging Economies	25-27 Juni 2025 25-27 June 2025	University of Essex	Bali
	PSAK 118	2 Juli 2025 2 July 2025	Ikatan Akuntan Indonesia Institute of Indonesia Chartered Accountants	Jakarta
	International Seminar IAI 68th Anniversary: Indonesian Accountants: Resilient, Sustainable, and Future Ready	3-4 Desember 2025 3-4 December 2025		

Komite Nominasi dan Remunerasi

Nomination and Remuneration Committee

Nama Name	*Training/Speaking Engagement*	Tanggal Date	Penyelenggara Organiser	Tempat Venue
Sanjiv Mehta	The Art of Building and Leading	Agustus 2025 August 2025	PWC India	Virtual

Sekretaris Perusahaan

Corporate Secretary

Nama Name	*Training/Speaking Engagement*	Tanggal Date	Penyelenggara Organiser	Tempat Venue
Padwestiana Kristanti	IICD Corporate Governance Conference and Award 2025	15 September 2025	IICD	*Offline*
	Pendalaman POJK 29 Tahun 2023 – Pembelian Kembali Saham An In-Depth Look at POJK 29 of 2023 – Share Buybacks	15 Mei 2025 15 May 2025	ICSA	*Online*
	IDE Katadata 2025: Katadata Indonesia Middle Class Insights (Speaker)	19 Februari 2025 19 February 2025	Katadata Indonesia	*Offline*
	Mandiri Investment Forum	13 Februari 2025 13 February 2025	Mandiri Sekuritas	Jakarta
	JP Morgan Conference	3 September 2025	JP Morgan	*Online*

Unit Audit Internal

Internal Audit Unit

Nama Name	*Training/Speaking Engagement*	Tanggal Date	Penyelenggara Organiser	Tempat Venue
Jessy Andries	Training for Certified Internal Audit (CIA)	30 September 2024 – 30 April 2026	GLEIM for CIA Review	*Online*
Habibie Fikrie Akbar	Leading at Unilever: Leading Self and Others	3 November 2025 dan Desember 2025 3 November 2025 and December 2025	Mind Gym	Jakarta

Penjelasan lebih lanjut mengenai pengelolaan SDM Perseroan terdapat pada Laporan Keberlanjutan Unilever Indonesia dalam buku terpisah.

Further details regarding the Company's human resources management can be found in Unilever Indonesia's Sustainability Report, published as a separate booklet.

Kesehatan dan Keselamatan Kerja

Occupational Health and Safety

Penerapan Kebijakan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) di seluruh area operasional adalah salah satu prioritas utama Perseroan dalam melindungi karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan aman. Implementasi K3 mencakup penyediaan fasilitas kerja yang aman, pelaksanaan pelatihan keselamatan, serta penerapan langkah-langkah pencegahan risiko secara proaktif.

Perseroan juga mendorong pelaporan atas potensi ketidaksesuaian yang dapat menimbulkan insiden, serta melakukan investigasi secara menyeluruh terhadap setiap kejadian sebagai bagian dari upaya perbaikan berkelanjutan.

Komitmen Perseroan terhadap pelaksanaan K3 sejalan dengan target *Vision Zero* atau *zero accident* di tempat kerja, yang didukung oleh berbagai program di bawah pengawasan Komite *Safety, Health & Environment Committee* (CSHEC).

Dalam penerapan kebijakan K3, Perseroan senantiasa memastikan pemenuhan standar K3 pada seluruh fasilitas dan kegiatan operasional. Sistem Manajemen K3 (SMK3) yang diterapkan di kantor pusat serta fasilitas produksi di Cikarang dan Rungkut telah diselaraskan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan serta standar internasional, termasuk OHSAS 18001 dan ISO 45001.

Implementing the Occupational Health and Safety (OHS) policy across all operational areas is one of the Company's key priorities in protecting employees and maintaining a healthy, safe workplace. OHS implementation includes the provision of safe working facilities, the delivery of safety training, and the proactive application of risk prevention measures.

The Company also encourages the reporting of potential non-conformities that could lead to incidents, and conducts thorough investigations of every occurrence as part of its continuous improvement efforts.

The Company's commitment to OHS implementation aligns with its Vision Zero target–zero accidents in the workplace, supported by various programmes under the oversight of the Safety, Health & Environment Committee (CSHEC).

In applying its OHS policy, the Company consistently ensures compliance with OHS standards across all facilities and operational activities. The Occupational Health and Safety Management System (OHSMS) implemented at the Head Office and the manufacturing facilities in Cikarang and Rungkut has been aligned with prevailing laws and regulations as well as international standards, including OHSAS 18001 and ISO 45001.

1 Kecelakaan Accident

yang menyebabkan hilangnya waktu kerja

resulting in time loss

0 Kecelakaan Accident

yang mengakibatkan kematian (*fatality*)

resulting in fatalities

0.29

TRFR* karyawan

employee TRFR

0.45

TRFR* kontraktor

contractor TRFR

* *Total Recordable Frequency Rate* atau total tingkat insiden untuk kecelakaan kerja

* Total Recordable Frequency Rate or total incident level for work accidents







Together for Safety

Menjaga Kesehatan Mental dan Fisik Karyawan

Unilever Indonesia melihat kesehatan mental dan fisik (*wellbeing*) sebagai salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan kinerja dan kualitas kerja karyawan. Perseroan mengukur tingkat *wellbeing* karyawan melalui empat aspek, yaitu kesadaran tingkat emosional, kondisi mental yang terjaga, karyawan tetap aktif secara fisik, dan memiliki tujuan mulia (*purpose*) dalam hal kepemimpinan.

Penilaian *wellbeing* karyawan dilakukan secara terstruktur melalui *line manager* dengan mengacu pada penerapan Standar Perilaku sebagai indikator karyawan dalam melakukan refleksi diri, pengendalian emosi, serta kesadaran untuk membantu orang lain menjadi versi terbaik dirinya.

Safeguarding Employees' Mental and Physical Wellbeing

Unilever Indonesia views mental and physical wellbeing as a key factor in sustaining employee performance and quality of work. The Company assesses employee wellbeing across four aspects: emotional awareness, sound mental condition, maintaining physical activity, and a strong sense of purpose in leadership.

Employee wellbeing is assessed in a structured manner through line managers, with reference to the application of the Standards of Behaviour as indicators to support employees in self-reflection, emotional regulation, and awareness in helping others become the best version of themselves.



Sejalan dengan upaya tersebut, Perseroan mendukung kesehatan fisik karyawan melalui penyediaan fasilitas dan aktivitas olahraga seperti *gym* yang dilengkapi dengan pelatih. Perseroan juga memfasilitasi berbagai komunitas cabang olah raga antara lain lari, basket, sepeda, hingga perkumpulan hobi yang dapat diikuti oleh karyawan sesuai minat dan bakatnya.

Unilever Indonesia juga menyediakan tenaga medis profesional di kantor pusat dan seluruh fasilitas operasional, dengan adanya Departemen *Medical Occupational Health* (MOH) khusus yang dipimpin oleh seorang dokter. Seluruh pabrik Perseroan juga telah dilengkapi dengan klinik kesehatan yang beroperasi penuh dengan tenaga paramedis yang tersedia di setiap *shift* kerja.

Selain penyediaan fasilitas, Perseroan menerapkan kebijakan pengaturan kerja yang fleksibel, termasuk kebijakan bekerja dari rumah (*work from home*) selama beberapa hari dalam seminggu, guna mendukung keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi (*work life balance*).

In line with these efforts, the Company supports employees' physical health by providing sports facilities and activities, including a gym equipped with trainers. The Company also facilitates a range of sports communities, including running, basketball, and cycling, as well as hobby groups that employees can join based on their interests and talents.

Unilever Indonesia also provides professional medical personnel at the Head Office and across all operational sites through a dedicated Medical Occupational Health (MOH) Department led by a physician. All of the Company's factories are also equipped with fully operational health clinics, supported by paramedics available across every work shift.

Beyond facilities, the Company implements flexible working arrangements, including a work-from-home policy for several days each week, to support work–life balance.

Layanan Konseling 24 Jam 24 Hour Counselling Services

Untuk mendukung kesehatan mental, Perseroan menyediakan *Employee Assistance Program* (EAP), layanan konseling profesional bebas pulsa 24 jam yang dirancang sebagai sarana pendampingan bagi karyawan dalam mengelola tekanan kerja, kesehatan mental, hingga hubungan personal. Fasilitas ini juga dapat memberi masukan bagi *line manager* untuk menangani karyawan yang bermasalah.

To support mental wellbeing, the Company provides an Employee Assistance Programme (EAP), a 24-hour toll-free professional counselling service designed to support employees in managing work-related pressure, mental health concerns, and personal relationships. This facility can also provide input to line managers in addressing employees who may be experiencing challenges.

Penjelasan lebih lanjut mengenai Kesehatan dan Keselamatan Kerja karyawan terdapat pada Laporan Keberlanjutan Unilever Indonesia dalam buku terpisah.

Further details regarding employee Health and Safety are provided in Unilever Indonesia's Sustainability Report in a separate book.

Digitalisasi dan Keamanan Siber

Digitalisation and Cyber Security

Operasional Unilever bergantung pada sistem Teknologi Informasi (TI) yang tangguh serta perlindungan dan pengelolaan data yang efektif untuk memastikan kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan informasi. Lanskap risiko siber terus berkembang dan tingkat kompleksitasnya semakin meningkat akibat jejak digital bisnis kami yang terus meluas, termasuk akibat dari ketergantungan pada pihak ketiga, serta perkembangan regulasi siber.

Pelaku ancaman kini memiliki kemampuan yang semakin canggih, dimana sebagian menggunakan AI untuk mengotomatisasi serangan *phishing*, mengeksploitasi kerentanan, dan melakukan rekayasa sosial dengan memanfaatkan *deepfake*. Seiring meningkatnya interaksi digital dengan pelanggan, pemasok, dan konsumen, kebutuhan akan sistem TI yang aman dan tangguh menjadi krusial dalam memastikan privasi data.

Kami pun pernah menjadi sasaran serangan siber di masa lalu, meskipun hal itu tidak mengakibatkan dampak material. Namun, kami menyadari bahwa insiden siber yang signifikan berpotensi memengaruhi operasi inti kami, termasuk penjualan, rantai pasokan, dan arus kas, serta dapat berdampak pada kinerja keuangan, reputasi, dan kepatuhan regulasi.

Unilever's operations are reliant on robust Information Technology (IT) systems and the effective protection and management of data to ensure confidentiality, integrity and availability of information. The cyber risk landscape continues to evolve. There is increasing complexity due to the growing digital footprint of our business, including reliance on third parties, and the evolving cyber regulatory landscape.

Threat actors have heightened capabilities, in part through the use of AI to automate phishing, exploit vulnerabilities and conduct deepfake enabled social engineering. As digital interactions with customers, suppliers and consumers increase, the need for secure and resilient IT systems becomes critical in ensuring data privacy.

While we have been subject to cyber-attacks in the past, none have resulted in a material impact. However, we recognise that a significant cyber incident has the potential to affect our core operations, including sales, supply chain and cash flow, as well as impact financial performance, reputation and regulatory compliance.

Pengelolaan Risiko TI dan Keamanan Siber

Pengelolaan TI dan keamanan siber Unilever dikelola terpusat secara global. Kami mengelola risiko melalui strategi berlapis yang selaras dengan Kerangka Kerja Keamanan Siber NIST, dengan kemampuan yang telah ditetapkan di seluruh fungsi *Govern*, *Identify*, *Protect*, *Detect*, *Respond*, dan *Recover*.

IT and Cyber Security Risk Management

Unilever coordinates its IT and cyber security management through globally centralised IT security operations. We manage the risk through a multi-layered strategy aligned to the NIST Cyber Security Framework, with established capabilities across the Govern, Identify, Protect, Detect, Respond and Recover functions.



Dalam fungsi *Govern*, Kerangka Kerja Manajemen Risiko Keamanan Siber kami terintegrasi ke dalam proses risiko perusahaan yang lebih luas, termasuk dengan Komite Audit yang memberikan pengawasan khusus terhadap risiko tersebut.

In Govern, our Cyber Security Risk Management Framework is integrated into our broader enterprise risk processes, with the Audit Committee providing specific oversight of the risk.

Kami menerapkan serangkaian kebijakan dan standar keamanan siber global yang berlaku bagi karyawan, kontraktor, dan pihak ketiga, serta tunduk pada tinjauan dan pembaruan berkala. Tim Jaminan Keamanan Siber internal kami yang didukung oleh pakar eksternal, melakukan penilaian berbasis risiko, termasuk untuk pihak ketiga yang rentan, yang hasilnya akan digunakan untuk mendorong perbaikan berkelanjutan.

We maintain a global set of cyber security policies and standards, applicable to employees, contractors and third parties, and subject to periodic review and updates. Our internal Cyber Security Assurance team, complemented by external experts, conducts risk-based assessments, including for critical third parties, with output used to drive continuous improvement.

Pimpinan senior terlibat secara aktif melalui Dewan Perlindungan Informasi, yang mengawasi prioritas dan tata kelola risiko siber dan privasi. Fungsi Identifikasi dan Perlindungan akan mengoperasikan tumpukan teknologi modern yang dapat meningkatkan visibilitas perusahaan, serta menangani ancaman dan kerentanan untuk melindungi operasi bisnis kami.

Senior leadership is actively engaged through the Information Protection Council, which oversees prioritisation and governance of cyber and privacy risks. The Identify and Protect functions operate a modernised technology stack that enhances enterprise visibility, and addresses threats and vulnerabilities to protect our business operations.

Fungsi Deteksi dan Tanggapan kami bertugas mengoperasikan rencana tanggapan insiden yang terstruktur dan telah diuji coba untuk memastikan deteksi dan penanggulangan cepat jika terjadi insiden siber. Sementara fungsi Pemulihan kami melakukan perencanaan ketahanan dan pengujian pemulihan. Langkah-langkah ini dirancang untuk mengurangi dampak insiden siber yang material, meskipun tidak ada sistem yang dapat sepenuhnya menghilangkan risiko.

Our Detect and Respond functions operate a structured and rehearsed incident response plan to ensure rapid detection and containment in the event of a cyber incident. Our Recover function conducts resilience planning and recovery testing. These measures are designed to reduce the likelihood of a cyber event having a material impact, although no system can eliminate risk entirely.

Analisis dan Pembahasan Manajemen

Management Discussion and Analysis

139 **Tinjauan Operasional**
Operational Review

139 **Home & Personal Care**

162 **Foods & Refreshment**

176 **Unilever Food Solutions (UFS) Indonesia**

182 **Customer Development**

186 **Rantai Pasok**
Supply Chain

192 **Customer Operations**

199 **Tinjauan Keuangan**
Financial Review

Home & Personal Care

Rp 23.4 triliun
trillion

Penjualan Bersih

Net Sales

Rp 11.2 triliun
trillion

Laba Bruto

Gross Profit

73.1%

Kontribusi terhadap Pendapatan Perseroan

Contribution to the Company's Total Revenue

Homecare

Akselerasi Pemulihan Kinerja melalui Keunggulan Produk, Pemasaran *Social-First*, dan Eksekusi yang Disiplin

Kondisi perekonomian Indonesia pada tahun 2025 secara umum tetap positif, dengan pertumbuhan PDB sekitar 5% dan inflasi yang terjaga di kisaran 2–3%. Hal ini membantu menjaga tingkat konsumsi domestik, meski terdapat penurunan kepercayaan konsumen yang biasa terjadi menjelang akhir tahun. Di tengah kondisi tersebut, pasar Home Care terus bertumbuh, dengan pertumbuhan volume hingga 4%. Performa ini didorong oleh minat konsumen untuk mencari solusi yang terjangkau, namun tetap memberikan kinerja yang nyata dan memberikan manfaat sensorial.

Momentum kategori terutama didorong oleh perubahan struktural pada format produk dan klaim manfaat. Deterjen cair terus mencatat pertumbuhan yang kuat. Permintaan juga meningkat untuk sabun cuci piring cair, pembersih lantai, serta produk dengan kemasan ekonomis berukuran besar dan proposisi "*safe & gentle*" yang kian berkembang. Pada saat yang sama, klaim wangi dan pengalaman sensorial semakin memengaruhi minat konsumen, dengan lebih dari 40% konsumsi Home Care. Fenomena ini didorong oleh media sosial dan edukasi dari para kreator.

Meski demikian, tahun 2025 juga diwarnai tekanan kompetitif yang kian intens, terutama dari pelaku industri dengan harga ekonomis, yang mengandalkan promosi agresif dan volume penawaran (*deal*) yang lebih tinggi. Dinamika ini mendorong terjadinya devaluasi kategori, serta menambah tekanan terhadap pangsa pasar dan penetrasi di berbagai merek *incumbent*.

Kinerja 2025

Melanjutkan komitmen yang telah ditegaskan pada 2024 untuk menjadikan 2025 sebagai tahun pemulihan kinerja, pada tahun ini bisnis Home Care berhasil mencatat pertumbuhan yang kuat, dengan kenaikan volume sebagai pendorong utama.

Home Care juga berhasil menstabilkan tren penurunan pangsa jangka panjang pada merek-merek inti, ditopang oleh proposisi yang semakin jelas, akselerasi inovasi, serta eksekusi harga yang lebih kompetitif. Kategori pembersih permukaan

Accelerating Turnaround through Superiority, Social-First Marketing and Disciplined Execution

In 2025, Indonesia's macroeconomic environment remained broadly supportive, with GDP growth of around 5% and inflation contained within the 2–3% range, helping to sustain domestic consumption despite occasional late-year softness in consumer confidence. Against this backdrop, the Home Care market continued to expand, supported by a 4% volume growth as consumers increasingly sought affordable solutions that still delivered visible performance and sensorial benefits.

Category momentum was led by structural shifts in formats and claims. Liquid detergents continued to grow strongly, while demand also rose for dishwash liquids, floor cleaners, big packs and emerging "safe & gentle" propositions. At the same time, fragrance and sensorial claims became increasingly influential, representing over 40% of Home Care consumption, amplified by social media and creator-led education.

However, 2025 also saw intensifying competitive pressure, particularly from lower-priced players using aggressive promotions and higher deal volumes that contributed to category devaluation and placing additional pressure on market share and penetration across incumbent brands.

Performance in 2025

Building on the commitment made in 2024 to make 2025 a turnaround year, Home Care delivered a strong return to growth, with volume as the primary growth driver.

The business stabilised the long-term share decline in core brands, supported by stronger proposition clarity, stepped-up innovation and more competitive price execution. Surface Cleaners continued to perform well, with Wipol consistently



(*Surface Cleaners*) terus menunjukkan kinerja yang solid, dengan Wipol yang secara konsisten meningkatkan pangsa pasar, dan Molto yang kembali pada jalur pertumbuhan yang lebih sehat.

Inovasi dan Keunggulan sebagai Strategi Utama

Pada tahun 2025, Home Care mempercepat proses inovasi untuk menjawab kebutuhan utama konsumen, dengan menyeimbangkan efektivitas, pengalaman sensorial yang menyenangkan, serta meningkatnya kebutuhan akan solusi "*safe & gentle*".

gaining share, while Molto returned to a healthier growth trajectory.

Innovation and Superiority at the Core

In 2025, Home Care accelerated innovation to address key consumer tensions through balancing efficacy, sensorial delight and emerging demand for "safe & gentle" solutions. Notable launches and renovations included Sunlight BioCare

Peluncuran dan pembaruan (*renovation*) yang menonjol mencakup Sunlight BioCare Nature, yang berhasil menangkap permintaan "*safe & gentle*" dan mencapai penetrasi hingga 8%, ekspansi Molto ke segmen parfum mewah untuk menjawab selera konsumen yang kian mengarah pada wewangian premium, serta pembaruan Sunlight Core dengan formulasi Rhamno, yang telah tervalidasi memberikan kinerja yang lebih unggul. Rinso juga memperkuat proposisi inti melalui peningkatan investasi pada aspek parfum.

Nature, which captured "safe & gentle" demand and reached 8% penetration, Molto's expansion into the luxury perfume segment to meet the growing appetite for premium fragrance, and the renovation of Sunlight Core featuring Rhamno formulation, validated for superior performance. Rinso also strengthened its core proposition through increased perfume investment.

Inovasi-inovasi ini divalidasi melalui proses R&D dan penilaian laboratorium yang ketat, dengan uji konsumen sebagai tahap akhir sebelum dipasarkan secara luas. Hal ini dilakukan untuk memastikan keunggulan performa yang nyata, dan dapat dirasakan secara konsisten dalam penggunaan sehari-hari.

These innovations were validated through robust R&D and laboratory assessment, with consumer testing as the final gate before scale-up that ensured performance superiority was both real and repeatable in daily usage.

Dua inovasi merek yang paling menonjol adalah peluncuran Sunlight baru dengan Rhamno Technology yang diperkuat melalui kampanye Sunlight x Whoosh, serta Rinso terbaru yang meluncurkan pembaruan dengan keunggulan parfum. Keduanya dirancang untuk memperkuat daya ingat terhadap merek, sekaligus mengonversi keunggulan produk menjadi *trial and repeat*.

Two of the most visible brand moments were the launch of the new Sunlight with Rhamno Technology, amplified through the Sunlight x Whoosh campaign, and the rollout of new Rinso variants with refreshed perfume credentials which were both designed to strengthen brand memorability while converting superiority into trial and repeat.

Pemasaran *Social-First* dan Akselerasi *Commerce*

Agar dapat unggul dalam lanskap media dan ritel yang semakin terfragmentasi, Home Care melakukan pergeseran total menuju pendekatan pemasaran *digital-first* dan *social-first*. Perseroan membentuk "*command centre*" *social-first* khusus untuk menangkap tren, menerjemahkan *insight* menjadi pengembangan materi kreatif secara cepat, serta mengeksekusi konten melalui komunikasi merek, kemitraan dengan *influencer*, dan *affiliate marketing* yang mendukung penguatan ekuitas merek sekaligus konversi *eCommerce*. Kapabilitas media sosial juga ditingkatkan melalui pemanfaatan berbagai alat terbaru berbasis AI, sehingga pengembangan konten dalam skala besar dapat dilakukan dengan lebih cepat, serta memiliki pengujian yang lebih tepat untuk meningkatkan efektivitas.

Social-First Marketing and Commerce Acceleration

To win in a more fragmented media and retail landscape, Home Care fully shifted towards a digital-first, social-first marketing approach. A dedicated social-first "command centre" was established to listen to trends, translate insights into rapid creative development, and execute content across brand communications, influencer partnerships and affiliate marketing that supported both equity building and eCommerce conversion. We have also enhanced social media capabilities through the use of newer AI-enabled tools, allowing faster content development at scale and more iterative testing to improve effectiveness.

Fokus utama Sunlight pada 2025 adalah membangun relevansi dan advokasi melalui komunitas digital yang lebih terarah. Tim mengidentifikasi komunitas *online* yang besar dan mencerminkan konsumen inti Sunlight, yang dapat membuat pesan, konten, dan penargetan media tersampaikan dengan presisi yang jauh lebih tinggi, terlepas dari apakah konsumen pada akhirnya berbelanja secara *online* maupun *offline*.

A key focus for Sunlight in 2025 was to build relevance and advocacy through targeted digital communities. The team identified sizable online communities that closely represent Sunlight's core target consumers to ensure messaging, content and media targeting could be delivered with far greater precision, whether consumers ultimately purchased online or offline.

Lebih dari sekadar memperluas jangkauan, Home Care senantiasa memperkuat loyalitas pada *brand* ("*brand love*") dengan menjaga komunitas yang secara aktif menjadi pendukung merek. Pada awal tahun, Sunlight berkolaborasi dengan komunitas sosial untuk menghasilkan konten positif berbasis advokasi, yang membantu memperkuat pesan keunggulan produk dengan cara yang lebih organik dan lebih dipercaya oleh komunitas tersebut.

Beyond reach, the ambition was to strengthen "brand love" by nurturing communities that actively advocate for the brand. Early in the year, Sunlight partnered with social communities to create positive advocacy-led content, helping to reinforce superiority messaging in a way that felt more organic and trusted within these spaces.

Pendekatan pembangunan komunitas ini kemudian dilengkapi dengan aktivasi *on-ground* berskala lebih besar bersama para ibu, yang dirancang untuk memperdalam koneksi emosional dan memperkuat ketertarikan merek para audiens prioritas. Untuk meningkatkan kredibilitas pada konten edukatif, Home Care juga memanfaatkan Cleanipedia Indonesia sebagai platform publikasi kebersihan yang independen, guna mendorong komunikasi yang lebih autentik serta memperkuat narasi merek yang konsisten dan akurat dalam skala yang lebih luas.

This community-building approach was later complemented by a larger-scale on-ground activation with mums, designed to deepen emotional connection and strengthen brand affinity with priority audiences. To amplify credibility in education-driven content, Home Care also leveraged Cleanipedia Indonesia as an independent cleaning publisher platform to boost more authentic communication and help reinforce consistent, accurate brand narratives at scale.

Secara paralel, pendekatan komunitas Sunlight ini juga berhubungan dengan perubahan yang dilakukan Home Care pada pertengahan tahun, yaitu untuk memperkuat kapabilitas *affiliate marketing* dengan membangun kemitraan bersama kreator afiliasi untuk mendorong penjualan *online*, serta terus menyempurnakan eksekusi *social commerce* berdasarkan strategi yang paling efektif di pasar.

In parallel, Sunlight's community approach was linked more directly to conversion: mid-year, Home Care strengthened its affiliate marketing capability by building partnerships with affiliate creators to help drive online sales, and continued to refine social commerce execution based on what worked best in-market.

Home Care juga semakin memperkuat ekosistem kreator dengan melibatkan komunitas yang selaras dengan momen penggunaan utama (mulai dari perawatan pakaian hingga kebersihan rumah), serta membangun advokasi melalui kemitraan jangka panjang di berbagai tingkatan *influencer*.

Home Care further strengthened its creator ecosystem by engaging targeted communities aligned to key usage occasions (from laundry care to home hygiene), and by building advocacy through longer-term partnerships across influencer tiers.

Dari sisi *commerce*, Home Care membangun kapabilitas internal baru untuk *affiliate marketing*. Kami melakukan penyesuaian strategi setelah menyadari bahwa *live streaming* afiliasi merupakan pendekatan yang lebih sesuai bagi Home Care, dibandingkan fokus awal sebelumnya pada konten video afiliasi berdurasi pendek.

In commerce, Home Care built new internal capabilities for affiliate marketing. While the initial focus was on short-form affiliate video content, we soon discovered that affiliate livestreaming was a more suitable approach and subsequently adjusted our strategy.



Menjaga Kepercayaan melalui Mutu, Keamanan, dan Kepatuhan

Menjaga kepercayaan konsumen tetap menjadi prioritas utama kami. Seiring berkembangnya isu global mengenai keamanan produk, rangkaian Dishwash kami kini mengadopsi pengawet yang lebih diakui dan lebih disukai secara universal. Hal ini semakin menegaskan komitmen kami terhadap kualitas, keamanan, dan pemenuhan ekspektasi konsumen masa kini.

Home Care juga terus memperkuat kesiapan regulasi serta memastikan pilihan formulasi yang tetap relevan di masa depan (*future-proof*), melalui pemantauan pembaruan regulasi. Peraturan tersebut termasuk Peraturan PMK No. 11/2025 yang mencakup sejumlah poin advokasi industri terkait validitas pengujian, persyaratan tanggung jawab teknis, serta ketentuan *sell-through* untuk stok lama (*legacy stock*).

Protecting Trust through Quality, Safety and Compliance

Maintaining consumer trust remained a top priority. As global conversations around product safety evolved, the Dishwash range adopted a preservative that is even more universally recognized and preferred, reinforcing our commitment to quality, safety and meeting the expectations of today's consumers.

Home Care also continued to strengthen regulatory readiness and future-proof formulation choices, through monitoring regulatory updates, including the issuance of PMK Regulation No. 11/2025, which incorporates several industry advocacy points relevant to testing validity, technical responsibility requirements, and sell-through provisions for legacy stock.

Keberlanjutan dan Dampak bagi Masyarakat

Home Care terus berkomitmen untuk mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam desain produk dan operasional. Pada aspek kemasan, Sunlight menerapkan kebijakan kemasan yang lebih ringan (*lightweighting*) pada 2025,

Sustainability and Community Impact

Home Care is committed to integrate sustainability into product design and operations. In packaging, Sunlight implemented lightweighting in 2025, reducing bottle weight from 38g to 32g, an approximately 16% reduction per bottle, across

dengan menurunkan berat botol dari 38g menjadi 32g, atau berkurang sekitar 16% per botol, pada beberapa target SKU dengan volume tinggi. Inisiatif ini menjadi fondasi untuk perluasan *lightweighting* berikutnya, serta adopsi PCR (*post-consumer recycled*) dan format yang dapat didaur ulang untuk implementasi selanjutnya.

targeted high-volume SKUs as a foundation for further scale-up of lightweighting, PCR and recyclable formats in future waves.

Dari sisi manufaktur, inisiatif yang dijalankan mencakup konversi limbah menjadi biomassa (*waste-to-biomass*), peningkatan *boiler* modular, pengurangan waktu operasi menara *spray-drying* melalui silo *buffering* yang berkontribusi pada penurunan energi hingga 40%, pemanfaatan panel surya, peremajaan uap melalui pemanfaatan kembali kondensat, penggantian *chiller* R22 dengan alternatif tanpa ODP (*zero-ODP*), serta penerapan *CIP return* untuk menurunkan konsumsi air.

In manufacturing, initiatives included waste-to-biomass conversion, modular boiler upgrades, reduced spray-drying tower runtime through silo buffering which contributed to 40% energy reduction, solar panel utilisation, steam rejuvenation through condensate reuse, replacement of R22 chillers with zero-ODP alternatives, and CIP return to reduce water consumption.

Program dampak sosial juga terus diperluas. Melalui Gerakan Masjid Bersih dari Wipol yang dilaksanakan bersama Dewan Masjid Indonesia, Home Care memperluas distribusi paket kebersihan ke lebih dari 50.000 masjid di seluruh Indonesia, guna mendukung edukasi kebersihan dan meningkatkan sanitasi di ruang-ruang yang menjadi pusat aktivitas komunitas di Indonesia.

Social impact programmes also continued to scale. Through Wipol's Gerakan Masjid Bersih, delivered with Dewan Masjid Indonesia, Home Care expanded the distribution of cleaning packages to more than 50,000 mosques nationwide that supported hygiene education and improved sanitation in spaces central to Indonesian communities.

Penghargaan dan Pencapaian 2025

Pencapaian Home Care di sepanjang tahun 2025 diperkuat oleh berbagai pengakuan eksternal atas keberhasilan penguatan merek dan keunggulan eksekusi, antara lain:

- **New Sunlight Rhamno x Whoosh** – momen kolaborasi yang menonjol, yang meningkatkan visibilitas kampanye serta relevansi budaya.
- **Enam penghargaan dari MMA Global (Indonesia dan APAC)** – sebagai pengakuan atas efektivitas pemasaran dan kreativitas yang kuat di tingkat regional.
- **Top Halal Brand Awards** – menegaskan kembali kepercayaan konsumen dan kekuatan merek di segmen produk rumah tangga halal.

Awards and Recognition in 2025

Home Care's progress in 2025 was reinforced by external recognition for brand building and execution excellence, including:

- **New Sunlight Rhamno x Whoosh** – a notable partnership moment that strengthened campaign visibility and cultural relevance.
- **Six awards from MMA Global (Indonesia and APAC)** – recognising strong marketing effectiveness and creativity across the region.
- **Top Halal Brand Awards** – reaffirming consumer trust and brand strength in the halal household segment.

Prospek 2026 dan Ke Depan

Home Care meyakini potensi pertumbuhan kategori ini di Indonesia dalam jangka panjang. Pasar yang saat ini bernilai sekitar €2,1 miliar, diproyeksikan mencapai €2,3 miliar pada 2030, didukung oleh CAGR nilai 2% dan CAGR volume 6–8%. Pendorong pertumbuhan utama diperkirakan berasal dari perkembangan ekonomi *value-mass*, pertumbuhan

Outlook: 2026 and Beyond

Home Care remains confident in the category's long-term growth potential in Indonesia. The market, currently valued at €2.1 billion, is forecast to reach €2.3 billion by 2030, supported by a 2% value CAGR and 6–8% volume CAGR. Key growth drivers are expected to come from the continued expansion of the value-mass economy, the

kota-kota sekunder, meningkatnya permintaan untuk format kemasan besar, serta munculnya format produk inovatif baru yang menjawab kebutuhan konsumen yang terus berevolusi.

Dalam konteks tersebut, Perseroan melihat ruang pertumbuhan yang signifikan pada segmen dan momen penggunaan utama, termasuk untuk deterjen cair, sabun cuci piring cair, pembersih lantai, kemasan besar, serta segmen *"safe & gentle"* yang tumbuh pesat. Sementara itu, klaim wangi dan sensorial yang kini menyumbang 40% konsumsi Home Care, akan tetap membentuk preferensi konsumen.

Melanjutkan pemulihan kinerja pada 2025, fokus pada 2026 adalah mempertahankan pertumbuhan dengan terus menghadirkan terobosan inovasi dan produk unggulan pada harga yang tepat. Hal ini dilakukan dengan tetap memperkuat kehadiran dan daya saing di area-area pertumbuhan yang sedang berkembang, khususnya di kota-kota sekunder dimana intensitas persaingan dan disrupsi yang dipicu promosi masih cukup tinggi.

Secara paralel, Home Care akan terus memperkuat eksekusi digital dan *social-first*, agar merek-merek kami tetap berada di benak konsumen. Upaya tersebut akan didukung oleh pengukuran efektivitas yang lebih kuat, peningkatan kapabilitas konten berbasis AI, perluasan kemitraan konten, serta peningkatan skala kreasi konten *social commerce* untuk mendorong konversi dan jangkauan.

development of secondary cities, rising demand for large pack formats, and the emergence of new innovative product formats that answer evolving consumer needs.

Within this, the business sees significant headroom in priority segments and usage occasions that include liquid detergent, dishwash liquid, floor cleaners, big packs, and the fast-growing "safe & gentle" space, while fragrance and sensorial claims continue to shape consumer choice, now accounting for over 40% of Home Care consumption.

Building on the 2025 turnaround, the focus in 2026 will be on sustaining growth by continuing to bring breakthrough innovations and superior products at the right price, while strengthening presence and competitiveness in developing growth areas; particularly secondary cities, where competitive intensity and promotion-led disruption remain elevated.

In parallel, Home Care will continue to advance its digital and social-first execution to keep brands at the forefront of consumers' minds, supported by stronger effectiveness measurement, upgraded AI-enabled content capabilities, expanded content partnerships, and scaling social commerce content creation to drive conversion and reach.



Personal Care

Menavigasi Perlambatan Pasar Sembari Membangun Fondasi Pertumbuhan Berbasis Nilai

Pada tahun 2025, bisnis Personal Care Unilever Indonesia beroperasi di tengah ketidakpastian ekonomi yang terus berlanjut serta melemahnya sentimen konsumen, yang turut mendorong perlambatan pasar. Di tengah tekanan tersebut, kami tetap berfokus pada penguatan posisi kepemimpinan di seluruh kategori, mempertajam arsitektur portofolio di berbagai tingkatan harga, serta membangun kapabilitas digital dan sosial yang lebih kuat agar senantiasa dekat dengan perilaku konsumen dan perjalanan belanja yang terus berkembang.

Bisnis Personal Care tetap menjadi salah satu kategori paling menarik di Indonesia. Berdasarkan [Nielsen Sales, FY 2025], kategori ini bernilai sekitar €1,8 miliar, dengan rincian Skin Cleansing sebesar €956 juta, Oral Care €591 juta, dan Deodorants €247 juta. Konsumsi per kapita mencapai €30, meningkat 4,1% dibandingkan tahun sebelumnya, mencerminkan relevansi kategori yang tetap kuat dalam rutinitas harian, di saat konsumen semakin mengutamakan *value*.

Disiplin Portofolio di Segmen *Mass*, Premium, dan *Masstige*

Pasar Personal Care Indonesia terus dibentuk oleh realitas "dua kecepatan": segmen ekonomi besar dan *mass* yang tetap sangat kompetitif seiring tumbuhnya ruang premium, dan "*affordable treat*" dimana konsumen secara selektif melakukan *trade up*.

Dalam situasi tersebut, kinerja kami mengalami kemajuan namun juga tekanan. Pencapaian kami didukung oleh perbaikan kinerja Toothpaste dan Skin Cleansing premium. Pada saat yang sama, kami juga melihat intensitas persaingan yang meningkat di Oral Care, Skin Cleansing, dan Deodorants, yang semakin menegaskan pentingnya untuk mempertajam eksekusi di pasar.

Navigating a Softer Market While Building the Foundations for Value-Led Growth

In 2025, Unilever Indonesia's Personal Care business operated amid continued economic uncertainty and weakening sentiment, which contributed to a market slowdown. Despite these pressures, we remained focused on reinforcing our leadership positions across categories, sharpening our portfolio architecture across price tiers, and building stronger digital and social capabilities to stay close to evolving consumer behaviours and purchase journeys.

Personal Care business remains one of Indonesia's most attractive categories, according to [Nielsen Sales, FY 2025] the category valued at approximately €1.8 billion, with Skin Cleansing at €956 million, Oral Care at €591 million, and Deodorants at €247 million. Per capita consumption reached €30, up 4.1% year-on-year, reflecting sustained relevance of the category in daily routines even amid heightened value-seeking behaviour.

Portfolio Discipline Across Mass, Premium, and Masstige

The Indonesian Personal Care market continues to be shaped by a dual-speed reality: a large economy and mass segment that remains highly competitive, alongside a growing premium and "affordable treat" space where consumers selectively trade up.

Within this context, our performance reflected both progress and pressure. Our result supported by improved performance in Toothpaste and premium Skin Cleansing. At the same time, we saw increased competitive intensity across Oral Care, Skin Cleansing, and Deodorants, further reinforcing the importance of sharpening executions.



Mempercepat *Demand Generation Digital-First* dan *Social-First*

Pada tahun 2025, bisnis Personal Care Unilever Indonesia mempertajam strateginya melalui model *demand* yang berorientasi *digital-first* dan *social-first*, selaras dengan cara konsumen Indonesia untuk semakin menemukan, mengevaluasi, dan membeli produk Personal Care melalui konten berbasis kreator, percakapan komunitas, serta pembelian

Accelerating Digital-First and Social-First Demand Generation

In 2025, Unilever Indonesia's Personal Care business sharpened its strategy around a digital-first and social-first demand model that reflected how Indonesian consumers increasingly discover, evaluate, and purchase Personal Care products through creator-led content, community conversations, and entertainment-driven commerce. With culture,

yang didorong oleh hiburan (*entertainment-driven commerce*). Seiring budaya, komunitas, dan *commerce* yang kian terjalin erat, kami memprioritaskan kapabilitas untuk membangun relevansi merek dan konversi secara cepat, dengan tetap menjaga konsistensi dan keamanan merek sebagai fondasi utama.

Salah satu pergeseran penting pada tahun 2025 adalah saat dimana kami memperkuat kemampuan untuk bergerak lebih gesit. Kami meningkatkan kapabilitas internal dan alur kerja dengan membentuk organisasi *Social-First Demand Generation* (SFDG) serta memperluas kolaborasi dengan ekosistem agensi. Langkah ini memungkinkan operasional yang lebih ringkas, siklus produksi konten yang lebih cepat, serta kemampuan *test-and-learn* yang lebih kuat sehingga tim dapat bereksperimen dengan cepat pada format konten baru dan memperluas hal yang efektif secara lebih efisien melalui lintas merek dan platform.

Peningkatan kapabilitas ini menjadi semakin krusial mengingat semakin cepatnya perubahan lanskap *social commerce* di Indonesia. Berbagai tren baru melaju pesat, termasuk kenaikan signifikan *liveshopping* dan integrasi kreator yang lebih dalam ke platform *commerce*, yang didukung oleh pergeseran menuju pengalaman belanja yang makin mulus, berbasis hiburan, serta kampanye yang semakin hiperpersonal dan digerakkan oleh komunitas. Untuk tetap terdepan, kami secara konsisten memantau analitik platform, wawasan *social listening*, serta metrik performa kreator, dengan memanfaatkan sinyal *real-time* untuk mengidentifikasi lebih dini perilaku baru dan momentum budaya yang sedang tumbuh.

Respons kami adalah untuk menggabungkan kecepatan dengan disiplin. Kami dengan cepat menerapkan pendekatan baru seperti *livestream* interaktif dan video pendek yang dapat langsung dibeli (*shoppable short videos*), lalu meningkatkan skala format yang berhasil seraya memastikan keselarasan dengan nilai-nilai inti merek. Dengan menjaga *content guardrails* yang jelas dan memprioritaskan aset yang tervalidasi serta *brand-safe*, kami memastikan pesan tetap autentik dan relevan, tanpa mengorbankan konsistensi saat beradaptasi pada tren dan dinamika platform yang terus berubah.

communities, and commerce becoming ever more intertwined, we prioritised the capability to build brand relevance and conversion at speed, while keeping brand consistency and safety firmly in place.

A key shift in 2025 was strengthening our ability to operate with greater agility. We enhanced internal capabilities and workflows by establishing the Social-First Demand Generation (SFDG) organisation and expanding collaboration with our agency ecosystem. This enabled more streamlined operations, faster content production cycles, and a stronger test-and-learn muscle to allow teams to experiment rapidly with new content formats and scale what works more efficiently across brands and platforms.

This capability upgrade was particularly important given the speed of change in Indonesia's social commerce landscape. New trends accelerated, including the rapid rise of liveshopping and deeper integration of creators into commerce platforms, driven by the shift toward seamless, entertainment-led shopping experiences and increasingly hyper-personalised, community-driven campaigns. To stay ahead of these shifts, we continuously monitored platform analytics, social listening insights, and creator performance metrics by using real-time signals to identify emerging behaviours and cultural moments early.

Our response combined speed with discipline: we quickly piloted new approaches such as interactive livestreams and shoppable short videos, then scaled successful formats while ensuring alignment with core brand values. By maintaining clear content guardrails and prioritising validated, brand-safe assets, we ensured our messaging remained authentic and relevant, without compromising consistency as we adapted to new trends and platform dynamics.

Memperdalam Dampak Komunitas melalui Program Kesehatan dan Kesejahteraan

Lebih dari sekadar pilihan produk, kategori Personal Care memiliki keterkaitan erat dengan kesehatan publik, rasa percaya diri, dan kesejahteraan sehari-hari. Pada tahun 2025, program-program kami terus memperluas akses terhadap edukasi dan layanan melalui kombinasi kemitraan, aktivasi di lapangan, serta jangkauan digital.

Inisiatif utama mencakup Bulan Kesehatan Gigi Nasional bersama Pepsodent yang memberikan perawatan kepada 30.000 orang serta edukasi kepada 120.000 anak sekolah melalui kolaborasi dengan institusi profesional dan akademik. Kami juga memperkuat edukasi kebersihan melalui program berbasis sekolah bersama Pepsodent dan Lifebuoy, menjangkau 50.000 siswa dan orang tua, serta memperluas akses melalui inisiatif *Teledentistry* dengan memberikan 3.000 konsultasi kesehatan gigi gratis melalui WhatsApp dan kemitraan dengan platform layanan kesehatan.

Di kategori baby care, kami meluncurkan pedoman *Baby Skin Check Analysis* melalui kolaborasi dengan asosiasi profesi dan mitra klinis, yang disosialisasikan kepada sekitar 2.000 bidan di 14 cabang tingkat provinsi untuk mendukung identifikasi lebih dini serta praktik perawatan harian yang lebih baik bagi kesehatan kulit bayi.

Melengkapi program-program tersebut, kami juga terus membangun komunitas yang lebih terarah untuk memperkuat *engagement* sekaligus dampak, dengan memanfaatkan ekosistem kreator dan membentuk komunitas di lima pilar utama: tenaga kesehatan, Muslim, ibu (*mums*), *lifestyle sports*, dan *beauty*. Pendekatan komunitas kami mengedepankan partisipasi yang bermakna, didukung KPI *engagement* seperti aktivasi *sampling* dan *earned content*, yang merefleksikan cara anggota komunitas berbagi pengalaman dan berinteraksi dengan produk kami secara autentik.

Deepening Community Impact Through Health and Wellbeing Programmes

Beyond product choice, Personal Care categories are closely tied to public health, confidence, and everyday wellbeing. In 2025, our programmes continued to expand access to education and services, combining partnerships, on-ground activation, and digital reach.

Key initiatives included National Oral Health Month with Pepsodent—delivering treatment to 30,000 people and education to 120,000 students through collaboration with professional and academic institutions. We also strengthened hygiene education through school-based programmes with Pepsodent and Lifebuoy, reaching 50,000 students and parents, and expanded access through Teledentistry initiatives, delivering 3,000 free oral health consultations through WhatsApp and a healthcare platform partnership.

In baby care, we launched Baby Skin Check Analysis guidelines in collaboration with professional associations and clinical partners, disseminated to around 2,000 midwives across 14 provincial branches that supported earlier identification and better everyday care practices for infant skin health.

Complementing these programmes, we continued to build targeted communities to strengthen both engagement and impact by tapping into creator ecosystems and shaping communities around five key pillars: health professionals, Muslims, mums, lifestyle sports, and beauty. Our community approach prioritised meaningful participation, supported by engagement KPIs such as sampling activations and earned content, reflecting how members authentically shared experiences and interacted with our products.

Inovasi *Brand* dan Transformasi Portofolio

Bisnis Personal Care kami terus bertransformasi untuk menjawab perubahan ekspektasi konsumen, melampaui aspek kebersihan semata untuk menghadirkan pengalaman premium yang berfokus pada manfaat (*benefit-led*). Strategi kami berfokus pada inovasi multi-tahun dan multi-pasar, yang

Brand Innovation and Portfolio Transformation

Our Personal Care business is transforming to meet changing consumer expectations, moving beyond hygiene to offer premium, benefit-led experiences. Our strategy focuses on multi-year, multi-market innovations, supported by deep insights and cutting-edge science. We

ditopang oleh pendalaman *insight* konsumen serta sains terdepan. Kami memperkuat merek-merek kami melalui keunggulan ilmiah dan relevansi budaya, didukung kemitraan berskala besar dan model pemasaran *social-first*. Untuk menangkap peluang baru, kami juga membentuk ulang portofolio serta berekspansi ke ruang permintaan (*demand spaces*) dan segmen-segmen baru.

Seiring konsumen semakin mencari produk dengan manfaat unggul dan pengalaman perawatan diri yang lebih *indulgent*, kami terus berinvestasi pada *power brands* untuk meningkatkan rutinitas harian melalui formulasi canggih dan daya tarik sensorial. Di Skin Cleansing, masing-masing merek kami menghadirkan inovasi dan rangkaian baru yang menarik–mulai dari peluncuran kembali (*relaunch*) Dove, Lux Brightening, hingga Lifebuoy Skin Solutions. Pada Deodorants, kami memperkuat kepemimpinan kategori melalui pengembangan format *whole-body*.

Kami juga memperluas penawaran premium di Oral Care dengan meluncurkan Closeup White Now dan Pepsodent Ultra White, yang menawarkan solusi pencerah gigi berbasis *stain-control science*. Kami membangun keterlibatan merek yang lebih kuat dengan masyarakat melalui momen-momen budaya, seperti olahraga, musik, dan hiburan, karena hal-hal tersebut mempererat koneksi antara kami dan audiens. Kolaborasi kami dengan Tim Nasional Indonesia merupakan program multi-tahun yang dijalankan dengan menghadirkan kemasan edisi terbatas dan berbagai aktivasi, termasuk aktivasi Rexona Run untuk Whole Body Deo. Di luar olahraga, kami menjangkau audiens baru melalui kolaborasi merek, seperti Closeup dan Wicked.

are strengthening our brands through scientific expertise and cultural relevance, bolstered by large-scale partnerships and a social-first marketing model. To capture new opportunities, we are also reshaping our portfolio and expanding into new demand spaces and segments.

Consumers are increasingly seeking products that offer superior benefits and indulgent self-care experiences. We are investing in our power brands to elevate everyday routines through advanced formulations and sensorial appeal. In Skin Cleansing, each of our brands came with exciting innovations and new ranges, all the way from Dove relaunch, to Lux Brightening and Lifebuoy Skin Solutions. In Deodorants, we have strengthened our category leadership with whole-body formats.

We expanded our premium offer in Oral Care, launching Closeup White Now and Pepsodent Ultra White, offering teeth whitening solutions powered by our stain-control science. We connect with people through culturally relevant moments – sport, music and entertainment – to deepen brand engagement, and our collaboration with national Indonesian team is a multi-year program deployed via limited edition packs and activations or Rexona Run activation for Whole Body Deo. Beyond sport, we are reaching new audiences through brand collaborations, such as Closeup and Wicked.



Pengakuan Industri dan Penghargaan

Komitmen kami pada keunggulan kreatif, pemasaran berbasis kinerja, serta kemitraan yang kuat mendapatkan pengakuan pada tahun 2025 melalui rekor 19 penghargaan, yaitu hampir dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Sorotan pencapaian termasuk pengakuan Unilever sebagai *Advertiser of the Year* di MMA Indonesia (untuk tahun kelima berturut-turut) dan MMA APAC, bersamaan dengan pengakuan untuk jaringan agensi dan *holding company*, serta performa menonjol di YouTube Works ketika Lifebuoy meraih *Best of Indonesia* (*Grand Prix*) dengan lima penghargaan *Gold*.

Industry Recognition and Awards

Our commitment to creative excellence, performance-driven marketing, and strong partnerships was recognised in 2025 with a record 19 awards, nearly double the previous year. Highlights included Unilever being recognised as Advertiser of the Year at MMA Indonesia (for the fifth consecutive year) and MMA APAC, alongside agency network and holding company recognitions, and a standout performance at YouTube Works where Lifebuoy won Best of Indonesia (Grand Prix) with five Gold awards.

Kategori Category	**Kampanye** Campaign	**Merek** Brand	**Forum**
The Big Bang	#KetempelanDingin	Lifebuoy Gold	YouTube Works ID
Multiformat Story Telling	#KetempelanDingin	Lifebuoy Gold	YouTube Works ID
Best of Festive	Soap to Soul: Lifebuoy's Legacy Revival (Heartwarming)	Lifebuoy Gold	YouTube Works ID
Best of Indonesia (Grand Prix)	#KetempelanDingin	Lifebuoy Gold	YouTube Works ID
Best of Festive	The Missing 'H' in Ramadan by Pepsodent Herbal	Pepsodent Bronze	YouTube Works ID
Brands and Creators	The Missing 'H' in Ramadan by Pepsodent Herbal	Pepsodent Bronze	YouTube Works ID
The Big Bang	#KetempelanDingin	Lifebuoy Gold	YouTube Works SEA
Brand Purpose/Activism	Rexona Men Champions National Pride Through Timnas	Rexona Men Bronze	MMA ID
AI Driven Creative Excellence	AI Denta Scan: Turning Phones into Dentists	Pepsodent Gold	MMA ID
O2O/New Retail	The Missing 'H' in Ramadan by Pepsodent Herbal	Pepsodent Bronze	MMA ID
Customer (CX)/UX & Design	The Missing 'H' in Ramadan by Pepsodent Herbal	Pepsodent Silver	MMA ID
Instant Impact/Promotion	Soap to Soul: Lifebuoy's Legacy Revival (Heartwarming)	Lifebuoy Silver	MMA ID
Product/Service Launch	Lifebuoy Possessed Audiences. See why. (#KetempelanDingin)	Lifebuoy Bronze	MMA ID
Cross Digital Media Marketing	Lifebuoy Possessed Audiences. See why. (#KetempelanDingin)	Lifebuoy Silver	MMA ID
AI Driven Creative Excellence	National Icons become neighbourhood champions (Timnas AI)	Lifebuoy Silver	MMA APAC
Real Time Marketing	National Icons become neighbourhood champions (Timnas AI)	Lifebuoy Silver	MMA APAC

Kategori Category	Kampanye Campaign	Merek Brand	Forum
Performance Marketing	Turning Freshness into a Daily Ritual	Rexona Gold	Marketing Excellence ID
Marketing Innovation	Turning Freshness into a Daily Ritual	Rexona Silver	Marketing Excellence ID
Reels Impact	Reminding without offending	Rexona Gold	Meta Reels Impact SEA

Pengakuan ini tidak hanya mencerminkan efektivitas kreatif, tetapi juga kekuatan model *end-to-end* kami dalam menghubungkan budaya, komunitas, dan *commerce* untuk membangun *consumer love* yang berkelanjutan serta pilihan utama atau *first-choice preference* bagi merek-merek kami.

These recognitions reflect not only creative effectiveness, but the strength of our end-to-end model in connecting culture, communities, and commerce to build enduring consumer love and first-choice preference for our brands.

Prospek 2026

Ke depan, kami melihat fundamental kategori tetap menarik. Dengan melanjutkan peningkatan kapabilitas yang dibangun pada tahun 2025, prioritas strategis kami pada tahun 2026 adalah mendorong pertumbuhan berbasis nilai melalui premiumisasi, yang didukung oleh inovasi besar dan berani yang meningkatkan pengalaman konsumen serta memperkuat superioritas merek. Pada saat yang sama, kami akan terus melakukan upaya *market-making* di seluruh kategori melalui perluasan penetrasi, merekrut pengguna baru, dan membangun segmen yang bernilai lebih tinggi guna memperkuat kepemimpinan sekaligus membuka pertumbuhan yang berkelanjutan dan menguntungkan.

Seiring ekosistem *commerce* yang terus berevolusi, kami akan semakin mempercepat agenda digital dan *marketplace* dengan meningkatkan model afiliasi melalui rekrutmen kreator yang lebih terarah dan partisipasi komunitas yang lebih dalam, serta memperluas *demand creation* melalui peningkatan intensitas *livestreaming* yang selaras dengan perilaku belanja konsumen.

Pada tahun 2026, strategi konten kami akan berfokus pada kerangka komprehensif untuk meningkatkan efektivitas dan relevansi. Dengan memprioritaskan perbaikan dalam pembuatan konten, keterlibatan kreator, dan transformasi digital, kami memiliki tujuan untuk mengoptimalkan jangkauan dan mempertahankan kehadiran yang kuat, seiring belanja konsumen yang semakin bergeser ke platform sosial.

Outlook for 2026

Looking ahead, category fundamentals remain attractive. Building on the capability upgrades made in 2025, our strategic priority in 2026 is to drive value-led growth through premiumisation, supported by big, bold innovations that elevate consumer experience and strengthen brand superiority. At the same time, we will continue market-making efforts across categories by expanding penetration, recruiting new users, and building higher-value segments to reinforce leadership while unlocking sustainable, profitable growth.

As the commerce ecosystem continues to evolve, we will further accelerate our digital and marketplace agenda by stepping up affiliate models through targeted creator recruitment and deeper community participation, and scaling demand creation through increased livestreaming intensity in line with consumer shopping behaviours.

In 2026, our content strategy will focus on a comprehensive framework designed to boost effectiveness and relevance. By prioritizing improvements in content creation, creator engagement, and digital transformation, we aim to optimise reach and maintain a strong presence as consumer purchasing increasingly shifts to social platforms.

Beauty & Wellbeing

Membentuk Masa Depan *Beauty* di Indonesia melalui Daya Tarik Berbasis Sains dan Keunggulan Eksekusi *Social-First*

Pada tahun 2025, bisnis Beauty & Wellbeing di Indonesia terus berkembang secara dinamis, didorong oleh konsumen yang semakin cermat, siklus tren yang semakin cepat, serta pasar yang mengapresiasi merek-merek yang mampu memadukan kredibilitas ilmiah dengan relevansi budaya. Kategori ini juga terus ditopang oleh basis konsumen yang relatif muda namun juga terus bertambah usia, dengan kelompok masyarakat urban dan berdaya beli yang semakin besar, sehingga mendukung ketahanan kategori sekaligus menjaga tingginya minat terhadap rutinitas berbasis inovasi.

Meningkatnya perilaku *skintellectual* terus mendefinisikan ulang makna superioritas dalam industri kecantikan. Konsumen semakin mencari formulasi yang transparan, manfaat produk yang jelas, serta bukti hasil yang nyata. Hal tersebut kerap kali divalidasi oleh para kreator, komunitas, dan berbagai opini publik yang kredibel. Pada saat yang bersamaan, kebutuhan fungsional tetap dipengaruhi oleh adanya berbagai faktor lokal, seperti kondisi iklim dan gaya hidup di Indonesia, khususnya bagi pengguna hijab sehari-hari, yang menyebabkan adanya permintaan terhadap produk perawatan kulit dengan sensasi ringan serta solusi kulit kepala dan rambut yang nyaman digunakan di tengah cuaca panas dan lembap.

Berdasarkan latar belakang konteks tersebut, fokus kami pada tahun 2025 adalah memperkuat daya tarik merek dan mempercepat pertumbuhan melalui perpaduan inovasi yang berbasis sains, produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar, serta eksekusi strategi *social-first* yang mendukung relevansi dengan cepat. Di tengah intensitas persaingan yang semakin tinggi, bisnis ini berhasil mencapai pertumbuhan penjualan (*Underlying Sales Growth*/ USG) yang positif, didorong oleh adanya momentum dan pertumbuhan yang kuat pada Vaseline dan produk-produk Hair Care.

Shaping Beauty in Indonesia through Science-Led Desire and Social-First Excellence

In 2025, Beauty & Wellbeing in Indonesia continued to evolve at pace, shaped by increasingly discerning consumers, faster trend cycles, and a market that rewards brands that can blend scientific credibility with cultural relevance. The category continues to be supported by a consumer base that is young yet also ageing, with rising cohorts that are increasingly urban and affluent, underpinning both resilience and continued appetite for innovation-led routines.

The rise of "skintellectual" behaviours continued to redefine what superiority means in beauty. Consumers is looking for transparent formulation stories, clear product benefits, and visible proof that was often validated by creators, communities, and credible voices. At the same time, functional needs remained deeply local: Indonesia's climate and lifestyle, particularly for everyday hijab wearers, which continues to drive demand for lightweight sensorial skin care and targeted scalp and hair solutions that feel comfortable in heat and humidity.

Based on that background, our focus in 2025 was to strengthen brand desirability and accelerate growth where we can lead by combining science-led innovation, sharper portfolio choices, and a social-first execution model that builds relevance at speed. Despite heightened competitive intensity, the business delivered positive USG, driven by our market-making platforms, with strong momentum in Vaseline and our Hair Care portfolio.



Lanskap Persaingan dan Tantangan Utama

Persaingan di kategori Beauty & Wellbeing tetap sangat ketat di sepanjang 2025, khususnya pada kategori-kategori dengan lalu lintas konsumen yang tinggi, di mana perebutan perhatian konsumen berlangsung tanpa henti. Tekanan persaingan paling terasa pada *facial cleanser, hand & body lotion,* dan *shampoo,* di mana kompetisi untuk menarik perhatian pasar semakin meningkat dan siklus

Competitive Landscape and Key Challenges

Competition in Beauty & Wellbeing remained intense in 2025, particularly in high-traffic categories where the battle for consumer attention is relentless. Competitive pressure was most pronounced in facial cleanser, hand & body lotion, and shampoo, where "eyeball competition" continues to escalate and innovation cycles are increasingly fast. This reinforced the importance of having a

inovasi berlangsung lebih cepat. Kondisi ini semakin menegaskan pentingnya memiliki keunggulan produk yang lebih jelas, eksekusi yang kuat serta strategi yang lebih tajam.

Membangun *Brand* melalui Inovasi Berbasis Sains

Inovasi pada tahun 2025 berangkat dari kebutuhan nyata yang dihadapi konsumen, dan dihadirkan melalui superioritas yang jelas serta dapat dibuktikan. Kami memperkuat narasi berbasis sains dengan memastikan bahwa peluncuran dan peluncuran ulang produk didukung oleh rencana klaim yang kuat, validasi dari para ahli, serta edukasi yang menerjemahkan efektivitas produk ke dalam bahasa yang lebih mudah dipahami dalam keseharian. Di luar produk itu sendiri, kami juga mempertajam cara kami mengomunikasikan sains, mulai dari detail teknis menjadi bukti yang lebih jelas, lebih menarik, dan lebih mudah dipahami serta dipercaya konsumen.

Salah satu sorotan utama pada tahun 2025 adalah produk Vaseline Gluta Hya Smoothing Perfector yang memperkuat peran Vaseline sebagai produk perawatan kulit yang memadukan efektivitas dengan pengalaman sensorial yang menarik. Di kategori Skin maupun Hair, kami memprioritaskan proposisi yang sesuai dengan cara masyarakat Indonesia berbelanja

clear superiority story, strong in-store and online execution, and a sharper focus on where we can win with confidence.

Building Brands through Science-Led Innovation

Beauty & Wellbeing Innovation in 2025 was anchored in real consumer tensions and delivered through clear and demonstrable superiority. We stepped up science-led storytelling by ensuring that product's launches and relaunches were supported by strong claims architecture, expert validation, and strong education. Beyond the product itself, we sharpened how we communicate science: moving from technical details to clearer and more compelling proof points that consumers can immediately understand and trust.

A key highlight in 2025 was the launch of Vaseline Gluta Hya Smoothing Perfector, strengthening Vaseline's role as a skin care platform that combines efficacy with sensorial appeal. Across Skin and Hair, we prioritised propositions that align with how Indonesians shop and use beauty today: multi-step routines, functional needs for hot and humid



dan menggunakan produk kecantikan, seperti melalui rutinitas bertahap, memenuhi kebutuhan fungsional untuk kondisi panas dan lembap, serta produk yang memberikan hasil optimal namun tetap nyaman dan berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari.

Pendekatan ini menjadikan inovasi tidak hanya sebagai pemenuhan jalur pengembangan produk, tetapi juga sebagai mesin pembangunan merek yang memperkuat kepercayaan, mendorong *trade-up*, dan memperluas kesempatan penggunaan. Kami juga terus mengambil pendekatan yang lebih terarah dalam menentukan produk portofolio dengan memperkuat proposisi merek melalui superioritas, dan konsep *masterbrand* yang konsisten.

Strategi portofolio: memfokuskan sumber daya di mana kami terdepan

Pada tahun 2025, kami terus mempertajam strategi portofolio untuk memenangkan segmen dan saluran yang paling penting. Hal ini mencakup prioritas pada ruang pertumbuhan melalui strategi penetapan peran merek yang lebih jelas.

Pendekatan kami dipandu oleh dua prinsip utama. Pertama, memastikan relevansi produk melalui proposisi yang unggul serta komunikasi produk yang lebih jelas. Kedua, memperkuat kemampuan untuk unggul pada *channel* prioritas yang mendukung adanya pertumbuhan dalam kategori kecantikan, ditambah adanya faktor pertimbangan pembelian yang dipengaruhi oleh media sosial dan terhubung dengan ekosistem *marketplace*.

Strategi ini tercermin dalam cara kami merencanakan strategi pada tahun berjalan, yaitu membangun superioritas produk yang konsisten, adaptif terhadap budaya dan tren, serta menghubungkan strategi pengembangan merek secara lebih erat dengan konversi pembelian.

Kampanye yang menghidupkan strategi

Fokus kami pada tahun 2025 diwujudkan melalui berbagai program yang menerjemahkan wawasan menjadi partisipasi, dengan menciptakan momen-momen yang ingin diikuti dan dibagikan oleh konsumen. Sebagai contoh, aktivasi Sunsilk #NoWashNoWasWas mengangkat keseharian konsumen menjadi pengalaman imersif yang dirancang agar mudah dibagikan serta mendorong keterlibatan komunitas, sehingga memperkuat relevansi merek bagi kategori tersebut.

conditions, and products designed to perform while still feeling enjoyable and easy to incorporate into daily life.

This approach allowed innovation to function not only as pipeline delivery, but as a brand-building engine that reinforces trust, encourages trade-up, and expands usage occasions. We also continued to take a more deliberate approach through strategizing focus on brands and propositions where we can win with superiority and ensure that innovation supports a coherent Masterbrand narrative over time.

Portfolio strategy: focusing resources where we can lead

In 2025, we continued to sharpen our portfolio strategy to win in the segments and channels that matter most. This included prioritizing growth spaces through clearer roles for each brand and more selective investment choices.

Our approach was guided by two core principles. First, ensuring that our strongest brands build deeper relevance and desirability through superior propositions and clearer brand communication. Second, strengthening our ability to win in the channels that are shaping beauty growth, particularly as discovery and consideration become increasingly social-led, and conversion becomes more directly linked to marketplace ecosystems.

This strategy was reflected in how we planned our year: building consistent superiority narratives, moving with cultural speed, and connecting brand work more tightly to conversion.

Campaigns that bring the strategy to life

Our focus in 2025 was brought to life through programmes that translate insight into participation through creating moments that consumers want to engage with and share. For example, Sunsilk's #NoWashNoWasWas activation turned an everyday consumer truth into an immersive experience designed for shareability and community engagement, strengthening brand relevance in a way that feels native to the category.

Glow & Lovely juga terus membangun kehadiran budaya melalui platform terintegrasi yang memperkuat kecintaan terhadap merek sekaligus maknanya, mulai dari cerita produk hingga inisiatif keterlibatan yang lebih luas seperti *Clash of Champions* dan Bintang Beasiswa, yang membantu merek tetap memiliki resonansi emosional sekaligus tetap berakar pada proposisi berbasis efektivitas.

Glow & Lovely continued to build cultural presence through integrated platforms that reinforce both brand love and meaning, ranging from product storytelling to broader engagement initiatives such as Clash of Champions and Bintang Beasiswa, helping the brand remain emotionally resonant while staying anchored in efficacy-led propositions.

Penciptaan *Social-First Demand* yang Mendorong Konversi

Pada tahun 2025, kami semakin menanamkan eksekusi *social-first* sebagai pendorong utama pertumbuhan di kategori kecantikan. Ketika penemuan produk kecantikan semakin dibentuk oleh konten dan rekomendasi dari berbagai kreator, ambisi kami adalah memastikan merek-merek kami hadir dalam percakapan yang tepat secara cepat, konsisten dan relevan.

Kami memperkuat pendekatan konten *always-on* dengan menyeimbangkan kehadiran yang berkelanjutan dan percikan budaya pada momen-momen penting. Siklus kreatif yang lebih cepat, *brief* yang lebih jelas, serta pengujian yang lebih kuat di pasar memungkinkan kami belajar dengan cepat dan mengoptimalkan apa yang terbukti efektif. Kami juga semakin memanfaatkan pelacakan kinerja berbasis data untuk mempertajam strategi konten, sehingga kami tidak hanya meningkatkan jangkauan dan keterlibatan, tetapi juga kualitas perhatian konsumen yang dapat mendukung terjadinya konversi penjualan.

Pada saat yang sama, kami memperkuat ekosistem yang memungkinkan eksekusi berskala besar dengan kualitas tinggi melalui kolaborasi erat dengan mitra konten, penyederhanaan cara kerja, serta penguatan kapabilitas internal seperti produksi bergaya studio. Yang tak kalah penting, kami juga memperketat disiplin merek, dengan memastikan bahwa meskipun bergerak cepat mengikuti tren, kami tetap menjaga ciri merek yang konsisten, kredibilitas, dan identitas yang memiliki ciri khas.

Social-First Demand Creation that Converts

In 2025, we further embedded social-first execution as a core driver of beauty growth. With beauty discovery increasingly shaped by short-form content and creator-led recommendation, our ambition was to ensure brands show up in the right conversations – quickly, consistently, and with relevance – while linking that attention to purchase pathways.

We strengthened our always-on content approach, balancing sustained presence with cultural bursts across key moments. Faster creative cycles, clearer briefs, and stronger in-market testing enabled us to learn quickly and optimise what works. We also increasingly used data-led performance tracking to refine content strategy, thereby ensuring we improve not only reach and engagement, but also the quality of consumer attention and downstream conversion.

At the same time, we reinforced the ecosystem that enables scaled, high-quality execution by working closely with content partners, simplifying ways of working, and strengthening internal capabilities such as studio-style production. Importantly, we tightened brand discipline: ensuring that even as we move quickly with trends, we maintain consistent brand cues, credibility, and a distinctive point of view.

Mempercepat Konversi melalui Keunggulan *Affiliate* dan *Marketplace*

Seiring penemuan berbasis *social-first* yang semakin terhubung langsung dengan penjualan, tahun 2025 menjadi momentum percepatan dalam cara kami mengubah ketertarikan menjadi pembelian, khususnya melalui penguatan eksekusi *affiliate* dan *marketplace*. Kami memandang *affiliate* bukan semata-mata sebagai penggerak *traffic*, melainkan juga sebagai ekosistem konversi yang dapat diskalakan dan menghubungkan kreator, komunitas, serta mekanisme perdagangan. Dengan memperkuat perangkat pendukung, panduan, dan format konten khususnya untuk konten singkat dan *livestream*, kami meningkatkan kualitas konten penjualan sambil tetap menjaga agar selalu otentik dan selaras dengan persona merek.

Kami juga mempertajam cara membangun dan mengelola lapisan *affiliate*, mulai dari partisipasi luas dan terbuka hingga pendekatan yang lebih terarah dan berbasis komunitas dengan dukungan insentif yang terstruktur serta pemantauan kinerja yang lebih ketat. Hal ini memungkinkan kami mengaktifkan suara yang tepat untuk misi yang tepat, yaitu penjualan berbasis edukasi untuk proposisi ilmiah, advokasi berbasis kredibilitas, serta penceritaan yang relevan secara budaya untuk mempertahankan daya tarik merek.

Secara paralel, kami terus memperdalam kolaborasi dengan mitra platform dan mempertajam *playbook* di lapangan pada *marketplace* utama. Hal ini mencakup pengembangan kapabilitas bersama mitra, optimalisasi yang lebih efektif terhadap hal-hal yang terbukti efektif secara *real-time*, serta integrasi yang lebih erat antara tim *Brand* dan *Channel* agar konten, mekanisme konversi, dan eksekusi komersial saling menguatkan satu sama lain. Pada akhirnya, percepatan *affiliate* dan *marketplace* pada tahun 2025 membantu kami menutup siklus dengan lebih cepat dan bergerak dari sekadar "terlihat" menjadi "terjual" secara lebih konsisten.

Accelerating Conversion through Affiliate and Marketplace Excellence

As social-first discovery continues to feed directly into commerce, 2025 saw a step-up in how we translate interest into purchase, particularly through stronger affiliate and marketplace execution. We treated affiliate not simply as a "traffic lever," but as a scalable conversion ecosystem that connects creators, communities, and commerce mechanics. By strengthening toolkits, guidelines, and content formats – particularly for short-form and livestream – we improved the quality of selling content while keeping it authentic and brand-aligned.

We also sharpened how we build and manage our affiliate layers that ranged from broad, open participation to more targeted, community-led approaches supported by structured incentives and closer performance monitoring. This enabled us to activate the right voices for the right missions: education-led selling for science-based propositions, credibility-led advocacy for routines and regimes, and culturally relevant storytelling to sustain desirability.

In parallel, we continued to deepen collaboration with platform partners and sharpen our in-market playbooks across key marketplaces. This included capability-building with partners, more agile optimisation of what is working in real time, and tighter integration between Brand and Channel teams so that content, conversion mechanics, and commercial execution reinforce each other. Ultimately, affiliate and marketplace acceleration in 2025 helped us close the loop faster and move from "seen" to "sold" with greater consistency.

Komunitas, Kreator, dan Momen Budaya

Beauty & Wellbeing memperdalam pendekatan berbasis komunitas pada tahun 2025 dengan menerjemahkan wawasan konsumen menjadi pengalaman yang terasa relevan secara budaya dan mudah dibagikan secara sosial. Alih-alih memandang komunitas sebagai aktivasi jangka pendek, kami berfokus membangun ekosistem yang berkelanjutan di sekitar motivasi konsumen yang mendukung proses penemuan, memperkuat kepercayaan, serta menciptakan ruang di mana konsumen merasa dilihat dan dipahami.

Strategi kreator kami juga terus berkembang. Kami berfokus membangun ekosistem kreator yang lebih kuat dengan memadukan kredibilitas dan skala, melalui prioritas *talent* berpotensi yang mampu menjelaskan manfaat produk secara meyakinkan, sekaligus memperluas jangkauan melalui jaringan yang lebih luas agar merek tetap hadir dalam percakapan kecantikan sehari-hari. Pendekatan ini mendukung edukasi sekaligus daya tarik, dengan membantu konsumen memahami "mengapa produk ini bekerja" dengan tetap membuat merek terasa relevan.

Pengakuan atas Kreativitas dan Kekuatan *Brand*

Upaya kami sepanjang 2025 mendapat pengakuan di berbagai platform industri, yang mencerminkan kekuatan pembangunan merek serta efektivitas eksekusi pemasaran kami. Salah satu pencapaian penting adalah Glow & Lovely yang dinobatkan sebagai Kantar Brand Footprint Indonesia 2025 – *Most Chosen Beauty Brand*, disertai pengakuan atas kekuatan konten bermerek dan eksekusi *sponsorship* melalui Citra Pariwara.

Di seluruh portofolio, sejumlah merek juga meraih penghargaan yang mencakup inovasi produk, keunggulan digital dan *e-commerce*, serta efektivitas pemasaran terpadu. Berbagai pengakuan ini mencerminkan konsistensi pendekatan kami: membangun daya tarik melalui kreativitas *social-first*, memperkuat kepercayaan melalui proposisi berbasis superioritas, serta mendorong konversi melalui eksekusi perdagangan yang lebih tajam, sambil memastikan setiap merek tetap memiliki karakter yang khas di tengah lanskap kecantikan yang sangat kompetitif.

Communities, Creators, and Culture Moments

Beauty & Wellbeing deepened its community approach in 2025 by translating consumer insights into experiences that feel culturally resonant and socially shareable. Rather than treating community as a one-off activation, we focused on building sustained ecosystems around consumer motivations that support discovery, reinforcing trust, and creating spaces where consumers feel seen and understood.

Our creator strategy also continued to evolve. We focused on building stronger creator ecosystems that blend credibility and scale by prioritising authentic voices who can explain benefits in a believable way, while also broadening reach through a wider network that keeps brands visible in everyday beauty conversations. This approach supported both education and desirability: helping consumers understand "why it works," while also making brands feel current and culturally present.

Recognition of Creativity and Brand Strength

Our efforts in 2025 were recognised across industry platforms, reflecting the strength of our brand building and the effectiveness of our marketing execution. Notably, Glow & Lovely was named Kantar Brand Footprint Indonesia 2025 – Most Chosen Beauty Brand, alongside recognition for strong branded content and sponsorship execution through Citra Pariwara.

Across the portfolio, multiple brands received awards spanning product innovation, digital and e-commerce excellence, and integrated marketing effectiveness. These recognitions reflect the consistency of our approach: building desirability through social-first creativity, strengthening trust through superiority-led propositions, and delivering conversion through sharper commerce execution while ensuring each brand remains distinctive in a highly competitive beauty landscape.



Prospek: Memperkuat Kepemimpinan melalui Fokus dan Kapabilitas

Ke depannya, kami akan terus memperkuat posisi melalui fokus yang lebih terarah pada area-area prioritas dan pada kelompok konsumen yang pertumbuhannya paling cepat. Prioritas kami mencakup penguatan inti bisnis di kategori Hair, pembangunan kategori Skin dengan strategi *masterbrand*, serta partisipasi secara selektif di kategori Face Care, terutama pada area-area di mana kami mampu menghadirkan superioritas yang jelas.

Dari sisi eksekusi, kami akan terus mempercepat transformasi digital melalui penguatan implementasi *end-to-end dCommerce*, memperkuat rantai pasok untuk mendukung inovasi yang lebih cepat dan responsif, memanfaatkan kapabilitas R&D secara lebih tersinergi, serta memperdalam budaya *beauty-first* yang memungkinkan tim bergerak dengan kecepatan, kreativitas, dan disiplin.

Outlook: Strengthening Leadership through Focus and Capability

Looking ahead, we will continue to build our position through a sharper focus on where we can lead and where consumers are growing fastest. Priorities include strengthening our core in Hair, building our Skin platforms with masterbrand ambition, and participating selectively in Face Care spaces where we can deliver clear superiority.

Executionally, we will continue to accelerate our digital transformation through tightening end-to-end dCommerce deployment, strengthening the supply chain for faster and more responsive innovation, leveraging R&D more decisively, and deepening a beauty-first culture that enables teams to move with speed, creativity, and discipline.

Foods & Refreshment*

Rp 8.6 triliun trillion

Penjualan Bersih

Net Sales

Rp 3.8 triliun trillion

Laba Bruto

Gross Profit

26.9%

Kontribusi terhadap Pendapatan Perseroan

Contribution to the Company's Total Revenue

* Operasi yang dilanjutkan (tanpa bisnis Es Krim dan Teh)
Continuing operations (exclude Ice Cream and Tea businesses)

Foods

Membangun Kembali Momentum melalui Langkah-Langkah Tegas

Segmen Foods Unilever Indonesia tetap menjadi bagian penting dari keseharian keluarga Indonesia, dengan menghadirkan solusi makanan berkualitas, lezat, dan bernutrisi melalui merek-merek tepercaya seperti Royco, Bango, SariWangi, dan Buavita. Seiring preferensi konsumen yang terus berkembang, kami berkomitmen untuk terus menghadirkan produk yang relevan dengan berbagai momen memasak dan minum sehari-hari, untuk mendukung keluarga di seluruh nusantara dengan cita rasa, kepraktisan, dan kualitas.

Indonesia memasuki tahun 2025 dengan ketahanan makroekonomi yang kuat, dengan pertumbuhan PDB 5,0% dan inflasi yang tetap rendah sebesar 2,6%. Namun di balik stabilitas tersebut, daya beli konsumen mengalami tekanan, dilihat dari momen-momen perayaan yang cenderung melemah dan alokasi belanja yang bergeser ke kebutuhan pokok. Dalam konteks ini, kategori Foods diuntungkan oleh percepatan peralihan ke aktivitas memasak di rumah, yang membuat Foods tumbuh lebih cepat dibandingkan pasar FMCG. Fenomena ini ditopang oleh merek yang sangat lekat dengan momen memasak sehari-hari, dan dieksekusi dengan relevansi serta inovasi yang lebih kuat.

Meski demikian, tahun 2025 juga menghadirkan tantangan bagi bisnis Foods. Kami merespons kondisi yang ada dengan mengambil langkah-langkah tegas untuk memulihkan momentum dan memperkuat relevansi melalui fokus yang lebih kuat pada keunggulan inti, pengembangan pasar berbasis hidangan sehari-hari, eksekusi yang lebih tajam dalam lintas kanal dan wilayah, serta model *demand generation* yang mengandalkan *digital-first* guna membangun kembali kepercayaan konsumen dan menjaga kepemimpinan jangka panjang.

Rebuilding Momentum through Decisive Actions

Unilever Indonesia's Foods segment remains at the heart of Indonesian households, providing high-quality, delicious, and nutritious food solutions through trusted brands such as Royco, Bango, SariWangi, and Buavita. As consumer preferences continue to evolve, we remain committed to delivering products that remain relevant to everyday cooking and drinking occasions – supporting families with taste, convenience, and quality across the archipelago.

Indonesia entered 2025 with strong macroeconomic resilience, delivering 5.0% GDP growth and maintaining low inflation at 2.6%. Yet despite this stability, consumers faced tighter spending power, with festive periods softening and budgets shifting towards basic necessities. Within this context, the Foods category benefited from an accelerating shift to in-home cooking: Foods grew outpacing the FMCG market, supported by brands that are deeply embedded in daily cooking moments and executed with stronger relevance and innovation.

However, at the same time, 2025 brought meaningful challenges for the Foods business. We responded to the challenges by taking decisive actions to restore momentum and relevance through strengthening our focus on core superiority, market development through everyday dishes, sharper execution across channels and regions, and a more modern, digital-first demand generation model to rebuild consumer trust and sustain long-term leadership.



Kinerja yang Terus Membaik

Tahun 2025 menjadi titik balik yang kuat bagi Foods Indonesia. Foods dan Refreshment mencatat pertumbuhan *underlying sales growth* (USG) yang solid sebesar 4.8%, didorong oleh kinerja kuat *power brands* Royco dan Bango. Pemulihan *topline* ini memungkinkan kami untuk kembali berinvestasi pada penguatan merek dan pengembangan pasar. Profitabilitas juga meningkat secara signifikan, didukung oleh perbaikan bauran (*mix*), performa produk superior, serta efisiensi biaya yang berkelanjutan.

Performance Turning the Corner

2025 marked a strong turnaround for Foods and Refreshment Indonesia. Foods and Refreshment Indonesia delivered strong underlying sales growth (USG) 4.8% driven by the solid performance of our power brands Royco and Bango. This top line recovery enabled renewed reinvestment behind brand building and market development. Profitability also improved meaningfully , supported by improved mix, superior product delivery, and continued cost efficiencies.

Dari sisi daya saing, pemulihan masih terus berlangsung, namun penguatan kinerja telah terlihat jelas pada Oktober 2025. Pangsa pasar Bango kembali mendekati level tahun sebelumnya, sementara Buavita berhasil meningkatkan pangsa pasar baik dalam periode pendek maupun panjang, melampaui pencapaian FY2024. *Power brands* tetap stabil dilihat dari relevansi Royco yang membaik didukung oleh investasi digital yang berkelanjutan. Sementara Bango menunjukkan pemulihan pada persepsi kualitas dan *value* setelah peluncuran TVC baru yang menciptakan momentum positif untuk pertumbuhan lebih lanjut.

Competitiveness remains on a recovery journey, with performance strengthening notably by October 2025. Bango's share approached last year's level, while Buavita gained share across both long and short periods, exceeding its FY2024 share. Power brands remained stable: Royco's relevance improved, supported by continued digital investment, while Bango showed recovery in perceived quality and worth following the launch of its new TVC that creates positive momentum for continued growth.

Sebagai bagian dari upaya membangun kembali kinerja dan memperkuat keyakinan konsumen, kami mempercepat transformasi merek inti dengan memperkuat keunggulan produk serta memperjelas tujuan *value*. Royco dan Bango diluncurkan kembali dengan performa yang ditingkatkan dan klaim keunggulan yang lebih kuat, disertai pembaruan kemasan menyeluruh untuk meningkatkan daya tarik di rak, mengangkat persepsi *value*, dan memperkuat kepercayaan. Ini menjadi salah satu program *relaunch* paling kuat bagi kedua merek ini.

To rebuild performance and boost consumer confidence, we quickly improved our core brands by focusing on better products and clearer value. Royco and Bango were relaunched with improved performance and superior claims, supported by a full packaging refresh designed to strengthen on-shelf desirability, elevate value perception, and reinforce trust. This became one of the most extensive relaunch programmes in the history of both brands.

Seiring renovasi, kami juga memperkuat *brand building* agar merek tetap relevan secara budaya dan terhubung secara emosional, terutama ketika konsumen semakin selektif terhadap pilihan produk yang layak masuk ke keranjang belanja harian mereka. Dengan memperkuat pesan "*reason to believe*" Unilever Indonesia dan mempertajam sinyal keunggulan, kami berupaya menjadikan Royco dan Bango kembali menjadi produk yang tak tergantikan, dan bukan sekadar *staples* yang familiar tetapi merek yang secara aktif membantu keluarga memasak dengan percaya diri, konsisten, dan lezat.

Alongside renovation, we strengthened brand building to keep our brands culturally relevant and emotionally connected, particularly as consumers became more discerning about what earns a place in their daily basket. By elevating Unilever Indonesia's "reason to believe" messages and sharpening superiority cues, we aimed to make Royco and Bango feel indispensable again: not only familiar staples, but brands that actively help households cook confidently, consistently, and deliciously.

Kami juga memperluas *engagement* berbasis komunitas dan aktivasi hiper-lokal untuk mendekatkan merek kepada konsumen, menghadirkan pengalaman yang langsung dan imersif yang mengurangi hambatan *trial*, serta mempercepat adopsi baik dari pengguna loyal maupun pengguna yang sempat berpindah. Melalui aktivitas *grassroots*, Royco Tok Tok Wow menjangkau 70 kota, sementara *Food Truck* Jajanan Bango hadir di 40 kota untuk memperkuat relevansi dengan merayakan hidangan berbasis kedelai yang dicintai serta membangun koneksi dengan Gen Z dan keluarga muda. Pendekatan yang dipandu komunitas dan peka budaya ini terbukti penting untuk merekrut pengguna baru, memperluas konsumsi harian, dan mendukung pemulihan daya saing secara bertahap.

In addition, we scaled community-led engagement and hyperlocal activations to bring our brands closer to consumers, creating direct and immersive experiences that removed barriers to trial and accelerated adoption among both loyal users and lapsed users. Through grassroots activity, Royco Tok Tok Wow reached 70 cities, while Food Truck Jajanan Bango deployed to 40 cities to strengthen relevance by celebrating beloved soy-based dishes and connecting with Gen Z and young households. This community-led, culturally attuned approach proved essential in recruiting new users, expanding everyday consumption, and supporting a gradual recovery in competitiveness.

Brand Building Social-First dalam Skala Besar

Kami memahami bahwa kebiasaan memasak di Indonesia berakar pada tradisi. Namun, kebiasaan itu juga dipengaruhi oleh tekanan waktu dan inspirasi digital. Oleh karena itu, kami memperkuat agenda *Market Development* melalui pendekatan *Top Dishes* yang praktis dan relevan untuk keseharian. Kami mendorong frekuensi penggunaan yang lebih tinggi dengan berfokus pada resep-resep sederhana, mudah diulang, hemat waktu, menghasilkan rasa yang konsisten, dan cocok untuk berbagai momen makan keluarga.

Royco mengangkat hidangan mudah dengan rotasi tinggi seperti menu berkuah (sup ayam, bakso) serta menu gorengan favorit (tempe goreng, ayam goreng) sembari menguatkan momen-momen perayaan dengan pesan yang menegaskan kepraktisan dan rasa percaya diri saat memasak. Sementara itu, Bango memperkuat pesan *versatility* dan mendorong penggunaan kecap yang lebih "*royal*" pada hidangan yang familiar seperti semur dan sate, untuk menjaga kedekatan merek dengan menu yang paling dicintai masyarakat Indonesia.

Secara krusial, pendekatan *social-first* memungkinkan kami untuk menerjemahkan budaya menjadi konversi dengan lebih efektif, dan mengubah aktivitas memasak sehari-hari menjadi momen yang "layak dibagikan", sehingga memicu ketertarikan, *trial*, dan *repeat*. Sebagai contoh, pada Ramadhan 2025 konten Bango mengangkat semur sebagai hidangan perayaan utama sekaligus menautkannya dengan menu berkuah hangat yang relevan untuk iftar dan sahur. Kampanye ini meraih 69% *share of voice* dan 108 juta+ *impressions*, serta menjangkau audiens di luar *core mums*, termasuk Gen Z dan pasangan baru menikah.

Digital-First Demand Generation dan Momentum Viral

Keberadaan platform digital yang semakin membentuk tren rasa dan penemuan resep, mendorong kami untuk memperkuat model *demand generation* yang ditopang siklus *insight-to-content* yang lebih cepat. Kami meningkatkan kemampuan untuk mendengar, merespons, dan menciptakan konten yang relevan secara budaya dengan kecepatan tinggi melalui *short-form*

Social-First Brand Building at Scale

Understanding that Indonesian cooking habits are deeply rooted in tradition yet increasingly shaped by time pressure and digital inspiration, we strengthened our Market Development agenda with a Top Dishes approach rooted in practicality and everyday relevance. We encouraged more frequent usage by focusing on simple, repeatable recipes that save time, deliver consistently great taste, and work across multiple family meal moments.

Royco championed easy, high-rotation dishes with soupy menus such as chicken soup and meatball soup (bakso), and fried favourites such as tempe and fried chicken, while anchoring key festive occasions with messaging that reinforced everyday convenience and confidence in cooking. Meanwhile, Bango reinforced versatility and encouraged more generous use of soy sauce in familiar dishes such as semur and satay, keeping the brand close to the meals Indonesians love most.

Critically, our social-first approach enabled us to translate culture into conversion more effectively and turn everyday cooking into shareable moments, which leads to appetite, trial, and repeat. During Ramadan 2025, for instance, Bango content elevated semur into a top festive dish while also tapping into warm, soupy dishes as highly relevant for iftar and suhoor. The campaign achieved 69% share of voice and 108M+ impressions, reached beyond core mums to include Gen Z and newlyweds.

Digital-First Demand Generation and Viral Momentum

As digital platforms increasingly shape taste trends and recipe discovery, we doubled down on a demand generation model built on faster insight-to-content cycles. We strengthened our ability to listen, respond, and create culturally resonant content at speed by leveraging short-form storytelling, creator toolkits, and social formats that feel native to the platforms where

storytelling, creator toolkits, serta format sosial yang terasa "*native*" di platform tempat konsumen kini menentukan "masak apa hari ini". Hal ini memperkuat kelincahan kami dalam menjaga merek tetap terlihat, relevan, dan diperbincangkan tanpa kehilangan konsistensi pesan merek maupun sinyal keunggulan.

Perubahan ini mendorong penguatan *desirability* merek dalam skala luas, dan *marketing excellence* di Foods kami diakui melalui berbagai penghargaan lokal maupun regional pada 2025, yang mencerminkan efektivitas kreatif yang lebih kuat serta eksekusi modern *social-first* lintas kampanye Bango, Royco, dan Total Foods.

Kampanye Ramadan Bango meraih Gold di Mob-Ex Marketing Interactive Awards APAC (Best Use of Interactive Media/AR & VR) dan Datamatix Awards APAC (Best Data-Driven Marketing Campaign), serta Silver untuk Excellence in Omnichannel pada Marketing Excellence Awards Indonesia.

Royco meraih Bronze di MMA Asia Pacific untuk "Gen Z Revival: From Insecurity to Flavourful" dan Top Innovation Award dari INFO Brand ID untuk Royco Fish. Sementara Total Foods meraih Gold di MMA Asia Pacific untuk "*Where Food Meets K-Romance*" dan Silver di NEXT Awards untuk "Masak Apa Hari Ini" (*Most Innovative Data-Driven Marketing Campaign*).

consumers now decide "what to cook next." This improved our agility in making brands visible, relevant, and talked about – without losing consistency of brand message and superiority cues.

This shift supported stronger brand desirability at scale, and our marketing excellence in Foods was recognised through multiple local and regional awards in 2025 that reflected stronger creative effectiveness and modern, social-first execution across Bango, Royco and Total Foods campaigns.

Bango's Ramadhan work received Gold at the Mob-Ex Marketing Interactive Awards APAC (Best Use of Interactive Media/AR & VR) and the Datamatix Awards APAC (Best Data-Driven Marketing Campaign), alongside Silver for Excellence in Omnichannel at the Marketing Excellence Awards Indonesia.

Royco was awarded Bronze at the MMA Asia Pacific for "Gen Z Revival: From Insecurity to Flavourful" and a Top Innovation Award from INFO Brand ID for Royco Fish, while Total Foods earned Gold at the MMA Asia Pacific for "Where Food Meets K-Romance" and Silver at the NEXT Awards for "Masak Apa Hari Ini" (Most Innovative Data-Driven Marketing Campaign).



Akselerasi *Affiliate, Marketplace,* dan *Social Commerce*

Untuk memperkuat konversi dan mendekatkan merek ke momen pembelian, Foods mempercepat agenda *social commerce* melalui ekosistem afiliasi yang lebih *scalable* dan berorientasi kinerja. Melalui kombinasi skema komisi terbuka dan terarah, kami mengaktivasi kreator lintas *tier* yang mencakup makro, mikro, hingga nano, dan memperluas jaringan menjadi lebih dari 16.000 afiliasi di seluruh Indonesia. Hal ini memperkuat kemampuan kami dalam menjangkau komunitas konsumen yang beragam dan mengonversi *demand* secara langsung melalui konten.

Seiring dengan pertumbuhan model ini, kami juga terus memperkuat tata kelola dan panduan untuk menyeimbangkan kecepatan dengan *brand safety*, kepatuhan, dan konsistensi pesan untuk memastikan akselerasi kinerja tetap selaras dengan penguatan ekuitas merek.

Affiliate, Marketplace, and Social Commerce Acceleration

To strengthen conversion and bring our brands closer to purchase moments, Foods accelerated its social commerce agenda by building a more scalable and performance-driven affiliate ecosystem. Through a combination of open and targeted commission models, we activated creators across macro, micro, and nano tiers which expanded our network to over 16,000 affiliates nationwide. This broadened our ability to reach diverse consumer communities and convert demand directly through content.

As we scaled this model, we continued strengthening governance and guidance to balance speed with brand safety, compliance, and message consistency to ensure that performance acceleration remained aligned with brand equity building.

Hidangan Sehari-Hari dengan Penyajian Lebih Baik

Di saat konsumen di seluruh lapisan sosial ekonomi semakin kritis dalam menjaga pengeluaran mereka, kami juga mempertajam keterjangkauan produk tanpa mengorbankan persepsi nilai, dengan memastikan produk tetap terjangkau sambil mempertahankan pengalaman yang diharapkan dari merek kami. Rumah tangga SES atas dan menengah pada umumnya tetap berbelanja seperti biasa, namun rumah tangga SES menengah bawah mengurangi belanja baik secara unit maupun frekuensi; kondisi ini membuat arsitektur *pack-price*, komunikasi *value*, serta disiplin dalam eksekusi menjadi semakin krusial.

Kami memperkuat *value delivery* melalui optimalisasi arsitektur *pack–price* untuk melayani kebutuhan akan harga terjangkau sekaligus *trade-up*, yang didukung pesan nilai yang lebih jelas serta efektivitas promosi yang lebih tajam. Pendekatan ini menjaga relevansi lintas segmen, sekaligus mempertahankan daya saing di pasar yang membuat konsumen semakin berintensi dan selektif dalam keputusan pembelian.

Everyday Dishes, Better Execution

As consumers continued to seek value across socioeconomic groups, we sharpened affordability while protecting value perception, ensuring our products remained within reach without compromising the experience consumers expect from our brands. Upper and Middle SES households generally maintained spending, while Lower SES households reduced both units and trips, thus making pack-price architecture, communication of value, and execution discipline increasingly critical.

We bolstered value delivery by optimising pack–price architecture to serve both affordability and trade-up, supported by clearer value messaging and sharper promotional effectiveness. This approach allowed us to remain relevant across segments, while maintaining competitiveness in a market where consumers are increasingly intentional and selective about purchase decisions.



Secara paralel, kami memperkuat pendekatan multi-kanal dan lintas wilayah untuk membuka kantong pertumbuhan, terutama melalui akselerasi eksekusi hiper-lokal. Royco Rasa Ikan membuka potensi signifikan di luar Jawa, di mana hidangan berbasis ikan mendominasi menu harian, sementara Royco Mealmaker memperkuat kehadiran kami di ruang *meal-solution* yang bertumbuh cepat. Kombinasi dari aksesibilitas, relevansi, dan resonansi lokal ini memperkuat kemampuan kami untuk menang di tempat yang tepat, dengan proposisi yang pas.

In parallel, we stepped up our multi-channel and regional approach to unlock growth pockets, particularly through accelerated hyperlocal execution. Royco Fish unlocked significant potential in the Outer Islands where fish-based dishes dominate, while Royco Mealmaker reinforced our presence within fast-growing meal-solution spaces. This combination of accessibility, relevance, and local resonance strengthened our ability to win in the right places with the right propositions.

Inovasi bagi Selera Modern

Untuk terus mengantisipasi perubahan preferensi, khususnya permintaan yang meningkat terhadap solusi makanan yang praktis dan pilihan yang lebih *health-forward*, kami terus memperluas dan menyegarkan portofolio pada 2025. Agenda inovasi kami berfokus pada penguatan relevansi di momen harian, menangkap tren rasa yang dibentuk secara digital, serta mendukung konsumen yang menginginkan solusi yang nyaman, tepercaya, dan selaras dengan gaya hidup modern.

Innovation for Modern Tastes

To stay ahead of evolving preferences – especially the growing demand for practical meal solutions and health-forward choices – we continued to expand and refresh our portfolio in 2025. Our innovation agenda focused on strengthening relevance in daily occasions, tapping into digitally shaped flavour trends, and supporting consumers who want convenient, trustworthy solutions that fit modern lifestyles.

Inovasi pada *Cooking Aids*, mendukung pengembangan pasar sekaligus relevansi regional. Royco memperluas proposisi memasak ikan melalui peluncuran Royco Bumbu Kaldu Rasa Ikan, yang dibuat dari saripati ikan asli. Produk ini dikembangkan untuk menjawab persepsi umum yang berpandangan bahwa mengolah dan memasak ikan di rumah susah dan merepotkan. Formulanya dirancang agar hidangan ikan lebih praktis, dan dibuat dengan beragam metode memasak yang membantu keluarga menyiapkan menu ikan dengan lebih mudah dan percaya diri. Selain itu, Royco juga secara aktif mendukung program pemerintah Gemarikan yang bertujuan mendorong konsumsi ikan secara nasional. Inisiatif ini dipimpin oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP).

In Cooking Aids, innovation supports both market development and regional relevance. Royco broadened its fish-cooking proposition through the launch of Royco Bumbu Kaldu Rasa Ikan, a new fish-flavoured stock seasoning made with real fish extract. The product was developed to address the common perception among consumers that fish is challenging to prepare at home. It is designed to make fish dishes more practical to prepare across cooking methods, which in turn would help families prepare fish dishes more easily and confidently. Furthermore, Royco actively supports the Indonesian government's Gemarikan program, which aims to advance fish consumption across the nation. This initiative is led by the Ministry of Maritime Affairs and Fisheries (Kementerian Kelautan dan Perikanan, KKP) of Indonesia.

Royco Mealmaker juga diperkuat sebagai platform solusi masak praktis untuk merespons perubahan kebiasaan memasak di mana banyak rumah tangga sebelumnya sangat bergantung pada bumbu dasar seperti garam dan gula, namun kini semakin mencari solusi yang lebih lengkap, lebih terasa, dan tetap mudah untuk digunakan sehari-hari.

Royco Mealmaker was also strengthened as a practical meal-solution platform designed to respond to evolving cooking habits – where many households previously relied heavily on basic seasonings such as salt and sugar, but are increasingly seeking more flavourful, complete, and convenient solutions that still feel accessible for everyday use.



Berangkat dari wawasan tersebut, Royco Mealmaker berkembang melalui varian-varian baru yang membantu konsumen menghadirkan kembali menu favorit dengan lebih mudah di rumah, sambil tetap menjaga kredibilitas rasa dan fleksibilitas yang menjadi ciri khas Royco. Seiring itu, Royco Rasa Ikan terus membuka peluang pertumbuhan di wilayah-wilayah yang menjadikan hidangan ikan sebagai bagian utama menu harian, khususnya di luar Jawa.

Melalui Unilever Food Solutions (UFS) kami mendukung kebiasaan makan yang bergizi seimbang dan berkelanjutan, sejalan dengan fokus pemerintah untuk meningkatkan kualitas gizi masyarakat. Lewat kerja sama dengan Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia ini, Unilever berpartisipasi aktif dalam Bimbingan Teknis (BIMTEK) sebagai tindak lanjut kolaborasi Royco dengan program Gemarikan.

Dalam BIMTEK ini, Unilever memberikan edukasi kepada Satuan Pelayanan Pemenuhan Gizi (SPPG) di seluruh Indonesia mengenai keamanan pangan, pengelolaan dapur yang efisien, serta pemanfaatan ikan dan hasil laut sebagai sumber protein hewani. Dengan pengalaman luas dalam sanitasi, higiene, literasi gizi, dan manajemen dapur, Unilever berharap inisiatif ini memperkuat kapasitas pengelola program makan bergizi untuk menyediakan makanan yang aman dan berkualitas tinggi, selaras dengan panduan #IsiPiringku bagi anak-anak Indonesia.

Terkait Refreshments, kategori Juice dan Tea Bag masih menghadapi tekanan pada 2025 seiring perubahan pola konsumsi dan meningkatnya preferensi terhadap minuman yang dipersepsikan lebih sehat dan lebih "kekinian", terutama di kalangan konsumen muda. Dalam situasi ini, strategi kami berfokus pada penguatan relevansi bagi audiens muda yang aktif dengan memadukan tren rasa, manfaat fungsional, dan format modern yang sesuai dengan rutinitas mereka.

Buavita terus memperkuat posisi kepemimpinan dengan proposisi yang jelas sebagai merek jus yang menghadirkan rasa yang enak sekaligus manfaat yang lebih *health-forward* untuk konsumen muda yang aktif. Dengan menggabungkan pengembangan rasa yang relevan dengan tren dan pilihan berbasis manfaat, Buavita menegaskan perannya sebagai opsi minuman modern yang mendukung baik rekrutmen maupun *repeat* di kalangan konsumen yang menginginkan produk yang terasa nikmat sekaligus "*good for me*".

Building on this insight, Royco Mealmaker expanded through new variants that help consumers recreate favourite dishes more easily at home, while maintaining the taste of credibility and versatility that Royco is known for. In parallel, Royco Fish continued to unlock growth in regions where fish-based dishes are central to daily menus, particularly across the Outer Islands.

Through Unilever Food Solutions (UFS), we support balanced and sustainable nutritious eating habits, in line with the government's focus on improving the nutritional quality of the population. Through collaboration with the Ministry of Marine Affairs and Fisheries of the Republic of Indonesia, Unilever actively participates in Technical Guidance (BIMTEK) as a follow-up to the collaboration between Unilever Indonesia through Royco and the GEMARIKAN program.

In this BIMTEK, Unilever provides the Satuan Pelayanan Pemenuhan Gizi (SPPG) across Indonesia with education on food safety, efficient kitchen management, as well as the utilisation of fish and marine products as sources of animal protein. With extensive experience in sanitation, hygiene, nutrition literacy, and kitchen management, Unilever hopes this initiative will strengthen the capacity of nutritious meal program managers to provide safe, high-quality food that aligns with the #IsiPiringku guidelines for Indonesian children.

In 2025, both the Juice and Tea Bag categories in Refreshments continued to experience challenges due to changing consumption habits and an increasing preference for beverages that are viewed as healthier and more modern, especially among younger consumers. Within this environment, our strategy focused on strengthening relevance for a younger, active audience by pairing flavour trends with functional benefits and modern formats that fit their lifestyles and routines.

Buavita continued to strengthen its leadership position, with a clear proposition as a juice brand that delivers great taste alongside health-forward benefits tailored to young, active consumers. By blending trend-relevant flavour development with benefits-led choices, Buavita reinforced its role as a modern refreshment option that supported both recruitment and repeat among consumers who want products that feel enjoyable, but also "good for me".

Pada kategori Teh, SariWangi mempercepat upaya untuk terkoneksi kembali dengan konsumen muda melalui momen minum teh yang melebihi momen teh tradisional menuju format dan rasa yang lebih kontemporer dan selaras dengan tren. Dengan inovasi seperti Matcha dan Earl Grey Powder Tea, SariWangi memperkuat daya tarik bagi konsumen yang ingin mengeksplorasi rasa baru, mencari kepraktisan, dan menemukan pilihan minuman melalui *discovery* digital guna mendukung ambisi Refreshments untuk memenangkan generasi berikutnya.

In Tea, SariWangi accelerated efforts to reconnect with younger consumers by expanding beyond traditional tea moments into formats and flavours that feel more contemporary and trend aligned. Through innovations such as Matcha and Earl Grey Powder Tea, SariWangi strengthened its appeal among consumers who are exploring new tastes, seeking convenience, and engaging with refreshment choices through digital discovery in support of the broader ambition of Refreshments to win the next generation of consumers.

Setelah tahun buku berakhir, pada 7 Januari 2026, Unilever Indonesia mencapai kesepakatan untuk melakukan divestasi bisnis teh di Indonesia dengan merek SariWangi kepada PT Savoria Kreasi Rasa, sebagai bagian dari strategi optimalisasi portofolio dan fokus pada kategori yang lebih sedikit namun lebih besar dengan potensi pertumbuhan berkelanjutan yang lebih kuat. Divestasi ini diselesaikan pada tanggal 2 Maret 2026, dengan penandatanganan dokumen dan penerimaan pembayaran penuh, dengan total nilai penjualan sebesar Rp1,5 triliun.

Subsequent to year-end, on 7 January 2026, Unilever Indonesia reached an agreement to divest our tea business in Indonesia under the SariWangi brand to PT Savoria Kreasi Rasa, as part of our strategy to optimise its portfolio and focus on fewer, bigger categories with stronger sustainable growth potential. The divestment was completed on 2 March 2026, following the signing of the required documents and receipt of full payment, with the sale value of Rp1.5 trillion.

Prospek: Prioritas Pertumbuhan yang Lebih Tajam untuk 2026

Ke depan, ambisi kami adalah mempercepat pemulihan Foods dan meningkatkan kualitas pertumbuhan yang ditopang oleh inovasi, eksekusi yang lebih tajam, serta investasi berkelanjutan di *power brands*. Dengan *Cooking Aids* yang menunjukkan potensi kuat seiring meningkatnya aktivitas memasak di rumah, kami akan memprioritaskan strategi yang meningkatkan penetrasi rumah tangga dan frekuensi penggunaan melalui hidangan sehari-hari, momen yang relevan secara budaya, dan pengalaman merek yang lebih kuat.

Outlook: Sharper Growth Priorities for 2026

Looking ahead, our ambition is to accelerate Foods' recovery and strengthen the quality of growth, supported by innovation, sharper execution, and continued investment behind our power brands. With Cooking Aids demonstrating strong potential in in-home cooking, we will prioritise strategies that grow household penetration and frequency through everyday dishes, culturally resonant moments, and stronger brand experience.

Kami juga memperkirakan beberapa pasar Foods akan tetap matang, sehingga disiplin eksekusi menjadi semakin penting. Prioritas kami mencakup pertumbuhan di kanal yang tepat melalui kemitraan yang lebih kuat, penguatan *revenue management* melalui arsitektur *pack–price* yang optimal serta investasi promosi. Selain itu kami juga memprioritaskan peningkatan keunggulan eksekusi di toko, serta percepatan operasi hiper-lokal *end-to-end*, untuk memastikan portofolio, distribusi, dan *demand generation* benar-benar selaras dengan preferensi rasa regional dan kantong pertumbuhan.

Di luar itu, kami akan terus memperkuat model *demand generation* yang *future-fit* dan mempercepat eksekusi *social-first* serta digital melalui siklus *insight-to-content* yang lebih cepat, kolaborasi kreator dalam skala besar, dan responsivitas terhadap tren. Dengan membangun kebiasaan untuk mendengar dalam cara kerja sehari-hari, serta meningkatkan kecepatan dan kelincahan, kami memiliki tujuan untuk menjaga merek agar tetap terhubung dengan budaya dan menerjemahkan perhatian menjadi *trial*, *repeat*, serta relevansi yang berkelanjutan, sekaligus membuat skala kinerja melalui afiliasi dan *social commerce* secara *brand-safe* dan konsisten.

We also expect several Foods markets to remain relatively mature, which makes disciplined execution even more important. Our priorities include growing in the right channels through stronger partnerships, strengthening revenue management through optimal pack–price architecture and promotional investment, stepping up in-store excellence, and accelerating end-to-end hyperlocal operations to ensure our portfolio, distribution, and demand generation are tailored to regional tastes and growth pockets.

In addition, we will continue strengthening our future-fit demand generation model and accelerating social-first and digital execution through faster insight-to-content cycles, creator's collaboration at scale, and trend responsiveness. By embedding listening into everyday ways of working and improving speed and agility, we aim to keep our brands culturally connected and translate attention into trial, repeat, and sustained relevance, while scaling performance through affiliate and social commerce in a brand-safe and consistent way.



Ice Cream

Pemisahan dan Divestasi Bisnis Es Krim

Pada tahun 2025, Unilever mengambil langkah strategis untuk memisahkan bisnis Es Krim secara global. Langkah ini diambil dengan mempertimbangkan faktor bahwa kategori ini memiliki karakteristik operasional yang berbeda dibandingkan portofolio Grup lainnya terutama dari sisi tingkat musiman yang tinggi, kebutuhan *cold-chain* yang bersifat padat modal, serta profil saluran yang memerlukan strategi dan model permodalan yang lebih terfokus.

Sejalan dengan pemisahan tersebut, The Magnum Ice Cream Company (TMICC) mulai beroperasi sebagai perusahaan independen yang didirikan di Belanda dan tercatat di bursa Amsterdam, London, dan New York. Unilever tetap mempertahankan kepemilikan saham minoritas di bawah 20%, yang akan dilepas secara bertahap untuk mendukung biaya pemisahan serta menjaga fleksibilitas permodalan. Sejak kuartal IV, bisnis Es Krim disajikan sebagai operasi yang dihentikan (*discontinued operation*) pada tingkat Grup, didukung oleh konsolidasi saham untuk menjaga keterbandingan harga saham, laba per saham, dan dividen per saham pasca pemisahan.

Selaras dengan perkembangan global tersebut, Unilever Indonesia menyelesaikan divestasi bisnis Es Krim pada 8 Desember 2025 melalui penjualan kepada PT The Magnum Ice Cream Indonesia, bagian dari The Magnum Ice Cream Group, dengan nilai transaksi sebesar Rp7.000.000.000.000. Divestasi ini merupakan tindak lanjut atas penandatanganan *Business Transfer Agreement* pada November 2024 serta persetujuan yang diperoleh melalui Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa dan Rapat Umum Pemegang Saham Independen pada Januari 2025. Sesuai dengan tanggal efektif penyelesaian transaksi, kinerja bisnis Es Krim masih tercatat dalam kinerja Unilever Indonesia hingga 8 Desember 2025, sebelum selanjutnya operasional bisnis tersebut dialihkan kepada entitas baru.

Demerger and Divestment of the Ice Cream Business

In 2025, Unilever took a strategic step to separate its global Ice Cream business, recognising that the category has distinct operating characteristics compared to the rest of the Group portfolio – most notably its high seasonality, capital-intensive cold-chain requirements, and a channel profile that benefits from a dedicated strategy and capital model.

Following this separation, The Magnum Ice Cream Company (TMICC) began operating as a standalone company, incorporated in the Netherlands and listed in Amsterdam, London, and New York. Unilever retained a minority stake (below 20%) to be sold down over time in support of separation costs and to preserve capital flexibility. From Q4, Ice Cream is presented as a discontinued operation at Group level, supported by a share consolidation to maintain comparability of share price, earnings per share, and dividends per share following the demerger.

Aligned with this global development, Unilever Indonesia completed the divestment of its Ice Cream business on 8 December 2025 through the sale to PT The Magnum Ice Cream Indonesia, part of The Magnum Ice Cream Group, with a total value of Rp7,000,000,000,000. The divestment followed the signing of the Business Transfer Agreement in November 2024 and the approval obtained through the Extraordinary General Meeting of Shareholders and Independent Shareholders Meeting in January 2025. In line with the completion date, Ice Cream business performance continued to be recorded within Unilever Indonesia up to 8 December 2025, after which the business operations transferred to the new entity.

Transaksi ini mencakup pengalihan aset, hak, dan liabilitas yang digunakan secara khusus dalam bisnis Es Krim, termasuk antara lain kekayaan intelektual yang relevan, aset tetap, kabinet es krim, serta kontrak dan persediaan terkait, dengan beberapa *item* tertentu dialihkan pada akhir masa transisi pascapenyelesaian transaksi. Sebagai bagian dari proses pemisahan ini, lebih dari 700 karyawan beralih dari Unilever Indonesia ke PT The Magnum Ice Cream Indonesia, guna memastikan keberlangsungan kapabilitas operasional dan eksekusi di pasar.

The transaction covered the transfer of assets, rights, and liabilities used exclusively in the Ice Cream business, including (among others) relevant intellectual property, plant and equipment, ice cream cabinets, and associated contracts and inventories (with certain items transferred at the end of the post-closing transition period). As part of the separation, more than 700 colleagues transitioned from Unilever Indonesia to PT The Magnum Ice Cream Indonesia, ensuring continuity of operational capability and market execution.

Untuk mendukung kelancaran proses transisi, Perseroan menjalankan keterlibatan pemangku kepentingan secara terstruktur yang mencakup regulator, pemegang saham, karyawan, pelanggan, dan pemasok. Upaya ini dilakukan melalui komunikasi berkelanjutan, seperti *town hall*, diskusi bipartit, serta sesi-sesi yang terarah untuk memastikan kejelasan ekspektasi dan meminimalkan gangguan. Kami memprioritaskan transfer pengetahuan terutama untuk fungsi layanan bersama yang mencakup Keuangan, Sumber Daya Manusia, Legal, dan Pengadaan, serta didukung oleh pemisahan sistem secara bertahap. Apabila diperlukan, kami juga membuat perjanjian layanan sementara atau *temporary service agreements* (TSA) guna menjaga kesinambungan bisnis selama masa transisi.

To support a smooth transition, the Company implemented structured stakeholder engagement across regulators, shareholders, employees, customers, and suppliers. This included ongoing communications such as townhalls, bipartite discussions, and targeted sessions to ensure clarity on expectations and minimise disruption. Knowledge transfer was prioritised for shared service functions that included Finance, Human Resources, Legal, and Procurement, and supported by the progressive separation of systems and, where required, temporary service agreements (TSAs) to sustain business continuity throughout the transition period.

Dengan selesainya divestasi tersebut, portofolio Unilever Indonesia menjadi semakin terfokus pada kategori inti yang tersisa, sehingga memperkuat fokus strategis dan alokasi sumber daya untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan serta penciptaan nilai ke depan.

Following the completion of the divestment, Unilever Indonesia's portfolio is sharpened further towards its remaining core categories, strengthening focus and resource allocation to drive sustainable growth and value creation going forward.



Unilever Food Solutions (UFS) Indonesia

Dibangun oleh para *chef* dan untuk *chef*, Unilever Food Solutions (UFS) Indonesia terus memperkuat perannya sebagai mitra B2B tepercaya bagi pelaku usaha jasa boga (*food service*) di seluruh Indonesia. Kami mendukung jaringan restoran, pelaku usaha independen, hotel, katering, hingga wirausaha kuliner yang sedang tumbuh, agar mereka dapat meningkatkan efisiensi dapur, sekaligus memperkuat profitabilitas bisnis.

Built by chefs for chefs, Unilever Food Solutions (UFS) Indonesia continues to strengthen its role as a trusted B2B partner for food service operators across the country by supporting restaurant chains, independent businesses, hotels, caterers, and emerging culinary entrepreneurs to improve both kitchen efficiency and business profitability.

Dibangun oleh para *chef* dan untuk *chef*, Unilever Food Solutions (UFS) Indonesia terus memperkuat perannya sebagai mitra B2B tepercaya bagi pelaku usaha jasa boga (*food service*) di seluruh Indonesia. Kami mendukung jaringan restoran, pelaku usaha independen, hotel, katering, hingga wirausaha kuliner yang sedang tumbuh, agar mereka dapat meningkatkan efisiensi dapur, sekaligus memperkuat profitabilitas bisnis.

Industri yang Tangguh, dengan Kebutuhan yang Terus Berkembang

Pada tahun 2025, kondisi makroekonomi Indonesia relatif tetap tangguh, ditopang oleh konsumsi domestik yang stabil dan inflasi yang terkendali, meskipun ketidakpastian global dan volatilitas biaya masih berlangsung. Di tengah situasi tersebut, industri *food service* melanjutkan pemulihan di berbagai segmen utama mulai dari Hotel, Restoran, dan Katering (HORECA), *Quick Service Restaurant* (QSR), katering, hingga usaha makanan skala kecil yang didorong oleh meningkatnya mobilitas, aktivitas sosial yang lebih banyak, serta permintaan yang berkelanjutan terhadap konsumsi di luar rumah.

Namun, lingkungan operasional tetap menantang. Pelaku usaha *food service* menghadapi tekanan dari kenaikan biaya bahan baku, keterbatasan tenaga kerja, dan persaingan yang makin intensif. Sementara, konsumen menjadi semakin sensitif terhadap nilai (*value*), dan lebih selektif. Kondisi ini mendorong polarisasi pasar, di mana keberhasilan semakin ditentukan oleh kemampuan operator dalam menyeimbangkan kualitas rasa, keterjangkauan, efisiensi operasional, serta konsistensi produk. Perubahan di industri juga semakin cepat, dengan cita rasa lokal dan warisan kuliner yang kembali menjadi relevan. Di sisi lain, penemuan digital dan pengaruh sosial kian membentuk pilihan konsumen dan menaikkan standar relevansi menu serta keunggulan eksekusi.

Built by chefs for chefs, Unilever Food Solutions (UFS) Indonesia continues to strengthen its role as a trusted B2B partner for food service operators across the country by supporting restaurant chains, independent businesses, hotels, caterers, and emerging culinary entrepreneurs to improve both kitchen efficiency and business profitability.

A Resilient Industry with Evolving Demands

In 2025, Indonesia's macroeconomic environment remained relatively resilient, supported by stable domestic consumption and controlled inflation despite ongoing global uncertainty and cost volatility. Against this backdrop, the food service industry sustained its recovery across key segments that included Hotel, Restaurant and Caterers (HORECA), Quick Service Restaurant (QSR), catering, and small food businesses, driven by increased mobility, social occasions, and continued demand for out-of-home dining.

At the same time, the operating environment remained challenging. Food service operators faced pressure from rising food input costs, labour constraints, and intensifying competition, while consumers became more value-conscious and selective. These conditions contributed to a more polarised market, where winning increasingly depended on an operator's ability to balance taste quality, affordability, operational efficiency, and consistency. Industry shifts also continued to accelerate: local and heritage flavours gained renewed relevance, while digital discovery and social influence played a growing role in shaping dining choices through raising the bar for menu relevance and execution excellence.



Kinerja 2025: Reset Strategis dan Fokus Kategori yang Lebih Tajam

Pada tahun 2025, UFS menjalankan reset komersial dan operasional yang penting, dengan memperkuat fundamental inti di seluruh kanal melalui fokus jangka panjang baru yang disiplin. Salah satu langkah strategis yang diambil adalah keputusan untuk menurunkan prioritas (*deprioritise*), dan memusatkan fokus pada kategori-kategori yang dinilai memiliki potensi pertumbuhan lebih kuat serta lebih selaras dengan kebutuhan pelanggan.

2025 Performance: Strategic Reset and Sharper Category Focus

In 2025, UFS undertook a pivotal commercial and operational reset, strengthening core fundamentals across channels with renewed discipline and long-term focus. One strategic move was the decision to deprioritise, and focus on categories where UFS saw stronger growth potential and closer alignment with customer demand.

Pendekatan yang disiplin ini tercermin pada momentum *secondary sales* yang menggembirakan, yang menunjukkan adanya permintaan dasar dari para operator terhadap solusi berbasis kategori. Meski kondisi tahun ini tetap menantang, UFS mampu mempertahankan posisi pasar. Yang tak kalah penting, profitabilitas menguat dengan pertumbuhan yang solid pada *Underlying Operating Profit* (UOP). Hal ini menegaskan hasil dari pilihan strategi yang lebih tajam dan disiplin eksekusi, bahkan di tengah tekanan terhadap kinerja *top-line*.

This disciplined approach was reflected in encouraging secondary sales momentum that signalled underlying operator demand for category-led solutions. While the year remained challenging, UFS sustained its market position. Importantly, profitability strengthened, with UFS delivering robust growth in Underlying Operating Profit (UOP) that underscored the impact of sharper choices and execution discipline even amid top-line pressures.

Memperkuat Kolaborasi dengan *Chef* dan Ekosistem Kuliner

Selaras dengan proposisi nilai UFS sebagai mitra bagi *chef* dan operator, kolaborasi tetap menjadi inti dalam cara kami menciptakan nilai. UFS berinteraksi dengan berbagai segmen: HORECA (yang membutuhkan diferensiasi dan konsistensi), QSR dan jaringan restoran (yang berfokus pada skala dan efisiensi biaya), serta UMKM, *cloud kitchen*, dan katering (yang menghadapi tekanan margin dan kendala tenaga kerja). Kebutuhan utama dari berbagai segmen tersebut relatif serupa, mulai dari profitabilitas menu, efisiensi dapur, konsistensi rasa, hingga pengembangan kapabilitas.

UFS bekerja erat dengan *chef* dan operator melalui sesi *advisory* dan *immersion*, dukungan menu *engineering*, optimasi biaya, hingga pendampingan kuliner secara langsung dengan cara menerjemahkan *insight* menjadi resep yang bisa dieksekusi, teknik memasak, dan alur kerja dapur yang aplikatif. Pendekatan ini memperkuat posisi UFS bukan sekadar sebagai pemasok, namun sebagai mitra yang hadir dalam operasional pelanggan sehari-hari.

UFS juga terus berkontribusi bagi ekosistem kuliner yang lebih luas melalui kemitraan strategis. Pada tahun 2025, UFS berkolaborasi dengan SiAL InterFOOD, untuk mendukung berbagai aktivitas *engagement* profesional termasuk menjadi juri kompetisi kuliner. Kami juga memperkuat kerja sama dengan institusi pendidikan kuliner seperti National Hotel Institute (NHI) Bandung, untuk mendukung pengembangan kapabilitas dan penyediaan *exposure* dapur nyata bagi talenta muda.

Strengthening Collaboration with Chefs and The Culinary Ecosystem

In line with UFS's value proposition as a partner to chefs and operators, collaboration remained central to how we create value. UFS engaged across diverse segments: HORECA (seeking differentiation and consistency); QSR and chains (focused on scalability and cost efficiency); and SMEs, cloud kitchens, and caterers (navigating margin pressure and labour constraints). Across these segments, common needs emerged around menu profitability, kitchen efficiency, flavour consistency, and capability-building.

UFS worked closely with chefs and operators through advisory and immersion sessions, menu engineering and cost optimisation support, and hands-on culinary guidance by translating insights into executable recipes, techniques, and kitchen workflows. This approach strengthened UFS's position not only as a supplier, but as a partner embedded in customers' day-to-day operations.

UFS also continued to contribute to the broader culinary ecosystem through strategic partnerships. In 2025, UFS collaborated with SiAL InterFOOD, supporting professional engagement activities including culinary competition judging, and strengthened partnerships with culinary education institutions such as National Hotel Institute (NHI) Bandung to support capability development and real-world kitchen exposure for emerging talent.

Future Menu: Mengubah *Insight* Menjadi Implementasi Nyata

Pada tahun 2025, UFS mengembangkan Future Menu dari sekadar narasi berbasis merek menjadi aktivasi yang dipimpin industri, dengan menggeser pendekatan dari "*Brand Says*" menjadi "*Others Say & Do*", untuk memperkuat kredibilitas dan mempercepat adopsi. UFS menjalankan empat tema Future Menu yang sangat relevan dengan lanskap kuliner Indonesia yaitu: *Culinary Roots*, *Street Food Couture*, *Borderless Cuisine*, dan *Diner Design*, yang membantu *chef* menerjemahkan tren menjadi ide menu yang relevan dan dapat dieksekusi secara operasional.

Aktivasi juga diperluas dari paparan satu kota menjadi *roadshow* di tiga kota (Jakarta, Semarang, dan Bali), sehingga platform ini semakin dekat dengan komunitas kuliner lokal. Future Menu 2025 mencatat hasil yang lebih kuat dibanding tahun sebelumnya, termasuk unduhan *e-book* 4,5x lebih tinggi serta 45 peluncuran menu yang diwujudkan melalui 12 mitra restoran, yaitu: GIOI, Kafe Betawi, Toma Group, ISMAYA, Dailah, Tavern Group, Seribu Rasa, Biko, Locahands Group, Mil's Kitchen, Soren, dan Tide&Table.

Future Menu: Turning Insight into Real-World Adoption

In 2025, UFS evolved Future Menu from a brand-led narrative into an industry-led activation through shifting from "Brand Says" to an "Others Say & Do" approach to strengthen credibility and accelerate adoption. UFS activated four Future Menu themes that resonated strongly with Indonesia's culinary scene: Culinary Roots, Street food Couture, Borderless Cuisine, and Diner Design that helped chefs translate trends into relevant, operationally executable menu ideas.

Activation expanded from single-city exposure into a three-city roadshow (Jakarta, Semarang, and Bali), bringing the platform closer to local culinary communities. Future Menu 2025 delivered stronger outcomes than the previous year, including 4.5x higher e-book downloads and 45 menu launches brought to life through 12 restaurant partners, including GIOI, Kafe Betawi, Toma Group, ISMAYA, Dailah, Tavern Group, Seribu Rasa, Biko, Locahands Group, Mil's Kitchen, Soren, and Tide&Table.

Memperluas Dukungan Digital melalui Konten Berbasis Data

Dukungan digital tetap menjadi pilar penting untuk memperluas skala kontribusi UFS secara lebih besar. Pada tahun 2025, UFS semakin memperkuat UFS.com sebagai *hub* solusi kuliner berbasis data yang menyediakan inspirasi resep, solusi menu berbasis hidangan (*dish-based*), teknik kuliner, serta konten yang selaras dengan momen komersial utama seperti Ramadan, peluncuran produk baru, dan tema Future Menu.

Pembeda utamanya adalah penggunaan data dan *insight* secara disiplin untuk membentuk konten dan inovasi menu. Dengan memetakan lebih dari 800 kata kunci berbasis hidangan yang selaras dengan perilaku pencarian operator, UFS memastikan konten tetap praktis, relevan, dan bermakna secara komersial bagi *profesional food service*. Pendekatan berbasis *insight* ini menghasilkan pertumbuhan trafik organik sebesar 71% (*year-on-year*), dengan 76% kunjungan berasal dari halaman editorial dan resep, *engagement rate* sebesar 89%, serta meningkatnya interaksi *call-to-action* produk yang didorong oleh alur konten berbasis hidangan.

Scaling Digital Enablement with Data-Led Content

Digital enablement remained a key pillar in extending UFS support at scale. In 2025, UFS further strengthened UFS.com as a data-led culinary solution hub to provide recipe inspiration, dish-based menu solutions, culinary techniques, and content aligned to key commercial moments such as Ramadan, new product introductions, and Future Menu themes.

A key differentiator was disciplined use of data and insights to shape content and menu innovation. By mapping 800+ dish-based keywords aligned to operator search behaviour, UFS ensured content remained practical, relevant, and commercially meaningful for food service professionals. This insight-led approach delivered 71% year-on-year growth in organic traffic, with 76% of visits originating from editorial and recipe pages, an 89% engagement rate, and increased product call-to-action interactions driven by dish-led content journeys.

Upaya ini juga memperoleh pengakuan internasional, dengan UFS Indonesia meraih dua penghargaan GOLD pada tahun 2025 dari The Drum Awards Festival 2025 (London) untuk kategori Use of Data & Insights (Precision Marketing) bersama Greenpark, serta MARKETECH APAC Next Awards 2025 untuk Most Innovative Content Marketing Campaign.

These efforts received international recognition, with UFS Indonesia earning two GOLD awards in 2025: The Drum Awards Festival 2025 (London) for Use of Data & Insights (Precision Marketing) in collaboration with Greenpark, and the MARKETECH APAC Next Awards 2025 for Most Innovative Content Marketing Campaign.

Pendekatan Komersial & Distribusi

UFS terus melayani pelanggan melalui pendekatan *routes-to-market* yang seimbang, dengan mengombinasikan *direct sales/key accounts* dan kanal distributor/*wholesaler*, serta tetap berfokus mendukung operator UMKM melalui model layanan yang mudah diakses. Pada tahun 2025, tidak terdapat perubahan besar dalam pendekatan kanal dibandingkan tahun sebelumnya.

Commercial & Distribution Approach

UFS continued to serve customers through a balanced routes-to-market approach combining direct sales/key accounts and distributor/wholesaler channels, with an ongoing focus on supporting SME operators through accessible service models. In 2025, there were no major shifts in the channel approach compared to the previous year.

Prospek 2026: Memperkuat Kemitraan, Inovasi, dan Menangkap Permintaan Sejak Dini

Menatap tahun 2026 dan seterusnya, UFS tetap yakin dengan potensi jangka panjang industri *food service* di Indonesia. Untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di tengah tantangan pasar yang masih berlangsung, UFS akan mempertahankan komitmen pada inovasi, kolaborasi, dan penciptaan nilai tambah bagi para mitra, sekaligus terus menyesuaikan pendekatan agar tetap relevan dengan dinamika kebutuhan industri.

Looking Ahead: Strengthening Partnerships, Innovation, and Early Demand Capture

Looking ahead to 2026 and beyond, UFS remains confident in the long-term potential of Indonesia's food service industry. To achieve sustainable growth despite ongoing market challenges, UFS will maintain its commitment to innovation, collaboration, and delivering added value to its partners, while continuing to adapt its approach to meet evolving industry needs.



Customer Development

Kolaborasi kami dengan para peritel berfokus pada pertumbuhan yang strategis, menegaskan tujuan bersama untuk menyediakan produk berkualitas tinggi dengan cara yang paling mudah dijangkau oleh konsumen.

Our collaboration with retailers was focused on strategic growth, reaffirming our common goal of providing high-quality consumer goods in the most accessible way possible.

Beradaptasi Dengan Kondisi Pasar yang Terus Berkembang

Pada tahun 2025, tim Customer Development Unilever Indonesia menavigasi lingkungan ritel yang tetap dinamis dan semakin kompetitif. Preferensi konsumen terus berkembang, dipengaruhi oleh kondisi ekonomi serta perubahan perilaku belanja. Pasar FMCG relatif konstan, dengan pelemahan yang berlanjut pada kanal *offline* konvensional. Sementara D-commerce terus tumbuh dan semakin membentuk kebiasaan belanja.

Agar tetap unggul, kami mempertajam pendekatan multi-kanal dengan memperkuat kehadiran di General Trade (GT), Modern Trade (MT), dan Digital Commerce (D-Commerce), sekaligus menegaskan komitmen kami terhadap efisiensi, daya saing, dan transformasi digital. Dalam konteks tersebut, Unilever Indonesia mempertahankan performa yang resilien, dengan SSV yang konsisten dibandingkan tahun sebelumnya serta USG yang meningkat 4%, didukung oleh pertumbuhan pada kanal dan kategori prioritas.

Memperkuat Strategi *Route-to-Market*

Salah satu pilar utama eksekusi kami pada tahun 2025 adalah memastikan produk kami menjangkau pembeli secara cepat, andal, dan dalam format yang tepat di berbagai kanal. Kami terus melayani rumah tangga Indonesia melalui akses yang mudah terhadap produk Unilever di toko-toko ritel, khususnya melalui penguatan eksekusi di GT, MT, dan kanal-kanal yang terus berkembang.

Di MT dan GT, kami terus menegaskan stabilitas harga sebagai prinsip utama, sembari memperkuat standar eksekusi untuk melindungi kualitas layanan dan mendukung pertumbuhan yang sehat. Untuk itu, kami melakukan peninjauan ulang atas kemitraan distributor dan melakukan penyesuaian yang diperlukan, serta menjalankan inisiatif terarah untuk meningkatkan cakupan stok di kanal minimarket.

Adapting to an Evolving Market Landscape

In 2025, Unilever Indonesia's Customer Development team navigated a retail environment that remained dynamic and increasingly competitive. Consumer preferences continued to evolve, shaped by economic conditions and shifting shopping behaviours. The FMCG market was largely flat, with continued softness in conventional offline channels, while D-commerce continued to expand and increasingly shape shopping habits.

To stay ahead, we sharpened our multi-channel approach by strengthening our presence across General Trade (GT), Modern Trade (MT), and Digital Commerce (D-Commerce), while reinforcing our commitment to efficiency, competitiveness, and digital transformation. Within this context, Unilever Indonesia maintained resilient performance, with SSV remaining consistent year-on-year and USG increasing by 4%, supported by growth in priority channels and categories.

Strengthening Our Route-to-Market Strategy

A key pillar of our execution in 2025 was ensuring that our products reached shoppers quickly, reliably, and in the right formats across channels. We continued to serve Indonesian households by providing convenient access to Unilever products across retail touchpoints, supported by strengthened execution in GT, MT, and emerging channels.

In MT and GT, we continued to strengthen price stability as a core principle, while reinforcing execution standards to protect service quality and support healthy growth. As part of these efforts, we re-evaluated our distributor partnerships and made adjustments where necessary, alongside targeted initiatives to enhance stock coverage in minimarkets.



Pada MT, kolaborasi manajemen kategori yang efektif dengan pelanggan tetap menjadi faktor kunci untuk menentukan ragam produk yang relevan dan dapat dijual dengan efektif di toko. Kami juga terus memperkuat visibilitas dan aktivasi di toko guna mendukung pengalaman belanja yang lebih baik sesuai misi belanja pada tiap format toko, sekaligus mendorong pengalaman belanja yang semakin terhubung (*omnichannel*). Seluruh upaya tersebut ditopang oleh investasi berkelanjutan pada infrastruktur serta kapabilitas tim, agar keunggulan operasional tetap menjadi fondasi dalam memperkuat kemitraan ritel dan kinerja pasar.

In MT, effective category management collaboration with customers remained essential to select relevant assortments to be sold effectively in-store. We also continued to strengthen in-store visibility and activation to support a better shopping experience aligned to the shopper mission of each store format, while also driving more connected omnichannel experiences. These efforts were supported by continued investments in infrastructure and team capabilities, ensuring that operational excellence remained the foundation for stronger retailer partnerships and market performance.

Respons atas Perubahan Preferensi Konsumen

Sepanjang tahun 2025, pembeli menjadi semakin selektif dan semakin mengutamakan *value*, terutama pada format *proximity*. Di saat yang sama, peluang premium tetap muncul, khususnya di ekosistem Beauty & Wellbeing dan Personal Care. Dalam pasar yang sangat kompetitif, kami tetap berfokus pada hal-hal yang paling penting, yaitu menjaga keseimbangan antara keterjangkauan, kualitas, dan ketersediaan, serta memastikan eksekusi yang disiplin agar merek kami tetap relevan bagi konsumen.

Di GT, kami terus memperdalam keterlibatan dengan peritel dan distributor untuk memperkuat hubungan yang fundamental dalam menjaga visibilitas dan ketersediaan produk.

Sementara itu, sejalan dengan agenda "*Channel of the Future*", kami terus membangun kesiapan ekosistem dengan pertumbuhan tinggi, termasuk HABA dan D-commerce, seiring perubahan perilaku belanja yang berlangsung paling cepat di kanal ini. Untuk membangun momentum di D-commerce, kami mendorong pendekatan *end-to-end* yang menghubungkan *demand generation* hingga konversi, serta memperkuat pengalaman belanja *online*. Salah satunya misalnya melalui *live streaming* dan kolaborasi afiliasi, didukung oleh penguatan *ratings* dan *reviews* untuk membangun kepercayaan terhadap kualitas produk.

Responding to Shifting Consumer Preferences

Across 2025, shoppers became increasingly selective and more value conscious, particularly in proximity formats. At the same time, premium opportunities continued to emerge, especially in Beauty & Wellbeing and Personal Care ecosystems. In a highly competitive market, we remained focused on what matters most by maintaining the right balance of affordability, quality, and availability, while ensuring disciplined execution so our brands remain relevant to consumers.

In GT, we continued to deepen engagement with retailers and distributors, strengthening relationships that are fundamental to maintaining product visibility and availability.

Aligned with our "Channel of the Future" agenda, we continued building readiness in high-growth ecosystems, including HABA and D-commerce, where shopper behaviour is changing fastest. To build momentum in D-commerce, we advanced an end-to-end approach that connects demand generation to conversion, while strengthening the online shopping experience. One of the example is through live streaming and affiliate collaborations, supported by stronger ratings and reviews to build confidence in product quality.

Berinvestasi untuk Pertumbuhan dan Ekspansi pada 2026

Memasuki 2026, Unilever Indonesia akan terus membangun fondasi *route-to-market* yang semakin kuat. Fokus kami adalah memperkuat eksekusi di kanal inti sekaligus meningkatkan kesiapan di ekosistem dengan pertumbuhan tinggi. Dalam hal ini, GT dan MT akan tetap menjadi pendorong utama, sementara peluang pertumbuhan yang semakin besar juga akan terus dikembangkan melalui ekosistem HABA dan D-commerce, khususnya untuk segmen premium.

Seiring dengan hal itu, kami juga akan terus memperkuat kemitraan distributor dan penerapan tata kelola untuk menjaga standar operasional dan kepatuhan. Di luar itu, kami juga akan terus memperkuat eksekusi di lini depan sehingga terus dapat meningkatkan keandalan layanan dan memastikan ketersediaan produk yang tepat waktu dan lengkap (*on-time and in-full*) di toko.

Investing in Growth and Expansion for 2026

As we move into 2026, Unilever Indonesia will continue building on a stronger route-to-market foundation. Our focus remains on strengthening execution in core channels while enhancing readiness in high-growth ecosystems. In this context, GT and MT will continue to be key growth drivers, while we will also continue developing larger opportunities through HABA ecosystems and D-commerce, particularly for premium segments.

Alongside this, we will continue strengthening distributor partnerships and governance to ensure operational and compliance standards remain robust. In addition, we will continue to strengthen frontline execution to further enhance service reliability and ensure on-time and in-full product availability in stores.

Rantai Pasok

Supply Chain

Pada tahun 2025, kami mencatat peningkatan tingkat layanan melalui penyelarasan yang lebih kuat dengan tim penjualan, prioritas yang lebih baik, serta respons operasional yang lebih lincah.

In 2025, we delivered service level improvement through stronger alignment with sales, better prioritisation, and more agile operational responses.

Membangun Rantai Pasok yang Efisien, Tangguh, dan Siap Menyambut Masa Depan

Di Unilever Indonesia, rantai pasok kami lebih dari sekadar tulang punggung operasional. Rantai pasok kami merupakan faktor pembeda kompetitif yang memungkinkan kami dalam menghadirkan layanan yang andal, disiplin biaya yang lebih tajam, serta eksekusi yang lebih cepat di tengah lingkungan usaha yang semakin dinamis. Pada tahun 2025, kami berfokus untuk menjaga operasi yang stabil dan berkualitas tinggi, sembari melanjutkan berbagai inisiatif transformasi utama yang memperkuat produktivitas, layanan, dan ketangguhan jangka panjang.

Kami menjaga keandalan pelaksanaan operasional sehari-hari di tengah lingkungan yang dinamis, mendorong kemajuan program digitalisasi dan otomasi di seluruh jaringan manufaktur, serta meningkatkan kinerja layanan melalui penyelarasan yang lebih jelas dan model pemenuhan yang lebih cerdas serta lebih tersegmentasi. Upaya-upaya ini didukung oleh investasi berkelanjutan dan kemitraan di bidang keselamatan, kualitas, keberlanjutan, dan kapabilitas SDM, sehingga rantai pasok kami tetap kompetitif, siap menghadapi masa depan, dan mampu mendukung prioritas pertumbuhan Perseroan.

Kinerja 2025: Transformasi yang Memperkuat Produktivitas dan Layanan

Pada tahun 2025, kami mencatat peningkatan tingkat layanan melalui penyelarasan yang lebih kuat dengan tim penjualan, prioritas yang lebih baik, serta respons operasional yang lebih lincah. Kami juga melanjutkan penerapan operasi tersegmentasi di seluruh rantai nilai *end-to-end*

Building an Efficient, Resilient, and Future-Ready Supply Chain

At Unilever Indonesia, our supply chain is more than a backbone. It is a competitive differentiator that enables reliable service, sharper cost discipline, and faster execution in an increasingly volatile operating environment. In 2025, we focused on delivering stable, high-quality operations while advancing major transformation initiatives that strengthened productivity, service, and long-term resilience.

We maintained reliable day-to-day execution in a dynamic environment, progressed digital and automation programmes across our manufacturing network, and enhanced service performance through clearer alignment and smarter, more segmented fulfilment models. These efforts were supported by continued investments and partnerships in safety, quality, sustainability, and people capability—ensuring that our supply chain remains competitive, future ready, and able to support the company's growth priorities.

Performance in 2025: Transformation that Strengthens Productivity and Service

In 2025, we delivered service level improvement through stronger alignment with sales, better prioritisation, and more agile operational responses. We also advanced segmented operations across E2E value chain for premium portfolio. We deployed segmentation approach across procurement,

untuk portofolio premium. Pendekatan segmentasi diterapkan di area pengadaan, manufaktur, dan distribusi guna membangun rantai pasok yang dirancang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan produk, pelanggan, dan kanal. Seluruh upaya tersebut dijalankan dengan tetap melakukan optimalisasi biaya, memaksimalkan kas, serta meningkatkan daya tanggap dan kelincahan, yang pada akhirnya mempercepat waktu respons dan memperkuat pengalaman pelanggan.

manufacturing and distribution for a "fit for purpose" supply chain consistent with product, customer and channel requirements. We delivered this while optimizing cost, maximizing cash and improving responsiveness and agility. This has resulted in accelerated response times and strengthened customer experience.

Program transformasi di seluruh jaringan, proses, dan kapabilitas organisasi kami dijalankan seiring dengan aktivitas operasional harian, sehingga kesinambungan layanan tetap terjaga sepanjang tahun. Berbagai teknologi utama yang termasuk *Manufacturing Execution System*, *Energy Twins*, dan *predictive maintenance* berbasis AI, meningkatkan visibilitas operasional, memperbaiki kinerja aset, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih efisien di seluruh fasilitas kami. Kemajuan ini, yang ditopang oleh pengelolaan operasional yang disiplin, turut berkontribusi pada peningkatan pencapaian pada biaya rantai pasok nonmaterial, yang mencerminkan produktivitas yang lebih kuat dan pengendalian biaya yang lebih tajam di seluruh jaringan.

Transformation programmes across our network, processes, and organisational capabilities were executed alongside business-as-usual operations, ensuring consistent service continuity throughout the year. Key technologies–including the Manufacturing Execution System, Energy Twins, and AI-driven predictive maintenance– enhanced operational visibility, improved asset performance, and supported more efficient decision-making across our sites. These advancements, combined with disciplined operational management, contributed to improvement in nonmaterial supply chain costs, reflecting stronger productivity and sharper cost control across the network.

Transformasi digital kami juga didukung oleh investasi berkelanjutan dalam pengembangan kapabilitas. Upaya ini memastikan tenaga kerja kami siap menghadapi masa depan manufaktur berbasis AI serta logistik dan pergudangan yang semakin terotomasi. Karyawan di seluruh fungsi rantai pasok mengikuti berbagai program pembelajaran terarah, sertifikasi digital, serta paparan terhadap praktik-praktik terbaik global. Inisiatif ini memberdayakan tim untuk bekerja secara efektif berdampingan dengan teknologi baru yang dirancang untuk memperkuat dan bukan menggantikan kapabilitas manusia, sehingga memperkuat pengambilan keputusan, eksekusi, dan pemecahan masalah di seluruh organisasi. Dengan menumbuhkan budaya pembelajaran berkelanjutan dan kefasihan digital, kami membangun tenaga kerja yang siap memimpin evolusi operasi rantai pasok di Indonesia.

Our digital transformation was supported by continued investment in capability building to ensure our workforce is prepared for the future of AI-enabled manufacturing and increasingly automated logistics and warehousing. Employees across supply chain functions participated in targeted learning programmes, digital certifications, and exposure to global best practices. These initiatives empower teams to work effectively alongside new technologies designed to amplify–not replace–human capability, strengthening decision making, execution, and problem solving across the organisation. By fostering continuous learning and digital fluency, we are building a workforce equipped to lead the evolution of supply chain operations in Indonesia.



Sorotan Kualitas dan Keselamatan

Kami juga melanjutkan komitmen setiap tahun untuk menghadirkan produk yang aman, unggul, dan andal melalui penguatan sistem kualitas berstandar kelas dunia serta peningkatan standar kinerja di seluruh fasilitas. Peningkatan aspek keselamatan, perbaikan manufaktur yang terarah, dan pengembangan kapabilitas mendukung hasil yang lebih baik,

Highlights in Quality & Safety

We also advanced our multi year commitment to delivering safe, superior, and reliable products by embedding world class quality systems and raising performance standards across sites. Safety enhancements, targeted manufacturing improvements, and capability building supported better outcomes, while expanded use of digital

sementara perluasan penggunaan perangkat digital dan AI–seperti *predictive quality analytics*, *zero defects*, *E-PTW*, dan pemantauan peralatan yang lebih canggih dengan meningkatkan visibilitas, memungkinkan deteksi risiko secara lebih dini. Implementasi Product Quality Standards (PQS) juga semakin diperdalam pada hal-hal prioritas, disertai peningkatan performa produk dan kemasan, serta mendapat pengakuan melalui berbagai penghargaan eksternal, termasuk Global Safety Award.

Keberlanjutan: Efisiensi yang Menurunkan Jejak Lingkungan

Efisiensi operasional dan keberlanjutan terus saling menguatkan. Di seluruh pabrik, kami memperluas instalasi panel surya, pemanenan air hujan, serta berbagai peningkatan utilitas seperti peningkatan efisiensi kompresor dan pengurangan konsumsi energi pada sistem penanganan udara, tanpa mengurangi kenyamanan karyawan di area produksi. Inisiatif tambahan, termasuk sistem air *purging* dan teknologi *pigging*, juga membantu mengurangi kehilangan material yang memerlukan pengolahan di fasilitas air limbah.

Prospek: Prioritas 2026 dan Ke Depan

Pada tahun 2026, kami akan mempercepat transformasi dengan memperdalam adopsi digital di seluruh rantai nilai melalui perluasan MES, penskalaan berbagai *use case* AI, penguatan sistem kualitas digital, serta pengembangan kapabilitas *Energy Twin* dan *zero defects*. Kami akan terus mendorong peningkatan keberlanjutan sekaligus melakukan perubahan yang lebih disruptif melalui penerapan *use case* AI yang relevan. Seluruh *use case* AI tersebut akan difokuskan untuk menjawab persoalan bisnis yang spesifik, dengan dukungan tenaga kerja yang kapabel. Pada saat yang sama, kami akan bergerak menuju *Segmentation* 2.0 guna menghadirkan hasil layanan dan biaya yang lebih tajam, sehingga memungkinkan model rantai nilai *end-to-end* yang lebih fleksibel dan responsif untuk berbagai segmen produk dan kanal.

and AI tools–such as predictive quality analytics, zero defects, E-PTW, and enhanced equipment monitoring–improved visibility and enabled earlier detection of risks. Implementation of Product Quality Standards (PQS) deepened in priority cells, alongside upgrades in pack and product performance, and our progress was recognised through external awards including the Global Safety Award.

Sustainability: Efficiency that Lowers Footprint

Operational efficiency and sustainability continued to reinforce one another. Across our factories, we expanded solar panel installations, rainwater harvesting, and utility improvements such as compressor efficiency upgrades and reduced energy consumption in air handling systems–achieved without compromising employee comfort on the production floor. Additional initiatives, including an air purging system and pigging technology, reduced material losses requiring treatment in wastewater facilities.

Outlook: Priorities for 2026 and Beyond

In 2026, we will accelerate our transformation by deepening digital adoption across the value chain–expanding MES, scaling AI use cases, strengthening digital quality systems, and advancing Energy Twin and zero defects capabilities. We will continue to dial up both continuous improvement & disruptive change through use of relevant AI use case. All AI use cases will be focused on solving specific business problems enabled by a capable workforce. At the same time, we will move towards Segmentation 2.0 to deliver sharper service and cost outcomes, enabling more flexible & responsive E2E value chain models for different segments of products and channels.



Kami akan terus berinvestasi dalam pengembangan SDM untuk membangun tenaga kerja yang lincah dan percaya diri secara digital, sekaligus memperkuat kemitraan eksternal guna mengamankan pasokan, mempercepat inovasi, dan mendorong keberlanjutan. Prioritas-prioritas ini menempatkan kami pada posisi yang baik untuk mendorong disiplin operasional yang lebih kuat, ketangguhan yang lebih tinggi, dan rantai pasok yang semakin kompetitif pada tahun-tahun mendatang.

We will continue investing in people development to build a digitally confident and agile workforce, while strengthening external partnerships to secure supply, accelerate innovation, and advance sustainability. These priorities position us well to drive stronger operational discipline, greater resilience, and a more competitive supply chain in the years ahead.

Customer Operations

Digitalisasi, teknologi, dan AI tetap menjadi elemen sentral dalam transformasi Customer Operations kami sepanjang 2025.

Digitalisation, technology, and AI remained central to our Customer Operations transformation in 2025.

Memperkuat Layanan, Kelincahan, dan Efisiensi di Pasar yang Semakin Didorong oleh Permintaan

Pada tahun 2025, tim Customer Operations Unilever Indonesia berhasil membukukan peningkatan berkelanjutan dalam kualitas layanan, sekaligus memperkuat disiplin biaya, produktivitas, dan efisiensi modal kerja di tengah pasar yang semakin kompleks dan terfragmentasi secara geografis. Fokus strategis kami adalah menggeser model operasional dari pendekatan yang digerakkan secara internal menuju model yang lebih berorientasi pada permintaan dan lebih terhubung dengan pelanggan, didukung oleh digitalisasi, otomatisasi, dan kolaborasi lintas fungsi yang semakin erat. Berbagai upaya ini memungkinkan kami merespons volatilitas permintaan dengan lebih efektif, meningkatkan keandalan layanan, serta memperkuat ketangguhan operasi menyeluruh kami.

Meningkatkan Orientasi pada Pelanggan melalui Rantai Pasok yang Digerakkan oleh Permintaan

Salah satu prioritas utama pada tahun 2025 adalah melanjutkan transformasi menuju rantai pasok yang semakin berorientasi pada permintaan. Secara operasional, hal ini berarti beralih dari model penyediaan stok berkala yang berbasis proyeksi menuju eksekusi yang didorong oleh sinyal permintaan pelanggan, khususnya di kanal Modern Trade (MT), General Trade (GT), dan kanal digital yang terus berkembang. Kami memperkuat integrasi data pelanggan ke dalam proses perencanaan dan alokasi, memperluas penerapan *vendor-managed inventory* (VMI), serta menggeser fokus dari metrik layanan internal ke hasil layanan yang diukur langsung oleh pelanggan. Perubahan-perubahan ini secara nyata meningkatkan keandalan layanan sekaligus mengurangi alokasi berlebih, residu yang diakibatkan oleh pengiriman, dan inefisiensi persediaan.

Strengthening Service, Agility and Efficiency in a More Demand-Driven Market

In 2025, Unilever Indonesia's Customer Operations team delivered sustained improvements in service quality while strengthening cost discipline, productivity, and working capital efficiency in an increasingly complex and geographically fragmented market. Our strategic focus was on shifting from internally driven execution toward a more demand-led, customer-connected operating model, supported by digitalisation, automation, and closer cross-functional collaboration. These efforts enabled us to respond more effectively to demand volatility, improve service reliability, and reinforce the resilience of our end-to-end operations.

Improving Customer-Centricity through a Demand-Driven Supply Chain

A major priority in 2025 was to progress toward a more demand-driven supply chain. Operationally, this meant moving away from periodic, forecast-led replenishment toward customer signal-driven execution, particularly across Modern Trade (MT), General Trade (GT), and emerging digital channels. We strengthened the integration of customer data into planning and allocation processes, expanded the use of vendor-managed inventory (VMI), and shifted from internal service metrics toward customer-measured outcomes. These changes materially improved service reliability while reducing over-allocation, residual shipments, and inventory inefficiencies.



Peningkatan tersebut tercermin dalam kinerja layanan kami. Pada tahun 2025, tingkat layanan di kanal MT maupun GT meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, didukung oleh eksekusi menyeluruh yang lebih kuat dan integrasi yang lebih erat dengan sinyal permintaan pelanggan. Kami juga mempercepat siklus penggantian stok dan menerapkan eksekusi yang lebih tersegmentasi, sehingga memungkinkan pengiriman yang lebih cepat dan lebih terdiferensiasi untuk SKU bernilai tinggi dan *market-making*.

These improvements were reflected in our service performance. In 2025, service levels in both MT and GT have improved compared with the previous year, supported by stronger end-to-end execution and closer integration with customer demand signals. We also accelerated replenishment cycles and implemented more segmented execution, enabling faster and more differentiated delivery for high-value and market-making SKUs.

Mendorong Transformasi Digital untuk Pengambilan Keputusan yang Lebih Cepat dan Lebih Baik

Digitalisasi, teknologi, dan AI tetap menjadi elemen sentral dalam transformasi Customer Operations kami sepanjang 2025. Kami memperluas penggunaan *advanced planning tools*, otomatisasi alokasi stok, serta kemampuan *autonomous forecasting* untuk meningkatkan kualitas keputusan sekaligus kecepatan operasional. Otomatisasi juga diperluas dalam proses *claims processing* dan *collections*, sehingga membantu mengurangi intervensi manual dan mempercepat waktu respons dalam alur kerja utama. Secara paralel, program DigiOps memperkuat kapabilitas internal, memastikan bahwa implementasi teknologi mampu diterjemahkan menjadi peningkatan kinerja yang berkelanjutan, bukan sekadar *pilot project* yang berdiri sendiri.

Penguatan visibilitas operasional menyeluruh juga memungkinkan kami mengidentifikasi risiko lebih cepat dan mengambil tindakan korektif lebih dini. Berbagai *tools* seperti *stock allocation systems*, *machine learning forecasting*, *automated claims analytics*, dan *logistics dashboards* memberikan *insight* yang nyaris *real-time* terkait ketidaksesuaian alokasi, *forecast bias*, dan *execution bottlenecks*. Hasilnya, dampak gangguan dapat dikelola dengan lebih baik, sementara kualitas layanan, disiplin biaya, dan kualitas persediaan terus menunjukkan perbaikan sepanjang tahun.

Meningkatkan Efisiensi Operasional untuk Memperkuat Disiplin Biaya dan Kas

Pada tahun 2025, efisiensi dalam Customer Operations tidak semata dimaknai sebagai perbaikan biaya, tetapi juga sebagai kemampuan untuk memberikan tingkat layanan yang sama atau lebih tinggi dengan biaya struktural yang lebih efisien, intervensi manual yang lebih rendah, serta hasil modal kerja yang lebih baik. Hal ini dicapai melalui penyederhanaan berkelanjutan, otomatisasi, dan peningkatan kapabilitas di seluruh fungsi perencanaan, *order-to-cash*, dan logistik.

Driving Digital Transformation for Faster and Better Decisions

Digitalisation, technology, and AI remained central to our Customer Operations transformation in 2025. We scaled the use of advanced planning tools, automated stock allocation, and autonomous forecasting capabilities to improve both decision quality and operational speed. Automation was also expanded in claims processing and collections, helping reduce manual intervention and shorten response times across key workflows. In parallel, the DigiOps programme strengthened internal capabilities, ensuring that technology deployment translated into sustained performance improvement rather than remaining isolated pilots.

Our strengthened end-to-end visibility also enabled faster identification of risks and earlier corrective action. Tools such as stock allocation systems, machine learning forecasting, automated claims analytics, and logistics dashboards provided near real-time insight into allocation gaps, forecast bias, and execution bottlenecks. As a result, disruption impacts were better contained while service, cost discipline, and inventory quality continued to improve throughout the year.

Enhancing Operational Efficiency for Stronger Cost and Cash Discipline

In 2025, efficiency in Customer Operations was defined not simply as cost improvement, but as the ability to deliver the same or higher service levels with efficient structural cost, less manual intervention, and better working capital outcomes. This was achieved through continued simplification, automation, and capability upgrades across planning, order-to-cash, and logistics.

Upaya tersebut menghasilkan capaian yang nyata. Biaya logistik per ton membaik dibandingkan tahun sebelumnya, sehingga memperkuat daya saing di berbagai wilayah. Kualitas persediaan juga terus meningkat, dengan stok berlebih dan residu bisnis yang melanjutkan tren penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Secara keseluruhan, langkah-langkah ini memperkuat kemampuan Perseroan dalam menghasilkan kas serta membebaskan sumber daya untuk mendukung pertumbuhan yang menguntungkan.

These efforts translated into tangible results. Logistics cost per ton improved versus the previous year, reinforcing competitiveness across regions. Inventory quality also continued to improve, with excess stock and business waste sustaining a multi-year downward trend. Together, these actions strengthened cash generation and released resources to support profitable growth.

Pendorong utama produktivitas di area logistik dan pergudangan meliputi pengelolaan biaya yang efektif, perbaikan proses secara berkelanjutan untuk meminimalkan inefisiensi, penyempurnaan *load planning*, serta *redesign* jaringan distribusi guna mengurangi jarak tempuh dan *touchpoints* di seluruh jaringan distribusi. Berbagai langkah ini memungkinkan efisiensi biaya tanpa mengorbankan kualitas layanan kepada pelanggan.

Key productivity drivers in logistics and warehousing included effective cost management, ongoing process improvements to minimise inefficiencies, enhanced load planning, and network redesign to reduce distance travelled and touchpoints across the distribution network. These levers enabled cost effectiveness without compromising customer service quality.

Memperkuat Ketangguhan melalui Visibilitas dan Eksekusi yang Tersegmentasi

Sepanjang tahun 2025, Customer Operations beroperasi di tengah lingkungan yang sarat tantangan. Kami menghadapi volatilitas permintaan yang meningkat, terutama di kanal yang berkembang pesat seperti D-commerce, disertai *forecast bias* dan variabilitas yang didorong oleh aktivitas promosi di sejumlah kategori.

Kami memperkuat ketangguhan rantai pasok dengan menyesuaikan asumsi *lead time*, meningkatkan visibilitas, dan mendeteksi risiko lebih dini. Kami juga melakukan perubahan jaringan sementara untuk menjaga ketersediaan produk. Secara lebih luas, kami menerapkan pendekatan berbasis prioritas di seluruh rantai pasok menyeluruh, dengan menyesuaikan model pengiriman berdasarkan segmen dan menyeimbangkan persediaan secara lebih cerdas. Langkah-langkah ini membantu kami mengantisipasi gangguan lebih awal dan meresponsnya dengan lebih efektif melalui *insight* berbasis data.

Bolstering Resilience through Visibility and Segmented Execution

Customer Operations operated in a disruption-heavy environment throughout 2025. We navigated heightened demand volatility, particularly in fast-growing channels such as D-commerce, alongside forecast bias and promotion-driven variability in selected categories.

We improved our supply chain resilience by adjusting lead-time assumptions, strengthening visibility, and detecting risks earlier. We also made temporary network changes to keep products available. More broadly, we applied a priority-based approach across the end-to-end supply chain, tailoring delivery models by segment and rebalancing inventory smartly. These steps helped us anticipate disruptions sooner and respond more effectively using data-driven insights.

Memajukan Kapabilitas dan Pengakuan Customer Operations

Di luar kinerja operasional, tahun 2025 juga menandai kemajuan penting dalam penguatan kapabilitas organisasi dan pengakuan eksternal. Program DigiOps memperoleh pengakuan dari Gartner sebagai *"People Breakthrough of the Year"*, yang mencerminkan efektivitas upaya pengembangan kapabilitas kami dalam menanamkan cara kerja digital dan berbasis teknologi di seluruh organisasi. Tim Customer Operations kami juga menerima pengakuan eksternal dari pelanggan utama atas peningkatan *service level* pada tahun 2025, sementara perbaikan biaya logistik kami turut mendapat apresiasi secara global di dalam organisasi Unilever yang lebih luas.

Kolaborasi yang semakin erat antara Customer Operations, Customer Development dan Supply Chain juga menjadi sumber keunggulan kompetitif yang semakin kuat. Melalui *integrated S&OP, joint performance review,* serta integrasi masukan dari Customer Development yang lebih awal ke dalam siklus perencanaan, kami meningkatkan kualitas promosi, memperkuat *demand signals*, mengurangi *rework*, dan memungkinkan respons yang lebih cepat terhadap volatilitas maupun peluncuran inovasi. Hal ini membantu memastikan bahwa sasaran layanan, biaya, dan pertumbuhan dikelola secara lebih holistik di seluruh bisnis.

Advancing Capability and Recognition in Customer Operations

Beyond operational performance, 2025 also marked important progress in strengthening organisational capability and external recognition. The DigiOps programme was recognised by Gartner as "People Breakthrough of the Year", reflecting the effectiveness of our capability-building efforts in embedding digital and technology-led ways of working. Our Customer Operations team also received external recognition from key customers for service level improvements in 2025, while our logistics cost improvement was recognised globally within the wider organisation.

Closer collaboration across Customer Operations, Customer Development, and Supply Chain also became a stronger source of competitive advantage. Through integrated S&OP, joint performance reviews, and earlier embedding of Customer Development input into planning cycles, we improved promotion quality, strengthened demand signals, reduced rework, and enabled faster responses to volatility and innovation launches. This helped ensure that service, cost, and growth objectives were managed more holistically across the business.





2026 dan Seterusnya: Membangun Model Customer Operations yang Lebih Tangguh dan Siap Masa Depan

Ke depannya, Customer Operations berada pada posisi yang kuat untuk terus menghasilkan perbaikan struktural dalam efektivitas biaya, efisiensi, dan skala digital mulai tahun 2026 dan seterusnya. Fokus kami akan tetap diarahkan pada peningkatan efektivitas, serta penyederhanaan dan otomatisasi menyeluruh. Produktivitas persediaan juga akan tetap menjadi prioritas, dengan arah yang jelas menuju *excess stock* yang lebih rendah dan hasil modal kerja yang lebih optimal.

Teknologi dan AI akan terus menjadi akselerator utama. Kami berencana untuk semakin memperluas kapabilitas *AI-enabled forecasting*, integrasi sinyal pelanggan, *stock allocation*, dan *autonomous planning* guna mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat, lebih presisi, dan dengan intervensi manual yang semakin minimal. Melalui berbagai inisiatif tersebut, tim Customer Operations kami tengah membangun model operasional yang lebih tangguh, lebih efisien dari sisi biaya, dan lebih siap menghadapi masa depan, guna mendukung pertumbuhan yang menguntungkan dan penguatan kas pada tahun-tahun mendatang.

2026 and Beyond: Building a More Resilient and Future-Fit Customer Operations Model

Looking ahead, Customer Operations is well positioned to deliver further structural gains in cost effectiveness, efficiency, and digital scale from 2026 onwards. Our focus will remain on increasing effectiveness and end-to-end simplification and automation. Inventory productivity will also remain a priority, with a clear glide path toward lower excess stock and better working capital outcomes.

Technology and AI will continue to be key accelerators. We plan to further scale AI-enabled forecasting, customer signal integration, stock allocation, and autonomous planning capabilities to enable faster, more precise decision-making with less manual intervention. Through these initiatives, our Customer Operations team is building a more resilient, lower-cost, and future-fit operating model that will support profitable growth and stronger cash generation in the years ahead.

Tinjauan Keuangan

Financial Review

Pembahasan dan analisis berikut mengacu pada Laporan Keuangan Perseroan untuk tahun-tahun yang berakhir pada 31 Desember 2025 dan 2024 yang juga disajikan di halaman 358 dalam buku Laporan Tahunan ini. Laporan keuangan tersebut telah diaudit oleh KAP Siddharta Widjaja & Rekan.

The following discussion and analysis refer to the Financial Statements of the Company as of and for the years ended 31 December 2025 and 2024, which are also presented in page 358 on this Annual Report. The financial statements were audited by KAP Siddharta Widjaja & Rekan.

Kinerja Keuangan

Financial Performance

Aset

Pada tanggal 31 Desember 2025, Perseroan mencatat jumlah aset sebesar Rp20,0 triliun, mengalami kenaikan sebesar 24,7% dibanding tahun 2024. Kenaikan terutama berasal dari kenaikan jumlah aset lancar.

Assets

As of 31 December 2025, the Company recorded total assets amounting to Rp20.0 trillion, increased by 24.7% compared to 2024. The increase is mainly coming from the current assets.

Aset Lancar

Aset lancar Perseroan mengalami kenaikan sebesar 99,7% dari Rp5,28 triliun menjadi Rp10,54 triliun di tahun 2025. Hal tersebut terutama disebabkan oleh kenaikan kas dan setara kas.

Current Assets

The Company's current assets increased by 99.7% from Rp5.28 trillion to Rp10.54 trillion in 2025. This is mainly due to increase in cash and cash equivalents.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Aset Lancar Current Assets	2025	Kontribusi Contribution	2024	Kontribusi Contribution	^(%)
Kas dan setara kas Cash and cash equivalents	5,705,674	54.1%	671,180	12.7%	750.1%
Piutang usaha Trade debtors	1,677,683	15.9%	1,880,942	35.6%	-10.8%
Uang muka dan piutang lain-lain Advances and other debtors	379,722	3.6%	184,018	3.5%	106.4%
Persediaan Inventories	2,453,106	23.3%	2,505,852	47.5%	-2.1%
Beban dibayar dimuka Prepaid expenses	44,461	0.4%	25,798	0.5%	72.3%
Pajak dibayar di muka Prepaid taxes	7,500	0.1%	12,758	0.2%	-41.2%
Aset yang dimiliki untuk dijual Assets held for sale	276,477	2.6%	0	0.0%	0.0%
Jumlah Aset Lancar **Total Current Assets**	**10,544,623**	**100.0%**	**5,280,548**	**100.0%**	**99.7%**

a. Kas dan Setara Kas

Kas dan setara kas Perseroan pada tanggal 31 Desember 2025 sebesar Rp5,70 triliun sebagian besar terdiri dari deposito berjangka.

a. Cash and Cash Equivalents

The Company's cash and cash equivalents as at 31 December 2025 of Rp5.70 trillion mostly consist of time deposits.

Kas dan Setara Kas Cash and Cash Equivalents	2025	Kontribusi Contribution	2024	Kontribusi Contribution	^(%)
Kas Cash on hand	0	0.00%	0	0.00%	0.00%
Bank Cash in banks					
Rupiah	1,291,113	22.63%	434,170	64.69%	197.37%
Dolar Amerika Serikat U.S. Dollar	66,153	1.16%	160,071	23.85%	-58.67%
Euro	23,675	0.41%	29,149	4.34%	-18.78%
Deposito berjangka (Dolar Amerika Serikat) Time deposits (U.S. Dollar)	4,324,733	75.80%	47,790	7.12%	8,949.45%
Jumlah Kas dan Setara Kas **Total Cash and Cash Equivalents**	**5,705,674**	**100.00%**	**671,180**	**100.00%**	**750.10%**

b. Piutang Usaha

Pada tahun 2025, Perseroan membukukan piutang usaha sebesar Rp1,67 triliun. Piutang usaha tersebut merupakan piutang usaha yang berasal dari pelanggan pihak ketiga dan dari pihak berelasi yang tidak memiliki kasus gagal bayar di masa terdahulu. Per tanggal 31 Desember 2025, Perseroan mencadangkan Rp161,8 miliar atas penurunan nilai yang mungkin muncul dari piutang tidak tertagih.

b. Trade Debtors

In 2025, the Company booked trade debtors of Rp1.67 trillion. The trade debtors derived from trade debtors from existing third-party customers and related parties which had no default experience in the past. As of 31 December 2025, the Company allocated a provision of Rp161.8 billion of impairment that may have arisen from uncollectible receivables.

Piutang Usaha Trade Debtors	2025	2024
Lancar Current	1,733,612	1,799,989
Lewat jatuh tempo Overdue		
1 - 30 hari 1 - 30 days	0	20,186
>30 hari >30 days	105,920	234,979
Jumlah **Total**	**1,839,532**	**2,055,154**
Provisi atas kerugian penurunan nilai Provision for impairment losses	(161,849)	(174,212)
Jumlah Piutang Usaha Bersih **Total Net Trade Debtors**	**1,677,683**	**1,880,942**

c. Uang Muka dan Piutang Lain-Lain

Di tahun 2025, uang muka dan piutang lain-lain ini mengalami kenaikan sebesar Rp195,7 miliar menjadi Rp379,7 miliar, yang sebagian besar disebabkan oleh kenaikan uang muka dan piutang lain-lain ke pihak ketiga.

d. Persediaan

Persediaan Perseroan pada tahun 2025 adalah sebesar Rp2,4 triliun atau mengalami penurunan sebesar 2,1%. Penurunan persediaan sebagian besar disebabkan oleh penurunan suku cadang dan provisi atas persediaan. Rata-rata *days-on-hand* persediaan mengalami penurunan sebesar 4 hari menjadi 52 hari dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Persediaan juga telah dilindungi dengan asuransi terhadap risiko kerugian karena bencana alam, kebakaran, dan risiko-risiko lainnya dengan jumlah pertanggungan sebesar Rp2,4 triliun.

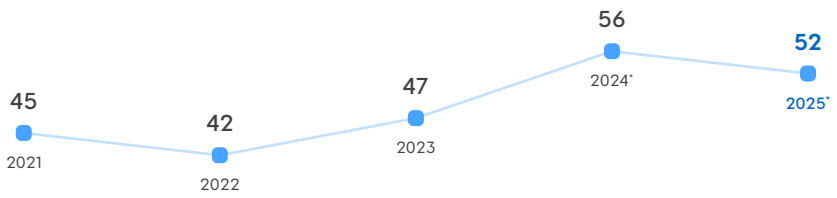
c. Advances and Other Debtors

In 2025, advances and other debtors experienced an increase of Rp195.7 billion to Rp379.7 billion, which was mostly due to increase in advances and other debtors to third parties.

d. Inventories

The Company's inventories in 2025 is Rp2.4 trillion or decreased by 2.1%. The decrease in inventory is mostly due to decrease in spare parts and inventory provision. The average days-on-hand inventory decreased by 4 days into 52 days compared to the same period in previous year. Inventories have also been insured against the risk of losses due to natural disaster, fire, and other risks with a total coverage of Rp2.4 trillion.

Days of Inventory on Hand



* Operasi yang dilanjutkan (tanpa bisnis Es Krim dan Teh)
Continuing operations (exclude Ice Cream and Tea businesses)

Aset Tidak Lancar

Pada tahun 2025, aset tidak lancar Perseroan adalah sebesar Rp9,5 triliun atau mengalami penurunan sebesar 12%. Penurunan yang utama disebabkan oleh penurunan dari aset tetap dan aset tidak lancar lainnya.

Non-Current Assets

In 2025, the Company's non-current assets amounted to Rp9.5 trillion or decreased by 12%. The decreasing is mainly due to decrease in fixed assets and other non-current assets.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Aset Tidak Lancar Non-Current Assets	2025	Kontribusi Contribution	2024	Kontribusi Contribution	^(%)
Aset tetap Fixed assets	7,145,889	75.4%	9,321,605	86.6%	-23.3%
Goodwill	61,925	0.7%	61,925	0.6%	0.0%
Aset takberwujud Intangible assets	332,219	3.5%	337,348	3.1%	-1.5%
Aset Hak-Guna Right-of-use assets	499,838	5.2%	459,905	4.3%	8.7%

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Aset Tidak Lancar Non-Current Assets	2025	Kontribusi Contribution	2024	Kontribusi Contribution	^(%)
Aset tidak lancar lainnya Other non-current assets	52,983	0.6%	75,193	0.7%	-29.5%
Klaim Pajak yang Dapat Dikembalikan Claim for Refundable Taxes	1,379,862	14.6%	509,671	4.7%	170.7%
Jumlah Aset Tidak Lancar **Total Non-Current Assets**	**9,472,716**	**100%**	**10,765,647**	**100%**	**-12.0%**

a. Aset Tetap

Aset tetap yang dimiliki Perseroan pada tanggal 31 Desember 2025 adalah sebesar Rp7,1 triliun dan mengalami penurunan sebesar 23% dibanding tahun lalu sebesar Rp9,3 triliun. Penurunan ini terutama berasal dari penurunan pada nilai tercatat neto mesin dan peralatan.

a. Fixed Assets

Fixed assets owned by the Company as of 31 December 2025 amounted to Rp7.1 trillion, representing a decrease of 23% compared to last year's balance of Rp9.3 trillion. This decline was mainly driven by a decrease in the net carrying amount of machinery and equipment.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Aset Tetap Fixed Assets	2025	Kontribusi Contribution	2024	Kontribusi Contribution	^(%)
Tanah Land	271,939	3.81%	277,326	2.975%	-1.9%
Bangunan Buildings	2,049,923	28.69%	2,504,522	26.868%	-18.2%
Mesin dan peralatan Machinery and equipment	3,866,009	54.10%	5,810,553	62.334%	-33.5%
Kendaraan bermotor Motor vehicles	0	0.00%	1,618	0.017%	-109.6%
Aset dalam penyelesaian Construction in progress	958,018	13.41%	727,586	7.805%	31.7%
Nilai Tercatat Bersih **Net Carrying Value**	**7,145,889**	**100.0%**	**9,321,605**	**100.0%**	**-23.3%**

b. *Goodwill*

Nilai buku neto *goodwill* pada tanggal 31 Desember 2025 adalah Rp61,9 miliar. *Goodwill* merupakan selisih lebih dari jumlah yang dibayar atas nilai aset neto dari bisnis yang diakuisisi oleh Perseroan berkaitan dengan produk Bango.

Tidak ada penambahan *goodwill* di tahun 2025. Manajemen juga telah melakukan penelaahan atas *goodwill* dan menyimpulkan tidak terdapat penurunan nilai.

b. Goodwill

The net book value of goodwill as of 31 December 2025 was amounted to Rp61.9 billion. Goodwill represents the excess of the amount paid over the carrying value of net assets of business acquired by the Company relating to Bango products.

There was no additional goodwill in 2025. Management also had reviewed the goodwill and concluded that there is no impairment.

c. Aset Takberwujud

Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, aset takberwujud timbul dari perolehan atas merek yang berhubungan dengan produk Bango dan Buavita yang diperoleh masing-masing pada tahun 2001 dan 2008.

Manajemen telah melakukan penelaahan atas aset takberwujud dengan umur manfaat tidak terbatas dan tidak terdapat penurunan nilai.

d. Aset Tidak Lancar Lainnya

Di tahun 2025, aset tidak lancar lainnya tercatat sebesar Rp52,9 miliar, mengalami penurunan sebesar Rp22,2 miliar dibanding tahun 2024.

e. Aset Hak-Guna

Di tahun 2025, aset hak-guna tercatat sebesar Rp499,8 miliar, mengalami kenaikan sebesar Rp39,9 miliar dibanding tahun 2024. Kenaikan terutama disebabkan oleh beberapa transaksi sewa gudang dan kantor dan kendaraan yang mengandung opsi perpanjangan yang dapat diambil oleh Perseroan sebelum masa berakhirnya kontrak yang tidak dapat dibatalkan.

c. Intangible Assets

As at 31 December 2025 and 2024, intangible assets principally comprise acquisitions of trademarks related to Bango and Buavita products which were acquired in 2001 and 2008 respectively.

Management had reviewed the intangible assets with indefinite useful lives and there is no impairment.

d. Other Non-Current Assets

In 2025, other non-current assets were recorded at Rp52.9 billion, a decrease of Rp22.2 billion compared to 2024.

e. Right-of-use Assets

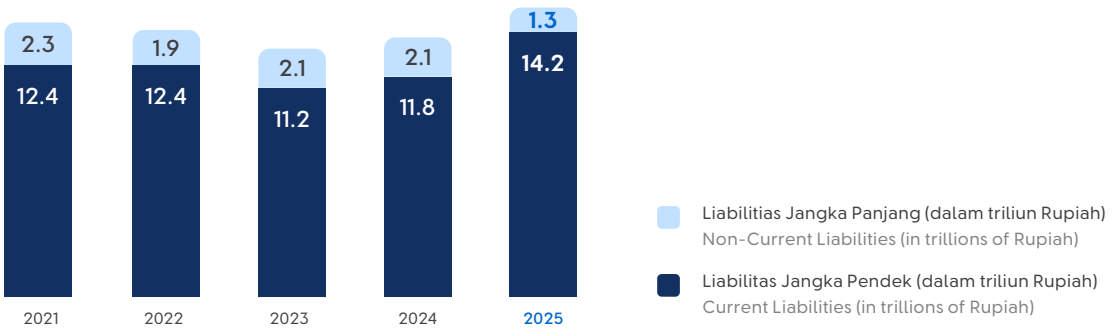
In 2025, right-of-use assets were recorded at Rp499.8 billion, an increase of Rp39.9 billion compared to 2024. The increase mainly due to some leases of warehouses and offices and vehicles contain extension options exercisable by the Company before the end of the non-cancellable contract period.

Liabilitas

Perseroan membukukan jumlah liabilitas di akhir tahun 2025 sebesar Rp15,5 triliun yang terdiri dari 92% liabilitas jangka pendek dan 8% liabilitas jangka panjang. Jumlah liabilitas mengalami peningkatan sebesar Rp1,65 triiun atau 11,8% dibanding tahun 2024, disebabkan terutama oleh peningkatan liabilitas jangka pendek.

Liabilitas 2021-2025 (dalam triliun Rupiah)

Liabilities 2021-2025 (in trillions of Rupiah)



Liabilities

The Company booked total liabilities at year end 2025 of Rp15.5 trillion, of which 92% were current liabilities and 8% were non-current liabilities. The total liabilities increased by Rp1.65 trillion or 11.8% compared to 2024, which was caused largely by increase in current liabilities.

Liabilitas Jangka Pendek

Pada tahun 2025, liabilitas jangka pendek Perseroan adalah sebesar Rp14,2 triliun mengalami peningkatan sebesar 20,2% dibandingkan tahun 2024.

Current Liabilities

In 2025, the Company's current liabilities were Rp14.2 trillion increased by 20.2% compared to 2024.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Liabilitas Jangka Pendek Current Liabilities	2025	Kontribusi Contribution	2024	Kontribusi Contribution	^(%)
Pinjaman bank Bank borrowings	0	0.0%	1,450,000	12.3%	100.0%
Utang usaha Trade creditors	4,695,329	33.0%	3,983,297	33.7%	17.9%
Utang pajak Taxes payable	2,311,738	16.3%	227,440	1.9%	916.4%
Akrual Accruals	4,103,034	28.8%	3,797,590	32.1%	8.0%
Utang lain-lain Other payables	2,684,310	18.9%	2,162,722	18.3%	24.1%
Liabilitas imbalan kerja jangka panjang – bagian jangka pendek Long-term employee benefits liabilities – current portion	137,446	1.0%	171,362	1.4%	-19.8%
Liabilitas sewa – bagian jangka pendek Lease liabilities – current portion	290,762	2.0%	37,790	0.3%	669.4%
Jumlah Liabilitas Jangka Pendek **Total Current Liabilities**	**14,222,619**	**100.0%**	**11,830,201**	**100.0%**	**20.2%**

Analisis umur utang usaha adalah sebagai berikut:

The ageing analysis of trade creditors is as follows:

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Utang Usaha Trade Creditors	2025	2024
Lancar Current	4,624,407	3,891,090
Lewat jatuh tempo Overdue		
1 - 30 hari 1 - 30 days	69,182	81,117
>30 hari >30 days	1,740	11,090
Jumlah Utang Usaha **Total Trade Creditors**	**4,695,329**	**3,983,297**

Liabilitas Jangka Panjang

Pada 31 Desember 2025 Perseroan membukukan liabilitas jangka panjang sebesar Rp1,3 triliun. Penurunan jumlah liabilitas jangka panjang sebesar Rp747 miliar terutama disebabkan oleh penurunan liabilitas imbalan kerja jangka panjang – bagian jangka panjang.

Non-Current Liabilities

As of 31 December 2025, the Company recorded non-current liabilities amounting to Rp1.3 trillion. The decrease in non-current liabilities by Rp747 billion was mainly attributable to the decrease of long-term employee benefits liabilities – non-current portion.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Liabilitas Jangka Panjang Non-Current Liabilities	2025	Kontribusi Contribution	2024	Kontribusi Contribution	^(%)
Liabilitas pajak tangguhan Deferred tax liabilities	2,863	0.2%	108,972	5.3%	-97.4%
Liabilitas imbalan kerja jangka panjang – bagian jangka panjang Long-term employee benefits liabilites – non-current portion	962,660	73.0%	1,464,913	70.9%	-34.3%
Liabilitas sewa – bagian jangka panjang Lease liabilities – non-current portion	354,079	26.8%	492,842	23.8%	-28.2%
Jumlah Liabilitas Jangka Panjang **Total Non-Current Liabilities**	**1,319,602**	**100.0%**	**2,066,727**	**100.0%**	**-36.2%**

Ekuitas

Pada tahun 2025, ekuitas Perseroan tercatat sebesar Rp4,4 triliun. Nilai ekuitas naik sebesar Rp2,3 triliun terutama disebabkan oleh kenaikan laba tahun berjalan 2025 dibandingkan laba tahun sebelumnya.

Equity

In 2025, the Company's equity is recorded at Rp4.4 trillion. The increase of Rp2.3 trillion was primarily due to increase of net profit in 2025 compared to previous year.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Kinerja Keuangan – Operasi yang dilanjutkan Financial Performance – Continuing operation	2025	2024*	^(%)
Penjualan bersih Net sales	31,943,461	30,622,614	4.3%
Harga pokok penjualan Cost of goods sold	16,946,367	16,062,942	5.5%
Laba bruto Gross profit	14,997,094	14,559,672	3.0%
Laba dari operasi yang dilanjutkan Profit from continuing operation	3,537,297	2,904,648	21.8%
Laba tahun berjalan dari operasi yang dihentikan Profit from discontinued operation	309,460	464,045	-33.3%
Laba penjualan operasi yang dihentikan Gain on sale of discontinued operation	3,794,404	-	

* Disajikan kembali
Restated

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Kinerja Keuangan – Operasi yang dilanjutkan Financial Performance – Continuing operation	2025	2024*	^(%)
Laba Profit	7,641,161	3,368,693	126.9%
Margin laba Profit margin	23.9%	11.0%	12.92%
Laba bersih per saham dasar Basic earnings per share	93	76	22.4%

* Disajikan kembali
Restated

Penjualan Neto

Selama tahun 2025, Perseroan berhasil membukukan penjualan neto sebesar Rp31,9 triliun atau meningkat 4,3% dibanding periode yang sama tahun lalu dari kegiatan operasi yang dilanjutkan. Penjualan ini berasal dari dua segmen usaha, yaitu segmen Home and Personal Care serta Foods and Refreshment yang masing-masing sebesar Rp23,4 triliun dan Rp8,6 triliun. Kontribusi masing-masing segmen tersebut terhadap penjualan neto Perseroan berturut-turut adalah sebesar 73% dan 27%.

Net Sales

During 2025, the Company managed to book Rp31.9 trillion in net sales, an increase of 4.3% over the same period last year from the continuing operation. These sales were derived from two business segments, Home and Personal Care, as well as Foods and Refreshment, which amounted to Rp23.4 trillion and Rp8.6 trillion, respectively. The contribution of each of these segments to total Company's net sales was 73% and 27%.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Informasi Segmen (Operasi yang dilanjutkan) Segment Information (Continuing operation)	Home and Personal Care			Foods and Refreshment			Total	
	2025	2024	^(%)	2025*	2024**	^(%)	2025*	2024**
Penjualan bersih Net sales	23,359,149	22,426,415	4.2%	8,584,312	8,196,199	4.7%	31,943,461	30,622,614
Laba bruto Gross profit	11,153,115	11,138,916	0.1%	3,843,979	3,420,756	12.4%	14,997,094	14,559,672
Hasil segmen Segment result	5,008,078	4,645,220	7.8%	2,025,361	1,690,870	19.8%	7,033,439	6,336,090
Margin laba bruto Gross profit margin	47.7%	49.7%	-1.9%	44.8%	41.7%	3.0%	46.9%	47.5%
Kontribusi penjualan Sales contribution	73.1%	73.2%	-0.1%	26.9%	26.8%	0.1%	100.0%	100.0%

* Operasi yang dilanjutkan (tanpa bisnis Es Krim dan Teh)
Continuing operations (exclude Ice Cream and Tea businesses)

** Disajikan kembali
Restated

Harga Pokok Penjualan

Pada tahun 2025, harga pokok penjualan ("HPP") Perseroan adalah sebesar Rp16,9 triliun atau meningkat 5,5%. Peningkatan HPP terutama berasal dari peningkatan penjualan bersih.

Cost of Goods Sold

In 2025, the Company's cost of goods sold ("CoGS") was amounted to Rp16.9 trillion, an increase of 5.5%. The increase in CoGS was mainly due to increase in net sales.

Laba Bruto

Perseroan membukukan laba bruto sebesar Rp15 triliun pada tahun 2025 atau 3% lebih tinggi dibanding tahun sebelumnya. Marjin laba bruto pada tahun 2025 adalah sebesar 46,9% yang menurun dibanding periode tahun sebelumnya yakni 47,5% terutama berasal dari peningkatan harga pokok penjualan selama 2025.

Gross Profit

The Company booked gross profit of Rp15 trillion in 2025 or 3% higher than the previous year. Gross profit margin in 2025 is 46.9% which decreased compared to previous year of 47.5% mainly due to increase in cost of goods sold in 2025.

Beban Usaha

Beban usaha terdiri dari beban pemasaran dan penjualan, beban umum dan administrasi, dan beban/(penghasilan) lain-lain. Beban usaha Perseroan di 2025 adalah sebesar Rp10,4 triliun yang terdiri dari beban pemasaran dan penjualan Rp7,4 triliun, beban umum dan administrasi Rp3 triliun dan beban lain-lain sebesar Rp44 miliar.

Beban pemasaran dan penjualan mengalami penurunan sebesar 3,6%, dipengaruhi oleh penurunan beban distribusi dan iklan dan riset pasar selama 2025. Penurunan pada beban umum dan administrasi sebesar 3,3% terutama dipengaruhi oleh penurunan biaya royalti terkait merek, teknologi, dan perjanjian *Enterprise Technology Services*.

Operating Expenses

Operating expenses consist of marketing and selling expenses, general and administration expenses, and other expenses/(income). The Company's operating expenses in 2025 amounted to Rp10.4 trillion consists of marketing and selling expenses of Rp7.4 trillion, general and administration expenses of Rp3 trillion and other expenses of Rp44 billion.

Marketing and selling expenses decreased by 3.6%, mainly due to decrease in distribution and advertising and market research activities during 2025. Decrease in general and administration expenses by 3.3% was mainly affected by royalty expenses related to trademark, technology, and Enterprise Technology Services agreement.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Beban Operasi dilanjutkan **Continued Operation Expenses**	**2025**	**% terhadap Penjualan** **% to Sales**	**2024***	**% terhadap Penjualan** **% to Sales**	**^(%)**
Beban Usaha Operating Expense					
Beban pemasaran dan penjualan Marketing and selling expenses	7,396,945	23.16%	7,670,796	25.05%	-3.57%
Beban umum dan administrasi General and administration expenses	2,963,445	9.28%	3,064,055	10.01%	-3.28%
Penghasilan/(beban) lain-lain, neto Other income/(expenses), net	44,683	0.14%	17,504	0.06%	155.27%
Jumlah Beban Usaha **Total Operating Expenses**	**10,405,073**	**32.58%**	**10,752,355**	**35.12%**	**-3.23%**

* Disajikan kembali
Restated

Laba Usaha

Kenaikan laba usaha Perseroan sebesar 20,6%, dari Rp3,8 triliun di tahun 2024 menjadi Rp4.6 triliun di tahun 2025. Kenaikan laba usaha sebagian besar didorong oleh kenaikan penjualan bersih dan penurunan beban pemasaran dan penjualan.

Operating Profit

The Company 's increase in operating profit of 20.6%, from Rp3.8 trillion in 2024 to Rp4.6 trillion in 2025. The increase in operating profit was mainly driven by increase in net sales and decrease in marketing and selling expenses.

Biaya Keuangan Neto

Pada tahun 2025, biaya keuangan neto Perseroan adalah sebesar Rp93,7 miliar, mengalami kenaikan sebesar 66,9% dibandingkan tahun 2024. Kenaikan biaya keuangan neto disebabkan oleh rata-rata kenaikan pinjaman sepanjang tahun 2025.

Net Finance Costs

In 2025, the Company's net finance costs amounted to Rp93.7 billion, representing an increase of 66.9% compared to 2024. The increase in net finance costs was attributable to the higher average level of borrowings throughout 2025.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Biaya Keuangan dari Operasi dilanjutkan **Finance Cost Continued Operation**	**2025**	**2024**	**^(%)**
Penghasilan keuangan Finance income	**24,447**	16,101	51.84%
Biaya keuangan Finance costs	**(118,188)**	(72,274)	63.53%
Biaya Keuangan Bersih **Net Finance Costs**	**(93,741)**	**(56,173)**	**66.88%**

Laba Sebelum Pajak Penghasilan

Laba sebelum pajak penghasilan pada 2025 mengalami peningkatan Rp747 miliar dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini sejalan dengan penjelasan pada poin laba usaha di mana peningkatan ini terutama disebabkan oleh peningkatan penjualan bersih dan penurunan beban pemasaran dan penjualan.

Profit Before Income Tax

Profit before income tax in 2025 inccreased by Rp747 billion compared to previous year. This is aligned with explanation of operating profit point where this increase was mainly affected by increase in net sales and decrease in marketing and selling expenses as explained above.

Beban Pajak Penghasilan

Di tahun 2025, Perseroan membukukan beban pajak penghasilan sebesar Rp960,9 miliar atau Rp114,4 miliar lebih tinggi dibanding dengan periode yang sama di tahun sebelumnya.

Income Tax Expense

In 2025, the Company recorded income tax expense of Rp960.9 billion or Rp114.4 billion higher than the same period in the previous year.

Laba Tahun Berjalan

Di tahun 2025, Perseroan membukukan laba neto sebesar Rp7,6 triliun yang dihasilkan dari laba operasi yang dilanjutkan sebesar Rp3,5 triliun, atau meningkat sebesar 21.8%, sedangkan laba dari operasi yang dihentikan terdiri dari laba tahun berjalan sebesar Rp309,5 miliar atau menurun sebesar 33,3% dibandingkan laba operasi yang dihentikan sebelumnya, dan Perseroan juga membukukan laba dari penjualan operasi yang dihentikan sebesar Rp3,8 triliun.

Profit for The Year

In 2025, the Company recorded net profit of Rp7.6 trillion, generated from continuing operating profit of Rp3.5 trillion, representing an increase of 21.8%. Meanwhile, profit from discontinued operations consisted of profit for the current year amounting to Rp309.5 billion, or a decrease of 33.3% compared to the profit from discontinued operations in the previous year. The Company also recorded a gain from the sale of discontinued operations of Rp3.8 trillion.

Penghasilan Komprehensif Lain

Di tahun 2025, Perseroan mencatat laba komprehensif lain sebesar Rp67 miliar. Hal ini terutama disebabkan oleh kenaikan tingkat diskonto untuk kewajiban imbalan pasti yang berpengaruh pada peningkatan atas pengukuran kembali liabilitas imbalan kerja jangka panjang pada tahun 2025.

Other Comprehensive Income

In 2025 the Company recorded other comprehensive income of Rp67 billion. This was mainly due to increase in the discount rate for defined benefit obligations that affected the increase of remeasurements of long-term employee benefits liabilities in 2025.

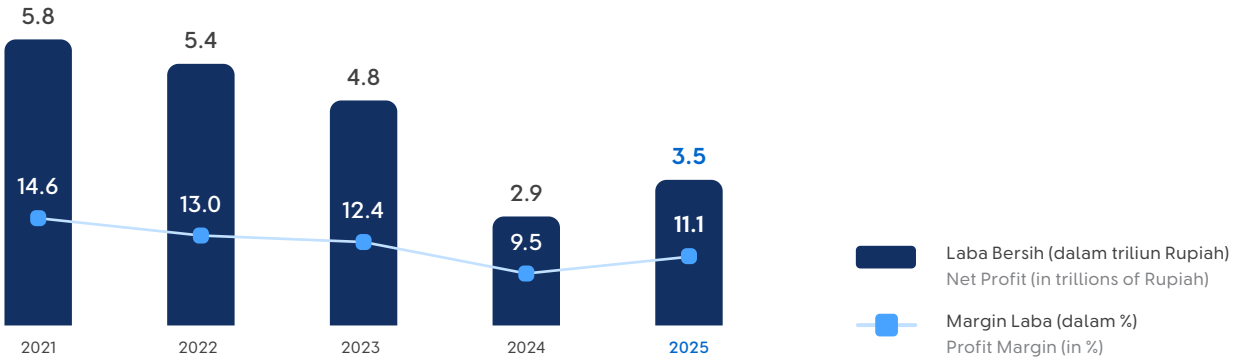
(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Penghasilan (Rugi) Komprehensif Comprehensive Income (Loss)	2025	2024
Laba tahun berjalan* Profit of the year*	7,641,161	3,368,693
Pengukuran kembali liabilitas imbalan kerja jangka panjang Remeasurements of long-term employee benefits obligations	86,092	-126,877
Pajak terkait atas penghasilan komprehensif lain Related tax on other comprehensive income	-18,940	27,913
Jumlah Penghasilan Komprehensif lain **Total Other Comprehensive Income**	**7,708,313**	**3,269,729**

* Total laba tahun berjalan dari operasi yang dilanjutkan dan operasi yang dihentikan
Total profit of the year from continuing operation and discontinued operation

Laba Bersih dan Margin Laba

Net Profit and Profit Margin



(%)

Rasio dari Operasi yang dilanjutkan Ratio from Continuing operation	2025	2024
Margin Laba (Laba tahun berjalan terhadap penjualan bersih) Profit Margin (Profit for the year divided by net sales)	11.1%	9.5%
Imbal Hasil atas Aset (Laba tahun berjalan terhadap rata-rata jumlah aset) Return on Assets (Profit for the year divided by average total assets)	19.6%*	17.8%
Imbal Hasil atas Ekuitas (Laba tahun berjalan terhadap rata-rata jumlah ekuitas) Return on Equity (Profit for the year divided by average total equity)	106.9%**	105.0%

* Didapatkan dari laba operasi yang dilanjutkan terhadap rata-rata aset dari total operasi
Calculated from profit continuing operation to average asset total operation

** Didapatkan dari laba operasi yang dilanjutkan dengan ekuitas dari total operasi
Calculated from profit continuing operation to average equity total operation

Arus Kas

Perseroan berhasil mencatat arus kas neto dari aktivitas operasi sebesar Rp5,8 triliun. Terkait aktivitas investasi, pada 2025 arus kas yang didapatkan sebesar Rp6,1 triliun. Selain itu, terkait aktivitas pendanaan, arus kas digunakan adalah Rp6,9 triliun.

Perseroan membukukan saldo kas dan setara kas pada akhir tahun 2025 sebesar Rp5,7 triliun dengan detail sebagai berikut.

Cash Flows

The Company was able to record net cash flows from operating activities amounting to Rp5.8 trillion. In term of investing activities, in 2025 cash flows received was amounting Rp6.1 trillion. In addition, related to financing activities, cash flows used was Rp6.9 trillion.

The Company booked balance of cash and cash equivalents at Rp5.7 trillion at the end of 2025 with details as follows.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Arus Kas Cash Flows	2025	2024	^(%)
Arus kas neto dari aktivitas operasi Net cash flows from operating activities	5,797,496	3,959,982	46.4%
Arus kas neto yang dihasilkan untuk aktivitas investasi Net cash flows from investing activities	6,149,111	-1,014,874	705.9%
Arus kas neto yang digunakan untuk aktivitas pendanaan Net cash flows used in financing activities	-6,912,264	-3,294,681	109.8%
Kenaikan/(penurunan) bersih kas dan setara kas Net increased/(decreased) in cash and cash equivalents	5,034,343	-349,573	1,540.1%
Dampak perubahan kurs terhadap kas dan setara kas Effect of exchange rate changes on cash and cash equivalents	151	155	-2.6%
Kas dan setara kas pada awal tahun Cash and cash equivalents at the beginning of the year	671,180	1,020,598	-34.2%
Kas dan setara kas pada akhir tahun Cash and cash equivalents at the end of the year	5,705,674	671,180	750.1%

Arus Kas dari Aktivitas Operasi

Arus kas Perseroan dari aktivitas operasi naik sebesar 46,4% atau Rp1,8 triliun. Kenaikan arus kas dari aktivitas operasi sebagian besar berasal dari kenaikan penerimaan dari pelanggan sebesar 2,3% atau Rp917 miliar, penurunan pembayaran remunerasi direksi dan karyawan sebesar 24,1% atau sebesar Rp556 miliar, dan peningkatan pembayaran pajak yang dapat dikembalikan atau sebesar Rp870 miliar; di-*offset* dengan penurunan pembayaran kepada pemasok sebesar 3,1% atau Rp890 miliar dan penurunan pembayaran pajak penghasilan badan sebesar 12,9% atau sebesar Rp155 miliar.

Cash Flows from Operating Activities

The Company's cash flows from operating activities increased by 46.4% or Rp1.8 trillion. The increase in cash flows from operating activities was mainly due to increase in receipt from customers by 2.3% or Rp917 billion, decrease in payments of directors' and employees' remuneration of 24.1% or Rp556 billion, and increase in payments of refundable tax or Rp870 billion; offset by a decrease in payment to suppliers by 3.1% or Rp890 billion and decrease in payments of corporate income tax by 12.9% or Rp155 billion.

Arus Kas untuk Aktivitas Investasi

Pada tahun 2025 arus kas didapatkan dari aktivitas investasi sebesar Rp6,15 triliun sebagian besar sehubungan dengan penerimaan kas dari penjualan operasi yang dihentikan. Kas yang didapatkan dari aktivitas investasi mengalami peningkatan sebanyak 705,9% atau Rp7,1 triliun dibandingkan tahun sebelumnya.

Cash Flows for Investing Activities

In 2025, cash flows received from investing activities was Rp6.15 trillion mainly related to cash received from selling of discontinued operation. Cash received from investing activities increased by 705.9% or Rp7.1 trillion compared to previous year.

Arus Kas untuk Aktivitas Pendanaan

Terkait aktivitas pendanaan, pada tahun 2025 arus kas yang digunakan adalah sebesar Rp6,9 triliun yang digunakan untuk pembayaran dividen sebesar Rp5,1 triliun, pembayaran liabilitas sewa sebesar Rp80 miliar, dan pembayaran pinjaman bank bersih sebesar Rp1,5 triliun.

Cash Flows for Financing Activities

In term of financing activities, in 2025 cash flows used are Rp6.9 trillion which are used for dividend payment of Rp5.1 trillion, payment for lease liabilities of Rp80 billion and payment of net bank borrowing of Rp1.5 trillion.

Kemampuan Membayar Utang, Tingkat Kolektibilitas Piutang, dan Likuiditas

Solvency, Receivables Collectability, and Liquidity

Kemampuan Membayar Utang

Perseroan terus mencatat rasio kemampuan membayar utang yang sehat. Rasio liabilitas terhadap ekuitas (DER) Perseroan pada tahun 2025 adalah 0,0:1.

Solvency

The Company continues to record a healthy solvency ratio. The debt-to-equity ratio (DER) in 2025 is 0.0:1.

(%)

Rasio Lancar dan Rasio Solvabilitas Current Ratio and Solvability Ratio	2025	2024	2023
Rasio Lancar Current Ratio	74.14%	44.64%	55.20%
Rasio *Gearing* Gearing Ratio	-127.50%	-36.24%	-30.20%
Rasio Utang Terhadap Ekuitas Debt to Equity Ratio	0.0	0.7	0.01
Rasio Total Utang Terhadap Ekuitas Total Debt to Equity Ratio	3.5	6.5	3.9

Tingkat Kolektibilitas Piutang

Pada akhir tahun 2025, periode penagihan piutang Perseroan (*collection period*) lebih baik 15 hari dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh kebijakan Perseroan yang secara jangka panjang dapat mengurangi risiko pelanggan gagal bayar. Seluruh piutang Perseroan merupakan piutang jangka pendek.

Kolektabilitas piutang ditinjau secara berkala. Manajemen juga telah melakukan penelaahan berdasarkan dari status masing-masing piutang usaha pada setiap tanggal pelaporan, dan berkeyakinan bahwa provisi atas kerugian penurunan nilai yang dijelaskan pada Catatan 4 atas Laporan Keuangan telah memadai untuk menutupi kerugian yang mungkin timbul dari piutang yang tidak tertagih.

Receivables Collectability

At the end of 2025, the Company's collection period is 15 days improved compared to the previous year. This was due to the Company's policy which in the long-term can reduce the risk of default by customers. All Company's receivables are classified as short-term receivables.

Receivables collectability is reviewed periodically. Management has also reviewed based on the status of each trade receivable at each reporting date and believes that the provision for impairment losses described in Note 4 to the Financial Statements is sufficient to cover possible losses arising from uncollectible receivables.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Tingkat Kolektibilitas Piutang **Receivables Collectability**	**2025**	**2024**
Penjualan bersih Net sales	31,943,461	30,622,614
Rata-rata piutang usaha Average trade receivables	1,779,313	2,902,721
Periode rata-rata penagihan piutang (hari) Average receivable collection period (days)	20	35

Likuiditas

Untuk memastikan ketersediaan kas, Departemen Treasury menyiapkan perkiraan kebutuhan arus kas dan memelihara fleksibilitas pendanaan dengan pengelolaan fasilitas kredit yang memadai.

Perseroan memiliki likuiditas yang cukup kuat dengan nilai kas dan setara kas sebesar Rp5,7 triliun. Rasio lancar Perseroan pada akhir tahun 2025 tercatat sebesar 74,1%.

Liquidity

To ensure availability of sufficient cash, the Treasury Department conducts cash forecasts and maintains flexibility in funding by maintaining adequate credit facilities.

The Company has reasonably strong liquidity with cash and cash equivalents of Rp5.7 trillion. The Company had a current ratio of 74.1% at the end of 2025.

Struktur Modal

Capital Structure

Pada akhir tahun 2025, kontribusi utang terhadap struktur modal Perseroan adalah 3,5:1. Penurunan dibandingkan 2024 disebabkan penurunan liabilitas seperti yang telah dijelaskan di atas.

Kebijakan struktur modal Perseroan sejalan dan mematuhi peraturan pajak yang berlaku (Peraturan Menteri Keuangan No. 169/PMK.010/2015) di mana rasio maksimum untuk DER yang diperbolehkan untuk tujuan perpajakan adalah 4:1. Pada 31 Desember 2025 DER Perseroan adalah 0,0:1.

At the end of 2025, the contribution of debt to the Company's total capital structure is 3.5:1. Decrease compared to 2024 was due to decrease in balance of liabilities as above explained.

The Company's capital structure policy is in line and comply with the prevailing tax regulations (Finance Ministry Regulations No. 169/PMK.010/2015) where the maximum ratio of DER allowed for tax purposes is 4:1. As of 31 December 2025, the Company's DER is 0.0:1.

	2025	Kontribusi Contribution	2024	Kontribusi Contribution
Jumlah Liabilitas Total Liabilities	15,542,221	77.64%	13,896,928	86.61%
Liabilitas Jangka Pendek Current Liabilities	14,222,619	71.05%	11,830,201	73.73%
Liabilitas Jangka Panjang Non-Current Liabilities	1,319,602	6.59%	2,066,727	12.88%
Ekuitas Equity	4,475,118	22.36%	2,149,267	13.39%
Jumlah Liabilitas dan Ekuitas **Total Liabilities and Equity**	**20,017,339**	**100.00%**	**16,046,195**	**100.00%**

Ikatan Material untuk Investasi Barang Modal

Material Commitments for Investment in Capital Goods

Di tahun 2025, Perseroan tidak memiliki ikatan yang material untuk investasi barang modal.

In 2025, the Company did not have any material commitments for investment in capital goods.

Ikatan Investasi Barang Modal

Commitments for Investment in Capital Goods

Pada tanggal 31 Desember 2025, Perseroan memiliki ikatan investasi dengan sejumlah pemasok terkait pembelian aset tetap dan bahan baku untuk produksi, dalam mata uang USD, Rupiah, dan Euro.

Komitmen atas pembelian aset tetap dilakukan Perseroan dengan pemasok, termasuk di dalamnya pihak ketiga dan pihak berelasi. Beberapa nama pemasok khususnya pemasok yang merupakan pihak berelasi diungkapkan pada Laporan Keuangan Perseroan catatan 7. Sumber pendanaan atas komitmen ini berasal dari pendanaan internal dan pinjaman jangka pendek.

Pada tanggal 31 Desember 2025, komitmen-komitmen untuk pembelian aset tetap dan persediaan masing-masing sebesar Rp887,5 miliar dan Rp4,7 triliun (2024: Rp331,3 miliar dan Rp2,8 triliun).

Langkah-langkah yang dilakukan oleh Perseroan dalam melindungi risiko dari posisi mata uang asing yang terkait tersedia dalam Laporan Keuangan Perseroan catatan 33. Manajemen risiko keuangan Unilever Indonesia sebagian besar dilakukan oleh Departemen Treasury sesuai dengan standar dan prosedur yang diberlakukan oleh Global Treasury Centre di Schaffhausen, Swiss.

Selain dari yang telah disebutkan, Perseroan tidak memiliki komitmen material untuk investasi barang modal lainnya yang harus dilaporkan, kecuali yang sudah diungkapkan di Laporan Keuangan Perseroan catatan 31.

As of 31 December 2025, the Company had investment commitments with a number of suppliers in relation to purchases of fixed assets and raw materials for production, denominated in USD, Rupiah, and Euro.

Commitments on fixed assets purchases were conducted by the Company with third party suppliers and related parties. Some supplier names, especially suppliers which are related parties, are disclosed in the Company's Financial Statements note 7. Source of funding for these commitments was financed through internal funding and short-term loans.

As at 31 December 2025, commitments for the purchase of fixed assets and inventories amounting to Rp887.5 billion and Rp4.7 trillion respectively (2024: Rp331.3 billion and Rp2.8 trillion).

The steps that Company has taken in order to protect the related foreign currency position can be found on the Company's Financial Statements note 33. Unilever Indonesia's risk management primarily performed by the Treasury Department in accordance with official standards and procedures from the Global Treasury Centre in Schaffhausen, Switzerland.

Apart from what has been disclosed, the Company did not have any other material commitments for investment in capital goods that should be reported, except as disclosed in the Company's Financial Statements note 31.

Transaksi Lindung Nilai

Hedging Transactions

Perseroan melakukan transaksi derivatif dengan tujuan untuk lindung nilai secara ekonomik terhadap kebutuhan mata uang asing yang akan datang. Perubahan nilai wajar dari instrumen keuangan derivatif ini telah diakui pada laba rugi karena tidak memenuhi persyaratan untuk akuntansi lindung nilai. Pada tanggal 31 Desember 2025 Perseroan memiliki kontrak berjangka valuta asing sebesar USD9,5 juta dan EUR1,6 juta.

The Company entered derivative transactions for the purpose of economically hedging future foreign currency requirements. The changes in the fair values of the derivative financial instruments are recognized in profit or loss since they do not qualify for hedge accounting. As of 31 December 2025, the Company have outstanding foreign currency forward contract in amount USD9.5 million and EUR1.6 million.

Pihak yang terkait Related Parties	**Mata Uang Asing** Foreign Currency	**Nilai Nosional 2025** Notional Amount 2025	**Tanggal Jatuh tempo** Maturity Date
PT. Bank BNP Paribas			2 Januari 2026 – 5 November 2026 2 January 2026 – 5 November 2026
	USD	5,739,827	
MUFG Bank Ltd, Jakarta			3 Februari 2026 – 8 Desember 2026 3 February 2026 – 8 December 2026
	USD	2,040,410	
Deutsche Bank AG, Jakarta			7 Januari 2026 – 8 Juni 2026 7 January 2026 – 8 June 2026
	USD	988,520	
JP Morgan Chase, Jakarta			6 Februari 2026 – 2 Juni 2026 6 February 2026 – 2 June 2026
	USD	584,510	
Standard Chartered Bank, Jakarta	USD	114,376	6 April 2026
Jumlah Total	**USD**	**9,467,643**	
Deutsche Bank AG, Jakarta			6 Januari 2026 – 13 Januari 2026 6 January 2026 – 13 January 2026
	EUR	800,000	
MUFG Bank, Ltd Jakarta			26 Januari 2026 26 January 2026
	EUR	400,000	
Standard Chartered Bank, Jakarta			20 Januari 2026 20 January 2026
	EUR	400,000	
Jumlah Total	**EUR**	**1,600,000**	

Investasi Barang Modal yang Direalisasikan

Realisation of Capital Investment

Pada tahun 2025, Perseroan melaporkan total pengeluaran modal sebesar Rp1,32 triliun. Investasi barang modal ini dialokasikan untuk pembelian mesin dan peralatan terkait sebagian besar untuk proyek penghematan biaya, peningkatan kapasitas serta untuk keamanan, kesehatan, lingkungan dan kualitas.

In 2025, the Company reported a total capital expenditure of Rp1.32 trillion. The capital investment was allocated for purchase of machinery and related equipments which mainly related to cost savings project, increase of capacity and also for safety, health, environment and quality.

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

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

Pada tahun 2025, Perseroan terus menjalani transformasi penting untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan jangka panjang. Penyesuaian strategis ini, meskipun sangat penting, berdampak sementara terhadap hasil keuangan jangka pendek, karena perusahaan memprioritaskan penanganan masalah-masalah mendasar. Terlepas dari tantangan yang melekat dalam transisi ini, indikator awal menunjukkan bahwa langkah-langkah yang telah diterapkan mulai membuahkan hasil positif. Akibatnya, penjualan sepanjang tahun mengalami pertumbuhan yang didorong oleh penyesuaian operasional, dan laba bersih meningkat terutama berkat pertumbuhan penjualan, investasi dalam transformasi strategis, serta penjualan unit usaha yang dihentikan. Meskipun demikian, Perusahaan tetap memiliki keyakinan yang kuat terhadap arah strategis yang dipilih, dan mengantisipasi manfaat yang signifikan di masa depan.

In 2025, the Company continued to have a pivotal transformation to secure sustainable, long-term growth. This strategic realignment, while essential, resulted in a temporary impact on immediate financial results, as the Company prioritised addressing foundational issues. Despite the challenges inherent in this transition, early indicators suggest the implemented actions are yielding positive outcomes. Consequently, full-year sales experienced a growth driven by operational adjustments, and net profits were higher primarily attributed to sales growth and strategic transformation investments and also selling of the discontinued operation. Nonetheless, the Company maintained strong confidence in its chosen strategic direction, anticipating substantial future benefits.

Untuk memperkuat visi strategis ini, Perseroan berfokus memanfaatkan kekuatan inti, mendorong inovasi di bidang-bidang kunci, dan menggerakkan ekspansi berkelanjutan. Dengan berfokus pada tiga pilar ini, Perseroan bertujuan untuk meningkatkan

To reinforce this strategic vision, the Company focused to capitalize on its core strengths, foster innovation in key areas, and drive sustainable expansion. By focusing on these three pillars, the company aims to enhance its market position and deliver increased

posisi pasarnya dan memberikan nilai tambah yang lebih besar kepada para pemangku kepentingan.

value to its stakeholders.

Selain itu, meskipun Perseroan menghadapi penurunan pangsa pasar pada tahun 2024, kondisinya telah berangsur-angsur membaik sepanjang tahun 2025 dan menunjukkan selisih penurunan yang lebih kecil. Namun, pangsa pasar saat ini masih di bawah level yang tercatat sebelumnya, sehingga mendorong upaya berkelanjutan untuk mempercepat pemulihan. Bersamaan dengan itu, kemajuan signifikan telah dicapai dalam pengurangan persediaan dan penyederhanaan operasional, langkah-langkah kritis menuju pencapaian efisiensi yang lebih tinggi dan kelincahan organisasi.

Furthermore, while the company faced a market share reduction in 2024, it has been gradually improving throughout 2025 and showing lower decline gap. However, the current market share remains below the levels observed, prompting ongoing efforts to accelerate recovery. Simultaneously, significant progress has been made in inventory reduction and operational streamlining, critical steps towards achieving greater efficiency and organizational agility.

Secara finansial, Perseroan mencatat penjualan bersih sebesar Rp31,9 triliun pada tahun 2025, yang menunjukkan peningkatan sebesar 4,3%. Selain pertumbuhan tersebut, perseroan tetap mempertahankan profitabilitas dengan meraih laba bersih sebesar Rp7,6 triliun, serta mencatat Margin Kotor sebesar 46,9%.

Financially, the company recorded net sales of IDR31.9 trillion in 2025, representing a 4.3% increase. Aside from the growth, the company maintained profitability, achieving a net profit of IDR7.6 trillion, and posted a Gross Margin of 46.9%.

Target/Proyeksi yang Ingin Dicapai Perseroan Paling Lama untuk Satu Tahun Mendatang

Target/Projection at Most for the Next One Year for the Company

Untuk tahun 2025, strategi Perseroan berfokus pada pengembangan transformasi yang telah dilakukan pada tahun 2024. Penanganan berbagai isu utama termasuk pengurangan stok secara signifikan, penyesuaian harga, peningkatan fasilitas pabrik dan produktivitas, serta inovasi yang berdampak, berpengaruh terhadap hasil tahun 2025. Perseroan memprioritaskan pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan, serta terus mengambil langkah-langkah tegas untuk menyelesaikan masalah operasional.

For 2025, the company's strategy focuses on building upon the 2024 transformation. Addressing key issues—including significant stock reduction, pricing realignment, factory and productivity enhancements, and impactful innovation—impacted 2025 results. The company prioritizes long-term, sustainable growth, continuing decisive actions to resolve operational issues.

Pada tahun 2026, Perseroan akan memperluas jangkauan pasar melalui distributor yang lebih besar, meningkatkan margin kotor melalui efisiensi operasional dan *leverage* volume, serta memperkuat portofolio mereknya dengan investasi berkelanjutan. Perseroan memperkirakan langkah-langkah ini akan memperkuat fondasi pertumbuhan jangka panjangnya, dengan manfaat yang mulai terlihat pada paruh kedua tahun 2025.

In 2026, the company will expand market coverage via larger distributors, improve gross margins through operational efficiencies and volume leverage, and strengthen its brand portfolio with continued investment. The company anticipates these actions will solidify its foundation for long-term growth, with benefits appearing in the second half of 2025.

Informasi dan Fakta Material yang Terjadi setelah Tanggal Pelaporan Keuangan

Significant Subsequent Events

Perseroan telah mengumumkan pada tanggal 7 Januari 2026, mengenai pengalihan bisnis Teh dengan merk SariWangi kepada PT Savoria Kreasi Rasa. Transaksi telah selesai pada tanggal 2 Maret 2026.

The Company had announced on 7 January 2026, on agreement to transfer Tea business under SariWangi brand to PT Savoria Kreasi Rasa. The transactions already completed on March 2nd, 2026.

Prospek Usaha

Business Prospects

Makroekonomi

Pada tahun 2025, perekonomian Indonesia terus menunjukkan kinerja yang kokoh dan tangguh, dengan mencatat tingkat pertumbuhan sebesar 5,11% untuk sepanjang tahun, meningkat dari pertumbuhan sebesar 5,03% yang dicapai pada tahun 2024. Pertumbuhan ini didukung oleh ekspor yang kuat–terutama barang dan jasa, yang tumbuh sebesar 7,03% seiring dengan permintaan domestik yang stabil. Inflasi tetap terkendali dengan baik, dengan perkiraan untuk tahun 2025 menunjukkan tingkat sekitar 1,7% hingga 2,8%, yang mencerminkan stabilitas makroekonomi yang berkelanjutan. Kombinasi antara pertumbuhan yang stabil, inflasi yang terkendali, dan kebijakan makroekonomi yang mendukung membantu

Macroeconomics

In 2025, Indonesia's economy continued to show solid and resilient performance, recording a growth rate of 5.11% for the full year, an improvement from the 5.03% growth achieved in 2024. This expansion was supported by strong exports–particularly goods and services, which grew 7.03% alongside steady domestic demand. Inflation remained well managed, with forecasts for 2025 indicating levels around 1.7% to 2.8%, reflecting continued macroeconomic stability. The combination of steady growth, controlled inflation, and supportive macroeconomic policies helped maintain consumer purchasing power throughout 2025. This environment continued to benefit the Fast-Moving Consumer Goods

mempertahankan daya beli konsumen sepanjang tahun 2025. Keadaan ini terus menguntungkan industri Barang Konsumsi Cepat Habis (FMCG), karena konsumsi rumah tangga menunjukkan peningkatan yang berkelanjutan, sehingga memperkuat peran industri ini sebagai pendorong utama perekonomian domestik Indonesia.

(FMCG) industry, as household consumption showed ongoing improvement, reinforcing the industry's role as a key driver of Indonesia's domestic economy.

Industri Barang Konsumsi dan Konsumsi Rumah Tangga

Data tahunan dari Badan Pusat Statistik (BPS) semakin memperkuat peran sentral konsumsi rumah tangga dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, dengan tingkat konsumsi secara keseluruhan naik sekitar 4,98% pada tahun 2025, dan tetap menjadi kontributor terbesar terhadap PDB. Meningkatnya mobilitas, aktivitas pariwisata, serta peningkatan pengeluaran untuk makanan, minuman, transportasi, dan komunikasi semuanya berperan penting dalam menjaga permintaan konsumen sepanjang tahun.

Consumer Goods Industry and Household Consumption

Full year data from Statistics Indonesia further confirms the central role of household consumption in driving economic expansion, with overall consumption rising around 4.98% in 2025, continuing to serve as the largest contributor to GDP. Increased mobility, tourism activity, and higher spending on food, beverages, transportation, and communication all played a meaningful role in maintaining consumer demand throughout the year.

Prospek 2026

Prospect for 2026

Menjelang tahun 2026, prospek ekonomi Indonesia secara umum tetap positif, didukung oleh permintaan domestik yang stabil dan lingkungan eksternal yang semakin membaik. PDB diproyeksikan tumbuh di kisaran 5,0%, dengan perkiraan pasar menunjukkan bahwa pertumbuhan tahunan akan sedikit melambat mulai tahun 2025 namun tetap berada di kisaran 5,0%–5,3%, yang mencerminkan fundamental ekonomi yang tangguh. Konsumsi rumah tangga yang secara tradisional menjadi pendorong utama PDB Indonesia, diperkirakan akan mempertahankan momentum yang stabil hingga tahun 2026. Pengeluaran konsumen diperkirakan akan tumbuh dengan laju yang sejalan dengan lintasan pertumbuhan mendasar negara ini, didukung oleh perbaikan mobilitas yang berkelanjutan, kondisi pasar tenaga kerja yang stabil, dan normalisasi inflasi ke kisaran 2,8%–3,1% sepanjang tahun.

Looking ahead to 2026, Indonesia's economic outlook remains broadly constructive, supported by stable domestic demand and an improving external environment. GDP is projected to grow in the 5.0% range, with market forecasts indicating annual growth moderating slightly from 2025 but remaining close to 5.0%–5.3%, reflecting resilient economic fundamentals. Household consumption—traditionally the largest driver of Indonesia's GDP—is expected to maintain steady momentum into 2026. Consumer spending is forecast to expand at a rate consistent with the country's underlying growth trajectory, supported by continued mobility improvements, stable labor market conditions, and a normalization of inflation toward the 2.8%–3.1% range across the year.

Namun, Perseroan menyadari bahwa tahun 2026 akan menghadirkan serangkaian tantangan tersendiri. Tantangan tersebut meliputi potensi volatilitas harga komoditas global, dampak berkepanjangan dari ketegangan geopolitik, serta kebutuhan untuk beradaptasi dengan preferensi konsumen yang terus berkembang, yang didorong oleh transformasi digital dan isu-isu keberlanjutan.

Untuk mewujudkan pertumbuhan yang kompetitif, konsisten, menguntungkan, dan bertanggung jawab, Perseroan akan terus berfokus pada penguatan fondasi bisnisnya dan tetap sangat fokus pada strateginya. Perseroan akan memperluas jangkauan pasarnya melalui distributor utama, meningkatkan profitabilitas melalui efisiensi dan volume, serta berinvestasi pada merek-mereknya. Upaya-upaya ini diharapkan dapat memperkuat pertumbuhan jangka panjang Perseroan, dengan hasil positif yang diantisipasi pada paruh kedua tahun 2026.

However, the Company acknowledges that 2026 will present its own set of challenges. These include potential volatility in global commodity prices, the lingering impact of geopolitical tensions, and the need to adapt to evolving consumer preferences driven by digital transformation and sustainability concerns.

To deliver competitive, consistent, profitable, and responsible growth, the Company will continue to focus on solidifying its fundamental and remain sharply focused on its strategy. The company will grow its market reach through major distributors, boost profitability through efficiency and volume, and invest in its brands. These efforts are expected to strengthen the company's long-term growth, with positive results anticipated in the latter half of 2026.

Aspek Pemasaran atas Produk dan Jasa

Marketing Aspects of the Products and Services

Unilever Indonesia memiliki portofolio yang terdiri dari 32 *brand* pada sejumlah kategori yang berbeda. Strategi pemasaran kami berfokus untuk menumbuhkan pasar dan membangun ekuitas *brand* guna meningkatkan pangsa pasar. Kami merumuskan strategi ini pada lima prinsip utama, yang berhubungan dengan pelanggan dan konsumen; portofolio; akses; biaya; dan investasi.

1. Fokus pada Konsumen dan Pelanggan

   Kami melakukan riset pasar dan terus-menerus melibatkan diri dengan konsumen untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi mereka; dan menjalin kerjasama yang erat dengan pelanggan untuk membuat produk kami lebih mudah ditemukan dan terlihat lebih menarik di toko-toko.

2. Menyiasati Portofolio

   Kami mengoptimalkan cakupan portofolio kami dengan memastikan bahwa kami menyediakan produk-produk untuk kebutuhan yang berbeda dan berbagai tingkatan daya beli di setiap kategori.

Unilever Indonesia has a portfolio of 32 brands across several different categories. Our marketing strategy is focused on growing our markets and building brand equity to drive market share. The strategy is formulated around five key principles, which relate to customers and consumers; portfolio; access; costs; and investment.

1. Focus on Consumers and Customers

   We conduct market research and engage continuously with consumers to better understand their needs and preferences, and work closely with our customers to make our products more accessible and attractive in stores.

2. Play the Portfolio

   We optimize our portfolio coverage by ensuring that our offerings cover different needs and a range of price points within each category.

3. Menciptakan Akses

   Kami menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan penetrasi produk kami, diantaranya dengan menyediakan ukuran kemasan yang berbeda untuk memastikan produk-produk kami terjangkau oleh berbagai segmen konsumen, dan dengan meningkatkan efisiensi jaringan distribusi nasional kami.

4. Tidak Berkompromi terhadap Biaya

   Kami berfokus untuk menjaga biaya tetap kompetitif sementara efisiensi tetap meningkat, dalam proses dari hulu sampai hilir, untuk memastikan imbal hasil yang baik atas investasi pemasaran kami.

5. Melanjutkan Investasi untuk Masa Depan

   Aspek terakhir dari strategi ini adalah investasi yang terus-menerus dalam operasi pemasaran kami: investasi dalam meningkatkan kemampuan karyawan kami; investasi dalam meningkatkan dan melaksanakan visi bisnis kami; investasi di bidang infrastruktur pemasaran dan kemampuan logistik; dan investasi dalam digitalisasi, untuk mendukung pengambilan keputusan dan meningkatkan efisiensi.

Melalui prinsip-prinsip ini, Unilever Indonesia dapat berfokus dan melaksanakan strategi pemasaran secara efektif yang dapat memperkuat posisi kami sebagai pempimpin pasar di masing-masing pangsa pasar *brand* kami berada serta menghasilkan kinerja yang kuat pada semua *brand* Home and Personal Care serta Foods and Refreshment di 2025.

3. Create Access

   We deploy a variety of strategies to increase the penetration of our products, including different pack sizes to ensure they are accessible to various consumer segments, and by increasing the efficiency of our nationwide distribution network.

4. Ruthless on Cost

   We continually focus on keeping costs competitive and efficiency up from our end-to-end process, to ensure a good return on marketing investment.

5. Continue Investing for the Future

   The final aspect of the strategy is continuous investment in our marketing operation: investing in improving the capabilities of our people; investing in enhancing and implementing our business vision; investing in marketing infrastructure and logistics capability; and investing in digitization, to support decision making and improve efficiency.

Through these principles, Unilever Indonesia has enabled to focus and execute an effective marketing strategy that can strengthen our position as market leader in each of our brand market shares and resulted in strong performance across all Home and Personal Care, as well as Foods and Refreshement brands in 2025.

Kebijakan Pembagian Dividen

Dividend Policy

Perseroan membayar dividen (interim dan final) secara adil dan tepat waktu.

Berdasarkan Anggaran Dasar Unilever Indonesia, pembayaran dividen interim dapat ditetapkan dalam rapat Direksi untuk kemudian bersama-sama dengan dividen final disahkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST).

Pada tanggal 30 Desember 2025, Unilever Indonesia telah membagikan dividen interim tahun 2025 sebesar Rp87 per saham atau total sebesar Rp3,3 triliun. Dividen interim ini akan diperhitungkan dalam RUPST Unilever Indonesia untuk tahun buku 2025.

The Company pays dividends (interim and final) in an equitable and timely manner.

According to Unilever Indonesia's Articles of Association, BoD meeting can determine the payment of an interim dividend, which is then endorsed, together with the final dividend, at the Annual General Meeting of Shareholders (AGMS).

On 30 December 2025, Unilever Indonesia paid out the 2025 interim dividend of Rp87 per share or in total of Rp3.3 trillion. This interim dividend will be taken into account at the AGMS for fiscal year 2025.

(Dalam jutaan Rupiah In millions of Rupiah)

Dividen Dividends	**Tahun Buku 2024** Year Book 2024	**Tahun Buku 2023** Year Book 2023	**Tahun Buku 2022** Year Book 2022
Laba Profit	3,368,693	4,800,940	5,364,761
Dividen yang Dibagikan Dividend Payout	3,357,200	5,341,000	5,341,000
Laba Bersih per Saham Dasar Basic earnings per Share	88	126	141
Dividen per Saham Dividend per Share	88	140	140
Persentase Dividen Dividend Payout Ratio	99.7%	111.2%	99.6%

Pembayaran Dividen

Dividend Payment

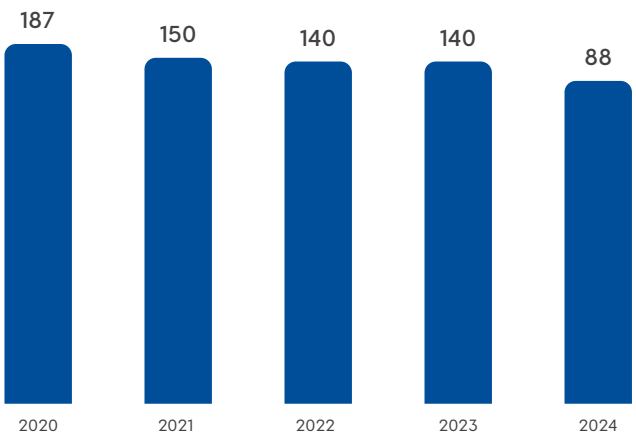
Pembayaran dividen di tahun 2025 dan 2024 adalah sebagai berikut:

Details of dividends paid in the years of 2025 dan 2024 are as follows:

Tahun Pembayaran Year of Payment	Dividen Tahun Buku Dividend for Year Book	Tanggal Pengumuman Announcement Date	Tanggal Pencatatan Recording Date	Tanggal Pembayaran Payment Date	Dividen per Lembar Saham (dalam Rupiah) Dividend per Share (in Rupiah)	Jumlah Dividen dalam Jutaan Rupiah (Kotor) Total Dividend in Millions of Rupiah (Gross)
2023	Final 2022	22 Juni 2023 22 June 2023	7 Juli 2023 7 July 2023	20 Juli 2023 20 July 2023	71	2,708,650
2023	Interim 2023	24 November 2023	8 Desember 2023 8 December 2023	19 Desember 2023 19 December 2023	s63	2,403,450
Jumlah **Total**					**134**	**5,112,100**
2024	Final 2023	20 Juni 2024 20 June 2024	2 Juli 2024 2 July 2024	18 Juli 2024 18 July 2024	77	2,937,550
2024	Interim 2024	26 November 2024	6 Desember 2024 6 December 2024	19 Desember 2024 19 December 2024	41	1,564,150
Jumlah **Total**					**118**	**4,501,700**
2025	**Final 2024**	**3 Juni 2025** 3 June 2025	**17 Juni 2025** 17 June 2025	**2 Juli 2025** 2 July 2025	**47**	**1,793,050**
2025	**Interim 2025**	**4 Desember 2025** 4 December 2025	**16 Desember 2025** 16 December 2025	**30 Desember 2025** 30 December 2025	**87**	**3,304,367**
Jumlah **Total**					**134**	

Historis Dividen per Saham

Historical Dividend per Share



Program Kepemilikan Saham oleh Karyawan dan/atau Manajemen (ESOP/MSOP)

Employee and/or Management Stock Ownership Program (ESOP/MSOP)

Pada saat ini, Unilever Indonesia tidak memiliki program kepemilikan saham oleh karyawan maupun program kepemilikan saham oleh manajemen untuk saham Perseroan.

Currently, Unilever Indonesia does not have Employee Stock Ownership Plan (ESOP) nor Management Stock Ownership Program (ESOP/MSOP) of the Company's stock.

Realisasi Penggunaan Dana Hasil Penawaran Umum

Realisation of Use of Public Offering Proceeds

Dana hasil penawaran umum pada tahun 1982 telah digunakan seluruhnya untuk perluasan usaha dan investasi pada barang modal. Tidak terdapat penawaran umum saham selama tahun 2025.

All the proceeds from the public offering in 1982 have been used for the expansion of the business and investment in capital goods. There were no shares public offering during 2025.

Informasi Material Mengenai Investasi, Ekspansi, Divestasi, Penggabungan/Peleburan Usaha, Akuisisi, atau Restrukturiasi Utang/Modal

Material Information Related to Investment Expansion, Divestation, Consolidation/Merger, Acquisition, or Debt/Capital Restructurisation

Perseroan telah mengadakan Rapat Umum Pemegang Saham Independen pada tanggal 14 Januari 2025 dengan hasil sebagai berikut:

- Perseroan telah mendapatkan persetujuan dari pemegang saham independen untuk melakukan penjualan atas bisnis es krim kepada PT The Magnum Ice Cream Indonesia selaku pembeli yang memiliki hubungan afiliasi dengan Perseroan pada saat Perjanjian Pengalihan Bisnis ditandatangani. Pelaksanaan dan penyelesaian transaksi akan dilakukan pada saat pembeli tidak

The Company held an Independent General Meeting of Shareholders on 14 January 2025 with the following results:

- The Company has obtained approval from independent shareholders to sell the ice cream business to PT The Magnum Ice Cream Indonesia as a buyer who has an affiliate relationship with the Company when the Business Transfer Agreement is signed. The transaction will be executed and completed when the buyer no longer has an affiliate relationship with the Company, which

lagi memiliki hubungan afiliasi dengan Perseroan, yang akan terjadi melalui pemisahan eksternal. Nilai estimasi keseluruhan rencana penjualan bisnis Es Krim (tidak termasuk PPN) adalah sebesar Rp7 triliun.

- Pada tanggal 8 Desember 2025, Perseroan telah menyelesaikan penjualan bisnis es krim Perseroan kepada PT The Magnum Ice Cream Indonesia.
- Sehubungan dengan pelepasan segmen bisnis Es Krim, Perseroan menyediakan dukungan operasional selama masa transisi PT The Magnum Ice Cream Indonesia di Indonesia. Berdasarkan perjanjian ini, Perseroan berkewajiban untuk menyediakan, atau mengusahakan penyediaan, setiap Layanan kepada PT The Magnum Ice Cream Indonesia selama Jangka Waktu Layanan yang relevan. Layanan ini mencakup pemasaran dan distribusi produk PT The Magnum Ice Cream Indonesia di wilayah Indonesia, di mana Perusahaan bertindak sebagai agen dan menerima imbalan berupa komisi. Perjanjian ini berlaku sampai dengan 31 Oktober 2027, kecuali disetujui untuk berakhir lebih cepat sesuai dengan ketentuan dalam Perjanjian tersebut.

will occur through an external separation. The estimated total value of the Ice Cream business sale plan (excluding VAT) is Rp7 trillion.

- On 8 December 2025, the Company has completed the sale of the Company's Ice Cream business to PT The Magnum Ice Cream Indonesia.
- In connection with the divestment of the Ice Cream business segment, the Company provides operational support during the PT The Magnum Ice Cream Indonesia transition period. Under this agreement, the Company is obliged to provide, or procure the provision of, each Service to PT The Magnum Ice Cream Indonesia for the relevant Service Term. These Services include the marketing and distribution of PT The Magnum Ice Cream Indonesia products within the Indonesian territory, where the Company acts as an agent and receives remuneration in the form of commissions. This Agreement shall remain in effect until 31 October 2027, unless agreed to be terminated earlier in accordance with the provisions of the said Agreement.

Transaksi yang Mengandung Benturan Kepentingan dan Transaksi dengan Pihak Berelasi

Transactions Containing a Conflict of Interest and Transactions with Related Parties

Di tahun 2025, Unilever Indonesia tidak melakukan transaksi yang mengandung benturan kepentingan. Semua transaksi afiliasi Unilever Indonesia telah dilakukan sesuai dengan syarat dan kondisi serta manfaat ekonomis yang secara substansial sebanding dengan transaksi dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

Perseroan melakukan tinjauan secara berkala terhadap semua transaksi afiliasi dalam hal kewajaran dan kelaziman transaksi sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 42/POJK.04/2020 Tentang Transaksi Afiliasi dan Transaksi Benturan Kepentingan.

In 2025, Unilever Indonesia did not engage in any transactions that contained a conflict of interest. All related party transactions of Unilever Indonesia were conducted on substantially comparable terms and conditions as well as economic benefit to the Company, as those with unrelated parties.

The Company maintains a regular review of all related party transactions of their arm's length nature in accordance with Financial Services Authority Regulation Number 42/POJK.04/2020 which regulates Affiliated Transactions and Conflict of Interest Transactions.

Transaksi dengan Pihak Berelasi

Transactions with Related Parties

Yang termasuk dalam pihak berelasi dengan Unilever Indonesia adalah perusahaan-perusahaan afiliasi. Berikut adalah jenis transaksi dengan pihak-pihak berelasi di tahun 2025:

a. Unilever Indonesia memiliki piutang dari transaksi antar entitas sepengendali atas penjualan barang jadi, penggantian biaya riset regional, *training*, *meeting*, dan sebagainya (Catatan 4 dan 7 Laporan Keuangan 2025)
b. Unilever Indonesia memiliki utang dari transaksi antar entitas sepengendali atas jasa regional, pembelian bahan baku, barang jadi, biaya lisensi sistem, biaya *training*, dan sebagainya (Catatan 7 dan 14 Laporan Keuangan 2025)
c. Unilever Indonesia membayarkan royalti dan dividen masing-masing kepada entitas induk terakhir dan entitas induk (Catatan 7 Laporan Keuangan 2025)
d. Unilever Indonesia memiliki pendapatan ekspor atas entitas sepengendali (Catatan 24 Laporan Keuangan 2025)
e. Unilever Indonesia memiliki transaksi pembelian yang menimbulkan biaya atas entitas sepengendali (Catatan 25 Laporan Keuangan 2025)

Related parties include affiliated companies. Our transactions with related parties in 2025 were as follows:

a. Unilever Indonesia has receivables from entities under common control on the sale of finished goods, reimbursement of regional research, training, meetings, et cetera (Notes 4 and 7 Financial Statements 2025)
b. Unilever Indonesia has payables to entities under common control for regional services, purchases of raw materials, finished goods, system licensing costs, training costs, et cetera (Notes 7 and 14 Financial Statements 2025)
c. Unilever Indonesia paid royalties and dividends to the ultimate parent entity and the parent entity, respectively (Note 7 Financial Statements 2025)
d. Unilever Indonesia has export revenue from entities under common control (Note 24 Financial Statements 2025)
e. Unilever Indonesia has purchase transaction with cost implication to entities under common control (Note 25 Financial Statements 2025)

Rincian sifat hubungan dan jenis transaksi yang material dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut:

Details of the nature and types of material transactions with related parties are as follows:

Pihak berelasi Related parties	**Sifat hubungan dengan pihak berelasi** Nature of the relationship	**Jenis transaksi** Type of transaction
Unilever PLC	Entitas induk terakhir Ultimate parent entity	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Indonesia Holding B.V.	Pemegang saham mayoritas Majority shareholder	Pembayaran dividen Dividend payments
Unilever IP Holdings B.V.	Entitas sepengendali Entity under common control	Pembayaran royalti Royalty payments
Conopco, Inc.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever (Malaysia) Holdings Sdn Bhd	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements

Pihak berelasi Related parties	**Sifat hubungan dengan pihak berelasi** Nature of the relationship	**Jenis transaksi** Type of transaction
Unilever Asia Private Limited	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever EAC Myanmar Company Limited	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Europe B.V.	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Europe Business Center B.V.	Entitas sepengendali Entity under common control	Pembayaran biaya Enterprise Technology Solutions; Penggantian beban Payment of Enterprise Technology Solutions fees; Expense reimbursements
Unilever Europe IT Services	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Global Services, Inc	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Industries Private Limited	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Philippines, Inc	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever Thai Trading II Limited	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Unilever U.K. Central Resources Limited	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
URL Port Sunlight	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
PT Unilever Oleochemical Indonesia	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban; Sewa mesin Expense reimbursements; Lease of machineries
PT Unilever Enterprises Indonesia	Entitas sepengendali Entity under common control	Penggantian beban Expense reimbursements
Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya Other related party	Pembayaran kontribusi Perseroan atas program manfaat pasti Payment of contribution for the Company's defined benefit plan

Pihak berelasi Related parties	Sifat hubungan dengan pihak berelasi Nature of the relationship	Jenis transaksi Type of transaction
Dana Pensiun DPIP Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya Other related party	Pembayaran kontribusi Perseroan atas program iuran pasti Payment of contribution for the Company's defined contribution plan
Dewan Komisaris dan Direksi Board of Commissioners and Directors	Personil manajemen kunci Key management personnel	Kompensasi dan remunerasi Compensation and remuneration

Transaksi-transaksi material dengan pihak berelasi selama tahun 2025 diantaranya adalah transaksi atas biaya royalti dengan Unilever PLC - entitas induk terakhir, biaya Enterprise Technology Solutions (ETS) kepada Unilever Europe Business Center B.V. serta penjualan barang kepada Unilever Asia Private Ltd., entitas sepengendali. Beban royalti dan biaya ETS selama tahun berjalan adalah total sebesar Rp2,171 miliar (2024: Rp2,119 miliar) di mana biaya jasa dan biaya ETS, beban *trademark*, serta biaya teknologi masing-masing berjumlah Rp865 miliar, Rp796 miliar, dan Rp509 miliar (2024: Rp873 miliar, Rp759 miliar, dan Rp487 miliar). Perjanjian di bidang lisensi merek, lisensi teknologi dan layanan jasa terpusat ditandatangani oleh kedua belah pihak pada tanggal 11 Desember 2012, sedangkan biaya ETS ditandatangani oleh kedua belah pihak pada 26 September 2019 dan mematuhi Peraturan No. IX.E.1.

Material transactions with related parties during 2025 were also including transactions of royalty fees with Unilever PLC - the ultimate parent entity, Enterprise Technology Solutions (ETS) fees to Unilever Europe Business Center B.V. and sales of goods to Unilever Asia Private Ltd., an entity under common control. Royalty expenses and ETS fees during the year in total were Rp2.171 billion (2024: Rp2.119 billion) comprising service fees and ETS fees, trademark, and also technology amounting to Rp865 billion, Rp796 billion, and Rp509 billion (2024: Rp873 billion, Rp759 billion, and Rp487 billion), respectively. The agreements for trademarks, technology licenses and central services were signed by both parties on 11 December 2012, while ETS fees was signed by both parties on 26 September 2019 and in compliance with Regulation No. IX.E.1.

Pada tahun 2025, Unilever Indonesia mencatat transaksi penjualan kepada Unilever Asia Private Ltd. sebesar Rp463,9 miliar (2024: Rp381,8 miliar). Transaksi tersebut merupakan transaksi reguler yang menjadi bagian aktivitas usaha Perseroan.

In 2025, Unilever Indonesia recorded sales to Unilever Asia Private Ltd., totaling Rp463.9 billion (2024: Rp381.8 billion). This transaction was a regular transaction in related to the Company's business activities.

Pada tanggal 26 September 2019, Perseroan dan Unilever Europe Business Center B.V. ("UEBC") telah menandatangani Unilever Enterprise Technology Solution Service Agreement ("Perjanjian ETS") yang berlaku efektif sejak 1 Oktober 2019.

On 26 September 2019, the Company and Unilever Europe Business Center B.V. ("UEBC") executed the Unilever Enterprise Technology Solution Service Agreement ("ETS Agreement"), effective from 1 October 2019.

Perjanjian ETS merupakan perjanjian untuk jasa penyediaan layanan Enterprise Technology Solutions ("ETS") yang terintegrasi secara global diberikan kepada Perseroan yang mencakup layanan-layanan yang terkait dengan (1) Bisnis dan keuangan; (2) Karyawan/sumber daya manusia; (3) Fasilitas/ tempat kerja karyawan; (4) Informasi dan analisis;

The ETS Agreement is an agreement for the provision of Enterprise Technology Solutions ("ETS") services that are integrated globally provided to the Company which include services related to (1) Business and finance services; (2) Employee/human resources services; (3) Workplace/employee workplace services; (4) Information and analytics services;

(5) Layanan teknologi informasi; (6) Layanan pasokan; (7) Layanan manajemen proyek; (8) Program baru/ inovasi; (9) Tambahan layanan sebagaimana diperlukan untuk mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung, proses operasional dan/atau kegiatan usaha sehari-hari Perseroan.

Nilai transaksi Perjanjian ETS ditentukan dari pembayaran prospektif yang dilakukan oleh Perseroan kepada UEBC yang dihitung dari biaya aktual yang dikeluarkan oleh UEBC dalam memberikan layanan ETS (Biaya ETS aktual) dengan tambahan *mark-up* 5% (dengan pengecualian untuk biaya layanan yang dibeli dari pihak ketiga), yang hanya akan dikenakan biaya jasa aktual untuk setiap jenis layanan ETS. Sejak tanggal efektif Perjanjian ETS ini hingga 30 September 2020, jumlah total biaya tidak akan melebihi 0,5% dari total penjualan neto domestik tahunan Perseroan, dan setelah itu tidak akan lebih dari 1% dari total penjualan neto domestik tahunan Perseroan.

Transaksi-transaksi dengan pihak berelasi lainnya dapat dilihat di laporan keuangan Perseroan catatan 4, 7, 14, 24 dan 25.

(5) Information technology (IT) services; (6) Supply services; (7) Project management services; (8) New programmes/innovations services; (9) Additional services, which are needed to support, directly or indirectly, the Company's operation process and/or daily business activities.

The transaction value of the ETS Agreement is determined from the prospective payment made by the Company to UEBC calculated from the actual expenses incurred by UEBC in providing the ETS Services (actual ETS Costs) with an additional 5% mark-up (with the exception of the costs of services purchased from third parties), which will be charged at cost only for each type of ETS service fee. From the effective date of the ETS Agreement until 30 September 2020, the total amount of charges will not exceed 0.5% of the Company's total annual domestic net sales, and thereafter it will not be more than 1% of the Company's total annual domestic net sales.

Other related parties' transactions can be found at Unilever Indonesia's financial statements notes 4, 7, 14, 24 and 25.

Perubahan Peraturan Perundang-undangan yang Berpengaruh Signifikan terhadap Perseroan

Change in Legislation that had a Significant Impact on the Company

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

There was no change in legislation that had significant impact on Unilever Indonesia.

Perubahan Kebijakan Akuntansi

Change in Accounting Policy

Laporan Keuangan kami disusun berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia dan peraturan Otoritas Jasa Keuangan atau OJK.

Our Financial Statements were prepared in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards and the Capital Market and Indonesian Financial Services Authority or OJK regulations.

Perubahan pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan

Changes to the Statements of Financial Accounting Standards

Penerapan dari standar revisi yang berlaku efektif sejak 1 Januari 2025 yang relevan dengan operasi Perseroan namun tidak menimbulkan dampak signifikan terhadap laporan keuangan Perseroan adalah sebagai berikut:

- Amendemen PSAK 221 "Dampak Perubahan Nilai Tukar Mata Uang Asing"

Mulai 1 Januari 2025, referensi terhadap PSAK dan Interpretasi Standar Akuntansi Keuangan ("ISAK") telah diubah sebagaimana diterbitkan oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia ("DSAK-IAI").

Tidak ada dampak signifikan yang timbul dari penerapan standar tersebut pada laporan keuangan Perseroan.

The adoption of the following revised standards that were effective on 1 January 2025 which are relevant to the Company's operations, but did not result in significant impact to the Company's financial statements are as follows:

- Amendment of SFAS 221 "Effects of Changes in Foreign Exchange Rates"

Beginning 1 January 2025, references to the individual SFAS and Interpretations of Statements of Financial Accounting Standards ("ISFAS") has been changed as published by the Indonesian Accounting Standards Board - Indonesian Institute of Accountants ("DSAKIAI").

There was no significant impact of these standards to the Company's financial statements.

Kelangsungan Usaha

Business Continuity

Perseroan tidak melihat hal-hal signifikan yang dapat memengaruhi kelangsungan usaha Perseroan pada tahun buku terakhir. Dasar Penilaian terkait penilaian ini dapat dibaca lebih lanjut di Laporan Direksi dan Laporan Dewan Komisaris, di mana Dewan Komisaris dan Direksi telah menjelaskan rangkuman kinerja pada tahun buku terakhir dan pandangan atas prospek usaha.

Perseroan juga telah melakukan langkah-langkah untuk melindungi risiko manajemen dan meminimalkan potensi kerugian yang timbul dari perubahan tak terduga dalam kondisi pasar dan kinerja keuangan Perseroan. Melalui prosedur peninjauan pengelolaan atas risiko, manajemen meyakini bahwa tidak terdapat hal-hal yang berpotensi berpengaruh signifikan terhadap kelangsungan usaha Perseroan pada tahun 2025. Informasi terkait Pengelolaan atas risiko manajemen dijelaskan lebih lanjut pada halaman 313 Laporan Tahunan ini.

The Company did not foresee any significant event that may have impact on the continuity of the business. The assumption used by the management can be found at the Board of Directors Report and the Board of Commissioners Report where Board of Commissioners and Board of Directors have summarised the business performance of the latest financial year as well as their view on business prospect.

The Company has also taken measures to manage risks and minimize potential losses arising from unexpected changes in market conditions and the Company's financial performance. Through its risk management review procedures, management believes that there are no matters that could have a significant impact on the Company's business continuity in 2025. Information related to risk management can be seen further on page 313 of this Annual Report.

Tata Kelola Perusahaan yang Baik

Good Corporate Governance

233 **Penerapan GCG di Unilever Indonesia**
GCG Implementation in Unilever Indonesia

236 **Struktur dan Mekanisme Tata Kelola Perusahaan**
Corporate Governance Structure and Mechanisms

237 **Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)**
General Meeting of Shareholders (GMS)

256 **Dewan Komisaris**
Board of Commissioners

268 **Direksi**
Board of Directors

280 **Tata Kelola Dewan Komisaris dan Direksi**
Governance of the Board of Commissioners and the Board of Directors

286 **Komite Audit**
Audit Committee

293 **Komite Nominasi dan Remunerasi**
Nomination and Remuneration Committee

299 **Sekretaris Dewan Komisaris**
Secretary to the Board of Commissioners

300 **Sekretaris Perusahaan, Hubungan Investor, dan Komunikasi Perusahaan**
Corporate Secretary, Investor Relations, and Corporate Communications

308 **Unit Audit Internal**
Internal Audit Unit

312 **Auditor Eksternal**
External Auditor

313 **Manajemen Risiko**
Risk Management

322 **Pengendalian Internal**
Internal Control

326 **Asuransi Aset Perusahaan**
Corporate Assets Insurance

326 **Perkara Hukum yang Penting**
Important Lawsuits

327 **Sanksi Administrasi**
Administrative Sanctions

327 **Program Kepemilikan Saham oleh Karyawan dan Manajemen**
Employee and Management Share Ownership Programme

327 **Transaksi Pihak Berelasi**
Related Party Transactions

328 **Kode Prinsip Unilever**
Unilever's Code

334 **Melawan Korupsi**
Countering Corruption

337 ***Insider Trading***

337 ***Whistleblowing System***

341 **Pengadaan Barang dan Jasa**
Procurement of Goods and Services

344 **Akses terhadap Informasi**
Access to Information

345 **Penerapan Pedoman Tata Kelola Perusahaan**
Implementation of Corporate Governance Guidelines

Penerapan GCG di Unilever Indonesia

GCG Implementation in Unilever Indonesia

Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik atau *Good Corporate Governance* (GCG) menjadi salah satu landasan utama Unilever Indonesia dalam menjalankan bisnis. Untuk menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang, seluruh aktivitas bisnis Perseroan dikelola berdasarkan prinsip GCG yang mengutamakan transparansi, akuntabel, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran.

Prinsip-prinsip GCG juga sejalan dengan nilai-nilai utama Perseroan yaitu integritas, semangat kepeloporan, tanggung jawab, dan saling menghormati.

The implementation of Good Corporate Governance (GCG) is one of the main foundations of Unilever Indonesia in conducting its business. To maintain long-term business sustainability, all of the Company's business activities are managed based on GCG principles that prioritise transparency, accountability, responsibility, independence and fairness.

The principles of GCG are also in line with the Company's core values of integrity, pioneering spirit, responsibility, and mutual respect.

Prinsip GCG

GCG Principles

Transparansi Transparency	Perseroan secara konsisten berinisiatif memberikan informasi yang jelas, akurat dan relevan kepada para pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. The Company consistently takes the initiative to provide clear, accurate and relevant information to shareholders and other stakeholders in accordance with applicable laws and regulations.
Akuntabilitas Accountability	Perseroan bertanggung jawab atas segala keputusan dan tindakan yang diambil dan memastikan pengelolaannya berjalan dengan baik, adil, dan terukur sesuai dengan kepentingan para pemangku kepentingan. The Company is responsible for all resolutions and actions taken and ensures that its management is carried out properly, fairly, and measurably in accordance with the interests of stakeholders.
Tanggung Jawab Responsibility	Perseroan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan bertindak secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga bisnis dapat berkembang secara berkelanjutan. The Company complies with applicable laws and regulations and acts responsibly towards society and the environment so that the business can develop sustainably.
Independensi Independence	Perseroan dikelola secara profesional tanpa adanya benturan kepentingan dan tanpa tekanan atau intervensi dari pihak manapun. The Company is managed professionally without any conflicts of interest and without pressure or interference from any party.
Kewajaran Fairness	Perseroan memastikan perlakuan yang setara dan adil dalam memenuhi hak pemangku kepentingan, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. The Company ensures equal and fair treatment in fulfilling the rights of stakeholders, in accordance with applicable laws and regulations.

Nilai-Nilai Unilever Indonesia

Unilever Indonesia Values



Integritas
Integrity



Semangat Kepeloporan
Pioneering Spirit



Tanggung Jawab
Responsibility



Saling Menghormati
Mutual Respect

Tujuan Penerapan GCG

1. Mendukung pencapaian visi dan misi jangka panjang Perseroan;
2. Memastikan efektivitas dan efisiensi kegiatan operasional dan pengawasan bisnis;
3. Meningkatkan nilai yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan;
4. Meningkatkan daya saing Perseroan dalam industri.

Purpose of GCG Implementation

1. Supporting the achievement of the Company's long-term vision and mission;
2. Ensuring the effectiveness and efficiency of operational activities and business oversight;
3. To enhance sustainable value for stakeholders;
4. To enhance the Company's competitiveness in the industry.

Dasar Hukum Penerapan GCG

Landasan hukum dan kebijakan tata kelola perusahaan di Perseroan meliputi undang-undang, peraturan dan pedoman yang termasuk namun tidak terbatas pada:

- UU No. 8/1995 tentang Pasar Modal sebagaimana telah diubah oleh UU No. 4/2023;
- UU No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas berikut perubahannya;
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 33/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten dan Perusahaan Publik;
- POJK No. 8/POJK.04/2015 tentang Situs Web Emiten atau Perusahaan Publik;
- POJK No. 21/POJK.04/2015 tentang Penerapan Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka;
- POJK No. 15/POJK.04/2020 tentang Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan Terbuka;
- POJK No. 16/POJK.04/2020 tentang Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan Terbuka Secara Elektronik;
- POJK No. 3/POJK.04/202 tentang Penyelenggaraan Kegiatan di Bidang Pasar Modal;
- POJK No. 42/POJK.04/2020 tentang Transaksi Afiliasi dan Transaksi Benturan Kepentingan;
- Surat Edaran OJK No. 32/SEOJK.04/2015 tentang Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka
- Surat Edaran OJK No. 16/SEOJK.04/2021 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten dan Perusahaan Publik;
- Pedoman Tata Kelola Perusahaan yang Baik yang diterbitkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG); dan
- ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS).

Legal Basis for GCG Implementation

The legal basis and corporate governance policies of the Company include laws, regulations and guidelines, including but not limited to:

- Law No. 8/1995 on Capital Markets as amended by Law No. 4/2023;
- Law No. 40/2007 on the Company and its amendments;
- Financial Services Authority Regulation (POJK) No. 33/POJK.04/2014 concerning the Board of Directors and Board of Commissioners of Issuers and Public Companies;
- POJK No. 8/POJK.04/2015 concerning the Websites of Issuers or Public Companies;
- POJK No. 21/POJK.04/2015 concerning the Implementation of Corporate Governance Guidelines for Public Companies;
- POJK No. 15/POJK.04/2020 concerning the Planning and Implementation of General Meetings of Shareholders of Public Companies;
- POJK No. 16/POJK.04/2020 concerning the Planning and Implementation of Electronic General Meetings of Shareholders of Public Companies;
- POJK No. 3/POJK.04/2020 concerning the Implementation of Activities in the Capital Market Sector;
- POJK No. 42/POJK.04/2020 concerning Affiliated Transactions and Conflicts of Interest Transactions;
- OJK Circular Letter No. 32/SEOJK.04/2015 concerning Guidelines for the Governance of Public Companies
- OJK Circular Letter No. 16/SEOJK.04/2021 concerning the Form and Content of Annual Reports of Issuers and Public Companies;
- Good Corporate Governance Guidelines issued by the National Committee on Governance Policy (KNKG); and
- ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS).

Tata kelola Perseroan juga didukung dan berpedoman pada beberapa kebijakan internal dan piagam yang termasuk namun tidak terbatas pada:

1. Kode Prinsip Bisnis dan Kebijakan Kode Prinsip;
2. Anggaran Dasar; dan
3. Piagam Dewan Komisaris dan Direksi.

The Company's governance is also supported and guided by several internal policies and charters, including but not limited to:

1. Code of Business Principles and Code Policies;
2. Articles of Association; and
3. Charter of the Board of Commissioners and Board of Directors.

Internalisasi dan Evaluasi Penerapan GCG

Internalisation and Evaluation of GCG Implementation

Leadership in Corporate Governance

Predikat Pencapaian Penerapan GCG Berdasarkan Parameter ACGS Selama 8 Tahun Berturut-turut

GCG Implementation Achievement Rating Based on ACGS Parameters for 8 Consecutive Years

Penerapan prinsip GCG di Perseroan mengacu pada Kode Prinsip Bisnis atau *Code of Business Principles* (CoBP) dan Kebijakan Kode Prinsip (*Code Policies*), yang keduanya disebut Kode Prinsip, yang mengatur standar perilaku dan etika usaha dalam menjalankan bisnis dan membangun hubungan dengan pemangku kepentingan.

The Company has a Code of Business Principles (CoBP) and Code Policies, both referred to as the "Code", which regulate standards of conduct and business ethics in conducting business and building relationships with stakeholders.

Kode Prinsip menetapkan ketentuan dan batasan yang jelas terkait perilaku yang dapat dan tidak dapat dilakukan dalam setiap aktivitas bisnis. Penerapan Kode Prinsip berlaku bagi seluruh karyawan dan manajemen, sebagai bagian dari komitmen bersama terhadap praktik bisnis yang berintegritas.

The Code set out clear rules and restrictions regarding acceptable and unacceptable behaviour in all business activities. The Code applies to all employees and management as part of a shared commitment to business practices conducted with integrity.

Untuk memastikan pemahaman dan penerapan Kode Prinsip, Perseroan menyelenggarakan berbagai kegiatan internalisasi seperti pelatihan dan kampanye, baik kepada karyawan maupun pihak ketiga. Khusus untuk karyawan, setiap satu tahun sekali wajib menyampaikan pernyataan komitmen kepatuhan terhadap Kode Prinsip Perseroan.

To ensure understanding and implementation of the Code, the Company organises various internalisation activities such as training and campaigns, both for employees and third parties. Specifically for employees, once a year they are required to submit a statement of commitment to comply with the Company's Code.

Secara berkala, Perseroan juga melakukan pemantauan dan penyempurnaan penerapan GCG dengan mempertimbangkan hasil audit, rekomendasi Komite Audit dan Dewan Komisaris, evaluasi pengendalian internal, saran dari pihak-pihak eksternal dan pemangku kepentingan terkait, serta hasil penilaian mandiri (*self-assessment*) GCG.

Periodically, the Company also monitors and refines the implementation of GCG by considering audit results, recommendations from the Audit Committee and Board of Commissioners, internal control evaluations, suggestions from external parties and relevant stakeholders, as well as the results of GCG self-assessments.

Kinerja GCG Unilever Indonesia telah mendapatkan beberapa apresiasi eksternal, salah satunya perolehan predikat *"Leadership in Corporate Governance"* selama delapan tahun berturut-turut dari Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD), berdasarkan hasil penerapan parameter GCG *ASEAN Corporate Governance Scorecard* (ACGS). Sebagai tambahan, pada tahun 2025, Perseroan mencatat poin tertinggi sepanjang sejarah yaitu 111.13 berdasarkan penilaian oleh IICD berdasarkan parameter ACGS. Hal tersebut menunjukkan konsistensi dan komitmen Perseroan dalam meningkatkan tata kelola Perseroan.

Unilever Indonesia's GCG performance has received several external recognitions, one of which is the "Leadership in Corporate Governance" award for eight consecutive years from the Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD), based on the results of the implementation of the ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) GCG parameters. Furthermore, in 2025, the Company achieved its highest-ever score of 111.13 in the IICD assessment based on the ACGS parameters. This demonstrates the Company's consistency and commitment to improving its corporate governance.

Struktur dan Mekanisme Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance Structure and Mechanism

Untuk mendukung penerapan GCG, Perseroan memiliki kerangka tata kelola perusahaan yang memisahkan tanggung jawab dan kewenangan pengambilan keputusan pada tiga organ utama Perseroan yaitu: Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris, dan Direksi.

Perseroan menerapkan pemisahan fungsi antara Dewan Komisaris dan Direksi, guna memastikan efektivitas pengawasan dan pengelolaan perusahaan. Pelaksanaan peran dan fungsi organ tata kelola tersebut juga didukung oleh Sekretaris Perusahaan serta Komite-komite di bawah Dewan Komisaris.

Kerangka tata kelola Perseroan juga mendefinisikan hubungan dan tanggung jawab yang jelas antara Perseroan, pemegang saham dan pemangku kepentingan, sebagaimana dimaksud dalam Anggaran Dasar Perusahaan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

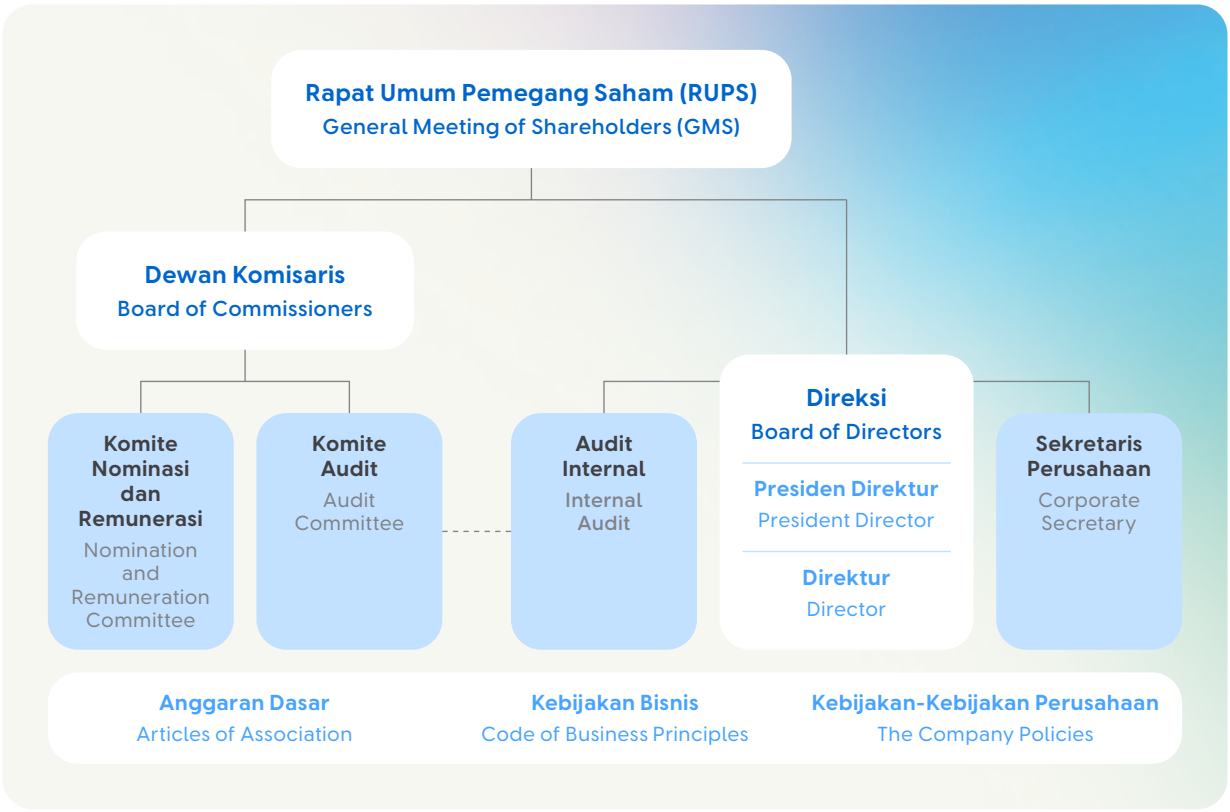
Untuk memastikan penerapan tata kelola berjalan efektif, Perseroan menerapkan rangkaian mekanisme yang meliputi sistem pengendalian internal, manajemen risiko, audit internal dan eksternal, penerapan Kode Prinsip dan Anggaran Dasar, manajemen sistem mutu, serta prosedur operasi standar dan proses bisnis.

To support the implementation of GCG, the Company has a corporate governance framework that separates the responsibilities and decision-making authorities of the Company's three main organs, namely: the General Meeting of Shareholders (GMS), the Board of Commissioners, and the Board of Directors.

The Company implements a separation of functions between the Board of Commissioners and the Board of Directors to ensure effective supervision and management of the company. The implementation of the roles and functions of these governance bodies is also supported by the Company Secretary and the Committees under the Board of Commissioners.

The Company's governance framework also defines clear relationships and responsibilities between the Company, shareholders and stakeholders, as referred to in the Company's Articles of Association and applicable laws and regulations.

To ensure the effective implementation of governance, the Company applies a series of mechanisms including internal control systems, risk management, internal and external audits, the implementation of Code and Articles of Association, quality system management, as well as standard operating procedures and business processes.



Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

General Meeting of Shareholders (GMS)

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) merupakan organ tata kelola tertinggi Perusahaan dan memiliki wewenang yang tidak diberikan kepada Dewan Komisaris atau Direksi dalam batas yang ditentukan oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas dan/atau Anggaran Dasar Perusahaan.

Sesuai Anggaran Dasar, RUPS terdiri dari:

- **Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST)**
  Untuk mengambil keputusan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan bisnis dan operasional Perseroan, seperti persetujuan Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan Perseroan, pembayaran dividen dan pembagian keuntungan, remunerasi Direksi dan Komisaris, penunjukan auditor independen, perubahan Anggaran Dasar, dan pendelegasian wewenang kepada Dewan Komisaris. RUPST harus diselenggarakan paling lambat enam bulan setelah akhir tahun fiskal,

The General Meeting of Shareholders (GMS) is the highest governance body of the Company and has authority that is not delegated to the Board of Commissioners or the Board of Directors within the limits specified by the Limited Liability Company Law and/or the Company's Articles of Association.

In accordance with the Articles of Association, the GMS consists of:

- **Annual General Meeting of Shareholders (AGMS)**
  To make resolutions on matters relating to the Company's business and operations, such as approval of the Company's Financial Statements and Annual Report, payment of dividends and distribution of profits, remuneration of the Board of Directors and Board of Commissioners, appointment of independent auditors, amendments to the Articles of Association, and delegation of authority to the Board of Commissioners. The AGMS must be held no later

sebagaimana diatur dalam Peraturan OJK No. 15/POJK.04/2020 tentang Perencanaan dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan Terbuka.

- **Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB)**
  Dapat diselenggarakan setiap saat sepanjang tahun jika dipandang perlu oleh pemegang saham, Dewan Komisaris dan Direksi.

Pada tahun 2025 Perseroan menyelenggarakan RUPS sebagai berikut:

- Satu kali RUPST di tanggal 3 Juni 2025;
- Satu kali RUPSLB dan RUPS Independen pada 14 Januari 2025; dan
- Satu kali RUPSLB pada 15 Oktober 2025.

Seluruh pemegang saham Perseroan memiliki hak yang sama dalam RUPS, termasuk dalam hal mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan hak suara yang dihitung berdasarkan jumlah kepemilikan saham. Komposisi pemegang saham Perseroan dapat dilihat pada bab Profil Perusahaan.

Pelaksanaan RUPST 2025

Persiapan RUPST

Pengumuman RUPST 2025 dilaksanakan pada tanggal 17 April 2025 dan dimuat di situs web Bursa Efek Indonesia (BEI) serta situs web Perseroan. Informasi tersebut juga diunduh di situs web Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) selaku penyelenggara *e-RUPS*. Perseroan kemudian melakukan Panggilan RUPST pada tanggal 5 Mei 2025 di situs web BEI serta situs web Perseroan, dan telah dimuat di situs web KSEI sebagai penyedia *e-Proxy*.

Tanggal pengumuman dan pemanggilan serta penyampaian informasi RUPST telah sesuai dengan ketentuan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 15/POJK.04/2020 tentang Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan Terbuka dan Anggaran Dasar Perseroan.

than six months after the end of the fiscal year, as stipulated in OJK Regulation No. 15/POJK.04/2020 concerning the Planning and Implementation of the Annual GMS of Public Companies.

- **Extraordinary General Meeting of Shareholders (EGMS)**
  May be held at any time during the year if deemed necessary by the shareholders, the Board of Commissioners, and the Board of Directors.

In 2025, the Company held the following Annual GMS:

- One AGMS on 3 June 2025;
- One EGMS of Shareholders and Independent GMS on 14 January 2025; and
- One EGMS on 15 October 2025.

All shareholders of the Company shall have equal rights at the GMS, including the right to obtain necessary information and voting rights calculated based on the number of shares held. The composition of the Company's shareholders can be seen in the Company Profile section.

Implementation of the 2025 AGMS

AGMS Preparation

The notice of the 2025 AGMS was made on 17 April 2025 and published on the Indonesia Stock Exchange (IDX) website and the Company's website. This information was also downloaded from the website of the Indonesian Central Securities Depository (KSEI) as the organiser of the e-AGMS. The Company then issued the AGMS Invitation on 5 May 2025 on the IDX website and the Company's website, and it was published on the KSEI website as the e-Proxy provider.

The date of the notice and invitation as well as the delivery of information regarding the AGMS are in accordance with the provisions of Financial Services Authority (OJK) Regulation No. 15/POJK.04/2020 concerning the Plan and Implementation of the AGMS of Public Companies and the Company's Articles of Association.

Tata Tertib RUPST dibagikan kepada pemegang saham sebelum rapat, dan juga tersedia melalui situs web Perseroan sejak tanggal undangan RUPST dikeluarkan hingga hari rapat. Apabila terdapat agenda pengangkatan Komisaris, Direktur atau penunjukan auditor eksternal baru, Perseroan akan menyertakan profil calon bersamaan dengan bahan rapat.

Pemberitahuan RUPST dan surat edaran dan/atau pernyataan yang menyertainya memberikan alasan dan penjelasan untuk setiap mata acara dan keputusan. Pemegang saham diundang untuk mengusulkan mata acara RUPST sesuai dengan tata cara yang tercantum dalam pengumuman rapat.

Mata acara yang diusulkan oleh pemegang saham akan ditambahkan ke bahan rapat jika memenuhi persyaratan Anggaran Dasar Perseroan dan ketentuan Pasal 16 POJK No. 15/POJK.04/2020 tentang Perencanaan dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan Terbuka.

Rapat dilaksanakan secara daring dan luring (*hybrid*), yang memungkinkan kehadiran fisik bagi pemegang saham yang namanya tercatat dengan sah dalam Daftar Pemegang Saham Perseroan pada tanggal 2 Mei 2025 pukul 16.00 WIB atau kuasanya yang sah.

Perseroan menghimbau pemegang saham yang hadir secara elektronik untuk menyediakan *proxy* elektronik (*e-proxy*), melalui fasilitas *Electronic General Meeting System* (eASY.KSEI) KSEI yang disediakan oleh KSEI kepada perwakilan independen yang ditunjuk Perseroan sebagai mekanisme *proxy* elektronik di dalam Rapat.

Hari Pelaksanaan RUPST

RUPST dilaksanakan pada tanggal 3 Juni 2025 di Grha Unilever, Green Office Park Kav. 3, Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang, Banten 15345, dan dihadiri oleh 34.916.795.138 pemegang saham atau kuasanya yang mewakili 91,525% saham Perseroan dengan hak suara yang sah.

Hal ini telah sesuai dengan ketentuan kuorum RUPS yang tercantum di dalam Anggaran Dasar Perseroan, dan RUPS berwenang untuk mengambil keputusan yang mengikat. RUPST juga dihadiri oleh seluruh anggota Dewan Komisaris dan Direksi yang menjabat sebagai berikut:

The AGMS Rules of Procedure were distributed to shareholders prior to the meeting and were also available on the Company's website from the date the AGMS invitation was issued until the day of the meeting. If the agenda included the appointment of Commissioners, Directors or the appointment of new external auditors, the Company would include the profiles of the candidates along with the meeting materials.

The AGMS notice and accompanying circular and/or statement provide reasons and explanations for each agenda item and resolution. Shareholders are invited to propose AGMS agenda items in accordance with the procedures set out in the meeting announcement.

Agenda items proposed by shareholders will be added to the meeting materials if they meet the requirements of the Company's Articles of Association and the provisions of Article 16 of POJK No. 15/POJK.04/2020 concerning the Planning and Implementation of General Meetings of Shareholders of Public Companies.

The meeting was held online and offline (hybrid), allowing physical attendance for shareholders whose names were validly recorded in the Company's Shareholder Register on 2 May 2025 at 16:00 WIB or their valid proxies.

The Company urged shareholders attending electronically to provide electronic proxies through the Electronic General Meeting System (eASY.KSEI) provided by KSEI to the independent representative appointed by the Company as the electronic proxy (e-proxy) mechanism within the Meeting.

Date of the AGMS

The AGMS was held on 3 June 2025 at Grha Unilever, Green Office Park Kav. 3, Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang, Banten 15345, and was attended by 34,916,795,138 shareholders or their authorised representatives, representing 91.525% of the Company's shares with valid voting rights.

This was in accordance with the quorum requirements for the GMS as stipulated in the Company's Articles of Association, and the GMS was authorised to make binding resolutions. The Annual GMS was also attended by all members of the Board of Commissioners and Board of Directors currently in office as follows:

Hadir Secara Fisik:

Direksi

Presiden Direktur:	Bapak Benjie Yap;
Direktur:	Bapak Alejandro Meinardo Jr Santos Concha;
Direktur:	Ibu Enny Hartati;
Direktur:	Bapak Neeraj Lal;
Direktur:	Ibu Vandana Suri; dan
Direktur:	Bapak Willy Saelan.

Dewan Komisaris

Presiden Komisaris:	Bapak Sanjiv Mehta;
Komisaris Independen:	Bapak Alexander Rusli;
Komisaris Independen:	Ibu Alissa Wahid;
Komisaris Independen:	Ibu Debora Herawati Sadrach;
Komisaris Independen:	Bapak Mohamad Fauzi M Ichsan; dan
Komisaris Independen:	Bapak Ignasius Jonan.

Setelah membahas setiap mata acara, Pimpinan Rapat mengundang para pemegang saham/kuasa pemegang saham untuk mengajukan pertanyaan dan/atau menyampaikan pendapat. Jumlah pertanyaan dan pendapat yang disampaikan tercatat dalam keputusan Rapat dan situs web Perseroan.

Prosedur Pengambilan Keputusan

Sesuai dengan Ayat 15.8 Pasal 15 Anggaran Dasar Perseroan, dan dalam Tata Tertib Rapat yang dibagikan kepada pemegang saham atau kuasanya pada saat Rapat, keputusan diambil secara musyawarah.

Apabila musyawarah tidak tercapai, keputusan harus disetujui oleh mayoritas suara lebih dari ½ (setengah) dari jumlah suara yang sah pada Rapat tersebut. Jumlah suara yang dimiliki oleh seorang pemegang saham mempertimbangkan jumlah saham yang dimilikinya (*"Poll vote"*).

Pemungutan Suara

Apabila keputusan diambil melalui pemungutan suara, Pimpinan Rapat akan menanyakan apakah ada pemegang saham dan/atau kuasanya yang tidak menyetujui usulan yang sedang dipertimbangkan atau yang memilih abstain.

Physically Present:

Board of Directors

President Director:	Mr. Benjie Yap;
Director:	Mr. Alejandro Meinardo Jr Santos Concha;
Director:	Mrs. Enny Hartati;
Director:	Mr. Neeraj Lal;
Director:	Ms. Vandana Suri; and
Director:	Mr. Willy Saelan.

Board of Commissioners

President Commissioner:	Mr. Sanjiv Mehta;
Independent Commissioner:	Mr. Alexander Rusli;
Independent Commissioner:	Mrs. Alissa Wahid;
Independent Commissioner:	Mrs. Debora Herawati Sadrach;
Independent Commissioner:	Mr. Mohamad Fauzi M Ichsan; and
Independent Commissioner:	Mr. Ignasius Jonan.

After discussing each agenda item, the Chair of the Meeting invited shareholders/shareholder representatives to ask questions and/or express their opinions. The number of questions and opinions expressed was recorded in the Resolution and on the Company's website.

Decision-Making Procedure for Resolutions

Pursuant to paragraph 15.8 of Article 15 of the Company's Articles of Association, and in the Meeting Rules distributed to shareholders or their proxies at the time of the Meeting, resolutions are made by deliberation.

If consensus cannot be reached, resolutions must be approved by a majority of more than ½ (half) of the valid votes at the Meeting. The number of votes held by a shareholder is determined by the number of shares they own ("Poll vote").

Voting

If a resolution is made by voting, the Chair of the Meeting will ask whether there are any shareholders and/or their proxies who do not agree with the proposal under consideration or who choose to abstain.

Sesuai dengan Pasal 15.7 Anggaran Dasar Perseroan, abstain akan dianggap memberikan suara sama dengan suara yang dikeluarkan oleh mayoritas pemegang saham yang memberikan suara. Semua hasil pemungutan suara divalidasi oleh pihak independen (Notaris), yang pada RUPST 2025 dilakukan oleh Notaris Syarifudin, S.H.

Pemungutan suara yang berkaitan dengan seseorang misalnya, dalam hal pengangkatan Direksi dilakukan melalui pemungutan suara tertutup.

In accordance with Article 15.7 of the Company's Articles of Association, abstentions shall be deemed to have cast votes in favour of the majority of shareholders who cast votes. All voting results are validated by an independent party (Notary), which at the 2025 AGMS was carried out by Notary Syarifudin, S.H.

Voting related to individuals, such as the appointment of the Board of Directors, is conducted through a secret ballot.

Setelah RUPST

Keputusan dan ringkasan risalah RUPST diterbitkan satu hari setelah berlangsungnya RUPST yaitu pada tanggal 4 Juni 2025 di situs web Perseroan, dan dilaporkan pada Sistem Pelaporan Elektronik (SPE) OJK, dan BEI.

After the AGMS

The resolutions and summary of the AGMS minutes were published one day after the Annual GMS, on 4 June 2025, on the Company's website, and reported to the OJK's Electronic Reporting System (SPE) and the Indonesia Stock Exchange (BEI).

Keputusan dan Realisasi RUPST

Resolutions and Realisations of the AGMS

Mata Acara 1
First Agenda

Pengesahan Laporan Keuangan Perseroan dan Persetujuan atas Laporan Tahunan Perseroan termasuk laporan atas pelaksanaan tugas pengawasan oleh Dewan Komisaris Perseroan untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2024.

Ratification on the Financial Statements of the Company and Approval on the Annual Report of the Company including the report on the supervisory duties of the Board of Commissioners of the Company for the fiscal year ended on 31 December 2024.

Hasil Keputusan RUPST
Results of the AGMS Resolutions

Mengesahkan Laporan Keuangan Perseroan dan Menyetujui Laporan Tahunan Perseroan, termasuk laporan atas pelaksanaan tugas pengawasan oleh Dewan Komisaris Perseroan untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2024.

To approve ratification on the Financial Statements of the Company and Approval on the Annual Report of the Company including the report on the supervisory duties of the Board of Commissioners of the Company for the Fiscal Year ended on 31 December 2024.

Hasil dari Pemungutan Suara RUPST
Results of the AGMS Voting

Agenda	Setuju Agree	Tidak Setuju Disagree	Abstain
Pertama First	34.827.702.983 saham mewakili 99,745% 34,827,702,983 shares representing 99.745%	1.044.200 saham mewakili 0,003% 1,044,200 shares representing 0.003%	88.047.955 saham mewakili 0,252% 88,047,955 shares representing 0.252%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda pertemuan
Number of shareholders who submitted questions/statements related to the meeting agenda

Agenda	Jumlah Pemegang Saham Number of Shareholders	Jumlah Lembar Saham yang Dimiliki atau Diwakili oleh Pemegang Saham Number of Shares Owned or Represented by Shareholders
Pertama First	3	300

Realisasi
Realisation

Telah terealisasi
Realised

Mata Acara 2
Second Agenda

Penetapan penggunaan laba Perseroan untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2024.
Determination of the appropriation of the profit of the Company for the fiscal year ended on 31 December 2024.

Hasil Keputusan RUPST
Results of the AGMS Resolutions

1. Menyetujui untuk membagikan dividen final dari laba bersih Perseroan untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2024 dan sejumlah Rp47,00 (empat puluh tujuh Rupiah) per saham atau semuanya berjumlah Rp1.793.050.000.000,00 (satu triliun tujuh ratus sembilan puluh tiga miliar lima puluh juta Rupiah) ("Dividen Final"), kepada pemegang/pemilik 38.150.000.000 (tiga puluh delapan miliar seratus lima puluh juta) saham Perseroan yang namanya tercatat dalam Daftar Pemegang Saham Perseroan pada tanggal 17 Juni 2025 pada pukul 16:00 Waktu Indonesia Barat ("Pemegang Saham Yang Berhak"), dengan memperhatikan peraturan PT Bursa Efek Indonesia, dengan catatan bahwa untuk saham Perseroan yang berada dalam penitipan kolektif, berlaku ketentuan sebagai berikut:
   - *Cum* Dividen di Pasar Reguler dan Negosiasi pada tanggal 13 Juni 2025;
   - *Ex* Dividen di Pasar Reguler dan Negosiasi pada tanggal 16 Juni 2025;
   - *Cum* Dividen di Pasar Tunai pada tanggal 17 Juni 2025; dan
   - *Ex* Dividen di Pasar Tunai pada tanggal 18 Juni 2025.
2. Menyetujui untuk mengesahkan pembagian dividen interim untuk tahun buku 2024 dari laba bersih Perseroan yang tercatat dalam buku Perseroan untuk periode yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2024 sebesar Rp41,00 (empat puluh satu Rupiah) per saham atau semuanya berjumlah Rp1.564.150.000.000,00 (satu triliun lima ratus enam puluh empat miliar seratus lima puluh juta Rupiah) kepada pemegang/pemilik 38.150.000.000 (tiga puluh delapan miliar seratus lima puluh juta) saham Perseroan yang namanya tercatat dalam daftar pemegang saham Perseroan pada tanggal 6 Desember 2024 pada pukul 16:00 Waktu Indonesia Barat dan pembayarannya telah dilakukan pada tanggal 19 Desember 2024.

   Dengan demikian, dividen Perseroan yang akan diterima oleh pemegang saham Perseroan untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2024 semuanya berjumlah Rp88,00 (delapan puluh delapan Rupiah) per saham atau semuanya berjumlah Rp3.357.200.000.000,00 (tiga triliun tiga ratus lima puluh tujuh miliar dua ratus juta Rupiah).

   Pembayaran Dividen Final kepada Pemegang Saham Yang Berhak akan dilaksanakan selambatnya pada tanggal 2 Juli 2025.

   Untuk Pemegang Saham Yang Berhak yang sahamnya belum masuk dalam penitipan kolektif pada KSEI, pembayaran Dividen Final tersebut akan dilakukan dengan pemindahbukuan (transfer bank) kepada rekening Pemegang Saham Yang Berhak.

   Untuk kebutuhan pemindahbukuan tersebut, Pemegang Saham Yang Berhak yang sahamnya belum masuk dalam penitipan kolektif pada KSEI diharapkan memberitahukan nama bank serta nomor rekening atas nama Pemegang Saham Yang Berhak secara tertulis kepada Biro Administrasi Efek Perseroan, PT Sharestar Indonesia, di alamat SOPO DEL Office Tower & Lifestyle Tower B Lantai 18, Jl. Mega Kuningan Barat III, Lot 10.1-6, Kawasan Mega Kuningan, Jakarta Selatan 12950 atau kepada Perseroan paling lambat tanggal 2 Juli 2025 pada pukul 16:00 Waktu Indonesia Barat.

   Untuk Pemegang Saham Yang Berhak yang sahamnya telah masuk dalam penitipan kolektif pada KSEI, maka Dividen Final tersebut akan dibagikan melalui pemegang rekening pada KSEI sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

   Untuk pembagian Dividen Final dikenakan Pajak Dividen sesuai dengan ketentuan yang berlaku yang wajib ditahan oleh Perseroan.

   Untuk pemegang saham yang merupakan Wajib Pajak Dalam Negeri yang berbentuk badan hukum, diminta untuk menyampaikan Nomor Pokok Wajib Pajak-nya kepada KSEI, di Gedung Bursa Efek Indonesia, Tower I Lt. 5 Jl. Jend. Sudirman Kaveling 52-53 Jakarta 12190 atau kepada Biro Administrasi Efek Perseroan, yaitu PT Sharestar Indonesia, selambatnya pada tanggal 2 Juli 2025 sampai dengan pukul 16:00 Waktu Indonesia Barat.

   Untuk pemegang saham yang merupakan Wajib Pajak Luar Negeri yang ingin memperoleh pengecualian atau pemotongan tarif Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 26, pemegang saham yang bersangkutan harus merupakan wajib pajak pada Negara *Treaty Partner*, dengan persyaratan sebagai berikut:

   i) yang sahamnya dalam Perseroan belum masuk dalam penitipan kolektif di KSEI, wajib menyerahkan asli surat keterangan domisili atau fotokopinya yang telah dilegalisir kepada Biro Administrasi Efek Perseroan, yaitu PT Sharestar Indonesia; dan

ii) yang sahamnya dalam Perseroan sudah masuk dalam penitipan kolektif di KSEI, wajib menyerahkan asli surat keterangan domisili atau fotokopinya yang telah dilegalisir kepada KSEI, melalui partisipan yang ditunjuk oleh pemegang saham asing yang bersangkutan.

iii) Penyerahan surat keterangan domisili tersebut dilakukan selambatnya pada tanggal 17 Juni 2025 sampai dengan pukul 16:00 Waktu Indonesia Barat.

3. Memberikan wewenang kepada Direksi Perseroan untuk melaksanakan pembagian Dividen Final tersebut dan untuk maksud tersebut melakukan semua tindakan yang diperlukan termasuk tetapi tidak terbatas untuk mengumumkan pembagian Dividen Final tersebut dalam situs Perseroan.
4. Menetapkan sisa saldo laba yang belum dicadangkan Perseroan, setelah pembayaran Dividen Final tersebut di atas dicatat sebagai saldo laba Perseroan yang belum dicadangkan untuk tahun buku berikutnya.

1. Distributing the final dividend from net profit from the end of the Fiscal Year dated 31st December 2024 which is Rp47.00 (forty seven Indonesian Rupiah) per share or the whole total of Rp1,793,050,000,000.00 (one trillion seven hundred ninety three billion fifty million Indonesian Rupiah) ("Final Dividend"), to the shareholders/owners of 38.150.000.000 (thirty eight billion one hundred and fifty million) Company Shares whose names are recorded in the Company Shareholders' List on 17 June 2025 at 16:00 Western Indonesia Time ("Shareholders Who Have the Right"), by paying attention to the regulations stipulated in PT Bursa Efek Indonesia (Indonesia Stock Exchange) to trade the shares in the Indonesia Stock Exchange, bearing in mind that the Company shares that are placed collectively by the listed Shareholders, to trade the shares in the Indonesia Stock Exchange, bearing in mind that the Company shares that are collaboratively placed, with the following terms applied:
   - Cum Dividend in the Regular & Negotiated Market on 13 June 2025;
   - Ex Dividend in the Regular & Negotiated Market on 16 June 2025;
   - Cum Dividend in the Cash Market on 17 June 2025; and
   - Ex Dividend in the Cash Market on 18 June 2025.
2. Validation of interim dividend shares for the 2024 Fiscal Year from net profits of the Company that ends on 31 December 2024 as much as Rp41.00 (forty one Indonesian Rupiah) per share or the overall sum of Rp1,564,150,000,000.00 (one trillion five hundred sixty four billion one hundred fifty million Indonesian Rupiah) of shareholders/owners of 38.150.000.000 (thirty eight billion one hundred and fifty million), of Company shares whose names are listed in the Company Shareholder List on 6 December 2024 at 16:00 Western Indonesia Time and payment has been executed on 19 December 2024.

   Therefore, the Company dividend that will be received by the Company Shareholders for the end of the Fiscal Year on 31 December 2024 will be Rp88 (eighty-eight Indonesian Rupiah) per share or the total amount of Rp3,357,200,000,000.00 (three trillion three hundred fifty sevenfifty-seven billion two hundred million Rupiah).

   Payment of Final Dividend to the Shareholders Who Have the Right, will be paid on 2 July 2025.

   Shareholders Who Have the Right but whose shares have not been placed collectively into the Securities Depository Services (PT Kustodian Sentral Efek Indonesia - KSEI), the payment of the Final Dividend will occur when the book-entry settlement (bank transfer) has been implemented to each of the Shareholders Who Have the Right.

   For the implementation of book-entry settlement, the Shareholders Who Have the Right to shares that have not been placed collectively at KSEI are asked to inform the name of their banks and account numbers which is, in their name (Shareholders who have the Right), in writing to the Bureau of Securities Administration (Biro Administrasi Efek Perseroan - BAE), PT Sharestar Indonesia, with the address of SOPO DEL Office Tower & Lifestyle Tower B Lantai 18, Jl. Mega Kuningan Barat III, Lot 10.1-6, Kawasan Mega Kuningan, Jakarta Selatan 12950 or to the Shareholder with the latest date of 2 July 2025 at 16:00 Western Indonesia Time.

   For Shareholders who have the Right whose shares have been placed collectively at KSEI, the Final Dividen will be distributed/ transferred through the shareholders' bank account of KSEI according to the procedural rules of the policies in place.

   Dividen Taxes will be implemented for the Final Dividen distribution according to the valid polices in place and will be withheld by the Company.

   Shareholders who are Domestic Tax Payers in the form of Legal Entity, are required to convey their Tax Payment Identification Number (NPWP) to the KSEI, with the address of Gedung Bursa Efek Indonesia, Tower I Lt. 5 Jl. Jend. Sudirman Lot 52-53 Jakarta 12190 or to the Biro Administrasi Efek Perseroan (Bureau of Securities Administration), PT Sharestar Indonesia, on 2nd July 2025 up to 16:00 Western Indonesia Time at the latest.

   Shareholders who are Foreign Tax Payers and require exemption or Income Tax Tarif Deduction– Paragraph 26 (PPh Pasal 26), should be Tax Payers of a "Treaty Country Partner", with the following Terms and Conditions:

   i) If the Shareholder's shares in the Company is not included in the collective placement at the KSEI, the Shareholders should disperse the original Certificate of Domicile or photocopy of the Certificate of Domicile that has been legalized by the Biro Administrasi Efek Perseroan (Bureau of Securities Administration), which is PT Sharestar Indonesia; and

   ii) If the shares of the Shareholder in the Company has been entered into the collective placement at KSEI, the Shareholder will therefore, need to handover their Certificate of Domicile or photocopy of the Certificate of Domicile that has been legalized by KSEI, through a participant that has been appointed by the Foreign Shareholder.

   iii) The handover of the Certificate of Domicile should be implemented on 2 July 2025 up to 16:00 Western Indonesia Time at the latest.

3. Giving the authority to the Company Directors to implement the Final Dividend distribution and for this reason alone, will implement all actions needed including but not limited to announcing the distribution of the said Final Dividend to the Company's website.
4. Determine the remaining profit balance that has not been placed as reserve by the Company after payment of the said Final Dividend above has been made, and has been recorded as the Company profit balance that has not been made as reserve for the next Fiscal Year.

Hasil dari Pemungutan Suara RUPST
Results of the AGMS Voting

Agenda	Setuju Agree	Tidak Setuju Disagree	Abstain
Kedua Second	34.837.509.458 saham mewakili 99,772% 34,837,509,458 shares representing 99.772%	2.419.425 saham mewakili 0,007% 2,419,425 shares representing 0.007%	76.866.255 saham mewakili 0,220% 76,866,255 shares representing 0.220%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda pertemuan
Number of shareholders who submitted questions/statements related to the meeting agenda

Agenda	Jumlah Pemegang Saham Number of Shareholders	Jumlah Lembar Saham yang Dimiliki atau Diwakili oleh Pemegang Saham Number of Shares Owned or Represented by Shareholders
Kedua Second	2	214.700

Realisasi
Realisation

Telah terealisasi
Realised

Mata Acara 3
Third Agenda

Persetujuan atas penunjukkan Akuntan Publik dan/atau Kantor Akuntan Publik untuk mengaudit buku Perseroan untuk tahun buku yang akan berakhir pada tanggal 31 Desember 2025 dan penetapan honorarium, serta persyaratan lain penunjukannya.

Approval of the proposal on the designation of a Public Accountant and/or Public Accounting Office to audit the books of the Company for the fiscal year ending on 31 December 2025 and determination of the honorarium, and other terms of their designation.

Hasil Keputusan RUPST
Results of the AGMS Resolutions

1. Menyetujui untuk menunjuk Akuntan Publik Kartika Singodimejo dengan Izin Akuntan Publik No. AP.0847 dan Kantor Akuntan Publik Siddharta Widjaja & Rekan, firma anggota KPMG, masing-masing sebagai Akuntan Publik dan Kantor Akuntan Publik untuk mengaudit buku Perseroan untuk tahun buku yang akan berakhir pada tanggal 31 Desember 2025; dan
2. Menyetujui untuk memberikan kewenangan kepada Dewan Komisaris Perseroan untuk menetapkan honorarium bagi Akuntan Publik dan Kantor Akuntan Publik tersebut serta persyaratan lain penunjukkannya.

1. To appoint the Public Accountant of Kartika Singodimejo, licensed as Public Accountant No. AP.0847 and Public Accountant Office Siddharta Widjaja & Partner, member of the KPMG Firm, each as the Public Accountant and Public Accountant Office to audit the Company Books for end of the Fiscal Year on 31 December 2025.
2. Giving authority to the Board of Commissioners to determine the honorarium for the Public Accountant and Public Accountant Office as well as other Terms and Conditions that have been delivered.

Hasil dari Pemungutan Suara RUPST
Results of the AGMS Voting

Agenda	Setuju Agree	Tidak Setuju Disagree	Abstain
Ketiga Third	34.834.308.135 saham mewakili 99,763% 34,834,308,135 shares representing 99.763%	5.669.148 saham mewakili 0,016% 5,669,148 shares representing 0.016%	76.817.855 saham mewakili 0,220% 76,817,855 shares representing 0.220%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda pertemuan
Number of shareholders who submitted questions/statements related to the meeting agenda

Agenda	Jumlah Pemegang Saham Number of Shareholders	Jumlah Lembar Saham yang Dimiliki atau Diwakili oleh Pemegang Saham Number of Shares Owned or Represented by Shareholders
Ketiga Third	Tidak ada None	Tidak ada None

Realisasi
Realisation

Telah terealisasi
Realised

Mata Acara 4
Fourth Agenda

Penetapan remunerasi para anggota Dewan Komisaris Perseroan untuk tahun buku yang akan berakhir pada tanggal 31 Desember 2025.

Determination of remuneration of the members of the Board of Commissioners of the Company for the fiscal year ended on 31 December 2025.

Hasil Keputusan RUPST
Results of the AGMS Resolutions

1. Menyetujui untuk menetapkan penyesuaian gaji dan tunjangan Dewan Komisaris dengan kenaikan tidak lebih dari 5% (lima persen) dari besarnya gaji dan tunjangan pada tahun 2024, dan memberikan kuasa dan kewenangan penuh kepada Presiden Komisaris Perseroan untuk menetapkan tanggal efektif kenaikan tersebut diberlakukan dan rincian alokasi pembagiannya bagi setiap anggota Dewan Komisaris Perseroan.
2. Memberikan kuasa kepada Direksi Perseroan dan/atau Sdr. Enrico Sihotang, swasta, baik bersama-sama maupun sendiri-sendiri untuk:
   a. Menyatakan sebagian atau semua keputusan yang diambil untuk mata acara Rapat ini di hadapan Notaris dalam bahasa Indonesia dan/atau bahasa Inggris;
   b. Melakukan segala sesuatu yang diperlukan untuk maksud tersebut di atas, tanpa ada tindakan yang dikecualikan.
   c. Kuasa ini diberikan dengan ketentuan sebagai berikut:
      - Kuasa ini diberikan dengan hak substitusi untuk melimpahkan kuasa ini kepada pihak lain;
      - Kuasa ini berlaku sejak ditutupnya Rapat ini sampai dengan tercapainya tujuan pemberian kuasa; dan
      - Rapat ini setuju untuk mengesahkan semua tindakan yang dilaksanakan oleh penerima kuasa berdasarkan kuasa ini.

1. Approved the salary adjustments and benefits for the Members of the Board of Commissioners by increasing no more than 5% (five percent) from the sum of salary and benefits from 2024, and giving the full power of attorney to the Company President of Commissioner to determine in detail on allocation of the division for each member of the Company's Board of Commissioners.
2. To grant power of attorney to the Company's Board of Directors and/or Mr. Enrico Sihotang, private individual, whether jointly or severally, to:
   a. Declare, in whole or in part, the decisions taken for the agenda items of this Meeting before a Notary in Indonesian and/or English;
   b. Perform all acts necessary for the foregoing purposes, without any exception.

c. This power is granted under the following conditions:
   - This power is granted with the right of substitution, allowing it to be delegated to another party;
   - This power shall be valid from the closing of this Meeting until the objectives of the power have been achieved; and
   - This Meeting agrees to ratify all actions taken by the recipient of this power pursuant to this power.

Hasil dari Pemungutan Suara RUPST
Results of the AGMS Voting

Agenda	Setuju Agree	Tidak Setuju Disagree	Abstain
Keempat Fourth	34.835.632.506 saham mewakili 99,767% 34,835,632,506 shares representing 99.767%	4.704.977 saham mewakili 0,013% 4,704,977 shares representing 0.013%	76.457.655 saham mewakili 0,218% 76,457,655 shares representing 0.218%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda pertemuan
Number of shareholders who submitted questions/statements related to the meeting agenda

Agenda	Jumlah Pemegang Saham Number of Shareholders	Jumlah Lembar Saham yang Dimiliki atau Diwakili oleh Pemegang Saham Number of Shares Owned or Represented by Shareholders
Keempat Fourth	Tidak ada None	Tidak ada None

Realisasi
Realisation

Telah terealisasi
Realised

Pelaksanaan RUPSLB dan RUPS Independen 2025

RUPSLB dan RUPS Independen

Tanggal: 14 Januari 2025

Waktu: 14.07 WIB sampai 15.17 WIB (RUPSLB) dan 15.28 WIB sampai 15.55 WIB (RUPS Independen)

Tempat: Ballroom Hotel Mulia Senayan Jakarta, Jl. Asia Afrika, Senayan, Jakarta 10270, Indonesia

RUPS Independen merupakan Rapat yang membutuhkan persetujuan pemegang saham independen dan sesuai dengan ketentuan Pasal 15 POJK 15/2020, RUPS Independen dapat dilangsungkan jika dihadiri lebih dari ½ (satu per dua) bagian dari jumlah seluruh saham dengan hak suara yang sah yang dimiliki pemegang saham independen dan pemegang saham yang bukan merupakan pihak terafiliasi dengan Perusahaan Terbuka, anggota Direksi, anggota Dewan Komisaris, pemegang saham utama, atau Pengendali.

Implementation of the 2025 EGMS and Independent GMS

EGMS and Independent GMS

Date: 14 January 2025

Time: 14:07 to 15:17 WIB (EGMS) and 15:28 to 15:55 WIB (Independent GMS)

Venue: Ballroom of the Mulia Senayan Hotel Jakarta, Jl. Asia Afrika, Senayan, Jakarta 10270, Indonesia

The Independent GMS is a meeting that requires the approval of independent shareholders and is in accordance with the provisions of Article 15 of POJK 15/2020, The Independent GMS may be held if attended by more than ½ (one half) of the total number of valid voting shares owned by independent shareholders and shareholders who are not affiliated parties of the Public Company, members of the Board of Directors, members of the Board of Commissioners, major shareholders, or Controlling Parties.

Keputusan RUPS Independen sebagaimana dimaksud di atas adalah sah jika disetujui oleh lebih dari ½ (satu per dua) bagian dari jumlah seluruh saham dengan hak suara yang sah yang dimiliki oleh pemegang saham independen dan pemegang saham yang bukan merupakan pihak terafiliasi dengan Perusahaan Terbuka, anggota Direksi, anggota Dewan Komisaris, pemegang saham utama, atau Pengendali.

Dalam hal kuorum kehadiran pemegang saham independen yang disyaratkan tidak diperoleh dalam rapat pertama, maka rapat selanjutnya direncanakan akan diselenggarakan dalam jangka waktu paling cepat 10 (sepuluh) hari dan paling lambat 21 (dua puluh satu) hari setelah rapat pertama diselenggarakan.

Di samping itu, dalam hal kuorum kehadiran tidak tercapai, RUPS Independen selanjutnya dapat dilakukan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Kehadiran dalam Rapat:

Hadir secara Fisik:

Dewan Komisaris:

Presiden Komisaris:	Bapak Sanjiv Mehta;
Komisaris Independen:	Bapak Alexander Rusli;
Komisaris Independen:	Ibu Alissa Wahid;
Komisaris Independen:	Ibu Debora Herawati Sadrach; dan
Komisaris Independen:	Bapak Mohamad Fauzi M Ichsan.

Direksi:

Presiden Direktur:	Bapak Benjie Go Yap;
Direktur:	Ibu Enny Hartati;
Direktur:	Ibu Hernie Raharja;
Direktur:	Bapak Vivek Agarwal; dan
Direktur:	Bapak Willy Saelan.

Turut hadir secara virtual/media telekonferensi

Dewan Komisaris:

Komisaris Independen:	Bapak Ignasius Jonan;

The resolutions of the Independent GMS as referred to above shall be valid if approved by more than half (½) of the total number of shares with valid voting rights owned by independent shareholders and shareholders who are not affiliated parties of the Public Company, members of the Board of Directors, members of the Board of Commissioners, major shareholders, or Controlling Parties.

In the event that the required quorum of independent shareholders is not obtained at the first meeting, the next meeting shall be held within a period of no less than 10 (ten) days and no more than 21 (twenty-one) days after the first meeting is held.

In addition, in the event that a quorum is not achieved, the subsequent Independent GMS may be held in accordance with applicable regulations.

Attendance at the Meeting:

Physical Attendance:

Board of Commissioners:

President Commissioner:	Mr. Sanjiv Mehta;
Independent Commissioner:	Mr. Alexander Rusli;
Independent Commissioner:	Mrs. Alissa Wahid;
Independent Commissioner:	Mrs. Debora Herawati Sadrach; and
Independent Commissioner:	Mr. Mohamad Fauzi M Ichsan.

Board of Directors:

President Director:	Mr. Benjie Go Yap;
Director:	Mrs. Enny Hartati;
Director:	Mrs. Hernie Raharja;
Director:	Mr. Vivek Agarwal; and
Director:	Mr. Willy Saelan.

Also present virtually/via teleconference

Board of Commissioners:

Independent Commissioner:	Mr. Ignasius Jonan;

Jumlah pemegang saham atau kuasanya yang mewakili kehadiran:

Number of shareholders or their representatives present:

Keterangan Description	Jumlah Saham Number of Shares	Persentase Percentage
RUPSLB EGMS	35,787,448,649	93.807%
RUPS Independen Independent GMS	3,363,061,149	58.741%

Keputusan dan Realisasi RUPSLB dan RUPS Independen

Resolutions and Implementation of the EGMS and Independent GMS

RUPSLB

EGMS

Mata Acara 1
First Agenda

Persetujuan atas rencana perubahan susunan Direksi Perseroan.

Approval of the plan to change the composition of the Company's Board of Directors.

Hasil Keputusan
Resolution

1. Butir pertama acara pertama yakni sebagai berikut:
   a. Menyetujui pengunduran diri: 1) Ibu Hernie Raharja dari jabatannya sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 14 Januari 2025; 2) Bapak Ainul Yaqin dari jabatannya sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 14 Januari 2025; dan 3) Bapak Vivek Agarwal dari jabatannya sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 1 Maret 2025, serta memberikan pelepasan dan pembebasan tanggung jawab sepenuhnya kepada beliau, untuk semua tindakan pengurusan dan pelaksanaan kewenangan selama masa jabatannya selaku Direktur Perseroan, sepanjang tindakan tersebut tercermin dalam buku Perseroan.
   b. Mengangkat: 1) Bapak Alejandro Meinardo Santos Concha sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 14 Januari 2025; 2) Ibu Vandana Suri sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 14 Januari 2025; dan 3) Bapak Neeraj Lal sebagai Direktur Perseroan efektif sejak tanggal 1 Maret 2025, sampai dengan ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan tahun 2025, dimana usulan ini mengacu berdasarkan Rekomendasi dari Komite Nominasi dan Remunerasi Perseroan.
2. Menegaskan bahwa susunan Direksi Perseroan:
   Efektif sejak tanggal 14 Januari 2025 hingga ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan yang akan diadakan pada tahun 2026, dengan tidak mengurangi hak Rapat Umum Pemegang Saham Perseroan untuk memberhentikannya sewaktu-waktu, adalah sebagai berikut:
   - Presiden Direktur: Bapak Benjie Go Yap;
   - Direktur: Ibu Enny Hartati;
   - Direktur: Bapak Willy Saelan;
   - Direktur: Bapak Alejandro Meinardo Santos Concha;
   - Direktur: Ibu Vandana Suri; dan
   - Direktur: Bapak Vivek Agarwal

   Efektif sejak tanggal 1 Maret 2025 hingga ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan yang akan diadakan pada tahun 2026, dengan tidak mengurangi hak Rapat Umum Pemegang Saham Perseroan untuk memberhentikannya sewaktu-waktu, adalah sebagai berikut:
   - Presiden Direktur: Bapak Benjie Go Yap;
   - Direktur: Ibu Enny Hartati;
   - Direktur: Bapak Willy Saelan;
   - Direktur: Bapak Alejandro Meinardo Santos Concha;
   - Direktur: Ibu Vandana Suri; dan
   - Direktur: Bapak Neeraj Lal

3. Memberikan kuasa kepada Direksi Perseroan dan/atau Sdr. Enrico Sihotang, swasta, baik bersama-sama maupun sendiri-sendiri untuk:
   a. Menyatakan sebagian atau semua keputusan yang diambil untuk mata acara Rapat di hadapan Notaris dalam bahasa Indonesia dan/atau bahasa Inggris;
   b. Memberitahukan susunan Direksi Perseroan sebagaimana diputuskan dalam mata acara Rapat kepada Menteri Hukum Republik Indonesia dan mendaftarkannya dalam Daftar Perusahaan sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku dan membuat perubahan dan/atau penambahan jika disyaratkan pihak yang berwenang lain; dan
   c. Melakukan segala sesuatu yang diperlukan untuk maksud tersebut di atas, tanpa ada tindakan yang dikecualikan.

   Kuasa ini diberikan dengan ketentuan sebagai berikut:
   a. Kuasa ini diberikan dengan hak substitusi untuk melimpahkan kuasa ini kepada pihak lain;
   b. Kuasa ini berlaku sejak ditutupnya Rapat sampai dengan tercapainya tujuan pemberian kuasa; dan
   c. Rapat setuju untuk mengesahkan semua tindakan yang dilaksanakan oleh penerima kuasa berdasarkan kuasa ini.

1. The first agenda item is as follows:
   a. To approve the resignation of: 1) Ms. Hernie Raharja from her position as Director of the Company, effective from 14 January 2025; 2) Mr. Ainul Yaqin from his position as Director of the Company, effective from 14 January 2025; and 3) Mr. Vivek Agarwal from his position as Director of the Company, effective from 1 March 2025, and to grant him full release and discharge from liability for all management actions and exercise of authority during his tenure as Director of the Company, to the extent that such actions are reflected in the Company's books.
   b. To appoint: 1) Mr. Alejandro Meinardo Santos Concha as Director of the Company, effective from 14 January 2025; 2) Ms. Vandana Suri as Director of the Company, effective from 14 January 2025; and 3) Mr. Neeraj Lal as Director of the Company, effective from 1 March 2025, until the closing of the Company's 2025 Annual General Meeting of Shareholders, whereby this proposal refers to the Recommendation of the Company's Nomination and Remuneration Committee.
2. It is confirmed that the Structure of the Board of Directors:

   Effective as of 14 January 2025 until the closing of the Company's Annual General Meeting of Shareholders to be held in 2026, without prejudice to the right of the Company's General Meeting of Shareholders to dismiss them at any time, is as follows:
   - President Director: Mr. Benjie Go Yap;
   - Director: Ms. Enny Hartati;
   - Director: Mr. Willy Saelan;
   - Director: Mr. Alejandro Meinardo Santos Concha;
   - Director: Ms. Vandana Suri; dan | and
   - Director: Mr. Vivek Agarwal

   Effective from 1 March 2025 until the closing of the Company's Annual General Meeting of Shareholders to be held in 2026, without prejudice to the right of the Company's General Meeting of Shareholders to dismiss them at any time, are as follows:
   - President Director: Mr. Benjie Go Yap;
   - Director: Ms. Enny Hartati;
   - Director: Mr. Willy Saelan;
   - Director: Mr. Alejandro Meinardo Santos Concha;
   - Director: Ms. Vandana Suri; dan | and
   - Director: Mr. Neeraj Lal
3. Giving the power of attorney to the Company Directors and/or to Mr. EnricoSihotang, private, both together or individually to:
   a. Declare part or all of the decisions taken for the Agenda of the Meeting before the Notary in Bahasa Indonesia and/or in English;
   b. Notify the composition of the Company's Board of Directors decided in the Meeting to the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia and to register in accordance with applicable laws and regulations enforced, as well as making changes and/or additions if required by other authorised parties; and
   c. Conducting any necessary matters for the above purposes, without any exceptions.

   This power of attorney is granted with the following questions:
   a. This power is granted with the right to delegate power to other parties;
   b. This power of attorney is valid since the close of this Meeting until the fulfillment of the power of attorney; and
   c. This Meeting agrees to authorise all actions implemented by the "authorised party", based under this power of attorney.

Hasil dari Pemungutan Suara
Results of the Vote

Agenda	Setuju Agree	Tidak Setuju Disagree	Abstain
Pertama First	35.195.195.262 saham mewakili 98,345% 35,195,195,262 shares representing 98.345%	1.523.147 saham mewakili 0,004% 1,523,147 shares representing 0.004%	590.730.240 saham mewakili 1,651% 590,730,240 shares representing 1.651%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda pertemuan
Number of shareholders who submitted questions/statements related to the meeting agenda

Agenda	Jumlah Pemegang Saham Number of Shareholders	Jumlah Lembar Saham yang Dimiliki atau Diwakili oleh Pemegang Saham Number of Shares Owned or Represented by Shareholders
Pertama First	2	10.100

Realisasi
Realisation

Telah terealisasi
Realised

Mata Acara 2
Second Agenda

Persetujuan atas rencana perubahan remunerasi Direksi Perseroan untuk tahun buku 2025.
Approval of the proposed changes to the remuneration of the Company's Board of Directors for the 2025 fiscal year.

Hasil Keputusan
Resolution

1. Menetapkan penyesuaian remunerasi anggota Direksi Perseroan sebesar 2% (dua persen) pada tahun 2025, dan memberikan kuasa dan wewenang penuh kepada Presiden Komisaris Perseroan untuk menetapkan rincian alokasi pembagiannya bagi setiap anggota Direksi Perseroan.
2. Memberikan kuasa dan kewenangan penuh kepada Dewan Komisaris Perseroan untuk menetapkan besarnya remunerasi anggota Direksi Perseroan untuk tahun buku yang akan berakhir pada tanggal 31 Desember 2025 dan rincian alokasi pembagiannya bagi setiap anggota Direksi Perseroan.

1. To approve a 2% (two per cent) adjustment to the remuneration of the Company's Board of Directors for the year 2025, and to grant full authority and power to the Company's President Commissioner to determine the detailed allocation for each member of the Company's Board of Directors.
2. Granting full authority and power to the Board of Commissioners of the Company to determine the amount of remuneration for members of the Board of Directors of the Company for the financial year ending on 31 December 2025 and the details of the allocation for each member of the Board of Directors of the Company.

Hasil dari Pemungutan Suara
Results of the Vote

Agenda	Setuju Agree	Tidak Setuju Disagree	Abstain
Kedua Second	34.525.014.556 saham mewakili 96,472% 34,525,014,556 shares representing 96.472%	517.858.953 saham mewakili 1,447% 517,858,953 shares representing 1.447%	744.575.140 saham mewakili 2,081% 744,575,140 shares representing 2.081%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda pertemuan
Number of shareholders who submitted questions/statements related to the meeting agenda

Agenda	Jumlah Pemegang Saham Number of Shareholders	Jumlah Lembar Saham yang Dimiliki atau Diwakili oleh Pemegang Saham Number of Shares Owned or Represented by Shareholders
Kedua Second	1	200.000

Realisasi
Realisation

Telah terealisasi
Realised

Mata Acara 3
Third Agenda

Persetujuan atas rencana Perseroan untuk melakukan penjualan atas bisnis es krimnya ("Transaksi") kepada PT The Magnum Ice Cream Indonesia ("Pembeli") yang merupakan Transaksi Material sebagaimana dimaksud dalam Peraturan OJK No. 17/POJK.04/2020 tentang Transaksi Material dan Perubahan Kegiatan Usaha ("POJK 17/2020").

Approval of the Company's plan to sell its ice cream business ("Transaction") to PT The Magnum Ice Cream Indonesia ("Buyer"), which constitutes a Material Transaction as referred to in OJK Regulation No. 17/POJK.04/2020 concerning Material Transactions and Changes in Business Activities ("POJK 17/2020").

Hasil Keputusan
Resolution

Menyetujui atas rencana Perseroan untuk melakukan penjualan oleh Perseroan atas bisnis es krimnya yang merupakan Transaksi Material sebagaimana dimaksud dalam Peraturan OJK No. 17/POJK.04/2020 tentang Transaksi Material dan Perubahan Kegiatan Usaha ("POJK 17/2020").

Approval of the Company's plan to sell its ice cream business, which constitutes a Material Transaction as referred to in OJK Regulation No. 17/POJK.04/2020 concerning Material Transactions and Changes in Business Activities ("POJK 17/2020").

Hasil dari Pemungutan Suara
Results of the Vote

Agenda	Setuju Agree	Tidak Setuju Disagree	Abstain
Ketiga Third	35.196.628.609 saham mewakili 98,349% 35,196,628,609 shares representing 98.349%	98.900 saham mewakili 0,000% 98,900 shares representing 0.000%	590.721.140 saham mewakili 1,651% 590,721,140 shares representing 1.651%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda pertemuan
Number of shareholders who submitted questions/statements related to the meeting agenda

Agenda	Jumlah Pemegang Saham Number of Shareholders	Jumlah Lembar Saham yang Dimiliki atau Diwakili oleh Pemegang Saham Number of Shares Owned or Represented by Shareholders
Ketiga Third	3	48.400

Realisasi
Realisation

Telah terealisasi
Realised

RUPS Independen **Independent GMS**

Mata Acara
Agenda

Persetujuan atas rencana Perseroan untuk melakukan Transaksi dengan Pembeli, yang memiliki hubungan afiliasi dengan Perseroan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan OJK No. 42/POJK.04/2020 tentang Transaksi Afiliasi dan Transaksi Benturan Kepentingan ("POJK 42/2020") di mana perusahaan induk akhir dari Perseroan dan Pembeli adalah pihak yang sama, yaitu Unilever PLC.

Approval of the Company's plan to conduct a Transaction with the Buyer, which has an affiliation with the Company as referred to in OJK Regulation No. 42/POJK.04/2020 concerning Affiliated Transactions and Conflicts of Interest Transactions ("POJK 42/2020") where the ultimate parent company of the Company and the Buyer is the same entity, namely Unilever PLC.

Hasil Keputusan
Resolution

Menyetujui atas rencana Perseroan untuk melakukan penjualan atas bisnis es krim kepada PT The Magnum Ice Cream Indonesia ("Pembeli") yang memiliki hubungan afiliasi dengan Perseroan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan OJK No. 42/POJK.04/2020 tentang Transaksi Afiliasi dan Transaksi Benturan Kepentingan ("POJK 42/2020") di mana perusahaan induk akhir dari Perseroan dan Pembeli adalah pihak yang sama, yaitu Unilever PLC.

Approval of the Company's plan to sell its ice cream business to PT The Magnum Ice Cream Indonesia ("the Buyer"), which has an affiliate relationship with the Company as referred to in OJK Regulation No. 42/POJK.04/2020 concerning Affiliate Transactions and Conflict of Interest Transactions ("POJK 42/2020") where the ultimate parent company of the Company and the Buyer is the same party, namely Unilever PLC.

Hasil dari Pemungutan Suara
Results of the Vote

Agenda	Setuju Agree	Tidak Setuju Disagree	Abstain
Pertama First	2.620.599.779 saham yang mewakili 77,923% dari jumlah seluruh saham yang dimiliki pemegang saham independen yang hadir atau diwakili dalam RUPS Independen, atau 45,78% dari jumlah seluruh saham dengan hak suara yang sah yang dimiliki oleh pemegang saham independen. 2,620,599,779 shares representing 77.923% of the total number of shares owned by independent shareholders present or represented at the Independent Annual GMS of Shareholders, or 45.78% of the total number of shares with valid voting rights owned by independent shareholders.	107.700 saham mewakili 0,003% dari jumlah seluruh saham yang dimiliki pemegang saham independen yang hadir atau diwakili dalam RUPS Independen, atau 0,0009% dari jumlah seluruh saham dengan hak suara yang sah yang dimiliki oleh pemegang saham independen. 107,700 shares representing 0.003% of the total number of shares owned by independent shareholders present or represented at the Independent Annual GMS, or 0.0009% of the total number of shares with valid voting rights owned by independent shareholders.	742.353.670 saham mewakili 22,073% dari jumlah seluruh saham yang dimiliki pemegang saham independen yang hadir atau diwakili dalam RUPS Independen, atau 12,97% dari jumlah seluruh saham dengan hak suara yang sah yang dimiliki oleh pemegang saham independen. * Suara abstain dianggap mengeluarkan suara yang sama dengan suara mayoritas pemegang saham yang mengeluarkan suara. 742,353,670 shares represent 22.073% of the total number of shares owned by independent shareholders present or represented at the Independent Annual GMS, or 12.97% of the total number of shares with valid voting rights owned by independent shareholders. * Abstentions are considered to be votes cast in favour of the majority of shareholders who cast their votes.

* Suara Setuju ditambah suara Abstain adalah sejumlah 3.362.953.449 saham yang mewakili 58,74% dari jumlah seluruh saham dengan hak suara yang sah yang dimiliki oleh pemegang saham independen.

* The number of votes in favour plus abstentions amounted to 3,362,953,449 shares, representing 58.74% of the total number of valid voting shares owned by independent shareholders.

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda pertemuan Number of shareholders who submitted questions/statements related to the meeting agenda		
Agenda	**Jumlah Pemegang Saham** Number of Shareholders	**Jumlah Lembar Saham yang Dimiliki atau Diwakili oleh Pemegang Saham** Number of Shares Owned or Represented by Shareholders
Pertama First	3	4.800
Realisasi **Realisation**		
Telah terealisasi Realised		

RUPSLB

Tanggal: 15 Oktober 2025

Waktu: 10.21 WIB sampai 10.53 WIB

Tempat: Grha Unilever, Green Office Park Kav. 3, Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang, Banten 15345

Rapat dihadiri oleh 34.794.602.284 pemegang saham atau kuasanya yang mewakili 91,603% dari total saham. RUPLB juga dihadiri oleh seluruh anggota Dewan Komisaris dan Direksi yang menjabat sebagai berikut:

Hadir secara Fisik:

Direksi:

Presiden Direktur:	Bapak Benjie Yap;
Direktur:	Ibu Enny Hartati;
Direktur:	Bapak Neeraj Lal;
Direktur:	Bapak Alejandro Meinardo Jr Santos Concha; dan
Direktur:	Bapak Willy Saelan.

Dewan Komisaris:

Komisaris Independen:	Bapak Alexander Rusli;
Komisaris Independen:	Bapak Ignasius Jonan;
Komisaris Independen:	Ibu Alissa Wahid;
Komisaris Independen:	Ibu Debora Herawati Sadrach; dan
Komisaris Independen:	Bapak Mohamad Fauzi M Ichsan.

Hadir secara virtual/media telekonferensi:

Dewan Komisaris:

Presiden Komisaris:	Bapak Sanjiv Mehta;

EGMS

Date: 15 October 2025

Time: 10:21 AM to 10:53 AM

Venue: Grha Unilever, Green Office Park Kav. 3, Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang, Banten 15345

The meeting was attended by 34,794,602,284 shareholders or their representatives, representing 91.603% of the total shares. The EGMS was also attended by all members of the Board of Commissioners and Board of Directors currently in office as follows:

Physical Attendance:

Board of Directors:

President Director:	Mr. Benjie Yap;
Director:	Mrs. Enny Hartati;
Director:	Mr. Neeraj Lal;
Director:	Mr. Alejandro Meinardo Jr Santos Concha; and
Director:	Mr. Willy Saelan.

Board of Commissioners:

Independent Commissioner:	Mr. Alexander Rusli;
Independent Commissioner:	Mr. Ignasius Jonan;
Independent Commissioner:	Mrs. Alissa Wahid;
Independent Commissioner:	Mrs. Debora Herawati Sadrach; and
Independent Commissioner:	Mr. Mohamad Fauzi M Ichsan.

Attended virtually/via teleconference:

Board of Commissioners:

President Commissioner:	Mr. Sanjiv Mehta;

Keputusan dan Realisasi RUPSLB

EGMS Resolutions and Realisations

Mata Acara 1
First Agenda

Persetujuan atas rencana perubahan susunan Direksi Perseroan.

Approval of the plan to change the composition of the Company's Board of Directors.

Hasil Keputusan
Resolutions

1. Butir pertama acara pertama yakni sebagai berikut:
   a. Menyetujui pengunduran diri Bapak Willy Saelan dari jabatannya sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 15 Oktober 2025, serta memberikan pelepasan dan pembebasan tanggung jawab sepenuhnya kepada beliau, untuk semua tindakan pengurusan dan pelaksanaan kewenangan selama masa jabatannya selaku Direktur Perseroan, sepanjang tindakan tersebut tercermin dalam buku Perseroan.
   b. Mengangkat Bapak Hendri Widiarta sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 15 Oktober 2025 sampai dengan ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan tahun 2026, dimana usulan ini mengacu berdasarkan Rekomendasi dari Komite Nominasi dan Remunerasi Perseroan.
2. Menegaskan bahwa susunan Direksi Perseroan:
   Efektif sejak tanggal 15 Oktober 2025 hingga ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan yang akan diadakan pada tahun 2026, dengan tidak mengurangi hak Rapat Umum Pemegang Saham Perseroan untuk memberhentikannya sewaktu-waktu, adalah sebagai berikut:
   - Presiden Direktur: Bapak Benjie Go Yap;
   - Direktur: Ibu Enny Hartati;
   - Direktur: Bapak Hendri Widiarta;
   - Direktur: Bapak Alejandro Meinardo Santos Concha;
   - Direktur: Ibu Vandana Suri; dan
   - Direktur: Bapak Neeraj Lal.
3. Memberikan kuasa kepada Direksi Perseroan dan/atau Sdr. Enrico Sihotang, swasta, baik bersama-sama maupun sendiri-sendiri untuk:
   a. Menyatakan sebagian atau semua keputusan yang diambil untuk mata acara Rapat di hadapan Notaris dalam bahasa Indonesia dan/atau bahasa Inggris;
   b. Memberitahukan susunan Direksi Perseroan sebagaimana diputuskan dalam mata acara Rapat kepada Menteri Hukum Republik Indonesia dan mendaftarkannya dalam Daftar Perusahaan sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku dan membuat perubahan dan/atau penambahan jika disyaratkan pihak yang berwenang lain; dan
   c. Melakukan segala sesuatu yang diperlukan untuk maksud tersebut di atas, tanpa ada tindakan yang dikecualikan.

   Kuasa ini diberikan dengan ketentuan sebagai berikut:
   a. Kuasa ini diberikan dengan hak substitusi untuk melimpahkan kuasa ini kepada pihak lain;
   b. Kuasa ini berlaku sejak ditutupnya Rapat sampai dengan tercapainya tujuan pemberian kuasa; dan
   c. Rapat setuju untuk mengesahkan semua tindakan yang dilaksanakan oleh penerima kuasa berdasarkan kuasa ini.

1. The first agenda item is as follows:
   a. To approve the resignation of Mr. Willy Saelan from his position as Director of the Company, effective as of 15 October 2025, and to grant full release and discharge to him, for all management actions and the exercise of his authority during his tenure as Director of the Company, to the extent such actions are reflected in the Company's books.
   b. To appoint Mr. Hendri Widiarta as Director of the Company, effective as of 15 October 2025 until the closing of the Company's Annual General Meeting of Shareholders in 2026, based on the recommendation of the Company's Nomination and Remuneration Committee.
2. It is confirmed that the Structure of the Board of Directors:
   Effective as of 15 October 2025 until the closing of the Annual General Meeting of Shareholders that will be held on Year 2026, without limiting the Rights of the General Shareholders Meeting to terminate at any point in time, as follows:
   - President Director: Mr. Benjie Go Yap;
   - Director: Ms. Enny Hartati;
   - Director: Mr. Hendri Widiarta;
   - Director: Mr. Alejandro Meinardo Santos Concha;
   - Director: Ms. Vandana Suri; and
   - Director: Mr. Neeraj Lal.

3. Giving the power of attorney to the Company Directors and/or to Mr. Enrico Sihotang, private, both together or individually to:
   a. Declare part or all of the decisions taken for the Agenda of the Meeting before the Notary in Bahasa Indonesia and/or in English;
   b. Notify the composition of the Company's Board of Directors decided in the Meeting to the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia and to register in accordance with applicable laws and regulations enforced, as well as making changes and/or additions if required by other authorised parties; and
   c. Conducting any necessary matters for the above purposes, without any exceptions.

   This power of attorney is granted with the following questions:
   a. This power is granted with the right to delegate power to other parties;
   b. This power of attorney is valid since the close of this Meeting; and
   c. This Meeting agrees to authorise all actions implemented by the "authorised party", based under this power of attorney.

Hasil dari Pemungutan Suara
Results of the Vote

Agenda	Setuju Agree	Tidak Setuju Disagree	Abstain
Pertama First	34.644.868.924 saham mewakili 99,569665% 34,644,868,924 shares representing 99.569665%	1.958.100 saham mewakili 0,005628% 1,958,100 shares representing 0.005628%	147.775.260 saham mewakili 0,424707% 147,775,260 shares representing 0.424707%

Jumlah pemegang saham yang mengajukan pertanyaan/pernyataan terkait agenda pertemuan
Number of shareholders who submitted questions/statements related to the meeting agenda

Agenda	Jumlah Pemegang Saham Number of Shareholders	Jumlah Lembar Saham yang Dimiliki atau Diwakili oleh Pemegang Saham Number of Shares Owned or Represented by Shareholders
Pertama First	Tidak ada None	Tidak ada None

Realisasi
Realisation

Telah terealisasi Realised

Keputusan RUPS Tahun Sebelumnya

Sepanjang tahun 2024, Perseroan menyelenggarakan satu RUPST pada 20 Juni 2024 dan Perseroan tidak menyelenggarakan RUPSLB 2024. Seluruh keputusan RUPS tersebut telah terealisasi pada tahun 2024 atau sesuai waktu yang diputuskan dalam RUPS, dan telah dilaporkan di dalam Laporan Tahunan Perseroan 2024.

Previous GMS Resolutions

Throughout 2024, the Company held one AGMS on 20 June 2024 and did not hold an EGMS in 2024. All GMS resolutions were implemented in 2024 or in accordance with the timeframe decided at the GMS, and have been reported in the Company's 2024 Annual Report.

Dewan Komisaris

Board of Commissioners

Dewan Komisaris menjalankan fungsi pengawasan atas kebijakan dan pengelolaan Perseroan oleh Direksi serta memberikan nasihat kepada Direksi, termasuk pengawasan atas pelaksanaan rencana strategis, Anggaran Dasar, keputusan RUPS, dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

The Board of Commissioners oversees the Company's policies and management by the Board of Directors and provides advice to the Board of Directors, including oversight of the implementation of strategic plans, the Articles of Association, GMS resolutions, and applicable laws and regulations.

Komposisi Dewan Komisaris

Sesuai dengan Anggaran Dasar Perseroan, Dewan Komisaris terdiri atas sekurang-kurangnya tiga anggota, termasuk satu Presiden Komisaris dan dua atau lebih Komisaris. Sepanjang 2025, tidak terdapat perubahan komposisi Dewan Komisaris.

Dengan demikian, komposisi Dewan Komisaris Perseroan per 31 Desember 2025 adalah:

1. Presiden Komisaris: Bapak Sanjiv Mehta
2. Komisaris Independen: Bapak Alexander Rusli
3. Komisaris Independen: Ibu Alissa Wahid
4. Komisaris Independen: Ibu Debora Herawati Sadrach
5. Komisaris Independen: Bapak Fauzi Ichsan
6. Komisaris Independen: Bapak Ignasius Jonan

Composition of the Board of Commissioners

In accordance with the Company's Articles of Association, the Board of Commissioners consists of at least three members, including one President Commissioner and two or more Commissioners. Throughout 2025, there were no changes in the composition of the Board of Commissioners.

Therefore, the composition of the Company's Board of Commissioners as of 31 December 2025 is as follows:

1. President Commissioner: Mr. Sanjiv Mehta
2. Independent Commissioner: Mr. Alexander Rusli
3. Independent Commissioner: Mrs. Alissa Wahid
4. Independent Commissioner: Mrs. Debora Herawati Sadrach
5. Independent Commissioner: Mr. Fauzi Ichsan
6. Independent Commissioner: Mr. Ignasius Jonan

Komisaris Independen

Independent Commissioner

83%

Anggota Dewan Komisaris adalah Independen

Members of the Board of Commissioners are Independent

Mengacu pada Piagam Dewan Komisaris, Komisaris Independen merupakan anggota Dewan Komisaris yang tidak terkait dengan Perseroan serta memenuhi persyaratan independensi. Ketentuan tersebut juga sejalan dengan Peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik.

Referring to the Board of Commissioners Charter, Independent Commissioners are members of the Board of Commissioners who are not affiliated with the Company and meet the independence requirements. This provision is also in line with OJK Regulation No. 33/POJK.04/2014 concerning the Board of Directors and Board of Commissioners of Issuers or Public Companies.

Hingga 31 Desember 2025, lima dari enam (83%) anggota Dewan Komisaris Perseroan merupakan Komisaris Independen. Komposisi ini telah memenuhi ketentuan Peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014 yang mensyaratkan paling sedikit 30% dari jumlah anggota Dewan Komisaris merupakan Komisaris Independen.

Selain itu, komposisi Dewan Komisaris Perseroan juga telah melebihi ketentuan yang dipersyaratkan dalam parameter ACGS, yang menetapkan minimal 50% dari anggota Dewan Komisaris adalah independen.

As of 31 December 2025, five out of six (83%) members of the Company's Board of Commissioners are Independent Commissioners. This composition complies with OJK Regulation No. 33/POJK.04/2014, which requires that at least 30% of the members of the Board of Commissioners be Independent Commissioners.

In addition, the composition of the Company's Board of Commissioners has exceeded the requirements set forth in the ACGS parameters, which stipulate that at least 50% of the members of the Board of Commissioners must be independent.

Kriteria Penunjukan Komisaris Independen

Penunjukan Komisaris Independen dilakukan berdasarkan kriteria yang tercantum dalam Pernyataan Independensi sebagai berikut:

Criteria for Appointing Independent Commissioners

The appointment of Independent Commissioners is based on the criteria listed in the Statement of Independence as follows:

No.	Uraian Description	ASR	AW	DHS	FI	IJ
	Pernyataan Independensi Statement of Independence					
1.	Tidak bekerja atau memiliki wewenang untuk merencanakan, memimpin, mengendalikan, atau mengawasi kegiatan Perseroan selama enam bulan sebelum pengangkatannya, kecuali dalam hal sebagai Komisaris Independen yang diangkat kembali; Not employed by or authorised to plan, lead, control or supervise the Company's activities for six months prior to their appointment, except in the case of reappointed Independent Commissioners;	✓	✓	✓	✓	✓
2.	Tidak secara langsung ataupun tidak langsung memiliki saham di Perseroan; Not directly or indirectly owning shares in the Company;	✓	✓	✓	✓	✓
3.	Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan Perseroan atau pemegang saham utama/pengendali atau salah satu anggota Dewan Komisaris atau Direksi; dan Has no affiliation with the Company or its major/controlling shareholders or any member of the Board of Commissioners or Board of Directors; and	✓	✓	✓	✓	✓
4.	Tidak memiliki hubungan kerja/profesional langsung atau tidak langsung dengan Perseroan. Has no direct or indirect employment/professional relationship with the Company.	✓	✓	✓	✓	✓
	Pernyataan Kepatuhan Statement of Compliance					
6.	Memenuhi persyaratan menjadi anggota Dewan Komisaris sesuai Piagam Dewan Komisaris dan ketentuan dalam Peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik. Meets the requirements to become a member of the Board of Commissioners in accordance with the Board of Commissioners Charter and the provisions of OJK Regulation No. 33/POJK.04/2014 concerning the Board of Directors and Board of Commissioners of Issuers or Public Companies.	✓	✓	✓	✓	✓

ASR: Alexander Steven Rusli; AW: Alissa Wahid; DHS: Debora Herawati Sadrach; FI: Fauzi Ichsan; IJ: Ignasius Jonan.

Seluruh Komisaris Independen Perseroan menandatangani pernyataan independensi secara berkala, dan dimuat di dalam situs web Perseroan di https://www.unilever.co.id/investor/tata-kelola-perusahaan/pernyataan-independensi/.

All Independent Commissioners of the Company sign periodic statements of independence, which are published on the Company's website at https://www.unilever.co.id/investor/corporate-governance/statements-of-independence/.

Tugas dan Tanggung Jawab Dewan Komisaris

Tugas dan tanggung jawab Dewan Komisaris diatur dalam Piagam Dewan Komisaris, yang meliputi:

1. Bertanggung jawab atas pengawasan terhadap kebijakan dan tindakan Perseroan serta memberikan nasihat kepada Direksi.
2. Melakukan pengawasan secara bertanggung jawab dan bijaksana.
3. Bertanggung jawab untuk mengawasi manajemen risiko Perseroan dan penerapan tata kelola perusahaan yang baik.
4. Membuat rekomendasi kepada RUPST berdasarkan rekomendasi dari Komite Nominasi dan Remunerasi terkait nominasi dan remunerasi Direksi dan Dewan Komisaris.
5. Memberikan rekomendasi perbaikan kepada Direksi berdasarkan temuan Komite Audit.
6. Melakukan *review* terhadap kebijakan struktur modal dan hutang Perseroan secara berkala.
7. Dewan Komisaris dapat membentuk komite khusus untuk memastikan efektivitas kinerja tugasnya.
8. Bertanggung jawab untuk mengevaluasi pelaksanaan komite-komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris.

Duties and Responsibilities of the Board of Commissioners

The duties and responsibilities of the Board of Commissioners are stipulated in the Board of Commissioners Charter, which includes:

1. Being responsible for supervising the Company's policies and actions and providing advice to the Board of Directors.
2. Exercising responsible and prudent oversight.
3. Being responsible for overseeing the Company's risk management and the implementation of good corporate governance.
4. Making recommendations to the AGMS based on recommendations from the Nomination and Remuneration Committee regarding the nomination and remuneration of the Board of Directors and Board of Commissioners.
5. Providing recommendations for improvement to the Board of Directors based on the findings of the Audit Committee.
6. Conducting a review of the Company's capital structure and debt policies on a regular basis.
7. The Board of Commissioners may form special committees to ensure the effectiveness of its duties.
8. Responsible for evaluating the performance of the committees formed by the Board of Commissioners.

Tugas Presiden Komisaris

Presiden Komisaris memiliki tugas secara khusus sebagai berikut:

a. Mengkoordinasikan dan memimpin rapat Dewan Komisaris.
b. Memimpin Dewan Komisaris dalam melaksanakan tanggung jawab pengawasan.

Pada tahun 2025 Dewan Komisaris telah melaksanakan tugas sebagaimana diatur dalam Piagam Dewan Komisaris. Tugas tersebut mencakup pemberian persetujuan dan pengesahan, pemberian arahan, nasihat dan rekomendasi kepada Direksi, serta melaksanakan tugas-tugas yang telah diputuskan dalam RUPS.

Duties of the President Commissioner

The President Commissioner has the following specific duties:

a. Coordinating and chairing Board of Commissioners meetings.
b. Leading the Board of Commissioners in carrying out its supervisory responsibilities.

In 2025, the Board of Commissioners has carried out its duties as stipulated in the Board of Commissioners Charter. These duties include granting approval and ratification, providing direction, advice and recommendations to the Board of Directors, and carrying out the duties decided upon in the AGMS.

Wewenang Dewan Komisaris

Dewan Komisaris berwenang mengakses seluruh dokumen Perseroan, mengunjungi lokasi Perseroan dan berbicara dengan karyawan Perseroan. Selain itu, Dewan Komisaris juga berwenang melakukan penelaahan atas informasi yang disiapkan oleh Direksi, khususnya yang berkaitan dengan rencana transaksi material dan/atau transaksi afiliasi yang akan dilakukan oleh Perseroan.

Authority of the Board of Commissioners

The Board of Commissioners has the authority to access all Company documents, visit Company locations and speak with Company employees. In addition, the Board of Commissioners also has the authority to review information prepared by the Board of Directors, particularly that related to material transaction plans and/or affiliate transactions to be carried out by the Company.

Keputusan yang Perlu Mendapat Persetujuan Dewan Komisaris

Dewan Komisaris melaksanakan wewenang sebagaimana ditentukan dalam Anggaran Dasar, termasuk untuk menyetujui tindakan tertentu sebagai berikut:

1. Tiap pinjaman yang diambil oleh perusahaan selama dua tahun atau lebih, jika jumlah pinjaman tersebut dalam satu transaksi melebihi 50% dari modal disetor perusahaan dan cadangan terakhirnya sebagaimana yang ditetapkan dalam laporan saldo perusahaan dan disetujui oleh RUPS, serta dinyatakan secara tertulis oleh akuntan publik perusahaan.
2. Tiap garansi atau jaminan pinjaman kepada seseorang dan/atau badan hukum lain, jika jumlah yang dijamin untuk masing-masing transaksi adalah lebih besar dari 50% dari modal disetor perusahaan dan cadangan terakhirnya sebagaimana yang ditetapkan dalam laporan saldo perusahaan dan disetujui oleh RUPS, serta dinyatakan secara tertulis oleh akuntan publik perusahaan.
3. Untuk mengalihkan atau menempatkan menurut jaminan aset perusahaan untuk masing-masing transaksi dengan nilai yang sama lebih dari 40% sampai 50% dari nilai aset bersih buku sebagaimana ditetapkan dalam laporan saldo perusahaan dan disetujui oleh RUPS, serta dinyatakan secara tertulis oleh akuntan publik perusahaan.

Resolutions Requiring the Approval of the Board of Commissioners

The Board of Commissioners exercises its authority as stipulated in the Articles of Association, including to approve certain actions as follows:

1. Any loan taken by the company for two years or more, if the loan amount in a single transaction exceeds 50% of the company's paid-up capital and its last reserve as stated in the company's balance sheet and approved by the AGMS, and is declared in writing by the company's public accountant.
2. Any guarantee or loan guarantee to a person and/or other legal entity, if the amount guaranteed for each transaction is greater than 50% of the company's paid-up capital and its latest reserves as stated in the company's balance sheet and approved by the AGMS, and stated in writing by the company's public accountant.
3. To transfer or place company assets as collateral for each transaction with a value equal to more than 40% to 50% of the net book value as determined in the company's balance sheet and approved by the AGMS, and stated in writing by the company's public accountant.

Piagam Dewan Komisaris

Dewan Komisaris memiliki Piagam Dewan Komisaris yang telah ditetapkan pada 1 maret 2016. Piagam Dewan Komisaris ini secara berkala dapat dievaluasi dan diperbarui apabila diperlukan.

Charter of the Board of Commissioners

The Board of Commissioners has a Board of Commissioners Charter that was established on 1 March 2016. This Board of Commissioners Charter may be evaluated and updated periodically as necessary.

Isi Piagam Dewan Komisaris antara lain mengatur mengenai kriteria pengangkatan, tugas, tanggung jawab dan wewenang, aturan bisnis, jam kerja, serta pelaporan dan pertanggungjawaban Dewan Komisaris. Piagam Dewan Komisaris Perseroan dapat diakses melalui situs web Perseroan di www.unilever.co.id/hubungan-investor/dewan-komisaris/.

The contents of the Board of Commissioners Charter include provisions on appointment criteria, duties, responsibilities and authorities, business rules, working hours, as well as reporting and accountability of the Board of Commissioners. The Company's Board of Commissioners Charter can be accessed through the Company's website at www.unilever.co.id/hubungan-investor/dewan-komisaris/.

Kriteria Penunjukan Dewan Komisaris

Seluruh anggota Dewan Komisaris Perseroan harus memenuhi persyaratan formal dalam Piagam Dewan Komisaris, serta memenuhi kriteria yang diatur oleh Peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik.

Persyaratan Formal

Dewan Komisaris Perseroan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Memiliki karakter, moral, dan integritas yang baik;
2. Mampu melakukan tindakan hukum apapun;
3. Dalam lima tahun terakhir sebelum penunjukan dan selama masa jabatannya:
   a. Belum pernah dinyatakan pailit;
   b. Tidak pernah menjadi anggota Direksi dan/atau anggota Dewan Komisaris suatu perusahaan yang dinyatakan pailit;
   c. Tidak pernah dihukum karena tindak pidana yang melibatkan keuangan negara dan/atau sektor keuangan lainnya;
   d. Belum pernah menjadi bagian dari Direksi dan/atau Dewan Komisaris suatu perusahaan yang:
      i. Pernah tidak mengadakan RUPST;
      ii. Laporan pertanggungjawaban Direksi dan/atau Dewan Komisaris ditolak oleh RUPS, atau pernah tidak menyerahkan laporan pertanggung jawaban Direksi dan/atau Dewan Komisaris kepada rapat umum pemegang saham; dan
      iii. Menyebabkan perusahaan yang telah memperoleh izin, persetujuan atau pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan gagal memenuhi kewajibannya untuk menyerahkan laporan tahunan dan/atau laporan keuangan tahunan kepada OJK.

Criteria for Appointing the Board of Commissioners

All members of the Company's Board of Commissioners must meet the formal requirements in the Board of Commissioners Charter, as well as the criteria stipulated in OJK Regulation No. 33/POJK.04/2014 concerning the Board of Directors and Board of Commissioners of Issuers or Public Companies.

Formal Requirements

The Company's Board of Commissioners must meet the following requirements:

1. Possess good character, morals, and integrity;
2. Be capable of performing any legal action;
3. In the five years prior to appointment and during their term of office:
   a. Have never been declared bankrupt;
   b. Never been a member of the Board of Directors and/or Board of Commissioners of a company that has been declared bankrupt;
   c. Never been convicted of a criminal offence involving state finances and/or other financial sectors;
   d. Has never been part of the Board of Directors and/or Board of Commissioners of a company that:
      i. Failed to hold an AGMS;
      ii. The Board of Directors and/or Board of Commissioners' accountability report was rejected by the General Meeting of Shareholders (GMS), or has failed to submit the Board of Directors and/or Board of Commissioners' accountability report to the GMS; and
      iii. Caused a company that had obtained a licence, approval or effective statement from the Financial Services Authority to fail to fulfil its obligation to submit annual reports and/or annual financial reports to the OJK.

e. Berkomitmen untuk mematuhi peraturan yang berlaku; dan
f. Memenuhi persyaratan lain sebagaimana ditentukan oleh undang-undang yang berlaku, asalkan tidak bertentangan dengan persyaratan yang disebutkan di atas.

Persyaratan Penting

1. Komposisi Dewan Komisaris disusun sedemikian rupa agar memiliki setidaknya satu ahli keuangan, dan satu atau lebih dengan keahlian dan pengalaman berikut:
   a. Pengalaman dan pengetahuan dalam industri pelayanan publik atau barang konsumsi atau industri ritel atau layanan pelanggan;
   b. Rekam jejak dan pengalaman di bidang keuangan, pemasaran, perdagangan, kebijakan publik, pasar modal atau keberlanjutan; dan
   c. Pengalaman dan pengetahuan praktik tata kelola perusahaan di perusahaan besar.
2. Kualifikasi pribadi yang diinginkan
   a. Selain keahlian, pengalaman, kontrak, visi, dan ketersediaan yang memadai, kualitas pribadi seperti ketidakberpihakan, integritas, toleransi terhadap sudut pandang lain, keseimbangan dan kemampuan untuk bertindak secara kritis dan mandiri juga menjadi faktor yang penting;
   b. Komisaris harus mematuhi prinsip-prinsip yang mendasari kode tata kelola perusahaan di Indonesia;
   c. Komisaris harus menghindari konflik kepentingan yang bersifat materiil; dan
   d. Fasih berbahasa Inggris karena tugas Dewan Komisaris dan Komite dapat dilakukan dalam bahasa Inggris.

Persyaratan Tidak Adanya Benturan Kepentingan

Perseroan berkomitmen untuk mencegah terjadinya benturan kepentingan dalam seluruh aktivitas pengelolaan perusahaan. Dewan Komisaris dan Direksi memiliki kewajiban untuk menjaga independensi serta menghindari kondisi yang dapat menimbulkan konflik antara kepentingan pribadi dan kepentingan Perseroan.

Dewan Komisaris menetapkan kebijakan dan pedoman yang mengatur pencegahan benturan kepentingan di lingkungan Perseroan, serta memastikan bahwa setiap potensi atau konflik

e. Commit to complying with applicable regulations; and
f. Meeting other requirements as determined by applicable laws, provided that they do not conflict with the requirements mentioned above.

Important Requirements

1. The composition of the Board of Commissioners shall be such that it includes at least one financial expert and one or more individuals with the following expertise and experience:
   a. Experience and knowledge in the public service or consumer goods industry or the retail industry or customer service;
   b. A track record and experience in finance, marketing, trade, public policy, capital markets or sustainability; and
   c. Experience and knowledge of corporate governance practices in large companies.
2. Desirable personal qualifications
   a. In addition to expertise, experience, contracts, vision, and adequate availability, personal qualities such as impartiality, integrity, tolerance of other points of view, balance, and the ability to act critically and independently are also important factors;
   b. Commissioners must comply with the principles underlying the corporate governance code in Indonesia;
   c. Commissioners must avoid material conflicts of interest; and
   d. Proficiency in English is required as the duties of the Board of Commissioners and Committees may be conducted in English.

Conflict of Interest Requirements

The Company is committed to preventing conflicts of interest in all of its management activities. The Board of Commissioners and the Board of Directors have an obligation to maintain independence and avoid conditions that could give rise to conflicts between personal interests and the interests of the Company.

The Board of Commissioners establishes policies and guidelines governing the prevention of conflicts of interest within the Company, and ensures that any potential or actual conflicts of interest are handled

kepentingan yang muncul ditangani sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan Kode Prinsip Perseroan.

Kebijakan Suksesi Dewan Komisaris

Dalam kebijakan suksesi Dewan Komisaris, Komite Nominasi dan Remunerasi melakukan seleksi kandidat terbaik untuk mengisi posisi yang kosong, termasuk melalui perusahaan pencari sumber daya manusia profesional atau sumber eksternal lainnya.

Kandidat yang diusulkan wajib memenuhi persyaratan sebagaimana ditetapkan dalam Piagam Dewan Komisaris. Selanjutnya, Komite Nominasi dan Remunerasi menyampaikan rekomendasi kepada Dewan Komisaris untuk memperoleh persetujuan RUPS.

Prosedur Nominasi, Pengangkatan dan Pemberhentian Dewan Komisaris

Pengangkatan dan pemberhentian anggota Dewan Komisaris Perseroan dilakukan oleh RUPS berdasarkan rekomendasi Komite Nominasi dan Remunerasi, sesuai dengan Piagam Dewan Komisaris dan Peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014.

Masa jabatan anggota Dewan Komisaris ditetapkan oleh RUPS dan berakhir pada penutupan RUPS ketiga setelah tanggal pengangkatan. RUPS juga memiliki kewenangan untuk memberhentikan anggota Dewan Komisaris sebelum masa jabatan berakhir. Khusus bagi Komisaris Independen yang telah menjabat selama dua periode, pengangkatan kembali dapat dilakukan dengan menyampaikan pernyataan independensi.

Rangkap Jabatan Anggota Dewan Komisaris

Sesuai Piagam Dewan Komisaris, anggota Dewan Komisaris dapat merangkap hingga lima jabatan, baik sebagai anggota Dewan Komisaris maupun anggota Direksi di perusahaan publik, termasuk posisinya di Perseroan. Namun, rangkap jabatan tersebut harus mematuhi peraturan yang berlaku serta tidak menimbulkan benturan kepentingan.

in accordance with applicable laws and regulations and the Company's Code.

Board of Commissioners Succession Policy

In the Board of Commissioners' succession policy, the Nomination and Remuneration Committee selects the best candidates to fill vacant positions, including through professional human resource search companies or other external sources.

Proposed candidates must meet the requirements as stipulated in the Board of Commissioners Charter. Furthermore, the Nomination and Remuneration Committee submits recommendations to the Board of Commissioners for approval by the AGMS.

Procedures for the Nomination, Appointment and Dismissal of the Board of Commissioners

The appointment and dismissal of members of the Company's Board of Commissioners is carried out by the AGMS based on the recommendations of the Nomination and Remuneration Committee, in accordance with the Board of Commissioners Charter and OJK Regulation No. 33/POJK.04/2014.

The term of office of members of the Board of Commissioners is determined by the AGMS and ends at the close of the third AGMS after the date of appointment. The AGMS also has the authority to dismiss members of the Board of Commissioners before the end of their term of office. Specifically for Independent Commissioners who have served for two terms, reappointment can be made by submitting a statement of independence.

Concurrent Positions of Board of Commissioners Members

In accordance with the Board of Commissioners Charter, members of the Board of Commissioners may hold up to five positions, either as members of the Board of Commissioners or members of the Board of Directors in public companies, including their positions in the Company. However, such concurrent positions must comply with applicable regulations and not give rise to conflicts of interest.

Pada tahun 2025, rangkap jabatan anggota Dewan Komisaris Perseroan telah memenuhi ketentuan dalam Piagam Dewan Komisaris, dan tidak melanggar POJK No. 33/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik. Informasi terkait rangkap jabatan Dewan Komisaris terdapat pada bagian Profil Dewan Komisaris dalam Laporan Tahunan ini.

In 2025, the concurrent positions of the Company's Board of Commissioners members have met the provisions of the Board of Commissioners Charter and do not violate POJK No. 33/POJK.04/2014 concerning the Board of Directors and Board of Commissioners of Issuers or Public Companies. Information regarding the concurrent positions of the Board of Commissioners can be found in the Board of Commissioners Profile section of this Annual Report.

Kebijakan dan Pelaksanaan Rapat Dewan Komisaris

Policies and Implementation of Board of Commissioners Meetings

90%

Rata-rata Kehadiran Dewan Komisaris dalam Rapat

Average of Board of Commissioners Attendance at Meetings

Sesuai dengan Piagam Dewan Komisaris, Anggaran Dasar Perseroan dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 33/POJK.04/2014, Dewan Komisaris menyelenggarakan rapat secara berkala minimal setiap dua bulan sekali. Dalam hal terdapat anggota Dewan Komisaris yang berhalangan hadir secara fisik, rapat dapat dilaksanakan secara virtual melalui video atau telekonferensi.

In accordance with the Board of Commissioners Charter, the Company's Articles of Association and Financial Services Authority (OJK) Regulation No. 33/POJK.04/2014, the Board of Commissioners holds meetings regularly at least once every two months. In the event that a member of the Board of Commissioners is unable to attend in person, the meeting may be held virtually via video or teleconference.

Di samping itu, jadwal rapat Dewan Komisaris ditetapkan pada akhir tahun sebelumnya guna memastikan tingkat kehadiran dalam setiap rapat. Oleh karena itu, jadwal rapat untuk tahun 2025 telah disetujui pada akhir tahun 2024.

In addition, the Board of Commissioners' meeting schedule is set at the end of the previous year to ensure attendance at each meeting. Therefore, the meeting schedule for 2025 was approved at the end of 2024.

Sepanjang tahun 2025, Dewan Komisaris mengadakan 8 (delapan) rapat dengan rincian kehadiran anggota Dewan Komisaris sebagai berikut:

Throughout 2025, the Board of Commissioners held (eight) meetings with the following attendance details for Board of Commissioners members:

Kehadiran dalam Rapat Dewan Komisaris

Attendance at Board of Commissioners Meetings

Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Rapat Total Meetings	Jumlah Kehadiran Total Attendance	Persentase Percentage
Sanjiv Mehta	Presiden Komisaris President Commissioner	8	8	100
Alexander Rusli	Komisaris Independen Independent Commissioner	8	8	100
Alissa Wahid	Komisaris Independen Independent Commissioner	8	8	100

Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Rapat Total Meetings	Jumlah Kehadiran Total Attendance	Persentase Percentage
Debora Herawati Sadrach	Komisaris Independen Independent Commissioner	8	8	100
Fauzi Ichsan	Komisaris Independen Independent Commissioner	8	8	100
Ignasius Jonan	Komisaris Independen Independent Commissioner	8	7	87,5

Selain kehadiran dalam rapat internal, Dewan Komisaris juga menghadiri RUPS Perseroan dalam tahun buku, dengan rincian kehadiran baik fisik maupun online sebagai berikut:

In addition to attending internal meetings, the Board of Commissioners also attended the Company's GMS during the financial year, with details of physical and online attendance as follows:

Kehadiran Dewan Komisaris dalam RUPST dan RUPSLB

Attendance of Board of Commissioners in AGMS and EGMS

Nama Name	Jabatan Position	Kehadiran pada RUPST 3 Juni 2025 Attendance in AGMS 3 June 2025	Persentase Percentage	Kehadiran pada RUPSLB 2025 Attendance in EGMS 2025			
				14 Januari 2025 14 January 2025	Persentase Percentage	15 Oktober 2025 15 October 2025	Persentase Percentage
Sanjiv Mehta	Presiden Komisaris President Commissioner	1	100%	1	100%	1	100%
Alexander Rusli	Komisaris Independen Independent Commissioner	1	100%	1	100%	1	100%
Alissa Wahid	Komisaris Independen Independent Commissioner	1	100%	1	100%	1	100%
Debora Herawati Sadrach	Komisaris Independen Independent Commissioner	1	100%	1	100%	1	100%
Fauzi Ichsan	Komisaris Independen Independent Commissioner	1	100%	1	100%	1	100%
Ignasius Jonan	Komisaris Independen Independent Commissioner	1	100%	1	100%	1	100%

Agenda Rapat Dewan Komisaris

Pada tahun 2025, agenda rapat Dewan Komisaris mencakup berbagai hal yang berada dalam lingkup tanggung jawab Dewan Komisaris, termasuk strategi dan kinerja Perseroan, tata kelola perusahaan dan manajemen risiko, kinerja keuangan, perencanaan suksesi, pembahasan proposal investasi dan transaksi material serta afiliasi dari manajemen, kinerja keberlanjutan, kebijakan struktur modal dan hutang perseroan, rencana transaksi material, serta masalah strategis lainnya.

Board of Commissioners Meeting Agenda

In 2025, the agenda of the Board of Commissioners meeting will cover various matters within the scope of the Board of Commissioners' responsibilities, including the Company's strategy and performance, corporate governance and risk management, financial performance, succession planning, discussion of investment proposals and material transactions and affiliations of management, sustainability performance, the Company's capital structure and liabilities policy, material transaction plans, and other strategic issues.

Pelatihan dan Pendidikan bagi Dewan Komisaris

Pengembangan kompetensi anggota Dewan Komisaris diatur melalui kebijakan pelatihan dan pendidikan yang tercantum dalam Piagam Dewan Komisaris. Dengan persetujuan Presiden Komisaris, seluruh anggota Komisaris dapat meningkatkan kapasitas dan wawasan yang relevan, baik melalui partisipasi dalam kegiatan pembelajaran, seminar, pelatihan, dan konferensi.

Kebijakan ini bertujuan untuk memastikan bahwa Dewan Komisaris senantiasa mengikuti perkembangan terbaru di bidang bisnis, regulasi, serta praktik terbaik tata kelola perusahaan, sehingga mampu menjalankan fungsi pengawasan secara efektif. Pelaksanaan program pelatihan dan pendidikan bagi Dewan Komisaris difasilitasi oleh Sekretaris Perseroan.

Pelatihan dan pendidikan yang diikuti oleh anggota Dewan Komisaris pada tahun 2025 dapat dilihat pada bab Penunjang Bisnis dalam Laporan Tahunan ini.

Training and Education for the Board of Commissioners

The development of the competencies of Board of Commissioners members is regulated through a training and education policy set out in the Board of Commissioners Charter. With the approval of the President Commissioner, all Commissioners may enhance their relevant capacities and insights through participation in learning activities, seminars, training, and conferences.

This policy aims to ensure that the Board of Commissioners keeps abreast of the latest developments in business, regulations and best corporate governance practices, enabling it to perform its supervisory functions effectively. The implementation of training and education programmes for the Board of Commissioners is facilitated by the Company Secretary.

The training and education attended by members of the Board of Commissioners in 2025 can be found in the Business Support chapter of this Annual Report.

Penilaian Kinerja Dewan Komisaris

Penilaian kinerja Dewan Komisaris dilakukan setiap tahun secara mandiri sesuai dengan ketentuan dalam Piagam Dewan Komisaris, dengan menggunakan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi.

Hasil penilaian tersebut menjadi dasar pertimbangan dalam penetapan remunerasi serta keputusan terkait pengangkatan kembali atau pemberhentian anggota Dewan Komisaris. Selain itu, RUPS juga melakukan penilaian atas kinerja Dewan Komisaris.

Board of Commissioners Performance Assessment

The performance of the Board of Commissioners is assessed annually in accordance with the provisions of the Board of Commissioners' Charter, using criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee.

The results of this assessment form the basis for consideration in determining remuneration and resolutions regarding the reappointment or dismissal of members of the Board of Commissioners. In addition, the Annual GMS also assesses the performance of the Board of Commissioners.

Prosedur Penilaian

1

Dewan Komisaris menetapkan indikator kinerja utama berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi, meliputi efektivitas pengawasan dan dukungan terhadap penerapan tata kelola perusahaan yang baik di Perseroan.

The Board of Commissioners establishes key performance indicators based on criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee, including the effectiveness of supervision and support for the implementation of good corporate governance in the Company.

2

Dewan Komisaris melakukan penilaian mandiri atas kinerja:

i. Setiap anggota Dewan Komisaris

ii. Dewan Komisaris sebagai unit kolegial, berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi.

The Board of Commissioners conducts an independent assessment of performance:

i. Each member of the Board of Commissioners

ii. The Board of Commissioners as a collegial unit, based on criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee.

3

RUPST menilai kinerja Dewan Komisaris berdasarkan Laporan Tahunan.

The AGMS assesses the performance of the Board of Commissioners based on the Annual Report.

Assessment Procedures

Kriteria Penilaian

Penilaian kinerja Dewan Komisaris memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing Komisaris;
2. Kepatuhan Perseroan terhadap peraturan;
3. Praktik GCG yang dijalankan oleh Dewan Komisaris;
4. Tingkat kehadiran masing-masing anggota Dewan Komisaris dalam rapat dan rapat dengan Komite-komite di bawah Dewan Komisaris; dan
5. Keterlibatan setiap Komisaris dalam tugas-tugas khusus.

Assessment Criteria

The performance assessment of the Board of Commissioners has the following criteria:

1. The performance of the duties and functions of each Commissioner;
2. The Company's compliance with regulations;
3. The implementation of GCG practices by the Board of Commissioners;
4. The attendance rate of each member of the Board of Commissioners at meetings and meetings with committees under the Board of Commissioners; and
5. The involvement of each Commissioner in special tasks.

Pihak Penilai

Penilaian kinerja Dewan Komisaris dilakukan secara mandiri oleh masing-masing anggota. Hasil penilaian baik secara kolegial maupun individual, digunakan oleh RUPS sebagai dasar dalam penetapan remunerasi serta pengambilan keputusan terkait pengangkatan kembali atau pemberhentian anggota Dewan Komisaris.

Appraisers

The performance of the Board of Commissioners is assessed independently by each member. The results of the assessment, both collectively and individually, are used by the AGMS as a basis for determining remuneration and making resolutions regarding the reappointment or dismissal of members of the Board of Commissioners.

Penilaian Kinerja Komite di Bawah Dewan Komisaris

Kriteria dan Prosedur Penilaian

Dewan Komisaris dalam melaksanakan tugas pengawasan dan pemberian nasihat kepada Direksi dibantu oleh Komite Audit serta Komite Nominasi dan Remunerasi. Prosedur penilaian kinerja Komite di bawah Dewan Komisaris secara kolegial setiap akhir tahun dilakukan dengan cara membandingkan hasil yang dicapai dengan tujuan yang ditetapkan oleh Dewan Komisaris pada awal tahun. Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar dalam penetapan tujuan dan sasaran tahun berikutnya, serta digunakan sebagai pertimbangan dalam penentuan remunerasi anggota Komite.

Kriteria penilaian Komite Audit mencakup:

- Dukungan Komite terhadap penerapan GCG;
- Efisiensi dan efektivitas pelaporan keuangan Perusahaan dan kegiatan manajemen risiko;
- Keyakinan atas kecukupan proses bisnis dan operasi;
- Kepatuhan Perseroan terhadap peraturan keuangan; dan
- Kehadiran di dalam rapat-rapat.

Sedangkan kriteria penilaian Komite Nominasi dan Remunerasi adalah:

- Dukungan terhadap penerapan GCG;
- Nasihat tentang kebijakan, struktur dan praktik remunerasi;
- Nasihat tentang perencanaan suksesi; dan
- Kehadiran di dalam rapat-rapat.

Hasil Penilaian 2025

Komite di bawah Dewan Komisaris telah menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik dalam memastikan efektivitas pelaksanaan pengawasan oleh Dewan Komisaris. Penilaian Dewan Komisaris berdasarkan beberapa pertimbangan sebagai berikut:

- Komite Audit telah menyelesaikan rencana kerjanya untuk tahun 2025, memberikan saran dan rekomendasi tambahan yang diminta oleh Dewan Komisaris dan menindaklanjuti semua rekomendasi Dewan Komisaris. Dewan

Performance Assessment of Committees under the Board of Commissioners

Assessment Criteria and Procedures

The Board of Commissioners, in carrying out its supervisory and advisory duties to the Board of Directors, is assisted by the Audit Committee and the Nomination and Remuneration Committee. The collegial performance assessment procedure for Committees under the Board of Commissioners is conducted at the end of each year by comparing the results achieved with the objectives set by the Board of Commissioners at the beginning of the year. The results of this evaluation form the basis for setting the objectives and targets for the following year and are used as a consideration in determining the remuneration of Committee members.

The criteria for evaluating the Audit Committee include:

- The Committee's support for the implementation of GCG;
- The efficiency and effectiveness of the Company's financial reporting and risk management activities;
- Confidence in the adequacy of business processes and operations;
- The Company's compliance with financial regulations; and
- Attendance at meetings.

Meanwhile, the assessment criteria of the Nomination and Remuneration Committee are:

- Support for the implementation of GCG;
- Advice on remuneration policies, structures and practices;
- Advice on succession planning; and
- Attendance at meetings.

2025 Assessment Results

The Committee under the Board of Commissioners has performed its duties and functions well in ensuring the effectiveness of the Board of Commissioners' oversight. The Board of Commissioners' assessment is based on the following considerations:

- The Audit Committee has completed its work plan for 2025, provided additional advice and recommendations requested by the Board of Commissioners and followed up on all recommendations of the Board of Commissioners.

Komisaris merasa puas bahwa Komite Audit telah memberikan keyakinan yang memadai atas efektivitas pelaporan keuangan, kinerja auditor, manajemen risiko, pengendalian internal, dan kepatuhan Perseroan.

- Komite Nominasi dan Remunerasi memberikan rekomendasi besaran dan sistem remunerasi bagi anggota Direksi dan Dewan Komisaris yang kemudian disetujui oleh RUPS. Komite juga memberikan masukan berharga tentang nominasi calon Direksi, program suksesi Direksi dan sejumlah posisi manajerial selama tahun ini.

Dewan Komisaris juga meyakini bahwa kedua Komite tersebut berkontribusi dalam mempertahankan peringkat ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) Perseroan di kategori "Leadership in Corporate Governance" serta meraih penghargaan "Best Non Financial Sector" yang mencerminkan pencapaian penerapan tata kelola sesuai standar internasional.

The Board of Commissioners is satisfied that the Audit Committee has provided adequate assurance on the effectiveness of financial reporting, auditor performance, risk management, internal control and compliance of the Company.

- The Nomination and Remuneration Committee provided recommendations on the amount and system of remuneration for members of the Board of Directors and Board of Commissioners, which were then approved by the Annual GMS. The Committee also provided valuable input on the nomination of candidates for the Board of Directors, the Board of Directors succession programme and a number of managerial positions during the year.

The Board of Commissioners also believes that both Committees have contributed to maintaining the Company's ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) rating in the "Leadership in Corporate Governance" category and winning the "Best Non-Financial Sector" award, which reflects the achievement of implementing governance in accordance with international standards.

Direksi

Board of Directors

Sesuai Anggaran Dasar, Direksi merupakan organ tata kelola yang memiliki kewenangan dan tanggung jawab untuk mengelola Perseroan. Direksi diangkat dan diberhentikan oleh RUPS.

In accordance with the Articles of Association, the Board of Directors is the governance body with the authority and responsibility to manage the Company. The Board of Directors is appointed and dismissed by the General Meeting of Shareholders.

Komposisi Direksi

Komposisi Direksi sesuai Anggaran Dasar Perseroan terdiri dari satu Presiden Direktur dan setidaknya empat Direktur. Pada tahun 2025, terdapat perubahan komposisi Direksi berdasarkan RUPSLB 14 Januari 2025, yaitu:

- Menyetujui pengunduran diri Bapak Vivek Agarwal, Bapak Ainul Yaqin, dan Ibu Hernie Raharja dari jabatannya masing-masing sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 14 Januari 2025.

Composition of the Board of Directors

The composition of the Board of Directors in accordance with the Company's Articles of Association consists of one President Director and at least four Directors. In 2025, there was a change in the composition of the Board of Directors based on the EGMS on 14 January 2025, namely:

- Approving the resignation of Mr. Vivek Agarwal, Mr. Ainul Yaqin, and Ms. Hernie Raharja from their respective positions as Directors of the Company, effective as of 14 January 2025.

- Mengangkat Bapak Neeraj Lal, Ibu Vandana Suri, dan Bapak Alejandro Meinardo Santos Concha masing-masing sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 14 Januari 2025.

Kemudian berdasarkan RUPSLB tanggal 15 Oktober 2025, pemegang saham menyetujui pengunduran diri Bapak Willy Saelan sebagai Direktur sejak ditutupnya RUPSLB 2025. Alasan pengunduran diri adalah memasuki masa pensiun.

Pada tanggal 13 Februari 2026 Perseroan mengadakan RUPSLB yang menyetujui pengunduran diri Ibu Enny Hartati dan Ibu Vandana Suri masing-masing dari jabatannya sebagai Direktur Perseroan, efektif sejak tanggal 31 Desember 2025. Alasan pengunduran diri untuk Ibu Enny Hartati adalah karena memasuki masa pensiun. Sementara Ibu Vandana Suri mengundurkan diri karena mengemban posisi baru di Hindustan Unilever Limited sebagai Executive Director and Business Unit General Manager Home Care India.

Dengan demikian, per 31 Desember 2025 komposisi Direksi Perseroan adalah:

1. Presiden Direktur: Bapak Benjie Yap
2. Direktur: Enny Hartati
3. Direktur: Bapak Neeraj Lal
4. Direktur: Vandana Suri
5. Direktur: Bapak Alejandro Meinardo Santos Concha
6. Direktur: Bapak Hendri Widiarta

Tugas dan Tanggung Jawab Direksi

Direksi memiliki tugas dan tanggung jawab berdasarkan Piagam Direksi dan Anggaran Dasar Perseroan, yaitu:

1. Direksi bertanggung jawab atas seluruh tindakan Perseroan dan memiliki kekuasaan, wewenang dan tugas yang diberikan kepada mereka masing-masing, sesuai dengan peraturan perundang-undangan terkait dan Anggaran Dasar;
2. Dalam keseluruhan tindakan yang dilakukan, Direksi mempertimbangkan kepentingan Perseroan secara keseluruhan, termasuk pemegang saham, karyawan, pelanggan dan pemasok, dan untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan hukum Perseroan terhadap masyarakat di mana Perseroan beroperasi dan juga terhadap lingkungan;
3. Direksi harus menerapkan praktik tata kelola perusahaan yang baik dalam setiap kegiatan bisnis dan pada semua tingkatan organisasi;

- Appointing Mr. Neeraj Lal, Ms. Vandana Suri, and Mr. Alejandro Meinardo Santos Concha as Directors of the Company, effective from 14 January 2025.

Then, based on the EGMS of Shareholders on 15 October 2025, the shareholders approved the resignation of Mr. Willy Saelan as Director since the closing of the 2025 EGMS of Shareholders. The reason for his resignation was retirement.

On 13 February 2026, the Company held an EGMS which approved the resignation of Mrs. Enny Hartati and Mrs. Vandana Suri from their positions as Directors of the Company, effective as of 31 December 2025. The reason for Mrs. Enny Hartati's resignation was her retirement. Meanwhile, Mrs. Vandana Suri resigned to take up a new role at Hindustan Unilever Limited as Executive Director and Business Unit General Manager for Home Care India.

As of 31 December 2025, the composition of the Company's Board of Directors is as follows:

1. President Director: Mr. Benjie Yap
2. Director: Mrs. Enny Hartati
3. Director: Mr. Neeraj Lal
4. Director: Mrs. Vandana Suri
5. Director: Mr. Alejandro Meinardo Santos Concha
6. Director: Mr. Hendri Widiarta

Duties and Responsibilities of the Board of Directors

The Board of Directors has duties and responsibilities based on the Board of Directors Charter and the Company's Articles of Association, namely:

1. The Board of Directors is responsible for all actions of the Company and has the powers, authority and duties assigned to them, in accordance with relevant laws and regulations and the Articles of Association;
2. In all actions taken, the Board of Directors considers the interests of the Company as a whole, including shareholders, employees, customers and suppliers, and to carry out the Company's social and legal responsibilities to the community in which the Company operates and also to the environment;
3. The Board of Directors must apply good corporate governance practices in all business activities and at all levels of the organisation;

4. Direksi bertanggung jawab atas pengelolaan, arah dan kinerja Perseroan serta bisnisnya;
5. Direksi harus mengidentifikasi dan mengelola risiko secara signifikan dalam melaksanakan strategi Perseroan dan mencapai tujuan jangka panjang, serta sepenuhnya bertanggung jawab untuk mengelola dan meninjau efektivitas sistem pengendalian internal dan manajemen risiko; dan
6. Direksi dapat membentuk komite khusus agar tugas dapat terlaksana secara efektif.

4. The Board of Directors is responsible for the management, direction and performance of the Company and its business;
5. The Board of Directors must identify and manage significant risks in implementing the Company's strategy and achieving its long-term objectives, and is fully responsible for managing and reviewing the effectiveness of the internal control and risk management systems; and
6. The Board of Directors may establish special committees to ensure that tasks are carried out effectively.

Tugas dan Tanggung Jawab Presiden Direktur

Presiden Direktur memiliki tugas secara khusus sebagai berikut:

1. Mengkoordinasikan, mengarahkan, mengendalikan, dan mengawasi Direksi dalam rangka memastikan pelaksanaan strategi yang disepakati Perseroan, termasuk tanggung jawab atas laba dan pengelolaan kinerja bisnis;
2. Memimpin pelaksanaan dan pemantauan strategi dan rencana tahunan, menyetujui pasar produk untuk kegiatan dan tempat operasi kategori, serta memastikan bahwa rencana dan strategi bisnis telah selaras dengan tujuan dan prioritas Perseroan yang disepakati bersama Direksi;
3. Memimpin penyusunan laporan kinerja bisnis, termasuk pengumuman hasil tahunan, untuk disetujui oleh RUPST;
4. Mengkoordinasikan, mengendalikan, dan mengevaluasi internalisasi prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik dan standar etika secara konsisten di dalam Perseroan; dan
5. Memastikan bahwa informasi yang berkaitan dengan Perseroan selalu tersedia ketika diperlukan oleh Dewan Komisaris.

Duties and Responsibilities of the President Director

The President Director has the following specific duties:

1. Coordinating, directing, controlling, and supervising the Board of Directors in order to ensure the implementation of the Company's agreed strategy, including responsibility for profits and business performance management;
2. Leading the implementation and monitoring of strategies and annual plans, approving product markets for category activities and places of operation, and ensuring that business plans and strategies are aligned with the Company's objectives and priorities agreed upon with the Board of Directors;
3. Leading the preparation of business performance reports, including the announcement of annual results, for approval by the AGMS;
4. Coordinating, controlling, and evaluating the internalisation of Good Corporate Governance principles and ethical standards consistently within the Company; and
5. Ensuring that information relating to the Company is always available when required by the Board of Commissioners.

Tanggung Jawab Setiap Direktur

Responsibilities of Each Director

Presiden Direktur President Director	Bertanggung jawab untuk memimpin dan mengkoordinasikan seluruh aktivitas usaha Perseroan dan memastikan terpenuhinya seluruh tanggung jawab tata kelola. Responsible for leading and coordinating all of the Company's business activities and ensuring that all governance responsibilities are fulfilled.
Direktur, Keuangan Director, Finance	Bertanggung jawab atas Finance & Accounting, Corporate Management Accounting, Business Systems, Information Technology (IT), dan Enterprise Resource Planning (ERP). Responsible for Finance & Accounting, Corporate Management Accounting, Business Systems, Information Technology (IT), and Enterprise Resource Planning (ERP).

Direktur Communications, Corporate Affairs and Sustainability Director, Communications, Corporate Affairs and Sustainability	Bertanggung jawab atas fungsi Communications, Corporate Affairs and Sustainability, Reputasi Perseroan serta Terlaksananya Program Keberlanjutan Perseroan. Responsible for the Communications, Corporate Affairs, and Sustainability functions; the Company's reputation; and the implementation of the Company's Sustainability Program.
Direktur, Customer Development Director, Customer Development	Bertanggung jawab atas Activation Implementation Management, Sales Operations, Customer Marketing & Trade Category Management, Commercial Customer Development, dan Customer Development Management. Responsible for Activation Implementation Management, Sales Operations, Customer Marketing & Trade Category Management, Commercial Customer Development, and Customer Development Management.
Direktur, Human Resources Director, Human Resources	Bertanggung jawab atas HR Business Partners, Industrial Relations, Expertise Team (Talent, Learning), Remuneration, Service Delivery Centre, Medical Services. Responsible for HR Business Partners, Industrial Relations, Expertise Team (Talent, Learning), Remuneration, Service Delivery Centre, Medical Services.
Direktur, Marketing Director, Marketing	Bertanggung jawab atas Marketing Strategy, Brand Development, Market Development, Market Analysis. Responsible for Marketing Strategy, Brand Development, Market Development, and Market Analysis.

Piagam Direksi

Perseroan menetapkan Piagam Direksi sebagai pedoman pelaksanaan tugas Direksi yang berlaku sejak 11 Maret 2016, dan terakhir dilakukan pembaruan pada 9 Juli 2019. Piagam Direksi ini secara berkala dapat dievaluasi dan diperbarui apabila diperlukan.

Isi Piagam Direksi antara lain mengatur mengenai kriteria pengangkatan, tugas, tanggung jawab dan wewenang, aturan bisnis, jam kerja, serta pelaporan dan pertanggungjawaban Direksi. Piagam Direksi Perseroan dapat diakses melalui situs web Perseroan di www.unilever.co.id/hubungan-investor/direksi/.

Board of Directors Charter

The Company has established the Board of Directors Charter as a guideline for the Board of Directors' duties, effective from 11 March 2016, with the latest update on 9 July 2019. This Board of Directors Charter may be periodically evaluated and updated as necessary.

The contents of the Board of Directors Charter include provisions on appointment criteria, duties, responsibilities and authorities, business rules, working hours, as well as reporting and accountability of the Board of Directors. The Company's Board of Directors Charter can be accessed through the Company's website at www.unilever.co.id/hubungan-investor/direksi/.

Kriteria Penunjukan Anggota Direksi

Anggota Direksi Perseroan diwajibkan untuk memenuhi ketentuan persyaratan formal sebagaimana diatur dalam Piagam Direksi, serta kriteria yang ditetapkan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 33/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik.

Persyaratan Formal

1. Memiliki karakter, moral, dan integritas yang baik;
2. Mampu melakukan tindakan hukum;
3. Dalam lima tahun terakhir sebelum pemilihan dan selama masa jabatannya:
   a. Tidak pernah dinyatakan pailit;

Criteria for Appointing Members of the Board of Directors

Members of the Company's Board of Directors are required to meet the formal requirements as stipulated in the Board of Directors Charter, as well as the criteria set forth in Financial Services Authority (OJK) Regulation No. 33/POJK.04/2014 concerning the Board of Directors and Board of Commissioners of Issuers or Public Companies.

Formal Requirements

1. Possess good character, morals, and integrity;
2. Be capable of performing legal actions;
3. In the five years prior to election and during their term of office:
   a. Never been declared bankrupt;

b. Tidak pernah menjadi bagian dari Direksi dan/atau Dewan Komisaris perusahaan yang dinyatakan pailit;
c. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana yang melibatkan keuangan negara dan/atau sektor keuangan lainnya;
d. Tidak pernah menjadi bagian dari Direksi dan/atau Dewan Komisaris perusahaan yang:
    i. Pernah tidak menyelenggarakan RUPST;
    ii. Laporan pertanggungjawaban dari Direksi dan/atau Dewan Komisaris ditolak oleh RUPS atau pernah tidak menyerahkan laporan pertanggungjawaban sebagai Direksi dan/atau Dewan Komisaris kepada RUPS; dan
    iii. Pernah menyebabkan perusahaan yang telah memperoleh izin, persetujuan atau pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan gagal memenuhi kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan dan/atau laporan keuangan tahunan kepada Otoritas Jasa Keuangan.
e. Memiliki komitmen untuk mematuhi peraturan yang berlaku; dan
f. Memenuhi persyaratan lain sebagaimana ditentukan oleh undang-undang yang berlaku, selama tidak bertentangan dengan persyaratan yang disebutkan di atas.

Selain memenuhi ketentuan yang berlaku, Perseroan juga mempertimbangkan kualitas dan pengalaman kandidat yang selaras dengan prioritas strategis Perseroan. Oleh karena itu, calon anggota Direksi diharapkan memenuhi persyaratan penting sebagai berikut:

Persyaratan Penting

1. Memiliki keahlian dan pengalaman yang sesuai dengan tujuan dan kegiatan Perseroan, di mana Direksi harus memiliki pengetahuan keuangan yang memadai dengan setidaknya satu ahli keuangan. Komposisi Direksi juga disusun sedemikian rupa sehingga keahlian dan pengalaman di bawah ini dimiliki oleh satu atau lebih dari anggotanya:
    a. Memiliki pengalaman dan pengetahuan terkait masalah tata kelola perusahaan di perusahaan yang sebanding dalam ukuran dan jenis kegiatan berskala internasional, yang terdaftar pada bursa efek;
    b. Memahami sumber daya manusia dan remunerasi perusahaan internasional berskala besar;

b. Never been a member of the Board of Directors and/or Board of Commissioners of a company that has been declared bankrupt;
c. Never been convicted of a criminal offence involving state finances and/or other financial sectors;
d. Never been a member of the Board of Directors and/or Board of Commissioners of a company that:
    i. Failed to hold an AGMS;
    ii. The accountability report of the Board of Directors and/or Board of Commissioners was rejected by the AGMS or has never submitted an accountability report as the Board of Directors and/or Board of Commissioners to the AGMS; and
    iii. Has caused a company that has obtained a licence, approval or effective statement from the Financial Services Authority to fail to fulfil its obligation to submit annual reports and/or annual financial reports to the Financial Services Authority.
e. Have a commitment to comply with applicable regulations; and
f. Meets other requirements as stipulated by applicable laws, as long as they do not conflict with the requirements mentioned above.

In addition to complying with applicable regulations, the Company also considers the quality and experience of candidates in line with the Company's strategic priorities. Therefore, prospective members of the Board of Directors are expected to meet the following important requirements:

Important Requirements

1. Possess expertise and experience relevant to the Company's objectives and activities, whereby the Board of Directors must have adequate financial knowledge with at least one financial expert. The composition of the Board of Directors is also structured in such a way that the expertise and experience below are possessed by one or more of its members:
    a. Have experience and knowledge related to corporate governance issues in companies of comparable size and type of international activities, listed on the stock exchange;
    b. Understanding of human resources and remuneration in large-scale international companies;

c. Memiliki pengalaman dalam administrasi keuangan, kebijakan akuntansi dan pengendalian internal;
d. Memiliki pengalaman dalam manajemen risiko perusahaan multinasional yang sahamnya tercatat di bursa;
e. Memahami pasar tempat Perseroan melakukan kegiatan;
f. Berpengalaman dan berkompetensi memahami pasar dan industri barang-barang konsumsi (FMCG);
g. Memahami bidang pemasaran dan perdagangan; dan
h. Memahami isu-isu tanggung jawab sosial Perseroan.

2. Kualifikasi pribadi yang diinginkan
   a. Di samping keahlian, pengalaman, jejaring, visi dan ketersediaan yang memadai, kualitas pribadi seperti ketidakberpihakan, integritas, toleransi terhadap sudut pandang lain, keseimbangan dan kemampuan untuk bertindak secara kritis dan mandiri memiliki bobot yang sama pentingnya;
   b. Direktur harus mampu menilai garis besar kebijakan secara keseluruhan dan harus memiliki keahlian khusus yang diperlukan untuk memenuhi tugas yang diberikan atas peran yang diberikan kepada mereka dalam kerangka profil Direksi;
   c. Direktur harus memperhatikan prinsip-prinsip yang mendasari aturan tata kelola perusahaan di Republik Indonesia;
   d. Direktur harus menghindari benturan kepentingan; dan
   e. Direktur harus fasih berbahasa Inggris karena tugas Direksi dapat dilakukan dalam bahasa Inggris.

Persyaratan Tidak Adanya Benturan Kepentingan

Perseroan berkomitmen untuk mencegah terjadinya benturan kepentingan dalam seluruh kegiatan pengelolaan perusahaan. Dewan Komisaris dan Direksi memiliki kewajiban untuk menjaga integritas dan independensi dalam menjalankan tugas, serta menghindari setiap kondisi yang dapat menimbulkan konflik benturan kepentingan.

Dalam pelaksanaannya, Direksi bertanggung jawab untuk menetapkan dan menerapkan ketentuan yang mengatur pencegahan benturan kepentingan di lingkungan Perseroan, serta memastikan bahwa setiap potensi atau konflik kepentingan yang muncul ditangani sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta Kode Prinsip Perseroan.

c. Experience in financial administration, accounting policies and internal control;
d. Experience in risk management for multinational companies whose shares are listed on the stock exchange;
e. Understanding of the markets in which the Company operates;
f. Experienced and competent in understanding the market and industry of fast-moving consumer goods (FMCG);
g. Understanding of marketing and trade; and
h. Understanding of the Company's social responsibility issues.

2. Desired personal qualifications
   a. In addition to expertise, experience, networks, vision and adequate availability, personal qualities such as impartiality, integrity, tolerance of other points of view, balance and the ability to act critically and independently are equally important;
   b. Directors must be able to assess the overall policy framework and must possess the specific expertise required to fulfil the duties assigned to them within the framework of the Board of Directors' profile;
   c. Directors must adhere to the principles underlying corporate governance rules in the Republic of Indonesia;
   d. Directors must avoid conflicts of interest; and
   e. Directors must be fluent in English as the duties of the Board of Directors may be conducted in English.

Conflict of Interest Requirements

The Company is committed to preventing conflicts of interest in all corporate management activities. The Board of Commissioners and the Board of Directors have an obligation to maintain integrity and independence in carrying out their duties, as well as to avoid any conditions that may give rise to conflicts of interest.

In practice, the Board of Directors is responsible for establishing and implementing provisions governing the prevention of conflicts of interest within the Company, as well as ensuring that any potential or actual conflicts of interest are handled in accordance with applicable laws and regulations and the Company's Code.

Kebijakan Suksesi Direksi

Sebagai bagian dari pengelolaan suksesi Direksi, Komite Nominasi dan Remunerasi menetapkan kriteria seleksi yang selaras dengan kebutuhan dan prioritas Perseroan. Berdasarkan kriteria tersebut, Komite Nominasi dan Remunerasi melakukan proses identifikasi untuk merekomendasikan kandidat Direksi yang dinilai memenuhi persyaratan.

Dalam proses seleksi kandidat Direksi juga mempertimbangkan potensi calon dari internal Perseroan. Dalam hal ini, Divisi Sumber Daya Manusia berperan dalam proses suksesi dengan mengidentifikasi dan mengembangkan talenta yang memiliki potensi kepemimpinan.

Talenta yang diproyeksikan sebagai calon pemimpin masa depan diberikan kesempatan untuk mengikuti program pengembangan jalur cepat guna mempersiapkan kesiapan mereka dalam menjalankan peran manajerial strategis. Selain pengembangan internal, Perseroan juga memanfaatkan perusahaan pencari tenaga profesional atau sumber eksternal lainnya sebagai bagian dari proses suksesi. Keputusan akhir terkait pengangkatan anggota Direksi ditetapkan melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Board of Directors Succession Policy

As part of the management of Board of Directors succession, the Nomination and Remuneration Committee establishes selection criteria that are in line with the Company's needs and priorities. Based on these criteria, the Nomination and Remuneration Committee conducts an identification process to recommend Board of Directors candidates who are deemed to meet the requirements.

The selection process for Board of Directors candidates also considers potential candidates from within the Company. In this case, the Human Resources Division plays a role in the succession process by identifying and developing talents with leadership potential.

Talents who are projected to be future leaders are given the opportunity to participate in fast-track development programmes to prepare them for strategic managerial roles. In addition to internal development, the Company also utilises professional recruitment agencies or other external sources as part of the succession process. The final resolution regarding the appointment of members of the Board of Directors is made through the General Meeting of Shareholders (GMS).

Prosedur Nominasi, Pengangkatan dan Pemberhentian Direksi

Proses nominasi anggota Direksi dilakukan melalui pengajuan calon kepada RUPS atas rekomendasi Komite Nominasi dan Remunerasi. Pengangkatan Direksi berlaku sejak tanggal yang ditentukan oleh RUPS hingga penutupan RUPS ketiga setelah pengangkatan Direktur yang bersangkutan. Meski demikian, RUPS juga memiliki wewenang untuk memberhentikan anggota Direksi sewaktu-waktu sebelum masa jabatan berakhir.

Procedures for the Nomination, Appointment and Dismissal of the Board of Directors

The process of nominating members of the Board of Directors is carried out by submitting candidates to the GMS upon the recommendation of the Nomination and Remuneration Committee. The appointment of the Board of Directors is effective from the date determined by the GMS until the closing of the third GMS after the appointment of the Director concerned. However, the GMS also has the authority to dismiss members of the Board of Directors at any time before the end of their term of office.

Kebijakan dan Pelaksanaan Rapat Direksi

Policies and Implementation of Board of Directors Meetings

95%

Rata-rata Kehadiran Direksi dalam Rapat

Average Board of Directors Attendance at Meetings

Mengacu pada Anggaran Dasar Perseroan dan POJK No. 33/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik, Direksi wajib mengadakan rapat setidaknya sebulan sekali dan dapat mengadakan rapat tambahan apabila diperlukan. Apabila seorang Direktur berhalangan hadir secara fisik dalam rapat, kehadiran dapat dilakukan secara virtual melalui video atau telekonferensi.

Keputusan dalam Rapat Direksi ditetapkan berdasarkan suara terbanyak, dengan setiap Direktur memiliki satu suara. Berdasarkan Anggaran Dasar, kuorum rapat tercapai jika lebih dari setengah anggota Direksi hadir atau diwakili. Namun, untuk transaksi penting, kuorum mensyaratkan kehadiran atau perwakilan minimal dua pertiga dari seluruh anggota Direksi.

Direksi dapat mengambil keputusan yang sah dan mengikat tanpa perlu mengadakan rapat formal dengan ketentuan seluruh anggota Direksi menyetujui secara tertulis melalui penandatanganan surat keputusan yang memuat rencana terkait. Keputusan yang diambil dengan cara ini memiliki kekuatan hukum yang setara dengan keputusan yang dihasilkan dalam rapat formal Direksi.

Untuk memastikan kehadiran seluruh anggota Direksi dalam setiap rapat, jadwal rapat tahun 2025 telah ditetapkan pada akhir tahun 2024. Materi rapat disampaikan kepada Direksi setidaknya lima hari sebelum rapat berlangsung.

Pada tahun 2025, Direksi mengadakan 14 rapat dengan jumlah kehadiran masing-masing Direktur sebagai berikut:

Referring to the Company's Articles of Association and POJK No. 33/POJK.04/2014 concerning the Board of Directors and Board of Commissioners of Issuers or Public Companies, the Board of Directors is required to hold meetings at least once a month and may hold additional meetings if necessary. If a Director is unable to attend a meeting in person, attendance may be conducted virtually via video or teleconference.

Resolutions in Board of Directors meetings are made based on majority vote, with each Director having one vote. Based on the Articles of Association, a quorum is achieved if more than half of the members of the Board of Directors are present or represented. However, for important transactions, a quorum requires the presence or representation of at least two-thirds of all members of the Board of Directors.

The Board of Directors may make valid and binding resolutions without the need to hold a formal meeting, provided that all members of the Board of Directors agree in writing by signing a resolution containing the relevant plan. Resolutions made in this manner have the same legal force as resolutions made in a formal Board of Directors meeting.

To ensure the attendance of all members of the Board of Directors at each meeting, the 2025 meeting schedule was set at the end of 2024. Meeting materials were submitted to the Board of Directors at least five days before the meeting took place.

In 2025, the Board of Directors held 14 meetings with the attendance of each Director as follows:

Kehadiran dalam Rapat Direksi

Attendance at Board of Directors Meeting

Rapat Meeting	BY	EH[4]	NL[1]	VS[1][4]	AMSC[1]	WS[2]	HW[3]	Kehadiran Attendance	%
1	1	1	1	1	1	1		6	100%
2	1	1	1	1	1	1		6	100%
3	1	1	1	1	1	1		6	100%
4	1	1	1	1	1	1		6	100%
5	1	1	1	1	1	1		6	100%
6	1	1	1	1	1	1		6	100%
7	1	1	1	1	1	1		6	100%
8	1	1	1	1	1	1		6	100%

Rapat Meeting	BY	EH[4]	NL[1]	VS[1)4)]	AMSC[1]	WS[2]	HW[3]	Kehadiran Attendance	%
9	1	1	1	1	1	1		6	100%
10	1	1	1	1	1	1		6	100%
11	1	1	1	1	1	1	1	7	100%
12	1	1	1	1	1		1	4	100%
13	1	1	1		1		1	4	90%
14	1	1	1		1		1	5	90%
Jumlah Rapat Total Meetings	14	14	14	14	14	14	4	Rata-rata Kehadiran Average Attendance	95%
Kehadiran Attendance	14	14	14	12	14	11	4		
	100%	100%	100%	80%	100%	100%	100%		

BY: Benjie Yap; EH: Enny Hartati; NL: Neeraj Lal; VS: Vandana Suri; AMSC: Alejandro Meinardo Santos Concha; WS: Willy Saelan; HW: Hendri Widiarta

Keterangan:
1) Mulai menjabat sejak 14 Januari 2025
2) Tidak menjabat sejak 15 Oktober 2025
3) Mulai menjabat sejak 15 Oktober 2025
4) Tidak menjabat sejak 31 Desember 2025

Note:
1) Assumed office on 14 January 2025
2) Ceased to hold office as of 15 October 2025
3) Assumed office on 15 October 2025
4) No longer in office since 31 December 2025

Selain kehadiran dalam rapat internal, Direksi juga menghadiri RUPS Perseroan dengan rincian kehadiran sebagai berikut:

In addition to attending internal meetings, the Board of Directors also attended the Company's GMS with the following attendance details:

Kehadiran Direksi dalam RUPST dan RUPSLB

Attendance of Board of Directors in AGMS and EGMS

Nama Name	Jabatan Position	Kehadiran pada RUPST 3 Juni 2025 Attendance in AGMS 3 June 2025	Persentase Percentage	Kehadiran pada RUPSLB 2025 Attendance in EGMS 2025			
				14 Januari 2025 14 January 2025	Persentase Percentage	15 Oktober 2025 15 October 2025	Persentase Percentage
Benjie Yap	Presiden Direktur President Director	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%
Enny Hartati[4]	Direktur Director	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%
Neeraj Lal[1]	Direktur Director	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%
Vandana Suri[1)4)]	Direktur Director	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%
Alejandro Meinardo Santos Concha[1]	Direktur Director	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%

Nama Name	Jabatan Position	Kehadiran pada RUPST 3 Juni 2025 Attendance in AGMS 3 June 2025	Persentase Percentage	Kehadiran pada RUPSLB 2025 Attendance in EGMS 2025			
				14 Januari 2025 14 January 2025	Persentase Percentage	15 Oktober 2025 15 October 2025	Persentase Percentage
Willy Saelan[2)]	Direktur Director	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%
Hendri Widiarta[3)]	Direktur Director	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%	Hadir Present	100%

Keterangan:
1) Mulai menjabat sejak 14 Januari 2025
2) Tidak menjabat sejak 15 Oktober 2025
3) Mulai menjabat sejak 15 Oktober 2025
4) Tidak menjabat sejak 31 Desember 2025

Note:
1) Assumed office on 14 January 2025
2) Ceased to hold office as of 15 October 2025
3) Assumed office on 15 October 2025
4) No longer in office since 31 December 2025

Agenda Rapat Direksi

Pada tahun 2025, pembahasan rapat Direksi mencakup pembahasan hal-hal sebagai berikut namun tidak terbatas kepada: strategi Perseroan, kinerja keuangan dan operasional Perseroan, masalah dalam manajemen, penerapan tata kelola, manajemen risiko dan pengendalian internal, tanggung jawab dan keberlanjutan Perseroan, perkembangan pasar dan regulasi terkini serta berbagai hal strategis lainnya.

Board of Directors Meeting Agenda

In 2025, the Board of Directors meeting agenda will include, but is not limited to, the following topics: the Company's strategy, financial and operational performance, management issues, governance implementation, risk management and internal control, corporate responsibility and sustainability, market developments and current regulations, as well as other strategic matters.

Rapat Gabungan Direksi dan Dewan Komisaris

Direksi dan Dewan Komisaris diwajibkan mengadakan rapat gabungan setidaknya setiap empat bulan sekali. Sepanjang tahun 2025, Direksi telah menyelenggarakan 8 (delapan) rapat gabungan dengan Dewan Komisaris, dengan tingkat kehadiran mencapai 100%.

Agenda Rapat Gabungan

Agenda rapat gabungan tahun 2025 mencakup hal-hal berikut: perkembangan situasi ekonomi, sosial, politik dan pasar, kinerja keuangan, kinerja penjualan dan strategi Perseroan, perencanaan suksesi manajemen, manajemen risiko, dan masalah tata kelola lainnya.

Joint Meetings of the Board of Directors and Board of Commissioners

The Board of Directors and Board of Commissioners are required to hold joint meetings at least once every four months. Throughout 2025, the Board of Directors held 8 (eight) joint meetings with the Board of Commissioners, with an attendance rate of 100%.

Joint Meeting Agenda

The agenda for the 2025 joint meetings included the following: economic, social, political and market developments, financial performance, sales performance and the Company's strategy, management succession planning, risk management, and other governance issues.

Pelatihan dan Pendidikan untuk Direksi

Melalui partisipasi dalam berbagai kegiatan pengembangan kompetensi, seperti seminar, pelatihan, dan konferensi yang relevan, anggota Direksi didorong untuk secara berkelanjutan meningkatkan kapasitas dan pemahaman terhadap

Training and Education for the Board of Directors

Through participation in various competency development activities, such as seminars, training sessions, and relevant conferences, members of the Board of Directors are encouraged to continuously improve their capacity and understanding of

perkembangan dunia bisnis, peraturan perundang-undangan, serta praktik terbaik tata kelola perusahaan. Pengembangan kompetensi Direksi tersebut diatur melalui kebijakan pelatihan dan pendidikan yang tercantum dalam Piagam Direksi. Pada tahun 2025, pelatihan dan pendidikan yang diikuti oleh para anggota Direksi dapat dilihat pada bab Penunjang Bisnis dalam Laporan Tahunan ini.

developments in the business world, laws and regulations, and best practices in corporate governance. The development of the Board of Directors' competencies is regulated through training and education policies set out in the Board of Directors' Charter. In 2025, the training and education attended by members of the Board of Directors can be seen in the Business Support chapter of this Annual Report.

Penilaian Kinerja Direksi

Dewan Komisaris melakukan penilaian kinerja Direksi setiap tahun berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi. Di samping itu, Direksi juga melakukan penilaian mandiri atas kinerjanya.

Board of Directors Performance Assessment

The Board of Commissioners conducts an annual performance assessment of the Board of Directors based on criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee. In addition, the Board of Directors also conducts a self-assessment of its performance.

Prosedur Penilaian

1

Dewan Komisaris menetapkan target-target kinerja utama untuk Direksi berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi.

The Board of Commissioners sets key performance targets for the Board of Directors based on criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee.

2

Dewan Komisaris mengevaluasi kinerja:

i. Masing-masing anggota Direksi;

ii. Direksi sebagai unit kerja kolegial, berdasarkan kriteria yang disepakati.

The Board of Commissioners evaluates the performance of:

i. Each member of the Board of Directors;

ii. The Board of Directors as a collegial working unit, based on agreed criteria.

3

Direksi melakukan penilaian mandiri atas kinerja:

i. Masing-masing anggota Direksi;

ii. Direksi sebagai unit kerja kolegial, berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi.

Selain penilaian mandiri dan penilaian oleh Dewan Komisaris, Direksi juga dinilai pada saat penyampaian laporan tahunan kepada RUPS.

The Board of Directors conducts a self-assessment of performance:

i. Each member of the Board of Directors;

ii. The Board of Directors as a collegial working unit, based on criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee.

In addition to self-assessment and assessment by the Board of Commissioners, the Board of Directors is also assessed when submitting its annual report to the General Meeting of Shareholders.

Assessment Procedures

Hasil penilaian kinerja Direksi, baik yang dilakukan oleh Dewan Komisaris maupun melalui penilaian mandiri, disampaikan kepada RUPST. Hasil penilaian tersebut menjadi dasar pertimbangan dalam keputusan pengangkatan kembali atau pemberhentian anggota Direksi, serta penetapan remunerasi, bonus, dan insentif yang diterima oleh Direksi.

Kriteria Penilaian

Kriteria penilaian Direksi adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing Direktur;
2. Kinerja keuangan dan bisnis Perseroan;
3. Kepatuhan Perseroan terhadap peraturan-peraturan;
4. Implementasi GCG oleh masing-masing Direktur;
5. Tingkat kehadiran masing-masing Direktur di rapat Direksi serta rapat gabungan dengan Dewan Komisaris; dan
6. Keterlibatan setiap Direktur dalam tugas-tugas tertentu.

Pihak Penilai

Penilaian kinerja Direksi dilakukan oleh tiga pihak, yaitu melalui penilaian mandiri oleh masing-masing anggota Direksi, oleh Dewan Komisaris yang meninjau hasil penilaian mandiri tersebut, serta oleh pemegang saham melalui mekanisme RUPS saat Laporan Tahunan disampaikan.

Penilaian Kinerja Komite di Bawah Direksi

Hingga akhir tahun 2025, Direksi belum membentuk komite yang berada di bawah Direksi. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, Direksi didukung oleh unit-unit kerja yang masing-masing dipimpin oleh anggota Direksi sesuai dengan fungsi dan kewenangannya.

The results of the Board of Directors' performance assessment, both by the Board of Commissioners and through self-assessment, are submitted to the AGMS. These assessment results form the basis for considerations in resolutions regarding the reappointment or dismissal of Board members, as well as the determination of remuneration, bonuses and incentives received by the Board of Directors.

Assessment Criteria

The criteria for evaluating the Board of Directors are as follows:

1. The performance of the duties and functions of each Director;
2. The Company's financial and business performance;
3. The Company's compliance with regulations;
4. Implementation of GCG by each Director;
5. The attendance rate of each Director at Board of Directors meetings and joint meetings with the Board of Commissioners; and
6. The involvement of each Director in specific duties.

Appraisers

The performance of the Board of Directors is assessed by three parties, namely through self-assessment by each member of the Board of Directors, by the Board of Commissioners who review the results of the self-assessment, and by shareholders through the GMS mechanism when the Annual Report is submitted.

Performance Assessment of Committees under the Board of Directors

As of the end of 2025, the Board of Directors has not formed any committees under the Board of Directors. In carrying out its duties and responsibilities, the Board of Directors is supported by work units, each of which is led by a member of the Board of Directors in accordance with their respective functions and authorities.

Tata Kelola Dewan Komisaris dan Direksi

Governance of the Board of Commissioners and the Board of Directors

Hubungan Kerja antara Dewan Komisaris dan Direksi

Hubungan kerja antara Dewan Komisaris dan Direksi dibangun berdasarkan prinsip GCG. Dewan Komisaris menjalankan tugas pengawasan atas pengelolaan Perseroan oleh Direksi, sementara Direksi bertanggung jawab atas pengurusan dan pengelolaan jalannya Perseroan, termasuk memastikan penerapan prinsip-prinsip GCG berjalan dengan baik.

Dalam kerangka kerja tersebut, Dewan Komisaris menyampaikan arahan, rekomendasi, dan masukan kepada Direksi melalui rapat gabungan, koordinasi dengan Komite di bawah Dewan Komisaris, serta konsultasi langsung dengan para Direktur, khususnya terkait isu-isu strategis yang memerlukan perhatian lebih lanjut.

Working Relationship between the Board of Commissioners and the Board of Directors

The working relationship between the Board of Commissioners and the Board of Directors is based on the principles of GCG. The Board of Commissioners supervises the management of the Company by the Board of Directors, while the Board of Directors is responsible for the administration and management of the Company, including ensuring the proper implementation of GCG principles.

Within this framework, the Board of Commissioners provides guidance, recommendations and input to the Board of Directors through joint meetings, coordination with committees under the Board of Commissioners, and direct consultation with directors, particularly on strategic issues that require further attention.

Hubungan Afiliasi antara Anggota Dewan Komisaris, Direksi dan Pemegang Saham Pengendali

Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan tidak memiliki hubungan afiliasi yang dapat menimbulkan benturan kepentingan. Mayoritas anggota Dewan Komisaris dan Direksi tidak memiliki hubungan afiliasi, baik secara keluarga maupun keuangan, dengan anggota Dewan Komisaris dan/atau Direksi lainnya maupun dengan Pemegang Saham Pengendali, yaitu Unilever PLC.

Affiliated Relationships between Members of the Board of Commissioners, the Board of Directors and Controlling Shareholders

The Board of Commissioners and the Board of Directors of the Company do not have any affiliate relationships that could give rise to conflicts of interest. The majority of members of the Board of Commissioners and the Board of Directors do not have any affiliate relationships, either family or financial, with other members of the Board of Commissioners and/or the Board of Directors or with the Controlling Shareholder, namely Unilever PLC.

Nama Name	Hubungan Keluarga dengan Family Relationship with						Hubungan Keuangan dengan Financial Relationship with					
	Dewan Komisaris Board of Commissioners		Direksi Board of Directors		Pemegang Saham Pengendali Controlling Shareholders		Dewan Komisaris Board of Commissioners		Direksi Board of Directors		Pemegang Saham Pengendali Controlling Shareholders	
	Ya Yes	Tidak No	Ya Yes	Tidak No	Ya Yes	Tidak No	Ya Yes	Tidak No	Ya Yes	Tidak No	Ya Yes	Tidak No
Dewan Komisaris Board of Commissioners												
Sanjiv Mehta	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
Alexander Rusli	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
Alissa Wahid	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
Debora Herawati Sadrach	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
Fauzi Ichsan	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
Ignasius Jonan	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
Direksi Board of Directors												
Benjie Yap	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
Enny Hartati[3]	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
Neeraj Lal[1]	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
Vandana Suri[1][3]	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
Alejandro Meinardo Santos Concha[1]	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓
Hendri Widiarta[2]	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓

Keterangan:
Data per 31 Desember 2025
1) Mulai menjabat sejak 14 Januari 2025
2) Mulai menjabat sejak 15 Oktober 2025
3) Tidak menjabat sejak 31 Desember 2025

Note:
Data as of 31 December 2025
1) Assumed office on 14 January 2025
2) Assumed office on 15 October 2025
3) No longer in office since 31 December 2025

Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

Kebijakan Remunerasi

Perseroan memiliki kebijakan remunerasi bagi Dewan Komisaris dan Direksi yang ditetapkan sesuai Anggaran Dasar Perseroan. Penetapan besaran remunerasi dilaksanakan berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh RUPS kepada Dewan Komisaris. Dalam pelaksanaannya, Dewan Komisaris mengusulkan besaran remunerasi dengan

Remuneration of the Board of Commissioners and Board of Directors

Remuneration Policy

The Company has a remuneration policy for the Board of Commissioners and Board of Directors that is determined in accordance with the Company's Articles of Association. The determination of the amount of remuneration is carried out based on the authority granted by the Annual GMS to the Board of Commissioners. In its implementation, the

mempertimbangkan rekomendasi dari Komite Nominasi dan Remunerasi, yang selanjutnya diajukan untuk memperoleh persetujuan RUPS.

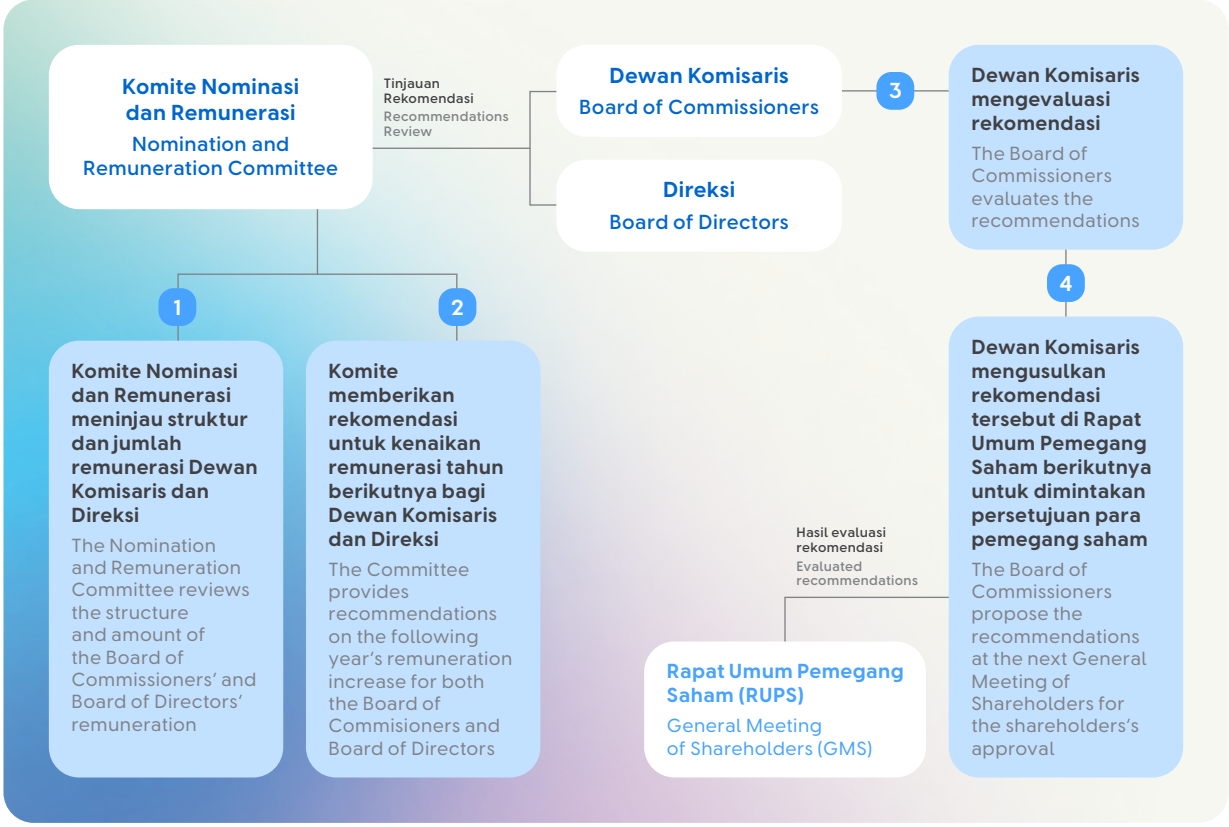
Board of Commissioners proposes the amount of remuneration by considering the recommendations of the Nomination and Remuneration Committee, which is then submitted for approval by the GMS.

Prosedur Remunerasi

Prosedur penetapan remunerasi bagi Dewan Komisaris dan Direksi dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut:

Remuneration Procedures

The procedure for determining remuneration for the Board of Commissioners and Board of Directors is carried out in the following stages:



Indikator untuk Menentukan Paket Kompensasi

Penetapan remunerasi bagi Dewan Komisaris dan Direksi didasarkan pada tanggung jawab, pengalaman, pengetahuan, serta keterampilan yang dikontribusikan kepada Perseroan. Komite Nominasi dan Remunerasi mempertimbangkan berbagai faktor dalam menentukan besaran remunerasi, antara lain:

1. Perbandingan gaji dan tunjangan secara berkala terhadap perusahaan sejenis pada industri FMCG;
2. Kinerja keuangan Perseroan dan pemenuhan kewajiban keuangannya;

Indicators for Determining Compensation Packages

The remuneration for the Board of Commissioners and Board of Directors is based on the responsibilities, experience, knowledge, and skills contributed to the Company. The Nomination and Remuneration Committee considers various factors in determining the amount of remuneration, including:

1. Periodic comparison of salaries and allowances with similar companies in the FMCG industry;
2. The Company's financial performance and fulfilment of its financial obligations;

3. Kinerja dan pencapaian Direktur dan Komisaris secara individu dan kolektif berdasarkan penilaian kinerja;
4. Tugas, tanggung jawab dan wewenang masing-masing anggota Direksi dan Dewan Komisaris; dan
5. Pencapaian tujuan kinerja jangka pendek atau jangka panjang yang selaras dengan strategi Perseroan.

Struktur Paket Kompensasi

Paket remunerasi yang diterima oleh Direksi mencakup gaji, tunjangan, bonus, serta imbalan pasca kerja. Sementara itu, bagi Dewan Komisaris meliputi gaji pokok, namun tidak menerima bonus jangka pendek, bonus saham, ataupun opsi saham.

Kompensasi untuk Dewan Komisaris dan Direksi tahun 2025

Pada tahun 2025, Direksi dan Dewan Komisaris menerima total kompensasi masing-masing sebesar Rp73,4 miliar dan Rp6,7 miliar (2024: masing-masing Rp90,5 miliar dan Rp5,6 miliar). Paket kompensasi tahun 2025 dan 2024 untuk Direksi dan Komisaris diungkapkan dalam catatan 7 Laporan Keuangan yang diterbitkan pada tanggal 12 Februari 2026 yang juga terlampir pada Laporan Tahunan ini.

Program Orientasi Anggota Dewan Komisaris dan Direksi Baru

Program orientasi diselenggarakan bagi anggota Dewan Komisaris dan Direksi yang baru untuk memberikan pemahaman mengenai bisnis Perseroan, kondisi pasar, lingkungan regulasi, serta lingkungan legislatif tempat Perseroan beroperasi. Program ini dikoordinasikan oleh Sekretaris Perusahaan. Pada tahun 2025, Perseroan menyelenggarakan program orientasi untuk Direksi baru, Hendri Widiarta.

Kebijakan Pengungkapan Kepemilikan Saham oleh Dewan Komisaris dan Direksi

Anggota Dewan Komisaris dan Direksi wajib melaporkan transaksi saham Perseroan secara

3. The performance and achievements of Directors and Commissioners individually and collectively based on performance appraisals;
4. The duties, responsibilities and authorities of each member of the Board of Directors and Board of Commissioners; and
5. Achievement of short-term or long-term performance objectives that are in line with the Company's strategy.

Compensation Package Structure

The remuneration package received by the Board of Directors includes salary, allowances, bonuses, and post-employment benefits. Meanwhile, the Board of Commissioners receives a basic salary but does not receive short-term bonuses, share bonuses, or share options.

Compensation for the Board of Commissioners and Board of Directors in 2025

In 2025, the Board of Directors and Board of Commissioners received total compensation of Rp73.4 billion and Rp6.7 billion, respectively (2024: Rp90.5 billion and Rp5.6 billion, respectively). The 2025 and 2024 compensation packages for the Board of Directors and Board of Commissioners are disclosed in Note 7 of the Financial Statements published on 12 February 2026 which is also attached to this Annual Report.

Orientation Programme for New Members of the Board of Commissioners and Board of Directors

An orientation programme is held for new members of the Board of Commissioners and Board of Directors to provide an understanding of the Company's business, market conditions, regulatory environment, and the legislative environment in which the Company operates. This programme is coordinated by the Corporate Secretary. In 2025, the Company held an orientation programme for the new Director, Hendri Widiarta.

Policy on Disclosure of Share Ownership by the Board of Commissioners and Board of Directors

Members of the Board of Commissioners and Board of Directors are required to report transactions

tertulis paling lambat dua hari kerja setelah transaksi sesuai ketentuan yang berlaku, yang proses pelaporannya dikoordinasikan oleh Sekretaris Perusahaan. Informasi kepemilikan saham Dewan Komisaris dan Direksi disajikan dalam Bab Profil Perusahaan pada Laporan Tahunan ini.

involving the Company's shares in writing no later than two working days after the transaction in accordance with applicable regulations, with the reporting process coordinated by the Corporate Secretary. Information on share ownership by the Board of Commissioners and Board of Directors is presented in the Company Profile chapter of this Annual Report.

Keberagaman Dewan Komisaris dan Direksi

Pemilihan anggota Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan didasarkan pada keahlian, integritas, kepemimpinan, pengalaman, perilaku yang baik, serta dedikasi untuk memajukan dan mengembangkan Perusahaan.

Selain itu, Perseroan juga melihat faktor keberagaman, baik dalam segi usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, hingga pengalaman, agar setiap anggota Dewan Komisaris dan Direksi dapat memberikan wawasan yang luas dan beragam dalam pengambilan keputusan untuk perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan ketentuan dalam Anggaran Dasar Perseroan dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 33/ POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik.

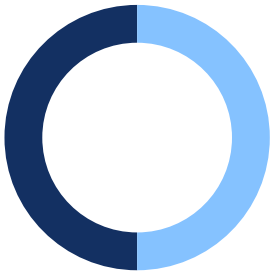
Diversity of the Board of Commissioners and Board of Directors

The selection of members of the Board of Commissioners and Board of Directors of the Company is based on expertise, integrity, leadership, experience, good conduct, and dedication to advancing and developing the Company.

In addition, the Company also considers diversity factors, including age, gender, educational background, and experience, so that each member of the Board of Commissioners and Board of Directors can provide broad and diverse insights in resolution-making for the Company. This is also in line with the provisions of the Company's Articles of Association and Financial Services Authority Regulation No. 33/POJK.04/2014 concerning the Board of Directors and Board of Commissioners of Issuers or Public Companies.

Komposisi Dewan Komisaris Berdasarkan Usia

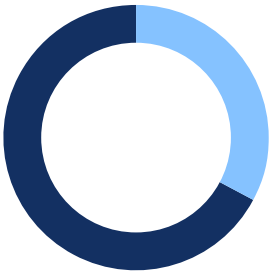
Composition of the Board of Commissioners Based on Age



- **50%** 51-60 tahun / 51-60 years old
- **50%** 61-70 tahun / 61-70 years old

Komposisi Dewan Komisaris Berdasarkan Gender

Composition of the Board of Commissioners Based on Gender



- **33%** Perempuan / Female
- **67%** Laki-laki / Male

Komposisi Direksi Berdasarkan Usia

Composition of the Board of Directors Based on Age



- **33%** 41-50 tahun / 41-50 years old
- **67%** 51-60 tahun / 51-60 years old

Komposisi Direksi Berdasarkan Gender

Composition of the Board of Directors Based on Gender



- **33%** Perempuan / Female
- **67%** Laki-laki / Male

Data per 31 Desember 2025
Data per 31 December 2025

Nama Name	Gender	Usia (tahun) Age (years)	Pendidikan Education	Keahlian dan Pengalaman Kerja Expertise and Work Experience
Dewan Komisaris Board of Commissioners				
Sanjiv Mehta	Laki-laki Male	65	S2	Keahlian dan pengalaman kerja Dewan Komisaris dapat dilihat pada bab Profil Perusahaan bagian Profil Dewan Komisaris. The expertise and work experience of the Board of Commissioners can be found in the Company Profile section of the Board of Commissioners Profile.
Alexander Rusli	Laki-laki Male	54	S3	
Alissa Wahid	Perempuan Female	52	S2	
Debora Herawati Sadrach	Perempuan Female	63	S2	
Fauzi Ichsan	Laki-laki Male	55	S2	
Ignasius Jonan	Laki-laki Male	62	S2	
Direksi Board of Directors				
Benjie Yap	Laki-laki Male	52	S1	Keahlian dan pengalaman kerja Direksi dapat dilihat pada bab Profil Perusahaan bagian Profil Direksi. The expertise and work experience of the Board of Directors can be found in the Company Profile section of the Board of Directors Profile.
Enny Hartati Sampurno*	Perempuan Female	57	S1	
Neeraj Lal	Laki-laki Male	47	S2	
Vandana Suri*	Perempuan Female	48	S2	
Alejandro Meinardo Santos Concha	Laki-laki Male	53	S1	
Hendri Widiarta	Laki-laki Male	52	S1	

* Tidak menjabat sejak 31 Desember 2025
No longer in office since 31 December 2025

Komite Audit

Audit Committee

Dalam melaksanakan fungsi pengawasan, Dewan Komisaris didukung oleh Komite Audit yang bertugas memberikan nasihat dan jaminan atas integritas pengungkapan keuangan Perseroan. Komite Audit juga melakukan pengawasan atas pengendalian internal, manajemen risiko, pelaksanaan audit eksternal, serta kepatuhan Perseroan terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pembentukan Komite Audit berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.04/2015, Anggaran Dasar Perseroan, Piagam Komite Audit, serta Keputusan Dewan Komisaris mengenai pengangkatan Komite Audit.

In performing its supervisory functions, the Board of Commissioners is supported by the Audit Committee, which is tasked with providing advice and assurance on the integrity of the Company's financial disclosures. The Audit Committee also supervises internal controls, risk management, the implementation of external audits, and the Company's compliance with laws and regulations.

The Audit Committee was established based on Law Number 40 of 2007 concerning Companies, Law No. 8 of 1995 concerning Capital Markets, Financial Services Authority Regulation No. 55/POJK.04/2015, the Company's Articles of Association, the Audit Committee Charter, and the Board of Commissioners' Resolution regarding the appointment of the Audit Committee.

Komposisi Komite Audit

Mengacu pada Piagam Komite Audit, keanggotaan Komite Audit sekurang-kurangnya terdiri dari satu Komisaris Independen Perseroan dan dua anggota lainnya yang tidak memiliki hubungan afiliasi dengan Perseroan. Adapun komposisi Komite Audit per 31 Desember 2025 adalah sebagai berikut:

Composition of the Audit Committee

With reference to the Audit Committee Charter, the Audit Committee consists of at least one Independent Commissioner of the Company and two other members who have no affiliation with the Company. The composition of the Audit Committee as at 31 December 2025 is as follows:

Nama Name	Jabatan Position	Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Masa Jabatan Term of Office
Alexander Steven Rusli	Ketua Komite Audit Chair of Audit Committee	Keputusan Dewan Komisaris tertanggal 27 Januari 2020 Board of Commissioners' Resolution dated 27 January 2020	2024-2027
Nita Skolastika Ruslim	Anggota Komite Audit Audit Committee Member	Keputusan Dewan Komisaris tertanggal 8 November 2021 Board of Commissioners' Resolution dated 8 November 2021	2024-2027
Aria Farah Mita	Anggota Komite Audit Audit Committee Member	Keputusan Dewan Komisaris tertanggal 11 Maret 2022 Board of Commissioners' Resolution dated 11 March 2022	2024-2027

Profil Komite Audit

Audit Committee Profile

Alexander Steven Rusli

Ketua Komite Audit

Chair of the Audit Committee

Profil beliau dapat dilihat pada bagian Profil Dewan Komisaris dalam bab Profil Perusahaan di Laporan Tahunan ini.

His profile can be found in the Board of Commissioners Profile section in the Company Profile chapter of this Annual Report.



Nita Skolastika Ruslim

Anggota Komite Audit

Audit Committee Member

Kewarganegaraan Nationality	Indonesia Indonesian
Usia Age	57 tahun per 31 Desember 2025 57 years old as of 31 December 2025
Domisili Domicile	Jakarta, Indonesia
Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Keputusan Dewan Komisaris tertanggal 8 November 2021 Board of Commissioners' Resolution dated 8 November 2021
Riwayat Pendidikan Educational Background	Sarjana Ekonomi, Universitas Trisakti Afiliasi Profesional: - Certified Public Accountant (Indonesia) dan State Registered Accountant (Indonesia) - Certified Practicing Accountant (Australia) Bachelor of Economics, Trisakti University Professional Affiliations: - Certified Public Accountant (Indonesia) and State Registered Accountant (Indonesia) - Certified Practicing Accountant (Australia)
Riwayat Pekerjaan Work Experience	30 tahun bersama PricewaterhouseCoopers (PwC) Indonesia dan Australia. Selain menjadi Partner Audit berbagai perusahaan dan industri multinasional, beliau juga menjabat sebagai anggota Dewan Pengawas PwC Indonesia, Pemimpin Divisi Metodologi Audit dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Pemimpin Grup Industri Produk Konsumen, Telekomunikasi dan Hiburan, Pemimpin Divisi Tanggung Jawab Sosial Korporasi. 30 years with PricewaterhouseCoopers (PwC) Indonesia and Australia. In addition to being an Audit Partner for various multinational companies and industries, he also served as a member of the Supervisory Board of PwC Indonesia, Head of the Audit Methodology and Human Resource Development Division, Head of the Consumer Products, Telecommunications and Entertainment Industry Group, and Head of the Corporate Social Responsibility Division.

Rangkap Jabatan Concurrent Positions	• Anggota Komite Audit PT Medela Potentia (2022-sekarang) • Anggota Komite Audit PT XL Axiata Tbk (2021-sekarang) • Anggota Komite Audit PT Bank Jago Tbk (2021-sekarang) • Anggota Komite Audit Indonesia Investment Authority (Lembaga Pengelola Investasi) (2021-sekarang) • Anggota Dewan Pembina Yayasan Plan International Indonesia (Mei 2023-sekarang) • Member of the Audit Committee of PT Medela Potentia (2022-present) • Member of the Audit Committee of PT XL Axiata Tbk (2021-present) • Member of the Audit Committee of PT Bank Jago Tbk (2021-present) • Member of the Audit Committee of Indonesia Investment Authority (Investment Management Institution) (2021-present) • Member of the Board of Trustees of Plan International Indonesia Foundation (May 2023-present)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationships	Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi maupun pemegang saham utama. No affiliation with members of the Board of Commissioners, members of the Board of Directors, or major shareholders.



Aria Farah Mita

Anggota Komite Audit

Audit Committee Member

Kewarganegaraan Nationality	Indonesia Indonesian
Usia Age	47 tahun per 31 Desember 2025 47 years old as of 31 December 2025
Domisili Domicile	Jakarta, Indonesia
Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Keputusan Dewan Komisaris tertanggal 11 Maret 2022 Board of Commissioners' Resolution dated 11 March 2022
Riwayat Pendidikan Educational Background	• Doktor Akuntansi, Universitas Indonesia (2015) • Magister Sains, Universitas Indonesia (2009) • Sarjana Ekonomi, Universitas Indonesia (1999) Afiliasi Profesional: - Certified Audit Committee Practitioner (CACP) - Certified Public Accountant (CPA) - Certified International Financial Reporting Standards (CIFRS) - Chartered Accountant (CA) • Doctor of Accounting, University of Indonesia (2015) • Master of Science, University of Indonesia (2009) • Bachelor of Economics, University of Indonesia (1999) Professional Affiliations: - Certified Audit Committee Practitioner (CACP) - Certified Public Accountant (CPA) - Certified International Financial Reporting Standards (CIFRS) - Chartered Accountant (CA)

Riwayat Pekerjaan Work Experience	• IFRS Specialist, RSM Indonesia • Manajer Eksekutif CPA Exam Indonesia • Manajer Keuangan Fakultas Psikologi Universitas Indonesia • Asisten Direktur Keuangan Universitas Indonesia • IFRS Specialist, RSM Indonesia • Executive Manager, CPA Exam Indonesia • Finance Manager, Faculty of Psychology, University of Indonesia • Assistant Director of Finance, University of Indonesia
Rangkap Jabatan Concurrent Positions	Associate Professor Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia Associate Professor, Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, University of Indonesia
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationships	Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi maupun pemegang saham utama. No affiliation with members of the Board of Commissioners, members of the Board of Directors, or major shareholders.

Independensi Komite Audit

Independence of the Audit Committee

100%

Anggota Komite Audit adalah Independen

Members of the Audit Committee are Independent

Independensi Komite Audit Perseroan tercermin dari penunjukan Komisaris Independen sebagai Ketua Komite Audit, yang didukung oleh dua anggota lainnya yang berasal dari pihak eksternal dan bersifat independen. Dengan komposisi tersebut, Komite Audit dapat menjalankan fungsi pengawasan secara objektif dan independen.

Pernyataan Independensi anggota Komite Audit dapat dilihat pada situs web Perseroan di www.unilever.co.id/hubunganinvestor/pedoman-tatakelola-perusahaan/pernyataan-independensi/.

The independence of the Company's Audit Committee is reflected in the appointment of an Independent Commissioner as Chair of the Audit Committee, supported by two other members who are external and independent. With this composition, the Audit Committee can perform its supervisory functions objectively and independently.

The statements of independence of the members of the Audit Committee can be viewed on the Company's website at www.unilever.co.id/hubunganinvestor/pedoman-tatakelola-perusahaan/pernyataan-independensi/.

No.	Uraian Description	Alexander Steven Rusli	Nita Skolastika Ruslim	Aria Farah Mita
Pernyataan Independensi Statement of Independence				
1.	Tidak bekerja atau memiliki wewenang untuk merencanakan, memimpin, mengendalikan, atau mengawasi kegiatan Perseroan selama 6 bulan sebelum pengangkatannya, kecuali dalam hal sebagai komisaris independen yang diangkat kembali; Not employed by or authorised to plan, lead, control, or supervise the Company's activities for 6 months prior to their appointment, except in the case of reappointed independent commissioners;	✓	✓	✓

No.	Uraian Description	Alexander Steven Rusli	Nita Skolastika Ruslim	Aria Farah Mita
	Pernyataan Independensi Statement of Independence			
2.	Tidak secara langsung ataupun tidak langsung memiliki saham di Perseroan; Not directly or indirectly owning shares in the Company;	✓	✓	✓
3.	Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan Perseroan atau pemegang saham utama/pengendali atau salah satu anggota Dewan Komisaris atau Direksi; dan Not having any affiliation with the Company or its major/controlling shareholders or any member of the Board of Commissioners or Board of Directors; and	✓	✓	✓
4.	Tidak memiliki hubungan kerja/profesional langsung atau tidak langsung dengan Perseroan. Has no direct or indirect employment/professional relationship with the Company.	✓	✓	✓

Piagam Komite Audit

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, Komite Audit mengacu pada Piagam Komite Audit yang memuat ketentuan mengenai struktur organisasi, keanggotaan, lingkup tugas, tanggung jawab, wewenang dan tata cara pelaporan Komite Audit. Piagam tersebut merupakan pedoman Komite Audit dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.

Piagam Komite Audit Perseroan tersedia dan dapat diakses melalui situs web Perseroan di www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/komite-lain/komite-audit/.

Audit Committee Charter

In carrying out its duties and responsibilities, the Audit Committee refers to the Audit Committee Charter, which contains provisions regarding the organisational structure, membership, scope of duties, responsibilities, authorities and reporting procedures of the Audit Committee. The charter serves as a guideline for the Audit Committee in carrying out its duties and responsibilities.

The Company's Audit Committee Charter is available and accessible on the Company's website at www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/komite-lain/komite-audit/.

Tugas dan Tanggung Jawab Komite Audit

Dalam mendukung pelaksanaan fungsi pengawasan Dewan Komisaris, Komite Audit menjalankan tugas pengawasan dengan memantau, meninjau, dan memberikan pendapat independen dan profesional terhadap integritas pelaporan keuangan, efektivitas manajemen risiko, sistem pengendalian internal serta kepatuhan Perseroan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku.

Selain itu, Komite Audit berperan dalam memantau pelaksanaan audit internal, mengevaluasi kualifikasi dan independensi auditor eksternal, serta mengawasi dan memfasilitasi proses audit eksternal. Dalam menjalankan tugas tersebut, Komite

Duties and Responsibilities of the Audit Committee

In supporting the supervisory function of the Board of Commissioners, the Audit Committee performs its supervisory duties by monitoring, reviewing, and providing independent and professional opinions on the integrity of financial reporting, the effectiveness of risk management, internal control systems, and the Company's compliance with applicable laws and regulations.

In addition, the Audit Committee plays a role in monitoring the implementation of internal audits, evaluating the qualifications and independence of external auditors, and supervising and facilitating the external audit process. In carrying out these duties,

Audit berkoordinasi dengan Unit Audit Internal dan auditor eksternal, serta menyampaikan laporan secara langsung kepada Dewan Komisaris. Seluruh anggota Komite Audit menjalankan tugasnya dengan berpedoman pada Pedoman Komite Audit Perseroan yang dapat diakses melalui situs web resmi Perseroan.

Tanggung jawab khusus Komite Audit termasuk namun tidak terbatas pada hal-hal sebagai berikut:

1. Membuat rencana kerja tahunan yang disetujui oleh Dewan Komisaris;
2. Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang akan dikeluarkan Perseroan seperti laporan keuangan, proyeksi, dan informasi keuangan lainnya;
3. Melakukan penelaahan atas ketaatan Perseroan terhadap peraturan perundang-undangan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan Perseroan;
4. Melakukan penelaahan/penilaian atas pelaksanaan audit oleh auditor internal dan mengawasi pelaksanaan tindak lanjut oleh Direksi atas temuan auditor internal;
5. Melakukan penelaahan dan melaporkan kepada Dewan Komisaris atas pengaduan yang berkaitan dengan Laporan Keuangan Perseroan;
6. Menjaga kerahasiaan dokumen, data, dan informasi Perseroan;
7. Mengawasi hubungan dengan akuntan publik serta mengadakan rapat/pembahasan dengan akuntan publik;
8. Membuat, mengkaji, dan memperbarui piagam Komite Audit bila perlu;
9. Melakukan penilaian dan mengonfirmasikan bahwa semua tanggung jawab yang tercantum dalam Piagam Komite Audit telah dilaksanakan dengan baik;
10. Memberikan pendapat independen apabila terjadi perbedaan pendapat antara manajemen dan Akuntan atas jasa yang diberikan;
11. Memberikan rekomendasi kepada Dewan Komisaris mengenai penunjukan Akuntan Publik, berdasarkan independensi, *fee*, dan ruang lingkup penugasan;
12. Melakukan peninjauan terhadap aktivitas pelaksanaan manajemen risiko yang dilakukan oleh Direksi, jika Perseroan tidak memiliki fungsi pemantau risiko di bawah Dewan Komisaris;
13. Menelaah dan memberikan saran kepada Dewan Komisaris terkait potensi benturan kepentingan Perseroan; dan

the Audit Committee coordinates with the Internal Audit Unit and external auditors, and submits reports directly to the Board of Commissioners. All members of the Audit Committee carry out their duties in accordance with the Company's Audit Committee Guidelines, which can be accessed through the Company's official website.

The specific responsibilities of the Audit Committee include, but are not limited to, the following:

1. Preparing an annual work plan approved by the Board of Commissioners;
2. Reviewing financial information to be released by the Company, such as financial statements, projections, and other financial information;
3. Reviewing the Company's compliance with other laws and regulations related to the Company's activities;
4. Reviewing/assessing the implementation of audits by internal auditors and supervising the implementation of follow-up actions by the Board of Directors on the findings of internal auditors;
5. Reviewing and reporting to the Board of Commissioners on complaints related to the Company's Financial Statements;
6. Maintaining the confidentiality of the Company's documents, data, and information;
7. Overseeing relations with public accountants and holding meetings/discussions with public accountants;
8. Preparing, reviewing, and updating the Audit Committee charter as necessary;
9. Assessing and confirming that all responsibilities listed in the Audit Committee Charter have been properly carried out;
10. Providing independent opinions in the event of a difference of opinion between management and the Accountant regarding the services provided;
11. Provide recommendations to the Board of Commissioners regarding the appointment of Public Accountants, based on independence, fees, and scope of assignment;
12. Reviewing the risk management activities carried out by the Board of Directors, if the Company does not have a risk monitoring function under the Board of Commissioners;
13. Reviewing and providing advice to the Board of Commissioners regarding potential conflicts of interest within the Company; and

14. Melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pemberian jasa audit atas informasi keuangan historis tahunan oleh Akuntan Publik dan/atau Kantor Akuntan Publik.

14. Evaluating the performance of audit services on historical annual financial information by Public Accountants and/or Public Accounting Firms.

Kebijakan dan Pelaksanaan Rapat Komite Audit

Audit Committee Meeting Policy and Implementation

100%

Tingkat Kehadiran Komite Audit dalam Rapat

Audit Committee Attendance Rate at Meetings

Pelaksanaan rapat Komite Audit mengacu pada ketentuan yang ditetapkan dalam Piagam Komite Audit, di mana Komite Audit menyelenggarakan rapat secara berkala paling sedikit satu kali dalam tiga bulan, serta dapat dilaksanakan sewaktu-waktu apabila diperlukan. Dalam rapat tersebut, Komite Audit dapat mengundang Direktur Keuangan, Sekretaris Perusahaan, Kepala Audit Internal, serta pihak lainnya.

The implementation of Audit Committee meetings refers to the provisions set forth in the Audit Committee Charter, whereby the Audit Committee holds meetings at least once every three months, and may be held at any time if necessary. At these meetings, the Audit Committee may invite the Finance Director, Company Secretary, Head of Internal Audit, and other parties.

Frekuensi dan Kehadiran Rapat Komite Audit Tahun 2025

Selama tahun 2025, Komite Audit mengadakan rapat sebanyak 5 (lima) kali dengan tingkat kehadiran 100%.

Frequency and Attendance of Audit Committee Meetings in 2025

During 2025, the Audit Committee held 5 (five) meetings with an attendance rate of 100%.

Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Rapat Total Meetings	Jumlah Kehadiran Total Attendance	Persentase Percentage
Alexander Steven Rusli	Ketua Komite Audit Chair of the Audit Committee	5	5	100%
Nita Skolastika Ruslim	Anggota Komite Audit Audit Committee Member	5	5	100%
Aria Farah Mita	Anggota Komite Audit Audit Committee Member	5	5	100%

Pelatihan dan Pendidikan Anggota Komite Audit

Sepanjang tahun 2025, Komite Audit telah mengikuti berbagai program pelatihan dan pendidikan yang informasinya terdapat pada bab Penunjang Bisnis dalam Laporan Tahunan ini.

Training and Education of Audit Committee Members

Throughout 2025, the Audit Committee participated in various training and education programmes, details of which can be found in the Business Support chapter of this Annual Report.

Kegiatan Komite Audit Tahun 2025

Pada tahun 2025, Komite Audit melaksanakan kegiatan sebagai berikut:

1. Mengkaji dan memberikan pendapat atas hasil audit Laporan Keuangan Perseroan untuk tahun buku 2025 oleh auditor eksternal;
2. Menelaah hasil keuangan setiap triwulan sebelum dipublikasikan;
3. Mengevaluasi kinerja, kompetensi, independensi dan obyektivitas Auditor Eksternal, dan membuat rekomendasi kepada Dewan Komisaris mengenai apakah auditor yang bersangkutan harus diajukan ke RUPS untuk mengaudit Laporan Keuangan Perseroan untuk tahun buku 2025;
4. Meninjau laporan Audit Internal yang dilakukan selama tahun 2025 dan memberitahukan kepada Dewan Komisaris tentang masalah penting apa pun yang perlu mendapat perhatian Dewan Komisaris;
5. Meninjau rencana transaksi material perseroan dari aspek keuangan serta ketentuan dalam peraturan pasar modal;
6. Memantau kecukupan dan efektivitas pengendalian internal Perseroan untuk memberikan jaminan bahwa penerapan setiap kontrol material telah layak untuk menghindari dan/atau memitigasi risiko; dan
7. Menelaah kepatuhan Perseroan terhadap hukum dan peraturan pasar modal serta peraturan dan ketentuan terkait lainnya.

Audit Committee Activities in 2025

In 2025, the Audit Committee carried out the following activities:

1. Reviewing and providing opinions on the results of the audit of the Company's Financial Statements for the 2025 financial year by external auditors;
2. Reviewing the quarterly financial results prior to publication;
3. Evaluating the performance, competence, independence and objectivity of the External Auditor, and making recommendations to the Board of Commissioners on whether the auditor in question should be proposed to the Annual GMS to audit the Company's Financial Statements for the 2025 financial year;
4. Reviewing the Internal Audit reports conducted during 2025 and notifying the Board of Commissioners of any important issues that require the Board of Commissioners' attention;
5. Reviewing the Company's material transaction plans from a financial perspective and in accordance with capital market regulations;
6. Monitoring the adequacy and effectiveness of the Company's internal controls to provide assurance that the implementation of each material control is appropriate to avoid and/or mitigate risks; and
7. Reviewing the Company's compliance with capital market laws and regulations as well as other relevant regulations and provisions.

Komite Nominasi dan Remunerasi

Nomination and Remuneration Committee

Dalam mendukung pelaksanaan fungsi pengawasan Dewan Komisaris, Komite Nominasi dan Remunerasi bertugas mengkaji dan memperbarui kebijakan dan prosedur nominasi dan remunerasi, serta memberikan rekomendasi atas nominasi dan remunerasi anggota Dewan Komisaris, Direksi, dan karyawan.

Pembentukan dan pelaksanaan tugas Komite Nominasi dan Remunerasi mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007

In supporting the supervisory function of the Board of Commissioners, the Nomination and Remuneration Committee is tasked with reviewing and updating nomination and remuneration policies and procedures, as well as providing recommendations on the nomination and remuneration of members of the Board of Commissioners, Board of Directors, and employees.

The establishment and implementation of the duties of the Nomination and Remuneration Committee refer to the provisions of applicable laws and regulations, including Law No. 40

tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, Peraturan OJK No. 34/POJK.04/2014 tentang Komite Nominasi dan Remunerasi Emiten atau Perusahaan Publik, ketentuan Anggaran Dasar Perseroan mengenai tugas dan wewenang Dewan Komisaris, Piagam Komite Nominasi dan Remunerasi, serta Keputusan Rapat Dewan Komisaris tentang penunjukan Komite Nominasi dan Remunerasi.

of 2007 concerning Companies, Law No. 8 of 1995 concerning Capital Markets, OJK Regulation No. 34/POJK.04/2014 concerning the Nomination and Remuneration Committee of Issuers or Public Companies, the provisions of the Company's Articles of Association regarding the duties and authorities of the Board of Commissioners, the Charter of the Nomination and Remuneration Committee, and the Resolution of the Board of Commissioners Meeting regarding the appointment of the Nomination and Remuneration Committee.

Komposisi Komite Nominasi dan Remunerasi

Per 31 Desember 2025, keanggotaan Komite Nominasi dan Remunerasi adalah sebagai berikut:

Composition of the Nomination and Remuneration Committee

As of 31 December 2025, the membership of the Nomination and Remuneration Committee is as follows:

Nama Name	Jabatan Position	Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Masa Jabatan Term of Office
Ignasius Jonan	Ketua Komite Nominasi dan Remunerasi Chair of the Nomination and Remuneration Committee	Keputusan Dewan Komisaris tertanggal 27 Januari 2020 Board of Commissioners' Resolution dated 27 January 2020	2024-2027
Sanjiv Mehta	Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi Nomination and Remuneration Committee Member	Keputusan Dewan Komisaris 28 Juli 2022 Board of Commissioners' Resolution dated 28 July 2022	2024-2027
Zahra Khairunnisa	Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi Nomination and Remuneration Committee Member	Keputusan Dewan Komisaris 8 September 2025 Board of Commissioners' Resolution dated 8 September 2025	2025-2027

Profil Komite Nominasi dan Remunerasi

Profile of the Nomination and Remuneration Committee

Ignasius Jonan

Ketua Komite Nominasi dan Remunerasi

Chair of the Nomination and Remuneration Committee

Profil beliau dapat dilihat pada bagian Profil Dewan Komisaris dalam bab Profil Perusahaan di Laporan Tahunan ini.

His profile can be viewed in the Board of Commissioners Profile section in the Company Profile chapter of this Annual Report.

Sanjiv Mehta

Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi

Nomination and Remuneration Committee Member

Profil beliau dapat dilihat pada bagian Profil Dewan Komisaris dalam bab Profil Perusahaan di Laporan Tahunan ini.

His profile can be viewed in the Board of Commissioners Profile section in the Company Profile chapter of this Annual Report.



Zahra Khairunnisa

Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi

Nomination and Remuneration Committee Member

Kewarganegaraan Nationality	Indonesia Indonesian
Usia Age	28 tahun per 31 Desember 2025 28 years old as of 31 December 2025
Domisili Domicile	Jakarta, Indonesia
Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Diangkat sebagai anggota Komite Nominasi dan Remunerasi berdasarkan Keputusan Dewan Komisaris 8 September 2025 Appointed as a member of the Nomination and Remuneration Committee pursuant to the Board of Commissioners' Resolution dated Board of Commissioners' Resolution dated 8 September 2025
Riwayat Pendidikan Educational Background	Sarjana Psikologi, Universitas Indonesia (2018) Bachelor of Psychology, University of Indonesia (2018)
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• Reward Manager for Indonesia, Unilever Indonesia (2023-2024); • Change Management & HRBP for Customer Operations (Supply Chain Go to Market) Manager, Unilever Indonesia (2022-2023); • HRBP for Customer Development (Sales), Unilever Indonesia (2021-2023); • UFLP Human Resources, Unilever Indonesia (2018-2021); • Management Trainee, Danone Indonesia (2018).
Rangkap Jabatan Concurrent Positions	• Reward Lead for Indonesia & 1UL APAC, Unilever Indonesia (2026-sekarang); • Reward Lead for Indonesia, Singapore and Malaysia, Unilever Indonesia (2025-sekarang) • Reward Lead for Indonesia & 1UL APAC, Unilever Indonesia (2026-present); • Reward Lead for Indonesia, Singapore and Malaysia, Unilever Indonesia (2025-present)
Hubungan Afiliasi Affiliated Relationships	Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi maupun pemegang saham utama. No affiliation with members of the Board of Commissioners, members of the Board of Directors, or major shareholders.

Independensi Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi

Independence of Members of the Nomination and Remuneration Committee

100%

Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi adalah Independen

Members of the Nomination and Remuneration Committee are Independent

Berdasarkan Peraturan OJK No. 34/POJK.04/2014 tentang Komite Nominasi dan Remunerasi Emiten atau Perusahaan Publik, Komite Nominasi dan Remunerasi menjalankan tugasnya secara independen dan berdasarkan persyaratan keanggotaan berikut:

1. Komite diketuai oleh Komisaris Independen;
2. Ketua dan anggota Komite tidak memiliki afiliasi dengan pemegang saham utama, anggota Dewan Komisaris atau anggota Direksi;
3. Anggota Komite bersedia untuk membuat dan menandatangani pernyataan tertulis yang berkaitan dengan persyaratan independensi dan bahwa mereka tidak memiliki benturan kepentingan;
4. Anggota Komite dapat bekerja sama dan berkomunikasi dengan cara yang tepat dan etis, dan mengalokasikan waktu yang cukup untuk melakukan tugas mereka dengan baik dan dengan bernilai tambah;
5. Anggota Komite tidak boleh memiliki hubungan bisnis langsung ataupun tidak langsung yang terkait dengan kegiatan Perseroan yang dapat menyebabkan benturan kepentingan;
6. Anggota Komite wajib mematuhi Kode Prinsip Bisnis dan Kebijakan Kode Prinsip; dan
7. Anggota Direksi tidak diperbolehkan untuk menjadi anggota Komite.

Pernyataan independensi anggota Komite Nominasi dan Remunerasi dapat dilihat pada situs web Perseroan www.unilever.co.id/investor/tata-kelola-perusahaan/pernyataan-independensi/

Based on OJK Regulation No. 34/POJK.04/2014 concerning the Nomination and Remuneration Committee of Issuers or Public Companies, the Nomination and Remuneration Committee carries out its duties independently and based on the following membership requirements:

1. The Committee is chaired by an Independent Commissioner;
2. The Chairperson and members of the Committee have no affiliation with major shareholders, members of the Board of Commissioners or members of the Board of Directors;
3. Committee members are willing to prepare and sign a written statement regarding independence requirements and that they have no conflicts of interest;
4. Committee members shall cooperate and communicate in an appropriate and ethical manner, and allocate sufficient time to perform their duties properly and with added value;
5. Committee members shall not have any direct or indirect business relationships related to the Company's activities that could cause a conflict of interest;
6. Committee members must comply with the Code of Business Principles and Code Policies; and
7. Members of the Board of Directors are not permitted to be members of the Committee.

The statements of independence of the members of the Nomination and Remuneration Committee can be viewed on the Company's website at www.unilever.co.id/investor/tata-kelola-perusahaan/pernyataan-independensi/

No.	Uraian Description	Ignasius Jonan	Sanjiv Mehta	Aditya Arisusetio
Pernyataan Independensi Statement of Independence				
1.	Tidak bekerja atau memiliki wewenang untuk merencanakan, memimpin, mengendalikan, atau mengawasi kegiatan Perseroan selama 6 bulan sebelum pengangkatannya, kecuali dalam hal sebagai komisaris independen yang diangkat kembali; Not employed by or authorised to plan, lead, control, or supervise the Company's activities for 6 months prior to his appointment, except in the case of an independent commissioner who is reappointed;	✓	✓	✓
2.	Tidak secara langsung ataupun tidak langsung memiliki saham di Perseroan; Not directly or indirectly owning shares in the Company;	✓	✓	✓

No.	Uraian Description	Ignasius Jonan	Sanjiv Mehta	Aditya Arisusetio
	Pernyataan Independensi Statement of Independence			
3.	Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan Perseroan atau pemegang saham utama/pengendali atau salah satu anggota Dewan Komisaris atau Direksi; dan Not having any affiliation with the Company or its major/controlling shareholders or any member of the Board of Commissioners or Board of Directors; and	✓	✓	✓
4.	Tidak memiliki hubungan kerja/profesional langsung atau tidak langsung dengan Perseroan. Has no direct or indirect employment/professional relationship with the Company.	✓	✓	✓

Piagam Komite Nominasi dan Remunerasi

Pelaksanaan tugas Komite Nominasi dan Remunerasi berpedoman pada Piagam Komite Nominasi dan Remunerasi yang mengatur struktur organisasi, keanggotaan, tugas dan wewenang, serta mekanisme pelaporan.

Piagam Komite Nominasi dan Remunerasi tersedia dan dapatdiaksesmelaluisituswebPerseroanhttps://www.unilever.co.id/investor/tata-kelola-perusahaan/komite-lain/komite-nominasi-dan-remunerasi/.

Charter of the Nomination and Remuneration Committee

The Nomination and Remuneration Committee performs its duties in accordance with the Nomination and Remuneration Committee Charter, which governs the organisational structure, membership, duties and authorities, and reporting mechanisms.

The Charter of the Nomination and Remuneration Committee is available and accessible on the Company's website at https://www.unilever.co.id/investor/corporate-governance/other-committees/nomination-and-remuneration-committee/.

Tugas dan Tanggung Jawab Komite Nominasi dan Remunerasi

Komite Nominasi dan Remunerasi memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Memberikan rekomendasi kepada Dewan Komisaris terkait dengan komposisi, nominasi, evaluasi dan pengembangan kompetensi Dewan Komisaris, Direksi, Komite Dewan dan pejabat eksekutif Perseroan;
2. Menentukan kriteria untuk mengidentifikasi, menilai dan menyetujui kandidat untuk posisiposisi di atas, dan melaksanakan proses tersebut;
3. Mengevaluasi kebijakan remunerasi secara berkala;
4. Meninjau dan memberikan rekomendasi kepada Dewan Komisaris atas kebijakan, struktur dan besaran remunerasi bagi Dewan Komisaris dan Direksi, untuk disampaikan dan dimintakan persetujuan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan;

Duties and Responsibilities of the Nomination and Remuneration Committee

The Nomination and Remuneration Committee has the following duties and responsibilities:

1. Providing recommendations to the Board of Commissioners regarding the composition, nomination, evaluation and competency development of the Board of Commissioners, Board of Directors, Board Committees and executive officers of the Company;
2. Determining the criteria for identifying, assessing and approving candidates for the above positions, and implementing the process;
3. Evaluating remuneration policies on a regular basis;
4. Reviewing and providing recommendations to the Board of Commissioners on the policy, structure and amount of remuneration for the Board of Commissioners and Board of Directors, to be submitted and requested for approval at the Annual General Meeting of Shareholders;

5. Memberikan rekomendasi kepada Dewan Komisaris terkait paket remunerasi bagi anggota Komite di Bawah Dewan Komisaris, pejabat eksekutif dan juga karyawan; dan
6. Membantu Dewan Komisaris dalam menilai kinerja Direksi dan/atau Dewan Komisaris dan Komite di Bawah Dewan Komisaris.

5. Providing recommendations to the Board of Commissioners regarding remuneration packages for members of the Committees under the Board of Commissioners, executive officers and employees; and
6. Assisting the Board of Commissioners in assessing the performance of the Board of Directors and/or the Board of Commissioners and the Committee under the Board of Commissioners.

Kebijakan dan Pelaksanaan Rapat Komite Nominasi dan Remunerasi

Nomination and Remuneration Committee Meeting Policy and Implementation

100%

Tingkat Kehadiran Komite Nominasi dan Remunerasi dalam Rapat

Attendance Rate of the Nomination and Remuneration Committee at Meetings

Pelaksanaan rapat Komite Nominasi dan Remunerasi mengacu pada Piagam Komite Nominasi dan Remunerasi, yang mewajibkan penyelenggaraan rapat paling sedikit tiga kali dalam setahun dengan tingkat kehadiran minimal 100% dari seluruh anggota Komite.

Dengan persetujuan Dewan Komisaris, pihak lain yang relevan juga dapat diundang untuk menghadiri rapat tersebut. Sepanjang tahun 2025, Komite Nominasi dan Remunerasi telah menyelenggarakan rapat sebanyak 3 (tiga) kali dengan rata-rata tingkat kehadiran 100%.

The implementation of the Nomination and Remuneration Committee meeting refers to the Nomination and Remuneration Committee Charter, which requires at least three meetings per year with a minimum attendance rate of 100% of all Committee members.

With the approval of the Board of Commissioners, other relevant parties may also be invited to attend the meeting. Throughout 2025, the Nomination and Remuneration Committee has held 3 (three) meetings with an average attendance rate of 100%.

Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Rapat Total Meetings	Jumlah Kehadiran Total Attendance	Persentase Percentage
Ignasius Jonan	Ketua Komite Nominasi dan Remunerasi Chair of the Nomination and Remuneration Committee	3	3	100%
Sanjiv Mehta	Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi Nomination and Remuneration Committee Member	3	3	100%
Aditya Arisusetio[1)]	Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi Nomination and Remuneration Committee Member	2	2	100%
Zahra Khairunnisa[2)]	Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi Nomination and Remuneration Committee Member	1	1	100%

Keterangan:
1) Sudah tidak menjabat sejak 8 September 2025
2) Mulai menjabat sejak 8 September 2025

Note:
1) No longer in office as of 8 September 2025
2) In office since 8 September 2025

Pelatihan dan Pendidikan untuk Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi

Pada tahun 2025, Komite Nominasi dan Remunerasi telah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendidikan dengan rincian yang terdapat pada bab Penunjang Bisnis dalam Laporan Tahunan ini.

Training and Education for Members of the Nomination and Remuneration Committee

In 2025, the Nomination and Remuneration Committee participated in training and education activities, the details of which are provided in the Business Support chapter of this Annual Report.

Kegiatan Komite Nominasi dan Remunerasi Tahun 2025

Pada tahun 2025, Komite Nominasi dan Remunerasi menjalankan kegiatan sebagai berikut:

1. Agenda terkait Remunerasi
   - Menelaah gaji tahunan untuk tahun 2025;
   - Menelaah paket remunerasi bagi Dewan Komisaris dan Direksi, dengan mempertimbangkan kinerja (termasuk hasil penilaian), tanggung jawab, dan hak-hak mereka; dan
   - Menyampaikan rekomendasi Komite terkait remunerasi kepada Dewan Komisaris dan kepada Pemegang Saham untuk mendapatkan persetujuan pada RUPS.
2. Agenda terkait Nominasi
   - Merencanakan penggantian manajemen senior dengan mengidentifikasi, mengevaluasi dan mengusulkan kandidat untuk posisi Dewan Komisaris, Direksi, dan Komite Dewan yang akan lowong. Penunjukan Dewan Komisaris dan Direksi mengacu pada persetujuan dari RUPS; dan
   - Menyampaikan rekomendasi Komite terkait perubahan susunan Direksi kepada Dewan Komisaris dan kepada Pemegang Saham untuk mendapatkan persetujuan pada RUPS.

Activities of the Nomination and Remuneration Committee in 2025

In 2025, the Nomination and Remuneration Committee carried out the following activities:

1. Remuneration-related agenda
   - Reviewing annual salaries for 2025;
   - Reviewing remuneration packages for the Board of Commissioners and Board of Directors, taking into account their performance (including assessment results), responsibilities, and rights; and
   - Submitting the Committee's recommendations regarding remuneration to the Board of Commissioners and to the Shareholders for approval at the GMS.
2. Nomination-related agenda
   - Planning for the replacement of senior management by identifying, evaluating and proposing candidates for vacant positions on the Board of Commissioners, Board of Directors and Board Committees. The appointment of the Board of Commissioners and Board of Directors is subject to the approval of the GMS; and
   - To submit the Committee's recommendations regarding changes to the composition of the Board of Directors to the Board of Commissioners and to the Shareholders for approval of the GMS.

Sekretaris Dewan Komisaris

Secretary to the Board of Commissioners

Fungsi ini dijalankan oleh staf Perseroan sebagai Sekretaris Dewan Komisaris.

This function is performed by the Company's staff as Secretary to the Board of Commissioners.

Sekretaris Perusahaan, Hubungan Investor, dan Komunikasi Perusahaan

Corporate Secretary, Investor Relations, and Corporate Communications

Sekretaris Perusahaan

Dalam mendukung penerapan tata kelola perusahaan, Perseroan memiliki Sekretaris Perusahaan yang menjalankan fungsi pengelolaan komunikasi antara Perseroan dan para pemangku kepentingan. Sekretaris Perusahaan juga berperan dalam membangun citra positif Perseroan dan memastikan kepatuhan Perseroan terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Struktur Sekretaris Perusahaan berada di bawah Direksi dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden Direktur. Pembentukan Sekretaris Perusahaan telah sesuai dengan peraturan yang berlaku, termasuk Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 35/POJK.04/2014 tanggal 8 Desember 2014 tentang Sekretaris Perusahaan Emiten atau Perusahaan Publik.

Corporate Secretary

In supporting the implementation of corporate governance, the Company has a Corporate Secretary who performs the function of managing communication between the Company and its stakeholders. The Corporate Secretary also plays a role in building a positive image of the Company and ensuring the Company's compliance with applicable laws and regulations.

The Corporate Secretary structure is under the Board of Directors and reports directly to the President Director. The establishment of the Corporate Secretary is in accordance with applicable regulations, including Financial Services Authority Regulation No. 35/POJK.04/2014 dated 8 December 2014 concerning Corporate Secretaries of Issuers or Public Companies.

Profil Sekretaris Perusahaan

Direksi mengangkat Ibu Padwestiana Kristanti sebagai Sekretaris Perusahaan berdasarkan Surat Keputusan Sirkuler Direksi yang berlaku efektif 20 Juni 2024.

Corporate Secretary Profile

The Board of Directors appointed Ms. Padwestiana Kristanti as Corporate Secretary based on the Board of Directors' Circular Resolution effective 20 June 2024.



Padwestiana Kristanti

Sekretaris Perusahaan (Hingga 1 Februari 2026)

Corporate Secretary (Until 1 February 2026)

Kewarganegaraan Nationality	Indonesia Indonesian
Usia Age	46 tahun per 31 Desember 2025 46 years old as of 31 December 2025
Domisili Domicile	Banten, Indonesia

Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Penunjukkan Sekretaris Perusahaan ditetapkan melalui Keputusan Direksi PT Unilever Indonesia Tbk tertanggal 20 Juni 2024 The appointment of the Corporate Secretary was made through a Board of Directors' Resolution of PT Unilever Indonesia Tbk dated 20 June 2024
Riwayat Pendidikan Educational Background	S1 Akuntansi, Universitas Gadjah Mada (1997) Bachelor of Accounting, Gadjah Mada University (1997)
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• Head of Corporate Controller, Corporate Secretary & Investor Relations PT Unilever Indonesia Tbk (Juli 2024-Januari 2026) • Head of Corporate Controller and Investor Relations PT Unilever Indonesia Tbk (April 2020-Juli 2024) • Head of Corporate Controller & Supply Chain Finance PT Unilever Indonesia Tbk (Januari 2019-Maret 2020) • Head of Finance & Supply Chain PT Unilever Enterprises Indonesia (April 2016-Desember 2018) • Financial Controller, Louis Vuitton Indonesia (Februari 2013-Maret 2016) • Home & Personal Care Finance Controller, PT Unilever Indonesia Tbk (Juni 2012-Januari 2013) • Finance Manager Hair, Oral & Deo PT Unilever Indonesia Tbk (Februari 2011-Mei 2012) • Audit Manager, PT Unilever Indonesia Tbk (Agustus 2008-Januari 2011) • Financial Controller, Kimberly Clark Indonesia (Oktober 2005-Agustus 2008) • FP&A and Accounting Manager, General Electric Indonesia (Agustus 2003-September 2005) • Financial Management Program, General Electric Indonesia (Agustus 2001-Juli 2003) • Head of Corporate Controller, Corporate Secretary & Investor Relations PT Unilever Indonesia Tbk (July 2024-January 2026) • Head of Corporate Controller and Investor Relations PT Unilever Indonesia Tbk (April 2020-July 2024) • Head of Corporate Controller & Supply Chain Finance PT Unilever Indonesia Tbk (January 2019-March 2020) • Head of Finance & Supply Chain PT Unilever Enterprises Indonesia (April 2016-December 2018) • Financial Controller, Louis Vuitton Indonesia (February 2013-March 2016) • Home & Personal Care Finance Controller, PT Unilever Indonesia Tbk (June 2012-January 2013) • Finance Manager Hair, Oral & Deo PT Unilever Indonesia Tbk (February 2011-May 2012) • Audit Manager, PT Unilever Indonesia Tbk (August 2008-January 2011) • Financial Controller, Kimberly Clark Indonesia (October 2005-August 2008) • FP&A and Accounting Manager, General Electric Indonesia (August 2003-September 2005) • Financial Management Program, General Electric Indonesia (August 2001-July 2003)

Setelah tahun buku, terdapat perubahan Sekretaris Perusahaan berdasarkan keputusan Direksi Perseroan tanggal 23 Januari 2026, Direksi Perseroan telah mengangkat Bapak Mario Abdi Amrillah selaku Corporate Secretary Perseroan yang berlaku efektif terhitung sejak tanggal 2 Februari 2026 untuk menggantikan Ibu Padwestiana Kristanti.

After the financial year, there was a change in the Corporate Secretary based on the Board of Directors' Resolution dated 23 January 2026. The Board of Directors appointed Mr. Mario Abdi Amrillah as the Corporate Secretary, effective from 2 February 2026, to replace Ms. Padwestiana Kristanti.



Mario Abdi Amrillah

Sekretaris Perusahaan (Sejak 2 Februari 2026)

Corporate Secretary (Since 2 February 2026)

Kewarganegaraan Nationality	Indonesia Indonesian
Usia Age	43 tahun per 31 Desember 2025 43 years old as of 31 December 2025
Domisili Domicile	Jakarta, Indonesia
Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Penunjukan Sekretaris Perusahaan ditetapkan melalui Keputusan Direksi PT Unilever Indonesia Tbk tertanggal 2 Februari 2026 The appointment of the Company Secretary was made by a Resolution of the Board of Directors of PT Unilever Indonesia Tbk dated 2 February 2026
Riwayat Pendidikan Educational Background	• S1 Hukum, Universitas Trisakti (1999) • S2 Hukum, Universitas Indonesia (2011) • Bachelor of Laws, Trisakti University (1999) • Master of Laws, University of Indonesia (2011)
Riwayat Pekerjaan Work Experience	• General Counsel PT Unilever Indonesia Tbk, Head of Legal PC and Foods Indonesia business unit & Corporate Secretary PT Unilever Indonesia Tbk (Februari 2026 - sekarang) • General Counsel PT Unilever Indonesia Tbk, Head of Legal PC and Foods Indonesia business unit (Januari 2025 - sekarang) • General Counsel PT Unilever Indonesia Tbk, Head of Legal PC Indonesia business unit (November 2022 - sekarang) • General Counsel Nutrition Business Unit untuk Asia Tenggara, Head of Legal of Unilever Marketplace Platform & General Counsel Unilever Myanmar, Cambodia and Laos (Januari 2021 - Oktober 2022) • General Counsel Unilever Myanmar, Cambodia and Laos (Maret 2018 - Oktober 2022) • Operational and Litigation Senior Legal Counsel (April 2016 - Februari 2018) • Corporate Affairs Legal Counsel, Competition Cluster Representative untuk Asia Tenggara (April 2016 - Februari 2018) • Corporate Affairs Legal Counsel (Desember 2010 - April 2016) • General Counsel PT Unilever Indonesia Tbk, Head of Legal PC and Foods Indonesia business unit & Corporate Secretary PT Unilever Indonesia Tbk (February 2026 to present) • General Counsel PT Unilever Indonesia Tbk, Head of Legal PC and Foods Indonesia business unit (January 2025 - present) • General Counsel PT Unilever Indonesia Tbk, Head of Legal PC Indonesia business unit (November 2022 - present) • General Counsel Nutrition Business Unit untuk Asia Tenggara, Head of Legal of Unilever Marketplace Platform & General Counsel Unilever Myanmar, Cambodia and Laos (January 2021 – October 2022) • General Counsel Unilever Myanmar, Cambodia and Laos (March 2018 – October 2022) • Operational and Litigation Senior Legal Counsel (April 2016 - February 2018) • Corporate Affairs Legal Counsel, Competition Cluster Representative untuk Asia Tenggara (April 2016 - February 2018) • Corporate Affairs Legal Counsel (December 2010 - April 2016)

Tugas dan Tanggung Jawab Sekretaris Perusahaan

Tugas dan tanggung jawab Sekretaris Perusahaan adalah:

1. Memonitor kepatuhan Perseroan terhadap Undang-undang Perseroan Terbatas, peraturan OJK, aturan pasar modal serta peraturan perundang-undangan terkait dan Anggaran Dasar melalui koordinasi dengan Departemen Legal;
2. Berkomunikasi secara berkala dengan lembaga regulator pasar modal, termasuk OJK dan BEI, untuk setiap hal yang berkaitan dengan tata kelola, aksi korporasi dan transaksi material;
3. Memastikan bahwa pemegang saham dan pemangku kepentingan secara teratur dan secepatnya menerima informasi mengenai aksi korporasi, laporan keuangan dan hal material lainnya;
4. Menyelenggarakan RUPS serta rapat Dewan Komisaris dan Direksi, dan mendokumentasikan risalah rapat tersebut;
5. Memastikan bahwa Dewan Komisaris dan Direksi mendapat informasi tentang perubahan peraturan yang relevan, dan memastikan mereka memahami implikasi dari perubahan tersebut;
6. Mengadakan program orientasi kepada Direktur dan Komisaris yang baru diangkat;
7. Menyampaikan laporan kepada OJK dan BEI sesuai dengan ketentuan keterbukaan informasi Emiten atau Perusahaan Publik; dan
8. Pengungkapan informasi kepada OJK dan BEI juga dilakukan melalui fasilitas *e-reporting* IDXNet dan Sistem Pelaporan Elektronik (SPE) OJK.

Kegiatan Sekretaris Perusahaan Tahun 2025

Sepanjang tahun 2025, Sekretaris Perusahaan melaksanakan kegiatan sebagai berikut:

- Menyelenggarakan RUPST pada tanggal 3 Juni 2025 dan RUPSLB pada tanggal 16 Oktober 2025, sesuai dengan POJK No. 15/POJK.04/2020 tentang Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan Terbuka, serta ketentuan pelaksanaan pemberian kuasa secara elektronik (*e-Proxy*) bagi Pemegang Saham dan pelaksanaan pemungutan suara secara elektronik yang disediakan oleh fasilitas eASY KSEI;

Duties and Responsibilities of the Corporate Secretary

The duties and responsibilities of the Corporate Secretary are:

1. Monitoring the Company's compliance with the Limited Liability Company Law, OJK regulations, capital market rules and related laws and regulations, and the Articles of Association through coordination with the Legal Department;
2. Communicating regularly with capital market regulatory agencies, including the OJK and the Indonesia Stock Exchange (IDX), on all matters relating to corporate governance, corporate actions and material transactions;
3. Ensuring that shareholders and stakeholders regularly and promptly receive information regarding corporate actions, financial reports and other material matters;
4. Organising GMS as well as Board of Commissioners and Board of Directors meetings, and documenting the minutes of these meetings;
5. Ensuring that the Board of Commissioners and Board of Directors are informed of relevant regulatory changes and ensuring that they understand the implications of such changes;
6. Conducting orientation programmes for newly appointed Directors and Commissioners;
7. Submitting reports to the OJK and IDX in accordance with the disclosure requirements for Issuers or Public Companies; and
8. Disclosure of information to the OJK and IDX is also carried out through the IDXNet e-reporting facility and the OJK Electronic Reporting System (SPE).

Corporate Secretary Activities in 2025

Throughout 2025, the Corporate Secretary carried out the following activities:

- Conducting the AGMS on 3 June 2025 and EGMS ON 16 October 2025, in accordance with POJK No. 15/POJK.04/2020 concerning the Plan and Implementation of General Meetings of Shareholders of Public Companies, as well as the provisions on the implementation of electronic proxy voting for Shareholders and the implementation of electronic voting provided by the KSEI eASY facility;

- Senantiasa melakukan pengkinian (*update*) informasi yang dimuat dalam situs web Perusahaan, di antaranya terkait informasi dan fakta material, aksi korporasi, keterbukaan informasi terutama terkait Tata Kelola Perusahaan dan Hubungan Investor untuk semakin memberikan akses keterbukaan informasi Perusahaan bagi seluruh pemangku kepentingan;
- Bersama Divisi Hubungan Investor, Divisi Komunikasi dan Tim Keuangan menyelenggarakan paparan publik, pertemuan analis, konferensi investor, dan pertemuan media;
- Berkomunikasi dengan OJK, Kementerian terkait, dan Organisasi Regulator Mandiri (*Self Regulatory Organisations*/SROs) seperti Bursa Efek Indonesia, Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) dan Kliring Penjaminan Efek Indonesia (KPEI), serta organisasi terkait lainnya dan menyampaikan semua laporan dan pengajuan sesuai dengan persyaratan lembaga-lembaga tersebut di atas;
- Mengikuti perkembangan terkini terkait peraturan dan ketentuan Pasar Modal serta mensosialisasikan dan mengimplementasikannya ke Direksi, Komisaris, Manajemen Perusahaan;
- Mengatur dan menghadiri rapat Dewan Komisaris dan Direksi serta membuat risalah rapat; dan
- Aktif mengadakan beberapa seminar, *webinar*, dan pelatihan, termasuk beberapa inisiatif mengenai topik keberlanjutan/ESG serta Tata Kelola Perusahaan yang Baik.

- Continuously updating the information contained on the Company's website, including information and material facts, corporate actions, and information disclosure, particularly related to Corporate Governance and Investor Relations, to further provide access to the Company's information disclosure for all stakeholders;
- Together with the Investor Relations Division, Communications Division and Finance Team, organise public presentations, analyst meetings, investor conferences and media meetings;
- Communicate with the OJK, relevant ministries, and Self Regulatory Organisations (SROs) such as the Indonesia Stock Exchange, the Indonesian Central Securities Depository (KSEI) and the Indonesian Clearing Guarantee Corporation (KPEI), as well as other relevant organisations, and submit all reports and applications in accordance with the requirements of the above institutions;
- Keep abreast of the latest developments in capital market regulations and provisions and disseminate and implement them to the Board of Directors, Board of Commissioners, and Company Management;
- Organising and attending Board of Commissioners and Board of Directors meetings and preparing meeting minutes; and
- Actively organise seminars, webinars, and training sessions, including initiatives on sustainability/ESG topics, as well as Good Corporate Governance.

Hubungan Investor

Tugas dan tanggung jawab Divisi Hubungan Investor antara lain:

1. Memfasilitasi dialog reguler dan terbuka antara manajemen Perseroan dan pemegang saham, analis dan investor;
2. Meningkatkan keterlibatan pemegang saham, terutama kehadiran dan partisipasi rutin dalam rapat dan pertemuan untuk kepentingan transparansi dan akuntabilitas;
3. Memastikan bahwa komunitas investor memiliki banyak kesempatan untuk berbicara langsung dengan pengurus Perseroan dengan menyelenggarakan *conference call*, rapat dan pertemuan rutin, serta paparan publik setidaknya sekali dalam setahun;
4. Menyediakan materi presentasi, siaran pers dan berita korporat bersangkutan dengan kinerja perusahaan di situs web Perseroan; dan

Investor Relations

The duties and responsibilities of the Investor Relations Division include:

1. Facilitating regular and open dialogue between the Company's management and shareholders, analysts and investors;
2. Enhancing shareholder engagement, particularly attendance and regular participation in meetings and gatherings for the sake of transparency and accountability;
3. Ensuring that the investor community has ample opportunity to speak directly with the Company's management by organising conference calls, regular meetings and gatherings, as well as public presentations at least once a year;
4. Providing presentation materials, press releases and corporate news related to the Company's performance on the Company's website; and

5. Mengundang investor dan calon investor untuk menyampaikan pertanyaan ke Divisi Hubungan Investor setiap saat melalui halaman 'Hubungi Kami' di situs web Perseroan, atau melalui email langsung ke unvr.indonesia@unilever.com.

Divisi Komunikasi Perusahaan

Tugas dan tanggung jawab Divisi Komunikasi Perusahaan antara lain:

1. Memastikan bahwa para pemegang saham, media, investor, analis, dan masyarakat umum secara teratur dan secepatnya menerima informasi mengenai aksi korporasi, posisi keuangan, dan hal- hal material lainnya;
2. Meningkatkan, menjaga, dan memonitor reputasi Perseroan di mata publik melalui berbagai macam platform, termasuk media cetak, media *online*, media sosial, situs web Perseroan dan acara-acara publik;
3. Meningkatkan dan memonitor keterlibatan Direksi Perseroan dalam mendorong reputasi Perseroan melalui kesempatan bicara mewakili Perseroan di berbagai platform dan *event* yang relevan;
4. Meningkatkan dialog dua arah dan kerja sama dengan komunitas terkait, untuk mendorong pemahaman dan kepercayaan yang lebih baik mengenai berbagai komitmen Perseroan, terutama dalam hal menjalankan bisnis yang berkelanjutan;
5. Memfasilitasi dialog dua arah reguler antara karyawan dan manajemen Perseroan di level korporasi seperti *Townhall*, *CEO Talk*, dan sebagainya; dan
6. Memastikan bahwa karyawan memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai peraturan, nilai-nilai, budaya, dan aksi korporasi. Hal ini dilakukan dalam kerja sama dengan berbagai divisi terkait.

Pelatihan dan Pendidikan untuk Sekretaris Perusahaan dan Hubungan Investor

Dalam rangka meningkatkan kompetensi, Sekretaris Perusahaan dan Divisi Hubungan Investor telah mengikuti berbagai program pelatihan dan pendidikan di sepanjang tahun 2025. Informasi lebih lanjut mengenai program pelatihan tersebut disajikan dalam Bab Penunjang Bisnis pada Laporan Tahunan ini.

5. Inviting investors and prospective investors to submit questions to the Investor Relations Division at any time via the 'Contact Us' page on the Company's website, or by email directly to unvr.indonesia@unilever.com.

Corporate Communications Division

The duties and responsibilities of the Corporate Communications Division include:

1. Ensuring that shareholders, the media, investors, analysts and the general public receive regular and timely information regarding corporate actions, financial positions and other material matters;
2. Enhancing, maintaining, and monitoring the Company's reputation in the public eye through various platforms, including print media, online media, social media, the Company's website, and public events;
3. Enhancing and monitoring the involvement of the Company's Board of Directors in promoting the Company's reputation through speaking opportunities representing the Company at various relevant platforms and events;
4. Enhancing two-way dialogue and cooperation with relevant communities to promote better understanding and trust regarding the Company's various commitments, particularly in terms of conducting sustainable business;
5. Facilitating regular two-way dialogue between employees and the Company's management at the corporate level, such as Townhall, CEO Talk, and so on; and
6. Ensuring that employees have a good knowledge and understanding of regulations, values, culture, and corporate actions. This is done in collaboration with various relevant divisions.

Training and Education for the Corporate Secretary and Investor Relations

In order to improve their competencies, the Corporate Secretary and Investor Relations Division have participated in various training and education programmes throughout 2025. Further information on these training programmes is presented in the Business Support Chapter of this Annual Report.

Kebijakan Komunikasi Pemegang Saham

Perseroan menerapkan Kebijakan Komunikasi Pemegang Saham untuk mendukung penciptaan nilai jangka panjang, dengan mengedepankan komunikasi yang efektif dan berkelanjutan kepada pemegang saham individu, institusi, dan komunitas investor, sehingga informasi mengenai kegiatan bisnis Perseroan dapat disampaikan secara jelas dan akurat.

Shareholder Communication Policy

The Company implements a Shareholder Communication Policy to support the creation of long-term value, by prioritising effective and sustainable communication with individual shareholders, institutions, and the investor community, so that information regarding the Company's business activities can be conveyed clearly and accurately.

RUPS GMS	RUPS adalah saluran komunikasi utama antara Perseroan dan pemegang saham, di mana Perseroan memberikan kesempatan bagi pemegang saham untuk mengajukan pertanyaan. Rapat ini dihadiri oleh Dewan Komisaris, Direksi, serta tim manajemen senior yang akan menjawab pertanyaan dari pemegang saham. The GMS is the main channel of communication between the Company and its shareholders, where the Company provides an opportunity for shareholders to ask questions. This meeting is attended by the Board of Commissioners, the Board of Directors, and the senior management team, who will answer questions from shareholders.
Laporan Keuangan Tahunan dan Interim Perseroan Annual and Interim Financial Statements of the Company	Laporan Keuangan Tahunan dan Interim Perseroan menyajikan kondisi keuangan yang relevan dan mencerminkan situasi keuangan terkini Perseroan. The Company's Annual and Interim Financial Statements present relevant financial information and reflect the Company's current financial situation.
Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan Annual Report and Sustainability Report	Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan menyajikan informasi komprehensif mengenai aktivitas Perseroan sepanjang tahun sebelumnya. Kedua laporan ini memberikan gambaran kepada pemegang saham dan pihak terkait tentang kinerja bisnis, keuangan, tata kelola, serta inisiatif keberlanjutan Perseroan. The Annual Report and Sustainability Report present comprehensive information on the Company's activities throughout the previous year. These two reports provide shareholders and related parties with an overview of the Company's business performance, finances, governance, and sustainability initiatives.
Komunikasi dengan Komunitas Investor Communication with the Investor Community	Perseroan membina komunikasi dengan investor dan komunitas investasi melalui pertemuan secara langsung, *briefing*, kunjungan Perusahaan maupun keikutsertaan di dalam konferensi investor. Melalui kesempatan ini, Perseroan menyampaikan gambaran umum tentang bisnis serta informasi relevan terkait aktivitas bisnis dan posisi keuangan terkini. The Company fosters communication with investors and the investment community through face-to-face meetings, briefings, Company visits and participation in investor conferences. Through these opportunities, the Company provides an overview of its business and relevant information regarding its business activities and current financial position.
Situs Web Website	Situs web Perseroan digunakan sebagai platform untuk menyampaikan informasi publik kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan. Melalui situs ini, Perseroan menyediakan informasi terkait kegiatan bisnis terbaru yang disampaikan melalui pengumuman, laporan interim, Laporan Tahunan, Laporan Keberlanjutan, dan komunikasi korporat lainnya. The Company's website is used as a platform to convey public information to shareholders and stakeholders. Through this website, the Company provides information related to the latest business activities through announcements, interim reports, Annual Report, Sustainability Report, and other corporate communications.

Kegiatan Sekretaris Perusahaan, Hubungan Investor, dan Divisi Komunikasi Perusahaan Tahun 2025

Corporate Secretary, Investor Relations, and Corporate Communications Division Activity for 2025

Kegiatan Activity	Frekuensi Frequency
Sekretaris Perusahaan Corporate Secretary	
Keterbukaan Informasi melalui SPEOJK/IDXNet Information Disclosure through SPEOJK/IDXNet	57
RUPST AGMS	1
Paparan Publik Public Expose	1
Laporan Tahunan Annual Report	1
Hubungan Investor Investor Relations	
Pertemuan Analis dan Investor Analyst and Investor Meetings	50
Konferensi Investor Investor Conference	2
Komunikasi Perusahaan Corporate Communications	
Berita Pers Press Release	42
Konferensi Media Media Conferences	25
Konten Media Sosial Social Media Contents	210
Public Speaking	27
Pertemuan dan Kerja sama dengan Komunitas Meetings and Collaboration with Communities	10
Townhall Karyawan dan *CEO Talk* Employee Townhall and CEO Talk	4
Internal Engagement melalui Kampanye, *E-mail*, dan Berbagai Kanal Lain Internal Engagement through Campaigns, E-mails, and Various Other Channels	389

Unit Audit Internal

Internal Audit Unit

Unit Audit Internal Perseroan dibentuk untuk membantu manajemen dalam memastikan efektivitas sistem pengendalian internal, manajemen risiko, dan proses tata kelola Perseroan. Pembentukan Unit Audit Internal telah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk POJK Nomor 56/POJK.04/2015 tanggal 29 Desember 2015 tentang Pembentukan dan Pedoman untuk Penyusunan Piagam Unit Internal Audit.

The Company's Internal Audit Unit was established to assist management in ensuring the effectiveness of the Company's internal control systems, risk management, and governance processes. The establishment of the Internal Audit Unit is in accordance with applicable laws and regulations, including POJK Number 56/POJK.04/2015 dated 29 December 2015 concerning the Establishment and Guidelines for the Preparation of the Internal Audit Unit Charter.

Profil Kepala Audit Internal

Perseroan mengangkat Ibu Jessy Stefani Andries sebagai Kepala Audit Internal efektif sejak tanggal 28 Agustus 2024.

Profile of the Head of Internal Audit

The Company has appointed Ms. Jessy Stefani Andries as Head of Internal Audit effective 28 August 2024.



Jessy Stefani Andries

Kepala Audit Internal

Head of Internal Audit

Kewarganegaraan Nationality	Indonesia Indonesian
Usia Age	41 tahun per 31 Desember 2025 41 years old as of 31 December 2025
Domisili Domicile	Jakarta, Indonesia
Dasar Hukum Pengangkatan Legal Basis of Appointment	Penunjukan Kepala Audit Internal telah ditetapkan melalui Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris tertanggal 28 Agustus 2024 The appointment of the Head of Internal Audit was made through a Circular Resolution of the Board of Commissioners dated 28 August 2024
Riwayat Pendidikan Educational Background	• S1 Akuntansi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung (2006) • S2 Administrasi Bisnis, IPMI Business School, Jakarta (2014) • Bachelor of Accounting, Parahyangan Catholic University, Bandung (2006) • Master of Business Administration, IPMI Business School, Jakarta (2014)

Riwayat Pekerjaan Work Experience	• Manager, Personal Care Business Unit, Finance Performance Management (FPM), PT Unilever Indonesia Tbk (Juli 2022-Juli 2024) • Head of Finance and Operation, PT Unilever Enterprises Indonesia (Desember 2018-Juli 2022) • Senior Manager, Business Unit Controller, Nestle Purina PetCare and Nestle Professional (November 2012-November 2018) • Assistant Manager, Business Unit Controller Nestle Dairy Business Unit (Maret 2011-November 2012) • Assistant Manager, Costing Analyst, Nestle Milk Factory, Malang Jawa Timur (Juni 2010-Maret 2011) • Assistant Manager, Internal Audit, PT Nestle Indonesia (Agustus 2008-2010) • Management Trainee, PT Nestle Indonesia (Agustus 2006-2008) • Manager, Personal Care Business Unit, Finance Performance Management (FPM), PT Unilever Indonesia Tbk (July 2022-July 2024) • Head of Finance and Operation, PT Unilever Enterprises Indonesia (December 2018-July 2022) • Senior Manager, Business Unit Controller, Nestle Purina PetCare and Nestle Professional (November 2012-November 2018) • Assistant Manager, Business Unit Controller Nestle Dairy Business Unit (March 2011-November 2012) • Assistant Manager, Costing Analyst, Nestle Milk Factory, Malang Jawa Timur (June 2010-March 2011) • Assistant Manager, Internal Audit, PT Nestle Indonesia (August 2008-2010) • Management Trainee, PT Nestle Indonesia (August 2006-2008)

Jumlah dan Kualifikasi Auditor Internal

Pada tahun 2025, Unit Audit Internal Perseroan terdiri dari satu Kepala Audit Internal, satu Manajer Audit Internal, dan tiga Asisten Manajer Audit Internal. Seluruh auditor internal memiliki latar belakang profesional di bidang keuangan, dengan Kepala Audit Internal telah memiliki sertifikasi Indonesia Internal Audit Practitioner.

Number and Qualifications of Internal Auditors

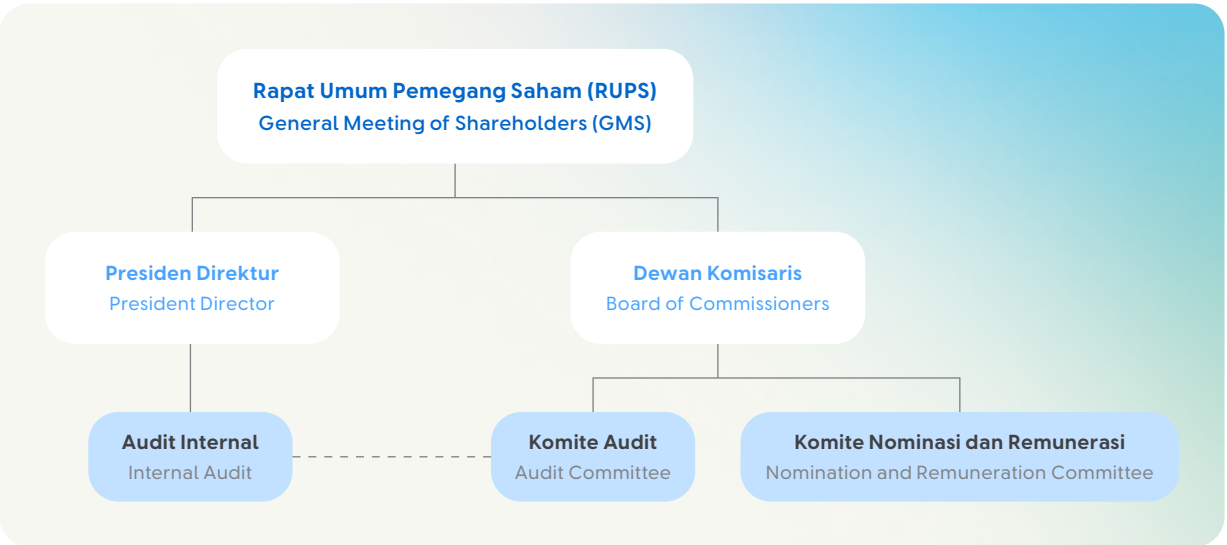
In 2025, the Company's Internal Audit Unit consisted of one Head of Internal Audit, one Internal Audit Manager, and three Assistant Internal Audit Managers. All internal auditors had professional backgrounds in finance, with the Head of Internal Audit holding Indonesian Internal Audit Practitioner certification.

Struktur dan Kedudukan Unit Audit Internal

Unit Audit Internal dipimpin oleh Kepala Audit Internal dan bertanggung jawab kepada Presiden Direktur. Penunjukan dan pemberhentian Kepala Audit Internal dilakukan oleh Presiden Direktur dengan persetujuan Dewan Komisaris. Berikut struktur Unit Audit Internal Perseroan:

Structure and Position of the Internal Audit Unit

The Internal Audit Unit is led by the Head of Internal Audit and reports to the President Director. The appointment and dismissal of the Head of Internal Audit is carried out by the President Director with the approval of the Board of Commissioners. The following is the structure of the Company's Internal Audit Unit:



Piagam Audit Internal

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, Unit Audit Internal berpedoman pada Piagam Audit Internal yang menetapkan tujuan, struktur organisasi, tanggung jawab dan wewenang, serta ruang lingkup tugas Audit Internal. Piagam Audit Internal tersedia dan dapat diakses melalui situs web Perseroan di www.unilever.co.id/investorrelations/pedoman-tatakelola-perusahaan/unit-audit-internal/.

Internal Audit Charter

In carrying out its duties and responsibilities, the Internal Audit Unit is guided by the Internal Audit Charter, which sets out the objectives, organisational structure, responsibilities and authorities, and scope of duties of the Internal Audit. The Internal Audit Charter is available and accessible on the Company's website at www.unilever.co.id/investorrelations/pedoman-tatakelola-perusahaan/unit-audit-internal/.

Tugas dan Tanggung Jawab Unit Audit Internal

Tugas dan tanggung jawab Unit Audit Internal antara lain:

1. Mengidentifikasi dan mengevaluasi paparan risiko yang penting, dan berkontribusi untuk memperkuat manajemen risiko dan sistem kontrol;
2. Membantu Perseroan dalam mempertahankan kontrol yang efektif dengan mengevaluasi efektivitas dan efisiensi serta mendorong perbaikan secara terus menerus untuk mencapai hal-hal sebagai berikut:
   - Keandalan dan integritas informasi keuangan dan operasional Perseroan terjamin;
   - Efektivitas operasional Perseroan sehingga memberikan hasil yang efektif;
   - Aset Perseroan terjaga dengan baik; dan
   - Seluruh tindakan dan keputusan Perseroan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan relevan.

Duties and Responsibilities of the Internal Audit Unit

The duties and responsibilities of the Internal Audit Unit include:

1. Identifying and evaluating significant risk exposures, and contributing to strengthening risk management and control systems;
2. Assisting the Company in maintaining effective controls by evaluating effectiveness and efficiency and encouraging continuous improvement to achieve the following:
   - The reliability and integrity of the Company's financial and operational information is assured;
   - The Company's operational effectiveness is such that it delivers effective results;
   - The Company's assets are well maintained; and
   - All of the Company's actions and resolutions comply with applicable and relevant laws and regulations.

3. Memastikan aktivitas audit internal berkontribusi terhadap tata kelola Perseroan dengan mengevaluasi dan meningkatkan proses melalui:
   - Nilai dan sasaran ditetapkan dan dikomunikasikan;
   - Pencapaian tujuan dipantau;
   - Akuntabilitas terjamin; dan
   - Nilai-nilai dipertahankan.
4. Membuat rencana audit tahunan dengan berkonsultasi dengan Presiden Direktur dan Komite Audit;
5. Bekerja sama dengan Dewan Komisaris, Direksi dan Komite Audit dalam melaksanakan rencana tersebut;
6. Membuat laporan tertulis atas observasi, temuan, kesimpulan, dan rekomendasi untuk setiap audit yang telah diselesaikan dan membuat ringkasan untuk Presiden Direktur dan Dewan Komisaris; dan
7. Menindaklanjuti semua audit untuk memastikan bahwa tindakan manajemen yang direkomendasikan dilaksanakan secara efektif atau bahwa manajemen senior telah menerima risiko dengan tidak mengambil tindakan.

Pelatihan dan Pendidikan untuk Unit Audit Internal

Dalam rangka meningkatkan kompetensi dan profesionalisme, personel Unit Audit Internal mengikuti berbagai program pelatihan dan pendidikan sepanjang tahun 2025. Informasi lebih lanjut mengenai program tersebut disajikan dalam Bab Tinjauan Penunjang Bisnis pada Laporan Tahunan ini.

Kebijakan dan Pelaksanaan Rapat dengan Direksi dan Komite Audit

Pelaksanaan rapat Unit Audit Internal mengacu pada Pedoman Kerja Audit Internal. Rapat tersebut diselenggarakan secara rutin maupun sewaktu-waktu sesuai kebutuhan dan dihadiri oleh Direksi, Dewan Komisaris, dan Komite Audit. Agenda rapat tersebut membahas pelaksanaan audit serta isu-isu yang memerlukan perhatian manajemen dan organ pengawas.

Sebagai bagian dari akuntabilitas, Unit Audit Internal menyusun dan menyampaikan laporan yang memuat hasil observasi, temuan, kesimpulan, serta

3. Ensuring that internal audit activities contribute to the Company's governance by evaluating and improving processes through:
   - Values and objectives are established and communicated;
   - Monitoring the achievement of objectives;
   - Accountability is ensured; and
   - Values are upheld.
4. Developing an annual audit plan in consultation with the Chief Executive Officer and the Audit Committee;
5. Collaborate with the Board of Commissioners, the Board of Directors, and the Audit Committee in implementing the plan;
6. Prepare written reports on observations, findings, conclusions, and recommendations for each completed audit and prepare summaries for the Chief Executive Officer and Board of Commissioners; and
7. Follow up on all audits to ensure that recommended management actions are implemented effectively or that senior management has accepted the risk by not taking action.

Training and Education for the Internal Audit Unit

In order to enhance competence and professionalism, Internal Audit Unit personnel participated in various training and education programmes throughout 2025. Further information on these programmes is presented in the Business Support Review chapter of this Annual Report.

Policy and Implementation of Meetings with the Board of Directors and Audit Committee

The implementation of Internal Audit Unit meetings refers to the Internal Audit Work Guidelines. These meetings are held regularly or from time to time as needed and are attended by the Board of Directors, Board of Commissioners, and Audit Committee. The meeting agenda discusses the implementation of audits and issues that require the attention of management and supervisory bodies.

As part of its accountability, the Internal Audit Unit compiles and submits reports containing observations, findings, conclusions, and recommendations on all

rekomendasi atas seluruh proses audit yang telah dilaksanakan, termasuk audit yang telah diselesaikan. Ringkasan hasil audit tersebut disampaikan kepada Presiden Direktur dan Dewan Komisaris.

Pada tahun 2025, Unit Audit Internal melaksanakan rapat dengan Direksi setiap semesteran atau setiap enam bulan sekali, serta rapat dengan Komite Audit secara kuartalan atau setiap tiga bulan sekali, dengan tingkat kehadiran Unit Audit Internal sebanyak 100%.

audit processes that have been carried out, including completed audits. A summary of the audit results is submitted to the President Director and the Board of Commissioners.

In 2025, the Internal Audit Unit held meetings with the Board of Directors every six months, as well as meetings with the Audit Committee on a quarterly basis, with 100% attendance by the Internal Audit Unit.

Kegiatan Unit Audit Internal Tahun 2025

Pada tahun 2025, kegiatan utama Unit Audit Internal adalah sebagai berikut:

1. Melakukan 10 audit, termasuk peninjauan proses bisnis;
2. Menindaklanjuti pelaksanaan rekomendasi audit yang disepakati; dan
3. Mendukung penyelidikan kasus pelanggaran Kode Prinsip.

Activities of the Internal Audit Unit in 2025

In 2025, the main activities of the Internal Audit Unit are as follows:

1. Conducting 10 audits, including business process reviews;
2. Following up on the implementation of agreed audit recommendations; and
3. Supporting investigations into violations of the Code.

Auditor Eksternal

External Auditor

Berdasarkan keputusan RUPST tanggal 3 Juni 2025, Perseroan menunjuk Kantor Akuntan Publik Siddharta Widjaja & Rekan, anggota jaringan KPMG, sebagai Auditor Eksternal untuk melakukan audit atas Laporan Keuangan Konsolidasian Perseroan Tahun Buku 2025. Penunjukan Auditor Eksternal tersebut dilakukan atas rekomendasi Komite Audit kepada Dewan Komisaris dan selanjutnya memperoleh persetujuan RUPS.

Based on the Resolution of the AGMS on 3 June 2025, the Company appointed Siddharta Widjaja & Rekan Public Accounting Firm, a member of the KPMG network, as the External Auditor to audit the Company's Consolidated Financial Statements for the 2025 Financial Year. The appointment of the External Auditor was made based on the recommendation of the Audit Committee to the Board of Commissioners and subsequently obtained the approval of the Annual GMS.

Komunikasi Antara Akuntan Publik dan Direksi

Selama proses audit, Akuntan Publik dan Direksi melakukan komunikasi serta koordinasi secara berkelanjutan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan audit. Hasil audit yang dilakukan oleh Akuntan Publik selanjutnya disampaikan dan dibahas dalam rapat Direksi.

Communication Between Public Accountant and the Board of Directors

During the audit process, the Public Accountant and the Board of Directors maintained ongoing communication and coordination to ensure the smooth conduct of the audit. The results of the audit conducted by the Public Accountant were subsequently presented and discussed at a Board of Directors meeting.

Akuntan Publik Public Accountant	*Signing Partner*	Periode Period
Siddharta Widjaja & Rekan (anggota jaringan KPMG) Siddharta Widjaja & Rekan ((member of KPMG network)	Kartika Singodimejo, S.E., CPA	2025
		2024
		2023
	Budi Susanto, S.E., M.B.A, CPA	2022
		2021
		2020

Biaya audit yang dibayarkan kepada Kantor Akuntan Publik Siddharta Widjaja & Rekan pada tahun 2025 adalah sebesar Rp10.198.606.084 miliar termasuk biaya untuk audit pemisahan Bisnis Es Krim, dan audit Tahun Buku 2025 (2024: Rp11,3 miliar).

The audit fees paid to the Public Accounting Firm Rp10,198,606,084 in 2025 amounted to Rp10,198,606,084 billion, including fees for the Ice Cream Business separation audit, and the 2025 Financial Year audit (2024: Rp11.3 billion).

Jasa Lain yang Diberikan

Selain melakukan audit atas laporan keuangan, pada tahun 2025 KAP Siddharta Widjaja & Rekan juga memberikan jasa prosedur AUP KPPK (Kegiatan Penerapan Prinsip Kehati-hatian) ke Bank Indonesia kepada Perseroan dengan biaya sebesar Rp73.827.000.

Other Services Rendered

In addition to auditing the financial statements, in 2025 KAP Siddharta Widjaja & Rekan also provided AUP KPPK (Prudential Principle Implementation Activities) procedure services to Bank Indonesia to the Company at a cost of Rp73,827,000.

Manajemen Risiko

Risk Management

Pendekatan Manajemen Risiko

Sistem manajemen risiko Perseroan dirancang untuk melindungi aset perusahaan serta memastikan bahwa setiap risiko yang teridentifikasi dikelola secara terukur. Profil risiko Perseroan diselaraskan dengan misi Perseroan dalam mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, dengan tetap meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan meningkatkan kontribusi sosial yang positif. Kemudian Perseroan juga mempertimbangkan kebijakan struktur modal dan hutang Perseroan yang direview secara berkala oleh Direksi dan Dewan Komisaris Perseroan.

Risk Management Approach

The Company's risk management system is designed to protect the Company's assets and ensure that every identified risk is managed in a measurable manner. The Company's risk profile is aligned with its mission to drive sustainable business growth, while minimizing negative impacts on the environment and increasing positive social contributions. The Company also takes into account its capital structure and debt policies, which are reviewed on a regular basis by the Board of Directors and the Board of Commissioners.

Tingkat risiko yang dapat diterima oleh Perseroan (*risk appetite*) didorong oleh prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Perseroan harus sejalan dengan strategi 4G, yaitu memberikan pertumbuhan (*growth*) yang konsisten, kompetitif, menguntungkan, dan bertanggung jawab;
2. Perilaku Perseroan harus selaras dengan Kode Prinsip; dan
3. Perseroan terus berupaya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional kami.

Tata Kelola Manajemen Risiko

Pengelolaan risiko Perseroan berada di bawah koordinasi Direktur Keuangan yang bertanggung jawab memastikan proses identifikasi, evaluasi, dan pemantauan risiko berjalan secara efektif. Direktur Keuangan juga memastikan bahwa langkah-langkah mitigasi yang diterapkan telah sesuai dengan tingkat risiko yang dihadapi Perseroan.

Untuk mendukung pelaksanaan fungsi tersebut, Perseroan membentuk tim manajemen risiko yang melibatkan Kepala Audit Internal, Financial Controller, Manajer Komersial, Manajer Sistem Bisnis, dan Sekretaris Perusahaan.

Tim tersebut bertugas mengawasi perancangan, pelaksanaan, dan tinjauan berkala serta memperbaharui sistem manajemen risiko Perseroan yang meliputi matriks risiko guna memastikan upaya tersebut telah secara efektif mengatasi risiko yang melekat pada lingkungan bisnis dan perkembangan bisnis.

Organisasi

Struktur organisasi Perseroan dirancang untuk memastikan akuntabilitas yang jelas atas paparan risiko utama Perseroan dalam jangka pendek, menengah dan panjang. Seiring dengan budaya risiko Perseroan, manajemen senior bertanggung jawab terhadap beberapa bidang utama risiko, sementara tim khusus dan/atau individu yang telah ditunjuk, memastikan bahwa kontrol utama telah berjalan sesuai dengan kebutuhan.

Di saat yang sama, setiap karyawan diharapkan memiliki kesadaran terhadap risiko yang melekat pada lingkup pekerjaannya, serta berperan aktif dalam mengidentifikasi, mencegah, dan memitigasi risiko tersebut. Direksi secara berkala melakukan

The Company's risk appetite is driven by the following principles:

1. The Company's growth must be in line with the 4G strategy, namely providing consistent, competitive, profitable and responsible growth;
2. The Company's conduct must be in line with the Code; and
3. The Company continues to strive to improve the efficiency and effectiveness of our operations.

Risk Management Governance

The Company's risk management is coordinated by the Finance Director, who is responsible for ensuring that the risk identification, evaluation, and monitoring processes run effectively. The Finance Director also ensures that the mitigation measures implemented are in line with the level of risk faced by the Company.

To support the implementation of these functions, the Company has formed a risk management team involving the Head of Internal Audit, Financial Controller, Commercial Manager, Business Systems Manager, and Corporate Secretary.

The team is tasked with overseeing the design, implementation, and periodic review and updating of the Company's risk management system, including the risk matrix, to ensure that these efforts effectively address the risks inherent in the business environment and business developments.

Organisation

The Company's organisational structure is designed to ensure clear accountability for the Company's main risk exposures in the short, medium and long term. In line with the Company's risk culture, senior management is responsible for several key risk areas, while specialised teams and/or designated individuals ensure that key controls are functioning as required.

At the same time, every employee is expected to be aware of the risks inherent in their scope of work and to play an active role in identifying, preventing and mitigating these risks. The Board of Directors periodically reviews the Company's risk profile, taking

peninjauan atas profil risiko Perseroan dengan mempertimbangkan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola, guna memastikan kecukupan pengendalian dalam mengelola risiko-risiko utama secara efektif.

into account environmental, social and governance aspects, to ensure that controls are adequate to effectively manage key risks.

Proses

Agar risiko dapat terkelola dengan baik, kegiatan usaha Perseroan dilaksanakan melalui proses yang mencakup strategi, perencanaan, pelaksanaan, dan manajemen kinerja, dengan penerapan manajemen risiko pada setiap tahapan. Seluruh proses tersebut distandarisasi dan didokumentasikan dalam Standar Operasional Prosedur (SOP).

Process

In order to manage risks properly, the Company's business activities are carried out through a process that includes strategy, planning, implementation, and performance management, with the application of risk management at every stage. The entire process is standardised and documented in Standard Operating Procedures (SOPs).

Kode Prinsip

Kegiatan usaha Perseroan dijalankan dengan berpedoman pada Kode Prinsip Bisnis dan Kebijakan Kode Prinsip (keduanya disebut sebagai "Kode Prinsip"). Manajemen senior bertanggung jawab memastikan penerapan Kode Prinsip di lini organisasi yang dibawahinya, dengan didukung oleh staf dan Komite Integritas Bisnis dalam pemantauan pelaksanaannya.

Perseroan telah menjabarkan dan menerapkan kontrol untuk tiap risiko, termasuk menentukan para pihak yang bertanggung jawab dalam pengelolaan risiko tersebut. Deklarasi Kode Prinsip tahunan atau Pernyataan Integritas, memberikan penegasan mengenai kepatuhan karyawan dan manajemen pada Kode Prinsip. Jaminan lebih lanjut diberikan oleh Unit Audit Internal yang bertugas memberikan tinjauan yang objektif dan independen atas efektivitas manajemen risiko dan sistem pengendalian internal di seluruh Perseroan.

Code

The Company's business activities are carried out in accordance with a Code of Business Principles and Code Policies (both referred to as the "Code"). Senior management is responsible for ensuring the implementation of the Code within their respective organisational lines, with the support of staff and the Business Integrity Committee in monitoring their implementation.

The Company has outlined and implemented controls for each risk, including determining the parties responsible for managing those risks. The annual Code Declaration or Integrity Statement provides confirmation of employee and management compliance with the Code. Further assurance is provided by the Internal Audit Unit, which is tasked with providing an objective and independent review of the effectiveness of risk management and internal control systems throughout the Company.

Risiko Utama dan Mitigasi

Key Risks and Mitigation

Risiko Risks	**Penjelasan** Explanation	**Tinjauan dan Mitigasi Risiko** Risk Review and Mitigations
Treasury	Perubahan nilai mata uang dapat berfluktuasi secara tajam dan berdampak signifikan pada kinerja bisnis. Nilai tukar yang tidak stabil juga dapat mengakibatkan fluktuasi harga bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi produk- produk kami. Currency fluctuations can be sharp and have a significant impact on business performance. Unstable exchange rates can also cause fluctuations in the prices of raw materials needed to manufacture our products.	Eksposur terhadap mata uang dikelola dalam batas yang ditentukan dan dengan menggunakan kontrak valuta berjangka. Selain itu, Perseroan juga melakukan lindung nilai beberapa eksposur dengan menggunakan pinjaman mata uang asing atau kontrak berjangka. Currency exposure is managed within specified limits and through the use of forward currency contracts. In addition, the Company also hedges some exposures using foreign currency loans or forward contracts.

Risiko Risks	**Penjelasan** Explanation	**Tinjauan dan Mitigasi Risiko** Risk Review and Mitigations
Preferensi Merek Brand Preference	Selera dan perilaku konsumen senantiasa berubah. Perseroan harus mampu mengantisipasi dan menyikapi perubahan ini dengan terus membuat merek dan produk yang unik dan berbeda dari yang lain. Perseroan mengandalkan kemampuan dalam menciptakan produk-produk yang inovatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Consumer tastes and behaviour are constantly changing. The Company must be able to anticipate and respond to these changes by continuing to create brands and products that are unique and different from others. The Company relies on its ability to create innovative products to meet consumer needs.	Perseroan terus memantau tren pasar eksternal dan mengumpulkan masukan dari para konsumen, pelanggan dan pembelanja untuk mengembangkan kategori dan strategi merek yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Divisi Riset dan Pengembangan secara aktif mencari cara untuk mewujudkan pilihan dan selera konsumen menjadi teknologi baru untuk menciptakan produk- produk baru di masa mendatang. The Company continuously monitors external market trends and collects feedback from consumers, customers and shoppers to develop brand categories and strategies that meet consumer needs. The Research and Development Division actively seeks ways to translate consumer choices and tastes into new technologies to create new products in the future.
Ekonomi Eksternal External Economy	Kondisi ekonomi yang terus berubah dapat mengakibatkan menurunnya permintaan konsumen atas produk Perseroan, yang dapat memengaruhi satu atau lebih negara di dalam satu kawasan, atau bahkan secara global. Langkah pemerintah, seperti stimulus fiskal, perubahan perpajakan, dan kontrol harga dapat memengaruhi pertumbuhan dan profitabilitas operasional dalam negeri. Changing economic conditions can result in a decline in consumer demand for the Company's products, which can affect one or more countries within a region, or even globally. Government measures, such as fiscal stimulus, tax changes and price controls, can affect domestic growth and operating profitability.	Beragamnya portofolio Perseroan dan model bisnis yang fleksibel membantu Perseroan untuk menyesuaikan portofolio dan cepat merespons dengan menciptakan inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan pelanggan yang berubah saat ekonomi melemah. The Company's diverse portfolio and flexible business model help it to adjust its portfolio and respond quickly by creating new innovations to meet the changing needs of consumers and customers when the economy weakens.
Aspek Hukum dan Peraturan Legal and Regulatory Aspects	Perseroan patuh terhadap hukum dan peraturan daerah, regional, dan global yang berlaku di berbagai bidang seperti keamanan produk, klaim produk, merek dagang, hak cipta, paten, persaingan, kesehatan dan keselamatan kerja tenaga kerja, lingkungan, tata kelola perusahaan, keterbukaan informasi, ketenagakerjaan, serta pajak. The Company complies with applicable local, regional and global laws and regulations in various areas such as product safety, product claims, trademarks, copyrights, patents, competition, occupational health and safety, the environment, corporate governance, information disclosure, employment and taxation.	Perseroan berkomitmen untuk mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Pada bidang-bidang tertentu, tim yang relevan di tingkat global, regional atau daerah bertanggung jawab untuk menetapkan standar terperinci dan memastikan bahwa semua karyawan memahami dan mematuhi peraturan dan undang-undang yang spesifik dan relevan dengan peran mereka. Tenaga ahli Perseroan di bidang hukum dan peraturan sangat terlibat dalam memantau dan meninjau praktik bisnis Perseroan untuk memberikan keyakinan yang memadai bahwa bisnis Perseroan telah sejalan dengan seluruh peraturan dan kewajiban hukum terkait. The Company is committed to complying with the laws and regulations applicable in Indonesia. In certain areas, relevant teams at the global, regional or local level are responsible for setting detailed standards and ensuring that all employees understand and comply with the specific laws and regulations relevant to their roles. The Company's legal and regulatory experts are heavily involved in monitoring and reviewing the Company's business practices to provide reasonable assurance that the Company's business is in line with all relevant regulations and legal obligations.

Risiko Risks	Penjelasan Explanation	Tinjauan dan Mitigasi Risiko Risk Review and Mitigations
Hubungan Industrial Industrial Relations	Dengan peraturan ketenagakerjaan yang terus berubah, Perseroan wajib menjalin hubungan yang baik dengan para karyawan dan serikat pekerja. Gangguan terhadap hubungan industrial dapat memengaruhi kegiatan operasional, biaya, dan reputasi Perseroan. With labour regulations constantly changing, the Company is obliged to maintain good relations with its employees and labour unions. Disruptions to industrial relations can affect the Company's operations, costs and reputation.	Untuk mengurangi risiko ini, Perseroan senantiasa memantau perubahan peraturan ketenagakerjaan dan menjalin komunikasi yang baik dengan serikat pekerja. Perseroan menerapkan diskusi secara rutin untuk lebih memahami setiap kepentingan dan menjaga keharmonisan di antara para pemangku kepentingan industri. To mitigate this risk, the Company constantly monitors changes in labour regulations and maintains good communication with labour unions. The Company conducts regular discussions to better understand the interests of each stakeholder and maintain harmony among them.
Talenta dan Karyawan Talent and Employees	Kemampuan Perseroan untuk dapat menarik, mengembangkan, dan mempertahankan orang-orang yang berkualitas dalam jumlah yang tepat untuk dapat bersaing dan berkembang secara efektif. Di negara berkembang, terdapat persaingan yang ketat untuk mendapatkan talenta-talenta berbakat yang jumlahnya terbatas. Hilangnya personel pada posisi manajemen atau posisi inti lainnya, atau ketidakmampuan untuk mengidentifikasi, menarik atau mempertahankan karyawan yang berkualitas, akan mempersulit pengelolaan bisnis serta memengaruhi kegiatan operasional dan keuangan. The Company's ability to attract, develop, and retain the right number of qualified people to compete and grow effectively. In developing countries, there is fierce competition to obtain a limited number of talented individuals. The loss of personnel in management or other key positions, or the inability to identify, attract or retain qualified employees, will complicate business management and affect operational and financial activities.	Perseroan telah membentuk divisi Sumber Daya Manusia. Divisi ini memiliki tanggung jawab untuk mengidentifikasi jenis-jenis keterampilan dan kemampuan yang diperlukan di masa mendatang, mengembangkan jalur karier dan mengidentifikasi talenta utama dan calon pemimpin di masa depan. Perseroan memiliki proses pengembangan manajemen terpadu yang meliputi penilaian kinerja rutin yang didukung oleh seperangkat perilaku kepemimpinan, keterampilan dan kompetensi. Selain itu, Perseroan juga telah menerapkan program yang ditargetkan untuk menarik dan mempertahankan talenta terbaik. The Company has established a Human Resources division. This division is responsible for identifying the types of skills and abilities that will be needed in the future, developing career paths and identifying key talents and future leaders. The Company has an integrated management development process that includes regular performance appraisals supported by a set of leadership behaviours, skills and competencies. In addition, the Company has also implemented targeted programmes to attract and retain the best talent.

Risiko Risks	**Penjelasan** Explanation	**Tinjauan dan Mitigasi Risiko** Risk Review and Mitigations
Sistem dan Informasi Systems and Information	Perseroan memiliki banyak sekali interaksi secara elektronik dengan para pelanggan, pemasok, dan konsumen, yang semakin mengutamakan kebutuhan akan sistem dan infrastruktur Teknologi Informasi (TI) yang aman dan dapat diandalkan. Gangguan dalam sistem TI dapat menghambat kegiatan operasional bisnis dengan berbagai cara, termasuk menghambat penjualan, produksi, dan siklus arus kas. Memastikan pembatasan akses ke informasi rahasia mengingat adanya risiko peretasan serta pemisahan tugas juga ada dalam prioritas utama kami. The Company has numerous electronic interactions with customers, suppliers and consumers, which increasingly emphasise the need for secure and reliable information technology (IT) systems and infrastructure. Disruptions in IT systems can hamper business operations in various ways, including hindering sales, production and cash flow cycles. Ensuring restricted access to confidential information, given the risk of hacking, and segregation of duties are also among our top priorities.	Perseroan menggunakan sistem global untuk mengontrol dan melaporkan akses ke sistem TI yang vital. Sistem ini didukung oleh program pengujian kontrol akses yang dilaksanakan setiap tahun. Perseroan memiliki kebijakan yang meliputi perlindungan terhadap bisnis maupun informasi pribadi, serta kebijakan penggunaan sistem TI dan aplikasi oleh karyawan. Tim IT melakukan pengujian secara berkala terhadap kesadaran para pengguna terhadap penipuan melalui *e-mail* guna meningkatkan kesadaran akan keamanan dunia maya. Perseroan mengikuti standarisasi global dari Unilever mengenai cara pemuatan informasi di situs publik dan memiliki sistem untuk memantau kepatuhan terhadap kebijakan dan hukum serta peraturan mengenai privasi yang berlaku. Untuk memelihara sistem secara *real time*, Perseroan mempertahankan dua tautan jaringan, yaitu tautan primer dan sekunder. Perseroan memelihara sebuah pusat data/server di lokasi yang berbeda dan memiliki DRP (*Disaster Recovery Plan*) untuk setiap risiko utama. The Company uses a global system to control and report access to vital IT systems. This system is supported by an access control testing programme that is conducted annually. The Company has policies covering the protection of business and personal information, as well as policies on the use of IT systems and applications by employees. The IT team conducts regular tests on user awareness of email fraud to increase awareness of cyber security. The Company follows Unilever's global standards on how to upload information on public websites and has a system to monitor compliance with applicable policies, laws and regulations regarding privacy. To maintain the system in real time, the Company maintains two network links, namely a primary and secondary link. The Company maintains a data centre/server in a different location and has a DRP (Disaster Recovery Plan) for each major risk.

Risiko Risks	Penjelasan Explanation	Tinjauan dan Mitigasi Risiko Risk Review and Mitigations
Produk yang Aman dan Berkualitas Tinggi Safe and High-Quality Products	Proses produksi Perseroan bertujuan untuk memitigasi dan mencegah risiko bahan baku terkontaminasi secara tidak sengaja ataupun terkontaminasi oleh bahan berbahaya, atau cacat produk lainnya. Risiko ini dapat disebabkan oleh kesalahan manusia, kegagalan peralatan ataupun faktor lainnya. The Company's production process aims to mitigate and prevent the risk of raw materials being accidentally contaminated or contaminated by hazardous materials, or other product defects. These risks can be caused by human error, equipment failure or other factors.	Perseroan memiliki proses dan kontrol kualitas produk yang komprehensif dari hulu sampai hilir, mulai desain produk sampai produk tersebut berada di rak toko. Tim Perseroan akan memverifikasi proses dan kontrol tersebut setiap tahun, dan secara teratur memantau melalui indikator kinerja yang mendorong kegiatan perbaikan terus-menerus. Pemasok utama Perseroan telah memiliki sertifikat secara eksternal, dengan standar kualitas bahan baku yang tinggi. Jika terjadi insiden yang berkaitan dengan keselamatan konsumen atau kualitas produk, Perseroan akan menggerakkan tim manajemen insiden di bawah arahan orang-orang yang berkompeten dalam hal kualitas produk, ilmu pengetahuan dan komunikasi, untuk memastikan adanya tindakan yang tepat dan efektif. The Company has comprehensive product quality processes and controls from upstream to downstream, starting from product design to when the product is on store shelves. The Company's team will verify these processes and controls annually and regularly monitor them through performance indicators that encourage continuous improvement activities. The Company's main suppliers are externally certified, with high raw material quality standards. In the event of an incident related to consumer safety or product quality, the Company will mobilise an incident management team under the direction of individuals competent in product quality, science and communication to ensure appropriate and effective action is taken.
Rantai Pasokan Supply Chain	Pembelian bahan, proses produksi yang efisien, dan distribusi produk sesegera mungkin kepada pelanggan merupakan elemen penting dari bisnis Perseroan. Terdapat risiko bahwa rantai pasokan Perseroan dapat terpapar oleh kondisi lingkungan yang buruk, kecelakaan saat produksi, dan gangguan fisik lainnya yang dapat memengaruhi kemampuan Perseroan untuk mengirimkan produk kepada pelanggan. The purchase of materials, efficient production processes, and the prompt distribution of products to customers are important elements of the Company's business. There is a risk that the Company's supply chain may be exposed to adverse environmental conditions, production accidents, and other physical disruptions that could affect the Company's ability to deliver products to customers.	Rencana darurat Perseroan dirancang untuk memungkinkannya pengamanan pasokan alternatif bahan baku utama dan menggunakan bahan pengganti dalam formulasi produk dan resep. Rencana ini juga menjamin bahwa Perseroan memiliki fleksibilitas untuk memindahkan atau berbagi produksi antar pabrik. Perseroan telah memiliki kebijakan dan prosedur untuk memastikan kesehatan dan keselamatan karyawan serta produk-produk dalam fasilitas Perseroan. Selain itu, terdapat pula rencana kesinambungan bisnis dan rencana pemulihan bencana dalam menanggulangi insiden besar. The Company's contingency plan is designed to enable it to secure alternative supplies of key raw materials and use substitute materials in product formulations and recipes. This plan also ensures that the Company has the flexibility to transfer or share production between factories. The Company has policies and procedures in place to ensure the health and safety of employees and products in the Company's facilities. In addition, there are also business continuity plans and disaster recovery plans in place to deal with major incidents.

Risiko Risks	**Penjelasan** Explanation	**Tinjauan dan Mitigasi Risiko** Risk Review and Mitigations
Manajemen Portofolio Portfolio Management	Pertumbuhan berkelanjutan dan profitabilitas dari bisnis Perseroan bergantung pada kekuatan dan pengembangan yang terus-menerus dari jenis kategori, geografi, dan alur portofolio. Jika Perseroan tidak membuat investasi strategis yang sehat, maka Perseroan dapat kehilangan kesempatan untuk memperoleh pertumbuhan marjin secara berkesinambungan. The sustainable growth and profitability of the Company's business depend on the strength and continuous development of its portfolio categories, geographies and streams. If the Company does not make sound strategic investments, it may miss opportunities for sustainable margin growth.	Strategi dan rencana bisnis Perseroan dirancang untuk memastikan bahwa sumber daya Perseroan difokuskan pada bidang yang memiliki dampak yang optimal, yaitu kategori dan pasar yang memiliki potensi jangka panjang terbesar bagi bisnis Perseroan. Kegiatan akuisisi ditentukan oleh strategi portofolio Perseroan dan bergantung pada proses evaluasi yang jelas serta ditetapkan dengan baik. The Company's business strategies and plans are designed to ensure that its resources are focused on areas with optimal impact, namely the categories and markets with the greatest long-term potential for the Company's business. Acquisition activities are determined by the Company's portfolio strategy and depend on a clear and well-defined evaluation process.
Hubungan dengan Pelanggan Customer Relations	Hubungan yang baik dengan pelanggan merupakan hal yang penting bagi pertumbuhan bisnis perusahaan secara berkesinambungan. Mempertahankan hubungan baik dengan para pelanggan setia dan membangun hubungan dengan pelanggan baru sehubungan dengan perubahan kebiasaan berbelanja konsumen merupakan hal yang penting untuk memastikan bahwa merek-merek Perseroan dipresentasikan secara menarik di mata konsumen dan tersedia untuk dibeli setiap saat. Kualitas hubungan yang baik dengan para pelanggan juga menentukan kemampuan Perseroan dalam mengamankan harga dan membuat perjanjian kerja sama yang menguntungkan. Kegagalan untuk mempertahankan hubungan yang kuat dengan pelanggan dapat berdampak negatif terhadap perjanjian kerja sama Perseroan dengan pelanggan yang bersangkutan, sehingga dapat mengurangi ketersediaan produk terhadap konsumen. Good customer relations are important for the Company's sustainable business growth. Maintaining good relations with loyal customers and building relationships with new customers in line with changes in consumer shopping habits are important to ensure that the Company's brands are presented attractively to consumers and are available for purchase at all times. The quality of good relationships with customers also determines the Company's ability to secure prices and enter into favourable cooperation agreements. Failure to maintain strong relationships with customers can have a negative impact on the Company's cooperation agreements with the customers concerned, thereby reducing product availability to consumers.	• Perseroan membangun dan mempertahankan hubungan bisnis di berbagai saluran penjualan, mulai dari pelanggan multinasional yang dikelola secara terpusat hingga pedagang kecil yang dijangkau melalui distributor. • Perseroan mengidentifikasi perubahan kebiasaan konsumen dan membina hubungan dengan pelanggan baru, seperti dengan saluran *e-commerce*. • Perseroan mengembangkan rencana bisnis bersama dengan para pelanggan utama yang mencakup rincian rencana investasi serta tujuan dari layanan pelanggan. Perseroan juga memantau kemajuan kerja sama ini secara teratur. • Perseroan mengembangkan kapabilitas untuk penjualan kepada pelanggan dan desain outlet yang memunculkan cara-cara baru guna meningkatkan kinerja pelanggan dan hubungan dengan para pelanggan. • Perseroan berinvestasi di bidang teknologi untuk mengoptimalkan proses pemesanan dan proses manajemen stok untuk pelanggan perdagangan distributif. • The Company builds and maintains business relationships across various sales channels, ranging from centrally managed multinational customers to small retailers reached through distributors. • The Company identifies changes in consumer habits and fosters relationships with new customers, such as through e-commerce channels. • The Company develops joint business plans with key customers that include details of investment plans and customer service objectives. The Company also regularly monitors the progress of these partnerships. • The Company develops capabilities for sales to customers and outlet design that bring about new ways to improve customer performance and relationships with customers. • The Company invests in technology to optimise the ordering process and stock management process for distributive trade customers.

Tinjauan Efektivitas Sistem Manajemen Risiko

Setiap tahun Perseroan melakukan evaluasi atas pengelolaan risiko, mulai dari tingkat fungsi, satuan kerja hingga manajemen tertinggi. Evaluasi tersebut juga dibahas dalam rapat antara Dewan Komisaris dan Direksi sebagai wujud komitmen manajemen tingkat atas terhadap penerapan manajemen risiko di seluruh aktivitas bisnis Perseroan. Proses pengawasan Dewan Komisaris akan manajemen risiko didukung oleh Komite Audit.

Secara berkala, Direksi akan melakukan penilaian menyeluruh atas sistem manajemen risiko, yang mencakup identifikasi risiko utama yang berpotensi menimbulkan dampak material, penetapan tingkat risiko yang dapat diterima dalam pencapaian tujuan strategis, serta penilaian atas kecukupan dan efektivitas pengendalian internal dan langkah-langkah mitigasi risiko yang telah diterapkan.

Prosedur untuk menilai sistem manajemen risiko antara lain:

- Mengidentifikasi/menetapkan risiko utama yang dihadapi oleh bisnis;
- Menetapkan kontrol utama yang harus dijalankan untuk memastikan bahwa risiko bisnis utama telah dikelola secara efektif, termasuk untuk menjaga reputasi Perseroan;
- Mengidentifikasi tim/individu yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa kontrol utama berjalan sesuai kebutuhan; dan
- Memberikan sarana yang bermanfaat dan sistematis yang mencerminkan risiko bisnis utama dan kontrol utama, serta menilai apakah risiko tersebut tetap relevan, efektif, dan efisien.

Pada tahun 2025, Dewan Komisaris melalui Komite Audit telah meninjau penilaian risiko dan pengendalian internal yang dilakukan oleh Direksi, serta mengevaluasi efektivitas tindakan perbaikan yang diambil. Dewan Komisaris juga mempertimbangkan bahwa penilaian tersebut telah dilakukan secara rasional.

Review of the Effectiveness of the Risk Management System

Each year, the Company conducts an evaluation of risk management, starting from the functional level, work units to the highest management. The evaluation is also discussed in meetings between the Board of Commissioners and the Board of Directors as a form of top management's commitment to the implementation of risk management in all of the Company's business activities. The Board of Commissioners' supervision process of risk management is supported by the Audit Committee.

Periodically, the Board of Directors will conduct a comprehensive assessment of the risk management system, which includes identifying key risks that could have a material impact, determining the level of risk that is acceptable in achieving strategic objectives, and assessing the adequacy and effectiveness of internal controls and risk mitigation measures that have been implemented.

Procedures for assessing the risk management system include:

- Identify/determine the main risks faced by the business;
- Establishing key controls that must be implemented to ensure that key business risks are managed effectively, including maintaining the Company's reputation;
- Identifying the team/individuals responsible for ensuring that key controls are functioning as required; and
- Providing useful and systematic tools that reflect key business risks and key controls, and assessing whether these risks remain relevant, effective, and efficient.

In 2025, the Board of Commissioners, through the Audit Committee, reviewed the risk assessment and internal controls carried out by the Board of Directors and evaluated the effectiveness of the corrective actions taken. The Board of Commissioners also considered that the assessment had been carried out rationally.

Pernyataan Direksi dan Dewan Komisaris atas Kecukupan Sistem Manajemen Risiko

Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit bertanggung jawab melakukan pengawasan penerapan manajemen risiko secara umum, termasuk meninjau kebijakan yang diterapkan oleh Direksi terkait pengelolaan risiko tersebut.

Dewan Komisaris dan Direksi menyatakan bahwa manajemen risiko Perseroan di sepanjang tahun 2025 telah berjalan dengan baik, dilihat dari pengelolaan risiko utama bisnis yang dilakukan secara efektif serta reputasi Perseroan yang terus terjaga.

Secara reguler, Direksi dan Dewan Komisaris juga mengadakan rapat bersama untuk meninjau dan mengevaluasi struktur modal dan pinjaman yang dilakukan Perseroan untuk menjalankan kegiatan operasional Perseroan. Pembahasan struktur modal dan pinjaman tersebut juga mempertimbangkan selera risiko Perseroan, sesuai dengan koridor manajemen risiko yang ditetapkan oleh Perseroan dan peraturan yang berlaku.

Statement of the Board of Directors and Board of Commissioners on the Adequacy of the Risk Management System

The Board of Commissioners, assisted by the Audit Committee, is responsible for overseeing the implementation of risk management in general, including reviewing the policies implemented by the Board of Directors related to risk management.

The Board of Commissioners and the Board of Directors declare that the Company's risk management throughout 2025 has been running well, as seen from the effective management of key business risks and the Company's reputation, which has been maintained.

The Board of Directors and Board of Commissioners also hold regular joint meetings to review and evaluate the Company's capital and loan structure for carrying out its operational activities. Discussions on the capital and loan structure also take into account the Company's risk appetite, in accordance with the risk management corridor established by the Company and applicable regulations.

Pengendalian Internal

Internal Control

Perseroan menerapkan kerangka pengendalian internal yang bertujuan untuk memastikan perlindungan aset Perseroan, serta identifikasi dan pengelolaan risiko usaha secara efektif. Penerapan pengendalian internal tersebut dilandasi oleh Kode Prinsip yang mengatur standar integritas dan perilaku profesional dalam seluruh aktivitas operasional Perseroan.

The Company implements an internal control framework aimed at ensuring the protection of the Company's assets, as well as the effective identification and management of business risks. The implementation of internal controls is based on Code that regulate standards of integrity and professional conduct in all of the Company's operational activities.

Sistem Pengendalian Internal atas Pelaporan Keuangan dan Keselarasannya dengan Kerangka Kerja COSO

Perseroan telah berkomitmen untuk mematuhi kerangka kerja dan praktik pengendalian keuangan yang diakui secara global berdasarkan Pasal 404 Sarbanes-Oxley Act (SOX). Untuk memenuhi

Internal Control System for Financial Reporting and its Alignment with the COSO Framework

The Company is committed to complying with globally recognised financial control frameworks and practices based on Section 404 of the Sarbanes-Oxley Act (SOX). To meet compliance requirements,

persyaratan kepatuhan, sistem pengendalian internal bergantung pada penilaian independen tahunan berdasarkan *Continuous Assurance Model* (CAM).

Proses CAM mengharuskan manajemen untuk melakukan penilaian formal setiap tahun mengenai efektivitas struktur pengendalian dengan melakukan uji coba pada desain dan efektivitas operasional pengendalian guna memahami apakah sistem pengendalian tersebut telah mengantisipasi risiko dalam semua aspek yang penting. Kekurangan yang ditemukan harus diungkapkan dalam Laporan Tahunan. Selain itu, auditor eksternal yang terdaftar juga harus membuat laporan atestasi yang memverifikasi penilaian manajemen terhadap keefektifan struktur pengendalian tersebut.

Pada tahun 2025, pengendalian internal Perseroan telah sepenuhnya memenuhi persyaratan CAM. Sejak tahun 2013, Perseroan juga telah menerapkan kerangka kerja *Zero Based Control* (ZBC), sebagai dasar untuk pengendalian dampak lingkungan. Kerangka ZBC adalah kerangka kerja pengendalian global terpadu yang tunduk pada penilaian SOX tahunan yang dilakukan oleh pihak independen.

Dengan menggunakan kerangka kerja ZBC, Perseroan dapat menyederhanakan dan mengotomatisasi pengendalian dan pelaporan, mengurangi tindakan manual dan memastikan terciptanya transaksi yang berkualitas tinggi mulai dari sumbernya. Hal ini memperkuat kedisiplinan dan keamanan dari sistem pengendalian internal Perseroan.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, Perseroan menyatakan bahwa kerangka kerja pengendalian internal Perseroan sepenuhnya sesuai dengan Kerangka Kerja Internal Kontrol-Terpadu yang dikembangkan oleh *Committee of Sponsoring Organization of The Treadway Commission* (COSO), dan telah menggabungkan 17 prinsip kerangka kerja COSO. Penilaian manajemen mengenai kecukupan sistem manajemen risiko dinilai cukup memadai dan telah dikomunikasikan oleh Direksi kepada Dewan Komisaris serta Komite Audit.

Efektivitas Pengendalian Internal atas Pelaporan Keuangan

Manajemen menilai bahwa pengendalian internal Perseroan atas Laporan Keuangan Perseroan, baik interim maupun tahunan, telah berjalan secara memadai dan efektif. Laporan Keuangan Tahun Buku 2025 Perseroan telah dipersiapkan dengan

the internal control system relies on an annual independent assessment based on the Continuous Assurance Model (CAM).

The CAM process requires management to conduct a formal assessment each year of the effectiveness of the control structure by testing the design and operational effectiveness of controls to understand whether the control system has anticipated risks in all significant aspects. Any deficiencies found must be disclosed in the Annual Report. In addition, a registered external auditor must also prepare an attestation report verifying management's assessment of the effectiveness of the control structure.

In 2025, the Company's internal controls fully complied with CAM requirements. Since 2013, the Company has also implemented a Zero Based Control (ZBC) framework as the basis for environmental impact control. The ZBC framework is an integrated global control framework subject to an annual SOX assessment conducted by an independent party.

By using the ZBC framework, the Company can simplify and automate controls and reporting, reduce manual actions and ensure high-quality transactions from the source. This strengthens the discipline and security of the Company's internal control system.

Based on the above, the Company declares that its internal control framework is fully compliant with the Integrated Internal Control Framework developed by the Committee of Sponsoring Organisations of The Treadway Commission (COSO) and incorporates the 17 principles of the COSO framework. Management's assessment of the adequacy of the risk management system is considered sufficient and has been communicated by the Board of Directors to the Board of Commissioners and the Audit Committee.

Effectiveness of Internal Control over Financial Reporting

Management assesses that the Company's internal controls over its financial statements, both interim and annual, have been adequate and effective. The Company's 2025 Financial Statements have been prepared in accordance with the latest

menyesuaikan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) terkini dan diaudit oleh KAP Siddharta Widjaja & Rekan dengan opini wajar tanpa pengecualian.

Efektivitas Pengendalian Internal atas Kegiatan Operasional

Kerangka kerja pengendalian internal Perseroan yang komprehensif terintegrasi di seluruh fungsi dan proses yang meliputi lima proses utama: *Procure to Pay* (P2P), *Order to Cash* (O2C), *Make to Deliver* (M2D), *Record to Report* (R2R) dan *Master Data* (MD). Perseroan terus menguji dan mengembangkan kerangka kerja ini.

Pada tahun 2025, Perseroan melanjutkan fokus untuk mengevaluasi efektivitas kontrol dalam *Order to Cash* (OTC), *Make to Deliver* (MTD), kontrol akses, dan MD, mulai dari penerimaan bahan baku di gudang dan pengolahan di pabrik, pengiriman dan area logistik hingga pemesanan dan penerimaan kas penjualan.

Ruang lingkup evaluasi ini juga mencakup semua fasilitas, *transporter*, dan lokasi gudang. Proyek kerangka kerja kontrol tersebut tidak hanya meninjau dan mendesain ulang faktor-faktor kontrol yang paling mendasar seperti ketersediaan SOP, pemisahan tugas, serta jadwal pihak berwenang, namun juga bertujuan untuk menyederhanakan dan menstandardisasi desain kontrol di berbagai lokasi serta Proses Jaminan Kontrol.

Jaminan Kontrol adalah mekanisme peninjauan/pemantauan yang dirancang untuk memastikan implementasi kontrol yang tepat, yaitu bahwa aktivitas kontrol ditinjau dan dipantau melalui berbagai lapisan organisasi, dari tingkat pengawasan hingga tingkat manajerial dan manajemen senior.

Perseroan juga telah mengambil langkah untuk memperkuat proses Manajemen Risiko dan Audit Internal dengan menetapkan kembali peran dan tanggung jawab serta menyelaraskan proses-proses utama dengan standar global, khususnya untuk *Procure-to-Pay* (PTP) dan *Bill-to Cash* (BTC).

Financial Accounting Standards (PSAK) and audited by KAP Siddharta Widjaja & Rekan with an unqualified opinion.

Effectiveness of Internal Controls over Operational Activities

The Company's comprehensive internal control framework is integrated across all functions and processes, covering five main processes: Procure to Pay (P2P), Order to Cash (O2C), Make to Deliver (M2D), Record to Report (R2R) and Master Data (MD). The Company continues to test and develop this framework.

In 2025, the Company will continue to focus on evaluating the effectiveness of controls in Order to Cash (OTC), Make to Deliver (MTD), access controls, and MD, starting from the receipt of raw materials in the warehouse and processing in the factory, shipping and logistics areas to ordering and receipt of sales cash.

The scope of this evaluation also covers all facilities, transporters, and warehouse locations. The control framework project not only reviews and redesigns the most fundamental control factors, such as the availability of SOPs, segregation of duties, and schedules of authorised parties, but also aims to simplify and standardise control designs across various locations and Control Assurance Processes.

Control Assurance is a review/monitoring mechanism designed to ensure proper control implementation, meaning that control activities are reviewed and monitored through various layers of the organisation, from the supervisory level to the managerial and senior management levels.

The Company has also taken steps to strengthen its Risk Management and Internal Audit processes by redefining roles and responsibilities and aligning key processes with global standards, particularly for Procure-to-Pay (PTP) and Bill-to-Cash (BTC).

Efektivitas Pengendalian Internal atas Kepatuhan terhadap Peraturan

Kecukupan dan efektivitas sistem pengendalian internal dan kepatuhan dievaluasi menggunakan dua tingkat evaluasi yang ketat sebagai berikut:

a. Proses Jaminan Manajemen Tingkat pertama dilakukan melalui manajemen lini dan proses jaminan manajemen senior. Dengan menggunakan pendekatan penilaian secara mandiri, manajemen bertemu secara teratur untuk meninjau KPI dan aplikasi pelaporan sebagai cara untuk memantau kepatuhan terhadap kontrol yang disepakati. Jika terdapat kekurangan kontrol, manajemen lini mengambil tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan dan meningkatkan proses bisnis.

b. Proses Penjaminan Kembali Evaluasi tahap selanjutnya adalah proses penjaminan kembali yang dilakukan sebagai bagian dari audit internal, *global corporate audit*, dan audit eksternal. Tinjauan ini memberikan jaminan yang independen atas efektivitas pengendalian internal di seluruh proses bisnis utama dalam Perseroan.

Pada tahun 2025, Perseroan diaudit oleh auditor eksternal dan audit internal pada sejumlah proses utama.

Effectiveness of Internal Controls over Regulatory Compliance

The adequacy and effectiveness of the internal control and compliance systems are evaluated using two strict levels of evaluation as follows:

a. Management Assurance Process The first level is carried out through line management and senior management assurance processes. Using a self-assessment approach, management meets regularly to review KPIs and reporting applications as a means of monitoring compliance with agreed controls. If there are control deficiencies, line management takes the necessary actions to resolve and improve business processes.

b. Reassurance Process The next stage of evaluation is a reassurance process conducted as part of internal audits, global corporate audits, and external audits. This review provides independent assurance on the effectiveness of internal controls across all major business processes within the Company.

In 2025, the Company was audited by external auditors and internal auditors on a number of key processes.

Pernyataan Direksi dan Dewan Komisaris atas Kecukupan Sistem Pengendalian Internal

Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit bertanggung jawab untuk mengawasi efektivitas pengendalian internal, termasuk kebijakan Direksi dalam penerapan pengendalian internal tersebut.

Dewan Komisaris dan Direksi menyatakan bahwa sepanjang tahun 2025 pengendalian internal Perseroan telah berjalan dengan baik, yang tercermin dari operasional yang efisien, penyajian Laporan Keuangan yang andal, kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku, serta pengelolaan aset perusahaan yang terlindungi secara optimal.

Statement of the Board of Directors and Board of Commissioners on the Adequacy of the Internal Control System

The Board of Commissioners, assisted by the Audit Committee, is responsible for overseeing the effectiveness of internal controls, including the Board of Directors' policies in implementing these internal controls.

The Board of Commissioners and the Board of Directors declare that throughout 2025, the Company's internal controls have been functioning well, as reflected in efficient operations, reliable presentation of financial statements, compliance with applicable regulations, and optimal protection of company assets.

Asuransi Aset Perusahaan

Company Asset Insurance

Perseroan memitigasi risiko terkait aset operasional melalui asuransi. Seluruh aset tetap, seperti bangunan, mesin, dan proyek yang sedang dalam proses pembangunan, telah diasuransikan untuk memberikan perlindungan yang optimal.

Aset-aset ini tersebar di berbagai lokasi, termasuk pabrik Perseroan di Cikarang dan Rungkut, kantor pusat, serta depo-depo yang berada di seluruh wilayah Indonesia.

Pada tahun 2025, Perseroan memiliki polis asuransi sebagai berikut:

1. Polis Asuransi *Property All Risks*
   Polis ini memberikan perlindungan terhadap potensi kerugian aset operasional dan gangguan bisnis.
2. Polis Asuransi *Marine Cargo*
   Polis ini melindungi dari risiko potensi kehilangan persediaan barang saat barang dalam perjalanan.
3. Polis Asuransi Jaminan Produk
   Polis ini memberikan perlindungan terhadap risiko terkait dengan produk, seperti risiko penarikan produk dari peredaran.
4. Asuransi Direktur dan Staf
   Asuransi ini memberikan perlindungan kepada para Direktur dan Staf perusahaan berkenaan dengan kemungkinan terkena gugatan hukum selama mereka bekerja di Perseroan.

The Company mitigates risks related to operational assets through insurance. All fixed assets, such as buildings, machinery, and projects under construction, are insured to provide optimal protection.

These assets are spread across various locations, including the Company's factories in Cikarang and Rungkut, its head office, and depots throughout Indonesia.

In 2025, the Company has the following insurance policies:

1. Property All Risks Insurance Policy
   This policy provides protection against potential losses of operational assets and business disruptions.
2. Marine Cargo Insurance Policy
   This policy protects against the risk of potential loss of goods while in transit.
3. Product Liability Insurance Policy
   This policy provides protection against risks related to products, such as the risk of product recalls.
4. Directors and Officers Insurance
   This insurance provides protection to the Company's directors and staff against the possibility of legal action while they are working for the Company.

Perkara Hukum yang Penting

Important Lawsuits

Selama tahun 2025, baik Perseroan maupun anggota Dewan Komisaris atau Direksi tidak terlibat dalam kasus hukum yang dapat berdampak material atau berisiko bagi posisi Perseroan.

During 2025, neither the Company nor any members of the Board of Commissioners or Board of Directors were involved in any legal cases that could have a material impact or pose a risk to the Company's position.

Sanksi Administrasi

Administrative Sanctions

Sepanjang tahun 2025, Perseroan tidak dikenakan sanksi administrasi yang material oleh pihak manapun.

Throughout 2025, the Company was not subject to any material administrative sanctions by any party.

Program Kepemilikan Saham oleh Karyawan dan Manajemen

Employee and Management Share Ownership Programme

Hingga akhir tahun 2025, Perseroan tidak memiliki program *Employee Stock Ownership Program* (ESOP) maupun *Management Stock Ownership Program* (MSOP).

As of the end of 2025, the Company did not have an Employee Stock Ownership Programme (ESOP) or a Management Stock Ownership Programme (MSOP).

Transaksi Pihak Berelasi

Related Party Transactions

Perseroan memiliki Kebijakan Transaksi Pihak Berelasi guna memastikan bahwa transaksi antara Perseroan dan pihak-pihak berelasi teridentifikasi, disetujui, diungkapkan, dan dilaporkan secara transparan dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

The Company has a Related Party Transaction Policy to ensure that transactions between the Company and related parties are identified, approved, disclosed, and reported transparently and in accordance with applicable laws and regulations in Indonesia.

Kebijakan Transaksi Pihak Berelasi dapat dilihat pada situs web Perseroan yaitu https://www.unilever. co.id/investor/. Sepanjang tahun 2025 Perseroan memiliki satu kali transaksi dengan pihak berelasi. Transaksi dengan pihak berelasi tersebut dilakukan sesuai dengan kebutuhan Perseroan dan bebas dari benturan ataupun konflik kepentingan. Transaksi dengan pihak berelasi tersebut dilakukan berdasarkan ketentuan terkait termasuk dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan mengenai transaksi afiliasi.

The Related Party Transaction Policy can be viewed on the Company's website at https://www.unilever.co.id/investor/. Throughout 2025, the Company had one transaction with related parties. These transactions with related parties were carried out in accordance with the Company's needs and were free from any conflicts of interest. These transactions with related parties were carried out in accordance with relevant provisions, including the Financial Services Authority's regulations on affiliate transactions.

Seluruh transaksi yang dilakukan Perusahaan pada tahun 2025 dilakukan secara wajar (*arm's length*) dan sesuai dengan persyaratan komersial normal.

All transactions conducted by the Company in 2025 were conducted at arm's length and in accordance with normal commercial requirements.

Kode Prinsip Unilever

Unilever's Code

Perseroan memiliki Kode Prinsip Bisnis atau *Code of Business Principles* (CoBP) dan Kebijakan Kode Prinsip (*Code Policies*), yang keduanya disebut sebagai "Kode Prinsip", sebagai standar perilaku dan etika, yang mencerminkan nilai-nilai Perusahaan yaitu Integritas, Rasa Hormat, Tanggung Jawab dan Kepeloporan dalam menjalankan kegiatan usaha bagi Unilever secara global.

Kode Prinsip Bisnis merupakan prinsip-prinsip utama yang harus diikuti oleh seluruh pihak di Unilever termasuk karyawan dan Direksi dalam menjalankan peran pekerjaannya sehari-hari dalam berbisnis dan berinteraksi dengan pihak lain. Sementara Kebijakan Kode Prinsip dibuat berdasarkan Kode Prinsip Bisnis, yang memberikan standar praktis tentang perilaku-perilaku etis yang wajib diterapkan dalam bekerja di Unilever, termasuk mengenai apa yang diperbolehkan dan harus dihindari di dalam setiap interaksi bisnis.

Kode Prinsip memastikan bahwa setiap keputusan dan tindakan yang dilakukan Perseroan selaras dengan standar etika dan tata kelola yang berlaku, serta sesuai dengan nilai-nilai yang dianut Perseroan yaitu integritas, saling menghormati, tanggung jawab, dan kepeloporan.

Unilever secara berkala melakukan penyempurnaan terhadap Kode Prinsip, dengan pembaruan terakhir pada bulan Januari 2026. Kode Prinsip tersedia dan dapat diakses dalam situs web Perseroan https://www.unilever.co.id/files/code-of-business-principles-indonesian.pdf.

The Company has a Code of Business Principles (CoBP) and Code Policies, both referred to as the "Code", as standards of conduct and ethics, which reflect the Company's values – Integrity, Respect, Responsibility and Leadership – in the conduct of Unilever's business globally.

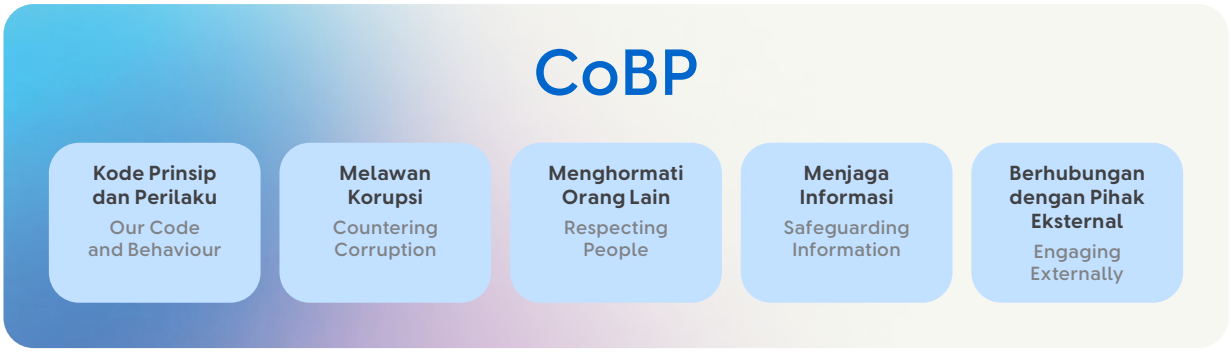
The Code of Business Principles sets out the key principles that must be followed by everyone at Unilever–including employees and the Board of Directors–in carrying out their day-to-day roles, conducting business and interacting with others. Meanwhile, the Code Policies are based on the Code of Business Principles and provide practical standards regarding the ethical conduct that must be observed when working at Unilever, including what is permitted and what must be avoided in all business interactions.

The Code ensures that every resolution and action taken by the Company is in line with applicable ethical and governance standards, as well as the Company's values of integrity, mutual respect, responsibility and leadership.

Unilever periodically revises the Code, with the latest update in January 2026. The Company's Code is available and accessible on the Company's website https://www.unilever.co.id/files/code-of-business-principles-and-code-policies-english.pdf.

Kode Prinsip Unilever Indonesia

Unilever Indonesia's Code



Kode Prinsip Bisnis

Code of Business Principles

Kode Prinsip dan Perilaku

Our Code and Behaviour

Menjalankan Kode Prinsip

Kita bertindak sesuai dengan nilai-nilai kita, Kode Prinsip, dan seluruh Kebijakan Kode Prinsip setiap hari. Kita menyampaikan kekhawatiran (speak up) ketika melihat potensi atau pelanggaran aktual dan tidak mentolerir pembalasan dalam bentuk apa pun terhadap penyampaian kekhawatiran.

Living the Code

We act in line with our values, Our Code and all Code Policies every day. We speak up when we see potential or actual breaches and do not tolerate any retaliation for speaking up.

Konsultasi Hukum

Kita mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku dan berkonsultasi dengan Legal pada momen-momen penting, termasuk (namun tidak terbatas pada), proses negosiasi atau kesimpulan atas kontrak penting, proses hukum yang sedang berlangsung atau diantisipasi akan terjadi, serta diskusi dengan regulator.

Legal Consultation

We obey relevant laws and regulations and seek advice from Legal at key moments, including (amongst others), significant contract negotiations or conclusion, ongoing or anticipated legal actions, and discussions with regulators.

Manajemen Risiko yang Bertanggung Jawab

Kita mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko yang relevan dengan peran kita.

Responsible Risk Management

We identify, assess, and manage the risks relevant to our roles.

Inovasi, Keamanan dan Kualitas yang Bertanggung Jawab

Kita merancang, membuat, dan menjual produk berdasarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan inovasi yang bertanggung jawab, menerapkan standar keamanan yang ketat dan kualitas superior bagi konsumen dan pelanggan.

Responsible Innovation, Safety and Quality

We design, make, and sell products based on sound science, technology, and responsible innovation, applying rigorous standards of safety and superior quality for consumers and customers.

Lingkungan

Kita berupaya untuk mengurangi dampak lingkungan dan bergerak menuju *net zero emission*, mengakhiri limbah plastik, dan membangun ekosistem yang tangguh dan regeneratif.

Environment

We work to reduce our environmental impact and are moving towards net zero emissions, ending plastic waste, and building resilient and regenerative ecosystem.

Melawan Korupsi

Countering Corruption

Konflik Kepentingan

Kita menghindari konflik kepentingan dan segera mengungkapkan apabila kepentingan pribadi atau komitmen eksternal berpotensi bertentangan dengan kepentingan Unilever.

Conflict of Interest

We avoid conflict of interest and immediately disclose when our personal interests or external commitments could conflict with Unilever's.

Anti-Suap dan Hadiah & Ramah-Tamah

Kita tidak memberi, menerima, atau meminta suap dalam bentuk apa pun, termasuk hadiah, jamuan, donasi, atau sponsor yang dimaksudkan untuk memengaruhi keputusan secara tidak semestinya atau melampaui batas kebijakan yang berlaku.

Anti-Bribery and Gifts & Hospitality

We do not give, accept, or request bribes of any type, including gifts, hospitality, donations, or sponsorships that are intended to inappropriately influence decisions or that are outside policy limits.

Kegiatan dan Donasi Politik

Kita tidak mendukung partai politik atau memberikan donasi politik, kecuali dalam kapasitas pribadi masing-masing.

Political Activities and Donations

We do not support political parties or make political donations, unless in our own personal capacity.

Catatan, Pelaporan, dan Akuntansi Akurat

Kita memastikan pencatatan dan pelaporan dilakukan secara akurat. Kita tidak mentoleransi penipuan atau penghindaran pajak. Kita memastikan semua transaksi didasarkan pada dokumentasi yang sah.

Accurate Records, Reporting, and Accounting

We ensure our accounts and reporting is accurate. We do not tolerate fraud or tax evasion. We ensure all transactions are based on valid documentation.

Melindungi Aset Unilever

Kita melindungi aset Unileverdari penipuan dan pencurian, dan hanya menyetujui aktivitas dalam batas kewenangan masing-masing. Kita menjaga kekayaan intelektual Unilever dengan memastikan merek dan inovasi Unilever terlindungi. Kita menghormati hak kekayaan intelektual pihak ketiga yang sah dengan mendapatkan lisensi dan persetujuan yang relevan.

Protecting Unilever's Assets

We protect Unilever assets, guarding them from fraud and theft, and only approving activities within our personal limits. We safeguard Unilever Intellectual property by ensuring Unilever brands and innovations are protected. We respect valid third-party intellectual property rights by obtaining the relevant licences and approvals.

Anti Pencucian Uang dan Sanksi Ekonomi

Kita tidak terlibat dalam pencucian uang dan tidak melakukan bisnis dengan individu atau perusahaan yang dikenakan sanksi ekonomi. Kita menjalankan bisnis dengan mematuhi seluruh kontrol perdagangan yang berlaku.

Anti-Money Laundering and Economic Sanctions

We do not engage in money laundering and do not do business with any person or company subject to economic sanctions. We conduct business in compliance with all relevant trade controls.

Menghormati Orang Lain

Respecting People

Kesehatan dan Keselamatan

Kita mematuhi hukum dan standar kesehatan dan keselamatan kerja Unilever untuk memastikan tempat kerja yang sehat dan aman, dengan komitmen terhadap perbaikan yang berkelanjutan.

Health and Safety

We comply with legal and Unilever Health and Safety Standards to ensure a healthy and safe workplace, aiming for continuous improvement.

Hak Asasi Manusia

Kita menghormati hak asasi manusia dan berkomitmen untuk memperlakukan seluruh karyawan secara adil dan saling menghormati. Kita berupaya menciptakan lingkungan kerja yang menghargai keberagaman, inklusi, kesempatan yang sama, kebebasan berserikat, dan perundingan kolektif. Unilever memberi upah layak kepada karyawan. Kita memiliki kebijakan tanpa toleransi (*zero tolerance*) terhadap kerja paksa, termasuk segala bentuk wajib kerja, perdagangan manusia, atau pekerja anak.

Human Rights

We respect human rights and are committed to treat all employees with fairness and respect. We seek to create an environment that enables diversity, inclusion, equal opportunity, freedom of association, and collective bargaining. Unilever provides employees a living wage. We have zero tolerance for forced labour, including any form of compulsory, trafficked, or child labour.

Diskriminasi dan Pelecehan

Kita memiliki kebijakan tanpa toleransi (*zero tolerance*) terhadap pelecehan seksual. Kita tidak menoleransi diskriminasi berdasarkan karakteristik yang dilindungi, pelecehan, intimidasi, perundungan atau perilaku menyinggung, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kita menyediakan cara yang transparan, rahasia, dan adil bagi karyawan untuk menyampaikan kekhawatiran atau melaporkan perlakuan yang tidak adil atau diskriminatif, serta tidak menoleransi bentuk pembalasan apa pun karena telah menyampaikan kekhawatiran tersebut.

Discrimination and Harrasment

We have zero tolerance for sexual harassment. We do not tolerate discrimination based on protected characteristics, harassment, bullying, or offensive behaviour, either directly or indirectly. We provide a transparent, confidential, and fair way for employees to raise concerns or report unfair or discriminatory treatment and do not tolerate any retaliation for speaking up.

Menjaga Informasi

Safeguarding Information

Melindungi Teknologi dan Informasi, serta Privasi

Kita memastikan semua aset digital Unilever aman, digunakan untuk tujuan kerja, tidak digunakan untuk aktivitas yang tidak pantas, dan dipelihara dengan baik. Kita melindungi semua bentuk informasi Unilever dengan mengklasifikasikan, menyimpan, mengamankan, membagikan, memperbarui, dan menghapusnya sesuai dengan standar Unilever serta hukum yang berlaku, termasuk dalam hal privasi dan keamanan.

Protecting Technology and Information, and Privacy

We ensure all of Unilever's digital assets are safe, used for work purposes, not used for inappropriate activities, and are properly maintained. We protect all forms of Unilever information by classifying, storing, securing, sharing, updating, and deleting it in line with our standards and relevant laws, including privacy and security.

Mencegah Perdagangan Orang Dalam

Kita tidak memperdagangkan atau mendorong orang lain untuk melakukan perdagangan surat berharga seperti saham, ketika memiliki informasi orang dalam.

Preventing Insider Trading

We do not trade or encourage others to trade securities, like shares, when in possesion of inside information.

Berhubungan dengan Pihak Eksternal

Engaging Externally

Pemasaran yang Bertanggung Jawab

Kita menjual produk yang diberi label, diiklankan, dan dikomunikasikan secara akurat. Kita melakukan kegiatan pemasaran dan penelitian yang sesuai dengan ekspektasi masyarakat.

Responsible Marketing

We sell products that are accurately labelled, advertised, and communicated. We conduct marketing activities and research in line with societal expectations.

Persaingan yang Adil

Kita bersaing secara adil dan mematuhi seluruh hukum persaingan usaha serta menolak untuk terlibat dalam segala bentuk praktik anti-persaingan.

Fair Competition

We compete fairly and comply with all competition laws, always refusing to engage in any kind of anti-competitive practice.

Hubungan dan Komunikasi dengan Pihak Eksternal

Kita mendapat pelatihan dan persetujuan sebelum berbicara dengan para *broker*, analis, pemegang saham, media, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), atau regulator.

External Engagements and Communication

We are trained and approved before speaking to brokers, analysts, shareholders, media, government, NGOs, or regulators.

Pengadaan dan Mitra Bisnis yang Bertanggung Jawab

Kita memilih dan bekerja hanya dengan mitra yang mampu menjunjung standar yang sejalan dengan komitmen kita.

Responsible Sourcing and Business Partnering

We select and work only with partners who are able to upholds standards consistent with our own commitment.

Penerapan Kode Prinsip

Code Implementation



Bagian pembuka Kode Prinsip menyatakan secara jelas bahwa Kode Prinsip ini berlaku bagi seluruh karyawan Perseroan, manajemen, hingga ke tingkat Direksi dan Dewan Komisaris. Prinsip dan standar karyawan ini tersedia di situs web Perseroan, sebagai bentuk transparansi dan panduan ekspektasi bekerja dengan Unilever dan karyawan kami.

Sebagai bentuk kepatuhan terhadap Kode Prinsip, seluruh karyawan tingkat manajer ke atas setiap tahun wajib menyatakan komitmen terhadap Kode Prinsip melalui penandatanganan Pernyataan Integritas. Laporan kepatuhan ditinjau oleh Komite Audit dan Unilever Leadership Executive.

Penandatanganan diwajibkan bagi seluruh karyawan sebagai bentuk penegasan tanggung jawab dan kepatuhan terhadap prinsip integritas bisnis. Adapun isi Pernyataan Integritas Unilever meliputi:

- Memimpin dengan integritas dengan menjalankan Kode Prinsip Bisnis dan Kebijakan Kode Prinsip kami setiap hari.
- Memastikan tim kami memahami mereka yang memungkinkan kekhawatiran diajukan tanpa takut akan adanya pembalasan.
- Mengambil tindakan dengan melaporkan pelanggaran apa pun yang kami ketahui.

The opening section of the Code clearly states that these Code apply to all Company employees, management, up to the level of the Board of Directors and Board of Commissioners. These employee principles and standards are available on the Company's website, as a measure of transparency and to provide guidance on what to expect when working with Unilever and our employees.

In compliance with the Code, all employees at the managerial level and above are required to declare their commitment to the Code each year by signing a Statement of Integrity. Compliance reports are reviewed by the Audit Committee and Unilever Leadership Executive.

Signing is mandatory for all employees and above as a form of affirmation of responsibility and compliance with business integrity principles. The contents of the Unilever Integrity Statement include:

- Leading with integrity by upholding our Code of Business Principles and Code Policies every day.
- Ensuring our teams understand that they can raise concerns without fear of retaliation.
- Taking action by reporting any breaches of which we are aware.

Internalisasi dan Kepatuhan terhadap Kode Prinsip

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Unilever menjadikan kepatuhan terhadap Kode Prinsip sebagai prinsip mendasar. Komitmen ini tercermin melalui penegakan nilai-nilai Perseroan yaitu Integritas, Rasa Hormat, Tanggung Jawab, serta Kepeloporan sebagai dasar keberlanjutan bisnis.

Direksi bertanggung jawab untuk memberikan contoh serta memastikan bahwa Kode Prinsip dipahami dan diterapkan secara konsisten di seluruh tingkat organisasi. Untuk mendukung hal tersebut, Perseroan secara berkelanjutan menyelenggarakan program kampanye komunikasi, kegiatan sosialisasi, serta pemantauan kepatuhan terhadap Kode Prinsip setiap tahun. Laporan atas kepatuhan tersebut selanjutnya ditinjau oleh Komite Audit.

Perseroan juga memperkuat kepatuhan terhadap Kode Prinsip, antara lain dengan menjalankan kampanye *Spot It. Reflect It. Report It* yang mengkampanyekan *whistleblower system* atau *Speak Up Channels* sebagai sistem pelaporan pelanggaran dan potensi pelanggaran dengan beragam pilihan yang menyediakan saluran komunikasi termasuk secara langsung melalui fungsi-fungsi yang ditunjuk seperti HR, Legal, BI maupun melalui *hotline* dan *web* yang langsung diakses oleh tim Unilever Global. Saluran ini merupakan media yang aman yang sekaligus transparan dan aman bagi seluruh pemangku kepentingan. Saluran ini memungkinkan dilakukan pelaporan secara anonim dan diterapkannya *zero tolerance to retaliation*.

Kebijakan Penegakan Kode Prinsip

Perseroan memandang setiap pelanggaran Kode Prinsip sebagai hal yang serius dan menindaklanjutinya melalui sanksi disipliner mulai dari teguran lisan hingga pemutusan hubungan kerja. Karyawan dan mitra kerja didorong untuk melaporkan dugaan pelanggaran melalui *whistleblowing system* sebagaimana dijelaskan lebih lanjut dalam bab ini, dengan jaminan kerahasiaan pelapor dan informasi yang dilaporkan.

Setiap laporan yang terbukti benar akan ditindaklanjuti dengan pemberian sanksi yang sesuai dengan tingkat pelanggaran. Untuk memastikan transparansi dan independensi, *whistleblowing system* Perseroan dikelola oleh pihak ketiga yang independen bernama Convercent. Uraian mengenai jenis pelanggaran Kode Prinsip dan sanksi terkait dijelaskan lebih lanjut pada sub bab *Whistleblowing System*.

Internalisation and Compliance with the Code

In conducting its business activities, Unilever makes compliance with the Code a fundamental principle. This commitment is reflected in the enforcement of the Company's values, namely Integrity, Respect for Others, Accountability, and Pioneering Spirit as the basis for business sustainability.

The Board of Directors is responsible for setting an example and ensuring that the Code is understood and applied consistently throughout the organisation. To support this, the Company continuously organises communication campaigns, socialisation activities, and monitoring of compliance with the Code every year. Reports on compliance are then reviewed by the Audit Committee.

The Company also strengthens compliance with the Code through running the Spot It, Reflect It, Report It whistleblower system campaign or Speak Up Channels as as a system for reporting violations and potential violations, offering a range of options including direct communication via designated functions such as HR, Legal and Business Intelligence, as well as via a hotline and a website directly accessible to the Unilever Global team. These channels provide a secure and transparent means of communication for all stakeholders. They allow for anonymous reporting and the implementation of a zero-tolerance policy towards retaliation.

Code Enforcement Policy

The Company views every violation of the Code as a serious matter and follows up with disciplinary sanctions ranging from verbal warnings to termination of employment. Employees and business partners are encouraged to report suspected violations through the whistleblowing system as described further in this chapter, with the confidentiality of the reporter and the information reported guaranteed.

Any report that is proven to be true will be followed up with sanctions appropriate to the level of the violation. To ensure transparency and independence, the Company's whistleblowing system is managed by an independent third party named Convercent. Details regarding the types of violations of the Guidelines and related sanctions are explained further in the Whistleblowing System sub-chapter.

Melawan Korupsi

Countering Corruption

Bentuk perlawanan korupsi menjadi bagian penting dari komitmen Perseroan dalam menjalankan bisnis secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. Melalui *Code Policies*, Unilever telah menetapkan enam kebijakan dalam perlawanan korupsi yang wajib dipatuhi oleh seluruh karyawan sebagai berikut:

Konflik Kepentingan

Kita menghindari konflik kepentingan dan segera mengungkapkan apabila kepentingan pribadi atau komitmen eksternal berpotensi bertentangan dengan kepentingan Unilever.

Anti-Suap dan Hadiah & Ramah-Tamah

Kita tidak memberi, menerima, atau meminta suap dalam bentuk apa pun, termasuk hadiah, jamuan, donasi, atau sponsor yang dimaksudkan untuk memengaruhi keputusan secara tidak semestinya atau melampaui batas kebijakan yang berlaku.

Kegiatan dan Donasi Politik

Kita tidak mendukung partai politik atau memberikan donasi politik, kecuali dalam kapasitas pribadi masing-masing.

Catatan, Pelaporan, dan Akuntansi yang Akurat

Kita memastikan pencatatan dan pelaporan dilakukan secara akurat. Kita tidak mentoleransi penipuan atau penghindaran pajak. Kita memastikan semua transaksi didasarkan pada dokumentasi yang sah.

Melindungi Aset Unilever

Kita melindungi aset Unilever dari penipuan dan pencurian, dan hanya menyetujui aktivitas dalam batas kewenangan masing-masing. Kita menjaga kekayaan intelektual Unilever dengan memastikan merek dan inovasi Unilever terlindungi. Kita menghormati hak kekayaan intelektual pihak ketiga yang sah dengan mendapatkan lisensi dan persetujuan yang relevan.

The fight against corruption is an important part of the Company's commitment to conducting business responsibly and sustainably. Through Code Policies, Unilever has established six policies in the fight against corruption which all employees must adhere to, as follows:

Conflict of Interests

We avoid conflicts of interest and immediately disclose when our personal interests or external commitments could conflict with Unilever's.

Anti-Bribery and Gifts & Hospitality

We do not give, accept, or request bribes of any type, including gifts, hospitality, donations, or sponsorships that are intended to inappropriately influence decisions or that are outside policy limits.

Political Activities and Donations

We do not support political parties or make political donations, unless in our own personal capacity.

Accurate Reporting, Documentation, and Accounting

We ensure our accounts and reporting is accurate. We do not tolerate fraud or tax evasion. We ensure all transactions are based on valid documentation.

Protecting Unilever's Assets

We protect Unilever assets, guarding them from fraud and theft, and only approving activities within our personal limits. We safeguard Unilever intellectual property by ensuring Unilever brands and innovations are protected. We respect valid third-party intellectual property rights by obtaining the relevant licences and approvals.

Anti Pencucian Uang dan Sanksi Ekonomi

Kita tidak terlibat dalam pencucian uang dan tidak melakukan bisnis dengan individu atau perusahaan yang dikenakan sanksi ekonomi. Kita menjalankan bisnis dengan mematuhi seluruh kontrol perdagangan yang berlaku.

Pelatihan dan Sosialisasi Melawan Korupsi

Perseroan menerapkan berbagai inisiatif untuk memastikan seluruh karyawan memiliki pemahaman serta mampu mencegah praktik korupsi dan gratifikasi dalam kegiatan operasional, mulai dari hari pertama bergabung di Unilever. Inisiatif tersebut, antara lain:

1. **Pelatihan Integritas Bisnis bagi Karyawan Baru**
   Seluruh karyawan yang baru bergabung dengan Unilever wajib mengikuti pelatihan Integritas Bisnis melalui *Learning Management System* Perseroan. Dengan pendekatan ini, 100% karyawan memperoleh akses terhadap informasi dan pelatihan Integritas Bisnis, termasuk materi terkait pencegahan korupsi dan gratifikasi.
2. **Penilaian Risiko *Anti-Bribery & Corupption* (ABC)**
   Perseroan melakukan Penilaian Risiko ABC untuk mengidentifikasi area yang berpotensi terpapar risiko korupsi. Berdasarkan hasil penilaian tersebut, karyawan yang memiliki keterkaitan langsung dengan potensi suap atau korupsi mendapatkan sosialisasi khusus mengenai kebijakan anti-penyuapan dan anti-korupsi.

Di luar itu, Perseroan secara rutin menyelenggarakan pelatihan dan sosialisasi terkait Integritas Bisnis, termasuk pembahasan mengenai anti-suap dan anti-korupsi, antara lain:

- Pelatihan Tahunan *Business Integrity*, yang mencakup beragam Kebijakan Kode Prinsip, termasuk kebijakan-kebijakan dalam pilar Melawan Korupsi;
- Pelatihan *Business Integrity* untuk Procurement; dan
- Komunikasi terkait *Gift and Hospitality* kepada pemangku kepentingan.

Pada tahun 2025, Perseroan menerima 45 *self-declaration* (pengungkapan mandiri) untuk *gift* dan *hospitality*, serta empat pengungkapan mandiri terkait *conflict of interest* dari karyawan. Terdapat 15 laporan pelanggaran *Code Policies* yang terdapat dalam pilar melawan korupsi namun tidak terkait anti suap, baik yang dilakukan oleh Perseroan maupun karyawan Perseroan di sepanjang tahun 2025.

Anti-Money Laundering and Economic Sanctions

We do not engage in money laundering and do not do business with any person or company subject to economic sanctions. We conduct business in compliance with all relevant trade controls.

Anti-Corruption Training and Outreach

The Company implements various initiatives to ensure that all employees understand and are able to prevent corruption and gratification in operational activities, starting from their first day at Unilever. These initiatives include:

1. **Business Integrity Training for New Employees**
   All employees who join Unilever are required to undergo Business Integrity training through the Company's Learning Management System. With this approach, 100% of employees have access to Business Integrity information and training, including materials related to the prevention of corruption and gratification.
2. **Anti-Bribery & Corruption (ABC) Risk Assessment**
   The Company conducts ABC Risk Assessments to identify areas that are potentially exposed to corruption risks. Based on the results of these assessments, employees who are directly involved in potential bribery or corruption receive specialised training on anti-bribery and anti-corruption policies.

In addition, the Company regularly conducts training and socialisation related to Business Integrity, including discussions on anti-bribery and anti-corruption, among others:

- Annual Business Integrity Training, covering a range of Code Policies, including policies within the Countering Corruption pillar;
- Business Integrity Training for Procurement; and
- Communication regarding gifts and hospitality to stakeholders.

In 2025, the Company received 45 self-declarations regarding gifts and hospitality, as well as four self-declarations relating to conflicts of interest from employees. There were 15 reports of breaches of Code Policies falling under the anti-corruption pillar but not relating to anti-bribery, committed by either the Company or its employees throughout 2025.

Pelatihan terkait Integritas Bisnis (termasuk tentang Antikorupsi dan Gratifikasi) di 2025

Training on Business Integrity (including Anti-Corruption and Gratuity) in 2025

Pelatihan Training	2025	2024
Business Integrity Online Training & Pledge	1,459	1,717
Business Integrity Offline Training & Pledge*	1,794	2,192
Business Integrity New Joiners	175	128

* Pelatihan dilaksanakan di pabrik Perseroan di Cikarang dan Rungkut
Training was conducted at the Company's factories in Cikarang and Rungkut

Kampanye dan Sosialisasi Integritas Bisnis

Business Integrity Campaign and Socialisation

Kegiatan dan Pelatihan Activity and Training	Metode Komunikasi Method of Communication	Frekuensi (kali) Frequency (times)	Jumlah Jangkauan Number of Reach	Waktu Pelaksanaan Implementation Time
Three-step guide: Spot It. Reflect It. Report It.	Digital & Stiker Digital & Sticker	1	Semua karyawan All employees	2025
Pause and reflect	Poster digital Digital poster	1	Semua karyawan All employees	Maret 2025 March 2025
Gift & Hospitality: Eid special	Poster digital & *Acrylic stand* Digital poster & Acrylic stand	1	Semua karyawan All employees	Maret 2025 March 2025
BI misconceptions	Digital	1	Semua karyawan All employees	2025
Speak Up communication flow	Digital	1	Semua karyawan All employees	Juni 2025 June 2025
Blue umbrella deactivation notice	*E-mail blast*	1	Semua karyawan All employees	Juli 2025 July 2025
Updated Speak Up Channels	Digital	1	Semua karyawan All employees	2025
Reminder complete BI online training & pledge	*E-mail blast* & *digital screensaver*	1	Semua karyawan All employees	2025

Pelatihan terkait Antikorupsi

Anti-Corruption Training

Nama Pelatihan Training Name	Tanggal Date	Jumlah Partisipan Number of Participants	Status Jabatan Karyawan Employee Position Status
Business Integrity Unilever & WPP workshop	25 Februari 2025 25 February 2025	150	WL1-WL4
Investigation Training	27 Februari 2025 27 February 2025	35	WL1-WL3
Business Integrity: License to Procure	25 September 2025	60	WL1-WL3

Insider Trading

Perseroan memiliki kebijakan terkait Informasi Orang Dalam (*Insider Information*) yang berpotensi mendorong terjadinya Perdagangan Orang Dalam (*Insider Trading*). Praktik tersebut dapat terjadi apabila terdapat *Insider Information* yang belum tersedia untuk publik dan berpotensi memengaruhi harga saham.

The Company has a policy regarding Insider Information that could potentially lead to Insider Trading. Such practices may occur if there is Insider Information that is not yet available to the public and could potentially affect share prices.

Sehubungan dengan hal itu, karyawan Perseroan dilarang menggunakan *Insider Information* untuk melakukan transaksi pembelian atau penjualan saham Perseroan, termasuk mendorong orang lain untuk memperdagangkan saham berdasarkan informasi tersebut atau menyampaikannya kepada pihak yang tidak berwenang.

In light of this, Company employees are prohibited from using Insider Information to buy or sell Company shares, including encouraging others to trade shares based on such information or disclosing it to unauthorised parties.

Contoh *Insider Information* adalah sebagai berikut:

1. Hasil atau proyeksi bisnis;
2. Produk baru, klaim produk atau insiden/masalah produk;
3. Akuisisi, merger atau divestasi;
4. Proyek restrukturisasi yang cukup besar;
5. Perkembangan besar dalam kasus litigasi atau hal yang berurusan dengan regulator dan pemerintah;
6. Revisi kebijakan dividen;
7. Perubahan Direktur Eksekutif; dan
8. Tindakan-tindakan strategis Perseroan yang dapat memengaruhi harga saham.

Examples of Insider Information include:

1. Business results or projections;
2. New products, product claims or product incidents/issues;
3. Acquisitions, mergers or divestitures;
4. Significant restructuring projects;
5. Major developments in litigation cases or matters involving regulators and the government;
6. Revisions to dividend policy;
7. Changes in Executive Directors; and
8. Strategic actions of the Company that may affect the share price.

Sepanjang tahun 2025, tidak terdapat laporan terkait pelanggaran *Insider Trading* yang dilakukan oleh Perseroan maupun karyawan Perseroan.

Throughout 2025, there were no reports of insider trading violations committed by the Company or its employees.

Whistleblowing System

Perseroan menyediakan mekanisme pelaporan pelanggaran (*whistleblowing system*) yang disebut *Speak Up Channels* sebagai sarana bagi karyawan, pemasok, distributor, serta mitra bisnis lainnya untuk menyampaikan laporan atas dugaan pelanggaran Kode Prinsip maupun tindakan ilegal lainnya. Sistem ini memungkinkan penyampaian laporan secara anonim, dengan komitmen Perseroan untuk menjaga

The Company provides a reporting mechanism (whistleblowing system) called Speak Up Channels as a means for employees, suppliers, distributors, and other business partners to report alleged violations of the Code or other illegal actions. This system allows for anonymous reporting, with the Company's commitment to maintain the confidentiality of the reporter's identity and the information provided

kerahasiaan identitas pelapor serta informasi yang disampaikan melalui penerapan kebijakan tanpa retaliasi (*zero tolerance to retaliation*). Adapun Perseroan juga bekerjasama dengan pihak ketiga independen untuk pengelolaan *whistleblowing system*. Pihak ketiga tersebut bernama Convercent.

Pengelolaan *Whistleblowing System*

Pengawasan atas penerapan *whistleblowing system* Unilever Indonesia dilakukan oleh Business Integrity Committees yang terdiri dari:

- Presiden Direktur sebagai ketua komite
- Direktur Keuangan
- Direktur Customer Development
- Direktur Sumber Daya Manusia
- Kepala Supply Chain
- Kepala Supply Chain Cluster
- General Counsel

Dalam rangka menjalankan fungsi terkait pengelolaan pelaporan, Komite Integritas Bisnis wajib mengadakan rapat dengan target frekuensi empat kali dalam setahun.

Prosedur Pelaporan

Laporan dapat dibuat melalui salah satu dari saluran berikut:

- Manajer Lini
- Business Integrity Committees
- Business Integrity Officer
- Tim Sumber Daya Manusia
- Tim Legal
- Saluran telepon *Hotline* 021- 50851416
- Situs web yaitu: www. unilevercodesupportline.com

Atasan atau manajer lini merupakan pilihan saluran pelaporan pertama bagi karyawan dalam melaporkan potensi pelanggaran *Code Policy*. Seorang manajer lini memilik tanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh laporan ditangani secara serius, rahasia dan sesegera mungkin dieskalasi kepada Petugas Integritas Bisnis.

Jika karyawan memilih untuk tidak langsung melapor kepada atasan mereka langsung, mereka dapat menyampaikan laporan pengaduan secara langsung kepada anggota Business Integrity Committe, Business Integrity Officer, HR, atau Legal.

through zero tolerance to retaliation. The Company also works with an independent third party to manage the whistleblowing system. This third party is called Convercent.

Management of the Whistleblowing System

Oversight of the implementation of the whistleblowing system at Unilever Indonesia is carried out by Business Integrity Committees comprising:

- The President Director, as the chairperson
- Finance Director
- Director of Customer Development
- Human Resources Director
- Head of Supply Chain
- Head of Supply Chain Cluster
- General Counsel

In order to carry out functions related to reporting management, the Business Integrity Committee is required to hold meetings with a target frequency of four times a year.

Reporting Procedures

Reports may be submitted through one of the following channels:

- Line Manager
- Business Integrity Committees
- Business Integrity Officer
- Human Resources Team
- Legal Team
- Hotline telephone number: 021-50851416
- Website: www.unilevercodesupportline.com

Line managers are the first point of contact for employees wishing to report potential breaches of the Code Policy. A line manager is responsible for ensuring that all reports are treated seriously, confidentially and escalated to the Business Integrity Officer as soon as possible.

If an employee chooses not to report directly to their immediate supervisor, they may submit a complaint directly to a member of the Business Integrity Committee, the Business Integrity Officer, HR, or Legal.

Saluran telepon *hotline* dan situs web dikelola oleh pihak ketiga yang sama untuk integritas data. Nomor saluran *hotline* maupun alamat pelaporan web dapat ditemukan di melalui situs web Unilever global yaitu www.unilever.com.

Petugas Integritas Bisnis akan mendapat informasi atas setiap laporan yang masuk melalui setiap saluran pelaporan tersebut. Jika penyedia pihak ketiga eksternal menerima laporan melalui saluran *hotline* telepon atau web, maka laporan tersebut akan melalui proses triase oleh tim senior *Business Integrity Global* untuk kemudian dialokasikan kepada investigator yang ditunjuk, yang akan menerima sebuah notifikasi akan dikirim ke Petugas Integritas Bisnis untuk diproses lebih lanjut sesuai dengan prosedur di bawah ini.

The hotline and website are managed by the same third party to ensure data integrity. The hotline number and web reporting address can be found on Unilever's global website at www.unilever.com.

The Business Integrity Officer will receive information on every report submitted through each reporting channel. If the external third-party provider receives a report through the telephone hotline or web channel, then said report will go through a triage process by the Senior Business Integrity Global team to then be allocated to the appointed investigator, which will receive a notification will be sent to the Business Integrity Officer for further processing in accordance with the procedures below.

Penanganan Laporan

Report Handling

1

Pelaporan

Reporting

Speak Up Channels:
- Manajer lini
- Business Integrity Committees
- Business Integrity Officer
- Tim Sumber Daya Manusia
- Tim Legal
- Saluran telepon *Hotline* 021- 50851416
- Situs web yaitu: www.unilevercodesupportline.com yang dikelola oleh pihak ketiga yang juga mengelola saluran telepon *hotline*.

Speak Up Channels:
- Line managers
- Business Integrity Committees
- Business Integrity Officer
- Human Resources Team
- Legal Team
- Hotline telephone number: 021-50851416
- Website: www.unilevercodesupportline.com, managed by a third party that also manages the hotline telephone service.

2

Triase dan investigasi

Triage and Investigation

Laporan *SpeakUp* menjalani proses triase oleh anggota senior tim Integritas Bisnis.

Hasil investigasi akan ditinjau oleh *Business Integrity Officer* dan didiskusikan dengan *Business Integrity Committees*.

SpeakUp reports undergo a triage process by senior members of the Business Integrity team.

The findings of the investigation will be reviewed by the Business Integrity Officer and discussed with the Business Integrity Committees.

3

Menentukan Substansiasi

Substantiation Determination

Setelah tahap investigasi selesai, *Business Integrity Committees* akan memulai tahap resolusi sebagaimana didefinisikan dalam *BI Governance & Operations Standard*.

Once the investigation phase is complete, the Business Integrity Committees will commence the resolution phase as defined in the BI Governance & Operations Standard.

4

Resolusi

Resolution

Ketika pelanggaran terhadap Kode Prinsip dikonfirmasi, *Business Integrity Committees* atau *Global Investigations Centre*, sesuai kewenangannya, akan mengevaluasi sanksi yang direkomendasikan dengan mempertimbangkan keadaan spesifik serta faktor yang memberatkan atau meringankan yang relevan.

Where a breach of the Code of Principles is confirmed, Business Integrity Committees or the Global Investigations Centre, within their respective remits, will assess the recommended sanctions, taking into account the specific circumstances and any relevant aggravating or mitigating factors.

Setiap laporan yang diterima akan dicatat dalam sistem manajemen kasus yang hanya dapat diakses oleh tim Integritas Bisnis lokal atau global. Proses ini memungkinkan pemantauan yang efektif,

Every report received will be recorded in a case management system that can only be accessed by the local or Business Integrity team. This process enables effective monitoring, as the team regularly

sebab tim tersebut secara berkala memeriksa perkembangan dan tindak lanjut dari setiap kasus yang telah dilaporkan.

checks the progress and follow-up of each reported case.

Perlindungan untuk Pelapor

Perseroan berkomitmen untuk memberikan perlindungan kepada setiap karyawan yang menyampaikan laporan dengan itikad baik, menerapkan *zero tolerance to retaliation*, serta memastikan seluruh laporan ditangani secara rahasia. Untuk itu, Perseroan menyediakan berbagai saluran pelaporan yang dapat dipilih, termasuk *hotline* yang terhubung langsung dengan tim Unilever Global, serta opsi penyampaian laporan secara anonim.

Akses terhadap informasi terkait laporan dan identitas pelapor dibatasi hanya kepada pihak-pihak tertentu yang berwenang di dalam Perseroan. Setiap pihak yang memiliki akses tersebut wajib menandatangani perjanjian kerahasiaan guna memastikan informasi tidak disalahgunakan dan tetap terjaga keamanannya.

Protection for Whistleblowers

The Company is committed to providing protection to any employee who submits a report in good faith, implementing zero tolerance to retaliation, as well as ensuring that all reports are handled confidentially. To that end, the Company provides a variety of reporting channels to choose from, including a hotline connected directly to the Unilever Global team, as well as the option to submit reports anonymously.

Access to information related to reports and the identity of whistleblowers is restricted to certain authorised parties within the Company. Each party with such access is required to sign a confidentiality agreement to ensure that the information is not misused and remains secure.

Menumbuhkan Kesadaran akan Pelaporan

Perseroan secara berkelanjutan meningkatkan pemahaman mengenai sistem pelaporan melalui berbagai kanal komunikasi, antara lain media visual seperti poster serta media digital yang ditempatkan di seluruh lokasi perkantoran dan operasional.

Upaya ini dilengkapi dengan pelaksanaan program kampanye dan aktivasi yang dirancang untuk membangun rasa aman dan kepercayaan, sehingga karyawan dan mitra Unilever terdorong untuk menyampaikan laporan atas dugaan pelanggaran. Melalui pendekatan tersebut, Perseroan berupaya untuk menciptakan budaya transparansi dan akuntabilitas di seluruh organisasi.

Raising Awareness on Whistleblowing

The Company continuously improves understanding of the reporting system through various communication channels, including visual media such as posters and digital media placed throughout its offices and operational locations.

These efforts are complemented by campaigns and activations designed to build a sense of security and trust, encouraging Unilever employees and partners to report suspected violations. Through this approach, the Company strives to create a culture of transparency and accountability throughout the organisation.



Pelaporan Pelanggaran di Tahun 2025

Sepanjang tahun 2025, Perseroan telah menerima 35 laporan kasus yang seluruhnya ditangani sesuai standar global melalui proses investigasi dan target penyelesaian 60 hari. Seluruh kasus yang berkaitan dengan integritas bisnis dibahas dan diputuskan oleh Komite Integritas Bisnis dengan fokus pada upaya mitigasi, perbaikan, serta penetapan sanksi yang sesuai.

Whistleblower Reports in 2025

Throughout 2025, the Company received 35 reports, all of which were handled in accordance with global standards through an investigation and resolution process lasting in 60 days. All cases related to business integrity were discussed and decided by the Business Integrity Committee with a focus on mitigation, remediation, and the imposition of appropriate sanctions.

Jumlah dan Status Pelaporan **Total Reports and Status**	**2025**	**2024**
Laporan diterima Reports received	35	59
Laporan yang diinvestigasi Reports investigated	35	36
Laporan yang diselesaikan Reports Resolved	28	43
Jumlah kasus yang terbukti Total Confirmed Cases	20	26
Bukan pelanggaran Not A Violation	8	20

Sanksi Pelanggaran

Pada tahun 2025, Perseroan menjatuhkan sanksi yang bervariasi terhadap jumlah kasus yang terbukti, mulai dari pelatihan lanjutan atau pembinaan, teguran lisan, surat peringatan hingga pemutusan hubungan kerja, dengan menyesuaikan tingkat pelanggaran yang terjadi.

Violation Sanctions

In 2025, the Company imposed varying sanctions on the number of proven cases, ranging from extended training or guidance, written sanction, warning letter to termination of employment, adjusting to the level of violation that occurred.

Pengadaan Barang dan Jasa

Procurement of Goods and Services

Pengelolaan Pengadaan Barang dan Jasa

Perseroan mengacu pada sejumlah standar dan praktik dalam proses pengadaan barang dan jasa,di antaranya *Responsible Partner Policy* (RPP), Aturan Pertanian Berkelanjutan atau *Sustainable Agriculture Code* (SAC), dan ketentuan di dalam Kode Prinsip. Pendekatan ini diterapkan untuk memastikan proses pengadaan berjalan secara bertanggung jawab dan transparan.

Procurement Management

The Company refers to a number of standards and practices in the procurement of goods and services, including the Responsible Partner Policy (RPP), the Sustainable Agriculture Code (SAC), and the provisions in the Code. This approach is applied to ensure that the procurement process is conducted in a responsible and transparent manner.

RPP menerapkan peraturan bagi pemasok Perseroan untuk memenuhi sejumlah persyaratan, termasuk kepedulian terhadap pelestarian lingkungan, kesejahteraan karyawan, dan hak asasi manusia (HAM). Standar ini bertujuan untuk memastikan bahwa operasional bisnis dilaksanakan dengan integritas dan transparansi, serta menghormati hak asasi manusia secara global seperti kepatuhan terhadap standar ketenagakerjaan yang mencakup kebebasan berserikat, gaji yang sesuai, serta jam kerja yang memenuhi persyaratan minimum yang berlaku. Perseroan juga berkomitmen untuk melindungi hak-hak masyarakat adat dan komunitas lokal yang mungkin rentan terhadap pelanggaran.

The RPP imposes regulations on the Company's suppliers to meet a number of requirements, including concern for environmental preservation, employee welfare, and human rights. These standards aim to ensure that business operations are conducted with integrity and transparency, and respect global human rights, such as compliance with labour standards that include freedom of association, appropriate wages, and working hours that meet the applicable minimum requirements. The Company is also committed to protecting the rights of indigenous peoples and local communities who may be vulnerable to violations.

Sementara itu, SAC bertujuan untuk mendorong pemasok dan petani dalam mengadopsi praktik pertanian berkelanjutan. Sebagai bagian dari komitmen ini, calon pemasok Perseroan diwajibkan menjalani proses audit yang mencakup berbagai aspek penting, seperti rekam jejak mereka dalam hal keandalan, manajemen mutu, manajemen lingkungan, serta hak asasi manusia dan isu sosial, lingkungan dan tata kelola lainnya yang ditentukan dalam Kode Prinsip, standar, dan kebijakan Perseroan.

Meanwhile, the SAC aims to encourage suppliers and farmers to adopt sustainable agricultural practices. As part of this commitment, prospective suppliers of the Company are required to undergo an audit process covering various important aspects, such as their track record in terms of reliability, quality management, environmental management, as well as human rights and other social, environmental and governance issues specified in the Company's Code, standards and policies.

Di samping itu, seluruh pemasok tanpa kecuali harus mematuhi standar yang berlaku di Perseroan terkait perlindungan kesehatan, keselamatan, dan lingkungan untuk menjaga integritas operasional yang berkelanjutan.

In addition, all suppliers without exception must comply with the Company's applicable standards regarding health, safety, and environmental protection to maintain sustainable operational integrity.

Sejalan dengan tujuan keberlanjutan Unilever secara global, Perseroan akan mendorong 50% pemasok untuk menandatangani komitmen *Living Wage Promise* yang akan memastikan terpenuhinya standar upah layak dalam mata rantai pemasok tersebut.

In line with Unilever's global sustainability goals, the Company will encourage 50% of suppliers to sign the Living Wage Promise commitment, which will ensure that fair wage standards are met in the supply chain.

Kebijakan Pengadaan yang Bertanggung Jawab

Kebijakan pengadaan Perseroan terangkum dalam RPP yang memiliki ketentuan sebagai berikut:

Kepatuhan terhadap Hukum

Mitra bisnis mematuhi seluruh peraturan perundang-undangan yang berlaku di negara di mana mereka beroperasi serta peraturan perundang-undangan internasional yang relevan seperti sanksi perdagangan, kontrol ekspor, kewajiban pelaporan, perlindungan data dan antimonopoli.

Responsible Procurement Policy

The Company's procurement policy is outlined in the RPP, which contains the following provisions:

Compliance with the Laws

Our business partners adhere to all applicable laws and regulations in the countries in which they operate, as well as relevant international laws and regulations such as trade sanctions, export controls, mandatory reporting, data protection, and antitrust.

Penyuapan

Segala bentuk suap, korupsi, pemerasan atau penggelapan dilarang, dan terdapat prosedur yang memadai untuk mencegah penyuapan dalam semua transaksi komersial yang dilakukan oleh mitra bisnis.

Bribery

Any form of bribery, corruption, extortion, or embezzlement is prohibited, and adequate procedures are in place to prevent bribery in all commercial dealings undertaken by our business partners.

Benturan Kepentingan

Mitra bisnis harus melaporkan benturan kepentingan dalam setiap transaksi bisnis dengan Unilever, agar Perseroan dapat segera mengambil tindakan yang tepat. Setiap kepemilikan atau kepentingan bisnis oleh pejabat pemerintah atau perwakilan dari partai politik di dalam bisnis para mitra, harus dilaporkan kepada Unilever sebelum memulai hubungan bisnis apapun dengan Unilever.

Conflict of Interests

Our business partners must report conflict of interests in any business transaction with Unilever to enable the Company to take appropriate action. Any ownership or business interest by government officials or representatives of political parties in partners' businesses must be reported to Unilever before commencing any business relationship with Unilever.

Gratifikasi dan Hiburan

Pemberian hiburan atau gratifikasi dilakukan secara wajar dan alami, sepenuhnya untuk tujuan menjaga hubungan bisnis yang baik dan tidak dimaksudkan untuk memengaruhi keputusan apa pun tentang bisnis di masa mendatang. Pemberian hadiah antara karyawan mitra bisnis dan karyawan Unilever harus dihindari. Pertukaran hadiah secara resmi antar perusahaan dapat diterima tetapi harus dilakukan secara transparan dan tercatat dengan baik.

Gratuities and Entertainment

Any business entertainment or gratuities are kept reasonable and appropriate, entirely intended for maintaining good business relations and not meant to influence any decision about future business. Gift giving between employees of business partners and Unilever employees should be avoided. Official gift exchanges between companies are acceptable but must be conducted transparently and recorded properly.

Informasi Rahasia dan Pesaing

Semua informasi terkait persaingan bisnis harus diperoleh secara sah dan hanya akan dipergunakan untuk tujuan yang sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Tidak ada upaya yang dilakukan untuk membocorkan informasi apapun kepada Unilever tentang kompetitor terkait informasi yang sensitif terhadap kegiatan komersial mereka, yang bersifat rahasia, atau tidak dalam ranah publik. Demikian pula informasi Unilever yang rahasia dan sensitif secara komersial adalah informasi persaingan bisnis yang tidak dapat diteruskan ke pihak ketiga kecuali secara tegas diizinkan oleh Unilever.

Confidential and Competitor Information

All information relating to business competition must be obtained legally and will only be used for purposes in compliance with applicable laws and regulations. No attempt may be made to divulge any information to Unilever about its competitors that is commercially sensitive and confidential, or not in the public domain. Similarly, Unilever's confidential and commercially sensitive information is business competition information that cannot be passed on to third parties unless expressly permitted by Unilever.

Catatan Keuangan, Praktik Pencucian Uang, dan *Insider Trading*

Semua transaksi bisnis dan komersial dilakukan secara transparan dan dicatat secara akurat dalam buku dan catatan mitra bisnis. Dilarang melakukan partisipasi atau upaya pencucian uang. Tidak ada informasi rahasia Unilever yang dimiliki mitra bisnis yang dapat digunakan dalam aktivitas *insider trading*.

Financial Records, Money Laundering, and Insider Trading

All business and commercial dealings are conducted transparently and recorded accurately in the books and records of business partners. No actual or attempted participation in money laundering is permitted. No confidential information in the business partner's possession regarding Unilever may be used in insider trading activities.

Menjaga Informasi dan Properti

Informasi rahasia, pengetahuan, dan kekayaan intelektual Unilever harus dihormati dan dijaga. Semua informasi yang disediakan oleh Unilever yang tidak berada dalam ranah publik dianggap rahasia dan hanya digunakan untuk tujuan tertentu. Seluruh dan setiap informasi pribadi tentang individu, seperti data konsumen atau karyawan Unilever ditangani dengan cara menghormati perlindungan privasi dan tunduk terhadap semua undang-undang dan peraturan yang berlaku terkait privasi.

Safeguarding Information and Property

Unilever's confidential information, know-how, and intellectual property must be respected and safeguarded. All information provided by Unilever that is not in the public domain is deemed confidential and is only to be used for its intended purpose. All and any personal information about individuals, such as Unilever consumers' or employees' data, is handled with the utmost respect for privacy protection and is subject to all applicable privacy laws and regulations.

Kualitas Produk

Produk dan layanan disimpan dan dikirim dengan memenuhi spesifikasi dan kriteria kualitas serta keselamatan yang ditentukan dalam kontrak atau dalam dokumen produk terkait. Produk juga harus terjamin aman untuk digunakan.

Product Quality

The storage and delivery of products and services must meet the specifications and quality and safety criteria specified in the contract or relevant document for the product. Products must also be guaranteed to be safe for use.

Mengutamakan Pemasok Lokal

Perseroan senantiasa mengembangkan kemitraan dengan pemasok lokal sebagai bagian dari strategi penguatan rantai pasok. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk mengurangi ketergantungan terhadap impor dan risiko fluktuasi mata uang, namun juga untuk menjaga stabilitas operasional serta memberikan kontribusi positif bagi perekonomian nasional.

Hingga akhir tahun 2025, jumlah pemasok Unilever Indonesia mencapai 439 pemasok, dengan 60% adalah pemasok lokal. Uraian lebih lanjut mengenai kebijakan dan pengelolaan pemasok disajikan dalam Laporan Keberlanjutan Perseroan Tahun 2025.

Prioritising Local Suppliers

The Company continuously develops partnerships with local suppliers as part of its supply chain strengthening strategy. This approach not only aims to reduce dependence on imports and currency fluctuation risks, but also to maintain operational stability and make a positive contribution to the national economy.

By the end of 2025, Unilever Indonesia had 439 suppliers, 60% of which were local suppliers. Further details on supplier policy and management are presented in the Company's 2025 Sustainability Report.

Akses terhadap Informasi

Access to Information

Perseroan menyediakan akses informasi melalui situs web resmi www.unilever.co.id yang dapat diakses dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Melalui situs web tersebut, pemangku kepentingan dapat memperoleh berbagai informasi terkait Perseroan, seperti kinerja keuangan, informasi pemegang saham, presentasi, siaran pers, informasi aksi korporasi, hingga informasi keberlanjutan.

The Company provides access to information through its official website, www.unilever.co.id, which is available in Indonesian and English. Through this website, stakeholders can obtain various information related to the Company, such as financial performance, shareholder information, presentations, press releases, corporate action information, and sustainability information.

Selain melalui situs web, pertanyaan dan permintaan informasi lebih lanjut dapat disampaikan melalui:

In addition to the website, questions and requests for further information can be submitted via:

PT Unilever Indonesia Tbk

Grha Unilever, Jl. BSD Boulevard Barat Green Office Park Kavling 3, BSD City Tangerang 15345
Tel. +6221–80827000
E-mail: Unvr.indonesia@unilever.com
Website: www.unilever.co.id

Perseroan juga menyediakan akses informasi melalui media sosial sebagai berikut:

The Company also provides access to information through the following social media channels:

@unileveridn
@UnileverIDN
Unilever Indonesia
Unilever

Penerapan Pedoman Tata Kelola Perusahaan

Implementation of Corporate Governance Guidelines

Untuk memperkuat penerapan GCG, pada tahun 2025 Perseroan melakukan *monitoring* dan evaluasi penerapan GCG dengan melakukan penilaian mandiri (*self-assessment*) berdasarkan berbagai parameter sebagai berikut:

To strengthen the implementation of GCG, in 2025 the Company conducted monitoring and evaluation of GCG implementation by conducting a self-assessment based on the following parameters:

ACGS

ACGS

111.13

Leadership in Corporate Governance

Nilai Penerapan GCG Berdasarkan Parameter ACGS

GCG Implementation Score Based on ACGS Parameters

Parameter ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) adalah instrumen yang dikembangkan oleh ASEAN Capital Market Forum (ACMF) berdasarkan

The ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) parameter is an instrument developed by the ASEAN Capital Market Forum (ACMF) based on

prinsip-prinsip tata kelola dari Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).

Penerapan parameter ACGS dapat mendorong penerapan GCG di Perseroan agar sesuai standar perusahaan terbuka di ASEAN. Hasil *self-assessment* berdasarkan parameter ACGS yang telah dilakukan Perseroan kemudian ditelaah dan diverifikasi oleh pihak eksternal yaitu Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD).

Indikator yang digunakan dalam penilaian ACGS mencakup:

1. Level 1 yang terdiri dari lima bagian:
   i. Hak-hak pemegang saham;
   ii. Perlakuan setara terhadap pemegang saham;
   iii. Peran pemangku kepentingan;
   iv. Pengungkapan dan transparansi; dan
   v. Tanggung jawab Direksi dan Dewan Komisaris.
2. Level 2, terdiri dari Bonus dan Penalti.

Hasil verifikasi IICD pada tahun 2025 menyatakan bahwa Perseroan mendapatkan status '*Leadership in Corporate Governance*' dengan nilai penerapan GCG sebesar 111,13 poin. Capaian tersebut mencerminkan penerapan praktik tata kelola perusahaan di Unilever Indonesia telah sejalan dengan standar internasional, sekaligus melampaui skor rata-rata 100 perusahaan publik yang dinilai berdasarkan ASEAN GCG Scorecard.

the governance principles of the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).

The application of ACGS parameters can encourage the implementation of GCG in the Company to comply with the standards of public companies in ASEAN. The results of the self-assessment based on ACGS parameters conducted by the Company were then reviewed and verified by an external party, namely the Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD).

The indicators used in the ACGS assessment include:

1. Level 1, which consists of five sections:
   i. Shareholder rights;
   ii. Equal treatment of shareholders;
   iii. The role of stakeholders;
   iv. Disclosure and transparency; and
   v. Responsibilities of the Board of Directors and Board of Commissioners.
2. Level 2, consisting of Bonuses and Penalties.

The results of the IICD verification in 2025 stated that the Company obtained the status of 'Leadership in Corporate Governance' with a GCG implementation score of 111.13 points. This achievement reflects that the implementation of corporate governance practices at Unilever Indonesia is in line with international standards, while also exceeding the average score of 100 public companies assessed based on the ASEAN GCG Scorecard.

Peraturan OJK

OJK Regulations

Terpenuhi

Compliant

Penerapan GCG Berdasarkan Peraturan OJK

GCG Implementation Based on OJK Regulations

Sebagai perusahaan terbuka, Perseroan wajib menerapkan *self-assessment* penerapan GCG berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 21/POJK.04/2005 tentang Penerapan Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka dan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK) No. 32/SEOJK.04/2015 tentang Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka.

As a public company, the Company is required to conduct a self-assessment of GCG implementation based on Financial Services Authority Regulation (POJK) No. 21/POJK.04/2005 concerning the Implementation of Corporate Governance Guidelines for Public Companies and Financial Services Authority Circular Letter (SEOJK) No. 32/SEOJK.04/2015 concerning Guidelines for Corporate Governance of Public Companies.

Self-assessment tersebut mencakup lima aspek, delapan prinsip, serta 25 rekomendasi penerapan aspek dan prinsip tata kelola perusahaan yang baik berdasarkan pendekatan "terpenuhi atau dengan penjelasan" (*comply or explain*).

The self-assessment covers five aspects, eight principles, and 25 recommendations for the implementation of good corporate governance aspects and principles based on a "comply or explain" approach.

No.	Prinsip Principle	Penerapan di Perseroan Implementation in the Company
A.	**Hubungan Perusahaan Terbuka dengan Pemegang Saham dalam Menjamin Hak-Hak Pemegang Saham** Relationship between Public Companies and Shareholders in Guaranteeing Shareholders' Rights	
Prinsip 1 - Meningkatkan Nilai Penyelenggaraan RUPS Principle 1 - Enhancing the Value of the Annual GMS		
1.1	Perusahaan Terbuka memiliki cara atau prosedur teknis pengumpulan suara (*voting*) baik secara terbuka maupun tertutup yang mengedepankan independensi, dan kepentingan pemegang saham. Public companies have technical procedures for collecting votes, both openly and confidentially, that prioritise independence and the interests of shareholders.	**Terpenuhi** Perseroan memiliki prosedur pemungutan suara yang menjaga independensi pemegang saham. Prosedur ini dijelaskan dalam Tata Tertib Rapat Umum Pemegang Saham, yang dibagikan sebelum terselenggaranya Rapat. Sesuai dengan Tata Tertib, Ketua Rapat akan menanyakan apakah ada pemegang saham dan/atau kuasanya yang tidak setuju dengan butir-butir agenda, atau yang memilih untuk abstain. Para pemegang saham tersebut kemudian diberikan formulir/melakukan pemilihan melalui perangkat elektronik yang dapat mereka isi secara rahasia/tertutup, menyatakan abstain atau ketidaksetujuan mereka. Setiap penghitungan suara mengacu pada jumlah saham yang dipegang oleh masing-masing pemegang saham (*Poll Vote*). Suara kemudian dihitung, divalidasi dan diumumkan oleh pihak independen yaitu Biro Administrasi Efek dan notaris. Pasal 15.4 Anggaran Dasar Perseroan menyatakan bahwa setiap saham yang diterbitkan dengan hak suara memiliki satu suara (satu saham satu suara). Mekanisme pemungutan suara secara tertutup dilakukan melalui aplikasi eaSY KSEI maupun aplikasi yang disediakan oleh Perseroan dalam bentuk barcode untuk pemungutan suara dan dapat diakses oleh pemegang saham pada saat pelaksanaan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan dan Rapat Umum Pemegang Luar Biasa. **Complied** The Company has voting procedures that safeguard shareholder independence. These procedures are set out in the Rules of Procedure for General Meetings of Shareholders, which are distributed prior to the meeting. In accordance with the Rules of Procedure, the Chair of the Meeting will ask whether any shareholders and/or their proxies disagree with the agenda items, or choose to abstain. These shareholders are then provided with a form or vote via an electronic device which they may complete confidentially, indicating their abstention or disagreement. Each vote count is based on the number of shares held by each shareholder (Poll Vote). Votes are then counted, validated and announced by an independent party, namely the Securities Administration Bureau and a notary. Article 15.4 of the Company's Articles of Association states that each share issued with voting rights carries one vote (one share, one vote). The secret ballot mechanism is conducted via the eaSY KSEI application or the application provided by the Company in the form of a barcode for voting, and is accessible to shareholders during the Annual General Meeting of Shareholders and the Extraordinary General Meeting of Shareholders.
1.2	Ringkasan risalah RUPS tersedia dalam Situs Web Perusahaan Terbuka paling sedikit selama 1 (satu) tahun. A summary of the Annual GMS minutes is available on the Public Company's website for at least 1 (one) year.	**Terpenuhi** Ringkasan Risalah RUPST diterbitkan melalui situs web Perseroan (dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris) dan juga melalui situs sistem pelaporan dari OJK dan IDX. Ringkasan ini diterbitkan satu hari kerja setelah diselenggarakannya RUPST. Risalah RUPST sejak tahun 2011 tersedia di situs web Perseroan. **Complied** A summary of the AGMS minutes is published on the Company's website (in Indonesian and English) and also via the reporting systems of the OJK and IDX. This summary is published one working day after the AGMS was held. AGMS minutes dating back to 2011 are available on the Company's website.

No.	Prinsip Principle	Penerapan di Perseroan Implementation in the Company
Prinsip 2 - Meningkatkan Kualitas Komunikasi dengan Pemegang Saham Principle 2 - Improving the Quality of Communication with Shareholders		
2.1	Perusahaan Terbuka memiliki suatu kebijakan komunikasi dengan Pemegang Saham atau investor. Public Companies have a communication policy with Shareholders or investors.	**Terpenuhi** Perseroan memiliki kebijakan komunikasi dengan pemegang saham yang tersedia di situs web Perseroan. Kebijakan tersebut menjelaskan kebijakan dan proses yang mendukung komunikasi efektif dan efisien dengan pemegang saham dan investor dengan cara mendorong keterlibatan aktif mereka dan memastikan bahwa hak- hak mereka dilindungi dan dilaksanakan. **Complied** The Company has a shareholder communication policy available on the Company's website. This policy sets out the principles and processes that support effective and efficient communication with shareholders and investors by encouraging their active engagement and ensuring that their rights are protected and upheld.
2.2	Perusahaan Terbuka mengungkapkan kebijakan komunikasi Perusahaan Terbuka dengan Pemegang Saham atau investor dalam Situs Web. The Public Company discloses its communication policy with shareholders or investors on its website.	**Terpenuhi** Perseroan memiliki kebijakan komunikasi dengan pemegang saham yang tersedia di situs web Perseroan. Kebijakan tersebut menjelaskan kebijakan dan proses yang mendukung komunikasi efektif dan efisien dengan pemegang saham dan investor dengan cara mendorong keterlibatan aktif mereka dan memastikan bahwa hak- hak mereka dilindungi dan dilaksanakan. Kebijakan Komunikasi Pemegang Saham diungkapkan pada situs web Perseroan pada tautan ini www.unilever.co.id/investor-relations/. **Complied** The Company has a shareholder communication policy available on the Company's website. This policy outlines the principles and processes that support effective and efficient communication with shareholders and investors by encouraging their active engagement and ensuring that their rights are protected and upheld. The Shareholder Communication Policy is available on the Company's website at this link: www.unilever.co.id/investor-relations/.
B.	**Fungsi dan Peran Dewan Komisaris** Functions and Roles of the Board of Commissioners	
Prinsip 3 - Memperkuat Keanggotaan dan Komposisi Dewan Komisaris Principle 3 - Strengthening the Membership and Composition of the Board of Commissioners		
3.1	Penentuan jumlah anggota Dewan Komisaris mempertimbangkan kondisi Perusahaan Terbuka. The determination of the number of members of the Board of Commissioners takes into account the conditions of the Public Company.	**Terpenuhi** Sesuai dengan Pedoman Dewan Komisaris pada bagian Tugas, Tanggung Jawab dan Wewenang butir C(2), susunan dan kualitas Dewan Komisaris harus selaras dengan ukuran Perusahaan, portofolio, budaya dan penyebaran geografis serta statusnya sebagai perusahaan tercatat. Di tahun 2025, lima dari enam anggota Dewan Komisaris Perseroan (83%) merupakan Komisaris Independen. Komposisi tersebut telah melebihi ketentuan peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 33/ POJK.04/2014 di mana setidaknya 30% dari jumlah anggota Dewan Komisaris harus merupakan Komisaris Independen. Pedoman Dewan Komisaris dapat diakses pada situs Perseroan bagian Pedoman Tata Kelola Perusahaan. **Complied** In accordance with the Board of Commissioners Charter under the section on Duties, Responsibilities and Powers, point C(2), the composition and quality of the Board of Commissioners must be commensurate with the Company's size, portfolio, culture and geographical spread, as well as its status as a listed company. In 2025, five out of six members of the Company's Board of Commissioners (83%) were Independent Commissioners. This composition exceeds the requirements of Financial Services Authority Regulation No. 33/POJK.04/2014, which stipulates that at least 30% of the members of the Board of Commissioners must be Independent Commissioners. The Board of Commissioners Charter can be accessed on the Company's website under the Corporate Governance Guidelines section.

No.	Prinsip Principle	Penerapan di Perseroan Implementation in the Company
3.2	Penentuan komposisi anggota Dewan Komisaris memperhatikan keberagaman keahlian, pengetahuan, dan pengalaman yang dibutuhkan. The composition of the Board of Commissioners shall take into account the diversity of expertise, knowledge, and experience required.	**Terpenuhi** Perseroan telah memastikan bahwa komposisi Dewan Komisaris telah mewakili keberagaman usia, keahlian, dan latar belakang sosial sebagaimana tercantum dalam Pedoman Dewan Komisaris poin C(2) tentang Tugas, Tanggung Jawab dan Kewenangan. Pedoman Dewan Komisaris tersedia di situs web Perseroan. **Complied** The Company has ensured that the composition of the Board of Commissioners reflects diversity in terms of age, expertise and social background, as set out in point C(2) of the Board of Commissioners Charter on Duties, Responsibilities and Authorities. The Board of Commissioners Charter is available on the Company's website.
Prinsip 4 - Meningkatkan Kualitas Pelaksanaan Tugas dan Tanggung Jawab Dewan Komisaris Principle 4 - Improving the Quality of the Board of Commissioners' Performance of Duties and Responsibilities		
4.1	Dewan Komisaris mempunyai kebijakan penilaian sendiri (*self-assessment*) untuk menilai kinerja Dewan Komisaris. The Board of Commissioners has its own self-assessment policy to evaluate the performance of the Board of Commissioners.	**Terpenuhi** Sebagaimana tercantum dalam Piagam Dewan Komisaris (Laporan dan Tanggung Jawab), Dewan Komisaris melakukan penilaian tahunan secara mandiri atas kinerjanya secara kolegial dan individu, berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi, termasuk pengawasan dan dukungan Dewan Komisaris terhadap penerapan tata kelola perusahaan yang baik dalam Perseroan. **Complied** As set out in the Board of Commissioners' Charter (Reports and Responsibilities), the Board of Commissioners conducts an annual self-assessment of its performance, both collectively and individually, based on criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee, including the Board of Commissioners' oversight and support for the implementation of good corporate governance within the Company.
4.2	Kebijakan penilaian sendiri (*self-assessment*) untuk menilai kinerja Dewan Komisaris, diungkapkan melalui Laporan Tahunan Perusahaan Terbuka. The self-assessment policy for evaluating the performance of the Board of Commissioners is disclosed in the Annual Report of the Public Company.	**Terpenuhi** Kebijakan penilaian kinerja Dewan Komisaris telah ditetapkan pada Pedoman Dewan Komisaris pada bagian Evaluasi Kinerja. Hasil kerja pengawasan Dewan Komisaris dapat dilihat pada Laporan Dewan Komisaris dalam Laporan Tahunan 2025 ini. **Complied** The Board of Commissioners' performance assessment policy is set out in the Board of Commissioners Charter under the section on Performance Evaluation. The results of the Board of Commissioners' supervisory work can be found in the Board of Commissioners' Report in this 2025 Annual Report.
4.3	Dewan Komisaris mempunyai kebijakan terkait pengunduran diri anggota Dewan Komisaris apabila terlibat dalam kejahatan keuangan. The Board of Commissioners has a policy regarding the resignation of Board of Commissioners members if they are involved in financial crimes.	**Terpenuhi** Kebijakan Perseroan menyatakan bahwa seorang anggota Dewan Komisaris harus mengundurkan diri jika dia dinyatakan bersalah atas tindak pidana. Hal ini tercantum dalam Pedoman Dewan Komisaris pada Bagian Masa Jabatan. **Complied** The Company's policy states that a member of the Board of Commissioners must resign if they are found guilty of a criminal offence. This is set out in the Board of Commissioners Charter under the section on Terms of Office.

No.	Prinsip Principle	Penerapan di Perseroan Implementation in the Company
4.4	Dewan Komisaris atau Komite yang menjalankan fungsi Nominasi dan Remunerasi menyusun kebijakan suksesi dalam proses Nominasi anggota Direksi. The Board of Commissioners or the Committee responsible for Nomination and Remuneration develops a succession policy in the process of nominating members of the Board of Directors.	**Terpenuhi** Komite Nominasi dan Remunerasi membuat rekomendasi tentang perencanaan suksesi di tahun 2025. Kami memiliki proses yang sistematis untuk perencanaan suksesi yang mencakup pemetaan bakat, identifikasi orang-orang dengan potensi kepemimpinan di seluruh organisasi, dan program pengembangan terintegrasi yang menggabungkan pelatihan, pembinaan, penempatan kerja dan rotasi. Informasi lebih lengkap, dapat ditemukan di dalam Laporan Tahunan 2025 ini. **Complied** The Nomination and Remuneration Committee made recommendations regarding succession planning for 2025. We have a systematic process for succession planning that includes talent mapping, identifying individuals with leadership potential across the organisation, and an integrated development programme combining training, mentoring, job placement and rotation. Further details can be found in this 2025 Annual Report.
C.	**Fungsi dan Peran Direksi** Functions and Roles of the Board of Directors	
Prinsip 5 - Memperkuat Keanggotaan dan Komposisi Direksi Principle 5 - Strengthening the Membership and Composition of the Board of Directors		
5.1	Penentuan jumlah anggota Direksi mempertimbangkan kondisi Perusahaan Terbuka serta efektivitas dalam pengambilan keputusan. The determination of the number of members of the Board of Directors takes into account the conditions of the Public Company and the effectiveness of resolution-making.	**Terpenuhi** Perseroan telah memastikan bahwa komposisi dan kualitas anggota Direksi sesuai dengan ukuran perusahaan, portofolio, budaya, jejak geografis serta status Perseroan sebagai perusahaan terbuka. Hal ini tercantum dalam Pedoman Direksi bagian Struktur Keanggotaan. Komposisi Direksi terdiri dari enam anggota per 31 Desember 2025, sesuai dengan peraturan OJK No. 33/ POJK.04/2014. **Complied** The Company has ensured that the composition and quality of the Board of Directors are commensurate with the Company's size, portfolio, culture, geographical footprint and status as a publicly listed company. This is set out in the Board of Directors Charter under the Membership Structure section. The Board of Directors comprises six members as at 31 December 2025, in accordance with OJK Regulation No. 33/POJK.04/2014.
5.2	Penentuan komposisi anggota Direksi memperhatikan, keberagaman keahlian, pengetahuan, dan pengalaman yang dibutuhkan. The composition of the Board of Directors shall take into account the diversity of expertise, knowledge, and experience required.	**Terpenuhi** Perseroan telah memastikan bahwa komposisi dan kualitas anggota Direksi sesuai dengan ukuran perusahaan, portofolio, budaya, jejak geografis serta status Perseroan sebagai perusahaan terbuka. Hal ini tercantum dalam Pedoman Direksi bagian Struktur Keanggotaan. Komposisi Direksi terdiri dari enam anggota per 31 Desember 2025, sesuai dengan peraturan OJK No. 33/ POJK.04/2014. **Complied** The Company has ensured that the composition and quality of the Board of Directors are commensurate with the Company's size, portfolio, culture, geographical footprint and status as a public company. This is set out in the Board of Directors Charter under the section on Membership Structure. The Board of Directors comprises six members as at 31 December 2025, in accordance with OJK Regulation No. 33/POJK.04/2014.
5.3	Anggota Direksi yang membawahi bidang akuntansi atau keuangan memiliki keahlian dan/ atau pengetahuan di bidang akuntansi. Members of the Board of Directors overseeing accounting or finance have expertise and/or knowledge in accounting.	**Terpenuhi** Direktur Keuangan Perseroan memiliki latar belakang pendidikan di bidang Akuntansi dan telah memiliki pengalaman di bidang keuangan pada beberapa posisi senior, yaitu Bapak Neeraj Lal. Profil beliau dapat dilihat dalam Laporan Tahunan 2025 ini. Pedoman Direksi juga menetapkan bahwa Direksi harus memiliki setidaknya satu pakar keuangan. **Complied** The Company's Finance Director, Mr. Neeraj Lal, has a background in accounting and has held senior positions in the finance sector. His profile can be found in this 2025 Annual Report. The Board of Directors Charter also stipulates that the Board of Directors must include at least one finance expert.

No.	Prinsip Principle	Penerapan di Perseroan Implementation in the Company
Prinsip 6 - Meningkatkan Kualitas Pelaksanaan Tugas dan Tanggung Jawab Direksi Principle 6 - Improving the Quality of the Board of Directors' Duties and Responsibilities		
6.1	Direksi mempunyai kebijakan penilaian sendiri (*self-assessment*) untuk menilai kinerja Direksi. The Board of Directors has its own self-assessment policy to evaluate the performance of the Board of Directors.	**Terpenuhi** Direksi melakukan penilaian tahunan secara mandiri atas kinerja kolektif dan individunya berdasarkan kriteria yang diajukan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi. Dewan Komisaris juga melakukan evaluasi tahunan atas kinerja Direksi. **Complied** The Board of Directors conducts an annual self-assessment of its collective and individual performance based on criteria proposed by the Nomination and Remuneration Committee. The Board of Commissioners also conducts an annual evaluation of the Board of Directors' performance.
6.2	Kebijakan penilaian sendiri (*self-assessment*) untuk menilai kinerja Direksi diungkapkan melalui laporan tahunan Perusahaan Terbuka. The self-assessment policy for evaluating the performance of the Board of Directors is disclosed in the annual report of the Public Company.	**Terpenuhi** Direksi melakukan penilaian tahunan secara mandiri atas kinerja kolektif dan individunya berdasarkan kriteria yang direkomendasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi. Kriteria tersebut meliputi kinerja keuangan dan bisnis Perseroan, penerapan tata kelola perusahaan yang baik, dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Kinerja manajemen dijelaskan dalam laporan Direksi dalam Laporan Tahunan 2025 ini. **Complied** The Board of Directors conducts an annual self-assessment of its collective and individual performance based on criteria recommended by the Nomination and Remuneration Committee. These criteria include the Company's financial and business performance, the implementation of good corporate governance, and compliance with applicable regulations. Management's performance is detailed in the Board of Directors' report in this 2025 Annual Report.
6.3	Direksi mempunyai kebijakan terkait pengunduran diri anggota Direksi apabila terlibat dalam kejahatan keuangan. The Board of Directors has a policy regarding the resignation of Board members if they are involved in financial crimes.	**Terpenuhi** Kebijakan Perseroan menyatakan bahwa seorang anggota Direksi harus mengundurkan diri jika dia dinyatakan bersalah atas tindak pidana. Hal ini tercantum dalam Piagam Direksi pada Bagian Masa Penunjukan. **Complied** The Company's policy states that a member of the Board of Directors must resign if they are found guilty of a criminal offence. This is set out in the Board Charter under the 'Term of Appointment' section.
D.	**Partisipasi Pemangku Kepentingan** Stakeholder Participation	
Prinsip 7 - Meningkatkan Aspek Tata Kelola Perusahaan melalui Partisipasi Pemangku Kepentingan Principle 7 - Improving Corporate Governance through Stakeholder Participation		
7.1	Perusahaan Terbuka memiliki kebijakan untuk mencegah terjadinya *insider trading*. Public companies have policies to prevent insider trading.	**Terpenuhi** Kebijakan Perseroan untuk mencegah terjadinya informasi orang dalam (*insider trading*) ditetapkan dalam Kode Prinsip Bisnis. Kode Prinsip tersebut menetapkan bahwa karyawan dilarang menggunakan informasi orang dalam (*insider trading*) untuk membeli atau menjual sekuritas di Unilever PLC, atau anak perusahaan Unilever yang terdaftar, termasuk Perseroan, atau perusahaan publik lainnya. Sekuritas tersebut dapat mencakup saham, ekuitas dan derivatif, atau lindung nilai. Komite Pengungkapan Unilever bertanggung jawab, atas nama Manajemen, untuk memastikan bahwa Perseroan telah menetapkan prosedur dan kontrol yang memadai untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku tentang *insider trading*. Rincian tentang pencegahan Insider Trading dinyatakan dalam Kode Prinsip Bisnis, yang dapat diakses di situs web Perseroan. **Complied** The Company's policy to prevent insider trading is set out in the Code of Business Principles. These Code stipulate that employees are prohibited from using insider information to buy or sell securities in Unilever PLC, or any listed Unilever

No.	Prinsip Principle	Penerapan di Perseroan Implementation in the Company
		subsidiary, including the Company, or any other public company. Such securities may include shares, equities and derivatives, or hedging instruments. The Unilever Disclosure Committee is responsible, on behalf of Management, for ensuring that the Company has established adequate procedures and controls to ensure compliance with applicable laws and regulations regarding insider trading. Details regarding the prevention of Insider Trading are set out in the Code of Business Principles, which are available on the Company's website.
7.2	Perusahaan Terbuka memiliki kebijakan anti korupsi dan *anti fraud*. Public companies have anti-corruption and anti-fraud policies.	**Terpenuhi** Perseroan mematuhi Kebijakan Anti Korupsi yang termaktub dalam Kode Prinsip Bisnis Perseroan sebagai berikut: Komitmen kami untuk berbisnis secara etis termasuk pendekatan tanpa toleransi (*zero tolerance*) terhadap praktik suap dan korupsi yang berlaku untuk semua usaha Perseroan, tanpa menghiraukan praktik bisnis lokal. Kebijakan Anti-Korupsi ini menjelaskan apa yang harus dilakukan dan tidak boleh dilakukan karyawan untuk memenuhi ketentuan Perseroan dan langkah apa yang harus diambil oleh para karyawan jika mereka tidak bisa menghindari ancaman bahaya fisik apabila tidak memenuhi permintaan untuk pembayaran. Dalam kasus tersebut, karyawan yang terlibat harus segera melaporkan secara rinci kepada Petugas Integritas Bisnis mengenai permintaan dan pembayaran. **Complied** The Company adheres to the Anti-Corruption Policy set out in the Company's Code of Business Principles as follows: Our commitment to conducting business ethically includes a zero-tolerance approach to bribery and corruption, which applies to all of the Company's operations, regardless of local business practices. This Anti-Corruption Policy explains what employees must and must not do to comply with the Company's requirements, and what steps employees must take if they cannot avoid a threat of physical harm by refusing a request for payment. In such cases, the employees involved must immediately report the details of the request and payment to the Business Integrity Officer.
7.3	Perusahaan Terbuka memiliki kebijakan tentang seleksi dan peningkatan kemampuan pemasok atau vendor. Public Companies have policies regarding the selection and improvement of supplier or vendor capabilities.	**Terpenuhi** Kebijakan tentang Seleksi dan Peningkatan Kemampuan Pemasok diatur dalam Kebijakan Pengadaan yang Bertanggung Jawab dan Kebijakan Rekanan Usaha yang Bertanggung Jawab. Kedua kebijakan tersebut mengatur persyaratan yang dipenuhi oleh pemasok untuk dapat melakukan bisnis dengan Perseroan. Kedua kebijakan tersebut dapat dilihat di situs web Perseroan, pada bagian Kebijakan Tata Kelola Perusahaan. **Complied** Policies regarding the selection and capacity building of suppliers are set out in the Responsible Procurement Policy and the Responsible Business Partner Policy. These policies outline the requirements that suppliers must meet in order to do business with the Company. Both policies can be viewed on the Company's website, under the Corporate Governance Policies section.
7.4	Perusahaan Terbuka memiliki kebijakan tentang pemenuhan hak-hak kreditur. The Public Company has a policy on the fulfilment of creditors' rights.	**Terpenuhi** Perseroan menjunjung tinggi hak-hak kreditur sesuai dengan Kebijakan Perlindungan Kreditur yang tersedia dalam bagian Kebijakan Tata Kelola Perusahaan di situs web Perseroan. **Complied** The Company upholds the rights of creditors in accordance with the Creditor Protection Policy, which is available in the Corporate Governance Policies section of the Company's website.
7.5	Perusahaan Terbuka memiliki kebijakan sistem *whistleblowing*. The Public Company has a whistleblowing system policy.	**Terpenuhi** Perseroan memiliki kebijakan pelaporan pelanggaran (*whistleblowing*). Setiap pelaporan *whistleblowing* yang masuk akan dinilai apakah termasuk pelanggaran terhadap Kode Prinsip Bisnis Perseroan. Penjelasan lengkap tentang prosedur pelaporan, penanganan laporan, pengelola sistem, perlindungan dan kerahasiaan pelapor, serta hasil dan tindak lanjut dari laporan, disajikan dalam Laporan Tahunan 2025 ini. **Complied** The Company has a whistleblowing policy. Every whistleblowing report received is assessed to determine whether it constitutes a breach of the Company's Code of

No.	Prinsip Principle	Penerapan di Perseroan Implementation in the Company
		Business Principles. A full explanation of the reporting procedures, handling of reports, system administrators, protection and confidentiality of whistleblowers, as well as the outcomes and follow-up actions regarding reports, is provided in this 2025 Annual Report.
7.6	Perusahaan Terbuka memiliki kebijakan pemberian insentif jangka panjang kepada Direksi dan karyawan. The Public Company has a policy on providing long-term incentives to the Board of Directors and employees.	**Terjelaskan** Perseroan memiliki insentif yang diberikan kepada karyawan dengan memperhatikan peraturan yang berlaku sehingga dapat bermanfaat dalam rangka menjaga loyalitas dan memberikan motivasi kepada Direksi dan karyawan untuk meningkatkan kinerja atau produktivitasnya dalam jangka panjang. Adapun untuk karyawan tertentu, Perseroan memberikan program *Annual Shares Plan* kepada karyawan Perseroan berdasarkan kinerja dari Unilever PLC. The Company provides incentives to employees in compliance with applicable regulations, aimed at supporting employee retention and motivating the Board of Directors and employees to enhance their performance and productivity over the long term. For certain employees, the Company also grants an Annual Shares Plan, which is awarded based on the performance of Unilever PLC.
E.	**Keterbukaan Informasi** Information Disclosure	
Prinsip 8 - Meningkatkan Pelaksanaan Keterbukaan Informasi Principle 8 - Improving the Implementation of Information Disclosure		
8.1	Perusahaan Terbuka memanfaatkan penggunaan teknologi informasi secara lebih luas selain Situs Web sebagai media keterbukaan informasi. Public Companies utilise information technology more extensively than just their websites as a medium for information disclosure.	**Terpenuhi** Perseroan menggunakan teknologi informasi untuk menyebarkan informasi perusahaan. Selain situs web Perseroan unilever.co.id, kami juga menggunakan media berikut untuk publikasi: Instagram: @unileveridn, X: @UnileverIDN, YouTube: Unilever Indonesia **Complied** The Company uses information technology to disseminate corporate information. In addition to the Company's website, unilever.co.id, we also use the following platforms for publications: Instagram: @unileveridn, X: @UnileverIDN, YouTube: Unilever Indonesia
8.2	Laporan Tahunan Perusahaan Terbuka mengungkapkan pemilik manfaat akhir dalam kepemilikan saham Perusahaan Terbuka paling sedikit 5% (lima persen), selain pengungkapan pemilik manfaat akhir dalam kepemilikan saham Perusahaan Terbuka melalui pemegang saham utama dan pengendali. The Annual Report of Public Companies discloses the ultimate beneficial owners of at least 5% (five per cent) of the shares of Public Companies, in addition to disclosing the ultimate beneficial owners of shares in Public Companies through major shareholders and controllers.	**Terpenuhi** Satu-satunya pemegang saham pengendali yang memiliki saham lebih dari 5% adalah Unilever PLC, sebagaimana dinyatakan dalam Laporan Tahunan 2025 ini. The only controlling shareholder holding more than 5% of the shares is Unilever PLC, as stated in this 2025 Annual Report.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility



2025

Tangguh dalam Perubahan, Memberikan Dampak Bermakna

Resilient Through Change, Delivering Meaningful Impact

Pada 2025, Unilever Indonesia melanjutkan strategi keberlanjutan yang berfokus pada empat pilar yaitu Iklim, Alam, Plastik, dan Mata Pencaharian.

Iklim menggambarkan upaya kami menuju target *Net Zero Emission* (NZE) pada 2039, Alam sebagai upaya kami dalam mendukung ekosistem alam melalui penerapan pertanian regeneratif, Plastik menjadi upaya kami untuk mengakhiri limbah plastik, dan Mata Pencaharian yang menargetkan terwujudnya penghidupan yang layak serta standar upah (*living wage*) bagi seluruh pihak di rantai nilai kami.

Di luar itu, kami juga terus mendorong dampak yang lebih luas melalui merek dan produk kami, inovasi dan pemasaran yang bertanggung jawab, serta program-program yang mendukung kehidupan yang lebih sehat dan komunitas yang lebih kuat.

Inisiatif keberlanjutan Unilever Indonesia dijalankan selaras dengan prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG), kontribusi terhadap *Sustainable Development Goals* (SDGs), penerapan hak asasi manusia sesuai prinsip *UN Global Impact* (UNGC), serta program pemerintah di bidang sosial dan lingkungan.

Penjelasan lebih lanjut mengenai kinerja keberlanjutan Unilever Indonesia disajikan secara komprehensif di dalam Laporan Keberlanjutan Unilever Indonesia 2025.

In 2025, Unilever Indonesia continued its sustainability strategy, which focuses on four pillars: Climate, Nature, Plastic and Livelihoods.

Climate describes our efforts towards the Net Zero Emissions (NZE) target by 2039; Nature represents our efforts to support natural ecosystems through the adoption of regenerative agriculture; Plastic is our commitment to ending plastic waste; and Livelihoods aims to ensure decent livelihoods and a living wage for everyone in our value chain.

Beyond this, we have continued to drive broader impact through our brands and products, responsible innovation and marketing, and programmes that support healthier lives and stronger communities.

Unilever Indonesia's sustainability initiatives are aligned with the principles of Environmental, Social, and Governance(ESG), contributions to the Sustainable Development Goals (SDGs), the implementation of human rights in accordance with the UN Global Compact (UNGC), and government programmes in the social and environmental sectors.

Further details regarding Unilever Indonesia's sustainability performance are comprehensively presented in the Unilever Indonesia Sustainability Report 2025.

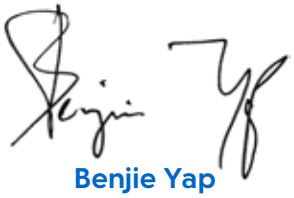
Surat Pernyataan Anggota Direksi dan Dewan Komisaris tentang Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2025 PT Unilever Indonesia Tbk

Kami yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa semua informasi dalam Laporan Tahunan PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2025 telah dimuat secara lengkap dan bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi Laporan Tahunan Perseroan.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Jakarta, April 2026.

Direksi
The Board of Directors



Benjie Yap
Presiden Direktur
President Director



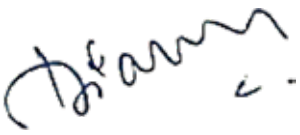
Neeraj Lal
Direktur
Director



Alejandro Meinardo Santos Concha
Direktur
Director



Hendri Widiarta
Direktur
Director



Nurdiana Darus
Direktur
Director

The Board of Directors' and the Board of Commissioners' Statement of Responsibility for the 2025 Annual Report of PT Unilever Indonesia Tbk

We the undersigned hereby declare that all the information contained in the 2025 Annual Report of PT Unilever Indonesia Tbk has been presented completely in its entirety and that we assume full responsibility for the accuracy of the content of the Company's Annual Report.

This statement is made truthfully.

Jakarta, April 2026.

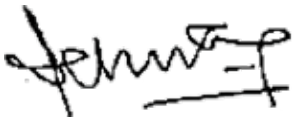
Dewan Komisaris
The Board of Commissioners



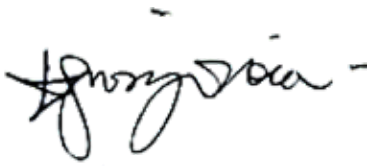
Sanjiv Mehta
Presiden Komisaris
President Commissioner



Alexander Steven Rusli
Komisaris Independen
Independent Commissioner



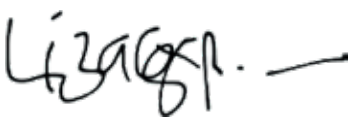
Debora Herawati Sadrach
Komisaris Independen
Independent Commissioner



Ignasius Jonan
Komisaris Independen
Independent Commissioner



Fauzi Ichsan
Komisaris Independen
Independent Commissioner



Alissa Wahid
Komisaris Independen
Independent Commissioner

Laporan Keuangan

Financial Statements

PT Unilever Indonesia Tbk

Laporan Keuangan Tahunan
31 Desember 2025 dan 31 Desember 2024

Serta untuk Tahun-Tahun yang Berakhir
pada Tanggal 31 Desember 2025 dan 2024

Annual Financial Statements
31 December 2025 and 31 December 2024

And for the Years Ended
31 December 2025 And 2024

Daftar Isi

Contents

	Halaman/*Page*	
Pernyataan Dewan Direksi tentang Tanggung Jawab		*Board of Directors' Statement of Responsibility*
Laporan Keuangan:		*Financial Statements:*
Laporan Posisi Keuangan	1/1 – 1/3	*Statement of Financial Position*
Laporan Laba Rugi dan Penghasilan Komprehensif Lain	2	*Statement of Profit or Loss and Other Comprehensive Income*
Laporan Perubahan Ekuitas	3	*Statement of Changes in Equity*
Laporan Arus Kas	4	*Statement of Cash Flows*
Catatan atas Laporan Keuangan	5/1 – 5/83	*Notes to the Financial Statements*
Laporan Auditor Independen		Independent Auditor's Report

SURAT PERNYATAAN DEWAN DIREKSI TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS LAPORAN KEUANGAN PT UNILEVER INDONESIA Tbk ("PERSEROAN") TANGGAL 31 DESEMBER 2025 DAN 31 DESEMBER 2024 DAN TAHUN-TAHUN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL 31 DESEMBER 2025 DAN 2024

THE DIRECTORS' STATEMENT REGARDING RESPONSIBILITY FOR FINANCIAL STATEMENTS OF PT UNILEVER INDONESIA Tbk (THE "COMPANY") AS AT 31 DECEMBER 2025 AND 31 DECEMBER 2024 AND FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2025 AND 2024

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini: / *We, the undersigned:*

1.	Nama	Benjie Yap	*Name*
	Alamat kantor	Grha Unilever Green Office Park Kav. 3 Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City Tangerang – 15345	*Office Address*
	Alamat domisili/sesuai KTP atau kartu identitas lain	Astoria Residence Jalan Pangeran Antasari RT.01/RW.01, Cilandak Barat, Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430	*Address of domicile/ based on ID card or other identity document*
	Nomor telepon	021-8082-7000	*Telephone Number*
	Jabatan	Presiden Direktur/*President Director*	*Position*
2.	Nama	Neeraj Lal	*Name*
	Alamat kantor	Grha Unilever Green Office Park Kav. 3 Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City Tangerang – 15345	*Office Address*
	Alamat domisili/sesuai KTP atau kartu identitas lain	Botanica Apartment Tower 3, Unit 03 DJEK Jalan Sultan Iskandar Muda No. 8 Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12220	*Address of domicile/ based on ID card or other identity document*
	Nomor telepon	021-8082-7000	*Telephone Number*
	Jabatan	Direktur/*Director*	*Position*

menyatakan bahwa: / *declare that:*

1.	kami bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian laporan keuangan Perseroan;	*we are responsible for the preparation and presentation of the Company's financial statements;*
2.	laporan keuangan telah disusun dan disajikan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia;	*the financial statements have been prepared and presented in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards;*
3.	a. pengungkapan yang ada di dalam laporan keuangan adalah lengkap dan akurat; b. laporan keuangan tidak mengandung informasi yang tidak benar, dan kami tidak menghilangkan informasi atau fakta yang material terhadap laporan keuangan;	*a. the disclosures we have made in the financial statements are complete and accurate;* *b. the financial statements do not contain misleading information, and we have not omitted any information or facts that would be material to the financial statements;*
4.	kami bertanggung jawab atas pengendalian internal;	*we are responsible for the internal control;*
5.	kami bertanggung jawab atas kepatuhan terhadap ketentuan dan peraturan yang berlaku.	*we are responsible for compliance with the applicable laws and regulations.*

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya. / *This is our declaration, which has been made truthfully.*

Atas nama dan mewakili para Direksi/*For and on behalf of the Directors:*



Benjie Yap
Presiden Direktur/*President Director*

Neeraj Lal
Direktur/*Director*

Tangerang, 12 Februari / *February* 2026

	Catatan/ *Notes*	2025	2024	
ASET				***ASSETS***
Aset Lancar				***Current Assets***
Kas dan setara kas	2c, 3	5,705,674	671,180	*Cash and cash equivalents*
Piutang usaha				*Trade debtors*
- Pihak ketiga	2g, 4	1,448,417	1,685,328	*Third parties -*
- Pihak berelasi	2b, 2g, 4	229,266	195,614	*Related parties -*
Uang muka dan piutang lain-lain				*Advances and other debtors*
- Pihak ketiga		307,049	96,793	*Third parties -*
- Pihak berelasi	2b, 7c	72,673	87,225	*Related parties -*
Persediaan	2h, 5	2,453,106	2,505,852	*Inventories*
Beban dibayar di muka	2n, 8	44,461	25,798	*Prepaid expenses*
Pajak dibayar di muka	15c	7,500	12,758	*Prepaid taxes*
Aset yang dimiliki untuk dijual	2aa, 38	276,477	-	*Assets Held for Sale*
Jumlah Aset Lancar		**10,544,623**	**5,280,548**	***Total Current Assets***
Aset Tidak Lancar				***Non-Current Assets***
Aset tetap	2i, 2k, 9a	7,145,889	9,321,605	*Fixed assets*
Goodwill	2k, 2l, 11	61,925	61,925	*Goodwill*
Aset takberwujud	2k, 2m,12	332,219	337,348	*Intangible assets*
Aset hak-guna	2j, 2k, 10	499,838	459,905	*Right-of-use assets*
Aset tidak lancar lainnya		52,983	75,193	*Other non-current assets*
Klaim Pajak yang dapat dikembalikan	15e	1,379,862	509,671	*Claim for Refundable Taxes*
Jumlah Aset Tidak Lancar		**9,472,716**	**10,765,647**	***Total Non-Current Assets***
JUMLAH ASET		**20,017,339**	**16,046,195**	***TOTAL ASSETS***

	Catatan/ *Notes*	2025	2024	
LIABILITAS				***LIABILITIES***
Liabilitas Jangka Pendek				***Current Liabilities***
Pinjaman bank	2p, 13	-	1,450,000	*Bank borrowings*
Utang usaha				*Trade creditors*
- Pihak ketiga	2q, 14	4,588,389	3,812,423	*Third parties -*
- Pihak berelasi	2b, 2q,14	106,940	170,874	*Related parties -*
Utang pajak				*Taxes payable*
- Pajak penghasilan badan	2r, 15d	1,283,401	133,893	*Corporate income tax -*
- Pajak lain-lain	15d	1,028,337	93,547	*Other taxes -*
Akrual	2o, 2x, 16	4,103,034	3,797,590	*Accruals*
Utang lain-lain				*Other payables*
- Pihak ketiga	17	1,871,911	1,436,933	*Third parties -*
- Pihak berelasi	2b, 7d	812,399	725,789	*Related parties -*
Liabilitas imbalan kerja jangka panjang – bagian jangka pendek	2s, 18	137,446	171,362	*Long-term employee benefits liabilities – current portion*
Liabilitas sewa – bagian jangka pendek	2j, 10	290,762	37,790	*Lease liabilities – current portion*
Jumlah Liabilitas Jangka Pendek		**14,222,619**	**11,830,201**	***Total Current Liabilities***
Liabilitas Jangka Panjang				***Non-Current Liabilities***
Liabilitas pajak tangguhan	2r, 15b	2,863	108,972	*Deferred tax liabilities*
Liabilitas imbalan kerja jangka panjang – bagian jangka panjang	2s, 18	962,660	1,464,913	*Long-term employee benefits liabilities – non-current portion*
Liabilitas sewa – bagian jangka panjang	2j, 10	354,079	492,842	*Lease liabilities – non-current portion*
Jumlah Liabilitas Jangka Panjang		**1,319,602**	**2,066,727**	***Total Non-Current Liabilities***
JUMLAH LIABILITAS		**15,542,221**	**13,896,928**	***TOTAL LIABILITIES***

	Catatan/ *Notes*	2025	2024	
EKUITAS				***EQUITY***
Modal saham				*Share capital*
(Modal dasar, seluruhnya ditempatkan dan disetor penuh: 38.150.000.000 saham biasa dengan nilai nominal Rp2 (nilai penuh) per saham)	2t, 19	76,300	76,300	*(Authorised, issued and fully paid-up: 38,150,000,000 common shares with par value of Rp2 (full amount) per share)*
Tambahan modal disetor	2t, 20, 21	96,000	96,000	*Additional paid-in capital*
Saham treasuri	2y, 19	(285,045)	-	*Treasury shares*
Saldo laba yang dicadangkan	23	15,260	15,260	*Appropriated retained earnings*
Saldo laba yang belum dicadangkan		4,572,603	1,961,707	*Unappropriated retained earnings*
JUMLAH EKUITAS		**4,475,118**	**2,149,267**	***TOTAL EQUITY***
JUMLAH LIABILITAS DAN EKUITAS		**20,017,339**	**16,046,195**	***TOTAL LIABILITIES AND EQUITY***

PT Unilever Indonesia Tbk
Laporan Laba Rugi dan
Penghasilan Komprehensif Lain
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada
31 Desember 2025 dan 2024
(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk
Statement of Profit or Loss and
Other Comprehensive Income
For The Years Ended
31 December 2025 and 2024
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2025	Catatan/ *Notes*	2024*	
OPERASI YANG DILANJUTKAN				***CONTINUING OPERATION***
Penjualan bersih	31,943,461	2b, 2o, 24	30,622,614	*Net sales*
Harga pokok penjualan	(16,946,367)	2b, 2o, 25	(16,062,942)	*Cost of goods sold*
LABA BRUTO	**14,997,094**		**14,559,672**	***GROSS PROFIT***
Beban pemasaran dan penjualan	(7,396,945)	2o, 26a	(7,670,796)	*Marketing and selling expenses*
Beban umum dan administrasi	(2,963,445)	2b, 2o, 26b	(3,064,055)	*General and administration expenses*
Beban lain-lain, neto	(44,683)		(17,504)	*Other expense, net*
LABA USAHA	**4,592,021**		**3,807,317**	***OPERATING PROFIT***
Penghasilan keuangan	24,447		16,101	*Finance income*
Biaya keuangan	(118,188)		(72,274)	*Finance costs*
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	**4,498,280**		**3,751,144**	***PROFIT BEFORE INCOME TAX***
Beban pajak penghasilan	(960,983)	2r, 15a	(846,496)	*Income tax expense*
LABA DARI OPERASI YANG DILANJUTKAN	**3,537,297**		**2,904,648**	***PROFIT FROM CONTINUING OPERATION***
OPERASI YANG DIHENTIKAN				***DISCONTINUED OPERATION***
Laba tahun berjalan dari operasi yang dihentikan	309,460		464,045	*Profit for the year from discontinued operation*
Laba penjualan operasi yang dihentikan	3,794,404		-	*Gain on sale of discontinued operation*
Jumlah laba dari operasi yang dihentikan setelah pajak	4,103,864	2z, 39	464,045	*Total profit from discontinued operation net of tax*
LABA	**7,641,161**		**3,368,693**	***PROFIT***
Laba/(rugi) komprehensif lain				***Other comprehensive income/(loss)***
Pos-pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi:				*Items that will not be reclassified to profit or loss:*
Pengukuran kembali liabilitas imbalan kerja	86,092	2s, 18	(126,877)	*Remeasurements of employee benefits obligations*
Pajak terkait atas penghasilan komprehensif lain	(18,940)	2r, 15b	27,913	*Related tax on other comprehensive income*
Jumlah Laba/(rugi) komprehensif lain, neto	67,152		(98,964)	***Total other comprehensive Income/(loss), net***
JUMLAH PENGHASILAN KOMPREHENSIF	**7,708,313**		**3,269,729**	***TOTAL COMPREHENSIVE INCOME***
Laba sebelum bunga, pajak, penyusutan dan amortisasi (EBITDA) operasi yang dilanjutkan	5,260,715	35	4,439,040	*Earnings before interest, tax, depreciation and amortization (EBITDA) continuing operation*
LABA PER SAHAM DASAR (dinyatakan dalam nilai penuh Rupiah per saham)		2v, 28		***BASIC EARNINGS PER SHARE*** *(expressed in Rupiah full amount per share)*
Operasi yang dilanjutkan	93		76	*Continuing operation*
Operasi yang dihentikan	108		12	*Discontinued operations*

*) Disajikan kembali (Lihat Catatan 39)

*) *As restated and re-presented (See Note 39)*

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

	Modal saham/ *Share capital*	Tambahan modal disetor/ *Additional paid-in capital*	Saham treasuri/ *Treasury Shares*	Saldo laba yang dicadangkan/ *Appropriated retained earnings*	Saldo laba yang belum dicadangkan/ *Unappropriated retained earnings*	Jumlah/ *Total*	
Saldo 31 Desember 2023	**76,300**	**96,000**	**-**	**15,260**	**3,193,678**	**3,381,238**	***Balance as at 31 December 2023***
Penghasilan komprehensif - 2024							***Comprehensive income - 2024***
Laba	-	-	-	-	3,368,693	3,368,693	*Profit*
Jumlah rugi komprehensif lain, neto	-	-	-	-	(98,964)	(98,964)	*Total other comprehensive loss, net*
Dividen (catatan 2u dan 22)	-	-	-	-	(4,501,700)	(4,501,700)	*Dividend (notes 2u and 22)*
Saldo 31 Desember 2024	**76,300**	**96,000**	**-**	**15,260**	**1,961,707**	**2,149,267**	***Balance as at 31 December 2024***
Penghasilan komprehensif - 2025							***Comprehensive income - 2025***
Laba	-	-	-	-	7,641,161	7,641,161	*Profit*
Jumlah laba komprehensif lain, neto	-	-	-	-	67,152	67,152	*Total other comprehensive gain, net*
Dividen (catatan 2u dan 22)	-	-	-	-	(5,097,417)	(5,097,417)	*Dividend (notes 2u and 22)*
Saham treasuri (catatan 2y dan 19)	-	-	(285,045)	-	-	(285,045)	*Treasury shares (notes 2y and 19)*
Saldo 31 Desember 2025	**76,300**	**96,000**	**(285,045)**	**15,260**	**4,572,603**	**4,475,118**	***Balance as at 31 December 2025***

	2025	Catatan/ *Notes*	2024	
Arus kas dari aktivitas operasi				***Cash flows from operating activities***
Penerimaan dari pelanggan	40,076,743		39,159,720	*Receipts from customers*
Pembayaran kepada pemasok	(27,657,268)		(28,547,341)	*Payments to suppliers*
Pembayaran remunerasi direksi dan karyawan	(1,756,877)		(2,313,210)	*Payments of directors' and employees' remuneration*
Pembayaran imbalan kerja jangka panjang pensiun – bagian jangka pendek	(225,264)		(101,468)	*Payments of long-term employee benefits pension – current portion*
Pembayaran imbalan kerja jangka panjang non-pensiun	(173,885)	18	(70,787)	*Payments of long-term employee benefits non-pension*
Pemberian pinjaman karyawan, neto	(5,779)		(7,399)	*Provision of employee loans, net*
Pembayaran untuk beban jasa dan royalti	(2,477,443)		(2,417,793)	*Payments of service fees and royalty*
Kas yang dihasilkan dari operasi	7,780,227		5,701,722	*Cash generated from operations*
Penerimaan dari penghasilan keuangan	27,838		18,476	*Receipts of finance income*
Pembayaran biaya keuangan	(88,869)		(43,600)	*Payments of finance costs*
Pembayaran pajak penghasilan badan	(1,051,509)	15	(1,206,945)	*Payments of corporate income tax*
Pembayaran untuk klaim pajak yang dapat dikembalikan	(870,191)		(509,671)	*Payments of Claim for refundable tax*
Arus kas neto yang dihasilkan dari aktivitas operasi	**5,797,496**		**3,959,982**	***Net cash flows from operating activities***
Arus kas dari aktivitas investasi				***Cash flows from investing activities***
Hasil penjualan aset tetap	11,407	9c	57,854	*Proceeds from the sale of fixed assets*
Perolehan aset tetap	(862,296)	9a, 34	(1,072,728)	*Acquisition of fixed assets*
Penerimaan kas dari penjualan operasi yang dihentikan	7,000,000	36, 39	-	*Cash received from sale of discontinued operation*
Arus kas neto yang dihasilkan dari/ (digunakan untuk) aktivitas investasi	**6,149,111**		**(1,014,874)**	***Net cash flows from/ (used in) investing activities***
Arus kas dari aktivitas pendanaan				***Cash flows from financing activities***
(Pelunasan)/penerimaan pinjaman bank, neto	(1,450,000)		1,450,000	*(Repayment)/proceeds of bank borrowings, net*
Pembayaran dividen kepada pemegang saham	(5,097,417)	22	(4,497,438)	*Dividends paid to the Shareholders*
Pembayaran liabilitas sewa	(79,802)	10	(247,243)	*Payments of lease liabilities*
Pembelian saham treasuri	(285,045)		-	*Acquisition of treasury shares*
Arus kas neto yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	**(6,912,264)**		**(3,294,681)**	***Net cash flows used in financing activities***
Kenaikan/(penurunan) bersih kas dan setara kas	**5,034,343**		**(349,573)**	***Net increase/(decrease) in cash and cash equivalents***
Dampak perubahan kurs terhadap kas dan setara kas	**151**		**155**	***Effect of exchange rate changes on cash and cash equivalents***
Kas dan setara kas pada awal tahun	**671,180**	2a, 2c, 3	**1,020,598**	***Cash and cash equivalents at the beginning of the year***
Kas dan setara kas pada akhir tahun	**5,705,674**	2a, 2c, 3	**671,180**	***Cash and cash equivalents at the end of the year***

Catatan atas laporan keuangan terlampir merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan ini.

The accompanying notes to the financial statements form an integral part of these financial statements.

1. Informasi umum

PT Unilever Indonesia Tbk ("Perseroan") didirikan pada tanggal 5 Desember 1933 dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V. dengan akta No. 23 oleh Tn. A.H. van Ophuijsen, notaris di Batavia, disetujui oleh Gouverneur Generaal van Nederlandsch-Indie dengan surat No. 14 tanggal 16 Desember 1933, didaftarkan di Raad van Justitie di Batavia dengan No. 302 pada tanggal 22 Desember 1933, dan diumumkan dalam *Javasche Courant* tanggal 9 Januari 1934, Tambahan No. 3.

Nama Perseroan diubah menjadi "PT Unilever Indonesia" dengan akta No. 171 tanggal 22 Juli 1980 dari notaris Ny. Kartini Muljadi, S.H.. Selanjutnya perubahan nama Perseroan menjadi "PT Unilever Indonesia Tbk", dilakukan dengan akta notaris Tn. Mudofir Hadi, S.H., No. 92 tanggal 30 Juni 1997. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dalam Surat Keputusan No. C2-1.049HT.01.04-TH.1998 tanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 39 tanggal 15 Mei 1998, Tambahan No. 2620.

Anggaran Dasar Perseroan telah mengalami beberapa kali perubahan, terakhir dengan akta notaris No. 10 tanggal 15 November 2021 dari Syarifudin S.H. notaris di Tangerang, terkait dengan penyesuaian kegiatan usaha perseroan dengan klasifikasi usaha baku terkini. Akta ini telah memperoleh persetujuan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01.03-0481560 tanggal 6 Desember 2021.

Kegiatan usaha Perseroan meliputi bidang produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi yang meliputi sabun, deterjen, makanan berinti susu, es krim, produk-produk kosmetik, minuman dengan bahan pokok teh dan minuman sari buah, dan penyewaan ruang kantor.

Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 13 Juni 2000, yang diaktakan dengan akta No. 82 tanggal 14 Juni 2000 dari notaris Singgih Susilo, S.H., Perseroan juga bertindak sebagai distributor utama untuk produk-produk Perseroan dan penyedia jasa penelitian pemasaran. Akta ini telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C-18482 HT.01.04-TH.2000.

Perseroan mulai beroperasi secara komersial tahun 1933.

Kantor Perseroan berlokasi di Green Office Park Kav. 3, Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang 15345, Indonesia. Pabrik-pabrik Perseroan berlokasi di Jalan Jababeka 9 Blok D, Jalan Jababeka Raya Blok O, Jalan Jababeka V Blok U No. 14-16, Jalan Jababeka XI Blok L No. 1-2, Kawasan Industri Jababeka Cikarang, Bekasi, Jawa Barat, dan Jalan Rungkut Industri IV No. 5-11, Kawasan Industri Rungkut, Surabaya, Jawa Timur.

1. General information

PT Unilever Indonesia Tbk (the "Company") was established on 5 December 1933 as Lever's Zeepfabrieken N.V. by deed No. 23 of Mr. A.H. van Ophuijsen, a notary in Batavia, which was approved by the Gouverneur Generaal van Nederlandsch-Indie in letter No. 14 on 16 December 1933, registered at the Raad van Justitie in Batavia under No. 302 on 22 December 1933 and published in the Javasche Courant on 9 January 1934, Supplement No. 3.

The Company's name was changed to "PT Unilever Indonesia" by deed No. 171 dated 22 July 1980 of public notary Mrs. Kartini Muljadi, S.H.. The Company's name was changed to "PT Unilever Indonesia Tbk" by deed No. 92 dated 30 June 1997 of public notary Mr. Mudofir Hadi, S.H. This deed was approved by the Minister of Justice in Decision Letter No. C2-1.049HT.01.04-TH.1998 dated 23 February 1998 and published in State Gazette No. 39 dated 15 May 1998, Supplement No. 2620.

The Company's Articles of Association have been amended several times, most recently by notarial deed No. 10 dated 15 November 2021 of Syarifudin S.H., a notary in Tangerang, related to the amendment of the company's business activities to the latest standard business classification. The deed was approved by the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. AHU-AH.01.03-0481560 dated 6 December 2021.

The Company is engaged in the manufacturing, marketing and distribution of consumer goods including soaps, detergents, dairy based foods, ice cream, cosmetic products, tea based beverages and fruit juice, and office space leasing.

As approved at the Annual General Meeting of Shareholders on 13 June 2000, which was notarised by deed No. 82 dated 14 June 2000 of public notary Singgih Susilo, S.H., the Company also acts as the main distributor of its products and provides marketing research services. This deed was approved by the Minister of Law and Legislation (formerly Minister of Justice) of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. C-18482 HT.01.04-TH.2000.

The Company commenced its commercial operations in 1933.

The Company's office is located at Green Office Park Kav. 3, Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City, Tangerang 15345, Indonesia. The Company's factories are located at Jalan Jababeka 9 Blok D, Jalan Jababeka Raya Blok O, Jalan Jababeka V Blok U No. 14-16, Jalan Jababeka XI Blok L No. 1-2, Jababeka Industrial Estate Cikarang, Bekasi, West Java, and Jalan Rungkut Industri IV No. 5-11, Rungkut Industrial Estate, Surabaya, East Java.

1. Informasi umum (lanjutan)

Pada tanggal 16 November 1981, Perseroan mendapat persetujuan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal ("Bapepam") No. SI-009/PM/E/1981 untuk menawarkan 15,00% sahamnya di Bursa Efek di Indonesia.

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 13 Juni 2000, para pemegang saham menyetujui untuk melakukan pemecahan saham (*stock split*) dengan mengubah nilai nominal saham dari Rp1.000 (nilai penuh) per saham menjadi Rp100 (nilai penuh) per saham. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Singgih Susilo, S.H. No. 19 tanggal 4 Agustus 2000 dan disetujui oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C-18481 HT.01.04-TH.2000.

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 24 Juni 2003, para pemegang saham menyetujui untuk melakukan pemecahan saham dengan mengubah nilai nominal saham dari Rp100 (nilai penuh) per saham menjadi Rp10 (nilai penuh) per saham. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Singgih Susilo, S.H. No. 46 tanggal 10 Juli 2003 dan disetujui oleh Kementerian Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C-17533 HT.01.04-TH.2003.

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 20 November 2019, para pemegang saham menyetujui untuk melakukan pemecahan saham dengan mengubah nilai nominal saham dari Rp10 (nilai penuh) per saham menjadi Rp2 (nilai penuh) per saham yang berlaku sejak 2 Januari 2020 sesuai dengan persetujuan dari Bursa Efek Indonesia. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Dewi Sukardi, S.H., M.Kn. No. 9 tanggal 25 November 2019 dan disetujui oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01.03-0365001. Berdasarkan surat dari Bursa Efek Indonesia ("Bursa") No.S-08264/BEI.PP3/12-2019 tanggal 20 Desember 2019, Bursa menyetujui pelaksanaan *stock split* atas saham Perseroan; sehingga, saham Perseroan yang dicatatkan di Bursa efektif sejak tanggal 2 Januari 2020 menjadi 38.150.000.000, dengan nilai nominal saham Rp2 (nilai penuh). Pada tanggal 31 Desember 2019, saham Perseroan berjumlah 7.630.000.000, dengan nilai nominal saham Rp10 (nilai penuh).

Pemegang saham terbesar Perseroan pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024 adalah Unilever Indonesia Holding B.V. ("UIH"), sedangkan entitas induk terakhir adalah Unilever PLC, Inggris.

1. General information (continued)

On 16 November 1981, the Company listed 15.00% of its shares on the Stock Exchange in Indonesia following the approval of the Chairman of the Capital Market Supervisory Board ("Bapepam") No. SI-009/PM/E/1981.

At the Annual General Meeting of Shareholders on 13 June 2000, the shareholders agreed to a stock split, reducing the par value from Rp1,000 (full amount) per share to Rp100 (full amount) per share. This change was notarised by deed of public notary Singgih Susilo, S.H. No. 19 dated 4 August 2000 and was approved by the Ministry of Law and Legislation (formerly the Ministry of Justice) of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. C-18481 HT.01.04-TH.2000.

At the Annual General Meeting of the Shareholders on 24 June 2003, the shareholders agreed to a stock split, reducing the par value from Rp100 (full amount) per share to Rp10 (full amount) per share. This change was notarised by deed of public notary Singgih Susilo, S.H. No. 46 dated 10 July 2003 and was approved by the Ministry of Justice and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. C-17533 HT.01.04-TH.2003.

At the Extraordinary Meeting of the Shareholders on 20 November 2019, the shareholders agreed to a stock split, reducing the par value from Rp10 (full amount) per share to Rp2 (full amount) per share, effective from 2 January 2020 as per approval from the Indonesia Stock Exchange. This change was notarised by deed of public notary Dewi Sukardi, S.H., M.Kn. No. 9 dated 25 November 2019 and was approved by the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. AHU-AH.01.03-0365001. According to letter from the Indonesia Stock Exchange ("IDX") No. S-08264/BEI.PP3/12-2019 dated 20 December 2019, IDX has approved the stock split of the Company's shares; therefore, the Company's shares recorded in the IDX effective from 2 January 2020 became 38,150,000,000, with par value of Rp2 (full amount). As at 31 December 2019, the Company's shares totaled 7,630,000,000, with par value of Rp10 (full amount).

The Company's majority shareholder as at 31 December 2025 and 2024 was Unilever Indonesia Holding B.V. ("UIH"), while its ultimate parent entity was Unilever PLC, United Kingdom.

1. Informasi umum (lanjutan)

Unilever PLC (berkedudukan di Inggris) dan Unilever N.V. (berkedudukan di Belanda) telah melaksanakan proses unifikasi pada tanggal 29 November 2020, di mana sebagai akibat dari unifikasi tersebut Unilever PLC menjadi entitas induk terakhir dari Perseroan. Unifikasi tersebut dilakukan dengan cara penggabungan lintas batas, di mana Unilever N.V. menggabungkan diri ke dalam Unilever PLC, dan Unilever PLC menjadi entitas penerima penggabungan. Meskipun terjadi unifikasi, tidak terdapat perubahan terhadap kepemilikan saham langsung oleh Unilever Indonesia Holding B.V., yang secara tidak langsung dimiliki oleh Unilever N.V sebelum unifikasi.

1. General information (continued)

Unilever PLC (domiciled in United Kingdom) and Unilever N.V. (domiciled in Netherlands) have completed a unification process on 29 November 2020, whereby as a result of such unification Unilever PLC becomes the sole ultimate parent entity of the Company. The unification was implemented through cross-border merger, by means of which Unilever N.V. merged into Unilever PLC, and Unilever PLC becoming the surviving entity. Despite the unification, there is no change to the direct share ownership of Unilever Indonesia Holding B.V. which is indirectly owned by Unilever N.V. before unification.

Dewan Komisaris

Susunan Dewan Komisaris Perseroan pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024 adalah sebagai berikut:

Board of Commissioners

The composition of the Company's Board of Commissioners as at 31 December 2025 and 2024 was as follows:

	2025	**2024**	
Presiden Komisaris	Sanjiv Mehta	Sanjiv Mehta	*President Commissioner*
Komisaris	Alexander Steven Rusli	Alexander Steven Rusli	*Commissioners*
	Debora Herawati Sadrach	Debora Herawati Sadrach	
	Ignasius Jonan	Ignasius Jonan	
	Alissa Wahid	Alissa Wahid	
	Fauzi Ichsan	Fauzi Ichsan	

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 28 Juli 2022, para pemegang saham menyetujui penunjukan Bapak Sanjiv Mehta sebagai Presiden Komisaris Perseroan, terhitung tanggal 28 Juli 2022. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Syarifudin, S.H., No. 15 tanggal 10 Agustus 2022 dan telah dicatatkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01.09-0048057 tanggal 26 Agustus 2022.

At the Extraordinary Meeting of the Shareholders on 28 July 2022, the shareholders agreed to the appointment of Mr. Sanjiv Mehta as President Commissioner of the Company, effective as of 28 July 2022. This change was notarised by deed of public notary Syarifudin, S.H. No. 15 dated 10 August 2022 and has been recorded by the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. AHU-AH.01.09-0048057 dated 26 August 2022.

1. Informasi umum (lanjutan)

Dewan Komisaris (lanjutan)

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 20 Juni 2024, para pemegang saham menyetujui pengangkatan kembali Bapak Sanjiv Mehta sebagai Presiden Komisaris Perseroan, pengangkatan kembali Bapak Alexander Steven Rusli, Ibu Alissa Wahid, Ibu Debora Herawati Sadrach, Bapak Fauzi Ichsan dan Bapak Ignasius Jonan masing-masing sebagai Komisaris Independen Perseroan. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Syarifudin, S.H., No. 08 tanggal 9 Juli 2024 dan telah dicatatkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH. 01.09-0225576 tanggal 12 Juli 2024.

Direksi

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 19 Desember 2023, para pemegang saham menyetujui pengunduran diri Ibu Ira Noviarti dan Bapak Shiv Sahgal dari jabatannya selaku Presiden Direktur dan Direktur Perseroan terhitung tanggal 1 Januari 2024, menyetujui pengunduran diri Bapak Sandeep Kohli dari jabatannya selaku Direktur Perseroan terhitung tanggal 1 Februari 2024, serta menyetujui penunjukan Bapak Benjie Yap sebagai Presiden Direktur Perseroan terhitung tanggal 1 Januari 2024.

Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Syarifudin, S.H., No. 27 tanggal 22 Desember 2023 dan telah dicatatkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01.09-0002959 tanggal 4 Januari 2024.

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan tanggal 20 Juni 2024, para pemegang saham menyetujui pengunduran diri ibu Anindya Garini Hira Murti Triadi dari jabatannya selaku Direktur Perseroan terhitung tanggal 25 Mei 2024, memberhentikan dengan hormat ibu Nurdiana Darus dan Ibu Amaryllis Esti Wijono masing-masing selaku Direktur Perseroan yang berlaku efektif terhitung sejak tanggal 20 Juni 2024. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Syarifudin, S.H., No. 08 tanggal 9 Juli 2024 dan telah dicatatkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01.09-0225576 tanggal 12 Juli 2024.

1. General information (continued)

Board of Commissioners (continued)

At the Annual General Meeting of Shareholders on 20 June 2024, the shareholders have agreed to re-appointment of Mr. Sanjiv Mehta as the President Commissioner of the Company, re-appointment of Mr. Alexander Steven Rusli, Mrs. Alissa Wahid, Mrs. Debora Herawati Sadrach, Mr. Fauzi Ichsan and Mr. Ignasius Jonan, respectively as independent Commissioners of the Company. This change was notarised by deed of public notary Mr. Syarifudin, S.H., No. 08 dated 9 July 2024 and has been recorded by the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decree No. AHU-AH. 01.09-0225576 dated 12 July 2024.

Directors

At the Extraordinary Meeting of the Shareholders on 19 December 2023, the shareholders agreed to the resignation of Mrs. Ira Noviarti from her position as President Director and Mr. Shiv Sahgal from his position as Director of the Company effective as of 1 January 2024, agreed to the resignation of Mr. Sandeep Kohli from his position as Director of the Company effective as of 1 February 2024, and agreed to the appointment of Mr. Benjie Yap as President Director of the Company effective as of 1 January 2024.

This change was notarised by deed of public notary Syarifudin, S.H., No. 27 dated 22 December 2023 and was recorded by the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. AHU-AH.01.09-0002959 dated 4 January 2024.

At the Annual General Meeting of Shareholders on 20 June 2024, the shareholders agreed to the resignation of Mrs. Anindya Garini Hira Murti Triadi from her position as Director of the Company effective as of 25 May 2024, honourably discharge of Mrs. Nurdiana Darus and Mrs. Amaryllis Esti Wijono from their positions as Director of the Company respectively effective from 20 June 2024. This change was notarised by deed of public notary Syarifudin, S.H., No. 08 dated 9 July 2024 and has been recorded by the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decree No. AHU-AH. 01.09-0225576 dated 12 July 2024.

1. Informasi umum (lanjutan)

Direksi (lanjutan)

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 14 Januari 2025, para pemegang saham menyetujui pengunduran diri Ibu Herni Raharja dan Bapak Ainul Yaqin dari jabatannya selaku Direktur Perseroan terhitung tanggal 14 Januari 2025, menyetujui pengunduran diri Bapak Vivek Agarwal dari jabatannya selaku Direktur Perseroan terhitung tanggal 1 Maret 2025, serta menyetujui penunjukan Bapak Alejandro Meinardo Santos Concha dan Ibu Vandana Suri sebagai Direktur Perseroan terhitung tanggal 14 Januari 2025. Menyetujui penunjukan Bapak Neeraj Lal sebagai Direktur Perseroan terhitung tanggal 1 Maret 2025. Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Syarifudin, S.H., No. 05 tanggal 17 Januari 2025 dan telah dicatatkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01-09-0029060 tanggal 23 Januari 2025.

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 15 Oktober 2025, para pemegang saham menyetujui pengunduran diri Bapak Willy Saelan dari jabatannya selaku Direktur Perseroan terhitung tanggal 15 Oktober 2025, serta menyetujui penunjukan Bapak Hendri Widiarta sebagai Direktur Perseroan terhitung tanggal 15 Oktober 2025.

Perubahan ini diaktakan dengan akta notaris Syarifudin, S.H., No. 29 tanggal 24 Oktober 2025 dan telah dicatatkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01-09- 0355032 tanggal 24 Oktober 2025.

Susunan Direksi Perseroan pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024 adalah sebagai berikut:

	2025	2024	
Presiden Direktur	Benjie Yap	Benjie Yap	*President Director*
Direktur	Enny Hartati*)	Ainul Yaqin	*Directors*
	Hendri Widiarta	Enny Hartati	
	Alejandro Santos Concha	Hernie Raharja	
	Vandana Suri*)	Willy Saelan	
	Neeraj Lal	Vivek Agarwal	

*) Pada tanggal 10 Desember 2025, Perseroan telah menerima surat pengunduran diri dari Ibu Enny Hartati dan Ibu Vandana Suri selaku Direktur Perseroan. Pengunduran diri tersebut akan berlaku efektif setelah memperoleh persetujuan dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Komite Audit

Susunan Komite Audit Perseroan pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024 adalah sebagai berikut:

	2025	2024	
Ketua	Alexander Steven Rusli	Alexander Steven Rusli	*Chairman*
Anggota	Nita Skolastika Ruslim	Nita Skolastika Ruslim	*Members*
	Aria Farah Mita	Aria Farah Mita	

Laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk ini telah diselesaikan dan diotorisasi untuk terbit oleh Direksi pada tanggal 12 Februari 2026.

1. General information (continued)

Directors (continued)

At the Extraordinary Meeting of the Shareholders on 14 January 2025, the shareholders agreed to the resignation of Mrs. Herni Raharja and Mr. Ainul Yaqin from their position as Director of the Company effective as of 14 January 2025, agreed to the resignation of Mr. Vivek Agarwal from his position as Director of the Company effective as of 1 March 2025, and agreed to the appointment of Mr. Alejandro Meinardo Santos Concha and Mrs. Vandana Suri as Director of the Company effective as of 14 January 2025. Agreed to the appointment of Mr. Neeraj Lal as Director of the Company effective as of 1 March 2025. This change was notarised by deed of public notary Syarifudin, S.H., No. 05 dated 17 January 2025 and has been recorded by the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decree No. AHU-AH.01-09-0029060 dated 23 January 2025.

At the Extraordinary Meeting of the Shareholders on 15 October 2025, the shareholders agreed to the resignation of Mr. Willy Saelan from his position as Director of the Company effective as of 15 October 2025, and agreed to the appointment of Mr. Hendri Widiarta as Director of the Company effective as of 15 October 2025.

This change was notarised by deed of public notary Syarifudin, S.H., No. 29 dated 24 October 2025 and has been recorded by the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decree No. AHU-AH.01-09-0355032 dated 24 Oktober 2025.

The composition of the Company's Directors as at 31 December 2025 and 2024 was as follows:

**) On 10 December 2025, the Company received letters of resignation from Mrs. Enny Hartati and Mrs. Vandana Suri as Directors of the Company. The resignation will become effective upon obtaining approval from the General Meeting of Shareholders (GMS).*

Audit Committee

The composition of the Company's Audit Committee as at 31 December 2025 and 2024 was as follows:

These financial statements of PT Unilever Indonesia Tbk were completed and authorized for issuance by the Directors on 12 February 2026.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material

Berikut ini adalah ikhtisar kebijakan akuntansi material yang diterapkan dalam penyusunan laporan keuangan Perseroan yang disusun berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia dan peraturan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) (sekarang menjadi Otoritas Jasa Keuangan atau OJK) No. VIII.G.7 tentang Penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emiten atau Perseroan Publik, yang terlampir dalam Surat Keputusan No. KEP-347/BL/2012.

2. Summary of material accounting policies

Presented below are the material accounting policies applied in the preparation of the financial statements of the Company which have been prepared in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards and the Capital Market and Financial Institutions Supervisory Agency (BAPEPAM-LK)'s Regulation (currently Indonesian Financial Services Authority or OJK) No. VIII.G.7 regarding the Presentation and Disclosures of Financial Statements of Issuers or Public Companies, enclosed in the Decision Letter No. KEP-347/BL/2012.

a. Dasar penyusunan laporan keuangan

Laporan keuangan disusun atas dasar akrual dengan menggunakan konsep nilai historis, kecuali standar akuntansi mengharuskan pengukuran nilai wajar.

Laporan arus kas disusun dengan metode langsung (*direct method*), dan menyajikan perubahan dalam kas dan setara kas dari aktivitas operasi, investasi dan pendanaan.

Mata uang pelaporan yang digunakan dalam laporan keuangan adalah Rupiah yang merupakan mata uang fungsional Perseroan. Seluruh angka dalam laporan keuangan ini dibulatkan menjadi dan disajikan dalam jutaan Rupiah yang terdekat, kecuali bila dinyatakan lain.

a. Basis of preparation of the financial statements

The financial statements are prepared on the accrual basis using the historical cost concept, except where the accounting standards require fair value measurement.

The statement of cash flows is prepared using the direct method, and presents the changes in cash and cash equivalents from operating, investing and financing activities.

The reporting currency used in the financial statements is Rupiah which is the Company's functional currency. Figures in the financial statements are rounded to and presented in millions of Rupiah, unless otherwise stated.

Perubahan pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan ("PSAK")

Penerapan dari standar revisi yang berlaku efektif sejak 1 Januari 2025 yang relevan dengan operasi Perseroan namun tidak menimbulkan dampak signifikan terhadap laporan keuangan Perseroan adalah sebagai berikut:

- Amendemen PSAK 221 "Dampak Perubahan Nilai Tukar Mata Uang Asing"

Changes to the Statements of Financial Accounting Standards ("SFAS")

The adoption of the following revised standards that were effective on 1 January 2025 which are relevant to the Company's operations, but did not result in significant impact to the Company's financial statements are as follows:

- *Amendment of SFAS 221 "Effects of Changes in Foreign Exchange Rates"*

b. Transaksi dengan pihak berelasi

Perseroan mempunyai transaksi dengan pihak berelasi. Definisi pihak berelasi sesuai dengan yang diatur dalam PSAK 224, "Pengungkapan Pihak-pihak Berelasi".

Seluruh transaksi yang material dengan pihak berelasi telah diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan.

b. Related party transactions

The Company has transactions with related parties. The definition of related parties used is in accordance with SFAS 224, "Related Party Disclosures".

All material transactions with related parties are disclosed in the notes to the financial statements.

c. Kas dan setara kas

Kas dan setara kas mencakup kas, bank dan deposito jangka pendek dengan jangka waktu jatuh tempo dalam waktu 6 (enam) bulan atau kurang.

c. Cash and cash equivalents

Cash and cash equivalents include cash on hand, cash in banks, and short-term time deposits with original maturities of 6 (six) months or less.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

d. Transaksi mata uang asing

Transaksi dalam mata uang asing dijabarkan ke mata uang Rupiah dengan menggunakan kurs yang berlaku pada tanggal transaksi. Pada tanggal pelaporan, aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing dijabarkan kembali ke mata uang Rupiah dengan kurs yang berlaku pada tanggal pelaporan tersebut. Kurs yang digunakan sebagai acuan adalah kurs tengah yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Keuntungan dan kerugian atas selisih kurs yang timbul dari transaksi dalam mata uang asing dan atas penjabaran kembali aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing, diakui pada laba rugi pada periode/tahun yang bersangkutan.

Aset dan liabilitas nonmoneter dalam mata uang asing yang diukur pada biaya historis dijabarkan dengan menggunakan kurs pada tanggal transaksi.

Laba dan rugi kurs atas penjabaran kembali aset dan liabilitas moneter yang timbul dari aktivitas operasi umumnya diakui di laba rugi.

e. Instrumen keuangan derivatif

Instrumen derivatif pada awalnya diakui sebesar nilai wajar pada saat kontrak tersebut dilakukan dan selanjutnya diukur pada nilai wajarnya. Metode pengakuan keuntungan atau kerugian atas perubahan nilai wajar tergantung pada apakah derivatif tersebut dirancang dan memenuhi syarat sebagai instrumen lindung nilai untuk tujuan akuntansi dan sifat dari risiko yang dilindungi nilainya.

Keuntungan atau kerugian yang timbul dari perubahan nilai wajar atas instrumen derivatif yang tidak memenuhi kriteria lindung nilai untuk tujuan akuntansi diakui pada laba rugi.

f. Instrumen keuangan

Seluruh aset keuangan dan liabilitas keuangan diakui pada pengakuan awal pada saat Perseroan menjadi pihak dari ketentuan kontrak suatu instrumen keuangan.

Aset keuangan Perseroan yang terdiri dari kas dan setara kas, piutang usaha, piutang lain-lain, serta liabilitas keuangan Perseroan yang terdiri dari pinjaman bank, utang usaha, akrual, utang lain-lain (kecuali utang derivatif) dan liabilitas sewa, diklasifikasikan sebagai “instrumen keuangan yang diukur pada biaya perolehan diamortisasi”.

2. Summary of material accounting policies (continued)

d. Foreign currency transactions

Transactions denominated in foreign currencies are translated into Rupiah at the exchange rates prevailing at the date of the transaction. At the reporting date, monetary assets and liabilities in foreign currencies are retranslated into Rupiah at the exchange rates prevailing on that date. The exchange rate used as a benchmark is the middle rate which is issued by Bank Indonesia. Exchange gains and losses arising on transactions in foreign currencies and on the retranslation of monetary assets and liabilities in foreign currencies are recognised in profit or loss during the period/year in which they are incurred.

Non-monetary assets and liabilities denominated in a foreign currency that are measured at historical cost are translated using the exchange rate at the date of the transaction.

Foreign currency gains and losses on retranslation of monetary assets and liabilities that arise from operating activities are generally recognized in profit or loss.

e. Derivative financial instruments

Derivative instruments are initially recognised at fair value on the date a derivative contract is entered into and are subsequently remeasured at their fair values. The method of recognising the resulting gain or loss on the changes in fair value depends on whether the derivative is designated and qualified as a hedging instrument for accounting purposes and the nature of the risk being hedged.

The gains or losses arising from changes in the fair value of derivative instruments that do not meet the criteria of hedging for accounting purposes are recognised in profit or loss.

f. Financial instruments

All financial assets and financial liabilities are initially recognized when the Company becomes a party to the contractual provisions of the instruments.

The Company’s financial assets comprise cash and cash equivalents, trade debtors, other debtors, and the Company’s financial liabilities comprise bank borrowings, trade creditors, accruals, other payables (except derivative payables) and lease liabilities, are classified as “financial instruments measured at amortized costs”.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

f. Instrumen keuangan (lanjutan)

Suatu aset keuangan diukur pada biaya perolehan diamortisasi jika memenuhi kedua kondisi berikut dan tidak ditetapkan untuk diukur pada nilai wajar melalui laba rugi:

- Dikelola dalam model bisnis yang bertujuan untuk memiliki aset keuangan dalam rangka mendapatkan arus kas kontraktual; dan
- Persyaratan kontraktual dari aset keuangan menghasilkan arus kas pada tanggal tertentu yang semata dari pembayaran pokok dan bunga dari jumlah pokok terutang.

Instrumen keuangan derivatif (bagian dari utang lain-lain) diklasifikasikan untuk diukur pada nilai wajar melalui laba rugi.

Perseroan mengakui provisi atas kerugian penurunan nilai untuk kerugian kredit ekspektasian atas aset keuangan yang diukur pada biaya perolehan diamortisasi. Provisi atas kerugian penurunan nilai piutang usaha diukur dengan jumlah yang sama dengan kerugian kredit ekspektasian sepanjang umurnya. Kerugian kredit ekspektasian sepanjang umurnya adalah kerugian kredit ekspektasian yang dihasilkan dari semua kemungkinan kejadian gagal bayar sepanjang umur yang diharapkan dari suatu instrumen keuangan.

Kerugian kredit ekspektasian adalah perkiraan probabilitas-tertimbang dari kerugian kredit. Kerugian kredit diukur sebagai nilai sekarang dari semua kekurangan penerimaan kas (yaitu perbedaan antara arus kas terutang dari suatu entitas berdasarkan kontrak dan arus kas yang Perseroan harapkan untuk diterima). Kerugian kredit ekspektasian didiskontokan pada tingkat suku bunga efektif dari aset keuangan tersebut.

Aset dan liabilitas keuangan dapat saling hapus dan nilai netonya disajikan dalam laporan posisi keuangan apabila terdapat hak yang berkekuatan hukum untuk melakukan saling hapus atas jumlah yang telah diakui dan ada maksud untuk melakukan penyelesaian tersebut secara neto, atau apabila aset direalisasi dan liabilitas diselesaikan secara bersamaan.

2. Summary of material accounting policies (continued)

f. Financial instruments (continued)

A financial asset is measured at amortised cost if it meets both of the following conditions and is not designated as at fair value through profit or loss:

- *It is held within a business model whose objective is to hold financial assets to collect contractual cash flows; and*
- *Its contractual terms give rise on specified dates to cash flows that are solely payments of principal and interest on principal amount outstanding.*

Derivative financial instruments (part of other payables) are classified as measured at fair value through profit or loss.

The Company recognises impairment loss provisions for expected credit losses (ECLs) on financial assets measured at amortised cost. Impairment loss provisions for trade receivables are measured at an amount equal to lifetime ECLs. Lifetime ECLs are the ECLs that result from all possible default events over the expected life of a financial instrument.

Expected Credit Losses are probability-weighted estimates of credit losses. Credit losses are measured as the present value of all cash shortfalls (i.e. the difference between the cash flows due to the entity in accordance with the contract and the cash flows that the Company expects to receive). Expected Credit Losses are discounted at the effective interest rate of the financial asset.

Financial assets and liabilities are offset and the net amount is presented in the statement of financial position when there is a legal right of offset and there is an intention to settle on a net basis, or when the asset is realized and the liability settled simultaneously.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

f. Instrumen keuangan (lanjutan)

Perseroan menghentikan pengakuan aset keuangan ketika hak kontraktual atas arus kas dari aset keuangan berakhir, atau ketika Perseroan mengalihkan hak untuk menerima arus kas kontraktual di dalam sebuah transaksi di mana secara substansial semua risiko dan manfaat kepemilikan aset keuangan tersebut dialihkan, yaitu: ketika pengendalian atas aset keuangan dilepaskan.

Dalam transaksi di mana aset keuangan dialihkan tetapi risiko dan manfaat yang terkait dengan kepemilikan tetap dipertahankan, aset yang dialihkan tidak dihentikan pengakuannya.

Perseroan menghentikan pengakuan liabilitas keuangan ketika liabilitas kontraktualnya dihentikan, dibatalkan, atau dihapuskan. Perseroan juga menghentikan pengakuan liabilitas keuangan ketika persyaratan-persyaratannya dimodifikasi dan arus kas dari liabilitas yang dimodifikasi berbeda secara substansial, dalam hal ini liabilitas keuangan baru, berdasarkan persyaratan-persyaratan yang dimodifikasi, diakui pada nilai wajar.

Pada penghentian pengakuan liabilitas keuangan, perbedaan antara jumlah tercatat yang dihapuskan dan imbalan yang dibayarkan (termasuk aset-aset non-tunai yang ditransfer atau liabilitas yang ditanggung) diakui di dalam laba rugi.

g. Piutang usaha

Pada saat pengakuan awal piutang usaha diukur pada harga transaksinya dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode suku bunga efektif apabila dampak pendiskontoan signifikan, dikurangi dengan provisi atas penurunan nilai.

Piutang usaha dihentikan pengakuannya ketika hak kontraktual Perseroan atas arus kas yang berasal dari piutang usaha tersebut kedaluwarsa, yaitu ketika aset ditransfer dan ketika seluruh risiko dan manfaat atas kepemilikan aset keuangan telah dialihkan kepada pihak lain.

h. Persediaan

Persediaan diukur pada nilai yang terendah antara biaya perolehan dan nilai realisasi neto. Metode yang dipakai untuk menentukan biaya adalah metode rata-rata bergerak. Biaya perolehan barang jadi dan barang dalam proses terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung serta alokasi biaya *overhead* yang terkait dengan produksi.

2. Summary of material accounting policies (continued)

f. Financial instruments (continued)

The Company derecognizes a financial asset when the contractual rights to the cash flows from the financial asset expire, or when it transfers the rights to receive the contractual cash flows in a transaction in which substantially all of the risks and rewards of ownership of financial asset are transferred, i.e: when the control over the financial asset is relinquished.

In transactions where a financial asset is transferred but the risks and rewards associated with ownership are somehow retained, the transferred asset is not derecognized.

The Company derecognizes a financial liability when its contractual obligations are discharged, cancelled, or otherwise extinguished. The Company also derecognizes a financial liability when its terms are modified and the cash flows of the modified liability are substantially different, in which case a new financial liability, based on the modified terms, is recognized at fair value.

On derecognition of a financial liability, the difference between the carrying amount extinguished and the consideration paid (including any non-cash assets transferred or liabilities assumed) is recognized in profit or loss.

g. Trade debtors

Trade debtors are initially measured at their transaction price and subsequently measured at amortised cost using the effective interest method if the impact of discounting is significant, less provision for impairment.

Trade debtors are derecognized when the Company's contractual rights to the cash flows from the trade debtors expire, i.e. when the asset is transferred and when substantially all the risks and rewards of ownership of the financial assets are transferred to another party.

h. Inventories

Inventories are measured at cost or net realisable value, whichever is lower. The method used to determine cost is the moving average method. Cost of finished goods and work in process comprises cost of materials, cost of direct labour and an appropriate proportion of directly attributable production overhead cost.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

h. Persediaan (lanjutan)

Nilai realisasi neto adalah estimasi harga jual dalam kegiatan usaha biasa dikurangi estimasi biaya penyelesaian dan estimasi biaya yang diperlukan untuk melakukan penjualan.

Provisi untuk persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris ditentukan berdasarkan estimasi penggunaan atau penjualan masing-masing jenis persediaan pada masa mendatang.

i. Aset tetap dan penyusutan

Aset tetap pada awalnya diakui sebesar biaya perolehan dan selanjutnya, kecuali tanah, dicatat sebesar biaya perolehan dikurangi akumulasi penyusutan dan kerugian penurunan nilai.

Tanah tidak disusutkan.

Biaya perolehan mencakup semua pengeluaran yang terkait secara langsung dengan perolehan aset tetap tersebut.

Biaya-biaya setelah pengakuan awal aset diakui sebagai bagian dari nilai tercatat aset atau sebagai aset yang terpisah, hanya apabila kemungkinan besar Perseroan akan mendapatkan manfaat ekonomik masa depan dan biaya perolehan aset dapat diukur dengan andal. Nilai tercatat komponen yang diganti tidak lagi diakui. Biaya perbaikan dan pemeliharaan dibebankan ke dalam laba rugi selama periode di mana biaya-biaya tersebut terjadi.

Penyusutan diterapkan dengan metode garis lurus, berdasarkan estimasi masa manfaat dari aset-aset sebagai berikut:

2. Summary of material accounting policies (continued)

h. Inventories (continued)

Net realisable value is the estimated selling price in the ordinary course of business less estimated costs of completion and estimated costs necessary to make the sale.

A provision for obsolete and unused/slow moving inventories is determined on the basis of estimated future usage or sale of inventory items.

i. Fixed assets and depreciation

Fixed assets are initially recognized at cost and subsequently, except for land, are recorded at cost less accumulated depreciation and impairment losses.

Land is not depreciated.

Cost includes expenditures that are directly attributable to the acquisition of the fixed assets.

Subsequent costs are included in the asset's carrying amount or recognised as a separate asset, as appropriate, only when it is probable that future economic benefits associated with the asset will flow to the Company and the acquisition cost of the asset can be measured reliably. The carrying amount of the replaced part is derecognised. All other repairs and maintenance expenses are charged to profit or loss during the period in which they are incurred.

Depreciation is applied using the straight-line method over the estimated useful lives of the assets as follows:

	Tahun/*Years*	
Bangunan	40	*Buildings*
Mesin dan peralatan	3-20	*Machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	8	*Motor vehicles*

Secara berkala, metode penyusutan dan masa manfaat setiap aset ditelaah, dan disesuaikan jika perlu.

Keuntungan dan kerugian yang timbul dari pelepasan aset tetap ditentukan sebesar perbedaan antara penerimaan hasil pelepasan dan jumlah tercatat aset tersebut dan diakui dalam akun "biaya produksi" bagian dari "harga pokok penjualan" dan "pendapatan/ beban lain-lain" di laba rugi.

Periodically, the assets' depreciation method and useful lives are reviewed, and adjusted if appropriate.

Gains and losses on disposals of fixed assets are determined by comparing the proceeds with the carrying amount and are recognised within "production costs" as part of "cost of goods sold" and "other income/ expenses" in profit or loss.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

i. Aset tetap dan penyusutan (lanjutan)

Akumulasi biaya konstruksi bangunan dan pabrik, serta pemasangan peralatan, dikapitalisasi sebagai aset dalam penyelesaian. Biaya tersebut direklasifikasi ke akun aset tetap pada saat proses konstruksi atau pemasangan selesai. Penyusutan mulai dibebankan pada tanggal aset tersebut tersedia untuk digunakan.

j. Sewa

Pada tanggal insepsi suatu kontrak, Perseroan menilai apakah suatu kontrak merupakan, atau mengandung, sewa. Suatu kontrak merupakan, atau mengandung, sewa jika kontrak tersebut memberikan hak untuk mengendalikan penggunaan suatu aset identifikasian selama suatu jangka waktu untuk dipertukarkan dengan imbalan. Untuk menilai apakah suatu kontrak memberikan hak untuk mengendalikan suatu aset identifikasian, Perseroan menilai apakah:

- Kontrak melibatkan penggunaan suatu aset identifikasian – ini dapat ditentukan secara eksplisit atau implisit dan secara fisik dapat dibedakan atau mewakili secara substansial seluruh kapasitas aset yang secara fisik dapat dibedakan. Jika pemasok memiliki hak substitusi substantif, maka aset tersebut tidak teridentifikasi.

- Perseroan memiliki hak untuk memperoleh secara substansial seluruh manfaat ekonomik dari penggunaan aset selama periode penggunaan; dan

- Perseroan memiliki hak untuk mengarahkan penggunaan aset identifikasian. Perseroan memiliki hak ini ketika Perseroan memiliki hak pengambilan keputusan yang paling relevan untuk mengubah bagaimana dan untuk tujuan apa aset tersebut digunakan. Dalam kondisi tertentu di mana semua keputusan tentang bagaimana dan untuk tujuan apa aset digunakan telah ditentukan sebelumnya, Perseroan memiliki hak untuk mengarahkan penggunaan aset tersebut jika:
  - Perseroan memiliki hak untuk mengoperasikan aset; atau
  - Perseroan mendesain aset dengan cara menetapkan sebelumnya bagaimana dan untuk tujuan apa aset akan digunakan.

Pada tanggal insepsi atau pada saat penilaian kembali suatu kontrak yang mengandung suatu komponen sewa, Perseroan mengalokasikan imbalan dalam kontrak ke masing-masing komponen sewa berdasarkan harga tersendiri relatif dari komponen sewa.

2. Summary of material accounting policies (continued)

i. Fixed assets and depreciation (continued)

The accumulated costs of the construction of buildings and plant and the installation of machinery are capitalised as construction in progress. These costs are reclassified to fixed asset accounts when the construction or installation is complete. Depreciation is charged from the date when those assets are available for use.

j. Leases

At inception of a contract, the Company assesses whether a contract is, or contains, a lease. A contract is, or contains, a lease if the contract conveys the right to control the use of an identified asset for a period of time in exchange for consideration. To assess whether a contract conveys the right to control the use of an identified asset, the Company assesses whether:

- *The contract involves the use of an identified asset – this may be specified explicitly or implicitly and should be physically distinct or represent substantially all of the capacity of a physically distinct asset. If the supplier has the substantive substitution right, then the asset is not identified.*

- *The Company has the right to obtain substantially all of the economic benefits from use of the asset throughout the period of use; and*

- *The Company has the right to direct the use of the identified asset. The Company has this right when it has the decision-making rights that are most relevant to changing how and for what purpose the asset is used. In certain circumstances where all the decisions about how and for what purpose the asset is used are predetermined, the Company has the right to direct the use of the asset if either:*
  - *the Company has the right to operate the asset; or*
  - *the Company designed the asset in a way that predetermines how and for what purpose the asset will be used.*

At inception or on reassessment of a contract that contains a lease component, the Company allocates consideration in the contract to each lease component on the basis of their relative stand-alone prices.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

j. Sewa (lanjutan)

Pembayaran sewa yang termasuk dalam pengukuran liabilitas sewa meliputi: pembayaran sewa tetap, sewa variabel yang bergantung pada indeks, jumlah yang akan dibayarkan dalam jaminan nilai residual dan harga eksekusi opsi beli, opsi perpanjangan atau penalti penghentian jika Perseroan cukup pasti akan mengeksekusi opsi tersebut.

Perseroan mengakui aset hak-guna dan liabilitas sewa pada tanggal permulaan sewa. Aset hak-guna awalnya diukur pada biaya perolehan, yang terdiri dari jumlah pengukuran awal dari liabilitas sewa disesuaikan dengan pembayaran sewa yang dilakukan pada atau sebelum tanggal permulaan, ditambah dengan biaya langsung awal yang dikeluarkan, dan estimasi biaya untuk membongkar dan memindahkan aset pendasar atau untuk merestorasi aset pendasar atau tempat di mana aset berada, dikurangi insentif sewa yang diterima.

Setelah tanggal permulaan, aset hak-guna diukur dengan model biaya. Aset hak-guna selanjutnya disusutkan dengan menggunakan metode garis-lurus dari tanggal permulaan hingga tanggal yang lebih awal antara akhir masa manfaat aset hak-guna atau akhir masa sewa. Selain itu, aset hak-guna secara berkala dikurangi dengan kerugian penurunan nilai, jika ada, dan disesuaikan dengan pengukuran kembali liabilitas sewa.

Liabilitas sewa awalnya diukur pada nilai kini atas pembayaran sewa yang belum dibayar pada tanggal permulaan, didiskontokan menggunakan suku bunga implisit dalam sewa atau, jika suku bunga tersebut tidak dapat ditentukan, digunakan suku bunga pinjaman inkremental Perseroan. Umumnya, Perseroan menggunakan suku bunga pinjaman inkremental sebagai suku bunga diskonto.

Setelah perolehan awal, liabilitas sewa diukur pada biaya perolehan diamortisasi menggunakan metode suku bunga efektif. Liabilitas sewa diukur kembali ketika terdapat perubahan pembayaran sewa masa depan yang timbul dari perubahan indeks atau suku bunga, jika ada perubahan estimasi Perseroan atas jumlah yang diperkirakan akan dibayar dalam jaminan nilai residual, atau jika Perseroan mengubah penilaiannya apakah akan mengeksekusi opsi beli, perpanjangan atau penghentian.

2. Summary of material accounting policies (continued)

j. Leases (continued)

Lease payments included in the measurement of the lease liability comprise the following: fixed payments, variable lease payments that depend on an index, amounts expected to be payable under a residual value guarantee and the exercise price under a purchase option, optional renewal period or penalties for early termination of a lease unless the Company is reasonably certain not to terminate early.

The Company recognizes a right-of-use asset and a lease liability at the lease commencement date. The right of-use asset is initially measured at cost, which comprises the initial amount of the lease liability adjusted for any lease payments made at or before the commencement date, plus any initial direct costs incurred and an estimate of costs to dismantle and remove the underlying asset or to restore the underlying asset or the site on which it is located, less any lease incentives received.

After commencement date, right-of-use asset is measured using cost model. The right-of-use asset is subsequently depreciated using the straight-line method from the commencement date to the earlier of the end of the useful life of the right-of-use asset or the end of the lease term. In addition, the right-of-use asset is periodically reduced by impairment losses, if any, and adjusted for certain remeasurements of the lease liability.

The lease liability is initially measured at the present value of the lease payments that are not yet paid at the commencement date, discounted using the interest rate implicit in the lease or, if that rate cannot be readily determined, the Company's incremental borrowing rate. Generally, the Company uses its incremental borrowing rate as the discount rate.

After the initial acquisition, the lease obligation is measured at amortized cost using the effective interest method. It is remeasured when there is a change in future lease payments arising from a change in an index or rate, if there is a change in the Company's estimate of the amount expected to be payable under a residual value guarantee, or if the Company changes its assessment of whether it will exercise a purchase, extension or termination option.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

j. Sewa (lanjutan)

Ketika liabilitas sewa diukur kembali dengan cara ini, penyesuaian terkait dilakukan terhadap jumlah tercatat aset hak-guna, atau dicatat dalam laba rugi jika jumlah tercatat aset hak-guna telah berkurang menjadi nol.

Sewa Tanah dan Bangunan

Perseroan menyewa tanah dan bangunan untuk ruang kantor dan gudang. Sewa ruang kantor secara umum berlaku untuk periode 3 – 5 tahun, dan gudang berlaku untuk periode 1 – 3 tahun. Beberapa sewa termasuk opsi untuk memperbaharui periode sewa untuk tambahan durasi yang sama setelah akhir masa kontrak.

Opsi Perpanjangan

Beberapa sewa gedung kantor mengandung opsi perpanjangan yang dapat dieksekusi Perseroan sebelum periode kontrak yang tidak dapat dibatalkan tersebut berakhir. Jika memungkinkan, Perseroan berupaya untuk memasukkan opsi perpanjangan dalam sewa baru untuk memberikan fleksibilitas operasional. Perseroan menilai pada saat permulaan sewa apakah Perseroan cukup pasti untuk mengeksekusi opsi perpanjangan. Perseroan menilai kembali apakah cukup pasti untuk mengeksekusi opsi tersebut jika terdapat peristiwa signifikan atau perubahan signifikan dalam kondisi yang berada dalam pengendalian Perseroan.

Sewa Lain-lain

Perseroan menyewa kendaraan dan peralatan, dengan periode kontrak 3 – 5 tahun. Perseroan juga menyewa peralatan *IT* dan mesin dengan periode kontrak 3 tahun.

Sewa Jangka-Pendek dan Sewa Aset Bernilai-Rendah

Perseroan memilih untuk tidak mengakui aset hak-guna dan liabilitas sewa untuk sewa jangka-pendek yang memiliki masa sewa 12 bulan atau kurang dan sewa atas aset bernilai-rendah (contohnya: komputer, *forklift*, dan lain-lain). Perseroan mengakui pembayaran sewa terkait dengan sewa ini sebagai beban dengan dasar garis-lurus selama masa sewa.

2. Summary of material accounting policies (continued)

j. Leases (continued)

When the lease liability is remeasured in this way, a corresponding adjustment is made to the carrying amount of the right-of-use assets, or is recorded in profit or loss if the carrying amount of the right-of-use asset has been reduced to zero.

Land and Building Leases

The Company leases land and buildings for its office and warehouse space. The leases of office space typically run for a period of 3 – 5 years, and warehouses for a period of 1 – 3 years. Some leases include an option to renew the lease for an additional period of the same duration after the end of the contract term.

Extension Options

Some leases of office buildings contain extension options exercisable by the Company before the end of the non-cancellable contract period. Where practicable, the Company seeks to include extension options in new leases to provide operational flexibility. The Company assesses at lease commencement whether it is reasonably certain to exercise the extension options. The Company reassesses whether it is reasonably certain to exercise the options if there is a significant event or significant change in circumstances within its control.

Other Leases

The Company leases vehicles and equipment, with contract terms of 3 - 5 years. The Company also leases IT equipment and machinery with contract terms of 3 years.

Short-Term Leases and Leases of Low-Value Assets

The Company has elected not to recognize right-of-use assets and lease liabilities for short-term leases that have a lease term of 12 months or less and leases of low-value assets (for examples: computer, forklift, and others). The Company recognizes the lease payments associated with these leases as an expense on a straight-line basis over the lease term.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

k. Penurunan nilai dari aset nonkeuangan

Aset yang memiliki umur manfaat yang tidak terbatas – misalnya *goodwill* atau aset takberwujud tertentu – tidak diamortisasi dan diuji penurunan nilainya secara berkala. Aset yang disusutkan atau diamortisasi diuji ketika terdapat indikasi bahwa jumlah tercatatnya mungkin tidak dapat dipulihkan. Penurunan nilai diakui jika nilai tercatat aset melebihi jumlah terpulihkannya. Jumlah terpulihkan adalah nilai yang lebih tinggi antara nilai wajar aset dikurangi biaya pelepasan dan nilai pakai aset. Dalam menentukan penurunan nilai, aset dikelompokkan pada tingkat yang paling rendah dimana terdapat arus kas yang dapat diidentifikasi (unit penghasil kas). Aset nonkeuangan selain *goodwill* yang mengalami penurunan nilai diuji setiap tanggal pelaporan untuk menentukan apakah terdapat kemungkinan pemulihan penurunan nilai.

l. *Goodwill*

Goodwill merupakan selisih lebih antara biaya perolehan dan nilai wajar aset neto teridentifikasi dari bisnis yang diakuisisi pada tanggal akuisisi. *Goodwill* diuji penurunan nilainya secara berkala dan dicatat sebesar biaya perolehan dikurangi dengan akumulasi kerugian penurunan nilai. Kerugian penurunan nilai atas *goodwill* tidak dapat dipulihkan. Keuntungan dan kerugian pelepasan entitas mencakup jumlah tercatat *goodwill* yang terkait dengan bisnis yang dijual.

Goodwill dialokasikan pada unit penghasil kas dalam rangka menguji penurunan nilai. Alokasi dibuat untuk unit penghasil kas atau kelompok unit penghasil kas yang diharapkan mendapat manfaat dari kombinasi bisnis dimana *goodwill* tersebut timbul.

m. Aset takberwujud

Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak memiliki masa manfaat yang terbatas dan diukur sebesar biaya perolehan dikurangi akumulasi amortisasi. Amortisasi dihitung dengan menggunakan metode garis lurus untuk mengalokasikan biaya perolehan sepanjang estimasi masa manfaatnya sebagai berikut:

	Tahun/*Years*	
Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak	5-11	*Software and software licenses*

Merek dagang yang diperoleh sebagai bagian dari kombinasi bisnis diakui sebesar nilai wajar pada tanggal perolehannya. Perseroan menentukan apakah masa manfaat merek dagang terbatas atau tidak terbatas dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan. Masa manfaat merek dagang ditelaah pada setiap periode pelaporan untuk menentukan apakah peristiwa dan kondisi terkini dapat terus mendukung penilaian bahwa masa manfaat tetap tidak terbatas.

2. Summary of material accounting policies (continued)

k. Impairment of non-financial assets

Assets that have an indefinite useful life – for example, goodwill or certain intangible assets – are not subject to amortisation and are tested periodically for impairment. Assets that are subject to depreciation or amortisation are reviewed for impairment whenever events or changes in circumstances indicate that the carrying amount may not be recoverable. An impairment loss is recognised for the amount by which the asset's carrying amount exceeds its recoverable amount. The recoverable amount is the higher of an asset's fair value less costs of disposal and value in use. For the purposes of assessing impairment, assets are grouped at the lowest levels for which there are separately identifiable cash flows (cash generating units). Non-financial assets other than goodwill that suffer impairment are tested for possible reversal of the impairment at each reporting date.

l. Goodwill

Goodwill represents the excess of the cost of an acquisition over the fair value of the net identifiable assets of the acquired business at the date of acquisition. Goodwill is tested periodically for impairment and is carried at cost less accumulated impairment losses. Impairment losses on goodwill are not reversed. The gain or loss on the disposal of an entity includes the carrying amount of goodwill relating to the business sold.

Goodwill is allocated to cash-generating units for the purpose of impairment testing. The allocation is made to those cash generating units or groups of cash-generating units that are expected to benefit from the business combination in which the goodwill arose.

m. Intangible assets

Software and software licenses have finite useful lives and are measured at cost less accumulated amortisation. Amortisation is calculated using the straight-line method to allocate their cost over their estimated useful lives, as follows:

Trademarks acquired in a business combination are recognised at fair value at the acquisition date. The Company determines whether the useful lives of trademarks are finite or indefinite based on relevant considerations. The useful lives of trademarks are reviewed at each reporting period to determine whether current events and circumstances continue to support an indefinite useful life assessment.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

n. Beban dibayar di muka

Beban dibayar dimuka dibebankan ke laba rugi sesuai dengan masa manfaatnya dengan menggunakan metode garis lurus.

o. Pendapatan dan beban

Pendapatan dari kontrak dengan pelanggan merepresentasikan jumlah imbalan yang diperkirakan menjadi hak Perseroan dalam pertukaran untuk mengalihkan barang kepada pelanggan dalam kegiatan usaha normal Perseroan, tidak termasuk jumlah yang ditagih atas nama pihak lain. Pendapatan disajikan neto setelah dikurangi pajak pertambahan nilai, retur, rabat dan diskon.

Rabat dapat langsung dikurangkan dari nilai penjualan pada faktur penjualan atau kemudian akan diselesaikan melalui nota kredit pada saat jumlah pastinya diketahui. Jumlah diskon pada akhir periode mengharuskan estimasi; data historis dan akumulasi pengalaman digunakan untuk mengestimasi provisi dengan menggunakan metode jumlah yang paling mungkin dan dalam banyak hal, diskon dapat diestimasi menggunakan fakta yang diketahui dengan tingkat akurasi yang tinggi.

Perseroan mengakui pendapatan pada saat kewajiban pelaksanaan telah diselesaikan. Penyelesaian kewajiban pelaksanaan Perseroan umumnya terjadi pada waktu tertentu, yaitu pada saat risiko dan pengendalian berpindah ke pelanggan.

Perseroan mengakui pendapatan ketika pelanggan memperoleh pengendalian atas barang yang diperoleh. Indikator bahwa pengendalian sudah dialihkan adalah:

a) pelanggan dapat menentukan penggunaan dari barang yang diperoleh, dan

b) pelanggan akan memperoleh manfaat ekonomik atas penerimaan barang.

Penjualan ekspor diakui ketika pengendalian dialihkan pada saat penyerahan barang di atas kapal di pelabuhan pengirim (*f.o.b. shipping point*). Penjualan lokal ke pelanggan *modern trade* diakui ketika pengendalian dialihkan pada saat penyerahan barang kepada pelanggan dan penjualan lokal ke pelanggan *general trade* diakui ketika pengendalian dialihkan pada saat barang diserahterimakan pada titik penyerahan yang disepakati dengan pelanggan.

Beban diakui pada saat terjadinya dengan menggunakan metode akrual.

2. Summary of material accounting policies (continued)

n. Prepaid expenses

Prepaid expenses are charged against profit or loss over the period in which the related benefits are derived, using the straight-line method.

o. Revenue and expenses

Revenue from contracts with customers represents the amount of consideration to which the Company expects to be entitled in exchange for transferring goods to the customers in the Company's ordinary course of activities, excluding amount collected on behalf of other parties. Revenue is shown net of value added tax, returns, rebates and discounts.

Rebates can either be immediately deducted from the sales value on the invoice or are later settled through credit notes when the precise amounts are known. Amounts provided for discounts at the end of a period require estimation; historical data and accumulated experience is used to estimate the provision using the most likely amount method and in most instances, the discount can be estimated using known facts with a high level of accuracy.

The Company recognizes its revenue when the performance obligations have been settled. Settlement of the Company's performance obligation generally occurs at certain times, namely when risks and controls are transferred to the customer.

The Company recognises revenue when the customer obtains control of the goods. Indicators that control has been transferred are:

a) the customer can direct the use of the goods acquired, and

b) the customer will obtain the economic benefits from holding the goods.

Export sales are recognised when the control is transferred upon shipment of the goods to the customers (f.o.b. shipping point). Domestic sales to modern trade customers are recognised when the control is transferred upon delivery of the goods to the customers and domestic sales to general trade customers are recognised when the control is transferred when the goods are handed over at the point of transfer agreed with the customers.

Expenses are recognised when incurred on the accrual basis.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

p. Pinjaman

Pada saat pengakuan awal, pinjaman diakui sebesar nilai wajar, dikurangi dengan biaya-biaya transaksi yang terjadi. Selanjutnya, pinjaman diukur pada biaya perolehan diamortisasi.

Pinjaman diklasifikasikan sebagai liabilitas jangka pendek kecuali Perseroan memiliki hak tanpa syarat untuk menunda pembayaran liabilitas selama lebih dari 12 bulan setelah tanggal pelaporan.

q. Utang usaha

Utang usaha pada awalnya diukur sebesar nilai wajar dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode suku bunga efektif.

r. Pajak penghasilan kini dan tangguhan

Beban pajak penghasilan terdiri dari pajak kini dan pajak tangguhan. Pajak tersebut diakui dalam laba rugi, kecuali jika pajak tersebut terkait dengan transaksi atau kejadian yang langsung diakui dalam ekuitas atau dalam penghasilan komprehensif lain.

Pajak penghasilan kini dihitung dengan menggunakan tarif pajak yang telah diberlakukan pada tanggal posisi keuangan.

Pajak penghasilan tangguhan diakui untuk semua perbedaan temporer antara dasar pengenaan pajak atas aset dan liabilitas dengan nilai tercatatnya. Pajak penghasilan tangguhan diukur menggunakan tarif pajak yang telah berlaku atau secara substantif berlaku pada tanggal pelaporan dan yang diharapkan akan diterapkan pada saat aset pajak tangguhan yang bersangkutan direalisasi atau pada saat liabilitas pajak tangguhan diselesaikan.

Aset pajak tangguhan diakui apabila besar kemungkinan bahwa laba kena pajak pada masa mendatang akan memadai untuk mengkompensasi perbedaan temporer yang menimbulkan aset pajak tangguhan tersebut.

Aset dan liabilitas pajak tangguhan dapat saling hapus apabila terdapat hak yang dapat dipaksakan secara hukum untuk melakukan saling hapus antara aset pajak kini dengan liabilitas pajak kini dan apabila aset dan liabilitas pajak tangguhan dikenakan oleh otoritas perpajakan yang sama, baik atas entitas kena pajak yang sama ataupun berbeda dan adanya intensi untuk melakukan penyelesaian saldo-saldo tersebut secara neto.

2. Summary of material accounting policies (continued)

p. Borrowings

Borrowings are initially recognised at fair value, net of transaction costs incurred. Subsequently, borrowings are measured at amortised cost.

Borrowings are classified as current liabilities unless the Company has an unconditional right to defer the settlement of the liability for more than 12 months after the reporting date.

q. Trade creditors

Trade creditors are initially measured at fair value and subsequently measured at amortised cost using the effective interest method.

r. Current and deferred income tax

The income tax expense comprises current and deferred tax. Tax is recognised in the profit or loss, except to the extent that it relates to items recognised directly in equity or in other comprehensive income.

The current income tax is calculated using tax rates that have been enacted at the financial position date.

Deferred income tax is recognised for all temporary differences arising between the tax bases of assets and liabilities and their carrying amounts. Deferred income tax is measured at the tax rates that have been enacted or substantially enacted as at reporting date and are expected to be applied when the related deferred income tax asset is realised or the deferred income tax liability is settled.

Deferred tax assets are recognised to the extent that it is probable that future taxable profits will be available against which the temporary differences can be utilised.

Deferred tax assets and liabilities are offset when there is a legally enforceable right to offset current tax assets against current tax liabilities and when the deferred tax assets and liabilities relate to income taxes charged by the same taxation authority on either the same taxable entity or different taxable entities where there is an intention to settle the balances on a net basis.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

s. Imbalan kerja

- Imbalan kerja jangka pendek

Imbalan kerja jangka pendek diakui pada saat terutang kepada karyawan.

Perseroan mengakui liabilitas dan beban atas bonus, berdasarkan suatu rumus yang memperhitungkan laba yang tersedia bagi pemegang saham Perseroan dan prestasi kerja karyawan setelah penyesuaian-penyesuaian tertentu. Perseroan mengakui provisi ketika:

- ada kewajiban kontraktual atau apabila ada praktik di masa lalu yang menimbulkan kewajiban konstruktif;
- kemungkinan besar penyelesaian kewajiban tersebut mengakibatkan arus keluar sumber daya yang mengandung manfaat ekonomik; dan
- estimasi yang andal mengenai jumlah kewajiban tersebut dapat dibuat.

- Imbalan pensiun

Perseroan memiliki program pensiun imbalan pasti dan iuran pasti.

Program pensiun imbalan pasti merupakan program pensiun yang menetapkan jumlah imbalan pensiun yang akan diterima oleh karyawan pada saat pensiun, yang biasanya tergantung pada satu faktor atau lebih, seperti umur, masa kerja dan jumlah kompensasi.

Untuk seluruh karyawan tetap yang dipekerjakan sebelum 1 Januari 2008, Perseroan menyelenggarakan program pensiun imbalan pasti yang mencakup seluruh karyawan tersebut yang memiliki hak atas imbalan pensiun sebagaimana yang ditentukan dalam peraturan Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia. Program tersebut didanai melalui pembayaran kepada dana pensiun tersebut.

Program iuran pasti adalah program pensiun di mana Perseroan membayar iuran tetap kepada sebuah entitas yang terpisah.

Aset program adalah aset yang dimiliki oleh dana pensiun karyawan. Nilai wajar dari aset program berdasarkan informasi harga pasar.

2. Summary of material accounting policies (continued)

s. Employee benefits

- Short-term employee benefits

Short-term employee benefits are recognised when they become payable to the employees.

The Company recognises a liability and an expense for bonuses, based on a formula that takes into consideration the profit attributable to the Company's shareholders and employees' performance after certain adjustments. The Company recognises a provision when:

- *contractually obliged or where there is a past practice that has created a constructive obligation;*
- *it is probable that an outflow of resources embodying economic benefits will be required to settle the obligation; and*
- *a reliable estimate can be made of the amount of the obligation.*

- Pension benefits

The Company has a defined benefit and a defined contribution pension plan.

A defined benefit plan is a pension plan that defines an amount of pension benefit that an employee will receive on retirement, usually dependent on one or more factors such as age, years of service and compensation.

For all permanent employees who were hired before 1 January 2008, the Company has a defined benefit pension plan covering all of those employees who have the right to pension benefits as stipulated in the regulations of the Defined Benefit Pension Fund of Unilever Indonesia. The plan is generally funded through payments to the pension fund.

A defined contribution plan is a pension plan under which the Company pays fixed contributions into a separate entity.

Plan assets are assets that are held by employee pension fund. Fair value of plan assets is based on market price information.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

s. Imbalan kerja (lanjutan)

- Imbalan pensiun (lanjutan)

Seluruh karyawan tetap yang dipekerjakan mulai 1 Januari 2008 dan seterusnya diikutsertakan pada program pensiun iuran pasti yang dikelola oleh Dana Pensiun Iuran Pasti Unilever Indonesia. Kontribusi kepada program pensiun iuran pasti diakui sebagai beban dalam laba rugi pada saat terjadinya dan terutang.

Perseroan diharuskan menyediakan program pensiun dengan minimal jumlah imbalan tertentu sesuai dengan Undang-undang di bidang Ketenagakerjaan yang merupakan kewajiban imbalan pasti. Sebagai akibatnya, jika imbalan pensiun berdasarkan UU di bidang Ketenagakerjaan lebih tinggi daripada jumlah imbalan berdasarkan program pensiun Perseroan, selisih tersebut disajikan sebagai imbalan pasca kerja lainnya dan dihitung dengan cara yang sama dengan kewajiban imbalan pensiun.

Kewajiban imbalan pasti dihitung setiap tahun oleh aktuaris berkualifikasi dengan menggunakan metode *projected unit credit*. Nilai kini kewajiban imbalan pasti ditentukan dengan mendiskontokan arus kas estimasian menggunakan tingkat bunga obligasi pemerintah tanpa kupon (dengan pertimbangan saat ini tidak ada pasar aktif untuk obligasi korporat berkualitas tinggi) dalam mata uang yang sama dengan mata uang imbalan yang akan dibayarkan dan waktu jatuh tempo yang kurang lebih sama dengan waktu jatuh tempo liabilitas pensiun yang bersangkutan.

Keuntungan dan kerugian aktuarial yang timbul dari penyesuaian yang dibuat berdasarkan pengalaman dan perubahan asumsi-asumsi aktuarial langsung diakui seluruhnya pada penghasilan komprehensif lain pada saat terjadinya.

Biaya jasa lalu diakui secara langsung dalam laba rugi. Biaya jasa kini diakui sebagai beban periode berjalan.

- Imbalan kesehatan pasca kerja

Perseroan memberikan imbalan kesehatan pasca kerja untuk para karyawan yang telah pensiun dan anggota keluarga tertentu. Hak atas imbalan ini pada umumnya diberikan apabila karyawan bekerja hingga mencapai usia pensiun dan memenuhi masa kerja tertentu. Imbalan ini dihitung dengan menggunakan metodologi yang sama dengan metodologi yang digunakan dalam perhitungan program pensiun imbalan pasti.

2. Summary of material accounting policies (continued)

s. Employee benefits (continued)

- Pension benefits (continued)

All permanent employees who were hired from 1 January 2008 onwards are covered by a defined contribution plan managed by the Defined Contribution Pension Fund of Unilever Indonesia. The contributions to the pension fund are recognised as an expense in profit or loss as incurred and payable.

The Company is required to provide a minimum amount of pension benefits in accordance with Labor Law which represents an underlying defined benefit obligation. Consequently, if the pension benefits based on Labor Law are higher than those based on the Company's sponsored pension plans, the difference is presented as other post-employment benefits and accounted for in a manner similar with the pension benefits obligations.

The defined benefits obligation is calculated annually by a qualified actuary using the projected unit credit method. The present value of the defined benefits obligation is determined by discounting the estimated future cash outflows using interest rates of zero coupon government bonds (considering currently there is no deep market for high-quality corporate bonds) that are denominated in the currency in which the benefit will be paid, and that have terms to maturity approximating the terms of the related pension liability.

Actuarial gains and losses arising from experience adjustments and changes in actuarial assumptions are recognized immediately in other comprehensive income.

Past service costs are recognised immediately in profit or loss. Current service cost is expensed in the prevailing period.

- Post-employment medical benefits

The Company provides post-employment medical benefits to all retirees and certain family members. The entitlement to these benefits is usually based on the employee remaining in service up to retirement age and the completion of a defined service period. These benefits are accounted for using the same methodology as for the defined benefit pension plan.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

s. Imbalan kerja (lanjutan)

- Imbalan kerja jangka panjang lainnya

Perseroan memberikan imbalan kerja jangka panjang lainnya seperti yubileum (*jubilee*) dan imbalan cuti panjang. Imbalan ini dihitung dengan menggunakan metodologi yang sama dengan metodologi yang digunakan dalam perhitungan program pensiun imbalan pasti, kecuali keuntungan dan kerugian aktuarial dan biaya jasa masa lalu diakui segera pada laba rugi.

t. Modal saham dan tambahan modal disetor

Saham biasa diklasifikasikan sebagai ekuitas. Tambahan modal disetor merupakan selisih antara kontribusi modal dan nilai nominal saham. Biaya yang secara langsung terkait dengan penerbitan saham disajikan sebagai pengurang tambahan modal disetor.

u. Dividen

Pembagian dividen kepada para pemegang saham Perseroan diakui sebagai liabilitas ketika dividen disetujui oleh para pemegang saham dan sudah diumumkan kepada publik.

v. Laba bersih per saham dasar

Laba bersih per saham dasar dihitung dengan membagi laba bersih yang dapat diatribusikan kepada pemilik Perseroan pada periode yang bersangkutan dengan jumlah rata-rata tertimbang saham biasa yang beredar.

w. Informasi segmen

Segmen operasi dilaporkan dengan cara yang konsisten dengan pelaporan internal yang diberikan kepada Direksi. Direksi bertanggung jawab untuk mengalokasikan sumber daya, menilai kinerja segmen operasi dan membuat keputusan strategis.

2. Summary of material accounting policies (continued)

s. Employee benefits (continued)

- Other long-term employee benefits

The Company provides other long-term employee benefits such as jubilee and long leave benefits. These benefits are accounted for using the same methodology as for the defined benefit pension plan, except that the actuarial gains and losses and past service costs are recognised immediately in profit or loss.

t. Share capital and additional paid-in capital

Common shares are classified as equity. Additional paid-in capital is the difference between the capital contribution and the nominal value of the share. All expenses directly related to the issuance of share capital are recorded as deductions from additional paid-in capital.

u. Dividends

Dividend distributions to the shareholders are recognised as liabilities when the dividends are declared by the Company's shareholders and a public announcement has been made.

v. Basic earnings per share

Basic earnings per share is computed by dividing net profit attributable to the owners of the Company for the period by the weighted average number of ordinary shares outstanding.

w. Segment information

Operating segments are reported in a manner consistent with the internal reporting provided to the Directors. The Directors are responsible for allocating resources, assessing performance of the operating segments and making strategic decisions.

2. Ikhtisar kebijakan akuntansi material (lanjutan)

x. Provisi

Perseroan mengakui provisi apabila memiliki kewajiban kini (baik secara hukum maupun konstruktif) sebagai akibat peristiwa masa lalu apabila besar kemungkinan penyelesaian kewajiban tersebut mengakibatkan arus keluar sumber daya dan dapat diestimasi dengan andal.

y. Saham treasuri

Perseroan menetapkan metode biaya dalam mencatat saham treasuri. Perolehan saham treasuri dicatat sebesar harga perolehan kembali saham dan disajikan sebagai pengurang ekuitas.

z. Operasi yang dihentikan

Operasi yang dihentikan adalah komponen dari usaha Perseroan, dimana operasi dan arus kasnya dapat dibedakan secara jelas dari komponen lain dalam Perseroan dan yang:

- Mewakili lini usaha atau area geografis operasi utama yang terpisah;

- Merupakan bagian dari rencana terkoordinasi untuk melepaskan lini usaha atau area geografis operasi utama yang terpisah; atau

Klasifikasi sebagai operasi yang dihentikan terjadi pada saat pelepasan operasi atau ketika operasi memenuhi kriteria untuk diklasifikasikan sebagai dikuasai untuk dijual.

Ketika suatu operasi diklasifikasikan sebagai operasi yang dihentikan, laporan laba rugi dan pendapatan komprehensif lain komparatif disajikan ulang seolah-olah operasi tersebut telah dihentikan sejak awal tahun komparatif.

aa. Aset yang dimiliki untuk dijual

Aset diklasifikasikan sebagai dimiliki untuk dijual ketika besar kemungkinan bahwa aset tersebut akan dipulihkan terutama melalui transaksi penjualan daripada melalui penggunaan berkelanjutan. Aset tersebut pada umumnya diukur sebesar nilai yang lebih rendah antara jumlah tercatat dan nilai wajar setelah dikurangi biaya pelepasan. Setelah diklasifikasikan sebagai aset yang dimiliki untuk dijual, aset tetap tersebut untuk selanjutnya tidak lagi disusutkan.

2. Summary of material accounting policies (continued)

x. Provisions

Provisions are recognised when the Company has a present obligation (legal or constructive) as a result of past events, when it is probable that an outflow of resources embodying economic benefits will be required to settle the obligation and a reliable estimate as to the amount of the obligation can be made.

y. Treasury shares

The Company adopts the cost method in recording treasury shares. Treasury shares is recorded at cost and presented as a deduction from equity.

z. Discontinued operation

A discontinued operation is a component of the Company's business, the operations and cash flows of which can be clearly distinguished from the rest of the Company and which:

- Represents a separate major line of business or geographic area of operations;

- is part of a single co-ordinated plan to dispose of a separate major line of business or geographic area of operations; or

Classification as a discontinued operation occurs at the earlier of disposal or when the operation meets the criteria to be classified as held-for-sale.

When an operation is classified as a discontinued operation, the comparative statement of profit or loss and OCI is represented as if the operation had been discontinued from the start of the comparative year.

aa. Assets held for sale

Assets are classified as held for sale if it is highly probable that they will be recovered primarily through sale rather than through continuing use. Such assets are generally measured at the lower of their carrying amount and fair value less costs to sell. Once classified as assets held for sale, such fixed assets are no longer depreciated.

3. Kas dan setara kas / *3. Cash and cash equivalents*

	2025	2024	
Kas di bank			*Cash in banks*
Pihak ketiga – Rupiah:			*Third parties – Rupiah:*
Deutsche Bank AG, Jakarta	1,060,966	264,814	*Deutsche Bank AG, Jakarta*
PT Bank HSBC Indonesia	145,339	114,352	*PT Bank HSBC Indonesia*
PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	80,015	51,298	*PT Bank Mandiri (Persero) Tbk*
PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	4,384	3,570	*PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk*
PT Bank CIMB Niaga Tbk	397	126	*PT Bank CIMB Niaga Tbk*
PT Bank Danamon Indonesia Tbk	10	-	*PT Bank Danamon Indonesia Tbk*
Citibank N.A., Jakarta	2	10	*Citibank N.A., Jakarta*
Jumlah	1,291,113	434,170	*Total*
Pihak ketiga – USD (Catatan 29):			*Third parties – USD (Note 29):*
PT Bank HSBC Indonesia	36,936	152,698	*PT Bank HSBC Indonesia*
Citibank N.A., Jakarta	29,217	7,373	*Citibank N.A., Jakarta*
Jumlah	66,153	160,071	*Total*
Pihak ketiga – EUR (Catatan 29):			*Third party – EUR (Note 29):*
PT Bank HSBC Indonesia	23,675	29,149	*PT Bank HSBC Indonesia*
Jumlah kas di bank	1,380,941	623,390	*Total cash in banks*
Deposito berjangka (jatuh tempo dalam jangka waktu enam bulan):			*Time deposits (maturity within six months):*
Pihak ketiga – IDR:			*Third parties – IDR:*
PT Bank HSBC Indonesia	2,250,000	-	*PT Bank HSBC Indonesia*
Standard Chartered Bank, Cabang Jakarta	1,200,000	-	*Standard Chartered Bank, Jakarta Branch*
PT Bank BNP Paribas Indonesia	750,000	-	*PT Bank BNP Paribas Indonesia*
	4,200,000	-	
Pihak ketiga – USD:			*Third parties – USD:*
PT Bank HSBC Indonesia	124,733	47,790	*PT Bank HSBC Indonesia*
Jumlah deposito berjangka	4,324,733	47,790	*Total time deposits*
Jumlah kas dan setara kas	5,705,674	671,180	*Total cash and cash equivalents*

Tingkat bunga per tahun deposito berjangka selama periode pelaporan adalah sebagai berikut:

The interest rates per annum for the time deposits during the reporting period are as follows:

	2025	2024	
Rupiah	4.40% - 5.00%	5.30% - 5.75%	*Rupiah*
USD	4.50%	3.50% - 5.20%	*USD*

4. Piutang usaha / *4. Trade debtors*

	2025	2024	
Pihak ketiga:			*Third parties:*
- Rupiah	1,602,551	1,731,899	*Rupiah -*
- USD (Catatan 29)	7,715	127,641	*USD (Note 29) -*
Dikurangi: Provisi atas kerugian penurunan nilai	(161,849)	(174,212)	*Less: Provision for impairment losses*
Jumlah piutang usaha pihak ketiga	1,448,417	1,685,328	*Total trade debtors third parties*
Pihak berelasi	229,266	195,614	*Related parties*
Total piutang usaha	1,677,683	1,880,942	*Total trade receivables*

Rabat yang terutang pada pelanggan disajikan sebagai pengurang piutang usaha jika terdapat hak legal dan intensi untuk menyelesaikannya secara neto. Tercakup dalam piutang usaha potongan penjualan terutang pada pelanggan sejumlah Rp1.426.487 (2024: Rp1.305.107).

Rebates due to customers are shown as a reduction in trade debtors when there is a legal right and intent to settle them on a net basis. Included within trade debtors are discounts due to customers of Rp1,426,487 (2024: Rp1,305,107).

Piutang usaha pihak ketiga dalam mata uang Rupiah terdiri atas piutang usaha dari pelanggan di wilayah Indonesia.

Third party trade debtors denominated in Rupiah comprise receivables from customers throughout Indonesia.

	2025	2024	
Pihak berelasi – Rupiah:			*Related parties – Rupiah:*
PT Unilever Enterprises Indonesia	-	6,192	*PT Unilever Enterprises Indonesia*
	-	6,192	

	2025	2025	
Pihak berelasi – valuta asing (Catatan 29):			*Related parties – foreign currency (Note 29):*
Unilever Asia Private Limited	108,125	106,387	*Unilever Asia Private Limited*
Unilever (Cambodia) Limited	37,064	2,798	*Unilever (Cambodia) Limited*
Unilever Philippines, Inc.	32,732	22,313	*Unilever Philippines, Inc.*
Unilever (Malaysia) Holdings Sdn Bhd	7,714	2,281	*Unilever (Malaysia) Holdings Sdn Bhd*
Unilever Manufacturera S. DE R.L. DE C.V	5,923	-	*Unilever Manufacturera S. DE R.L. DE C.V*
Unilever Thai Trading II Limited	5,807	5,863	*Unilever Thai Trading II Limited*
Unilever Taiwan Ltd.	3,542	1,426	*Unilever Taiwan Ltd.*
Dipindahkan	200,907	141,068	*Carry forward*

4. Piutang usaha (lanjutan) / ***4. Trade debtors (continued)***

	2025	2024	
Dipindahkan	200,907	141,068	*Carry forward*
Unilever Gulf FZE	3,383	2,741	*Unilever Gulf FZE*
Unilever Japan K.K.	3,333	670	*Unilever Japan K.K.*
Unilever Vietnam International Company Limited	3,330	15,277	*Unilever Vietnam International Company Limited*
Unilever Singapore Pte. Limited	3,308	1,494	*Unilever Singapore Pte. Limited*
Unilever Hong Kong Limited	3,149	1,105	*Unilever Hong Kong Limited*
Unilever Carribean Ltd	2,322	637	*Unilever Carribean Ltd*
Unilever South Africa (Pty) Ltd.	2,267	1,946	*Unilever South Africa (Pty) Ltd.*
Unilever New Zealand Ltd	1,815	1,813	*Unilever New Zealand Ltd*
Unilever Global Services B.V. - Philippines ROHQ	1,728	-	*Unilever Global Services B.V. - Philippines ROHQ*
Unilever Ghana Ltd.	1,544	1,072	*Unilever Ghana Ltd.*
Unilever Korea	1,171	1,472	*Unilever Korea*
Unilever Pakistan Limited	617	-	*Unilever Pakistan Limited*
Unilever EAC Myanmar Company Limited	7	3,592	*Unilever EAC Myanmar Company Limited*
Unilever (Myanmar) Limited	-	15,216	*Unilever (Myanmar) Limited*
Unilever Europe BV	-	593	*Unilever Europe BV*
Unilever Sanayi ve Ticaret Turk A.S. Mersin Serbest Bolgesi	-	450	*Unilever Sanayi ve Ticaret Turk A.S. Mersin Serbest Bolgesi*
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp382)	385	276	*Others (individual balances less than Rp382 each)*
	229,266	189,422	
Jumlah	229,266	195,614	*Total*
Sebagai persentase dari jumlah aset lancar	2.17%	3.70%	*As a percentage of total current assets*

Analisis umur piutang usaha adalah sebagai berikut: / *The ageing analysis of trade debtors was as follows:*

	2025	2024	
Lancar	1,733,612	1,799,989	*Current*
Lewat jatuh tempo 1 – 30 hari	-	20,186	*Overdue 1 – 30 days*
Lewat jatuh tempo lebih dari 30 hari	105,920	234,979	*Overdue more than 30 days*
Jumlah	1,839,532	2,055,154	*Total*

4. Piutang usaha (lanjutan)

4. Trade debtors (continued)

Perubahan provisi atas kerugian penurunan nilai adalah sebagai berikut:

Movements in the provision for impairment loss were as follows:

	2025	**2024**	
Saldo awal	(174,212)	(224,799)	*Beginning balance*
Pengurangan (penambahan) provisi atas kerugian penurunan nilai	(22,860)	40,094	*Deduction (addition) of provision for impairment loss*
Penghapusbukuan piutang usaha	35,223	10,493	*Doubtful debts written off*
Saldo akhir	(161,849)	(174,212)	*Ending balance*

Pada tanggal 31 Desember 2025, piutang usaha sebesar Rp1.733.612 (2024: Rp1.799.989) belum jatuh tempo dan diprovisikan sebesar Rp55.929 (2024: Rp1.084).

As at 31 December 2025, trade debtors amounted to Rp1,733,612 (2024: Rp1,799,989) were not yet overdue and provisioned amounted Rp55,929 (2024: Rp1,084).

Pada tanggal 31 Desember 2025, piutang usaha sebesar Nol (2024: Rp20.186) telah lewat jatuh tempo sampai dengan 30 hari dan diprovisikan Nol (2024: Rp205).

As at 31 December 2025, trade debtors amounted to Nil (2024: Rp20,186) were overdue until 30 days and provisioned Nil (2024: Rp205).

Pada tanggal 31 Desember 2025, piutang usaha sebesar Rp105.920 (2024: Rp234.979) telah lewat jatuh tempo lebih dari 30 hari dan diprovisikan sebesar Rp105.920 (2024: Rp172.923).

As at 31 December 2025, trade debtors amounted to Rp105,920 (2024: Rp234,979) were overdue more than 30 days and provisioned amounted Rp105,920 (2024: Rp172,923).

Pada tanggal 31 Desember 2025, dari jumlah provisi atas kerugian penurunan nilai piutang usaha sebesar Rp161.849 (2024: Rp174.212), sebagian porsi berasal dari piutang usaha yang memenuhi definisi aset keuangan dengan risiko kredit memburuk sebesar Rp104.016 (2024: Rp146.667) telah diprovisikan untuk kerugian penurunan nilai sebesar Rp104.016 (2024: Rp146.667).

As at 31 December 2025, from the total provision for impairment loss of trade debtors amounted to Rp161,849 (2024: Rp174,212), a portion of the amount came from trade debtors that met the definition of credit-impaired financial assets amounting to Rp104,016 (2024: Rp146,667) has been provisioned for impairment loss amounting to Rp104,016 (2024: Rp146,667).

Eksposur maksimum atas risiko kredit pada tanggal pelaporan adalah sebesar jumlah tercatat masing-masing kategori piutang usaha yang disebutkan di atas.

The maximum exposure to credit risk at the reporting date is the carrying amount of each class of trade debtors mentioned above.

Berdasarkan penelaahan dari status masing-masing piutang usaha pada setiap tanggal pelaporan, manajemen berkeyakinan bahwa provisi atas kerugian penurunan nilai telah memadai untuk menutupi kerugian yang mungkin timbul dari piutang yang tidak tertagih.

Based on review of the status of each trade debtor at each reporting date, management believes that the provision for impairment loss is adequate to cover losses that may arise from the non-collectible accounts.

5. Persediaan / *5. Inventories*

	2025	2024	
Barang jadi	1,504,272	1,483,268	*Finished goods*
Bahan baku	838,380	829,640	*Raw materials*
Barang dalam proses	119,268	115,491	*Work in process*
Suku cadang	55,571	149,755	*Spare parts*
Dikurangi: Provisi atas persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris	(64,385)	(72,302)	*Less: Provision for obsolete and unused/slow moving inventories*
Jumlah	2,453,106	2,505,852	*Total*

Perubahan provisi atas persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris adalah sebagai berikut:

Movements in the provision for obsolete and unused/slow moving inventories were as follows:

	2025	2024	
Saldo awal	(72,302)	(103,819)	*Beginning balance*
Perubahan selama tahun berjalan:			*Changes during the year:*
Penambahan provisi	(126,150)	(166,096)	*Addition of provision*
Penghapusbukuan persediaan	134,067	197,613	*Inventories written off*
Saldo akhir	(64,385)	(72,302)	*Ending balance*

Provisi atas persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris terdiri dari:

The provision for obsolete and unused/slow moving inventories consists of:

	2025	2024	
Barang jadi	(40,427)	(41,865)	*Finished goods*
Bahan baku	(23,958)	(30,437)	*Raw materials*
Jumlah	(64,385)	(72,302)	*Total*

Manajemen berkeyakinan bahwa provisi atas persediaan usang dan persediaan tidak terpakai/tidak laris telah memadai untuk menutupi kerugian yang mungkin timbul.

Management believes that the provision for obsolete and unused/slow moving inventories is adequate to cover any losses that may arise.

Pada tanggal 31 Desember 2025, mayoritas persediaan Perseroan yang memenuhi kriteria dilindungi dengan asuransi terhadap risiko kerugian karena bencana alam, kebakaran dan risiko-risiko lainnya dengan jumlah pertanggungan sebesar Rp2.429.195 (2024: Rp2.491.617). Manajemen berkeyakinan jumlah ini telah memadai untuk menutupi kemungkinan kerugian yang mungkin terjadi akibat risiko-risiko tersebut.

As at 31 December 2025, majority eligible inventories owned by the Company were insured against the risk of loss due to natural disaster, fire and other risks with a total coverage of Rp2,429,195 (2024: Rp2,491,617). Management believes this amount is adequate to cover possible losses that may arise from such risks.

6. Instrumen keuangan derivatif / *6. Derivative instruments*

Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, Perseroan memiliki kontrak berjangka valuta asing sebagai berikut:

As at 31 December 2025 and 2024, the Company had outstanding foreign currency forward contracts as follows:

	2025				
Pihak yang terkait/ ***Counterparties***	**Mata uang asing/** ***Foreign currencies***	**Nilai nosional - beli dalam nilai penuh mata uang asing/** ***Notional amount - buy in full amount of each foreign currency***	**Nilai kontrak berjangka/** ***Forward contract amount***	**Tanggal jatuh tempo/** ***Maturity date***	**Piutang derivatif/** ***Derivative receivable (Rp)***
PT Bank BNP Paribas Indonesia	USD	5,739,827	(95,978)	2 Januari/*January* 2026 - 5 November/*November* 2026	1,003
MUFG Bank, Ltd. Cabang Jakarta	USD	2,040,410	(34,153)	3 Februari/*February* 2026 - 8 Desember/*December* 2026	368
Deutsche Bank AG, Jakarta	USD	988,520	(16,487)	7 Januari/*January* 2026 - 8 Juni/*June* 2026	152
JP Morgan Chase, Jakarta	USD	584,510	(9,810)	6 Februari/*February* 2026 - 2 Juni/*June* 2026	46
Standard Chartered Bank, Cabang Jakarta	USD	114,376	(1,905)	6 April/*April* 2026	22
		9,467,643	(158,333)		1,591
Deutsche Bank AG, Jakarta	EUR	800,000	(15,533)	6 Januari/*January* 2026 - 13 Januari/*January* 2026	231
MUFG Bank, Ltd. Cabang Jakarta	EUR	400,000	(7,777)	26 Januari/*January* 2026	114
Standard Chartered Bank, Cabang Jakarta	EUR	400,000	(7,776)	20 Januari/*January* 2026	112
		1,600,000	(31,086)		457
		11,067,643	(189,419)		2,048

6. Instrumen keuangan derivatif (lanjutan)

6. Derivative instruments (continued)

	2024				
Pihak yang terkait/ ***Counterparties***	**Mata uang asing/** ***Foreign currencies***	**Nilai nosional - beli dalam nilai penuh mata uang asing/** ***Notional amount - buy in full amount of each foreign currency***	**Nilai kontrak berjangka/** ***Forward contract amount***	**Tanggal jatuh tempo/** ***Maturity date***	**Piutang derivatif (Rp)/** ***Derivative receivable (Rp)***
JP Morgan Chase, Cabang Jakarta	USD	848,078	13,078	17 September/*September* 2024 - 2 Januari/*January* 2025	628
PT Bank BNP Paribas Indonesia	USD	1,500,000	23,883	11 Desember/*December* 2024 - 22 Januari/*January* 2025	387
Standard Chartered Bank Cabang Jakarta	USD	3,050,000	48,998	29 Agustus/*August* 2024 - 13 Februari/*February* 2025	385
Deutsche Bank AG, Cabang Jakarta	USD	1,500,000	23,904	2 Desember/*December* 2024 - 2 Januari/*January* 2025	352
PT Bank HSBC Indonesia	USD	1,500,000	24,338	24 Desember/*December* 2024 - 7 Januari/*January* 2025	(43)
		8,398,078	134,201		1,709
JP Morgan Chase, Cabang Jakarta	EUR	1,619,000	27,190	2 Desember/*December* 2024 - 3 Januari/*January* 2025	77
PT Bank HSBC Indonesia	EUR	392,000	6,637	24 Desember/*December* 2024 - 7 Januari/*January* 2025	(23)
MUFG Bank, Ltd. Cabang Jakarta	EUR	1,000,000	16,929	24 Desember/*December* 2024 - 7 Januari/*January* 2025	(68)
		3,011,000	50,756		(14)
Total		11,409,078	184,957		1,695

Perseroan melakukan transaksi derivatif dengan tujuan untuk lindung nilai secara ekonomik terhadap kebutuhan mata uang asing yang akan datang. Perubahan nilai wajar dari instrumen keuangan derivatif ini diakui pada laba rugi karena tidak memenuhi persyaratan untuk akuntansi lindung nilai.

The Company entered derivative transactions for the purpose of economically hedging future foreign currency requirements. The changes in the fair values of the derivative financial instruments are recognized in profit or loss since they do not qualify for hedge accounting.

7. Transaksi dengan pihak berelasi

a. Transaksi dan sifat hubungan dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut:

i. Perseroan menjual barang jadi kepada pihak berelasi sebagai berikut:

- Unilever (Cambodia) Limited
- Unilever (Malaysia) Holdings Sdn Bhd
- Unilever Asia Private Limited
- Unilever Australia Ltd
- Unilever Caribbean Ltd.
- Unilever Colombia SCC S.A.S
- Unilever EAC Myanmar Company Limited
- Unilever Europe B.V.
- Unilever Ghana Ltd.
- Unilever Gulf FZE
- Unilever Hong Kong Limited
- Unilever Japan K.K
- Unilever Korea
- Unilever Manufacturera S. DE R.L. DE C.V
- Unilever New Zealand Ltd.
- Unilever Pakistan Limited
- Unilever Philippines, Inc.
- Unilever Sanayi ve Ticaret Turk A.S.
- Unilever Singapore Pte. Limited
- Unilever South Africa (Pty) Limited
- Unilever Taiwan Ltd.
- Unilever Thai Trading II Limited
- Unilever Vietnam International Company Limited
- PT Unilever Enterprises Indonesia

Sifat hubungan dengan pihak berelasi di atas adalah sebagai entitas sepengendali.

ii. Perseroan membeli bahan baku, barang jadi dan lain-lain dari pihak berelasi sebagai berikut:

- Unilever Asia Private Limited
- Unilever EAC Myanmar Company Limited
- Unilever Myanmar Limited
- PT Unilever Enterprises Indonesia
- PT Unilever Oleochemical Indonesia

Sifat hubungan dengan pihak berelasi di atas adalah sebagai entitas sepengendali.

7. Related party transactions

a. The nature of transactions and relationships with related parties are as follows:

i. The Company sold finished goods to the following related parties:

- *Unilever (Cambodia) Limited*
- *Unilever (Malaysia) Holdings Sdn Bhd*
- *Unilever Asia Private Limited*
- *Unilever Australia Ltd*
- *Unilever Caribbean Ltd.*
- *Unilever Colombia SCC S.A.S*
- *Unilever EAC Myanmar Company Limited*
- *Unilever Europe B.V.*
- *Unilever Ghana Ltd.*
- *Unilever Gulf FZE*
- *Unilever Hong Kong Limited*
- *Unilever Japan K.K.*
- *Unilever Korea*
- *Unilever Manufacturera S. DE R.L. DE C.V*
- *Unilever New Zealand Ltd.*
- *Unilever Pakistan Limited*
- *Unilever Philippines, Inc.*
- *Unilever Sanayi ve Ticaret Turk A.S.*
- *Unilever Singapore Pte. Limited*
- *Unilever South Africa (Pty) Limited*
- *Unilever Taiwan Ltd.*
- *Unilever Thai Trading II Limited*
- *Unilever Vietnam International Company Limited*
- *PT Unilever Enterprises Indonesia*

The nature of the relationships with the above related parties are entities under common control.

ii. The Company purchased raw materials, finished goods and others from the following related parties:

- *Unilever Asia Private Limited*
- *Unilever EAC Myanmar Company Limited*
- *Unilever Myanmar Limited*
- *PT Unilever Enterprises Indonesia*
- *PT Unilever Oleochemical Indonesia*

The nature of the relationships with the above related parties are entities under common control.

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

a. Transaksi dan sifat hubungan dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut: (lanjutan)

iii. Rincian sifat hubungan dan jenis transaksi yang material dengan pihak berelasi selain yang telah disebutkan di atas adalah sebagai berikut:

7. Related party transactions (continued)

a. The nature of transactions and relationships with related parties are as follows: (continued)

iii. The details of the nature and types of material transactions with related parties other than those mentioned above are as follows:

Pihak berelasi/ ***Related parties***	**Sifat hubungan dengan pihak berelasi/** ***Nature of the relationship***	**Jenis transaksi/** ***Type of transaction***
- Unilever PLC	Entitas induk terakhir/ *Ultimate parent entity*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Indonesia Holding B.V.	Pemegang saham mayoritas/ *Majority shareholder*	Pembayaran dividen/ *Dividend payments*
- Unilever IP Holdings B.V.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Pembayaran royalti/ *Royalty payments*
- Unilever (Malaysia) Holdings Sdn Bhd	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Asia Private Limited	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Bangladesh Limited	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever EAC Myanmar Company Limited	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Europe B.V.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Europe Business Center B.V.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Pembayaran biaya *Enterprise Technology Solutions*/ *Payment of Enterprise Technology Solutions fees* Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Europe IT Services	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Foods & Refreshments Global BV	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Global Services, Inc	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Industries Private Limited	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Unilever Philippines, Inc.	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

a. Transaksi dan sifat hubungan dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut: (lanjutan)

iii. Rincian sifat hubungan dan jenis transaksi yang material dengan pihak berelasi selain yang telah disebutkan di atas adalah sebagai berikut: (lanjutan)

7. Related party transactions (continued)

a. The nature of transactions and relationships with related parties are as follows: (continued)

iii. The details of the nature and types of material transactions with related parties other than those mentioned above are as follows: (continued)

Pihak berelasi/ ***Related parties***	**Sifat hubungan dengan pihak berelasi/** ***Nature of the relationship***	**Jenis transaksi/** ***Type of transaction***
- Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- PT Unilever Enterprises Indonesia	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- PT Unilever Oleochemical Indonesia	Entitas sepengendali/ *Entity under common control*	Penggantian beban/ *Expense reimbursements*
- Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya/ *Other related party*	Pembayaran kontribusi Perseroan atas program manfaat pasti/ *Payment of contribution for the Company's defined benefit plan*
- Dana Pensiun DPIP Unilever Indonesia	Pihak berelasi lainnya/ *Other related party*	Pembayaran kontribusi Perseroan atas program iuran pasti/ *Payment of contribution for the Company's defined contribution plan*
- Dewan Komisaris dan Direksi*/Board of Commissioners and Directors*	Personil manajemen kunci/ *Key management personnel*	Kompensasi dan remunerasi/ *Compensation and remuneration*

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

b. Perjanjian-perjanjian penting dengan pihak berelasi

i. Perjanjian-perjanjian yang ditandatangani pada tahun 1971 dengan Unilever PLC (sebelumnya Unilever N.V.) dan perjanjian-perjanjian yang ditandatangani pada tahun 1997 dengan Unilever Business Group Services B.V. telah diperbaharui dan digantikan dengan perjanjian-perjanjian serupa yang diuraikan di bawah ini.

Pada tanggal 11 Desember 2012, Perseroan dan Unilever PLC (sebelumnya Unilever N.V.), yang merupakan entitas induk terakhir Perseroan telah menandatangani perjanjian-perjanjian di bidang lisensi merek, lisensi teknologi dan layanan jasa terpusat yang merupakan pembaharuan atas perjanjian serupa sebagaimana disebutkan di atas. Perjanjian-perjanjian baru tersebut berlaku efektif sejak 1 Januari 2013, dengan pokok-pokok ketentuan penting sebagai berikut:

- Perjanjian Lisensi Merek mencakup pemberian lisensi atas merek-merek yang dimiliki oleh perusahaan di dalam grup Unilever, termasuk yang akan dimiliki di masa depan, selama masa berlakunya perjanjian. Nilai royalti disesuaikan secara bertahap menjadi 3% mulai tahun 2015 dan seterusnya. Royalti dihitung berdasarkan nilai total penjualan setahun ke pihak ketiga, di luar penjualan produk yang mereknya dimiliki oleh Perseroan.

- Perjanjian Lisensi Teknologi mencakup pemberian lisensi atas teknologi yang dimiliki oleh perusahaan di dalam grup Unilever, termasuk yang akan dimiliki di masa depan, selama masa berlakunya perjanjian. Nilai royalti disesuaikan secara bertahap 2% mulai tahun 2015 dan seterusnya. Royalti dihitung berdasarkan nilai total setahun ke pihak ketiga, atas produk Perseroan yang didukung oleh teknologi berlisensi tersebut.

- Perjanjian Layanan Jasa Terpusat mencakup penyediaan jasa layanan pusat dari grup Perseroan Unilever kepada Perseroan yang meliputi strategi kepemimpinan dan implementasinya, dukungan jasa profesional dan strategi kategorisasi produk. Biaya jasa untuk layanan jasa terpusat ini dihitung berdasarkan biaya aktual (*actual cost recovery*), dengan batas maksimum 3% dari total penjualan Perseroan setahun kepada pihak ketiga.

Definisi dan perhitungan nilai penjualan yang menjadi dasar penentuan nilai royalti setiap tahunnya, telah didefinisikan secara rinci di dalam masing-masing perjanjian.

7. Related party transactions (continued)

b. Significant agreements with related parties

i. The agreements signed in 1971 with Unilever PLC (formerly Unilever N.V.) and signed in 1997 with Unilever Business Group Services B.V. have been updated and replaced with the agreements as disclosed below.

On 11 December 2012, the Company and Unilever PLC (formerly Unilever N.V.), which is the ultimate parent entity of the Company, entered into agreements for trademarks, technology licenses and central services as renewals of the above mentioned agreements. These renewal agreements are effective from 1 January 2013, with principal terms as follows:

- *Trademarks License Agreement with respect to the granting of trademarks licenses owned by companies under Unilever group, including future trademarks licenses, within the period of the agreement. The royalty value is adjusted gradually to become 3% from 2015 onwards. The royalty will be calculated based on total sale value per annum to third parties, excluding the sale of products under the trademarks owned by the Company.*

- *Technology License Agreement with respect to the granting of technology licenses owned by companies under Unilever group, including future technology licenses, within the period of the agreement. The royalty value is adjusted gradually to become 2% from 2015 onwards. The royalty will be calculated based on total turnover value per annum to third parties, of the Company's products that are supported by the licensed technology and technical know-how.*

- *Central Service Agreement (CSA) with respect to the provision of strategic leadership and its implementation, professional support, and product categorisation strategy by companies under the Unilever group to the Company. The service fee for the CSA is calculated based on the actual cost recovery with a cap of 3% of total turnover of the Company per annum to the third parties.*

The definition and calculation of turnover value as the basis for determining the royalty value per annum has been defined in detail in the respective agreements.

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

b. Perjanjian-perjanjian penting dengan pihak berelasi (lanjutan)

ii. Pada tanggal 28 Agustus 2009, Perseroan telah menandatangani perjanjian-perjanjian dengan Unilever Asia Private Ltd. ("UAPL"), perusahaan afiliasi yang berkedudukan di Singapura, yang dievaluasi setiap tahun dan berlaku sampai dengan perjanjian-perjanjian tersebut diakhiri oleh salah satu pihak. Berdasarkan perjanjian-perjanjian tersebut, UAPL akan menyediakan bahan baku dan barang jadi tertentu kepada Perseroan, membeli barang jadi dari Perseroan, serta menyediakan jasa pendukung penerapan sistem SAP di Perseroan.

iii. Pada tanggal 26 September 2019, Perseroan dan Unilever Europe Business Center B.V. ("UEBC") telah menandatangani Unilever Enterprise Technology Solution Service Agreement ("Perjanjian ETS") yang berlaku efektif sejak 1 Oktober 2019.

Perjanjian ETS merupakan perjanjian untuk jasa penyediaan layanan *Enterprise Technology Solutions* ("ETS") yang terintegrasi secara global diberikan kepada Perseroan yang mencakup layanan-layanan yang terkait dengan (1) Bisnis dan keuangan; (2) Karyawan/sumber daya manusia; (3) Fasilitas/tempat kerja karyawan; (4) Informasi dan analisis; (5) Layanan Teknologi informasi; (6) Layanan Pasokan; (7) Layanan manajemen proyek; (8) Program baru/inovasi; (9) Tambahan layanan sebagaimana diperlukan untuk mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung, proses operasional dan/atau kegiatan usaha sehari-hari Perseroan.

Nilai transaksi Perjanjian ETS ditentukan dari pembayaran prospektif yang dilakukan oleh Perseroan kepada UEBC yang dihitung dari biaya aktual yang dikeluarkan oleh UEBC dalam memberikan layanan ETS (Biaya ETS aktual) dengan tambahan mark-up 5% (dengan pengecualian untuk biaya layanan yang dibeli dari pihak ketiga), yang hanya akan dikenakan biaya jasa aktual untuk setiap jenis layanan ETS. Sejak tanggal efektif Perjanjian ETS ini hingga 30 September 2020, jumlah total biaya tidak akan melebihi 0,5% dari total penjualan bersih domestik tahunan Perseroan, dan setelah itu tidak akan lebih dari 1% dari total penjualan bersih domestik tahunan Perseroan.

7. Related party transactions (continued)

b. Significant agreements with related parties (continued)

ii. On 28 August 2009, the Company entered into agreements with Unilever Asia Private Ltd. ("UAPL"), an affiliated company domiciled in Singapore, which are subject to annual evaluation and valid until the agreements are terminated by either party. Based on the agreements, UAPL shall supply certain raw materials and finished goods to the Company, purchase finished goods from the Company and provide supporting services in connection with the SAP system implementation in the Company.

iv. On 26 September 2019, the Company and Unilever Europe Business Center B.V. ("UEBC") executed the Unilever Enterprise Technology Solution Service Agreement ("ETS Agreement"), effective from 1 October 2019.

The ETS Agreement is an agreement for the provision of Enterprise Technology Solutions ("ETS") services that are integrated globally provided to the Company which include services related to (1) Business and finance services; (2) Employee/human resources services; (3) Workplace/employee workplace services; (4) Information and analytics services; (5) Information technology (IT) services; (6) Supply services; (7) Project management services; (8) New programmes/innovations services; (9) Additional services, which are needed to support, directly or indirectly, the Company's operation process and/or daily business activities.

The transaction value of the ETS Agreement is determined from the prospective payment made by the Company to UEBC calculated from the actual expenses incurred by UEBC in providing the ETS Services (actual ETS Costs) with an additional 5% mark-up (with the exception of the costs of services purchased from third parties), which will be charged at cost only for each type of ETS service fee. From the effective date of the ETS Agreement until 30 September 2020, the total amount of charges will not exceed 0.5% of the Company's total annual domestic net sales, and thereafter it will not be more than 1% of the Company's total annual domestic net sales.

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

7. Related party transactions (continued)

b. Perjanjian-perjanjian penting dengan pihak berelasi (lanjutan)

b. Significant agreements with related parties (continued)

Beban signifikan yang dikenakan oleh pihak berelasi:

Significant expenses charged by related parties:

	2025	2024	
Biaya jasa dan biaya *Enterprise Technology Solutions*	865,115	873,707	*Service fees and Enterprise Technology Solutions fees*
Merek	796,240	758,656	*Trademark*
Teknologi	509,775	487,039	*Technology*
Jumlah	2,171,130	2,119,402	*Total*
Sebagai persentase dari jumlah beban umum dan administrasi	73.26%	69.17%	*As a percentage of total general and administration expenses*

Lihat Catatan 24 dan 25 untuk rincian penjualan kepada dan pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi.

Refer to Notes 24 and 25 for details of sales to and purchases of raw materials and finished goods from related parties.

c. Piutang lain-lain dari pihak berelasi

c. Amounts due from related parties

	2025	2024	
Pihak berelasi – Rupiah:			*Related party – Rupiah:*
Unilever IP Holdings B.V.	61,067	81,772	*Unilever IP Holdings B.V.*
PT Unilever Enterprises Indonesia	6,433	540	*PT Unilever Enterprises Indonesia*
	67,500	82,312	
Pihak berelasi – Mata uang asing (Catatan 29):			*Related parties – Foreign currencies (Note 29):*
Unilever Philippines, Inc.	1,307	-	*Unilever Philippines, Inc.*
Unilever Foods & Refreshments Global BV	883	-	*Unilever Foods & Refreshments Global BV*
Unilever EAC Myanmar Company Limited	763	-	*Unilever EAC Myanmar Company Limited*
Unilever Europe Business Center BV	702	-	*Unilever Europe Business Center BV*
Unilever U.K. Central Resources Ltd.	535	2,085	*Unilever U.K. Central Resources Ltd.*
Unilever Asia Private Limited	438	642	*Unilever Asia Private Limited*
Unilever (Malaysia) Holdings Sdn Bhd	259	993	*Unilever (Malaysia) Holdings Sdn Bhd*
Unilever Europe B.V.	-	834	*Unilever Europe B.V.*
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp382)	286	359	*Others (individual balances less than Rp382 each)*
	5,173	4,913	
Jumlah	72,673	87,225	*Total*
Sebagai persentase dari jumlah aset lancar	0.69%	1.65%	*As a percentage of total current assets*

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

7. Related party transactions (continued)

c. Piutang lain-lain dari pihak berelasi (lanjutan)

c. Amounts due from related parties (continued)

Manajemen tidak membuat provisi atas kerugian penurunan nilai untuk akun ini karena berkeyakinan bahwa saldo piutang tersebut akan tertagih seluruhnya.

Management has not made a provision for impairment loss for this account as it is of the opinion that these receivables will be fully collectible.

d. Utang lain-lain pada pihak berelasi

d. Amounts due to related parties

	2025	2024	
Pihak berelasi – Rupiah:			*Related parties – Rupiah:*
Unilever IP Holdings B.V.	498,172	536,350	*Unilever IP Holdings B.V.*
PT Unilever Oleochemical Indonesia	125,036	-	*PT Unilever Oleochemical Indonesia*
Unilever Europe Business Center B.V.	111,210	82,584	*Unilever Europe Business Center B.V.*
PT Unilever Enterprises Indonesia	1,777	-	*PT Unilever Enterprises Indonesia*
	736,195	618,934	

	2025	2024	
Pihak berelasi – Mata uang asing (Catatan 29):			*Related parties – Foreign currencies (Note 29):*
Unilever Europe IT Services	29,730	24,579	*Unilever Europe IT Services*
Unilever Europe B.V.	22,246	47,970	*Unilever Europe B.V.*
Unilever Europe Business Center B.V.	10,472	1,605	*Unilever Europe Business Center B.V.*
Unilever Asia Private Limited	5,207	15,898	*Unilever Asia Private Limited*
Unilever Industries Private Limited	3,144	2,645	*Unilever Industries Private Limited*
Unilever U.K. Central Resources Limited	2,133	889	*Unilever U.K. Central Resources Limited*
Unilever Bangladesh Limited	1,511	-	*Unilever Bangladesh Limited*
Unilever Global Services, Inc	1,339	9,657	*Unilever Global Services, Inc*
Unilever EAC Myanmar Company Limited	-	2,089	*Unilever EAC Myanmar Company Limited*
Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S	-	1,328	*Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S*
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp382)	422	195	*Others (individual balances less than Rp382 each)*
	76,204	106,855	
Jumlah	812,399	725,789	*Total*
Sebagai persentase dari jumlah liabilitas jangka pendek	5.71%	6.14%	*As a percentage of total current liabilities*

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

7. Related party transactions (continued)

e. Kompensasi manajemen kunci

e. Key management compensation

Dewan Komisaris dan Direksi adalah manajemen kunci. Jumlah kompensasi manajemen kunci adalah sebagai berikut:

The Boards of Commissioners and Directors are considered key management. Their total compensation was as follows:

	2025		2024		
	Direksi/ *Directors*	**Dewan Komisaris/ *Board of Commissioners***	**Direksi/ *Directors***	**Dewan Komisaris/ *Board of Commissioners***	
Gaji, tunjangan, dan bonus	72,453	6,745	84,293	5,576	*Salaries, allowances and bonuses*
Imbalan pasca kerja	959	-	6,220	-	*Post-employment benefits*
Jumlah	73,412	6,745	90,513	5,576	*Total*

Kompensasi ini dicatat sebagai bagian dari biaya produksi, beban pemasaran dan penjualan, dan beban umum dan administrasi.

The compensation is recorded as part of production costs, marketing and selling expenses, and general and administration expenses.

	2025	2024	
Sebagai persentase dari jumlah beban karyawan	4.49%	4.43%	*As a percentage of total employee costs*

Termasuk dalam paket penghasilan Direksi adalah tunjangan fasilitas perumahan.

Included in the Directors' remuneration packages are housing facilities.

7. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

7. Related party transactions (continued)

f. Program imbalan pasca kerja

Perseroan menyediakan program dana pensiun untuk karyawan melalui Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia ("DPMP UI") dan Dana Pensiun Iuran Pasti Unilever Indonesia ("DPIP UI"). Jumlah yang dibayarkan oleh Perseroan adalah sebagai berikut:

f. Post-employment benefits

The Company provides post-employment benefits plans for its employees through Dana Pensiun Manfaat Pasti Unilever Indonesia ("DPMP UI") and Dana Pensiun Iuran Pasti Unilever Indonesia ("DPIP UI"). The amounts paid by the Company were as follows:

	2025		**2024**		
	Persentase/ *Percentage**	**Jumlah yang dibayarkan/ *Amounts paid***	**Persentase/ *Percentage****	**Jumlah yang dibayarkan/ *Amounts paid***	
DPMP UI	7.03	125,438	5.61	121,865	*DPMP UI*
DPIP UI	3.61	64,450	3.11	67,552	*DPIP UI*
	10.64	189,888	8.72	189,417	

*) % terhadap jumlah beban karyawan

*) *% of total employee costs*

8. Beban dibayar di muka

8. Prepaid expenses

	2025	**2024**	
Asuransi	16,378	18,146	*Insurance*
Lain-lain	28,083	7,652	*Others*
Jumlah	44,461	25,798	*Total*

9. Aset tetap

a. Perubahan kelompok-kelompok utama aset tetap adalah sebagai berikut:

9. Fixed assets

a. The movement of fixed assets, by major classifications was as follows:

	2025						
	1 Januari/ *January 2025*	**Penambahan/ *Additions***	**Transfer/ *Transfers***	**Pengurangan/ *Deductions***	**Transfer ke kelompok pelepasan yang diklasifikasikan sebagai Aset yang dimiliki untuk dijual/ *Transfers to disposal group classified as Asset held for sale***	**31 Desember/ *December 2025***	
Biaya perolehan:							***Acquisition cost:***
Tanah	277,326	-	-	(3,897)	(1,490)	271,939	*Land*
Bangunan	3,326,165	-	92,387	(558,854)	(77,176)	2,782,522	*Buildings*
Mesin dan peralatan	11,906,806	-	749,941	(4,133,900)	(441,619)	8,081,228	*Machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	6,999	-	-	(2,363)	-	4,636	*Motor vehicles*
Aset dalam penyelesaian	727,586	1,078,623	(842,328)	-	(5,708)	958,173	*Construction in progress*
Jumlah	16,244,882	1,078,623	-	(4,699,014)	(525,993)	12,098,498	*Total*
Akumulasi penyusutan:							***Accumulated depreciation:***
Bangunan	(821,643)	(68,282)	-	130,704	26,622	(732,599)	*Buildings*
Mesin dan peralatan	(6,096,253)	(394,836)	-	2,052,976	222,894	(4,215,219)	*Machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	(5,381)	(517)	-	1,107	-	(4,791)	*Motor vehicles*
Jumlah	(6,923,277)	(463,635)	-	2,184,787	249,516	(4,952,609)	*Total*
Jumlah tercatat bersih	**9,321,605**					**7,145,889**	***Net carrying amount***

Pengurangan bersih sebesar Rp2.514.227 di atas termasuk pengurangan bersih terkait penjualan unit bisnis Es Krim sebesar Rp2.019.779 (Catatan 36)

Net deductions amounted to Rp2,514,227 above includes net deductions related to sale of Ice Cream business unit amounted to Rp2,019,779 (Note 36)

9. Aset tetap (lanjutan)

a. Perubahan kelompok-kelompok utama aset tetap adalah sebagai berikut: (lanjutan)

9. Fixed assets (continued)

a. The movement of fixed assets, by major classifications was as follows: (continued)

	2024					
	1 Januari/ *January* 2024	**Penambahan/ *Additions***	**Transfer/ *Transfers***	**Pengurangan/ *Deductions***	**31 Desember/ *December* 2024**	
Biaya perolehan:						***Acquisition cost:***
Tanah	277,326	-	-	-	277,326	*Land*
Bangunan	3,251,925	-	89,426	(15,186)	3,326,165	*Buildings*
Mesin dan peralatan	11,798,476	-	880,347	(772,017)	11,906,806	*Machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	10,462	-	-	(3,463)	6,999	*Motor vehicles*
Aset dalam penyelesaian	740,862	956,497	(969,773)	-	727,586	*Construction in progress*
Jumlah	16,079,051	956,497	-	(790,666)	16,244,882	*Total*
Akumulasi penyusutan:						***Accumulated depreciation:***
Bangunan	(738,728)	(86,655)	-	3,740	(821,643)	*Buildings*
Mesin dan peralatan	(6,023,882)	(620,558)	-	548,187	(6,096,253)	*Machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	(5,707)	(1,271)	-	1,597	(5,381)	*Motor vehicles*
Jumlah	(6,768,317)	(708,484)	-	553,524	(6,923,277)	*Total*
Jumlah tercatat bersih	**9,310,734**				**9,321,605**	***Net carrying amount***

Beban penyusutan sebesar Rp708.484 di atas termasuk beban penyusutan dari operasi yang dihentikan sebesar Rp245.851.

Depreciation expenses amounted to Rp708,484 above includes depreciation expenses from discontinued operation amounted to Rp245,851

Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, Perseroan memiliki aset-aset tetap yang telah disusutkan sepenuhnya namun masih digunakan untuk menunjang aktivitas operasi Perseroan. Biaya perolehan dari aset-aset tersebut adalah sebagai berikut:

As at 31 December 2025 and 2024, the Company had fixed assets which have been fully depreciated but were still in use to support the Company's operation activities. Acquisition costs of such assets were as follows:

	2025	**2024**	
Mesin dan peralatan	1,299,574	1,793,400	*Machinery and equipment*
Kendaraan bermotor	3,850	1,797	*Motor vehicles*
Bangunan	567	600	*Buildings*
Jumlah	1,303,991	1,795,797	*Total*

9. Aset tetap (lanjutan)

b. Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, Perseroan mempunyai 35 (2024:35) bidang tanah dengan sertifikat Hak Guna Bangunan ("HGB") dan satu bidang tanah dengan sertifikat Hak Pakai yang akan kedaluwarsa antara tahun 2026 sampai dengan tahun 2052.

Manajemen berkeyakinan bahwa HGB dan Hak Pakai tersebut akan dapat diperbaharui dengan biaya minimum.

c. Perhitungan kerugian penjualan aset tetap di luar operasi yang dihentikan adalah sebagai berikut:

	2025	2024	
Biaya perolehan	639,411	790,666	*Acquisition costs*
Dikurangi: Akumulasi penyusutan	(369,460)	(553,524)	*Less: Accumulated depreciation*
Jumlah tercatat bersih	269,951	237,142	*Net carrying amount*
Hasil penjualan aset tetap	11,407	57,854	*Proceeds from the sale of fixed assets*
Kerugian penjualan aset tetap	(258,544)	(179,288)	*Loss on sale of fixed assets*

d. Kerugian penjualan aset tetap dialokasikan sebagai berikut:

	2025	2024	
Biaya produksi	(258,544)	(172,596)	*Production costs*
Beban lain-lain	-	(6,692)	*Other expenses*
Jumlah	(258,544)	(179,288)	*Total*

e. Aset dalam penyelesaian pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024 adalah sebagai berikut:

	2025	2024	
Mesin dan peralatan	958,173	727,586	*Machinery and equipment*
Jumlah	958,173	727,586	*Total*

Persentase penyelesaian atas aset dalam penyelesaian pada tanggal 31 Desember 2025 adalah 55,13% (2024: 60,37%).

Pada tanggal 31 Desember 2025, aset dalam penyelesaian diperkirakan akan selesai dan direklasifikasi ke masing-masing kelompok aset pada 2026 sampai dengan 2027.

9. Fixed assets (continued)

b. As at 31 December 2025 and 2024, the Company had 35 (2024:35) plots of land in the form of Land Use Title ("HGB") and one plot of land with Right to Use Title ("Hak Pakai") which will expire between 2026 until 2052.

Management believes that these HGB and Hak Pakai will be renewable at minimal cost.

c. The calculations of loss on sale of fixed assets excluding discontinued operation were as follows:

d. Loss on sale of fixed assets was allocated as follows:

e. Construction in progress as at 31 December 2025 and 2024 was as follows:

The percentage of completion for construction in progress as at 31 December 2025 was 55.13% (2024: 60.37%).

As at 31 December 2025, construction in progress was estimated to be completed and reclassified into each group of assets in 2026 until 2027.

9. Aset tetap (lanjutan)

f. Beban penyusutan dialokasikan sebagai berikut:

	2025	2024	
Biaya produksi	398,861	394,934	*Productions costs*
Beban pemasaran dan penjualan	17,738	18,082	*Marketing and selling expenses*
Beban umum dan administrasi	47,036	49,617	*General and administration expenses*
Jumlah	463,635	462,633	*Total*

g. Pada tanggal 31 Desember 2025, bangunan, mesin dan peralatan yang dimiliki oleh Perseroan diasuransikan terhadap risiko kerugian dengan jumlah pertanggungan sebesar Rp22.707.704 (2024: Rp20.631.482), yang menurut pendapat manajemen telah memadai untuk menutupi kerugian yang mungkin timbul. Risiko kerugian yang terjadi atas aset dalam penyelesaian ditanggung oleh kontraktor sampai aset tersebut siap digunakan.

9. Fixed assets (continued)

f. Depreciation expense was allocated as follows:

g. As at 31 December 2025, the Company's buildings, machinery and equipment have been insured against the risk of loss with a total coverage of Rp22,707,704 (2024: Rp20,631,482), which is considered adequate by management to cover possible losses arising from such risks. Risk of loss on assets under construction is covered by the contractors until the assets are ready for their intended use.

10. Aset hak-guna dan liabilitas sewa

Rekonsiliasi kelompok-kelompok utama aset hak-guna dan liabilitas sewa adalah sebagai berikut:

10. Right-of-use assets and lease liabilities

The reconciliation of right-of-use assets and lease liabilities by major classifications was as follows:

	Properti/ *Property*	Kendaraan bermotor/ *Motor vehicles*	Lain-lain/ *Others*	Jumlah/ *Total*	
Aset hak-guna					***Right-of-use assets***
Saldo per 31 Desember 2023	**461,012**	**19,493**	**135,556**	**616,061**	***Balance at 31 December 2023***
Penambahan selama tahun berjalan	11,213	28,320	-	39,533	*Additions for the year*
Pengurangan selama tahun berjalan	-	-	(39,442)	(39,442)	*Disposals for the year*
Beban penyusutan selama tahun berjalan	(131,337)	(14,560)	(10,350)	(156,247)	*Depreciation charge for the year*
Saldo per 31 Desember 2024	**340,888**	**33,253**	**85,764**	**459,905**	***Balance at 31 December 2024***
Penambahan selama tahun berjalan	192,896	49,167	-	242,063	*Additions for the year*
Beban penyusutan selama tahun berjalan	(173,054)	(21,178)	(7,898)	(202,130)	*Depreciation charge for the year*
Saldo per 31 Desember 2025	**360,730**	**61,242**	**77,866**	**499,838**	***Balance at 31 December 2025***

10. Aset hak-guna dan liabilitas sewa (lanjutan) / ***10. Right-of-use assets and lease liabilities (continued)***

	2025	2024	
Liabilitas sewa			***Lease liabilities***
Jangka pendek	290,762	37,790	*Current*
Jangka panjang	354,079	492,842	*Non-current*
Jumlah	644,841	530,632	*Total*

	2025	2024	
Jumlah diakui di laba rugi			***Amounts recognised in profit or loss***
Bunga atas liabilitas sewa	45,712	39,332	*Interest on lease liabilities*
Beban penyusutan aset hak-guna	202,130	156,247	*Depreciation of right-of-use assets*
Beban terkait liabilitas sewa dengan aset bernilai rendah atau jangka pendek	39,117	76,503	*Expenses relating to short-term or low value assets lease*
Jumlah	286,959	272,082	*Total*

	2025	2024	
Jumlah diakui dalam laporan arus kas			***Amounts recognised in statement of cash flows***
Jumlah kas keluar untuk pembayaran liabilitas sewa	(79,802)	(247,243)	*Total cash outflow for payment of leases*

Beberapa transaksi sewa gudang dan kantor dan kendaraan mengandung opsi perpanjangan yang dapat diambil oleh Perseroan sebelum masa berakhirnya kontrak yang tidak dapat dibatalkan.

Some leases of warehouses and offices and vehicles contain extension options exercisable by the Company before the end of the non-cancellable contract period.

Berikut ini ringkasan komponen perubahan liabilitas yang timbul dari sewa:

The following summarizes the component of changes in the liabilities arising from leases:

	2025	2024	
Saldo awal	530,632	750,783	*Beginning balance*
Arus kas	(79,802)	(247,243)	*Cash flows*
Perubahan nonkas			*Non-cash changes*
- Penambahan	194,011	27,092	*Additions -*
Saldo akhir	644,841	530,632	*Ending balance*

11. *Goodwill*

Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, jumlah tercatat neto *goodwill* adalah Rp61.925. *Goodwill* merupakan selisih lebih dari jumlah yang dibayar atas nilai aset neto dari bisnis yang diakuisisi oleh Perseroan berkaitan dengan produk Bango.

Manajemen telah melakukan penelaahan atas *goodwill* dan tidak terdapat penurunan nilai.

11. Goodwill

As at 31 December 2025 and 2024, the net carrying amount of goodwill was Rp61,925. Goodwill represents the excess of the amount paid over the carrying value of net assets of business acquired by the Company relating to Bango products.

Management had reviewed the goodwill and there is no impairment.

12. Aset takberwujud / *12. Intangible assets*

	2025			
	Merek/ *Trademarks*	**Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak/ *Software and software licenses***	**Jumlah/ *Total***	
Biaya perolehan				***Acquisition cost***
Saldo awal	332,355	616,380	948,735	*Beginning balance*
Pengurangan aset takberwujud	(2,200)	-	(2,200)	*Deduction of intangbile assets*
Saldo akhir	330,155	616,380	946,535	***Ending balance***
Akumulasi amortisasi				***Accumulated amortisation***
Saldo awal	-	(611,387)	(611,387)	*Beginning balance*
Beban amortisasi	-	(2,929)	(2,929)	*Amortisation expense*
Saldo akhir	-	(614,316)	(614,316)	*Ending balance*
Jumlah tercatat neto	330,155	2,064	332,219	***Net carrying amount***

	2024			
	Merek/ *Trademarks*	**Perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak/ *Software and software licenses***	**Jumlah/ *Total***	
Biaya perolehan				***Acquisition cost***
Saldo awal	332,355	725,775	1,058,130	*Beginning balance*
Pengurangan aset takberwujud	-	(109,395)	(109,395)	*Deduction of intangbile assets*
Saldo akhir	332,355	616,380	948,735	***Ending balance***
Akumulasi amortisasi				***Accumulated amortisation***
Saldo awal	-	(658,662)	(658,662)	*Beginning balance*
Beban amortisasi	-	(12,843)	(12,843)	*Amortisation expense*
Pengurangan aset takberwujud	-	60,118	60,118	*Deduction of intangbile assets*
Saldo akhir	-	(611,387)	(611,387)	*Ending balance*
Jumlah tercatat neto	332,355	4,993	337,348	***Net carrying amount***

Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, aset takberwujud timbul dari perolehan atas merek yang berhubungan dengan produk Bango dan Buavita yang diperoleh masing-masing pada tahun 2001 dan 2008 serta perangkat lunak dan lisensi perangkat lunak yang diperoleh dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2022.

As at 31 December 2025 and 2024, intangible assets principally comprise acquisitions of trademarks related to Bango and Buavita products which were acquired in 2001 and 2008 respectively, as well as software and software licenses which were acquired from 2004 until 2022.

Manajemen telah melakukan penelaahan atas aset takberwujud dengan umur manfaat tidak terbatas dan tidak terdapat penurunan nilai.

Management had reviewed the intangible assets with indefinite useful lives and there is no impairment.

13. Pinjaman bank / *13. Bank borrowings*

Pinjaman merupakan fasilitas pinjaman tanpa jaminan yang digunakan untuk keperluan modal kerja, yang terdiri dari:

Borrowings represent unsecured borrowings facilities used for working capital purposes, that consist of:

	2025	2024	
Pihak ketiga – Rupiah:			*Third parties – Rupiah:*
PT Bank HSBC Indonesia	-	900,000	*PT Bank HSBC Indonesia*
MUFG Bank, Ltd., Cabang Jakarta	-	550,000	*MUFG Bank, Ltd., Jakarta Branch*
Jumlah	-	1,450,000	*Total*

Informasi lain mengenai pinjaman pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024 adalah sebagai berikut:

Other information related to the borrowings as at 31 December 2025 and 2024 was as follows:

Kreditur/ *Lenders*	Jadwal pembayaran/ *Repayment schedules*	Tingkat bunga/ *Interest rates*	Saldo akhir/ *Outstanding balances* 2025	2024
PT Bank HSBC Indonesia (Dengan fasilitas maksimum sebesar /*Maximum facility of* Rp2,250,000)	19 Desember/*December* 2024 – 17 Januari/*January* 2025	5.37%	-	900,000
MUFG Bank, Ltd., Cabang Jakarta /*Jakarta branch* (Dengan fasilitas maksimum sebesar /Maximum facility of Rp1,500,000)	19 Desember/*December* 2024 – 17 Januari/*January* 2025	5.99%	-	400,000
	19 Desember/*December* 2024 – 31 Januari/*January* 2025	6.10%	-	150,000
			-	1,450,000

14. Utang usaha / *14. Trade creditors*

	2025	2024	
Pihak ketiga:			*Third parties:*
- Rupiah	4,073,950	3,486,521	*Rupiah -*
- Mata uang asing (Catatan 29)	514,439	325,902	*Foreign currencies (Note 29) -*
Jumlah	4,588,389	3,812,423	*Total*

	2025	2024	
Pihak berelasi – Rupiah:			*Related parties – Rupiah:*
PT Unilever Oleochemical Indonesia	65,603	123,576	*PT Unilever Oleochemical Indonesia*
PT Unilever Enterprises Indonesia	36,774	22,726	*PT Unilever Enterprises Indonesia*
	102,377	146,302	
Pihak berelasi – Mata uang asing (Catatan 29):			*Related parties – Foreign currencies (Note 29):*
Unilever Thai Holdings Ltd	4,487	-	*Unilever Thai Holdings Ltd*
Unilever Asia Private Limited	76	1,324	*Unilever Asia Private Limited*
Unilever (Myanmar) Limited	-	14,232	*Unilever (Myanmar) Limited*
Unilever Thai Trading II Limited	-	5,060	*Unilever Thai Trading II Limited*
Unilever EAC Myanmar Company Limited	-	3,592	*Unilever EAC Myanmar Company Limited*
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp382)	-	364	*Others (individual balances less than Rp382 each)*
	4,563	24,572	
Jumlah	106,940	170,874	*Total*
Sebagai persentase dari jumlah liabilitas jangka pendek	0.75%	1.44%	*As a percentage of total current liabilities*

Analisis umur utang usaha adalah sebagai berikut: / *The ageing analysis of trade creditors was as follows:*

	2025	2024	
Belum jatuh tempo	4,624,407	3,891,090	*Current*
Lewat jatuh tempo 1 – 30 hari	69,182	81,117	*Overdue 1 – 30 days*
Lewat jatuh tempo lebih dari 30 hari	1,740	11,090	*Overdue more than 30 days*
Jumlah	4,695,329	3,983,297	*Total*

15. Pajak / *15. Taxation*

a. Beban pajak penghasilan / *a. Income tax expense*

Pajak atas laba Perseroan sebelum pajak penghasilan berbeda dari nilai teoritis yang mungkin muncul apabila menggunakan tarif pajak terhadap laba pada entitas dalam jumlah sebagai berikut:

The tax on the Company's profit before income tax differs from the theoretical amount that would arise using the tax rate applicable to profits on the entity as follows:

	2025	2024	
Kini (operasi yang dilanjutkan):			*Current (continuing operating):*
- Non final	1,047,332	858,532	*Non final -*
- Final	1,260	1,963	*Final -*
Tangguhan	(125,049)	(28,724)	*Deferred*
Penyesuaian beban pajak periode sebelumnya	37,440	14,725	*Adjustment to prior period tax expense*
Jumlah	960,983	846,496	*Total*

	2025	2024	
Laba sebelum pajak penghasilan (operasi yang dilanjutkan)	4,498,280	3,751,144	*Profit before income tax (continuing operating)*
Pajak dihitung dengan tarif pajak yang berlaku	989,622	825,252	*Tax calculated at applicable tax rates*
Dampak pajak penghasilan pada:			*Tax effects of:*
- Penghasilan kena pajak final	(140,024)	(7,796)	*Income subject to final tax -*
- Beban yang tidak dapat dikurangkan untuk tujuan perpajakan	72,685	12,352	*Non-deductible expenses - for tax purposes*
- Pajak penghasilan final	1,260	1,963	*Final income tax -*
- Penyesuaian periode lalu	37,440	14,725	*Adjustment in respect of prior periods -*
Beban pajak penghasilan	960,983	846,496	*Income tax expense*

Rekonsiliasi antara laba sebelum pajak penghasilan yang disajikan dalam laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain dengan taksiran penghasilan kena pajak Perseroan untuk periode-periode yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024 adalah sebagai berikut:

The reconciliation between the profit before income tax as shown in the statements of profit or loss and other comprehensive income and the Company's estimated taxable income for the periods ended 31 December 2025 and 2024 was as follows:

15. Pajak (lanjutan) / ***15. Taxation (continued)***

a. Beban pajak penghasilan (lanjutan) / ***a. Income tax expense (continued)***

	2025	2024	
Laba sebelum pajak penghasilan	4,498,280	3,751,144	*Profit before income tax*
Perbedaan temporer:			*Temporary differences:*
Provisi dan akrual	265,436	178,932	*Provisions and accruals*
Aset tetap dan aset takberwujud	556,795	64,227	*Fixed assets and intangible assets*
Liabilitas imbalan kerja	(373,536)	4,582	*Employee benefits liabilities*
Sewa	119,709	(117,177)	*Leases*
Perbedaan permanen:			*Permanent differences:*
Penghasilan kena pajak final	(636,473)	(35,438)	*Income subject to final tax*
Beban yang tidak dapat dikurangkan untuk tujuan perpajakan	330,388	56,150	*Non-deductible expenses for tax purposes*
Penghasilan kena pajak	4,760,599	3,902,420	*Taxable income*

	2025	2024	
Pajak penghasilan badan tahun berjalan	2,148,852	993,767	*Corporate income tax for the year*
Dikurangi: Pajak penghasilan dibayar dimuka	(865,451)	(859,874)	*Less: Prepaid income tax*
Utang pajak penghasilan	1,283,401	133,893	*Income tax payable*

Dalam laporan keuangan ini, jumlah penghasilan kena pajak untuk periode yang berakhir pada 31 Desember 2025 didasarkan atas perhitungan sementara.

In these financial statements, the amount of taxable income for the period ended 31 December 2025 was based on preliminary calculations.

15. Pajak (lanjutan) / ***15. Taxation (continued)***

b. Liabilitas pajak tangguhan / ***b. Deferred tax liabilities***

	2025				
	31 Desember/ *December* 2024	**Dikreditkan/ (dibebankan) pada laba rugi */Credited/ (charged) to profit or loss***	**Dikreditkan/ (dibebankan) pada OCI/ *Credited/ (charged) to OCI***	**31 Desember/ *December* 2025**	
Aset/(liabilitas) pajak tangguhan:					*Deferred tax assets/ (liabilities):*
- Provisi dan akrual	196,528	58,396	-	254,924	*Provisions and accruals -*
- Aset tetap dan aset takberwujud	(672,025)	122,495	-	(549,530)	*Fixed assets - and intangible assets*
- Liabilitas imbalan kerja	359,981	(82,178)	(18,940)	258,863	*Employee benefits liabilities -*
- Aset hak-guna	(101,180)	(8,785)	-	(109,965)	*Right-of-use assets -*
- Liabilitas sewa	107,724	35,121	-	142,845	*Lease liabilities -*
	(108,972)	125,049	(18,940)	(2,863)	

	2024				
	31 Desember/ *December* 2023	**Dikreditkan/ (dibebankan) pada laba rugi */Credited/ (charged) to profit or loss***	**Dikreditkan/ (dibebankan) pada OCI/ *Credited/ (charged) to OCI***	**31 Desember/ *December* 2024**	
Aset/(liabilitas) pajak tangguhan:					*Deferred tax assets/ (liabilities):*
- Provisi dan akrual	157,163	39,365	-	196,528	*Provisions and accruals -*
- Aset tetap dan aset takberwujud	(686,155)	14,130	-	(672,025)	*Fixed assets - and intangible assets*
- Liabilitas imbalan kerja	331,060	1,008	27,913	359,981	*Employee benefits liabilities -*
- Aset hak-guna	(135,534)	34,354	-	(101,180)	*Right-of-use assets -*
- Liabilitas sewa	167,857	(60,133)	-	107,724	*Lease liabilities -*
	(165,609)	28,724	27,913	(108,972)	

OCI = Penghasilan komprehensif lain/*Other comprehensive income*

c. Pajak dibayar dimuka / ***c. Prepaid Taxes***

	2025	**2024**	
Pajak lain-lain:			*Other taxes:*
- Pasal 21	7,500	12,758	*Article 21 -*
Jumlah	7,500	12,758	*Total*

15. Pajak (lanjutan) / ***15. Taxation (continued)***

d. Utang pajak / ***d. Taxes payable***

	2025	2024	
Pajak penghasilan badan:			*Corporate income tax:*
- Pasal 25/29	1,283,401	133,893	*Article 25/29* -
	1,283,401	133,893	
Pajak lain-lain:			*Other taxes:*
- Pasal 23/26	222,463	59,282	*Article 23/26* -
- Pajak pertambahan nilai, neto	805,874	34,265	*Value added tax, net* -
	1,028,337	93,547	
Jumlah	2,311,738	227,440	*Total*

e. Pajak yang dapat dikembalikan / ***e. Claim for Tax Refund***

	2025	2024	
- Pasal 25/29	1,147,658	424,939	*Article 25/29* -
- Pasal 23/26	221,982	84,732	*Article 23/26* -
- Pajak pertambahan nilai, neto	10,222	-	*Value added tax, net* -
Jumlah	1,379,862	509,671	*Total*

f. Administrasi

Posisi pajak Perseroan mungkin akan dipertanyakan oleh otoritas pajak. Manajemen akan berusaha penuh mempertahankan posisi pajak Perseroan yang diyakini berdasarkan dasar teknis yang baik, yang sesuai dengan peraturan pajak. Oleh karena itu, manajemen berkeyakinan bahwa akrual atas liabilitas pajak cukup untuk semua periode pajak yang belum diaudit berdasarkan penilaian berbagai faktor, termasuk interpretasi peraturan pajak dan pengalaman sebelumnya. Penilaian dilakukan berdasarkan estimasi dan asumsi dan mungkin melibatkan pertimbangan mengenai kejadian di masa mendatang. Informasi baru yang tersedia dapat menyebabkan manajemen mengubah pertimbangannya berkaitan dengan kecukupan liabilitas pajak yang telah ada. Perubahan terhadap liabilitas pajak akan berdampak pada beban pajak pada periode di mana penentuan tersebut ditetapkan.

f. Administration

The Company's tax positions may be challenged by the tax authorities. Management will vigorously defends the Company's tax positions which are believed to be grounded on sound technical basis, in compliance with the tax regulations. Accordingly, management believes that the accruals for tax liabilities are adequate for all open tax periods based on the assessment of various factors, including interpretations of tax law and prior experience. This assessment relies on estimates and assumptions and may involve judgement about future events. New information may become available that causes management to change its judgement regarding the adequacy of existing tax liabilities. Such changes to tax liabilities will impact tax expense in the period in which such determination is made.

15. Pajak (lanjutan)

15. Taxation (continued)

g. Ketetapan Pajak 2018

Pada bulan Desember 2023, Perseroan menerima surat ketetapan pajak kurang bayar ("SKPKB") untuk tahun pajak 2018 yang terdiri dari pajak penghasilan badan, pajak penghasilan pasal 23/26, pajak penghasilan pasal 21, dan pajak penghasilan pasal 4 (2) masing-masing sebesar Rp467.327, Rp38, Rp84.732, Rp253, dan Rp16. Perseroan menerima sebagian atas ketetapan pajak penghasilan badan, pajak penghasilan pasal 23/26, pajak penghasilan pasal 21, dan pajak penghasilan pasal 4 (2) masing-masing sebesar Rp24.807, Rp38, Rp253, dan Rp16. Pada bulan Januari 2024, Perseroan telah membayar kurang bayar tersebut termasuk jumlah yang diajukan keberatan dan dicatat sebagai bagian dari klaim pajak yang dapat dikembalikan. Pada tanggal 7 Maret 2024 Perseroan telah mengajukan keberatan pajak untuk sisa ketetapan pajak penghasilan pasal 26 dan pajak penghasilan badan masing-masing sebesar Rp84.732 dan Rp442.520.

Pada bulan November 2024, melalui surat keputusannya, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menerima sebagian surat keberatan terkait dengan sisa ketetapan pajak penghasilan badan sebesar Rp17.581 dan menolak sisanya. Pada tanggal 12 Februari 2025, Perseroan telah mengajukan permohonan banding atas sisa ketetapan pajak yang tidak disetujui yaitu sebesar Rp508.397

g. Tax Assessments 2018

In December 2023, the Company received an underpayment tax assessment letter ("SKPKB") for the 2018 fiscal year, which included corporate income tax, income tax Article 23/26, income tax Article 21, and income tax Article 4(2) amounting to Rp467,327, Rp38, Rp84,732, Rp253, and Rp16, respectively. The Company accepted part of the assessments for corporate income tax, income tax Article 23/26, income tax Article 21, and income tax Article 4(2) amounting to Rp24,807, Rp38, Rp253, and Rp16, respectively. In January 2024, the Company paid the underpaid amount, including the amounts under objection, and recorded them as part of refundable tax claims. On 7 March 2024, the Company filed objections for the remaining assessments of income tax Article 26 and corporate income tax amounting to Rp84,732 and Rp442,520, respectively.

In November 2024, through its decision letter, the Directorate General of Taxes (DJP) partially accepted the objection letter related to the remaining corporate income tax assessment amounting to Rp17,581 and rejected the rest. On 12 February 2025, the Company has filed an appeal for the remaining disputed assessments, amounting to Rp508,397.

h. Ketetapan Pajak 2019

Pada bulan Desember 2024, Perseroan menerima Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar ("SKPKB") untuk tahun pajak 2019 yang terdiri dari pajak penghasilan badan, pajak penghasilan pasal 23, pajak penghasilan pasal 26, pajak penghasilan pasal 4 (2), pajak penghasilan pasal 21, dan pajak pertambahan nilai masing-masing sebesar Rp211.469, Rp174, Rp38.114, Rp21, Rp39 dan Rp28. Perseroan telah menerima sebagian dan telah membayar kurang bayar atas ketetapan pajak tersebut. Pada tanggal 11 Maret 2025, Perseroan telah mengajukan keberatan atas sisa ketetapan pajak yang tidak disetujui yaitu pajak penghasilan badan dan pajak penghasilan pasal 26 masing-masing sebesar Rp190.568 dan Rp38.114.

h. Tax Assessments 2019

In December 2024, the Company received an underpayment tax assessment letter ("SKPKB") for the 2019 fiscal year, which included corporate income tax, income tax Article 23, income tax Article 26, income tax Article 4(2), income tax Article 21, and value-added tax amounting to Rp211,469, Rp174, Rp38,114, Rp21, Rp39, and Rp28, respectively. The Company accepted part of the assessment and has paid the underpaid tax amount. On 11 March 2025, the Company submitted objections for the remaining disputed assessments, which are corporate income tax and income tax Article 26 amounting to Rp190,568 and Rp38,114, respectively.

15. Pajak (lanjutan)

15. Taxation (continued)

i. Ketetapan Pajak 2020

i. Tax Assessments 2020

Pada bulan Februari 2025, Perseroan menerima SKPKB untuk tahun pajak 2020 yang terdiri dari pajak penghasilan badan, pajak penghasilan pasal 23, pajak penghasilan pasal 26, pajak penghasilan pasal 21, dan pajak penghasilan pasal 4(2), pajak pertambahan nilai ("PPN") masing-masing sebesar Rp578.767, Rp371, Rp101.087, Rp680, Rp51, dan Rp 14.264. Perseroan menerima sebagian atas ketetapan pajak dan telah membayar kurang bayar atas ketetapan pajak tersebut sebelum pengajuan keberatan. Pada tanggal 14 Mei 2025, Perseroan telah mengajukan keberatan atas sisa ketetapan pajak yang tidak disetujui yaitu pajak penghasilan badan, pajak penghasilan pasal 26 dan PPN masing-masing sebesar Rp533.426, Rp99.136, Rp10.223.

In February 2025, the Company received an underpayment tax assessment letter ("SKPKB") for the 2020 fiscal year, which included corporate income tax, income tax Article 23, income tax Article 26, income tax Article 21, income tax Article 4(2), and value-added tax ("VAT") amounting to Rp578,767, Rp371, Rp101,087, Rp680, Rp51, and Rp14,264, respectively. The Company accepted part of the assessments and has paid the underpaid taxes before submitting objections. On 14 May 2025, the Company submitted objections for the remaining disputed assessments, which are corporate income tax, income tax Article 26, and VAT amounting to Rp533,426, Rp99,136, and Rp10,223, respectively.

Sampai dengan tanggal 31 Desember 2025, tidak terdapat perkembangan lebih lanjut atau keputusan yang diterima dari Pengadilan Pajak maupun Direktorat Jenderal Pajak terkait banding dan keberatan yang diajukan. Oleh karena itu, posisi Perseroan atas ketetapan pajak yang disengketakan tersebut tetap sama dengan yang telah diungkapkan sebelumnya.

As of 31 December 2025, there have been no further developments or decisions received from the Tax Court or the Directorate General of Taxes regarding the filed appeals and objections. Consequently, the Company's position regarding these disputed assessments remains as previously disclosed.

16. Akrual

16. Accruals

	2025	2024	
Iklan dan promosi	2,199,773	1,884,370	*Advertising and promotion*
Remunerasi karyawan	453,252	370,683	*Remuneration*
Beban produksi lainnya	200,410	265,374	*Other production costs*
Sewa	140,665	171,234	*Rent*
Distribusi barang	109,603	130,161	*Distribution of products*
Utilitas	30,563	25,590	*Utilities*
Bea masuk	3,327	1,298	*Customs duty*
Perangkat lunak	-	32,201	*Software*
Lain-lain	965,441	916,679	*Others*
Jumlah	4,103,034	3,797,590	*Total*

17 Utang lain-lain

17. Other payables

	2025	2024	
Pihak ketiga:			*Third parties:*
Aset tetap dan barang-barang teknik	539,956	312,422	*Fixed assets and technical parts*
Jasa konsultan dan jasa lainnya	473,905	402,128	*Consultant fees and other services*
Utang dividen – pemegang saham publik	180,472	175,705	*Utang dividen – pemegang saham publik*
Lain-lain	677,578	546,678	*Others*
Jumlah	1,871,911	1,436,933	*Total*

18. Liabilitas imbalan kerja jangka panjang / *18. Long-term employee benefits liabilities*

Liabilitas imbalan kerja jangka panjang yang diakui dalam laporan posisi keuangan terdiri dari:

Long-term employee benefits liabilities recognised in the statement of financial position consist of:

	2025	2024	
Imbalan pensiun	309,887	699,845	*Pension benefits*
Imbalan kesehatan pasca kerja	542,829	635,057	*Post-employment medical benefits*
Imbalan pasca kerja lainnya	97,106	91,832	*Other post-employment benefits*
Imbalan kerja jangka panjang lainnya	150,284	209,541	*Other long-term employee benefits*
Jumlah	1,100,106	1,636,275	*Total*
Dikurangi:			*Less:*
Bagian jangka pendek	137,446	171,362	*Current portion*
Bagian jangka panjang	962,660	1,464,913	*Non-current portion*

a. Imbalan pensiun / *a. Pension benefits*

Jumlah yang diakui dalam laporan posisi keuangan ditentukan sebagai berikut:

The amounts recognised in the statement of financial position were determined as follows:

	2025	2024	
Nilai kini kewajiban imbalan pasti	1,791,027	2,298,109	*Present value of defined benefit obligations*
Nilai wajar dari aset program	(1,481,140)	(1,598,264)	*Fair value of plan assets*
Jumlah	309,887	699,845	Total

Perubahan liabilitas imbalan pasti adalah sebagai berikut:

The movement in the defined benefit liabilities was as follows:

	2025	2024	
Pada awal tahun	2,298,109	2,156,735	*At beginning of the year*
Termasuk di dalam laba rugi			***Included in profit or loss***
Biaya bunga	159,924	152,452	*Interest costs*
Biaya jasa kini	83,812	82,289	*Current service costs*
Biaya jasa lalu	(250,986)	(52,372)	*Past service costs*
Termasuk di dalam penghasilan komprehensif lain			***Included in other comprehensive income***
Rugi/(laba) aktuarial yang timbul dari:			*Actuarial loss/(gain) arising from:*
- penyesuaian	(34,392)	29,349	*experience adjustments -*
- asumsi keuangan	(57,981)	30,959	*financial assumptions -*
Lain-lain			***Others***
Imbalan yang dibayar	(407,459)	(101,303)	*Benefits paid*
Pada akhir tahun	1,791,027	2,298,109	*At the end of the year*

18. Liabilitas imbalan kerja jangka Panjang (lanjutan)

a. Imbalan pensiun (lanjutan)

18. Long-term employee benefits liabilities (continued)

a. Pension benefits (continued)

	2025	2024	
- Tingkat diskonto untuk kewajiban imbalan pasti	7.10%	6.90%	*Discount rate for defined - benefits obligations*
- Tingkat diskonto untuk biaya jasa	7.20%	7.00%	*Discount rate for service cost -*
- Tingkat kenaikan gaji	7.00%	7.00%	*Salary increases -*
- Tingkat kenaikan imbalan pensiun	0.70%	0.73%	*Pension salary increases -*
- Tingkat inflasi	2.80%	2.90%	*Inflation rate -*
- Tingkat mortalita	2025: Sebelum mencapai pensiun: Tabel Mortalita Indonesia 2019/TMI IV *Pre-retirement: Indonesian Mortality Table 2019/TMI IV* 2024: Sebelum mencapai pensiun: Tabel Mortalita Indonesia 2019/TMI IV *Pre-retirement: Indonesian Mortality Table 2019/TMI IV* Sesudah mencapai pensiun: Tabel Mortalita USA 1983 *Post retirement: USA General Annuitants Mortality Table 1983*		*Mortality rate -*
- Tingkat pengunduran diri	2025: 30% pada usia 20 – 24 tahun; 8% pada usia 25 – 29 tahun dan secara linear menurun menjadi 1,5% pada usia 45 tahun; 1,5% tetap dari usia 45 tahun sampai usia 55 tahun atau 60 tahun/ *30% at age 20 – 24; 8% at age 25 – 29 and lineary decrease to 1.5% at age 45; 1.5% flat from age 45 up to age 55 or 60 year* 2024: 30% pada usia 20 – 24 tahun; 8% pada usia 25 – 29 tahun dan secara linear menurun menjadi 1,5% pada usia 45 tahun; 1,5% tetap dari usia 45 tahun sampai usia 55 tahun atau 60 tahun/ *30% at age 20 – 24; 8% at age 25 – 29 and lineary decrease to 1.5% at age 45; 1.5% flat from age 45 up to age 55 or 60 year*		*Resignation rate -*
- Tingkat pensiun dini	1,50% per tahun dari usia 45-50 tahun/ *1.50% per annum from age 45-50 year*		*Early retirement rate -*

Pada tanggal 31 Desember 2025 rata-rata tertimbang durasi kewajiban imbalan pasti adalah 15,5 tahun (2024: 16,3 tahun).

As at 31 December 2025, the weighted-average duration of the defined benefit obligations was 15.5 years (2024: 16.3 years).

Pendanaan Perseroan atas program manfaat pasti pada tahun 2026 diperkirakan sebesar Rp125.438.

The Company's funding of the defined benefit plan in 2026 is expected to be Rp125,438.

Perubahan nilai wajar aset program untuk imbalan pensiun selama periode berjalan adalah sebagai berikut:

The movement in the fair value of plan assets for pension benefits during the period was as follows:

18. Liabilitas imbalan kerja jangka panjang (lanjutan) / ***18. Long-term employee benefits liabilities (continued)***

a. Imbalan pensiun (lanjutan) / ***a. Pension benefits (continued)***

	2025	2024	
Pada awal tahun	1,598,264	1,593,218	*At beginning of the year*
Termasuk di dalam laba rugi			***Included in profit or loss***
Pendapatan bunga atas aset program	113,429	114,866	*Interest income on plan assets*
Termasuk di dalam komprehensif lain			***Included in other comprehensive income***
Imbal hasil atas aset program pensiun tidak termasuk pendapatan bunga	(46,667)	(138,255)	*Return on plan assets excluding interest income*
Lain-lain			***Others***
Iuran pekerja	8,013	7,872	*Employees' contributions*
Iuran pemberi kerja	125,398	121,865	*Employer's contribution*
Imbalan yang dibayar	(317,297)	(101,302)	*Benefits paid*
Pada akhir tahun	1,481,140	1,598,264	*At the end of the year*

Aset program terdiri dari: / *Plan assets comprise the following:*

	2025		2024		
Instrumen utang	901,464	60.86%	634,666	39.71%	*Debt instruments*
Instrumen ekuitas	491,719	33.20%	833,242	52.13%	*Equity instruments*
Deposito berjangka	87,957	5.94%	130,356	8.16%	*Time deposits*

Analisis sensitivitas / ***Sensitivity analysis***

Kemungkinan adanya perubahan yang wajar pada tanggal pelaporan terhadap salah satu asumsi aktuarial yang relevan, dengan asumsi lainnya konstan, akan mempengaruhi kewajiban imbalan pasti sebesar jumlah yang ditunjukkan di bawah ini.

Reasonably possible changes at the reporting date to one of the relevant actuarial assumptions, holding other assumptions constant, would have affected the defined benefit obligations by the amount shown below.

Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, dampak pergerakan 1% dalam asumsi tingkat diskonto adalah sebagai berikut:

As at 31 December 2025 and 2024, the effect of a 1% movement in the assumed discount rate was as follows:

	2025		
	Kenaikan/ *Increase*	**(Penurunan)/ *(Decrease)***	
Dampak terhadap nilai kini kewajiban	(234,330)	290,661	*Effect on the present value of the obligation*

	2024		
	Kenaikan/ *Increase*	**(Penurunan)/ *(Decrease)***	
Dampak terhadap nilai kini kewajiban	(316,055)	394,441	*Effect on the present value of the obligation*

18. Liabilitas imbalan kerja jangka panjang (lanjutan)

b. Imbalan kesehatan pasca-kerja

Perseroan menyelenggarakan program imbalan kesehatan pasca kerja yang tidak didanai. Metodologi, asumsi-asumsi dan frekuensi penilaian adalah sama dengan yang digunakan untuk program imbalan pensiun Perseroan.

Di samping asumsi-asumsi yang digunakan pada program pensiun, asumsi-asumsi aktuarial lainnya yang relevan adalah kenaikan biaya klaim kesehatan dalam jangka panjang sebesar 6,00% (2024: 5,80%) dan klaim tahunan atas program imbalan kesehatan pasca kerja sebesar Rp28.426.000 (nilai penuh) (2024: Rp30.225.000 (nilai penuh)) per karyawan.

18. Long-term employee benefits liabilities (continued)

b. Post-employment medical benefits

The Company provides an unfunded post-employment medical benefits scheme. The methodology, assumptions and frequency of valuations are similar with those used for the Company's defined benefit pension scheme.

In addition to the assumptions used for the pension scheme, other relevant assumptions are long-term increases in medical claim costs of 6.00% (2024: 5.80%) and annual claims of post-employment medical benefits of Rp28,426,000 (full amount) (2024: Rp30,225,000 (full amount)) per employee.

Perubahan liabilitas adalah sebagai berikut:

The movement in the liabilities was as follows:

	2025	2024	
Pada awal tahun	635,057	658,912	*At beginning of the year*
Termasuk di dalam laba rugi			***Included in profit or loss***
Biaya bunga	43,658	45,366	*Interest costs*
Biaya jasa kini	21,016	23,338	*Current service costs*
Biaya jasa lalu	(54,122)	(10,424)	*Past service costs*
Termasuk di dalam penghasilan komprehensif lain			***Included in other comprehensive income***
Rugi (laba) aktuarial yang timbul dari:			*Actuarial loss (gain) arising from:*
- asumsi keuangan	219	(32,437)	*financial assumptions -*
- penyesuaian	(37,734)	(25,600)	*experience adjustments -*
Lain-lain			***Others***
Imbalan yang dibayar	(65,265)	(24,098)	*Benefits paid*
Pada akhir tahun	542,829	635,057	*At the end of the year*

Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, dampak pergerakan 1% dalam asumsi tingkat tren biaya kesehatan adalah sebagai berikut:

As at 31 December 2025 and 2024, the effect of a 1% movement in the assumed medical cost trend rate was as follows:

	2025		
	Kenaikan/ *Increase*	**(Penurunan)/ *(Decrease)***	
Dampak terhadap nilai kini kewajiban	95,528	(74,845)	*Effect on the present value of the obligation*

	2024		
	Kenaikan/ *Increase*	**(Penurunan)/ *(Decrease)***	
Dampak terhadap nilai kini kewajiban	117,720	(91,616)	*Effect on the present value of the obligation*

18. Liabilitas imbalan kerja jangka panjang (lanjutan) / ***18. Long-term employee benefits liabilities (continued)***

c. Imbalan pasca kerja lainnya / ***c. Other post-employment benefits***

Perubahan liabilitas adalah sebagai berikut: / *The movement in the liabilities was as follows:*

	2025	2024	
Pada awal tahun	91,832	86,536	*At the beginning of the year*
Termasuk di dalam laba rugi			***Included in profit or loss***
Biaya jasa kini	6,337	13,825	*Current service costs*
Biaya bunga	7,454	6,885	*Interest costs*
Biaya jasa lalu	10,331	2,411	*Past service cost*
Termasuk di dalam penghasilan komprehensif lain			***Included in other comprehensive income***
Laba aktuarial yang timbul dari:			*Actuarial gain arising from:*
- asumsi keuangan	(2,908)	1,501	*financial assumptions -*
- penyesuaian	37	(15,150)	*experience adjustments -*
Lain-lain			***Others***
Imbalan yang dibayar	(15,977)	(4,176)	*Benefits paid*
Pada akhir tahun	97,106	91,832	*At the end of the year*

Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, dampak pergerakan 1% dalam asumsi tingkat diskonto adalah sebagai berikut: / *As at 31 December 2025 and 2024, the effect of a 1% movement in the assumed discount rate was as follows:*

	2025		
	Kenaikan/ *Increase*	**(Penurunan)/ *(Decrease)***	
Dampak terhadap nilai kini kewajiban	(14,617)	19,247	*Effect on the present value of the obligation*

	2024		
	Kenaikan/ *Increase*	**(Penurunan)/ *(Decrease)***	
Dampak terhadap nilai kini kewajiban	(13,398)	18,235	*Effect on the present value of the obligation*

18. Liabilitas imbalan kerja jangka panjang (lanjutan)

d. Imbalan kerja jangka panjang lainnya

Perubahan liabilitas adalah sebagai berikut:

18. Long-term employee benefits liabilities (continued)

d. Other long-term employee benefits

The movement in the liabilities was as follows:

	2025	**2024**	
Pada awal tahun	209,541	195,601	*At the beginning of the year*
Biaya jasa kini	36,873	45,000	*Current service costs*
Biaya bunga	14,258	13,383	*Interest costs*
Imbalan yang dibayar	(92,643)	(42,513)	*Benefits paid*
Keuntungan aktuaria	(17,745)	(1,930)	*Actuarial gain*
Pada akhir tahun	150,284	209,541	*At the end of the year*

19. Modal saham

Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, saham Perseroan memiliki nilai nominal Rp2 (nilai penuh) per saham. Rincian kepemilikan saham Perseroan pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024 adalah sebagai berikut:

19. Share capital

As at 31 December 2025 and 2024, the Company's shares had a par value of Rp2 (full amount) per share, respectively. The share ownership details of the Company as at 31 December 2025 and 2024 were as follows:

2025

Pemegang saham/ *Shareholders*	**Jumlah saham ditempatkan dan disetor penuh/ *Number of shares issued and fully paid***	**Persentase kepemilikan/ *Percentage of ownership***	**Jumlah/ *Total***
Unilever Indonesia Holding B.V. ("UIH")	32,424,387,500	85.0	64,847
Publik/*Public*	5,556,845,800	14.6	11,117
Saham treasuri/*Treasury shares*	168,766,700	0.4	336
Modal saham yang beredar/ *Outstanding share capital*	38,150,000,000	100.0	76,300

2024

Pemegang saham/ *Shareholders*	**Jumlah saham ditempatkan dan disetor penuh/ *Number of shares issued and fully paid***	**Persentase kepemilikan/ *Percentage of ownership***	**Jumlah/ *Total***
Unilever Indonesia Holding B.V. ("UIH")	32,424,387,500	85.0	64,849
Publik/*Public*	5,725,612,500	15.0	11,451
Modal saham yang beredar/ *Outstanding share capital*	38,150,000,000	100.0	76,300

19. Modal saham (lanjutan)

Pada tanggal 31 Juli 2025, Perusahaan telah mengumumkan rencana pembelian kembali saham yang telah dikeluarkan dan tercatat di PT Bursa Efek Indonesia *(Buyback)* sebagai salah satu upaya Perseroan untuk meningkatkan nilai jangka panjang bagi para pemegang saham.

Periode *Buyback* mulai dari 31 Juli 2025 sampai dengan 30 Oktober 2025. Jumlah nilai *Buyback* adalah sebesar-besarnya Rp2.000.000.000.000 (Rupiah penuh). Jumlah saham yang akan dibeli kembali oleh Perseroan dalam pelaksanaan *Buyback* tidak akan melebihi 20% (dua puluh persen) dari modal disetor Perseroan dan jumlah saham *free float* setelah pelaksanaan *Buyback* tidak akan menjadi kurang dari 7,5% (tujuh koma lima persen) dari jumlah saham tercatat. Pelaksanaan *Buyback* ini tidak memiliki dampak material bagi kinerja keuangan dan kegiatan usaha Perseroan. Pada tanggal 31 Desember 2025, jumlah modal saham yang telah diperoleh kembali adalah sebesar Rp285.045.

Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, UIH yang memiliki 32.424.387.500 saham atau 85,00% dari jumlah modal saham dasar, ditempatkan dan disetor penuh Perseroan, merupakan pemegang saham terbesar Perseroan (lihat Catatan 1); dan tidak ada pemegang saham lain yang memiliki saham lebih dari 5,00% dari jumlah modal saham dasar, ditempatkan dan disetor penuh Perseroan.

Pada tanggal 31 Desember 2025, tidak ada anggota Dewan Komisaris dan Direksi lain yang memiliki saham Perseroan. Lihat Catatan 1 pada halaman 5/5 untuk penjelasan lebih lanjut.

Pada tanggal 31 Desember 2024, Direktur-direktur yang memiliki saham publik Perseroan adalah Tn. Ainul Yaqin, Tn. Willy Saelan dan Ibu Hernie Raharja, dengan kepemilikan masing-masing tidak lebih dari 0,001% dari jumlah modal saham dasar, ditempatkan dan disetor penuh Perseroan. Tidak ada anggota Dewan Komisaris dan Direksi lain yang memiliki saham Perseroan.

19. Share capital (continued)

On 31 July 2025, the Company has announced the plan to repurchase its issued shares and the shares that are listed on the PT Bursa Efek Indonesia (Buyback) as one of the Company's efforts to increase long term value for the shareholders.

The Buyback period will be from 31 July 2025 to 30 October 2025. The total value of the Buyback is Rp 2,000,000,000,000 (whole Rupiah) at maximum. The number of shares to be repurchased by the Company in the Buyback implementation will not exceed 20% (twenty percent) of the Company's paid-up capital and the number of free float shares after Buyback implementation will not be less than 7.5% (seven-point five percent) of the total listed shares. The Buyback implementation does not have material impact on the Company's financial performance and business activities. As at 31 December 2025, the total value of treasury shares is amounted to Rp 285,045.

As at 31 December 2025 and 2024, UIH which held 32,424,387,500 shares or 85.00% of the total authorised, issued and fully paid-up shares of the Company, was the majority shareholder of the Company (refer to Note 1); and no other shareholders held more than 5.00% of the total authorised, issued and fully paid-up shares of the Company.

As at 31 December 2025, there were no other members of the Boards of Commissioners and Directors who held the Company's shares.Please refer to Note 1 on page 5/5 for further details.

As at 31 December 2024, the Directors who held the Company's public shares were Mr. Ainul Yaqin, Mr. Willy Saelan and Mrs. Hernie Raharja, with each ownership of not more than 0.001% of the total authorised, issued and fully paid-up shares of the Company. There were no other members of the Boards of Commissioners and Directors who held the Company's shares.

20. Tambahan modal disetor / *20. Additional paid-in capital*

	2025	2024	
Agio saham	15,227	15,227	*Capital paid-in excess of par value*
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali (Catatan 21)	80,773	80,773	*Balance arising from restructuring transactions between entities common control (Note 21)*
Tambahan modal disetor	96,000	96,000	*Additional paid-in capital*

Agio saham merupakan selisih antara harga jual (Rp3.175 (nilai penuh) per saham) dengan nilai nominal sebelum pemecahan saham (Rp1.000 (nilai penuh) per saham) untuk 9.200.000 saham yang dijual melalui Bursa Efek di Indonesia pada Desember 1981, setelah dikurangi kapitalisasi ke modal saham melalui pembagian 4.783.333 saham bonus senilai Rp4.783.333.000 (nilai penuh) pada tahun 1993.

Capital paid-in excess of par value represents the difference between the selling price (Rp3,175 (full amount) per share) and the par value prior to the stock splits (Rp1,000 (full amount) per share) of 9,200,000 shares issued on the Stock Exchange in Indonesia in December 1981, net of the capitalisation to the share capital through the distribution of 4,783,333 bonus shares amounting to Rp4,783,333,000 (full amount) in 1993.

21. Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali / *21. Balance arising from restructuring transactions between entities under common control*

Saldo akun ini merupakan selisih antara nilai buku ekuitas PT Knorr Indonesia ("PT KI") dan harga pembelian saham PT KI pada saat Perseroan mengakuisisi saham PT KI yang dimiliki Unilever Overseas Holdings Ltd. (pihak berelasi) pada tanggal 21 Januari 2004. Selanjutnya, pada tanggal 30 Juli 2004, Perseroan melakukan penggabungan usaha dengan PT KI dimana Perseroan adalah pihak yang menerima penggabungan.

The balance of this account represents the difference between the book value of the equity of PT Knorr Indonesia ("PT KI") and the purchase price of PT KI's shares when the Company acquired PT KI's shares held by Unilever Overseas Holdings Ltd. (a related party) on 21 January 2004. Subsequently, on 30 July 2004, the Company merged with PT KI where the Company was the surviving company.

22. Dividen / *Dividends*

Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan, pembayaran dividen dapat disetujui dalam rapat Direksi dan Dewan Komisaris untuk kemudian bersama-sama dengan pembayaran dividen final disahkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan.

Based on the Company's Articles of Association, dividend payments may be approved by meetings of the Directors and Board of Commisioners which together with the final dividend payments are authorised by the Annual General Meeting of the Shareholders.

	Tanggal deklarasi/ *Declaration date*	**Tanggal pembayaran/ *Payment date***	**Dividen per saham/ *Dividend per share* (Rupiah penuh/ *full amount of Rupiah*)**	**2025**	**2024**	
Dividen interim 2025	4 Desember/ *December* 2025	30 Desember/ *December* 2025	87	3,304,367	-	*Interim dividend 2025*
Dividen final 2024	17 Juni/ *June* 2025	2 Juli/ *July* 2025	47	1,793,050	-	*Final dividend 2024*
Dividen interim 2024	26 November/ *November* 2024	19 Desember/ *December* 2024	41	-	1,564,150	*Interim dividend 2024*
Dividen final 2023	20 Juni/ *June* 2024	18 Juli/ *July* 2024	77	-	2,937,550	*Final dividend 2023*
				5,097,417	4,501,700	

Pada tanggal 31 Desember 2025, jumlah dividen yang belum dibayarkan kepada pemegang saham adalah Rp180.472 (2024: Rp175.704) telah dicatat sebagai utang lain-lain (Catatan 17).

As at 31 December 2025, dividends which had not been paid to the shareholders amounting to Rp180,472 (2024: Rp175,704), were recorded as other payables (Note 17).

Perseroan telah melakukan penghapusan utang dividen hingga tanggal 31 Desember 2025 sebesar Rp4.308 (2024: Rp4.635). Penghapusan ini didasarkan pada Anggaran Dasar Perseroan yang menyatakan bahwa laba yang dibagikan, sebagai dividen, yang tidak diambil setelah lewat waktu 15 (lima belas) tahun sejak Perseroan menyediakan dana tersebut untuk dibayarkan, akan menjadi milik Perseroan.

The Company has written-off dividend payables until 31 December 2025 of Rp4,308 (2024: Rp4,635). This write-off was based on the Company's Articles of Association that stated distributed earnings to shareholders, as dividends, that are not requested back after a period of 15 (fifteen) years since the Company appropriated those earnings to be paid, will be returned back to Company.

23. Saldo laba yang dicadangkan / *Appropriated retained earnings*

Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 22 Mei 2008 menyetujui penyisihan saldo laba sebesar 20,00% dari jumlah modal yang ditempatkan atau sebesar Rp15.260 sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas ("UU Perseroan Terbatas").

At the Company's Extraordinary General Meeting of the Shareholders on 22 May 2008, the Company established a statutory reserve of 20.00% of the issued share capital or amounting to Rp15,260 in accordance with Indonesian Limited Liability Company Law No. 40 of the year 2007 (the "Company Law").

24. Penjualan bersih / *Net sales*

Pendapatan dari kontrak dengan pelanggan terdiri dari: / *Revenue from contracts with customers are comprised of:*

	2025	2024*	
Dalam negeri	31,001,328	29,813,800	*Domestic*
Ekspor	942,133	808,814	*Export*
Jumlah	31,943,461	30,622,614	*Total*

Tidak ada pelanggan yang secara individu memiliki jumlah transaksi melebihi 10,00% dari penjualan bersih. / *No individual customer had total transactions of more than 10.00% of net sales.*

Penjualan kepada pihak berelasi sejumlah Rp955.893 (2024: Rp829.304) terdiri atas penjualan ekspor sejumlah Rp940.627 (2024: Rp805.029) dan penjualan dalam negeri sejumlah Rp15.266 (2024: Rp24.275). Penjualan kepada pihak berelasi tersebut setara dengan masing-masing 2,99% dan 2,71% dari jumlah penjualan bersih untuk periode-periode yang berakhir pada 31 Desember 2025 dan 2024. / *Sales to related parties amounting Rp955,893 (2024: Rp829,304) consist of export sales amounting to Rp940,627 (2024: Rp805,029) and domestic sales amounting Rp15,266 (2024: Rp24,275). The sales to related parties represent 2.99% and 2.71% of total net sales, for the periods ended 31 December 2025 and 2024, respectively.*

Rincian penjualan bersih kepada pihak berelasi adalah sebagai berikut: / *The details of net sales to related parties were as follows:*

	2025	2024*	
Dalam negeri			*Domestic:*
PT. Unilever Enterprise Indonesia	15,266	24,275	*PT. Unilever Enterprise Indonesia*
Ekspor:			*Export:*
Unilever Asia Private Limited	463,940	381,858	*Unilever Asia Private Limited*
Unilever Philippines, Inc.	116,038	103,859	*Unilever Philippines, Inc.*
Unilever (Malaysia) Holdings Sdn Bhd	93,649	89,035	*Unilever (Malaysia) Holdings Sdn Bhd*
Unilever Singapore Pte. Limited	46,938	38,898	*Unilever Singapore Pte. Limited*
Unilever (Cambodia) Limited	43,699	9,405	*Unilever (Cambodia) Limited*
Unilever Japan K.K.	34,056	41,548	*Unilever Japan K.K.*
Unilever Taiwan Ltd.	31,094	15,902	*Unilever Taiwan Ltd.*
Unilever Vietnam International Company Limited	22,491	42,642	*Unilever Vietnam International Company Limited*
Unilever Thai Trading II Limited	22,237	16,198	*Unilever Thai Trading II Limited*
Unilever Hong Kong limited	17,003	9,951	*Unilever Hong Kong limited*
Unilever Gulf FZE	10,671	11,528	*Unilever Gulf FZE*
Unilever Manufacturera S. DE R.L. DE C.V	7,828	-	*Unilever Manufacturera S. DE R.L. DE C.V*
Unilever New Zealand Ltd	5,268	4,015	*Unilever New Zealand Ltd*
Unilever Ghana Ltd.	4,774	12,494	*Unilever Ghana Ltd.*
Unilever Colombia SCC S.A.S	4,476	-	*Unilever Colombia SCC S.A.S*
Unilever South Africa (Pty) Ltd.	4,228	7,520	*Unilever South Africa (Pty) Ltd.*
Unilever Australia Ltd	3,949	1,457	*Unilever Australia Ltd*
Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S	3,268	2,328	*Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S*
Dipindahkan	935,607	788,638	*Carry Forward*

*) Disajikan kembali (Lihat Catatan 39) / *) As restated and represented (See Note 39)*

24. Penjualan bersih (lanjutan) / ***24. Net sales (continued)***

	2025	2024*	
Dipindahkan	935,607	788,638	*Carry Forward*
Ekspor:			*Export:*
Unilever Caribbean Ltd.	2,704	2,068	*Unilever Caribbean Ltd.*
Unilever Korea	1,690	6,662	*Unilever Korea*
Unilever Pakistan Limited	626	-	*Unilever Pakistan Limited*
Unilever Europe B.V.	-	6,523	*Unilever Europe B.V.*
Unilever EAC Myanmar Company Limited	-	639	*Unilever EAC Myanmar Company Limited*
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp 382)	-	499	*Others (individual amounts less than Rp 382 each)*
	940,627	805,029	
	955,893	829,304	

Pendapatan dari kontrak dipisahkan berdasarkan pasar geografis utama sebagai berikut:

Revenue from contracts with customers is disaggregated by primary geographical market as follows:

	2025			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ *Home and Personal Care*	**Makanan dan Minuman/ *Foods and Refreshment***	**Jumlah/ *Total***	
Dalam negeri	22,420,890	8,580,438	31,001,328	*Domestic*
Ekspor	938,259	3,874	942,133	*Export*
Jumlah	23,359,149	8,584,312	31,943,461	*Total*

	2024*			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ *Home and Personal Care*	**Makanan dan Minuman/ *Foods and Refreshment***	**Jumlah/ *Total***	
Dalam negeri	21,627,150	8,186,650	29,813,800	*Domestic*
Ekspor	799,265	9,549	808,814	*Export*
Jumlah	22,426,415	8,196,199	30,622,614	*Total*

*) Disajikan kembali (Lihat Catatan 39)

**) As restated and represented (See Note 39)*

25. Harga pokok penjualan / *Cost of goods sold*

Komponen harga pokok penjualan adalah sebagai berikut: / *The components of the cost of goods sold were as follows:*

	2025	2024*	
Bahan baku			*Raw materials*
- Awal tahun	829,640	752,285	*At the beginning of the year -*
- Pembelian	12,163,601	11,359,426	*Purchases -*
- Akhir tahun	(838,380)	(829,640)	*At the end of the year -*
Bahan baku yang digunakan	12,154,861	11,282,071	*Raw materials used*
Biaya tenaga kerja langsung (Catatan 27)	521,799	548,516	*Direct labour costs (Note 27)*
Imbalan kerja jangka panjang (Catatan 27)	92,403	59,153	*Long-term employee benefits (Note 27)*
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	398,861	394,934	*Depreciation of fixed assets (Note 9f)*
Penyusutan aset hak-guna	19,676	22,095	*Depreciaton of right-of-use assets*
Beban pabrikasi lainnya	1,642,655	1,638,194	*Other manufacturing overheads*
Jumlah biaya produksi	14,830,255	13,944,963	*Total production costs*
Barang dalam proses			*Work in process*
- Awal tahun	115,491	82,372	*At the beginning of the year -*
- Akhir tahun	(119,268)	(115,491)	*At the end of the year -*
Harga pokok produksi	14,826,478	13,911,844	*Cost of goods manufactured*
Barang jadi			*Finished goods*
- Awal tahun	1,483,268	1,575,410	*At the beginning of the year -*
- Pembelian	2,140,893	2,058,956	*Purchases -*
- Akhir tahun	(1,504,272)	(1,483,268)	*At the end of the year -*
Jumlah	16,946,367	16,062,942	*Total*

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10,00% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Perseroan.

No purchase from an individual supplier was made in excess 10.00% of the Company's total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Perseroan dari pihak berelasi untuk periode yang berakhir pada 31 Desember 2025 berjumlah Rp1.336.349 (2024: Rp872.395) setara dengan 9,34% (2024: 6,50%) dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

The Company's purchases of raw materials and finished goods from related parties for the period ended 31 December 2025 was Rp1,336,349 (2024: Rp872,395) which represented 9.34% (2024: 6.50%) of the total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	2025	2024*	
PT Unilever Oleochemical Indonesia	982,991	455,337	*PT Unilever Oleochemical Indonesia*
PT Unilever Enterprises Indonesia	319,474	343,961	*PT Unilever Enterprises Indonesia*
Unilever (Myanmar) Limited	28,136	53,794	*Unilever (Myanmar) Limited*
Unilever EAC Myanmar Company Limited	5,281	-	*Unilever EAC Myanmar Company Limited*
Unilever Asia Private Limited	467	19,303	*Unilever Asia Private Limited*
Jumlah	1,336,349	872,395	*Total*

*) Disajikan kembali (Lihat Catatan 39)

*) *As restated and represented (See Note 39)*

26. Beban pemasaran dan umum / *Marketing and general expenses*

a. Beban pemasaran dan penjualan / *a. Marketing and selling expenses*

	2025	2024*	
Iklan dan riset pasar	2,705,545	2,683,524	*Advertising and market research*
Promosi	1,451,923	1,402,404	*Promotion*
Distribusi	1,208,804	1,247,201	*Distribution*
Remunerasi dan imbalan kerja (Catatan 27)	698,329	1,105,684	*Remuneration and employee benefits (Note 27)*
Beban penjualan	450,934	420,344	*Selling expenses*
Penyusutan aset hak-guna	173,073	127,047	*Depreciation of right-of-use assets*
Informasi dan telekomunikasi	154,151	91,231	*Information and telecommunications*
Imbalan kerja Jangka Panjang (Catatan 27)	107,751	70,448	*Long-term employee benefits (Note 27)*
Jasa konsultan dan jasa lainnya	73,645	157,373	*Consultant fees and other services*
Perjalanan dinas dan jamuan	51,628	29,217	*Travelling and representation*
Sewa	23,568	55,922	*Rent*
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	17,738	18,082	*Depreciation of fixed assets (Note 9f)*
Lain-lain	279,856	262,319	*Others*
Jumlah	7,396,945	7,670,796	*Total*

b. Beban umum dan administrasi / *b. General and administration expenses*

	2025	2024*	
Merek, teknologi dan biaya jasa dan biaya *enterprise technology solutions* (Catatan 7b)	2,171,130	2,119,402	*Trademark, technology and service fees and enterprise technology solutions fees (Note 7b)*
Remunerasi dan imbalan kerja (Catatan 27)	320,715	362,097	*Remuneration and employee benefits (Note 27)*
Jasa konsultan dan jasa lainnya	173,567	137,377	*Consultant fees and other services*
Informasi dan telekomunikasi	110,725	135,311	*Information and telecommunications*
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	47,036	49,617	*Depreciation of fixed assets (Note 9f)*
Imbalan kerja jangka Panjang (Catatan 27)	43,132	24,767	*Long-term employee benefits (Note 27)*
Pendidikan dan pelatihan	20,214	17,723	*Education and training*
Perjalanan dinas dan jamuan	12,321	45,200	*Travelling and representation*
Sewa	10,784	10,748	*Rent*
Penyusutan aset hak-guna	9,381	7,105	*Depreciation of right-of-used asset*
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 12)	2,929	12,843	*Amortisation of intangible assets (Note 12)*
Lain-lain	41,511	141,865	*Others*
Jumlah	2,963,445	3,064,055	*Total*

*) Disajikan kembali (Lihat Catatan 39)

**) As restated and represented (See Note 39)*

27. Beban karyawan / *Employee costs*

Jumlah beban karyawan yang terjadi selama periode berjalan adalah Rp1.784.129 (2024: Rp2.170.665) dan dicatat masing-masing Rp614.202 (2024: Rp607.669), Rp806.080 (2024: Rp1.176.132), dan Rp363.847 (2024: Rp386.864) sebagai bagian dari biaya produksi, beban pemasaran dan penjualan, dan beban umum dan administrasi.

Total employee costs for the current period were Rp1,784,129 (2024: Rp2,170,665) and were recorded as part of the production costs, marketing and selling expenses, and general and administration expenses amounting to Rp614,202 (2024: Rp607,669), Rp806,080 (2024: Rp1,176,132), and Rp363,847 (2024: Rp386,864), respectively.

Jumlah karyawan Perseroan pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024 masing-masing 3.299 dan 4.266.

The number of employees of the Company as at 31 December 2025 and 2024 was 3,299 and 4,266, respectively.

28. Laba per saham dasar / *Basic earnings per share*

	2025	2024	
Laba dari operasi yang dilanjutkan	3,537,297	2,904,648	*Profit from continuing operation*
Laba dari operasi yang dihentikan	4,103,864	464,045	*Profit from discontinued operation*
	7,641,161	3,368,693	
Rata-rata tertimbang jumlah saham biasa yang beredar (dalam jutaan)	38,087	38,150	*Weighted average number of outstanding ordinary shares (in millions)*
Laba bersih per saham dasar (nilai penuh) operasi yang dilanjutkan	93	76	*Basic earnings per share (full amount) continuing operations*

Tidak ada efek yang dapat menimbulkan dilusi. Sehingga, laba per saham dasar sama dengan laba per saham dilusian.

There is no security which has a potential dilution feature. Accordingly, the basic earnings per share is the same as the diluted earnings per share.

29. Aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing / *Monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies*

Aset dan liabilitas moneter dalam berbagai mata uang asing adalah sebagai berikut:

Monetary assets and liabilities denominated in various foreign currencies were as follows:

	2025			
	Mata uang asing (nilai penuh)/ *Foreign currencies (full amount)*		Jumlah/ *Total*	
Aset				***Assets***
Kas dan setara kas	USD	11,374,449	190,886	*Cash and cash equivalents*
	EUR	1,198,537	23,675	
Piutang usaha				*Trade debtors*
- Pihak ketiga	USD	459,719	7,715	*Third parties -*
- Pihak berelasi	USD	13,557,323	227,519	*Related parties -*
	EUR	88,441	1,747	
Piutang lain-lain dari pihak berelasi	USD	255,631	4,290	*Amounts due from related parties*
	EUR	44,701	883	
			456,715	

29. Aset dan liabilitas dalam mata uang asing (lanjutan)

29. Assets and liabilities denominated in foreign currencies (continued)

	2025			
	Mata uang asing (nilai penuh)/ *Foreign currencies (full amount)*		**Jumlah/ *Total***	
Liabilitas				***Liabilities***
Utang usaha				*Trade creditors*
- Pihak ketiga	USD	20,580,920	345,389	*Third parties -*
	EUR	7,153,859	141,312	
	SGD	904,307	11,818	
	GBP	276,408	6,265	
	SEK	2,968,340	5,430	
	PHP	8,598,229	2,452	
	THB	2,147,974	1,144	
	HKD	216,495	467	
	INR	1,177,026	162	
- Pihak berelasi	THB	8,424,788	4,487	*Related parties -*
	EUR	2,987	59	
	USD	1,013	17	
Utang lain-lain				*Other payables*
- Pihak ketiga	EUR	2,250,616	44,457	*Third parties -*
	USD	566,440	9,506	
	SEK	2,671,506	4,887	
	THB	1,284,278	684	
	SGD	35,505	464	
	HKD	1,854	4	
- Pihak berelasi	EUR	3,304,417	65,273	*Related parties -*
	USD	413,002	6,931	
	GBP	176,478	4,000	
			655,208	
Selisih lebih liabilitas atas aset moneter dalam mata uang asing			198,493	*Excess of monetary liabilities over asset denominated in foreign currencies*

29. Aset dan liabilitas dalam mata uang asing (lanjutan)

29. Assets and liabilities denominated in foreign currencies (continued)

	2024			
	Mata uang asing (nilai penuh)/ *Foreign currencies (full amount)*		**Jumlah/ *Total***	
Aset				***Assets***
Kas dan setara kas	USD	12,861,094	207,861	*Cash and cash equivalents*
	EUR	1,729,776	29,149	
Piutang usaha				*Trade debtors*
- Pihak ketiga	USD	7,897,599	127,641	*Third parties -*
- Pihak berelasi	USD	11,719,651	189,413	*Related parties -*
	EUR	534	9	
Piutang lain-lain dari pihak berelasi	USD	61,935	1,001	*Amounts due from related parties*
	EUR	232,148	3,912	
			558,986	
Liabilitas				***Liabilities***
Utang usaha				*Trade creditors*
- Pihak ketiga	USD	16,168,110	261,309	*Third parties -*
	EUR	3,035,727	51,156	
	GBP	274,092	5,573	
	SGD	348,929	4,159	
	THB	5,859,490	2,789	
	AUD	46,222	466	
	HKD	143,611	299	
	SEK	62,589	92	
	INR	297,095	59	
- Pihak berelasi	USD	1,205,482	19,483	*Related parties -*
	THB	10,628,598	5,059	
	SGD	2,517	30	
Utang lain-lain				*Other payables*
- Pihak ketiga	EUR	1,361,615	22,945	*Third parties -*
	USD	361,403	5,841	
	THB	1,483,256	706	
	SEK	231,986	341	
	CHF	18,303	328	
	SGD	23,743	283	
	HKD	2,402	5	
- Pihak berelasi	EUR	3,536,104	59,588	*Related parties -*
	USD	1,567,752	25,338	
	PHP	58,624,711	16,339	
	GBP	274,928	5,590	
			487,778	
Selisih lebih aset atas liabilitas moneter dalam mata uang asing			71,208	*Excess of monetary assets over liabilities denominated in foreign currencies*

29. Aset dan liabilitas dalam mata uang asing (lanjutan)

Nilai tukar Rupiah terhadap Dolar Amerika Serikat dan Euro telah bergerak dari masing-masing Rp16.782 dan Rp19.753 (nilai penuh) pada 31 Desember 2025 menjadi Rp16.781 dan Rp20.000 (nilai penuh) pada tanggal 12 Februari 2026.

29. Assets and liabilities denominated in foreign currencies (continued)

The exchange rate for the US Dollar and Euro against the Rupiah has moved from Rp16,782 and Rp19,753 (full amount) on 31 December 2025 to Rp16,781 and Rp20,000 (full amount), respectively on 12 February 2026.

30. Informasi segmen

Manajemen telah menentukan segmen operasi berdasarkan laporan yang ditelaah oleh Direksi yang digunakan untuk mengambil keputusan strategis.

Maksud dan tujuan Perseroan antara lain berusaha dalam bidang produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut, Perseroan menjalankan usahanya secara terintegrasi.

Bisnis Perseroan dikelompokkan menjadi dua bidang produk utama sebagai berikut:

- Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh, yang berkaitan dengan produk-produk pembersih yang digunakan dalam rumah tangga dan produk-produk kosmetik.
- Makanan dan Minuman, yang berkaitan dengan produk-produk makanan dan minuman.

Informasi segmen yang diberikan kepada Direksi untuk setiap segmen adalah sebagai berikut:

30. Segment information

Management has determined the operating segments based on the reports reviewed by Directors that are used to make strategic decisions.

The objectives and purposes of the Company among others are to engage in the manufacturing, marketing and distribution of consumer goods. To achieve these objectives and purposes, the Company manages its business as an integrated business field.

The Company's business is grouped into two principal product areas as follows:

- *Home and Personal Care, which relates to the cleaning products which are used in the household and cosmetic products.*
- *Foods and Refreshment, which relates to the food and beverage products.*

The segment information provided to the Directors for the reportable segments was as follows:

30. Informasi segmen (lanjutan) / ***30. Segment information (continued)***

a. Laba segmen / ***a. Segment income***

	2025			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ *Home and Personal Care*	**Makanan dan Minuman/ *Foods and Refreshment***	**Jumlah/ *Total***	
Penjualan bersih	23,359,149	8,584,312	31,943,461	*Net Sales*
Laba bruto	11,153,115	3,843,979	14,997,094	*Gross Profit*
Hasil segmen	5,008,078	2,025,361	7,033,439	*Segment result*
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				*Unallocated Expenses:*
Beban pemasaran dan penjualan			(1,771,968)	*Marketing and selling expenses*
Beban umum dan administrasi			(624,767)	*General and administration expenses*
Beban lain-lain, neto			(138,424)	*Other expenses, net*
Laba sebelum pajak penghasilan			4,498,280	*Profit before income tax*
Beban pajak penghasilan			(960,983)	*Income tax expense*
Laba			3,537,297	*Profit*
Penghasilan komprehensif lain			67,152	*Other comprehensive income*
Jumlah penghasilan komprehensif			3,604,449	*Total comprehensive income*
Informasi lainnya				***Other Information***
Pengeluaran modal	716,320	237,020	953,340	*Capital expenditures*
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			367,346	*Unallocated capital expenditures*
			1,320,686	
Penyusutan dan amortisasi	(347,429)	(95,682)	(443,111)	*Depreciation and amortisation*
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(225,583)	*Unallocated depreciation and amortisation expenses*
			(668,694)	

30. Informasi segmen (lanjutan) / ***30. Segment information (continued)***

a. Laba segmen (lanjutan) / ***a. Segment income (continued)***

	2024*			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ *Home and Personal Care*	**Makanan dan Minuman/ *Foods and Refreshment***	**Jumlah/ *Total***	
Penjualan bersih	22,426,415	8,196,199	30,622,614	*Net Sales*
Laba bruto	11,138,916	3,420,756	14,559,672	*Gross Profit*
Hasil segmen	4,645,220	1,690,870	6,336,090	*Segment result*
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				*Unallocated Expenses:*
Beban pemasaran dan penjualan			(1,464,042)	*Marketing and selling expenses*
Beban umum dan administrasi			(1,047,227)	*General and administration expenses*
Beban lain-lain, neto			(73,677)	*Other expenses, net*
Laba sebelum pajak penghasilan			3,751,144	*Profit before income tax*
Beban pajak penghasilan			(846,496)	*Income tax expense*
Laba			2,904,648	*Profit*
Penghasilan komprehensif lain			(98,964)	*Other comprehensive income*
Jumlah penghasilan komprehensif			2,805,684	*Total comprehensive income*
Informasi lainnya				***Other Information***
Pengeluaran modal	586,358	232,973	819,331	*Capital expenditures*
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			176,699	*Unallocated capital expenditures*
			996,030	
Penyusutan dan amortisasi	(346,764)	(92,727)	(439,491)	*Depreciation and amortisation*
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(192,232)	*Unallocated depreciation and amortisation expenses*
			(631,723)	

*) Disajikan kembali (Lihat Catatan 39)

*) *As restated and represented (See Note 39)*

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment information (continued)

b. Aset dan liabilitas segmen

b. Segment assets and liabilities

	2025			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ *Home and Personal Care*	**Makanan dan Minuman/ *Foods and Refreshment***	**Jumlah/ *Total***	
Aset segmen	7,840,408	3,382,185	11,222,593	*Segment assets*
Aset takberwujud	1,835	270,936	272,771	*Intangible assets*
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			8,521,975	*Unallocated segment assets*
			20,017,339	
Liabilitas segmen	(6,051,941)	(2,664,991)	(8,716,932)	*Segment liabilities*
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(6,825,289)	*Unallocated segment liabilities*
			(15,542,221)	

	2024			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ *Home and Personal Care*	**Makanan dan Minuman/ *Foods and Refreshment***	**Jumlah/ *Total***	
Aset segmen	7,800,889	4,986,996	12,787,885	*Segment assets*
Aset takberwujud	1,864	275,119	276,983	*Intangible assets*
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			2,981,327	*Unallocated segment assets*
			16,046,195	
Liabilitas segmen	(5,136,982)	(2,241,784)	(7,378,766)	*Segment liabilities*
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(6,518,162)	*Unallocated segment liabilities*
			(13,896,928)	

Jumlah yang dilaporkan kepada Direksi sehubungan dengan jumlah aset dan liabilitas diukur dengan cara yang konsisten dengan yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Aset dan liabilitas ini dialokasikan berdasarkan segmen operasi.

The amounts provided to the Directors with respect to total assets and liabilities are measured in a manner consistent with that of the financial statements. These assets and liabilities are allocated based on the operating segment.

30. Informasi segmen (lanjutan) / ***30. Segment information (continued)***

b. Aset dan liabilitas segmen (lanjutan) / ***b. Segment assets and liabilities (continued)***

Rekonsiliasi aset dan liabilitas segmen terhadap jumlah aset dan liabilitas adalah sebagai berikut:

Reportable segments' assets and liabilities are reconciled to total assets and liabilities as follows:

	2025	2024	
Aset segmen untuk segmen yang dilaporkan	11,495,364	13,064,868	*Segment assets for reportable segments*
Yang tidak dapat dialokasikan:			*Unallocated:*
- Kas dan setara kas	5,705,674	671,180	*Cash and cash equivalents* -
- Pajak yang dapat dikembalikan	1,379,862	509,671	*Refundable taxes* -
- Aset tetap	840,519	1,251,324	*Fixed assets* -
- Aset hak-guna	413,029	331,811	*Right-of-use assets* -
- *Goodwill* dan aset takberwujud	59,448	60,365	*Goodwill and intangible assets* -
- Pajak dibayar di muka	7,500	12,758	*Prepaid taxes* -
- Aset lain-lain	115,943	144,218	*Other assets* -
Jumlah aset menurut laporan posisi keuangan	20,017,339	16,046,195	*Total assets per statement of financial position*

	2025	2024	
Liabilitas segmen untuk segmen yang dilaporkan	8,716,932	7,378,766	*Segment liabilities for reportable segments*
Yang tidak dapat dialokasikan:			*Unallocated:*
- Utang pajak	2,311,738	227,440	*Taxes payable* -
- Kewajiban imbalan kerja jangka panjang	1,100,106	1,636,275	*Long-term employee benefits obligations* -
- Liabilitas sewa	644,841	530,632	*Lease liabilities* -
- Utang usaha	347,695	380,156	*Trade creditors* -
- Pinjaman bank	-	1,450,000	*Bank borrowings* -
- Liabilitas lain-lain	2,420,909	2,293,659	*Other liabilities* -
Jumlah liabilitas menurut posisi keuangan	15,542,221	13,896,928	*Total liabilities per statement of financial position*

31. Komitmen, liabilitas kontinjensi, dan perjanjian yang signifikan

a. Perseroan mempunyai komitmen kepada pemasok untuk pembelian aset tetap dan persediaan masing-masing sebesar Rp887.456 dan Rp4.691.137 pada tanggal 31 Desember 2025 (2024: Rp331.344 dan Rp2.763.651).

b. Perseroan memiliki fasilitas kredit untuk modal kerja yang belum terpakai dari beberapa bank. Fasilitas kredit yang tidak mengikat yang belum digunakan oleh Perseroan pada tanggal 31 Desember 2025 sejumlah Rp8.452.651 dan USD 30 juta.

c. Perseroan tidak mempunyai liabilitas kontinjensi yang signifikan pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024.

d. Perseroan mengadakan perjanjian dengan PT Bank BNP Paribas Indonesia ("BNP"), di mana Perseroan dapat menjual ke BNP beberapa piutang usaha yang memenuhi kriteria dalam perjanjian.

Perseroan telah mengevaluasi syarat dan kondisi dalam perjanjian ini dan menyimpulkan bahwa piutang usaha tersebut adalah aset keuangan yang memenuhi kriteria penghentian pengakuan, hak kontraktual atas arus kas telah kedaluwarsa, telah ada transfer hak kontraktual, dan seluruh risiko dan manfaat yang berkaitan dengan piutang usaha tersebut telah dialihkan ke BNP. Dengan demikian, Perseroan telah menghentikan pengakuan piutang usaha tersebut. Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, tidak ada transaksi terkait fasilitas ini.

e. Sehubungan dengan pelepasan segmen bisnis Es Krim pada tanggal 8 Desember 2025, Perseroan menyediakan dukungan operasional selama masa transisi PT The Magnum Ice Cream Indonesia di Indonesia. Berdasarkan perjanjian ini, Perseroan berkewajiban untuk menyediakan, atau mengusahakan penyediaan, setiap Layanan kepada PT The Magnum Ice Cream Indonesia selama Jangka Waktu Layanan yang relevan. Layanan ini mencakup pemasaran dan distribusi produk PT The Magnum Ice Cream Indonesia di wilayah Indonesia, di mana Perusahaan bertindak sebagai agen dan menerima imbalan berupa komisi. Perjanjian ini berlaku sampai dengan 31 Oktober 2027, kecuali disetujui untuk berakhir lebih cepat sesuai dengan ketentuan dalam Perjanjian tersebut.

31. Significant commitments, contingent liabilities, and agreements

a. The Company had commitments with suppliers to purchase fixed assets and inventories amounting to Rp887,456 and Rp4,691,137 respectively, as at 31 December 2025 (2024: Rp331,344 and Rp2,763,651).

b. The Company has unused credit facilities for working capital from several banks. The total uncommitted credit facility remains unused as at 31 December 2025 were Rp8,452,651 and USD 30 million.

c. The Company did not have any significant contingent liabilities as at 31 December 2025 and 2024.

d. The Company entered into an agreement with PT Bank BNP Paribas Indonesia ("BNP"), whereby the Company can sell to BNP certain of the Company's trade debtors that meet the criteria in the agreement.

The Company evaluated the terms and conditions of this agreement and concluded that those trade debtors balances are financial assets subject to de-recognition, contractual rights to cash flows have expired, there has been a transfer of contractual rights, and substantially all of the risks and rewards related to these trade debtors have been transferred to BNP. Accordingly, the Company has de-recognised these trade debtors. As at 31 December 2025 and 2024, there is no transaction related to this facility.

e. In connection with the divestment of the Ice Cream business segment on 8 December 2025, the Company provides operational support during the PT The Magnum Ice Cream Indonesia transition period. Under this agreement, the Company is obliged to provide, or procure the provision of, each Service to PT The Magnum Ice Cream Indonesia for the relevant Service Term. These Services include the marketing and distribution of PT The Magnum Ice Cream Indonesia products within the Indonesian territory, where the Company acts as an agent and receives remuneration in the form of commissions. This Agreement shall remain in effect until 31 October 2027, unless agreed to be terminated earlier in accordance with the provisions of the said Agreement.

32. Estimasi dan pertimbangan akuntansi yang penting

Estimasi dan pertimbangan dibuat dan dievaluasi berdasarkan data historis dan ekspektasi kondisi masa mendatang. Hasil aktual dapat berbeda dengan jumlah yang diestimasi. Estimasi dan asumsi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah tercatat aset dan liabilitas diungkapkan di bawah ini.

Imbalan pensiun

Nilai kini kewajiban pensiun tergantung pada beberapa faktor yang ditentukan dengan dasar aktuarial berdasarkan beberapa asumsi. Asumsi yang digunakan untuk menentukan biaya pensiun neto termasuk tingkat diskonto. Perubahan asumsi ini akan mempengaruhi jumlah tercatat kewajiban pensiun.

Perseroan menentukan tingkat diskonto yang sesuai pada akhir periode pelaporan, yakni tingkat suku bunga yang harus digunakan untuk menentukan nilai kini arus kas keluar masa depan estimasian yang diharapkan untuk menyelesaikan kewajiban pensiun. Dalam menentukan tingkat suku bunga yang sesuai, Perseroan mempertimbangkan hasil pengembalian dari obligasi pemerintah tanpa kupon pada tanggal pelaporan dan jangka waktu kewajiban imbalan.

Asumsi-asumsi penting lainnya sebagian ditentukan berdasarkan kondisi pasar saat ini. Informasi tambahan diungkapkan di Catatan 18.

Rabat dan promosi

Lihat Catatan 2o mengenai estimasi atas rabat.

Akrual atas beban penjualan dan promosi dicatat berdasarkan estimasi beban aktivitas promosi dan pemasaran pada periode berjalan yang belum ditagihkan pada tanggal pelaporan. Proses penentuan jumlah akrual mengharuskan manajemen melakukan estimasi dengan mengacu kepada sisa nilai anggaran yang telah disetujui dan disesuaikan dengan status terakhir atas pelaksanaan rencana aktivitas terkait.

Penurunan nilai *goodwill* dan aset takberwujud dengan umur manfaat tidak terbatas

Perseroan secara berkala melakukan pengujian atas *goodwill* dan aset takberwujud dengan umur manfaat tidak terbatas sesuai dengan kebijakan akuntansi yang dinyatakan dalam Catatan 2l dan 2m. Jumlah terpulihkan unit penghasil kas telah ditentukan berdasarkan perhitungan nilai pakai. Asumsi penting dalam penentuan nilai pakai adalah estimasi proyeksi arus kas dan tingkat diskonto.

32. Critical accounting estimates and judgment

Estimates and judgments are made and evaluated based on historical data and expectations of future conditions. Actual results may differ from these estimates. The estimates and assumptions that have a significant impact on the carrying amount of assets and liabilities are disclosed below.

Pension benefits

The present value of the pension obligations depends on a number of factors that are determined on an actuarial basis using a number of assumptions. The assumptions used in determining the net cost for pensions includes the discount rate. Any changes in these assumptions will impact the carrying amount of pension obligations.

The Company determines the appropriate discount rate at the end of each reporting period. This is the interest rate that should be used to determine the present value of estimated future cash outflow expected to be required to settle the pension obligations. In determining the appropriate discount rate, the Company considers the yield of zero coupon government bonds at the reporting date and the term of the benefits obligation.

Other key assumptions are in part based on the current market conditions. Additional information is disclosed in Note 18.

Rebates and promotion expenses

Refer to Note 2o for estimation of rebates.

Accrued sales and promotion expenses are recorded based on an estimate of promotion and marketing expenses for the current period that has not been billed as at the reporting date. The process of determining the accrual balance requires management to make an estimate by referring to the value of remaining approved budget and adjusted with the most up to date status of the execution of the respective planned activities.

Impairment of goodwill and intangible assets with indefinite useful lives

The Company periodically tests whether goodwill and intangible assets with indefinite useful lives have suffered any impairment in accordance with the accounting policy stated in Notes 2l and 2m. The recoverable amounts of cash-generating units have been determined based on value in use calculations. Critical assumptions in the determination of value in use are the estimated cash flow projections and discount rates.

32. Estimasi dan pertimbangan akuntansi yang penting (lanjutan)

Penentuan umur manfaat aset takberwujud

Perseroan menentukan bahwa suatu aset takberwujud dianggap memiliki umur manfaat tidak terbatas jika berdasarkan analisis dari seluruh faktor yang relevan, tidak ada batas yang terlihat pada saat ini atas periode yang mana aset diharapkan menghasilkan arus kas neto untuk Perseroan. Faktor yang relevan tersebut mencakup stabilitas industri di mana aset beroperasi dan perubahan permintaan pasar atas produk yang dihasilkan, perkiraan atas tindakan kompetitor dan kinerja aset tersebut di masa lalu untuk suatu waktu yang memadai.

Estimasi umur manfaat aset tetap

Perseroan melakukan penelaahan berkala atas umur manfaat aset tetap berdasarkan faktor-faktor seperti kondisi teknis dan perkembangan teknologi di masa depan. Hasil operasi di masa depan akan dipengaruhi secara material atas perubahan estimasi ini yang diakibatkan oleh perubahan faktor yang telah disebutkan di atas.

32. Critical accounting estimates and judgment (continued)

Determination of useful lives of intangible assets

The Company determines that an intangible asset is regarded as having an indefinite useful life when, based on an analysis of all the relevant factors, there is no foreseeable limit to the period over which the asset is expected to generate net cash inflow for the Company. The relevant factors include the stability of the industry in which the asset operates and changes in the market demand for the products output from the asset, anticipated action of competitors and the historical performance of the asset for a considerable length of time.

Estimated useful lives of fixed assets

The Company reviews periodically the estimated useful lives of fixed assets based on factors such as technical specification and future technological developments. Future results of operations could be materially affected by changes in these estimates brought about by changes in the above mentioned factors.

33. Manajemen risiko keuangan

Klasifikasi instrumen keuangan

Pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, aset keuangan Perseroan yang terdiri dari kas dan setara kas, piutang usaha dan piutang lain-lain diklasifikasikan sebagai "aset keuangan yang diukur pada biaya perolehan diamortisasi". Sedangkan, pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024, liabilitas keuangan Perseroan terdiri dari pinjaman bank, utang usaha, akrual, utang lain-lain, dan liabilitas sewa diklasifikasikan sebagai "liabilitas keuangan yang diukur pada biaya perolehan diamortisasi".

Faktor risiko keuangan

Aktivitas Perseroan terekspos berbagai macam risiko keuangan yaitu: risiko nilai tukar mata uang asing, risiko kredit, risiko suku bunga dan risiko likuiditas.

Untuk meminimalkan potensi kerugian yang timbul dari perubahan tak terduga dalam kondisi pasar dan kinerja keuangan Perseroan, manajemen telah melakukan prosedur pengelolaan atas risiko keuangan yang sebagian besar dilakukan oleh departemen *treasury* sesuai dengan standar dan prosedur yang diberlakukan oleh *Unilever Global Treasury Centre* di Schaffhausen, Swiss.

33. Financial risk management

Financial instruments classification

As at 31 December 2025 and 2024, the Company's financial assets comprise cash and cash equivalents, trade debtors and other debtors are classified as "financial assets measured at amortised cost".
At 31 December 2025 and 2024, the Company's financial liabilities comprise bank borrowings, trade creditors, accruals, other payables, and lease liabilities are classified as "financial liabilities measured at amortised cost".

Financial risk factors

The Company's activities expose it to a variety of financial risks: foreign exchange risk, credit risk, interest rate risk and liquidity risk.

To minimise potential loss effects arising from unpredictability of the market and the Company's financial performance, management conducts financial risk management procedures which are primarily performed by the treasury department in accordance with official standards and procedures from the Unilever Global Treasury Centre in Schaffhausen, Switzerland.

33. Manajemen risiko keuangan (lanjutan)

33. Financial risk management (continued)

Faktor risiko keuangan (lanjutan)

Financial risk factors (continued)

a. Risiko nilai tukar mata uang asing

a. Foreign exchange risk

Perseroan terekspos risiko nilai tukar berbagai mata uang asing yang terutama timbul dari mata uang USD dan EUR. Risiko nilai tukar kurs mata uang asing muncul dari transaksi akan datang yang mengikat serta realisasi aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing.

The Company is exposed to foreign exchange risk arising from various currency exposures especially from USD and EUR. Foreign exchange risk arises from committed future transactions and realization of monetary assets and liabilities in foreign currencies.

Untuk mengelola eksposur atas fluktuasi nilai tukar mata uang asing, Perseroan menjaga agar eksposur berada pada tingkat yang dapat diterima dengan membeli mata uang asing yang akan dibutuhkan untuk mengatasi fluktuasi jangka pendek.

To manage its foreign currency fluctuation exposure, the Company maintains the exposure at an acceptable level by buying foreign currencies that will be needed to avoid exposure from short term fluctuations.

Jika dianggap perlu, Perseroan melakukan lindung nilai secara ekonomik atas kebutuhan arus kas yang akan datang dalam mata uang asing, terutama untuk pembayaran pembelian bahan baku impor yang diestimasi berdasarkan data jatuh tempo pembayaran utang dalam mata uang asing. Tujuan dari aktivitas lindung nilai ini adalah mengantisipasi dampak perubahan nilai tukar mata uang asing terhadap laporan keuangan Perseroan.

When considered necessary, the Company economically hedges its future foreign currency cash flow requirements, especially for payments of purchases of imported materials which are estimated based on the ageing schedule of payables in foreign currencies. The purpose of this economic hedging is to mitigate the impact of movements in foreign exchange rates on the Company's financial statements.

Aset dan liabilitas moneter neto dalam mata uang asing diungkapkan pada Catatan 29.

Net monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies are disclosed in Note 29.

Penguatan/pelemahan Rupiah terhadap USD dan EUR pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024 akan meningkatkan (menurunkan) ekuitas dan laba rugi (setelah pajak penghasilan) seperti disajikan di bawah ini. Analisis ini didasarkan pada selisih nilai USD dan EUR yang menurut manajemen wajar pada tanggal pelaporan. Analisis tersebut mengasumsikan bahwa semua variabel lain, khususnya suku bunga, tetap konstan dan mengabaikan dampak apapun dari penjualan dan pembelian yang diperkirakan.

A strengthening/weakening of the Rupiah against the USD and EUR as at 31 December 2025 and 2024 would have increased (decreased) equity and profit or loss (after income tax) by the amounts shown below. This analysis is based on USD and EUR rate variances that management considers as being reasonably possible at the reporting date. The analysis assumes that all other variables, in particular interest rates, remain constant and ignores any impact of forecasted sales and purchases.

	Dampak atas ekuitas dan laba rugi setelah pajak/ *Impact on equity and profit or loss afterincome tax*
31 Desember/*December* 2025	
5 persen penguatan/pelemahan terhadap USD/*percent strengthening/weakening of USD*	2,674
5 persen penguatan/pelemahan terhadap EUR/*percent strengthening/weakening of EUR*	(8,767)
31 Desember/*December* 2024	
5 persen penguatan/pelemahan terhadap USD/*percent strengthening/weakening of USD*	8,344
5 persen penguatan/pelemahan terhadap EUR/*percent strengthening/weakening of EUR*	(3,924)

33. Manajemen risiko keuangan (lanjutan)

b. Risiko kredit

Perseroan memiliki risiko kredit terutama berasal dari simpanan dalam bank dan piutang kepada pelanggan. Perseroan mengelola risiko kredit yang terkait dengan simpanan di bank dengan memonitor reputasi, *credit ratings* dan membatasi risiko agregat dari masing-masing pihak dalam kontrak.

Untuk menghindari konsentrasi atas risiko kredit, kas di bank dan setara kas disimpan pada beberapa institusi keuangan yang berbeda yang berkinerja baik.

Perseroan tidak memiliki konsentrasi risiko kredit terkait dengan piutang usaha karena Perseroan memiliki banyak pelanggan dan tidak ada pelanggan individu yang signifikan. Untuk mencegah kerugian yang disebabkan oleh piutang tak tertagih, sebagian pelanggan diharuskan untuk memberikan penjaminan berupa bank garansi yang dapat dicairkan oleh Perseroan pada saat pelanggan dinyatakan tidak dapat melunasi utangnya. Selain itu, Perseroan juga memastikan bahwa penjualan hanya dilakukan kepada pelanggan dengan sejarah kredit yang baik. Perseroan memiliki penilaian atas pelanggan dalam hal kemampuan membayar piutang saat jatuh tempo. Penilaian setiap pelanggan didasarkan pada posisi keuangan pelanggan serta pengalaman sebelumnya.

Eksposur maksimum atas risiko kredit tercermin dari nilai tercatat setiap aset keuangan setelah dikurangi dengan provisi atas kerugian penurunan nilai.

Dalam menerapkan model penurunan nilai terhadap piutang usaha, Perseroan menerapkan pendekatan yang disederhanakan yang berlaku untuk piutang usaha karena tidak ada unsur pembiayaan terhadap piutang usaha. Perseroan menghitung kerugian kredit ekspektasian dari piutang usaha berdasarkan umur dari piutang usaha tersebut. Tingkat kerugian dihitung menggunakan metode *"roll rate"* berdasarkan probabilitas suatu piutang melalui tahapan-tahapan terjadinya gagal bayar dan penghapusan piutang. Tingkat kerugian didasarkan pada pengalaman kerugian kredit aktual selama tiga tahun terakhir, dengan batas maksimum berdasarkan pengalaman sepuluh tahun terakhir. Tingkat kerugian ini disesuaikan dengan faktor skalor yang merefleksikan perbedaan antara kondisi ekonomi selama periode di mana data historis didapatkan, kondisi terkini dan pandangan Perseroan terhadap kondisi ekonomi selama masa ekspektasian dari umur piutang.

33. Financial risk management (continued)

b. Credit risk

The Company is exposed to credit risk primarily from deposits in banks and receivables from customers. The Company manages credit risk arising from its deposits with banks by monitoring reputation, credit ratings and limiting the aggregate risk to any individual counterparty.

To avoid concentration of credit risk, cash in banks and cash equivalents are deposited at a number of different financial institutions of good standing.

The Company has no significant concentration of credit risk related to trade debtors, as the Company has a large number of customers without any significant individual customers. To avoid potential losses due to bad debts, some customers are required to place bank guarantees that can be claimed by the Company in case the customers fail to pay their debts. In addition, the Company also ensures that sales are made only to customers with appropriate credit history. The Company maintains customer ratings based on their ability to pay when the balance falls due. A customer's rating is determined based on their financial position and past experience.

The maximum exposure to credit risk is represented by the carrying amount of each financial asset after deducting any provision for impairment losses.

In applying the impairment model to trade debtors, the Company adopts the simplified approach that is available to trade debtors as there is no financing element to trade debtors. The Company calculates the expected credit losses (ECLs) of its trade debtors based on the ageing of its trade debtors. Loss rates are calculated using a "roll rate" method based on the probability of a receivable progressing through successive stages of delinquency to write-off. Loss rates are based on actual credit loss experience over the past three years, capped at the maximum of the past ten years experiences. These rates are adjusted by scalar factors to reflect differences between economic conditions during the period over which the historical data has been collected, current conditions and the Company's view of economic conditions over the expected lives of the receivables.

33. Manajemen risiko keuangan (lanjutan)

33. Financial risk management (continued)

b. Risiko kredit (lanjutan)

b. Credit risk (continued)

Tabel berikut ini memberikan informasi mengenai eksposur terhadap risiko kredit dan kerugian kredit ekspektasian untuk piutang usaha pada tanggal 31 Desember 2025 dan 2024:

The following table provides information about the exposure to credit risk and ECLs for trade debtors as at 31 December 2025 and 2024:

	Rata-rata tertimbang tingkat Kerugian/ *Weighted average loss rate*	**Jumlah tercatat bruto/ *Gross carrying amount***	**Provisi atas penurunan nilai/ *Provision for impairment***	
31 Desember 2025				***31 December 2025***
Lancar	3.23%	1,733,612	(55,929)	*Current*
Lewat jatuh tempo 1 - 30 hari	-	-	-	*Overdue 1 – 30 days*
Lewat jatuh tempo lebih dari 30 hari	100.00%	105,920	(105,920)	*Overdue more than 30 days*
Jumlah		**1,839,532**	**(161,849)**	***Total***

	Rata-rata tertimbang tingkat Kerugian/ *Weighted average loss rate*	**Jumlah tercatat bruto/ *Gross carrying amount***	**Provisi atas penurunan nilai/ *Provision for impairment***	
31 Desember 2024				***31 December 2024***
Lancar	0.06%	1,799,989	(1,084)	*Current*
Lewat jatuh tempo 1 - 30 hari	1.02%	20,186	(205)	*Overdue 1 – 30 days*
Lewat jatuh tempo lebih dari 30 hari	73.59%	234,979	(172,923)	*Overdue more than 30 days*
Jumlah		**2,055,154**	**(174,212)**	***Total***

c. Risiko suku bunga

c. Interest rate risk

Risiko tingkat suku bunga Perseroan timbul dari pinjaman bank. Risiko tingkat suku bunga dari kas dan setara kas tidak signifikan.

The Company's interest rate risk arises from bank borrowings. The interest rate risk from cash and cash equivalents is not significant.

Pada tanggal 31 Desember 2025, Perseroan tidak memiliki saldo pinjaman bank. Pada tanggal 31 Desember 2024, semua pinjaman bank memiliki tingkat suku bunga tetap. Perseroan tidak mencatat pinjaman dengan suku bunga tetap pada nilai wajar melalui laba rugi. Oleh karena itu, perubahan suku bunga pada tanggal pelaporan tidak akan mempengaruhi laba rugi.

As at 31 December 2025, the Company has no outstanding bank borrowings. As at 31 December 2024, all bank borrowings had fixed interest rates. The Company does not account for any fixed rate borrowings at fair value through profit or loss. Therefore, a change in interest rates at the reporting date would not affect profit or loss.

33. Manajemen risiko keuangan (lanjutan)

d. Risiko likuiditas

Risiko likuiditas adalah risiko di mana Perseroan akan mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban terkait liabilitas keuangannya yang diselesaikan dengan penyerahan kas atau aset keuangan lainnya. Perseroan mengelola risiko likuiditas ini dengan terus memantau proyeksi arus kas dan arus kas aktual.

Perseroan berpartisipasi dalam pengaturan pembiayaan rantai pasokan (SCF) dengan tujuan utama untuk memfasilitasi proses pembayaran tagihan pemasok yang efisien, lihat Catatan 34. SCF memungkinkan Perseroan untuk memusatkan pembayaran utang usaha ke bank daripada membayar masing-masing pemasok secara individual. Meskipun SCF tidak secara signifikan memperpanjang jangka waktu pembayaran melebihi jangka waktu normal yang disepakati dengan pemasok lain yang tidak berpartisipasi, program tersebut membantu membuat arus kas keluar lebih dapat diprediksi.

Untuk memastikan ketersediaan kas, departemen *treasury* menyiapkan perkiraan kebutuhan arus kas dan memelihara fleksibilitas pendanaan dengan pengelolaan fasilitas kredit yang memadai.

Tabel di bawah ini mengklasifikasi liabilitas keuangan Perseroan yang dikelompokkan berdasarkan periode yang tersisa sampai dengan tanggal jatuh tempo kontraktual. Jumlah yang diungkapkan dalam tabel merupakan arus kas kontraktual yang tidak didiskontokan, termasuk estimasi pembayaran bunga.

33. Financial risk management (continued)

d. Liquidity risk

Liquidity risk is the risk that the Company will encounter difficulty in meeting the obligations associated with its financial liabilities that are settled by delivering cash or another financial asset. The Company manages this liquidity risk by on-going monitoring of the projected and actual cash flows.

The Company participates in a supply chain financing (SCF) with the principal purpose of facilitating efficient payment processing of supplier invoices, see Note 34. The SCF allows the Company to centralise payments of trade payables to the bank rather than paying each supplier individually. While the SCF does not significantly extend payment terms beyond the normal terms agreed with other suppliers that are not participating, the program assists in making cash outflows more predictable.

To ensure availability of sufficient cash, the treasury department conducts cash forecasts and maintains flexibility in funding by maintaining adequate credit facilities.

The table below classifies the Company's financial liabilities into relevant maturity groupings based on the remaining period to the contractual maturity date. The amounts disclosed in the table are the contractual undiscounted cash flows, including estimated interest payments.

33. Manajemen risiko keuangan (lanjutan)

33. Financial risk management (continued)

d. Risiko likuiditas (lanjutan)

d. Liquidity risk (continued)

	Nilai tercatat/ *Carrying amount*	Jumlah termasuk bunga/ *Total including interest*	Kurang dari 1 tahun/ *Less than 1 year*	Lebih dari 1 tahun sampai 5 tahun/ *More than 1 year until 5 years*	Lebih dari 5 tahun/ *More than 5 years*	
31 Desember 2025						***31 December 2025***
Utang usaha	4,695,329	4,695,329	4,695,329	-	-	*Trade creditors*
Akrual	4,103,034	4,103,034	4,103,034	-	-	*Accruals*
Utang lain-lain	2,684,310	2,684,310	2,684,310	-	-	*Other payables*
Liabilitas sewa	644,841	680,305	81,179	571,892	27,234	*Lease liabilities*
Jumlah	12,127,514	12,162,978	11,563,852	571,892	27,234	*Total*

	Nilai tercatat/ *Carrying amount*	Jumlah termasuk bunga/ *Total including interest*	Kurang dari 1 tahun/ *Less than 1 year*	Lebih dari 1 tahun sampai 5 tahun/ *More than 1 year until 5 years*	Lebih dari 5 tahun/ *More than 5 years*	
31 Desember 2024						***31 December 2024***
Pinjaman bank	1,450,000	1,456,612	1,456,612	-	-	*Bank borrowings*
Utang usaha	3,983,297	3,983,297	3,983,297	-	-	*Trade creditors*
Akrual	3,797,590	3,797,590	3,797,590	-	-	*Accruals*
Utang lain-lain	2,162,722	2,162,722	2,162,722	-	-	*Other payables*
Liabilitas sewa	530,632	678,054	44,966	575,058	58,030	*Lease liabilities*
Jumlah	11,924,241	12,078,275	11,445,187	575,058	58,030	*Total*

Nilai wajar instrumen keuangan

Nilai wajar aset dan liabillitas keuangan diestimasi untuk keperluan pengakuan dan pengukuran atau untuk keperluan pengungkapan.

Nilai wajar ditentukan menggunakan hirarki dari input-input yang digunakan dalam teknik penilaian aset dan liabilitas:

(a) Harga kuotasian (tidak disesuaikan) dalam pasar aktif untuk aset atau liabilitas yang identik (Level 1);

(b) Input selain harga kuotasian yang termasuk dalam Level 1 yang dapat diobservasi untuk aset atau liabilitas, baik secara langsung (misalnya harga) atau secara tidak langsung (misalnya derivasi dari harga) (Level 2); dan

Fair value of financial instruments

The fair value of financial assets and financial liabilities is estimated for recognition and measurement or for disclosure purposes.

Fair values are determined using the following hierarchy of inputs used in the valuation techniques for assets and liabilities:

(a) Quoted prices (unadjusted) in active markets for identical assets or liabilities (Level 1);

(b) Inputs other than quoted prices included within Level 1 that are observable for the asset or liability, either directly (as prices) or indirectly (derived from prices) (Level 2); and

33. Manajemen risiko keuangan (lanjutan)

Nilai wajar instrumen keuangan (lanjutan)

(c) Input untuk aset atau liabilitas yang bukan berdasarkan data pasar yang dapat diobservasi (input yang tidak dapat diobservasi) (Level 3).

Instrumen keuangan utama Perseroan terdiri dari kas dan setara kas, piutang usaha, piutang lain-lain, pinjaman bank, utang usaha, akrual, utang lain-lain, dan liabilitas sewa. Aset dan liabilitas keuangan Perseroan diharapkan terealisasi atau terselesaikan dalam waktu dekat. Oleh karena itu, nilai tercatat aset dan liabilitas keuangan tersebut akan mendekati nilai wajarnya.

Manajemen risiko permodalan

Tujuan Perseroan dalam pengelolaan permodalan adalah mempertahankan kelangsungan usaha Perseroan guna memberikan imbal hasil kepada pemegang saham dan manfaat kepada pemangku kepentingan lainnya serta menjaga struktur modal yang optimal untuk mengurangi biaya modal.

Untuk mempertahankan atau menyesuaikan struktur modal, Perseroan dapat menyesuaikan jumlah dividen yang dibayar kepada pemegang saham.

33. Financial risk management (continued)

Fair value of financial instruments (continued)

(c) Inputs for the asset or liability that are not based on observable market data (unobservable inputs) (Level 3).

The main financial instruments of the Company consist of cash and cash equivalents, trade debtors, other debtors, bank borrowings, trade creditors, accruals, other payables, and lease liabilities. The Company's financial assets and liabilities are expected to be realised, or settled in the near term. Therefore, their carrying amounts approximate their fair values.

Capital risk management

The Company's objectives when managing capital are to safeguard the Company's ability to continue as a going concern in order to provide returns for shareholders and benefits for other stakeholders and to maintain an optimal capital structure to reduce the cost of capital.

In order to maintain or adjust the capital structure, the Company may adjust the amount of dividends paid to shareholders.

34. Transaksi non-kas atas aktivitas investasi

34. Non-cash transactions of investing activities

	2025	2024	
Perolehan aset tetap melalui utang (dicatat dalam akun "Utang lain-lain")	449,295	232,967	*Acquisition of fixed assets through payables (recorded in "Other payables")*

Perseroan berpartisipasi dalam pengaturan pembiayaan rantai pasokan (SCF) di mana pemasok dapat memilih untuk menerima pembayaran lebih awal atas tagihan mereka dari bank dengan memfaktorkan piutang mereka dari Perseroan. Berdasarkan pengaturan tersebut, bank setuju untuk membayar sejumlah kepada pemasok yang berpartisipasi sehubungan dengan tagihan yang harus dibayar oleh Perseroan dan menerima penyelesaian dari Perseroan di kemudian hari. Tujuan utama dari pengaturan ini adalah untuk memfasilitasi pemrosesan pembayaran yang efisien dan memungkinkan pemasok yang bersedia untuk menjual piutang mereka yang jatuh tempo dari Perseroan ke bank sebelum tanggal jatuh temponya.

The Company participates in a supply chain financing arrangement (SCF) under which its suppliers may elect to receive early payment of their invoice from a bank by factoring their receivable from The Company. Under the arrangement, a bank agrees to pay amounts to a participating supplier in respect of invoices owed by the Company and receives settlement from the Company at a later data. The principal purpose of this arrangement is to facilitate efficient payment processing and enable the willing suppliers to sell their receivables due from the Company to a bank before their due date.

34. Transaksi non-kas atas aktivitas investasi (lanjutan)

Perseroan tidak menghentikan pengakuan liabilitas awal yang menjadi dasar pengaturan tersebut karena tidak ada pembebasan hukum yang diperoleh maupun liabilitas awal yang dimodifikasi secara substansial saat mengadakan perjanjian. Dari sudut pandang Perseroan, pengaturan tersebut tidak memperpanjang jangka waktu pembayaran secara signifikan melebihi jangka waktu normal yang disepakati dengan pemasok lain yang tidak berpartisipasi. Perseroan tidak dibebankan bunga tambahan dari bank atas jumlah yang terhutang kepada pemasok. Oleh karena itu, Perseroan mengungkapkan jumlah yang diperhitungkan oleh pemasok dalam liabilitas karena sifat dan fungsi liabilitas keuangan tetap sama dengan liabilitas lainnya. Semua utang atas SCF pada tanggal 31 Desember 2025 sebesar Rp1.642.420 (2024: Rp 1.701.858), diklasifikasikan lancar (utang usaha).

34. Non-cash transactions of investing activities (continued)

The Company has not derecognized the original liabilities to which the arrangement applies because neither a legal release was obtained nor the original liability was substantially modified on entering into the arrangement. From the Company's perspective, the arrangement does not significantly extend payment terms beyond the normal terms agreed with other suppliers that are not participating. The Company does not incur any additional interest towards the bank on the amounts due to the suppliers. The Company therefore discloses the amounts factored by suppliers within payables because the nature and function of the financial liability remain the same as those of liabilities. All payables under the SCF as of 31 December 2025 amounting to Rp1,642,420 (2024: Rp1,701,858), are classified as current (trade creditors).

35. Laba sebelum bunga, pajak, penyusutan dan amortisasi (EBITDA)

Manajemen menyajikan EBITDA sebagai ukuran kinerja yang diyakini relevan. EBITDA dihitung dengan menyesuaikan jumlah laba dengan mengecualikan dampak dari pajak penghasilan, biaya keuangan bersih, penyusutan, dan amortisasi.

EBITDA tidak didefinisikan dalam Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia sebagai pengukuran kinerja. Definisi EBITDA Perseroan mungkin tidak dapat dibandingkan dengan pengukuran dan pengungkapan kinerja yang digunakan oleh entitas lain.

35. Earnings before interest, tax, depreciation and amortization (EBITDA)

Management presented EBITDA as a performance measure which is believed to be relevant. EBITDA is calculated by adjusting the profit to exclude the impact of income tax, net finance costs, depreciation, and amortization.

EBITDA is not defined in the Indonesian Financial Accounting Standards as a performance measure. The Company's definition of EBITDA may not be comparable with similarly titled performance measures and disclosures used by other entities.

	2025	2024*	
Laba (operasi yang dilanjutkan)	3,537,297	2,904,648	*Profit (continuing operation)*
Beban pajak penghasilan	960,983	846,496	*Income tax expense*
Laba sebelum pajak penghasilan	4,498,280	3,751,144	*Profit before income tax*
Penyesuaian - penyesuaian:			*Adjustments for:*
- Biaya keuangan bersih	93,741	56,173	*Net finance costs -*
- Penyusutan aset tetap	463,635	462,633	*Depreciation of fixed assets -*
- Penyusutan aset hak-guna	202,130	156,247	*Depreciation of right-of-use assets -*
- Amortisasi aset takberwujud	2,929	12,843	*Amortization of intangible assets -*
EBITDA	5,260,715	4,439,040	*EBITDA*

*) Disajikan kembali (Lihat Catatan 39)

*) *As restated and represented (See Note 39)*

36. Penjualan unit bisnis Es Krim

Perseroan telah mengadakan Rapat Umum Pemegang Saham Independen pada tanggal 14 Januari 2025 dengan hasil sebagai berikut:

- Perseroan telah mendapatkan persetujuan dari pemegang saham independen untuk melakukan penjualan atas bisnis es krim kepada PT The Magnum Ice Cream Indonesia selaku pembeli yang memiliki hubungan afiliasi dengan Perseroan pada saat Perjanjian Pengalihan Bisnis ditandatangani. Pelaksanaan dan penyelesaian transaksi akan dilakukan pada saat pembeli tidak lagi memiliki hubungan afiliasi dengan Perseroan, yang akan terjadi melalui pemisahan eksternal. Nilai estimasi keseluruhan rencana penjualan bisnis Es Krim (tidak termasuk PPN) adalah sebesar Rp 7 triliun.

Pada tanggal 8 Desember 2025, pemisahan unit bisnis Es Krim telah selesai dilaksanakan.

36. Sale of Ice Cream business unit

The Company held an Independent General Meeting of Shareholders on 14 January 2025 with the following results:

- *The Company has obtained approval from independent shareholders to sell the ice cream business to PT The Magnum Ice Cream Indonesia as a buyer who has an affiliate relationship with the Company when the Business Transfer Agreement is signed. The transaction will be executed and completed when the buyer no longer has an affiliate relationship with the Company, which will occur through an external separation. The estimated total value of the Ice Cream business sale plan (excluding VAT) is Rp 7 trillion.*

On 8 December 2025, the separation of Ice Cream business unit was completed.

37. Kejadian setelah tanggal neraca

Pada tanggal 7 Januari 2026, manajemen mengumumkan pengalihan bisnis Teh dengan merk SariWangi kepada PT Savoria Kreasi Rasa. Transaksi ini diharapkan dapat selesai pada Maret 2026.

37. Subsequent events

On 7 January 2026, the Company announced agreement to transfer Tea business under SariWangi brand to PT Savoria Kreasi Rasa. The completion date for the transaction is expected in March 2026.

38. Aset yang dimiliki untuk dijual

Pada tanggal 31 Desember 2025, Perseroan menyajikan beberapa aset tetap (bagian dari segmen Makanan dan Minuman) sebagai aset yang dimiliki untuk dijual setelah adanya rencana manajemen untuk menjual bisnis Teh dengan merk SariWangi (Catatan 37). Aset tetap sebesar Rp276.477 disajikan sebagai dimiliki untuk dijual

Sesuai dengan PSAK 105, aset-aset yang dimiliki untuk dijual diukur pada nilai yang lebih rendah antara jumlah tercatat dan nilai wajar setelah dikurangi biaya untuk menjual.

38. Assets held for sale

As at 31 December 2025, the Company presented several fixed assets (part of Foods and Refreshment segment) as assets held for sale following the management's plan to sell Tea business under the SariWangi brand (Note 37). Fixed assets amounting to Rp276,477 was presented as held for sale.

In accordance with SFAS 105, the assets held for sale should be measured at the lower of its carrying amount and fair value less costs to sell.

39. Hasil dari operasi yang dihentikan

Pada tanggal 19 Maret 2024, Unilever PLC selaku entitas induk terakhir Perseroan mengumumkan langkah strategis untuk memisahkan bisnis es krim secara global. Rencana pemisahan dan penjualan bisnis es krim telah disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 14 Januari 2025 dan pada tanggal 8 Desember 2025, bisnis es krim secara efektif dialihkan kepada PT The Magnum Ice Cream Indonesia.

Pada 31 Desember 2025, bisnis es krim diklasifikasikan sebagai operasi yang dihentikan.

Laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain komparatif untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2024 telah disajikan kembali untuk menyajikan operasi yang dihentikan secara terpisah dari operasi yang dilanjutkan.

Sehubungan dengan klasifikasi aset tetap bisnis teh dengan merk SariWangi sebagai aset dimiliki untuk dijual pada Catatan 38, bisnis Teh dengan merk SariWangi sebelumnya tidak disajikan sebagai operasi yang dihentikan atau diklasifikasikan sebagai dikuasai untuk dijual pada tanggal 31 Desember 2024. Dengan demikian, laporan laba rugi komparatif disajikan kembali untuk menunjukkan operasi yang dihentikan secara terpisah dari operasi yang dilanjutkan.

Hasil dari operasi yang dihentikan adalah sebagai berikut:

39. Result of discontinued operations

On 19 March 2024, Unilever PLC, the Company's ultimate parent, announced strategic steps to separate its Ice Cream business globally. The plan to separate and sell the Ice Cream business had been approved in the Extraordinary Shareholder's Meeting dated 14 January 2025 and on 8 December 2025, the Ice Cream business was effectively transferred to PT The Magnum Ice Cream Indonesia.

On 31 December 2025, the Ice Cream business is classified as a discontinued operation.

The comparative statement of profit or loss and other comprehensive income for the year ended 31 December 2024 has been restated to show the discontinued operation separately from continued operations.

In connection with the classification of fixed assets of the SariWangi brand tea business as assets held for sale, as disclosed in Note 38, Tea business under the SariWangi brand previously was not presented as discontinued operation or classified as held for sale as of 31 December 2024. Thus, the comparative statement of profit or loss has been re-presented to show the discontinued operation separately from the continued operations.

Result of discontinued operations is as follows:

	2025	2024	
Pendapatan	4,430,704	4,516,029	*Revenue*
Beban	(4,037,172)	(3,916,749)	*Expenses*
Laba sebelum pajak dari operasi yang dihentikan	393,532	599,280	*Profit before tax from discontinued operations*
Pajak penghasilan	(84,072)	(135,235)	*Income tax*
Laba tahun berjalan dari operasi yang dihentikan	309,460	464,045	*Profit for the year from discontinued operations*
Laba penjualan operasi yang dihentikan	4,811,853	-	*Gain on sale of discontinued operation*
Pajak penghasilan atas laba dari penjualan operasi yang dihentikan	(1,017,449)	-	*Income tax on gain on sale of discontinued operation*
Laba penjualan operasi yang dihentikan, setelah pajak	3,794,404	-	*Gain on sale of discontinued operation, net of tax*
Jumlah laba dari operasi yang dihentikan, setelah pajak	4,103,864	464,045	*Total profit from discontinued operation, net of tax*

Arus kas dari operasi yang dihentikan adalah sebagai berikut:

Cash flow from discontinued operations are as follows:

	2025	2024	
Kas neto dari aktivitas operasi	602,199	849,683	*Net cash from operating activities*
Kas neto dari aktivitas investasi	6,765,883	(174,300)	*Net cash from investing activities*
Arus kas neto tahun berjalan	7,368,082	675,383	*Net cash flows for the year*

KPMG

Siddharta Widjaja & Rekan
Registered Public Accountants
35th Floor Jakarta Mori Tower
40-41, Jl. Jend. Sudirman
Jakarta 10210
Indonesia
+62 (21) 574 2333 / 574 2888

Laporan Auditor Independen

No.: 00018/2.1005/AU.1/04/0847-3/1/II/2026

Para Pemegang Saham,
Dewan Komisaris dan Direksi
PT Unilever Indonesia Tbk:

Opini

Kami telah mengaudit laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk ("Perseroan"), yang terdiri dari laporan posisi keuangan tanggal 31 Desember 2025, serta laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain, laporan perubahan ekuitas, dan laporan arus kas untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut, serta catatan atas laporan keuangan, yang terdiri dari informasi kebijakan akuntansi material dan informasi penjelasan lainnya.

Menurut opini kami, laporan keuangan terlampir menyajikan secara wajar, dalam semua hal yang material, posisi keuangan Perseroan tanggal 31 Desember 2025, serta kinerja keuangan dan arus kasnya untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut, sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Indonesia.

Basis Opini

Kami melaksanakan audit kami berdasarkan Standar Audit yang ditetapkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia. Tanggung jawab kami menurut standar tersebut diuraikan lebih lanjut dalam paragraf Tanggung Jawab Auditor terhadap Audit atas Laporan Keuangan pada laporan kami. Kami independen terhadap Perseroan berdasarkan ketentuan etika yang relevan dalam audit kami atas laporan keuangan di Indonesia, dan kami telah memenuhi tanggung jawab etika lainnya berdasarkan ketentuan tersebut. Kami yakin bahwa bukti audit yang telah kami peroleh adalah cukup dan tepat untuk menyediakan suatu basis bagi opini audit kami.

Hal Audit Utama

Hal audit utama adalah hal-hal yang, menurut pertimbangan profesional kami, merupakan hal yang paling signifikan dalam audit kami atas laporan keuangan periode kini. Hal-hal tersebut disampaikan dalam konteks audit kami atas laporan keuangan secara keseluruhan, dan dalam merumuskan opini kami atas laporan keuangan terkait, kami tidak menyatakan suatu opini terpisah atas hal audit utama tersebut.

Independent Auditors' Report

No.: 00018/2.1005/AU.1/04/0847-3/1/II/2026

The Shareholders,
Board of Commissioners and Board of Directors
PT Unilever Indonesia Tbk:

Opinion

We have audited the financial statements of PT Unilever Indonesia Tbk ("the Company"), which comprise the statement of financial position as of 31 December 2025, the statements of profit or loss and other comprehensive income, changes in equity, and cash flows for the year then ended, and notes to the financial statements, comprising material accounting policies and other explanatory information.

In our opinion, the accompanying financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Company as of 31 December 2025, and its financial performance and its cash flows for the year then ended in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards.

Basis for Opinion

We conducted our audit in accordance with Standards on Auditing established by the Indonesian Institute of Certified Public Accountants. Our responsibilities under those standards are further described in the Auditors' Responsibilities for the Audit of the Financial Statements section of our report. We are independent of the Company in accordance with the ethical requirements that are relevant to our audit of the financial statements in Indonesia, and we have fulfilled our other ethical responsibilities in accordance with these requirements. We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our opinion.

Key Audit Matters

Key audit matters are those matters that, in our professional judgment, were of most significance in our audit of the financial statements of the current period. These matters were addressed in the context of our audit of the financial statements as a whole, and in forming our opinion thereon, and we do not provide a separate opinion on these matters.

Pengakuan pendapatan - diskon

Lihat Catatan 2(o) dan 4 atas laporan keuangan. Akrual rabat sejumlah Rp 1.426.487 juta pada tanggal 31 Desember 2025.

Pendapatan diukur neto setelah dikurangi rabat, pengurangan harga, dan insentif ("diskon").

Diskon tertentu atas barang yang dijual sepanjang periode akan difinalisasi ketika jumlah tepatnya diketahui dan oleh karena itu pendapatan mencakup perkiraan imbalan variabel. Imbalan variabel merupakan bagian dari diskon yang tidak langsung dikurangkan pada faktur dan bervariasi sebagai akibat dari keragaman persyaratan dalam pengaturan kontrak dengan pelanggan. Bagian imbalan variabel yang belum diselesaikan menimbulkan diskon terutang kepada pelanggan pada akhir periode ("akrual rabat").

Oleh karena itu, terdapat risiko salah saji pendapatan sebagai akibat dari ketidaktepatan perhitungan imbalan variabel.

Dalam pengakuan pendapatan, kami mengidentifikasi akrual rabat sebagai hal audit utama, karena akrual rabat signifikan dan pengaturan kontraktual dengan pelanggan tidak seragam.

Terdapat juga risiko bahwa pendapatan mungkin lebih saji karena manipulasi akrual rabat yang diakui sebagai akibat dari tekanan untuk mencapai target kinerja.

Prosedur audit kami dalam menilai pengakuan pendapatan mencakup hal-hal berikut:

- mengevaluasi desain dan menguji efektivitas operasi pengendalian internal tertentu yang terkait dengan proses pendapatan, termasuk pengendalian atas perjanjian rabat, perhitungan akrual rabat, dan pengendalian atas klaim rabat.
- menggunakan akrual rabat periode sebelumnya dan pemahaman kami tentang perkembangan periode berjalan untuk membentuk ekspektasi akrual rabat pada 31 Desember 2025. Kami membandingkan ekspektasi tersebut dengan akrual rabat aktual, melengkapi dengan permintaan keterangan lebih lanjut dan memperoleh dokumentasi pendasar sepanjang diperlukan.
- menginspeksi sampel akrual rabat pada 31 Desember 2025 ke dokumentasi pendasar dan menguji perhitungan akrual.
- menguji sampel akrual rabat yang dicatat setelah 31 Desember 2025 dan menilai apakah akrual dicatat pada periode yang tepat.
- menguji sampel aktual klaim rabat setelah 31 Desember 2025 dan menilai apakah akrual rabat terkait dicatat pada periode yang tepat.

Revenue recognition - discounts

Refer to Notes 2(o) and 4 to the financial statements. The rebate accrual was Rp 1,426,487 million as of 31 December 2025.

Revenue is measured net of rebates, price reductions, and incentives ("discounts").

Certain discounts for goods sold during the period are only finalized when the precise amounts are known and revenue therefore includes an estimate of variable consideration. The variable consideration represents the portion of discounts that are not directly deducted on the invoice and is varied as a result of diversity in the terms in contractual arrangements with customers. The unsettled portion of the variable consideration results in discounts due to customers at period-end ("rebate accrual").

Therefore there is a risk of revenue being misstated as a result of incorrect calculation of the variable consideration.

Within revenue recognition, we identified the rebate accrual as key audit matter, as the rebate accrual is significant and the contractual arrangements with customers are not uniform.

There is also a risk that revenue may be overstated due to manipulation of the rebate accrual recognized resulting from the pressure to achieve performance targets.

Our audit procedures to assess revenue recognition included the following:

- *evaluated the design and tested the operating effectiveness of certain internal controls related to the revenue process, including controls over the rebate agreements, calculation of the rebate accruals and controls over rebate claims.*
- *used the prior period rebate accrual and our understanding of current period developments to form an expectation of the rebate accrual as of 31 December 2025. We compared this expectation against the actual rebate accrual, completing further corroborative inquiries and obtained underlying documentation as appropriate.*
- *inspected samples of rebate accruals as of 31 December 2025 to underlying documentation and tested calculation of the accruals.*
- *tested samples of recorded rebate accruals after 31 December 2025 and assessed whether the accrual is recorded in the proper period.*
- *tested samples of actual rebate claims after 31 December 2025 and assessed whether the related accrued rebate was recorded in the proper period.*

- mengevaluasi jurnal manual yang dicatat ke pendapatan untuk mengidentifikasi *item* yang tidak biasa atau tidak teratur dan memperoleh dokumentasi pendasarnya.

- menganalisis kecukupan pengungkapan Perseroan sehubungan dengan akrual rabat.

- *evaluated manual journals recorded to revenue to identify unusual or irregular items and obtained underlying documentation.*

- *assessed the adequacy of the Company's disclosures in respect of the rebate accrual.*

Informasi Lain

Manajemen bertanggung jawab atas informasi lain. Informasi lain terdiri dari informasi yang tercantum dalam Laporan Tahunan 2025 ("Laporan Tahunan"), tetapi tidak termasuk laporan keuangan dan laporan auditor kami. Laporan Tahunan diharapkan akan tersedia bagi kami setelah tanggal laporan auditor ini.

Opini kami atas laporan keuangan tidak mencakup informasi lain, dan oleh karena itu, kami tidak menyatakan bentuk keyakinan apapun atas informasi lain tersebut.

Sehubungan dengan audit kami atas laporan keuangan, tanggung jawab kami adalah untuk membaca informasi lain yang teridentifikasi di atas, jika tersedia dan, dalam melaksanakannya, mempertimbangkan apakah informasi lain mengandung ketidakkonsistensian material dengan laporan keuangan atau pemahaman yang kami peroleh selama audit, atau mengandung kesalahan penyajian material.

Ketika kami membaca Laporan Tahunan, jika kami menyimpulkan bahwa terdapat suatu kesalahan penyajian material di dalamnya, kami diharuskan untuk mengomunikasikan hal tersebut kepada pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola dan melakukan tindakan yang tepat berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Other Information

Management is responsible for the other information. The other information comprises the information included in the 2025 Annual Report (the "Annual Report"), but does not include the financial statements and our auditors' report thereon. The Annual Report is expected to be made available to us after the date of this auditors' report.

Our opinion on the financial statements does not cover the other information and we do not express any form of assurance conclusion thereon.

In connection with our audit of the financial statements, our responsibility is to read the other information identified above when it becomes available and, in doing so, consider whether the other information is materially inconsistent with the financial statements or our knowledge obtained in the audit or otherwise appears to be materially misstated.

When we read the Annual Report, if we conclude that there is a material misstatement therein, we are required to communicate the matter to those charged with governance and take appropriate actions based on the applicable laws and regulations.

Tanggung Jawab Manajemen dan Pihak yang Bertanggung Jawab atas Tata Kelola terhadap Laporan Keuangan

Manajemen bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian wajar laporan keuangan tersebut sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Indonesia, dan atas pengendalian internal yang dianggap perlu oleh manajemen untuk memungkinkan penyusunan laporan keuangan yang bebas dari kesalahan penyajian material, baik yang disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan.

Dalam penyusunan laporan keuangan, manajemen bertanggung jawab untuk menilai kemampuan Perseroan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, mengungkapkan, sesuai dengan kondisinya, hal-hal yang berkaitan dengan kelangsungan usaha, dan menggunakan basis akuntansi kelangsungan usaha, kecuali manajemen memiliki intensi untuk melikuidasi Perseroan atau menghentikan operasi, atau tidak memiliki alternatif yang realistis selain melaksanakannya.

Pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola bertanggung jawab untuk mengawasi proses pelaporan keuangan Perseroan.

Responsibilities of Management and Those Charged with Governance for the Financial Statements

Management is responsible for the preparation and fair presentation of the financial statements in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards, and for such internal control as management determines is necessary to enable the preparation of financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

In preparing the financial statements, management is responsible for assessing the Company's ability to continue as a going concern, disclosing, as applicable, matters related to going concern and using the going concern basis of accounting unless management either intends to liquidate the Company or to cease operations, or has no realistic alternative but to do so.

Those charged with governance are responsible for overseeing the Company's financial reporting process.

KPMG

Tanggung Jawab Auditor terhadap Audit atas Laporan Keuangan

Tujuan kami adalah untuk memperoleh keyakinan memadai tentang apakah laporan keuangan secara keseluruhan bebas dari kesalahan penyajian material, baik yang disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan, dan untuk menerbitkan laporan auditor yang mencakup opini kami. Keyakinan memadai merupakan suatu tingkat keyakinan tinggi, namun bukan merupakan suatu jaminan bahwa audit yang dilaksanakan berdasarkan Standar Audit akan selalu mendeteksi kesalahan penyajian material ketika hal tersebut ada. Kesalahan penyajian dapat disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan dan dianggap material jika, baik secara individual maupun secara agregat, dapat diekspektasikan secara wajar akan memengaruhi keputusan ekonomi yang diambil oleh pengguna berdasarkan laporan keuangan tersebut.

Sebagai bagian dari suatu audit berdasarkan Standar Audit, kami menerapkan pertimbangan profesional dan mempertahankan skeptisisme profesional selama audit. Kami juga:

- Mengidentifikasi dan menilai risiko kesalahan penyajian material dalam laporan keuangan, baik yang disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan, merancang dan melaksanakan prosedur audit yang responsif terhadap risiko tersebut, serta memperoleh bukti audit yang cukup dan tepat untuk menyediakan basis bagi opini kami. Risiko tidak terdeteksinya kesalahan penyajian material yang disebabkan oleh kecurangan lebih tinggi dari yang disebabkan oleh kesalahan, karena kecurangan dapat melibatkan kolusi, pemalsuan, penghilangan secara sengaja, pernyataan salah, atau pengabaian pengendalian internal.

- Memperoleh suatu pemahaman tentang pengendalian internal yang relevan dengan audit untuk merancang prosedur audit yang tepat sesuai dengan kondisinya, tetapi bukan untuk tujuan menyatakan opini atas keefektivitasan pengendalian internal Perseroan.

- Mengevaluasi ketepatan kebijakan akuntansi yang digunakan serta kewajaran estimasi akuntansi dan pengungkapan terkait yang dibuat oleh manajemen.

- Menyimpulkan ketepatan penggunaan basis akuntansi kelangsungan usaha oleh manajemen dan, berdasarkan bukti audit yang diperoleh, apakah terdapat suatu ketidakpastian material yang terkait dengan peristiwa atau kondisi yang dapat menyebabkan keraguan signifikan atas kemampuan Perseroan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Ketika kami menyimpulkan bahwa terdapat suatu ketidakpastian material, kami diharuskan untuk menarik perhatian dalam laporan auditor kami ke pengungkapan terkait dalam laporan keuangan atau, jika pengungkapan tersebut tidak memadai, harus menentukan apakah perlu untuk memodifikasi opini kami. Kesimpulan kami didasarkan pada bukti audit yang diperoleh hingga tanggal laporan auditor kami. Namun, peristiwa atau kondisi masa depan

Auditors' Responsibilities for the Audit of the Financial Statements

Our objectives are to obtain reasonable assurance about whether the financial statements as a whole are free from material misstatement, whether due to fraud or error, and to issue an auditors' report that includes our opinion. Reasonable assurance is a high level of assurance, but is not a guarantee that an audit conducted in accordance with the Standards on Auditing will always detect a material misstatement when it exists. Misstatements can arise from fraud or error and are considered material if, individually or in the aggregate, they could reasonably be expected to influence the economic decisions of users taken on the basis of these financial statements.

As part of an audit in accordance with the Standards on Auditing, we exercise professional judgment and maintain professional skepticism throughout the audit. We also:

- *Identify and assess the risks of material misstatement of the financial statements, whether due to fraud or error, design and perform audit procedures responsive to those risks, and obtain audit evidence that is sufficient and appropriate to provide a basis for our opinion. The risk of not detecting a material misstatement resulting from fraud is higher than for one resulting from error, as fraud may involve collusion, forgery, intentional omissions, misrepresentations, or the override of internal control.*

- *Obtain an understanding of internal control relevant to the audit in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the Company's internal control.*

- *Evaluate the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates and related disclosures made by management.*

- *Conclude on the appropriateness of management's use of the going concern basis of accounting and, based on the audit evidence obtained, whether a material uncertainty exists related to events or conditions that may cast significant doubt on the Company's ability to continue as a going concern. If we conclude that a material uncertainty exists, we are required to draw attention in our auditors' report to the related disclosures in the financial statements or, if such disclosures are inadequate, to modify our opinion. Our conclusions are based on the audit evidence obtained up to the date of our auditors' report. However, future events or conditions may cause the Company to cease to continue as a going concern.*

dapat menyebabkan Perseroan tidak dapat mempertahankan kelangsungan usaha.

- Mengevaluasi penyajian, struktur, dan isi laporan keuangan secara keseluruhan, termasuk pengungkapannya, dan apakah laporan keuangan mencerminkan transaksi dan peristiwa yang mendasarinya dengan suatu cara yang mencapai penyajian wajar.

- *Evaluate the overall presentation, structure and content of the financial statements, including the disclosures, and whether the financial statements represent the underlying transactions and events in a manner that achieves fair presentation.*

Kami mengomunikasikan kepada pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola mengenai, antara lain, ruang lingkup dan saat yang direncanakan atas audit, serta temuan audit signifikan, termasuk setiap defisiensi signifikan dalam pengendalian internal yang teridentifikasi oleh kami selama audit.

We communicate with those charged with governance regarding, among other matters, the planned scope and timing of the audit and significant audit findings, including any significant deficiencies in internal control that we identify during our audit.

Kami juga memberikan suatu pernyataan kepada pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola bahwa kami telah mematuhi ketentuan etika yang relevan mengenai independensi, dan mengomunikasikan seluruh hubungan, serta hal-hal lain yang dianggap secara wajar berpengaruh terhadap independensi kami, dan, jika relevan, langkah yang diambil untuk menghilangkan ancaman atau pengamanan yang diterapkan.

We also provide those charged with governance with a statement that we have complied with relevant ethical requirements regarding independence, and communicate with them all relationships and other matters that may reasonably be thought to bear on our independence, and where applicable, action taken to eliminate threats or safeguards applied.

Dari hal-hal yang dikomunikasikan kepada pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola, kami menentukan hal-hal tersebut yang paling signifikan dalam audit atas laporan keuangan periode kini dan oleh karenanya menjadi hal audit utama. Kami menguraikan hal audit utama dalam laporan auditor kami, kecuali peraturan perundang-undangan melarang pengungkapan publik tentang hal tersebut atau ketika, dalam kondisi yang sangat jarang terjadi, kami menentukan bahwa suatu hal tidak boleh dikomunikasikan dalam laporan kami karena konsekuensi merugikan dari mengomunikasikan hal tersebut akan diekspektasikan secara wajar melebihi manfaat kepentingan publik atas komunikasi tersebut.

From the matters communicated with those charged with governance, we determine those matters that were of most significance in the audit of the financial statements of the current period and are therefore the key audit matters. We describe these matters in our auditors' report unless law or regulation precludes public disclosure about the matter or when, in extremely rare circumstances, we determine that a matter should not be communicated in our report because the adverse consequences of doing so would reasonably be expected to outweigh the public interest benefits of such communication.

Kantor Akuntan Publik/*Registered Public Accountants*
Siddharta Widjaja & Rekan

Kartika Singodimejo, S.E., CPA
Izin Akuntan Publik/*Public Accountant License* No. AP. 0847

12 Februari 2026

12 February 2026

Referensi SEOJK No.16/SEOJK.04/2021 Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten Atau Perusahaan Publik

Reference of Circular of the Financial Services Authority No.16/SEOJK.04/2021 on Forms and Contents of Issuer's or Public Listed Company's Annual Report

	Keterangan	Halaman Page		Description
I	**Ketentuan Umum**		I	General Provision
1.	Dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini yang dimaksud dengan:		1.	In this Financial Services Authority Circular Letter what is meant by:
	a. Laporan Tahunan adalah laporan pertanggung jawaban Direksi dan Dewan Komisaris dalam melakukan pengurusan dan pengawasan terhadap emiten atau Perusahaan publik dalam kurun waktu 1 (satu) tahun buku kepada rapat umum pemegang saham yang disusun berdasarkan ketentuan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan mengenai Laporan Tahunan emiten atau Perusahaan Publik	✓		a. The Annual Report is a report on the Board of Directors and Board of Commissioners accountability in managing and supervising issuers or public companies within a period of 1 (one) fiscal year to the general meeting of shareholders prepared based on the provisions of the Financial Services Authority Regulation concerning the Annual Report of issuers or public companies
	b. Emiten adalah pihak yang melakukan penawaran umum	✓		b. Issuers are parties who make public offerings
	c. Perusahaan Publik adalah perseroan yang sahamnya telah dimiliki paling sedikit oleh 300 (tiga ratus) pemegang saham dan memiliki modal disetor paling sedikit Rp3.000.000.000,00 (tiga miliar rupiah) atau suatu jumlah pemegang saham dan modal disetor yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan	✓		c. A Public Company is a company whose shares are owned by at least 300 (three hundred) shareholders and has a paid-up capital of at least Rp3,000,000,000.00 (three billion rupiah) or a number of shareholders and paid-up capital as determined by the Financial Services Authority
	d. Perusahaan Terbuka adalah Emiten yang telah melakukan penawaran umum efek bersifat ekuitas atau Perusahaan Publik	✓		d. A Public Company is an Issuer that has made a public offering of equity securities or a Publically-listed Company
	e. Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) adalah laporan yang diumumkan kepada masyarakat yang memuat kinerja ekonomi, keuangan, sosial, dan lingkungan hidup suatu lembaga jasa keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik dalam menjalankan bisnis berkelanjutan	✓		e. A Sustainability Report is a report published to the public that contains the economic, financial, social, and environmental performance of a financial service institution, Issuer, and Public Company in running a sustainable business
	f. Direksi:			f. Board of Directors:
	1) Bagi Emiten atau Perusahaan Publik berbentuk badan hukum perseroan terbatas adalah Direksi sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan mengenai Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik	✓		1) For an Issuer or a Public Company in the form of a limited liability company, it is the Board of Directors as referred to in the Financial Services Authority Regulation concerning the Board of Directors and Board of Commissioners of an Issuer or Public Company
	2) Bagi Emiten atau Perusahaan Publik berbentuk badan hukum selain perseroan terbatas adalah organ yang melaksanakan pengurusan badan hukum tersebut sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan mengenai badan hukum tersebut	✓		2) For an Issuer or a Public Company in the form of a legal entity other than a limited liability company, it is the body that carries out the management of the legal entity as referred to in the laws and regulations concerning the legal entity

	Keterangan	Halaman Page		Description
	g. Dewan Komisaris:			g. Board of Commissioners:
	1) Bagi Emiten atau Perusahaan Publik berbentuk badan hukum perseroan terbatas adalah Dewan Komisaris sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan mengenai Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik	✓		1) For an Issuer or a Public Company in the form of a limited liability company, the Board of Commissioners as referred to in the Financial Services Authority Regulation concerning the Board of Directors and Board of Commissioners of an Issuer or Public Company
	2) Bagi Emiten atau Perusahaan Publik berbentuk badan hukum selain perseroan terbatas adalah organ yang melakukan pengawasan badan hukum tersebut sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan mengenai badan hukum tersebut	✓		2) For the Issuer or Public Company in the form of a legal entity other than a limited liability company, it is the body that supervises the legal entity as referred to in the laws and regulations concerning the legal entity
	h. Rapat Umum Pemegang Saham yang selanjutnya disingkat RUPS:			h. General Meeting of Shareholders hereinafter abbreviated as GMS:
	1) Bagi Emiten atau Perusahaan Publik berbentuk badan hukum perseroan terbatas adalah RUPS sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan mengenai Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan Terbuka	✓		1) For an Issuer or a Public Company in the form of a limited liability company, it is the GMS as referred to in the Financial Services Authority Regulation concerning the Planning and Organizing of the General Meeting of Shareholders of a Public Company
	2) Bagi Emiten atau Perusahaan Publik berbentuk badan hukum selain perseroan terbatas adalah organ yang mempunyai wewenang yang tidak diberikan kepada organ yang melaksanakan fungsi pengurusan dan fungsi pengawasan, dalam batas yang ditentukan dalam peraturan perundang- undangan dan/atau anggaran dasar yang mengatur badan hukum tersebut	✓		2) For an Issuer or Public Company in the form of a legal entity other than a limited liability company, it is the body that has authority that is not given to any other body that carries out management and supervisory functions, within the limits specified in the legislation and/or articles of association governing the legal entity
2.	Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik merupakan sumber informasi penting bagi investor atau pemegang saham sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi dan sarana pengawasan terhadap Emiten atau Perusahaan Publik	✓	2.	The Annual Report of Issuers or Public Companies is an important source of information for investors or shareholders as one of the basic considerations in making investment decisions and a means of supervision of Issuers or Public Companies
3.	Seiring dengan perkembangan pasar modal dan meningkatnya kebutuhan investor atau pemegang saham atas keterbukaan informasi, Direksi dan Dewan Komisaris dituntut untuk menyajikan informasi yang berkualitas, akurat, dan akuntabel melalui Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik	✓	3.	Along with the development of the capital market and the increasing need for information disclosure by investors or shareholders, the Board of Directors and the Board of Commissioners are required to present quality, accurate, and accountable information through the Annual Reports of Issuers or Public Companies
4.	Laporan Tahunan yang disusun secara teratur dan informatif dapat memberikan kemudahan bagi investor atau pemegang saham dan pemangku kepentingan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan	✓	4.	Annual Reports that are prepared regularly and informatively can provide convenience for investors or shareholders and stakeholders in obtaining the required information
5.	Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini merupakan pedoman bagi Emiten atau Perusahaan Publik yang wajib diterapkan dalam menyusun Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan	✓	5.	This Financial Services Authority Circular is a guideline for Issuers or Public Companies that must be applied in preparing Annual Reports and Sustainability Reports
II	**Bentuk Laporan Tahunan**		II	Format of Annual Report
1.	Laporan Tahunan disajikan dalam bentuk dokumen cetak dan salinan dokumen elektronik	✓	1.	Annual Report should be presented in the printed format and in electronic document copy
2.	Laporan Tahunan yang disajikan dalam bentuk dokumen cetak, dicetak pada kertas yang berwarna terang, berkualitas baik, berukuran A4, dijilid, dan dapat diperbanyak dengan kualitas yang baik	✓	2.	The printed version of the Annual Report should be printed on light-colored paper of fine quality, in A4 size, bound and can be reproduced in good quality

	Keterangan	Halaman Page		Description
3.	Laporan Tahunan dapat menyajikan informasi berupa gambar, grafik, tabel, dan/atau diagram dengan mencantumkan judul dan/atau keterangan yang jelas, sehingga mudah dibaca dan dipahami	✓	3.	The Annual Report may present information in the form of pictures, graphs, tables, and/or diagrams by including clear titles and/or descriptions, so that they are easy to read and understand
4.	Laporan Tahunan yang disajikan dalam bentuk salinan dokumen elektronik merupakan Laporan Tahunan yang dikonversi dalam format *Portable Document Format* (PDF).	✓	4.	The Annual Report presented in electronic document format is the Annual Report converted into Portable Document Format (PDF).
III	**Isi laporan Tahunan**		III	Content of Annual Report
1.	Laporan Tahunan paling sedikit memuat informasi mengenai:		1.	Annual Report should contain at least the following information:
	a. Ikhtisar data keuangan penting;	12-14		a. Summary of key financial information;
	b. Informasi saham (jika ada);	16-18		b. Stock information (if any);
	c. Laporan Direksi;	20-37		c. The Board of Directors report;
	d. Laporan Dewan Komisaris;	38-47		d. The Board of Commissioners report;
	e. Profil Emiten atau Perusahaan Publik;	48-111		e. Profile of Issuer or Public Company;
	f. Analisis dan pembahasan manajemen;	138-231		f. Management discussion and analysis
	g. Tata kelola Emiten atau Perusahaan Publik;	232-353		g. Corporate governance applied by the Issuer or Public Company;
	h. Tanggung jawab sosial dan lingkungan Emiten atau Perusahaan Publik;	354-355		h. Corporate social and environmental responsibility of the Issuer or Public Company;
	i. Laporan keuangan tahunan yang telah diaudit; dan	358-454		i. Audited annual report; and
	j. Surat pernyataan anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris tentang tanggung jawab atas Laporan Tahunan.	356-357		j. Statement that the Board of Directors and the Board of Commissioners are fully responsible for the Annual Report.
2.	Uraian Isi Laporan Tahunan		2.	Description of Content of Annual Report
	a. Ikhtisar Data Keuangan Penting	12-14		a. Summary of Key Financial Information
	Ikhtisar Data Keuangan Penting memuat informasi keuangan yang disajikan dalam bentuk perbandingan selama 3 (tiga) tahun buku atau sejak memulai usahanya jika Emiten atau Perusahaan Publik tersebut menjalankan kegiatan usahanya kurang dari 3 (tiga) tahun, paling sedikit memuat:			Summary of Key Financial Information contains financial information presented in comparison with previous 3 (three) fiscal years or since commencement of business if the Issuers or the Public Company commencing the business less than 3 (three) years, at least contain:
	1) Pendapatan/penjualan;	12		1) Income/sales;
	2) Laba bruto;	12		2) Gross profit;
	3) Laba (rugi);	12		3) Profit (loss);
	4) Jumlah laba (rugi) yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk dan kepentingan non pengendali;	12		4) Total profit (loss) attributable to equity holders of the parent entity and noncontrolling interest;
	5) Total laba (rugi) komprehensif;	12		5) Total comprehensive profit (loss);
	6) Jumlah laba (rugi) komprehensif yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk dan kepentingan non pengendali;	12		6) Total comprehensive profit (loss) attributable to equity holders of the parent entity and non controlling interest;
	7) Laba (rugi) per saham;	12		7) Earning (loss) per share;
	8) Jumlah aset;	13		8) Total assets;
	9) Jumlah liabilitas;	13		9) Total liabilities;

Keterangan	Halaman Page	Description
10) Jumlah ekuitas;	13	10) Total equities;
11) Rasio laba (rugi) terhadap jumlah aset;	14	11) Profit (loss) to total assets rasio;
12) Rasio laba (rugi) terhadap ekuitas;	14	12) Profit (loss) to equities rasio;
13) Rasio laba (rugi) terhadap pendapatan/ penjualan;	14	13) Profit (loss) to income rasio;
14) Rasio lancar;	14	14) Current rasio;
15) Rasio liabilitas terhadap ekuitas;	14	15) Liabilities to equities rasio;
16) Rasio liabilitas terhadap jumlah aset; dan	14	16) Liabilities to total assets rasio; and
17) Informasi dan rasio keuangan lainnya yang relevan dengan Emiten atau Perusahaan Publik dan jenis industrinya.	14	17) Other information and financial ratios relevant to the Issuer or Public Company and type of Industry.
b. Informasi Saham	16-18	b. Stock Information
Informasi Saham (jika ada) paling sedikit memuat:		Stock Information (if any) at least contains:
1) Saham yang telah diterbitkan untuk setiap masa triwulan (jika ada) yang disajikan dalam bentuk perbandingan selama 2 (dua) tahun buku terakhir, paling sedikit meliputi:		1) Shares issued for each three-month period in the last 2 (two) fiscal years (if any), at least covering:
a) Jumlah saham yang beredar;	16-17	a) Number of outstanding shares;
b) Kapitalisasi pasar berdasarkan harga pada Bursa Efek tempat saham dicatatkan;	16-17	b) Market capitalization based on the price at the Stock Exchange where the shares listed on;
c) Harga saham tertinggi, terendah, dan penutupan berdasarkan harga pada Bursa Efek tempat saham dicatatkan; dan	16-17	c) Highest share price, lowest share price, closing share price at the Stock Exchange where the shares listed on; and
d) Volume perdagangan pada Bursa Efek tempat saham dicatatkan.	16-17	d) Share volume at the Stock Exchange where the shares listed on.
Informasi pada huruf b), huruf c), dan huruf d) hanya diungkapkan jika sahamnya tercatat di Bursa Efek;		Information in point b), point c), and point d) only be disclosed if the shares is listed in the Stock Exchange;
2) Dalam hal terjadi aksi korporasi, yang menyebabkan terjadinya perubahan pada saham, seperti pemecahan saham (*stock split*), penggabungan saham (*reverse stock*), dividen saham, saham bonus, dan perubahan nilai nominal saham, penerbitan efek konversi, serta penambahan dan pengurangan modal, informasi saham sebagaimana dimaksud pada angka 1) ditambahkan penjelasan paling sedikit mengenai:		2) In the event of a corporate action that causes changes in shares, such as stock splits, reverse stock, stock dividends, bonus shares, changes in the shares' nominal value, conversion securities issuance, as well as capital additions and deductions, share information as referred to in number 1) shall be added with, at least, explanation regarding:
a) Tanggal pelaksanaan aksi korporasi;	18	a) Date of corporate action;
b) Rasio pemecahan saham (*stock split*), penggabungan saham (*reverse stock*), dividen saham, saham bonus, jumlah efek konversi yang diterbitkan, dan perubahan nilai nominal saham;	18	b) The ratio of stock splits, reverse stock, stock dividends, bonus shares, the number of convertible securities issued, and changes in the nominal value of shares;
c) Jumlah saham beredar sebelum dan sesudah aksi korporasi;	18	c) Number of outstanding shares prior to and after corporate action;
d) Jumlah efek konversi yang dilaksanakan (jika ada); dan	18	d) The number of convertible securities exercised (if any); and
e) Harga saham sebelum dan sesudah aksi korporasi;	18	e) Share price prior to and after corporate action;

Keterangan	Halaman Page	Description
3) Dalam hal terjadi penghentian sementara perdagangan saham (*suspension*), dan/atau penghapusan pencatatan saham (*delisting*) dalam tahun buku, Emiten atau Perusahaan Publik menjelaskan alasan penghentian sementara perdagangan saham (*suspension*) dan/atau penghapusan pencatatan saham (*delisting*) tersebut; dan	18	3) In the event that the company's shares were suspended and/or delisted from trading during the year under review, then the Issuers or Public Company should provide explanation on the reason for the suspension and/or delisting; and
4) Dalam hal penghentian sementara perdagangan saham (*suspension*) sebagaimana dimaksud pada angka 3) dan/ atau proses pembatalan pencatatan saham (*delisting*) masih berlangsung hingga akhir periode Laporan Tahunan, dijelaskan tindakan yang dilakukan untuk menyelesaikan penghentian sementara perdagangan saham (*suspension*) dan/atau pembatalan pencatatan saham (*delisting*) tersebut.	18	4) If the share trading temporary suspension as referred to in number 3) and/or the delisting process is still ongoing until the end of the Annual Report period, the actions taken to resolve the temporary suspension of share trading and/ or cancellation of the share listing (delisting) shall be explained.
c. Laporan Direksi	20-37	c. The Board of Directors Report
Laporan Direksi paling sedikit memuat uraian singkat mengenai:		The Board of Directors Report should at least contain the following items:
1) Kinerja Emiten atau Perusahaan Publik, paling sedikit memuat:		1) The performance of the Issuer or Public Company, at least includes:
a) Strategi dan kebijakan strategis Emiten atau Perusahaan Publik;	22-24	a) Strategy and strategic policies of the Issuer or Public Company;
b) Peranan Direksi dalam perumusan strategi dan kebijakan strategis Emiten atau Perusahaan Publik;	24-25	b) Role of the Board of Directors in formulating strategies and strategic policies of Issuers or Public Companies;
c) Proses yang dilakukan Direksi untuk memastikan implementasi strategi Emiten atau Perusahaan Publik;	25-29	c) Process carried out by the Board of Directors to ensure the implementation of the Issuer's or Public Company's strategy;
d) Perbandingan antara hasil yang dicapai dengan yang ditargetkan Emiten atau Perusahaan Publik; dan	25-29	d) Comparison between achievement of results and targets of the Issuer's or Public Company's; and
e) Kendala yang dihadapi Emiten atau Perusahaan Publik;	25-29	e) Challenges faced by the Issuer or Public Company;
2) Gambaran tentang prospek usaha Emiten dan Perusahaan Publik; dan	34-36	2) Description on business prospects of the Issuer's or Public Company's; and
3) Penerapan tata kelola Emiten atau Perusahaan Publik.	29-32	3) Implementation of good corporate governance by Issuer or Public Company.
d. Laporan Dewan Komisaris	38-47	d. The Board of Commissioners Report
Laporan Dewan Komisaris paling sedikit memuat uraian singkat mengenai:		The Board of Commissioners Report should at least contain the following items:
1) Penilaian terhadap kinerja Direksi mengenai pengelolaan Emiten atau Perusahaan Publik, termasuk pengawasan Dewan Komisaris dalam perumusan dan implementasi strategi Emiten atau Perusahaan Publik yang dilakukan oleh Direksi;	43-44	1) Assessment on the performance of the Board of Directors in managing the Issuer or the Public Company, including the supervision of the Board of Commissioners in the strategies formulation and implementation for Issuers or Public Companies carried out by the Board of Directors;
2) Pandangan atas prospek usaha Emiten atau Perusahaan Publik yang disusun oleh Direksi; dan	46-47	2) View on the business prospects of the Issuer or Public Company as established by the Board of Directors; and
3) Pandangan atas penerapan tata kelola Emiten atau Perusahaan Publik.	44-45	3) View on the implementation of the corporate governance by the Issuer or Public.

Keterangan	Halaman Page	Description
e. Profil Emiten atau Perusahaan Publik	48-111	e. Profile of the Issuer or Public Company
Profil Emiten atau Perusahaan Publik paling sedikit memuat informasi:		Profile of the Issuer or Public Company should cover at least information:
1) Nama Emiten atau Perusahaan Publik termasuk apabila terdapat perubahan nama, alasan perubahan, dan tanggal efektif perubahan nama pada tahun buku;	49	1) Name of Issuer or Public Company, including change of name, reason of change, and the effective date of the change of name during the year under review;
2) Akses terhadap Emiten atau Perusahaan Publik termasuk kantor cabang atau kantor perwakilan yang memungkinkan masyarakat dapat memperoleh informasi mengenai Emiten atau Perusahaan Publik, meliputi:		2) Access to Issuer or Public Company, including branch office or representative office, where public can have access of information of the Issuer or Public Company, which include:
a) Alamat;	50	a) Address;
b) Nomor telepon;	50	b) Telephone number;
c) Alamat surat elektronik; dan	50	c) E-mail address; and
d) Alamat Situs Web;	50	d) Website address;
3) Riwayat singkat Emiten atau Perusahaan Publik;	52-53	3) Brief history of the Issuer or Public Company;
4) Visi dan misi Emiten atau Perusahaan Publik;	54	4) Vision and mission of the Issuer or Public Company;
5) Kegiatan usaha menurut anggaran dasar terakhir, kegiatan usaha yang dijalankan pada tahun buku, serta jenis barang dan/atau jasa yang dihasilkan;	56-57	5) Line of business according to the latest Articles of Association, and types of products and/or services produced;
6) Wilayah operasional Emiten atau Perusahaan Publik; Wilayah operasional merupakan wilayah atau daerah pelaksanaan kegiatan operasional atau jangkauan dari kegiatan operasional perusahaan.	58-59	6) Operational area of the Issuer or Public Company; The operational area is the area or area for the implementation of operational activities or the range of the company's operating activities.
7) Struktur organisasi Emiten atau Perusahaan Publik dalam bentuk bagan, paling sedikit sampai dengan struktur 1 (satu) tingkat di bawah Direksi, termasuk komite di bawah Direksi (jika ada) dan komite di bawah Dewan Komisaris, disertai dengan nama dan jabatan;	60-61	7) Structure of organization of the Issuer or Public Company in chart form, at least 1(one) level below the Board of Directors, including committees under the Board of Directors (if any) and the Board of Commissioners, accompanied by names and positions;
8) Daftar keanggotaan asosiasi industri baik dalam skala nasional maupun internasional yang berkaitan dengan penerapan keuangan berkelanjutan;	89-93	8) List of industry association memberships both on a national and international scale related to the implementation of sustainable finance;
9) Profil Direksi, paling sedikit memuat:	77-83	9) The Board of Directors profiles include:
a) Nama dan jabatan yang sesuai dengan tugas dan tanggung jawab;	77-83	a) Name and short description of duties and functions;
b) Foto terbaru;	77-83	b) Latest photograph;
c) Usia;	77-83	c) Age;
d) Kewarganegaraan;	77-83	d) Citizenship;
e) Riwayat pendidikan dan/atau sertifikasi;	77-83	e) Education and/or certification;

Keterangan	Halaman Page	Description
f) Riwayat jabatan, meliputi informasi:		f) History position, covering information on:
(1) Dasar hukum penunjukan sebagai anggota Direksi pada Emiten atau Perusahaan Publik yang bersangkutan	77-83	(1) Legal basis for appointment as member of the Board of Directors to the said Issuer or Public Company
(2) Rangkap jabatan, baik sebagai anggota Direksi, anggota Dewan Komisaris, dan/atau anggota komite serta jabatan lainnya baik di dalam maupun di luar Emiten atau Perusahaan Publik. Dalam hal anggota Direksi tidak memiliki rangkap jabatan, maka diungkapkan mengenai hal tersebut; dan	77-83	(2) Dual position, as member of the Board of Directors, member of the Board of Commissioners, and/or member of committee, and other positions inside and outside the Issuer or Public Company. If a member of the Board of Directors does not have concurrent positions, then this is disclosed; and
(3) Pengalaman kerja beserta periode waktunya baik di dalam maupun di luar Emiten atau Perusahaan Publik.	77-83	(3) Working experience and period in and outside the Issuer or Public Company.
g) Hubungan afiliasi dengan anggota Direksi lainnya, anggota Dewan Komisaris, pemegang saham utama, dan pengendali baik langsung maupun tidak langsung sampai kepada pemilik individu, meliputi nama pihak yang terafiliasi. Dalam hal anggota Direksi tidak memiliki hubungan afiliasi, maka Emiten atau Perusahaan Publik mengungkapkan hal tersebut; dan	77-83	g) Affiliation with other members of the Board of Directors, members of the Board of Commissioners, majority and controlling shareholders, either directly or indirectly to individual owners, including names of affiliated parties. In the event that a member of the Board of Directors has no affiliation, the Issuer or Public Company shall disclose this matter; and
h) Perubahan komposisi anggota Direksi dan alasan perubahannya. Dalam hal tidak terdapat perubahan komposisi anggota Direksi, maka diungkapkan mengenai hal tersebut;	62-63	h) Changes in the composition of the members of the Board of Directors and the reasons for the changes. In the event that there is no change in the composition of the members of the Board of Directors, this matter shall be disclosed
10) Profil Dewan Komisaris, paling sedikit memuat:	65-76	10) The Board of Commissioners profiles, at least include:
a) Nama;	65-76	a) Name;
b) Foto terbaru;	65-76	b) Latest photograph;
c) Usia;	65-76	c) Age;
d) Kewarganegaraan;	65-76	d) Citizenship;
e) Riwayat pendidikan dan/atau sertifikasi;	65-76	e) Education and/or certification;
f) Riwayat jabatan, meliputi informasi:	65-76	f) History position, covering information on:
(1) Dasar hukum pengangkatan sebagai anggota Dewan Komisaris;	65-76	(1) Legal basis for the appointment as member of the Board of Commissioners;
(2) Dasar hukum pengangkatan pertama kali sebagai anggota Dewan Komisaris yang merupakan Komisaris Independen pada Emiten atau Perusahaan Publik yang bersangkutan;	65-76	(2) Legal bases for the first appointment as member of the Board of Commissioners who also Independent Commissioner at the said Issuer or Public Company
(3) Rangkap jabatan, baik sebagai anggota Dewan Komisaris, anggota Direksi, dan/atau anggota komite serta jabatan lainnya baik di dalam maupun di luar Emiten atau Perusahaan Publik. Dalam hal anggota Dewan Komisaris tidak memiliki rangkap jabatan, maka diungkapkan mengenai hal tersebut; dan	65-76	(3) Dual position as member of the Board of Commissioners, member of the Board of Directors, and/or member of committee and other position inside and outside the Issuer or Public Company. If a member of the Board of Commissioners does not have concurrent positions, then this is disclosed; and

Keterangan	Halaman Page	Description
(4) Pengalaman kerja beserta periode waktunya baik di dalam maupun di luar Emiten atau Perusahaan Publik.	65-76	(4) Working experience and period in and outside the Issuer or Public Company.
g) Hubungan afiliasi dengan anggota Dewan Komisaris lainnya, pemegang saham utama, dan pengendali baik langsung maupun tidak langsung sampai kepada pemilik individu, meliputi nama pihak yang terafiliasi; Dalam hal anggota Dewan Komisaris tidak memiliki hubungan afiliasi, maka Emiten atau Perusahaan Publik mengungkapkan hal tersebut;	65-76	g) Affiliation with other members of the Board of Commissioners, major shareholders, and controllers either directly or indirectly to individual owners, including names of affiliated parties in the event that a member of the Board of Commissioners has no affiliation, the Issuer or Public Company shall disclose this matter;
h) Pernyataan independensi Komisaris Independen dalam hal Komisaris Independen telah menjabat lebih dari 2 (dua) periode; dan	257-258	h) Statement of independence of Independent Commissioner in the event that the Independent Commissioner has been appointed more than 2 (two) periods; and
i) Perubahan komposisi anggota Dewan Komisaris dan alasan perubahannya. Dalam hal tidak terdapat perubahan komposisi anggota Dewan Komisaris, maka diungkapkan mengenai hal tersebut;	62-63	i) Changes in the composition of the members of the Board of Commissioners and the reasons for the changes. In the event that there is no change in the composition of the members of the Board of Commissioners, this matter shall be disclosed;
11) Dalam hal terdapat perubahan susunan anggota Direksi dan/atau anggota Dewan Komisaris yang terjadi setelah tahun buku berakhir sampai dengan batas waktu penyampaian Laporan Tahunan, susunan yang dicantumkan dalam Laporan Tahunan adalah susunan anggota Direksi dan/atau anggota Dewan Komisaris yang terakhir dan sebelumnya;	64	11) In the event of changes in the composition of the Board of Directors and/or the Board of Commissioners' members that occurred after the fiscal year ends until the deadline for submission of the Annual Report, the composition to be included in the Annual Report is the latest and the previous composition of the Board of Directors and/or the Board of Commissioners' members;
12) Jumlah karyawan menurut jenis kelamin, jabatan, usia, tingkat pendidikan, dan status ketenagakerjaan (tetap/kontrak) dalam tahun buku; Pengungkapan informasi dapat disajikan dalam bentuk tabel.	115-116	12) Number of employees by gender, position, age, education level, and employment status (permanent/ contracted) in the fiscal year; Disclosure of information can be presented in tabular form.
13) Nama pemegang saham dan persentase kepemilikan pada akhir tahun buku, yang terdiri dari informasi mengenai:	84-85	13) Names of shareholders and ownership percentage at the end of the fiscal year, which consists of information regarding:
a) Pemegang saham yang memiliki 5% (lima persen) atau lebih saham emiten atau Perusahaan Publik;	84	a) Shareholders having 5% (five percent) or more shares of Issuer or Public Company;
b) Anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris yang memiliki saham Emiten atau Perusahaan Publik. Dalam hal seluruh anggota Direksi dan/atau seluruh anggota Dewan Komisaris tidak memiliki saham, maka diungkapkan mengenai hal tersebut; dan	85	b) Commissioners and Directors who own shares of the Issuers or Public Company. If all members of the Board of Directors and/or all members of the Board of Commissioners do not own shares, then this matter is disclosed; and
c) Kelompok pemegang saham masyarakat, yaitu kelompok pemegang saham yang masing-masing memiliki kurang dari 5% (lima persen) saham emiten atau perusahaan publik; Informasi di atas dapat disajikan dalam bentuk tabel.	85	c) Groups of public shareholders, or groups of shareholders, each with less than 5% (five percent) ownership shares of the shares of the Issuer or Public Company; The above information can be presented in tabular form.

	Keterangan	Halaman Page	Description
14)	Persentase kepemilikan tidak langsung atas saham Emiten atau Perusahaan Publik oleh anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris pada awal dan akhir tahun buku, termasuk informasi mengenai pemegang saham yang terdaftar dalam daftar pemegang saham untuk kepentingan kepemilikan tidak langsung anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris; Dalam hal seluruh anggota Direksi dan/ atau seluruh anggota Dewan Komisaris tidak memiliki kepemilikan tidak langsung atas saham Emiten atau Perusahaan Publik, maka diungkapkan mengenai hal tersebut.	85	14) The percentage of indirect ownership of the shares of the Issuer or Public Company by members of the Board of Directors and members of the Board of Commissioners at the beginning and end of the fiscal year, including information on shareholders registered in the shareholder register for the benefit of indirect ownership of members of the Board of Directors and members of the Board of Commissioners; If all members of the Board of Directors and/or Board of Commissioners do not have indirect ownership of the shares of the Issuer or Public Company, this matter shall be disclosed.
15)	Jumlah pemegang saham dan persentase kepemilikan per akhir tahun buku berdasarkan klasifikasi:	85	15) Number of shareholders and ownership percentage at the end of the fiscal year, based on:
	a) Kepemilikan institusi lokal;	85	a) Ownership of local institutions;
	b) Kepemilikan institusi asing;	85	b) Ownership of foreign institutions;
	c) Kepemilikan individu lokal; dan	85	c) Ownership of local individual; and
	d) Kepemilikan individu asing;	85	d) Ownership of foreign individual;
16)	Informasi mengenai pemegang saham utama dan pengendali Emiten atau Perusahaan Publik, baik langsung maupun tidak langsung, sampai kepada pemilik individu, yang disajikan dalam bentuk skema atau bagan;	84	16) Information on major shareholders and controlling shareholders the Issuers of Public Company, directly or indirectly, and also individual shareholder, presented in the form of scheme or diagram;
17)	Nama entitas anak, perusahaan asosiasi, perusahaan ventura bersama dimana Emiten atau Perusahaan Publik memiliki pengendalian bersama entitas (jika ada), beserta persentase kepemilikan saham, bidang usaha, total aset, dan status operasi entitas anak, perusahaan asosiasi, perusahaan ventura bersama; Untuk entitas anak, ditambahkan informasi mengenai alamat entitas anak tersebut.	86	17) Name of subsidiaries, associated companies, joint venture controlled by Issuers or Public Company, with entity (if any), percentage of stock ownership, line of business, total assets and operating status of the Issuers of Public Company of the subsidiary, associated company, joint venture company; For subsidiaries, include the addresses of the said subsidiaries.
18)	Kronologi pencatatan saham, jumlah saham, nilai nominal, dan harga penawaran dari awal pencatatan hingga akhir tahun buku serta nama Bursa Efek dimana saham Emiten atau Perusahaan Publik dicatatkan, termasuk pemecahan saham (*stock split*), penggabungan saham (*reverse stock*), dividen saham, saham bonus, dan perubahan nilai nominal saham, pelaksanaan efek konversi, pelaksanaan penambahan dan pengurangan modal (jika ada);	87	18) Chronology of share listing, number of shares, par value, and bid price from the beginning of listing up to the end of the financial year, and name of Stock Exchange where the Issuers of Public Company shares are listed; including stock splits, reverse stock, stock dividends, bonus shares, and changes in the nominal value of shares, implementation of conversion effects, implementation of capital additions and subtractions (if any);
19)	Informasi pencatatan efek lainnya selain efek sebagaimana dimaksud pada angka 18), yang belum jatuh tempo pada tahun buku paling sedikit memuat nama efek, tahun penerbitan, tingkat suku bunga/imbal hasil, tanggal jatuh tempo, nilai penawaran, dan peringkat efek (jika ada);	88	19) Other securities listing information other than the securities as referred to in number 18), which have not yet matured in the fiscal year, at least contain the name of the securities, year of issue, interest rate/ yield, maturity date, offering value, and securities rating (if any);

	Keterangan	Halaman Page		Description
	20) Informasi penggunaan jasa akuntan publik (AP) dan kantor akuntan publik (KAP) beserta jaringan/ asosiasi/aliansinya meliputi:	88		20) Information on the use of a Public Accountant (AP) and a Public Accounting firm (KAP) services and their networks/ associations/alliances include:
	a) Nama dan alamat;	88		a) Name and address
	b) Periode penugasan;	88		b) Period of assignment
	c) Informasi jasa audit dan/atau non audit yang diberikan;	88		c) Information on scope of audit and/or nonaudit services
	d) Biaya jasa (fee) audit dan/atau non audit untuk masing-masing penugasan yang diberikan selama tahun buku; dan	88		d) Audit and/or non-audit fees for each assignment given during the fiscal year; and
	e) Dalam hal AP dan KAP beserta jaringan/ asosiasi/aliansinya, yang ditunjuk tidak memberikan jasa non audit, maka diungkapkan mengenai informasi tersebut; dan Pengungkapan informasi penggunaan jasa AP dan KAP beserta jaringan/asosiasi/ aliansinya dapat disajikan dalam bentuk tabel.	88		e) In the event that AP and KAP and their network/ association/ alliance, which are appointed do not provide non-audit services, then the information is disclosed; and Disclosure of information on the use of AP and KAP services and their networks/ associations/allies can be presented in tabular form.
	21) Nama dan alamat lembaga dan/atau profesi penunjang pasar modal selain AP dan KAP.	89		21) Name and address of capital market supporting institutions and/or professionals other than AP and KAP.
f.	Analisis dan Pembahasan Manajemen	138-231	f.	Management Discussion and Analysis
	Analisis dan pembahasan manajemen memuat analisis dan pembahasan mengenai laporan keuangan dan informasi penting lainnya dengan penekanan pada perubahan material yang terjadi dalam tahun buku, yaitu paling sedikit memuat:			Management Analysis and Discussion Annual should contain discussion and analysis on financial statements and other material information emphasizing material changes that occurred during the year under review, at least including:
	1) Tinjauan operasi per segmen usaha sesuai dengan jenis industri Emiten atau Perusahaan Publik, paling sedikit mengenai:	139-198		1) Operational review per business segment, according to the type of industry of the Issuer or Public Company including:
	a) Produksi, yang meliputi proses, kapasitas, dan perkembangannya;	139-198		a) Production, including process, capacity, and growth;
	b) Pendapatan/penjualan; dan	139-198		b) Income/sales; and
	c) Profitabilitas;	139-198		c) Profitability;
	2) Kinerja keuangan komprehensif yang mencakup perbandingan kinerja keuangan dalam 2 (dua) tahun buku terakhir, penjelasan tentang penyebab adanya perubahan dan dampak perubahan tersebut, paling sedikit mengenai:	199-231		2) comprehensive financial performance analysis which includes a comparison between the financial performance of the last 2 (two) fiscal years, and explanation on the causes and effects of such changes, among others concerning:
	a) Aset lancar, aset tidak lancar, dan total aset;	200		a) Current assets, non-current assets, and total assets;
	b) Liabilitas jangka pendek, liabilitas jangka panjang, dan total liabilitas;	204-206		b) Short term liabilities, long term liabilities, total liabilities;
	c) Ekuitas;	206-207		c) Equities;
	d) Pendapatan/penjualan, beban, laba (rugi), penghasilan komprehensif lain, dan total laba (rugi) komprehensif; dan	207-210		d) Sales/operating revenues, expenses and profit (loss), other comprehensive revenues, and total comprehensive profit (loss); and
	e) Arus kas;	211-212		e) Cash flows;

	Keterangan	Halaman Page		Description
3)	Kemampuan membayar utang atau kewajiban dengan menyajikan perhitungan rasio yang relevan;	212	3)	The capacity to pay debts by including the computation of relevant ratios;
4)	Tingkat kolektibilitas piutang emiten atau perusahaan publik dengan menyajikan perhitungan rasio yang relevan;	213	4)	Accounts receivable collectability of the Issuer or Public Company, including the computation of the relevant ratios;
5)	Struktur modal (*capital structure*) dan kebijakan manajemen atas struktur modal (*capital structure*) tersebut disertai dasar penentuan kebijakan dimaksud;	214	5)	Capital structure and management policies concerning capital structure, including the basis for determining the said policy;
6)	Bahasan mengenai ikatan yang material untuk investasi barang modal dengan penjelasan paling sedikit meliputi:	214	6)	discussion on material ties for the investment of capital goods, including the explanation on at least:
	a) Tujuan dari ikatan tersebut;	214		a) The purpose of such ties;
	b) Sumber dana yang diharapkan untuk memenuhi ikatan tersebut;	214		b) Source of funds expected to fulfill the said ties;
	c) Mata uang yang menjadi denominasi; dan	214		c) Currency of denomination; and
	d) Langkah yang direncanakan emiten atau perusahaan publik untuk melindungi risiko dari posisi mata uang asing yang terkait;	214		d) Steps taken by the Issuer of Public Company to protect the position of a related foreign currency against risks;
7)	Bahasan mengenai investasi barang modal yang direalisasikan dalam tahun buku terakhir, paling sedikit memuat:	214-217	7)	Discussion on investment of capital goods which was realized in the last fiscal year, at least include:
	a) Jenis investasi barang modal;	214-217		a) Type of investment of capital goods;
	b) Tujuan investasi barang modal; dan	214-217		b) Objective of the investment of capital goods; and
	c) Nilai investasi barang modal yang dikeluarkan;	214-217		c) Value of the investment of capital good;
8)	Informasi dan fakta material yang terjadi setelah tanggal laporan akuntan (jika ada);	219	8)	Material Information and facts that occurring after the date of the accountant's report (if any);
9)	Prospek usaha dari emiten atau perusahaan publik dikaitkan dengan kondisi industri, ekonomi secara umum dan pasar internasional disertai data pendukung kuantitatif dari sumber data yang layak dipercaya;	219-221	9)	Information on the prospects of the Issuer or the Company in connection with industry, economy in general, accompanied with supporting quantitative data if there is a reliable data source;
10)	Perbandingan antara target/proyeksi pada awal tahun buku dengan hasil yang dicapai (realisasi), mengenai:	217-218	10)	Comparison between target/projection at beginning of year and result (realization), concerning:
	a) Pendapatan/penjualan	217-218		a) Income/sales
	b) Laba (rugi)	217-218		b) Profit (loss)
	c) Struktur modal (*capital structure*); atau	217-218		c) Capital structure; or
	d) Hal lainnya yang dianggap penting bagi Emiten atau Perusahaan Publik.	217-218		d) Others that deemed necessary for the Issuer or Public Company.
11)	Target/proyeksi yang ingin dicapai Emiten atau Perusahaan Publik untuk 1 (satu) tahun mendatang, mengenai:	218-219	11)	Target/projection at most for the next one year of the Issuer or Public Company, concerning:
	a) Pendapatan/penjualan;	218-219		a) Income/sales;

Keterangan	Halaman Page	Description
b) Laba (rugi);	218-219	b) Profit (loss);
c) Struktur modal (*capital structure*);	218-219	c) Capital structure;
d) Kebijakan dividen; atau	218-219	d) Dividend policy; atau
e) Hal lainnya yang dianggap penting bagi Emiten atau Perusahaan Publik;	218-219	e) Others that deemed necessary for the Issuer or Public Company.
12) Aspek pemasaran atas barang dan/atau jasa Emiten atau Perusahaan Publik, paling sedikit mengenai strategi pemasaran dan pangsa pasar;	221-222	12) Marketing aspects of the company's products and/or services the Issuer or Public Company, among others marketing strategy and market share;
13) Uraian mengenai dividen selama 2 (dua) tahun buku terakhir, paling sedikit:	223-224	13) Description regarding the dividend policy during the last 2 (two) fiscal years, at least:
a) Kebijakan dividen, antara lain memuat informasi persentase jumlah dividen yang dibagikan terhadap laba bersih;	223-224	a) Dividend policy, which includes information on the percentage of dividends distributed to net income;
b) Tanggal pembayaran dividen kas dan/ atau tanggal distribusi dividen non kas;	223-224	b) The date of the payment of cash dividend and/or date of distribution of non-cash dividend;
c) Jumlah dividen per saham (kas dan/atau non kas); dan	223-224	c) Amount of cash per share (cash and/or non cash); and
d) Jumlah dividen per tahun yang dibayar;	223-224	d) Amount of dividend per year paid;
Pengungkapan informasi dapat disajikan dalam bentuk tabel. Dalam hal Emiten atau Perusahaan Publik tidak membagikan dividen dalam 2 (dua) tahun terakhir, maka diungkapkan mengenai hal tersebut		Disclosure of information can be presented in tabular form. In the event that the Issuer or Public Company does not distribute dividends in the last 2 (two) years, this matter shall be disclosed
14) Realisasi penggunaan dana hasil Penawaran Umum, dengan ketentuan:	225	14) Use of proceeds from Public Offerings, under the condition of:
a) Dalam hal selama tahun buku, Emiten memiliki kewajiban menyampaikan laporan realisasi penggunaan dana, maka diungkapkan realisasi penggunaan dana hasil Penawaran Umum secara kumulatif sampai dengan akhir tahun buku; dan	225	a) During the year under review, on which the Issuer has the obligation to report the realization of the use of proceeds, then the realization of the cumulative use of proceeds until the year end should be disclosed; and
b) Dalam hal terdapat perubahan penggunaan dana sebagaimana diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan mengenai Laporan Realisasi Penggunaan Dana Hasil Penawaran Umum, maka Emiten menjelaskan perubahan tersebut;	225	b) In the event that there were changes in the use of proceeds as stipulated in the Regulation of the Financial Services Authority on the Report of the Utilization of Proceeds from Public Offering, then Issuer should explain the said changes;
15) Informasi material (jika ada), antara lain mengenai investasi, ekspansi, divestasi, penggabungan/peleburan usaha, akuisisi, restrukturisasi utang/modal, transaksi Afiliasi, dan transaksi yang mengandung benturan kepentingan, yang terjadi pada tahun buku, paling sedikit memuat:	225-226	15) Material information (if any), among others concerning investment, expansion, divestment, acquisition, debt/capital restructuring, transactions with related parties and transactions with conflict of interest that occurred during the year under review, among others include:
a) Tanggal, nilai, dan objek transaksi;	225-226	a) Transaction date, value, and object;
b) Nama pihak yang melakukan transaksi;	225-226	b) Name of transacting parties;
c) Sifat hubungan Afiliasi (jika ada);	225-226	c) Nature of related parties (if any);
d) Penjelasan mengenai kewajaran transaksi;	225-226	d) Description of the fairness of the transaction;
e) Pemenuhan ketentuan terkait; dan	225-226	e) Compliance with related rules and regulations; and

Keterangan	Halaman Page	Description
f) Dalam hal terdapat hubungan afiliasi, selain mengungkapkan informasi sebagaimana dimaksud dalam huruf a) sampai dengan huruf e), Emiten atau Perusahaan Publik juga mengungkapkan informasi:		f) In the event that there is an affiliation relationship, apart from disclosing the information as referred to in letter a) to letter e), the Issuer or Public Company also discloses information:
(1) Pernyataan Direksi bahwa transaksi afiliasi telah melalui prosedur yang memadai untuk memastikan bahwa transaksi afiliasi dilaksanakan sesuai dengan praktik bisnis yang berlaku umum antara lain dilakukan dengan memenuhi prinsip transaksi yang wajar (*arms-length principle*); dan	225-226	(1) A statement from the Board of Directors that the affiliate transaction has gone through adequate procedures to ensure that the affiliate transaction is carried out in accordance with generally accepted business practices, by complying with the arms-length principle; and
(2) Peran Dewan Komisaris dan komite audit dalam melakukan prosedur yang memadai untuk memastikan bahwa transaksi afiliasi dilaksanakan sesuai dengan praktik bisnis yang berlaku umum antara lain dilakukan dengan memenuhi prinsip transaksi yang wajar (*arms-length principle*);	225-226	(2) The role of the Board of Commissioners and the audit committee in carrying out adequate procedures to ensure that affiliated transactions are carried out in accordance with generally accepted business practices, by complying with the arms-length principle
g) Untuk transaksi afiliasi atau transaksi material yang merupakan kegiatan usaha yang dijalankan dalam rangka menghasilkan pendapatan usaha dan dijalankan secara rutin, berulang, dan/atau berkelanjutan, ditambahkan penjelasan bahwa transaksi afiliasi atau transaksi material tersebut merupakan kegiatan usaha yang dijalankan dalam rangka menghasilkan pendapatan usaha dan dijalankan secara rutin, berulang, dan/atau berkelanjutan; Dalam hal transaksi afiliasi atau transaksi material dimaksud telah diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan, ditambahkan informasi mengenai rujukan pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan tersebut.	225-226	g) For affiliated or material transactions, which are business activities carried out to generate business income and are carried out regularly, repeatedly, and/or continuously, an explanation is added that the affiliated or material transactions are business activities carried out to generate operating income. and run regularly, repeatedly, and/or continuously; If the affiliated or material transactions have been disclosed in the annual financial statements, additional information regarding the disclosure reference in the annual financial statements is added.
h) Untuk pengungkapan transaksi afiliasi dan/atau transaksi benturan kepentingan yang merupakan hasil pelaksanaan transaksi afiliasi dan/atau transaksi benturan kepentingan yang telah disetujui pemegang saham independen, ditambahkan informasi mengenai tanggal pelaksanaan RUPS yang menyetujui transaksi afiliasi dan/atau transaksi benturan kepentingan tersebut;	226	h) For disclosure of affiliated transactions and/or conflict of interest transactions resulting from the implementation of affiliated transactions and/or conflict of interest transactions that have been approved by independent shareholders, additional information regarding the date of the GMS which approved the affiliated transactions and/or conflict of interest transactions is added;
i) Dalam hal tidak terdapat transaksi afiliasi dan/atau transaksi benturan kepentingan, maka diungkapkan mengenai hal tersebut;	226	i) In the event that there is no affiliated transaction and/or conflict of interest transaction, then this shall be disclosed;
16) Perubahan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berpengaruh signifikan terhadap Emiten atau Perusahaan Publik dan dampaknya terhadap laporan keuangan (jika ada); dan	230	16) Changes in regulation which have a significant effect on the Issuer or Public Company and impacts on the company (if any); and
17) Perubahan kebijakan akuntansi, alasan dan dampaknya terhadap laporan keuangan (jika ada).	230-231	17) Changes in the accounting policy, rationale and impact on the financial statement (if any).

Keterangan	Halaman Page	Description
g. Tata Kelola Emiten atau Perusahaan Publik	232-353	g. Corporate Governance of the Issuer or Public Company
Tata kelola Emiten atau Perusahaan Publik paling sedikit memuat uraian singkat mengenai:		Corporate Governance of the Issuer or Public Company contains at least:
1) RUPS, paling sedikit memuat:		1) GMS, at least contains:
a) Informasi mengenai keputusan RUPS pada tahun buku dan 1 (satu) tahun sebelum tahun buku meliputi:	237-255	a) Information regarding the resolutions of the GMS in the fiscal year and 1 (one) year prior to the fiscal year include:
(1) Keputusan RUPS pada tahun buku dan 1 (satu) tahun sebelum tahun buku yang direalisasikan pada tahun buku; dan	237-255	(1) Resolutions of the GMS in the fiscal year and 1 (one) year before the fiscal year realized in the fiscal year; and
(2) Keputusan RUPS pada tahun buku dan 1 (satu) tahun sebelum tahun buku yang belum direalisasikan beserta alasan belum direalisasikan;	237-255	(2) Resolutions of the GMS in the fiscal year and 1 (one) year before the fiscal year that have not been realized and the reasons for not realizing them;
b) Dalam hal Emiten atau Perusahaan Publik menggunakan pihak independen dalam pelaksanaan RUPS untuk melakukan perhitungan suara, maka diungkapkan mengenai hal tersebut;	240-241	b) In the event that the Issuer or Public Company uses an independent party in the conduct of the GMS to calculate the votes, then this matter shall be disclosed;
2) Direksi, paling sedikit memuat:	268-279	2) The Board of Directors, at the minimum, contains:
a) Tugas dan tanggung jawab masing-masing anggota Direksi; Informasi mengenai tugas dan tanggung jawab masing-masing anggota Direksi diuraikan dan dapat disajikan dalam bentuk tabel.	270-271	a) The tasks and responsibilities of each member of the Board of Directors; The duties and responsibilities of each member of the Board of Directors are described and can be presented in tabular form.
b) Pernyataan bahwa Direksi memiliki pedoman atau piagam (*charter*) Direksi;	271	b) Statement that the Board of Directors has already have board manual or charter;
c) Kebijakan dan pelaksanaan tentang frekuensi rapat Direksi, termasuk rapat bersama Dewan Komisaris, dan tingkat kehadiran anggota Direksi dalam rapat tersebut termasuk tingkat kehadiran dalam RUPS; Informasi tingkat kehadiran anggota Direksi dalam rapat Direksi, rapat Direksi bersama Dewan Komisaris, atau RUPS dapat disajikan dalam bentuk tabel.	274-277	c) Policies and implementation of the frequency of meetings of the Board of Directors, meetings of the Board of Directors with the Board of Commissioners, and the level of attendance of members of the Board of Directors in the meeting including attendance at the GMS; Information on the Board of Directors member's level of attendance at the meeting of the Board of Directors, the meeting of the Board of Directors with the Board of Commissioners, or the GMS can be presented in tabular form.
d) Pelatihan dan/atau peningkatan kompetensi anggota Direksi:	128, 277-278	d) Training and/or competency development of members of the Board of Directors:
(1) Kebijakan pelatihan dan/atau peningkatan kompetensi anggota Direksi, termasuk program orientasi bagi anggota Direksi yang baru diangkat (jika ada); dan	277-278	(1) Policies for training and/or improving the competence of members of the Board of Directors, including an orientation program for newly appointed members of the Board of Directors (if any); and
(2) Pelatihan dan/atau peningkatan kompetensi yang diikuti anggota Direksi dalam tahun buku (jika ada);	128	(2) Training and/or competency improvement attended by members of the Board of Directors in the fiscal year (if any);

Keterangan	Halaman Page	Description
e) Penilaian Direksi terhadap kinerja komite yang mendukung pelaksanaan tugas Direksi pada tahun buku paling sedikit memuat:	279	e) The Board of Directors' assessment of the performance of the committees that support the implementation of the Board of Directors' duties for the fiscal year shall at least contain:
(1) Prosedur penilaian kinerja; dan	279	(1) Performance appraisal procedures; and
(2) Kriteria yang digunakan seperti capaian kinerja selama tahun buku, kompetensi dan kehadiran dalam rapat; dan	279	(2) The criteria used are performance achievements during the fiscal year, are competence and attendance at meetings; and
f) Dalam hal Emiten atau Perusahaan Publik tidak memiliki komite yang mendukung pelaksanaan tugas Direksi, maka diungkapkan mengenai hal tersebut.	279	f) In the event that the Issuer or Public Company does not have a committee that supports the implementation of the duties of the Board of Directors, this matter shall be disclosed.
3) Dewan Komisaris, paling sedikit memuat:	256-268	3) The Board of Commissioners, at the minimum, contains:
a) Tugas dan tanggung jawab Dewan Komisaris;	258	a) Duties and responsibilities of the Board of Commissioners;
b) Pernyataan bahwa Dewan Komisaris memiliki pedoman atau piagam (*charter*) Dewan Komisaris;	259-260	b) Statement that the Board of Commissioner has already have the board manual or charter;
c) Kebijakan dan pelaksanaan tentang frekuensi rapat Dewan Komisaris, termasuk rapat bersama Direksi, dan tingkat kehadiran anggota Dewan Komisaris dalam rapat tersebut termasuk tingkat kehadiran dalam RUPS; Informasi tingkat kehadiran anggota Dewan Komisaris dalam rapat Dewan Komisaris, rapat Dewan Komisaris bersama Direksi, atau RUPS dapat disajikan dalam bentuk tabel.	263-265	c) Policies and implementation of the frequency of meetings of the Board of Commissioners, meetings of the Board of Commissioners with the Board of Directors and the level of attendance of members of the Board of Commissioners in these meetings including attendance at the GMS; Information on the Board of Commissioners members' attendance level at the meeting of the Board of Commissioners, the meeting of the Board of Commissioners with the Board of Directors, or the GMS can be presented in tabular form.
d) Pelatihan dan/atau peningkatan kompetensi anggota Dewan Komisaris:	127, 265	d) Training and/or competency improvement of members of the Board of Commissioners:
(1) Kebijakan pelatihan dan/atau peningkatan kompetensi anggota Dewan Komisaris, termasuk program orientasi bagi anggota Dewan Komisaris yang baru diangkat (jika ada); dan	265	(1) Policy on competency training and/or development of members of the Board of Commissioners, including orientation programs for newly appointed members of the Board of Commissioners (if any); and
(2) Pelatihan dan/atau peningkatan kompetensi yang diikuti anggota Dewan Komisaris dalam tahun buku (jika ada);	127	(2) Competency training and/or development attended by members of the Board of Commissioners in the fiscal year (if any);
e) Penilaian terhadap kinerja anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris dan pelaksanaannya, paling sedikit memuat:	265-266, 278-279	e) The assessment on the performance of the Board of Directors and Board of Commissioners and the implementation, at least covering:
(1) Prosedur pelaksanaan penilaian kinerja;	265-266, 278-279	(1) Procedure for the implementation of performance assessment;
(2) Kriteria yang digunakan seperti capaian kinerja selama tahun buku, kompetensi dan kehadiran dalam rapat;	265-266, 278-279	(2) Criteria used are performance achievements during the fiscal year, competency and attendance at meetings;

Keterangan	Halaman Page	Description
(3) Pihak yang melakukan penilaian; dan	265-266, 278-279	(3) Assessor; and
f) Penilaian Dewan Komisaris terhadap kinerja Komite yang mendukung pelaksanaan tugas Dewan Komisaris pada tahun buku meliputi:	267-268	f) Board of Commissioners' assessment of the performance of the Committees that support the implementation of the duties of the Board of Commissioners in the fiscal year includes:
(1) Prosedur penilaian kinerja;	267-268	(1) Performance appraisal procedures;
(2) Kriteria yang digunakan seperti capaian kinerja selama tahun buku, kompetensi dan kehadiran dalam rapat;	267-268	(2) The criteria used are performance achievements during the fiscal year, competency and attendance at meetings;
4) Nominasi dan remunerasi Direksi dan Dewan Komisaris, paling sedikit memuat:	262, 274, 281-283	4) The nomination and remuneration of the Board of Directors and the Board of Commissioners shall at least contain:
a) Prosedur nominasi, meliputi uraian singkat mengenai kebijakan dan proses nominasi anggota Direksi dan/atau anggota Dewan Komisaris; dan	262, 274	a) Nomination procedure, including a brief description of the policies and process for nomination of members of the Board of Directors and/or members of the Board of Commissioners; and
b) Prosedur dan pelaksanaan remunerasi Direksi dan Dewan Komisaris, antara lain:	281-283	b) Procedures and implementation of remuneration for the Board of Directors and the Board of Commissioners, among others:
(1) Prosedur penetapan remunerasi Direksi dan Dewan Komisaris;	281-283	(1) Procedures for determining remuneration for the Board of Directors and the Board of Commissioners;
(2) Struktur remunerasi Direksi dan Dewan Komisaris seperti, gaji, tunjangan, tantiem/bonus dan lainnya; dan	281-283	(2) The remuneration structure of the Board of Directors and the Board of Commissioners such as salary, allowances, tantiem/bonus and others; and
(3) Besarnya remunerasi masing-masing anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris; Pengungkapan informasi dapat disajikan dalam bentuk tabel.	283	(3) The amount of remuneration for each member of the Board of Directors and member of the Board of Commissioners; Disclosure of information can be presented in tabular form.
5) Dewan Pengawas Syariah, bagi Emiten atau Perusahaan Publik yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah sebagaimana tertuang dalam anggaran dasar, paling sedikit memuat:	Perseroan tidak menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah sebagaimana tertuang dalam Anggaran Dasar Perseroan. The Company does not carry out business activities based on sharia principles as envisaged in the Company's Articles of Association.	5) Sharia Supervisory Board, for Issuer or Public Company that conduct business based on sharia law, as stipulated in the articles of association, at least containing:
a) Nama;	-	a) Name;
b) Dasar hukum pengangkatan dewan pengawas syariah;	-	b) Legal basis for the appointment of the sharia supervisory board;
c) Periode penugasan dewan pengawas syariah;	-	c) Period of assignment of the sharia supervisory board;

Keterangan	Halaman Page	Description
d) Tugas dan tanggung jawab Dewan Pengawas Syariah; dan	-	d) Duty and responsibility of Sharia Supervisory Board; and
e) Frekuensi dan cara pemberian nasihat dan saran serta pengawasan pemenuhan Prinsip Syariah di Pasar Modal terhadap Emiten atau Perusahaan Publik;	-	e) Frequency and procedure in providing advice and suggestion, as well as the compliance of Sharia Principles by the Issuer or Public Company in the Capital Market;
6) Komite Audit, paling sedikit memuat:	286-293	6) Audit Committee, at least containing:
a) Nama dan jabatannya dalam keanggotaan komite;	287-289	a) Name and position in the committee;
b) Usia;	287-289	b) Age;
c) Kewarganegaraan;	287-289	c) Citizenship;
d) Riwayat pendidikan;	287-289	d) Education background;
e) Riwayat jabatan, meliputi informasi:	287-289	e) History of position including:
(1) Dasar hukum penunjukan sebagai anggota komite;	287-289	(1) Legal basis for appointment as committee member;
(2) Rangkap jabatan, baik sebagai anggota Dewan Komisaris, anggota Direksi, dan/atau anggota komite serta jabatan lainnya (jika ada); dan	287-289	(2) Dual position, as member of Board of Commissioners, member of Board of Directors, and/or member of committee, and other position (if any); and
(3) Pengalaman kerja beserta periode waktunya baik di dalam maupun di luar Emiten atau Perusahaan Publik;	287-289	(3) working experience and period in and outside the Issuer or Public Company;
f) Periode dan masa jabatan anggota Komite Audit;	286	f) Period and terms of office of the member of Audit Committee;
g) Pernyataan independensi Komite Audit;	289-290	g) Statement of independence of the Audit Committee;
h) Pelatihan dan/atau peningkatan kompetensi yang telah diikuti dalam tahun buku (jika ada);	129, 292	h) Training and/or competency improvement that have been followed in the fiscal year (if any);
i) Kebijakan dan pelaksanaan tentang frekuensi rapat Komite Audit dan tingkat kehadiran anggota Komite Audit dalam rapat tersebut; dan	292	i) Policies and implementation of the frequency of audit committee meetings and the level of attendance of audit committee members in those meetings; and
j) Pelaksanaan kegiatan Komite Audit pada tahun buku sesuai dengan yang dicantumkan dalam pedoman atau piagam (*charter*) Komite Audit;	293	j) The activities of the Audit Committee in the year under review, in accordance with the Audit Committee Charter;
7) Komite atau fungsi nominasi dan remunerasi Emiten atau Perusahaan Publik, paling sedikit memuat:	293-299	7) The nomination and remuneration committee or function of the Issuer or Public Company, at least containing:
a) Nama dan jabatannya dalam keanggotaan komite;	294-295	a) Name and position in committee membership;
b) Usia;	294-295	b) Age;
c) Kewarganegaraan;	294-295	c) Nationality;
d) Riwayat pendidikan;	294-295	d) Educational history;
e) Riwayat jabatan, meliputi informasi:	294-295	e) Position history, including information on:
(1) Dasar hukum penunjukan sebagai anggota komite;	294-295	(1) Legal basis for appointment as committee member;

Keterangan	Halaman Page	Description
(2) Rangkap jabatan, baik sebagai anggota Dewan Komisaris, anggota Direksi, dan/atau anggota komite serta jabatan lainnya (jika ada); dan	294-295	(2) Concurrent positions, either as a member of the Board of Commissioners, member of the Board of Directors, and/or committee member and other positions (if any); and
(3) Pengalaman kerja beserta periode waktunya baik di dalam maupun di luar Emiten atau Perusahaan Publik;	294-295	(3) Work experience and period of time both inside and outside the Issuer or Public Company;
f) Periode dan masa jabatan anggota komite;	294	f) Period and term of office of the committee members;
g) Pernyataan independensi komite;	296-297	g) Statement of committee independence;
h) Pendidikan dan/atau pelatihan yang telah diikuti dalam tahun buku (jika ada);	130, 299	h) Training and/or competency improvement that have been followed in the fiscal year (if any);
i) Uraian tugas dan tanggung jawab;	297-298	i) Description of duties and responsibilities;
j) Pernyataan bahwa telah memiliki pedoman atau piagam (*charter*);	297	j) A statement that it has a guideline or charter;
k) Kebijakan dan pelaksanaan tentang frekuensi rapat dan tingkat kehadiran anggota komite dalam rapat tersebut;	298	k) Policies and implementation of the frequency of meetings and the level of attendance of members at the meeting;
l) Uraian singkat pelaksanaan kegiatan pada tahun buku; dan	299	l) Brief description of the implementation of activities in the fiscal year; and
m) Dalam hal tidak dibentuk komite nominasi dan remunerasi, Emiten atau Perusahaan Publik cukup mengungkapkan informasi sebagaimana dimaksud dalam huruf i) sampai dengan huruf l) dan mengungkapkan:	Perseroan memiliki Komite Nominasi dan Remunerasi. The Company has a Nomination and Remuneration Committee.	m) In the event that no nomination and remuneration committee is formed, the Issuer or Public Company is sufficient to disclose the information as referred to in letter i) to letter l) and disclose:
(1) Alasan tidak dibentuknya komite; dan	-	(1) Reasons for not forming the committee; and
(2) Pihak yang melaksanakan fungsi nominasi dan remunerasi;	-	(2) The party carrying out the nomination and remuneration function;
8) Komite lain yang dimiliki Emiten atau Perusahaan Publik dalam rangka mendukung fungsi dan tugas Direksi (jika ada) dan/atau komite yang mendukung fungsi dan tugas Dewan Komisaris, paling sedikit memuat:	Perseroan tidak memiliki komite lain yang mendukung kinerja Dewan Komisaris dan Direksi selain Komite Audit serta Komite Nominasi dan Remunerasi. The Company does not have other committees that support the performance of the Board of Commissioners and the Board of Directors other than the Audit Committee and the Nomination and Remuneration Committee.	8) Other committees owned by Issuers or Public Companies in order to support the functions and tasks of the Board of Directors (if any) and/or committees that support the functions and duties of the Board of Commissioners, the least contains:
a) Nama dan jabatannya dalam keanggotaan komite;	-	a) Name and position in the Committee;
b) Usia;	-	b) Age;
c) Kewarganegaraan;	-	c) Citizenship;

Keterangan	Halaman Page	Description
d) Riwayat pendidikan;	-	d) Education background;
e) Riwayat jabatan, meliputi informasi:	-	e) History of position, including:
(1) Dasar hukum penunjukan sebagai anggota komite;	-	(1) Legal basis for the appointment as member of the committee;
(2) Rangkap jabatan, baik sebagai anggota Dewan Komisaris, anggota Direksi, dan/atau anggota komite serta jabatan lainnya (jika ada); dan	-	(2) Dual position, as member of Board of Commissioners, member of Board of Directors, and/or member of committee, and other position (if any); and
(3) Pengalaman kerja beserta periode waktunya baik di dalam maupun di luar Emiten atau Perusahaan Publik;	-	(3) Working experience and period in and outside the Issuer or Public Company;
f) Periode dan masa jabatan anggota komite;	-	f) Period and terms of office of the member of Audit Committee;
g) Pernyataan independensi komite;	-	g) Statement of committee independence;
h) Pelatihan dan/atau peningkatan kompetensi yang telah diikuti dalam tahun buku (jika ada); dan	-	h) Training and/or competency improvement that have been followed in the fiscal year (if any); and
i) Uraian tugas dan tanggung jawab;	-	i) Description of duties and responsibilities;
j) Pernyataan bahwa telah memiliki pedoman atau piagam (*charter*) komite;	-	j) A statement that the committee has had guidelines or charters;
k) Kebijakan dan pelaksanaan tentang frekuensi rapat komite dan tingkat kehadiran anggota komite dalam rapat tersebut; dan	-	k) Policies and implementation of the frequency of committee meetings and the level of attendance of committee members at the meeting; and
l) Uraian singkat pelaksanaan kegiatan pada tahun buku;	-	l) A brief description of the committee's activities for the fiscal year;
9) Sekretaris Perusahaan, mencakup antara lain:	300-307	9) Corporate Secretary, including:
a) Nama;	300-302	a) name;
b) Domisili;	300-302	b) domicile;
c) Riwayat jabatan, meliputi informasi:	300-302	c) history of position, including:
(1) Dasar hukum penunjukan sebagai Sekretaris Perusahaan; dan	300-302	(1) legal basis for the appointment as Corporate Secretary; and
(2) Pengalaman kerja beserta periode waktunya baik di dalam maupun di luar Emiten atau Perusahaan Publik;	300-302	(2) working experience and period in and outside the Issuer or Public Company;
d) Riwayat pendidikan;	300-302	d) education background;
e) Pelatihan dan/atau peningkatan yang diikuti dalam tahun buku; dan	130	e) Training and/or competency improvement during the fiscal year; and
f) Uraian singkat pelaksanaan tugas Sekretaris Perusahaan pada tahun buku;	303-304, 307	f) brief description on the implementation of duties of the Corporate Secretary in the fiscal year;
10) Unit Audit Internal, paling sedikit memuat:	308-312	10) Internal Audit Unit, at minimum, contains:
a) Nama kepala Unit Audit Internal;	308-309	a) Name of Head of Internal Audit Unit
b) Riwayat jabatan, meliputi informasi:	308-309	b) History of position, including:
(1) Dasar hukum penunjukan sebagai Kepala Audit Internal; dan	308-309	(1) Legal basis for the appointment as Head of Internal Audit Unit; and

Keterangan	Halaman Page	Description
(2) Pengalaman kerja beserta periode waktunya baik di dalam maupun di luar Emiten atau Perusahaan Publik;	308-309	(2) Working experience and period in and outside the Issuer or Public Company;
c) Kualifikasi atau sertifikasi sebagai profesi audit internal (jika ada);	309	c) Qualification or certification as internal auditor (if any);
d) Pelatihan dan/atau peningkatan kompetensi yang diikuti dalam tahun buku;	130, 311	d) Training and/or competency improvement during the fiscal year;
e) Struktur dan kedudukan Unit Audit Internal;	309-310	e) Structure and position of Internal Audit Unit;
f) Uraian tugas dan tanggung jawab;	310-311	f) Description of duties and responsibilities;
g) Pernyataan bahwa telah memiliki pedoman atau piagam (*charter*) Unit Audit Internal; dan	310	g) Statement that the Internal Audit Unit has already have Internal Audit Unit charter; and
h) uraian singkat pelaksanaan tugas unit audit internal pada tahun buku termasuk kebijakan dan pelaksanaan frekuensi rapat dengan Direksi, Dewan Komisaris, dan/atau komite audit;	312	h) Brief description of the duties implementation of the internal audit unit in the financial year, including the policy and implementation of the meeting frequency with the Board of Directors, the Board of Commissioners, and/or audit committee;
11) Uraian mengenai sistem pengendalian internal (*internal control*) yang diterapkan oleh Emiten atau Perusahaan Publik, paling sedikit memuat:	322-325	11) Description on internal control system adopted by the Issuer or Public Company, at least covering:
a) Pengendalian keuangan dan operasional, serta kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan lainnya;	322-325	a) Financial and operational control, and compliance to the other prevailing rules;
b) Tinjauan atas efektivitas sistem pengendalian internal;	324	b) Review on the effectiveness of internal control systems;
c) Pernyataan Direksi dan/atau Dewan Komisaris atas kecukupan sistem pengendalian internal;	325	c) Statement of the Board of Directors and/or Board of Commissioners on the adequacy of the internal control system;
12) Sistem manajemen risiko yang diterapkan oleh Emiten atau Perusahaan Publik, paling sedikit memuat:	313-322	12) Risk management system implemented by the company, at least includes:
a) Gambaran umum mengenai sistem manajemen risiko Emiten atau Perusahaan Publik;	313-315	a) General description about the company's risk management system the Issuer or Public Company;
b) Jenis risiko dan cara pengelolaannya;	315-320	b) Types of risk and the management;
c) Tinjauan atas efektivitas sistem manajemen risiko Emiten atau Perusahaan Publik; dan	321	c) Review the effectiveness of the risk management system applied by the Issuer or Public Company; and
d) Pernyataan Direksi dan/atau Dewan Komisaris atau komite audit atas kecukupan sistem manajemen risiko;	322	d) Statement of the Board of Directors and/or the Board of Commissioners or the audit committee on the adequacy of the risk management system;
13) Perkara hukum yang berdampak material yang dihadapi oleh Emiten atau Perusahaan Publik, entitas anak, anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris (jika ada), paling sedikit memuat:	326	13) Legal cases that have a material impact faced by Issuers or Public Companies, subsidiaries, members of the Board of Directors and members of the Board of Commissioners (if any), at least contain:
a) Pokok perkara/gugatan;	326	a) Substance of the case/claim;

Keterangan	Halaman Page	Description
b) Status penyelesaian perkara/gugatan; dan	326	b) Status of settlement of case/claim; and
c) Pengaruhnya terhadap kondisi Emiten atau Perusahaan Publik;	326	c) Potential impacts on the condition of the Issuer or Public Company;
14) Informasi tentang sanksi administratif/ sanksi yang dikenakan kepada Emiten atau Perusahaan Publik, anggota Dewan Komisaris dan anggota Direksi, oleh otoritas Pasar Modal dan otoritas lainnya pada tahun buku (jika ada);	327	14) information about administrative sanctions imposed to Issuer or Public Company, members of the Board of Commissioners and the Board of Directors, by the Capital Market Authority and other authorities during the last fiscal year (if any);
15) Informasi mengenai kode etik Emiten atau Perusahaan Publik meliputi:	328-333	15) information about codes of conduct of the Issuer or Public Company, includes:
a) Pokok-pokok kode etik;	328-331	a) Key points of the code of conduct;
b) Bentuk sosialisasi kode etik dan upaya penegakannya;	333	b) Socialization of the code of conduct and enforcement;
c) Pernyataan bahwa kode etik berlaku bagi anggota Direksi, anggota Dewan Komisaris, dan karyawan Emiten atau Perusahaan Publik;	332	c) Statement that the code of conduct is applicable for the Board of Commissioners, the Board of Directors, and employees of the Issuer of Public Company;
16) Uraian singkat mengenai kebijakan pemberian kompensasi jangka panjang berbasis kinerja kepada manajemen dan/atau karyawan yang dimiliki oleh Emiten atau Perusahaan Publik (jika ada), antara lain berupa program kepemilikan saham oleh manajemen (*Management Stock Ownership Program*/ MSOP) dan/atau program kepemilikan saham oleh karyawan (*Employee Stock Ownership Program*/ESOP); Dalam hal pemberian kompensasi berupa program kepemilikan saham oleh manajemen (*Management Stock Ownership Program*/MSOP) dan/atau program kepemilikan saham oleh karyawan (*Employee Stock Ownership Program*/ESOP), informasi yang diungkapkan paling sedikit memuat:	327	16) A brief description of the policy of providing long-term performance-based compensation to management and/or employees owned by the Issuer or Public Company (if any), including the management stock ownership program (MSOP) and/or program employee stock ownership (ESOP);
a) Jumlah saham dan/atau opsi;	327	a) Number of shares and/or options;
b) Jangka waktu pelaksanaan;	327	b) Implementation period;
c) Persyaratan karyawan dan/atau manajemen yang berhak; dan	327	c) Requirements for eligible employees and/or management; and
d) Harga pelaksanaan atau penentuan harga pelaksanaan;	327	d) Exercise price or determination of exercise price;
17) Uraian singkat mengenai kebijakan pengungkapan informasi mengenai:	283-284	17) A brief description of the information disclosure policy regarding:
a) Kepemilikan saham anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris paling lambat 3 (tiga) hari kerja setelah terjadinya kepemilikan atau setiap perubahan kepemilikan atas saham Perusahaan Terbuka; dan	283-284	a) Share ownership of members of the Board of Directors and members of the Board of Commissioners no later than 3 (three) working days after the occurrence of ownership or any change in ownership of shares of a Public Company; and

Keterangan	Halaman Page	Description
b) Pelaksanaan atas kebijakan dimaksud;	283-284	b) Implementation of the policy;
18) Uraian mengenai sistem pelaporan pelanggaran (*whistleblowing system*) di Emiten atau Perusahaan Publik (jika ada), paling sedikit memuat:	337-341	18) Description of whistleblowing system at the Issuer or Public Company (if any), at minimum, contains:
a) Cara penyampaian laporan pelanggaran;	338-339	a) Mechanism for violation reporting;
b) Perlindungan bagi pelapor;	340	b) Protection for the whistleblower;
c) Penanganan pengaduan;	339-340	c) Handling of violation reports;
d) Pihak yang mengelola pengaduan; dan	338	d) Unit responsible for handling of violation report;
e) Hasil dari penanganan pengaduan, paling sedikit:	341	e) Results from violation report handling, at least includes:
(1) Jumlah pengaduan yang masuk dan diproses dalam tahun buku; dan	341	(1) Number of complaints received and processed during the fiscal year; and
(2) Tindak lanjut pengaduan; Dalam hal Emiten atau Perusahaan Publik tidak memiliki sistem pelaporan pelanggaran (*whistleblowing system*), maka diungkapkan mengenai hal tersebut.	341	(2) Follow up of complaints; If the Issuer or Public Company does not have a whistleblowing system, this matter must be disclosed.
19) Uraian mengenai kebijakan anti korupsi Emiten atau Perusahaan Publik, paling sedikit memuat:	334-336	19) A description of the anti-corruption policy of the Issuer or Public Company, at least containing:
a) Program dan prosedur yang dilakukan dalam mengatasi praktik korupsi, balas jasa (*kickbacks*), *fraud*, suap dan/atau gratifikasi dalam emiten atau perusahaan publik; dan	334-335	a) Programs and procedures implemented in overcoming corrupt practices, kickbacks, fraud, bribery and/ or gratification in Issuers or Public Companies; and
b) Pelatihan/sosialisasi anti korupsi kepada karyawan emiten atau perusahaan publik; Dalam hal Emiten atau Perusahaan Publik tidak memiliki kebijakan anti korupsi, maka dijelaskan alasan tidak dimilikinya kebijakan dimaksud.	336	b) Anti-corruption training/socialization to employees of Issuers or Public Companies; If the Issuer or Public Company does not have an anti-corruption policy, the reasons for not having the said policy must be explained.
20) Penerapan atas Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka bagi Emiten yang menerbitkan Efek Bersifat Ekuitas atau Perusahaan Publik, meliputi:	346-353	20) Implementation of the Guidelines of Corporate Governance for Public Companies for Issuer issuing Equity-based Securities or Public Company, including:
a) Pernyataan mengenai rekomendasi yang telah dilaksanakan; dan/atau	346-353	a) statement regarding recommendation that have been implemented; and/or
b) Penjelasan atas rekomendasi yang belum dilaksanakan, disertai alasan dan alternatif pelaksanaannya (jika ada). Pengungkapan informasi dapat disajikan dalam bentuk tabel.	346-353	b) description of recommendation that have not been implemented, along with the reason and alternatives of implementation (if any). Disclosure of information can be presented in tabular form.

Keterangan	Halaman Page	Description
h. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Emiten atau Perusahaan Publik	354-355 Laporan Keberlanjutan Sustainability Report	h. Social and Environmental Responsibility of the Issuer or Public Company
1) Informasi yang diungkapkan dalam bagian tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik, paling sedikit memuat:	Laporan Keberlanjutan Sustainability Report	1) The information disclosed in the social and environmental responsibility section is a Sustainability Report as referred to in the Financial Services Authority Regulation Number 51/POJK.03/2017 concerning the Implementation of Sustainable Finance for Financial Services Institutions, Issuers, and Public Companies, at at least includes:
a) Penjelasan strategi keberlanjutan;	Laporan Keberlanjutan Sustainability Report	a) Explanation of the sustainability strategy;
b) Ikhtisar aspek keberlanjutan (ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup);	Laporan Keberlanjutan Sustainability Report	b) Overview of sustainability aspects (economic, social, and environmental);
c) Profil singkat Emiten atau Perusahaan Publik;	Laporan Keberlanjutan Sustainability Report	c) Brief profile of the Issuer or Public Company;
d) Penjelasan Direksi;	Laporan Keberlanjutan Sustainability Report	d) Explanation of the Board of Directors;
e) Tata kelola keberlanjutan;	Laporan Keberlanjutan Sustainability Report	e) Sustainability governance;
f) Kinerja keberlanjutan;	Laporan Keberlanjutan Sustainability Report	f) Sustainability performance;
g) Verifikasi tertulis dari pihak independen, jika ada;	Laporan Keberlanjutan Sustainability Report	g) Written verification from an independent party, if any;
h) Lembar umpan balik (*feedback*) untuk pembaca, jika ada;	Laporan Keberlanjutan Sustainability Report	h) Feedback sheet for readers, if any;
i) Tanggapan Emiten atau Perusahaan Publik terhadap umpan balik laporan tahun sebelumnya;	Laporan Keberlanjutan Sustainability Report	i) The response of the Issuer or Public Company to the previous year's report feedback;
2) Laporan Keberlanjutan sebagaimana dimaksud pada angka 1), harus disusun sesuai Pedoman Teknis Penyusunan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) Bagi Emiten dan Perusahaan Publik sebagaimana tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini;	✓	2) The Sustainability Report as referred to in number 1) must be prepared in accordance with the Technical Guidelines for the Preparation of a Sustainability Report for Issuers and Public Companies as contained in Appendix II which is an integral part of this Financial Services Authority Circular Letter;
3) Informasi Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) pada angka 1) dapat:		3) Information on the Sustainability Report in number 1) can:
a) Diungkapkan pada bagian lain yang relevan di luar bagian tanggung jawab sosial dan lingkungan, seperti penjelasan Direksi terkait Laporan Keberlanjutan diungkapkan dalam bagian terkait Laporan Direksi; dan/atau	✓	a) Disclosed in other relevant sections outside the Social and Environmental Responsibility section, such as the Directors' explanation regarding the Sustainability Report disclosed in the section related to the Directors' Report; and/or
b) Merujuk pada bagian lain di luar bagian tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan tetap mengacu pada Pedoman Teknis Penyusunan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) Bagi Emiten dan Perusahaan Publik sebagaimana tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini, seperti profil Emiten atau Perusahaan Publik;	✓	b) Refers to other sections outside the Social and Environmental Responsibility section by still referring to the Technical Guidelines for the Preparation of Sustainability Reports for Issuers and Public Companies as listed in Appendix II which is an integral part of this Financial Services Authority Circular Letter, such as the profile of the Issuer or Public Company;

	Keterangan	Halaman Page		Description
	4) Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) sebagaimana dimaksud pada angka 1) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Laporan Tahunan namun dapat disajikan secara terpisah dengan Laporan Tahunan;	✓		4) The Sustainability Report as referred to in number 1) is an inseparable part of the Annual Report but can be presented separately from the Annual Report;
	5) Dalam hal Laporan Keberlanjutan disajikan secara terpisah dengan Laporan Tahunan, informasi yang diungkapkan dalam Laporan Keberlanjutan dimaksud harus:			5) In the event that the Sustainability Report is presented separately from the Annual Report, the information disclosed in the Sustainability Report must:
	a) Memuat seluruh informasi sebagaimana dimaksud pada angka 1); dan	✓		a) Contains all the information as referred to in number 1); and
	b) Disusun sesuai Pedoman Teknis Penyusunan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) Bagi Emiten dan Perusahaan Publik sebagaimana tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini;	✓		b) Prepared in accordance with the Technical Guidelines for the Preparation of a Sustainability Report for Issuers and Public Companies as listed in Appendix II which is an integral part of this Financial Services Authority Circular Letter;
	6) Dalam hal Laporan Keberlanjutan disajikan secara terpisah dengan Laporan Tahunan, maka dalam bagian tanggung jawab sosial dan lingkungan memuat informasi bahwa informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan telah diungkapkan dalam Laporan Keberlanjutan yang disajikan secara terpisah dari Laporan Tahunan;	✓		6) In the event that the Sustainability Report is presented separately from the Annual Report, then the Social and Environmental Responsibility section contains information that information on Social and Environmental Responsibility has been disclosed in the Sustainability Report which is presented separately from the Annual Report;
	7) Penyampaian Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) yang disajikan secara terpisah dengan Laporan Tahunan harus disampaikan bersamaan dengan penyampaian Laporan Tahunan.	✓		7) Submission of the Sustainability Report which is presented separately from the Annual Report must be submitted together with the Annual Report.
i.	Laporan Keuangan Tahunan yang Telah Diaudit Laporan keuangan tahunan yang dimuat dalam Laporan Tahunan disusun sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia dan telah diaudit oleh Akuntan. Laporan keuangan dimaksud memuat pernyataan mengenai pertanggungjawaban atas laporan keuangan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan di sektor Pasar Modal yang mengatur mengenai tanggung jawab Direksi atas laporan keuangan atau peraturan perundang-undangan di sektor Pasar Modal yang mengatur mengenai laporan berkala Perusahaan Efek dalam hal Emiten merupakan Perusahaan Efek.	358-454	i.	Audited Annual Financial Statement Financial Statements included in Annual Report should be prepared in accordance with the Financial Accounting Standards in Indonesia and audited by an Accountant. The said financial statement should be included with statement of responsibility for financial report as stipulated in the legislations in the Capital Markets sector governing the responsibility of the Boardmof Directors on the financial report or the legislationsmin the Capital Markets sector governing the periodicmreports of securities company in the event the Issuer is a Securities Company.
j.	Surat Pernyataan Anggota Direksi dan Anggota Dewan Komisaris tentang Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan Surat pernyataan anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris tentang tanggung jawab atas Laporan Tahunan disusun sesuai dengan format Surat Pernyataan Anggota Direksi dan Anggota Dewan Komisaris tentang Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini.	356-357	j.	Letter of Statement of the Board of Directors and the Board of Commissioners regarding the Responsibility for Annual Reporting Letter of statement of the Board of Directors and the Board of Commissioners regarding the responsibility for Annual Reporting should be prepared according to the format of letter of statement of member of Board of Directors and the Board of Commissioners regarding the responsibility for Annual Reporting as attached in the Attachment, which is an integral part of this Circulation Letter of the Financial Services Authority.

2025

Laporan Tahunan
Annual Report

PT Unilever Indonesia Tbk

Grha Unilever,
Green Office Park Kav. 3
Jl. BSD Boulevard Barat, BSD City,
Tangerang, Banten, Indonesia.

TELEPON PHONE
+62 21 8082 7000

FAKSIMILI FACSIMILE
+62 21 8082 7002

WEBSITE
www.unilever.co.id