



Nestlé

Good Food, Good Life

Nestlé Indonesia

CREATING SHARED VALUE 2011

Turut Mewujudkan Masyarakat
Indonesia yang Lebih Sehat



Daftar Isi

“Agar bisnis dapat sukses sepanjang waktu dan menciptakan manfaat bagi para pemegang sahamnya, maka ia juga harus menciptakan manfaat bagi masyarakat.”

Peter Brabeck-Letmathe
Chairman of the Board,
Nestlé S.A.

Paul Bulcke
Chief Executive Officer,
Nestlé S.A.

Pesan dari Presiden Direktur	4
Tentang Laporan Kami	8
Konsep Creating Shared Value (CSV)	10
Profil PT Nestlé Indonesia	14
Daftar Indeks GRI	84

Gizi

30

Lingkungan yang Berkelanjutan

42

Pembangunan Pedesaan

56

Sumber Daya Manusia

70

Garis Besar Pencapaian CSV Nestlé Indonesia 2010

Daftar Isi



Pesan dari Presiden Direktur	4
Tentang Laporan Kami	8
Konsep Creating Shared Value (CSV)	10
Profil PT Nestlé Indonesia	14
Daftar Indeks GRI	84

<p>Gizi</p> <p>30</p>	<p>Lingkungan yang Berkelanjutan</p> <p>42</p>
<p>Pembangunan Pedesaan</p> <p>56</p>	<p>Sumber Daya Manusia</p> <p>70</p>

Turut Mewujudkan Masyarakat Indonesia yang Lebih Sehat

Misi

Turut mewujudkan masyarakat Indonesia yang lebih sehat.

Nilai-nilai

Passion

Menghormati

Integritas

Gigih

Unggul

Tujuan

Menjadi Perusahaan terdepan dalam hal gizi, kesehatan dan keafiatan (*Nutrition, Health, Wellness*), dipercaya oleh semua pemangku kepentingan, dan menjadi referensi bagi inisiatif penciptaan manfaat bersama (*Creating Shared Value*). [4.8]



Pesan dari Presiden Direktur [1.1, 1.2]



Di Nestlé, kami menamakan pendekatan ini 'Creating Shared Value' (‘Menciptakan Manfaat Bersama’)

Kami yakin bahwa untuk mencapai kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang serta menciptakan manfaat bagi para pemegang saham, kami harus menciptakan manfaat bagi masyarakat. Di Nestlé, kami menamakan pendekatan ini 'Creating Shared Value' ('Menciptakan Manfaat Bersama') atau disingkat CSV. Dengan mendasarkan diri kepada kepatuhan terhadap berbagai peraturan perundang-undangan, dan menjalankan praktik bisnis yang berkelanjutan, inilah cara kami menjalankan bisnis. Artinya, agar kami dapat sukses dalam jangka panjang, kami harus menciptakan manfaat bagi para pemangku kepentingan kami, baik para pemasok bahan baku, karyawan, konsumen, mitra bisnis, pemerintah, serta masyarakat tempat kami beroperasi; dan pada saat yang bersamaan kami juga menciptakan manfaat/keuntungan bagi perusahaan dan pemegang saham. Hal ini akan menguntungkan seluruh pihak. Mengingat kegiatan bisnis kami dan tujuan kami untuk menjadi perusahaan yang terkemuka dalam bidang Gizi (*Nutrition*), Kesehatan (*Health*) dan Keafiatan (*Wellness*), maka kami mengidentifikasi tiga area untuk mengoptimalkan penciptaan manfaat, yaitu dalam bidang gizi, air dan pembangunan pedesaan.

Di dalam CSV, kami berusaha menjaga berbagai sumberdaya—lingkungan, sosial dan ekonomi—untuk generasi yang akan datang. Pembangunan

berkelanjutan merupakan pembangunan yang berusaha memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya. Dari makna pembangunan berkelanjutan ini, Nestlé menterjemahkannya menjadi "proses untuk meningkatkan akses (masyarakat) dunia terhadap pangan yang berkualitas, dan secara bersamaan memberikan kontribusi kepada pembangunan sosial dan ekonomi jangka panjang, dan melestarikan lingkungan untuk generasi mendatang."

Laporan ini adalah Laporan Keberlanjutan pertama Nestlé Indonesia yang menggunakan acuan pelaporan *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 3 (GRI G3). Dalam laporan ini, kami akan memfokuskan diri pada aspek gizi, air dan pembangunan pedesaan, yang sangat relevan dengan bisnis kami di sini.

Nestlé telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1971, dan pada saat ini kami mempekerjakan lebih dari 2,600 karyawan untuk menghasilkan beragam produk Nestlé di tiga pabrik: Kejayan, Pasuruan menghasilkan produk-produk susu; Panjang, Lampung menghasilkan produk-produk kopi; dan Cikupa, Banten yang menghasilkan produk-produk kembang gula. Pabrik keempat direncanakan akan beroperasi pada tahun 2012 untuk menghasilkan MILO dan sereal untuk bayi bagi konsumen kami di Indonesia.

Pesan dari Presiden Direktur [1.1, 1.2]

Kami akan menjalankan bisnis untuk jangka panjang dan menyediakan produk bergizi menggunakan bahan baku lokal, dengan harga terjangkau untuk masyarakat Indonesia

Nestlé sangat menyadari bahwa tidak ada hal yang lebih penting untuk pembangunan negara selain generasi mendatang yang kuat dan sehat, dan karenanya sangat penting untuk memastikan makanan yang aman dan bergizi baik. Karenanya, dengan didukung oleh penelitian dan pengembangan, Nestlé mengembangkan produk-produk berkualitas, bergizi dan aman untuk dikonsumsi guna mendukung peningkatan kualitas pangan dan kesehatan masyarakat. Lebih lanjut, dengan berbagai inisiatif pendidikan gizi bagi masyarakat, informasi gizi untuk konsumen, dan berbagai program intervensi gizi, kami bertujuan untuk meningkatkan kemampuan konsumen dalam membuat pilihan-pilihan yang bertanggung jawab atas pangan dan gaya hidup, selain pengetahuan yang luas mengenai makanan yang sehat dan pentingnya aktivitas fisik. Salah satu program kami yang mutakhir adalah program Nestlé *Healthy Kids* yang berfokus kepada penyediaan pendidikan yang komprehensif mengenai gizi, kebersihan diri dan lingkungan serta aktivitas fisik untuk murid sekolah dasar. Hal ini sejalan dengan misi kami "turut mewujudkan masyarakat Indonesia yang lebih sehat" (*Nurturing a Healthier Life for Indonesians*), misi yang kami jadikan tema laporan CSV ini. Kami akan menjalankan bisnis untuk jangka panjang dan menyediakan produk-produk bergizi menggunakan bahan baku lokal dengan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat Indonesia. [4.8]

Keterlibatan Nestlé dalam pembangunan pedesaan turut membantu peningkatan kesejahteraan bagi para petani, pemasok, dan masyarakat sepanjang rantai usaha kami. Dengan perkiraan bahwa 70% warga miskin terkonsentrasi di wilayah pedesaan, investasi untuk membangun kapasitas pertanian sangatlah penting, mengingat semakin pentingnya keamanan pangan untuk memenuhi kebutuhan populasi yang terus membesar. Tentunya upaya penurunan angka kemiskinan global harus berfokus pada pembangunan pedesaan.

Selama 30 tahun terakhir, Nestlé Indonesia menyediakan, baik bantuan teknis cara beternak sapi perah yang baik serta bantuan keuangan untuk pembelian peralatan bagi peternak sapi perah di Jawa Timur, yang pada saat ini telah mencapai sekitar 33.000 peternak. Pabrik kami saat ini menyerap susu segar rata-rata 660.000 liter per hari dari para peternak tersebut. Hal ini menunjang kehidupan yang lebih baik dari segi finansial, pendidikan dan kesehatan bagi sekitar sejuta warga masyarakat. Di samping itu, dengan bekerja sama dengan HIVOS, sejak Juni 2010 kami memberikan bantuan penyediaan fasilitas biogas untuk membantu pelestarian lingkungan. Energi biogas digunakan para keluarga peternak untuk memasak dan menerangi rumah. Pada saat ini telah terpasang lebih dari 1.262 unit biogas. Kami akan terus bekerja sama dengan

koperasi susu dan peternak sapi perah untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas susu segar di Jawa Timur. Kami berupaya agar mampu menyerap susu segar sebanyak 1.500.000 liter per hari pada tahun 2015, dan memberikan bantuan instalasi biogas bagi semua pemasok susu segar kami pada tahun 2015.

Di Indonesia, lebih dari 90% petani kopi adalah petani kecil. Kebanyakan dari mereka belum menyadari pentingnya pembibitan dan cara bertani yang baik, juga cara penanganan sebelum dan pasca panen. Kami menyadari kebutuhan yang mendesak untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi petani kecil tersebut, oleh karenanya pada tahun 1994 kami memutuskan untuk bekerja sama dengan Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (Puslitkoka). Kerja sama ini meliputi identifikasi bibit tanaman kopi yang lebih produktif dan tahan terhadap penyakit. Di Lampung, sejak tahun 1994 itu pula kami menyediakan bantuan teknis untuk lebih dari 10.000 petani kopi. Bantuan mencakup cara bertani kopi yang baik untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produksi dan pada saat bersamaan menjaga kelestarian lingkungan. Pada saat ini kami membeli secara langsung sekitar 10.000 ton biji kopi per tahun dari para petani di Lampung dan kami akan terus meningkatkan kerja sama ini, juga kerja sama dengan Puslitkoka.

Kami membina hubungan konsultatif bilateral dan multilateral dengan berbagai organisasi lokal dan internasional, termasuk LSM seperti WWF, *The Forest Trust*, Yayasan Yasmina, Yayasan Kusuma Buana serta Palang Merah Indonesia. Kerja sama ini dilakukan untuk memastikan bahwa bisnis Nestlé berkontribusi dalam lingkungan yang berkelanjutan.

Kami menyadari bahwa dalam menjalankan bisnis ini, terdapat dampak positif dan negatif. Dampak positif yang kami ciptakan antara lain, peningkatan kesejahteraan masyarakat di pedesaan, penyediaan produk-produk makanan dan minuman yang bergizi bagi para konsumen. Sedangkan dampak negatif yang timbul, seperti misalnya kotoran sapi sebagai akibat peningkatan usaha peternakan sapi perah di Jawa Timur. Untuk mengatasi hal ini, kami memberikan bantuan instalasi biogas bagi para peternak sapi perah, sehingga kotoran sapi dapat diolah menjadi energi untuk memasak dan penerangan.

Kami menyadari bahwa masih banyak hal lain yang perlu dilakukan. Kami terus-menerus berusaha mencari jawaban atas masalah yang kita hadapi bersama, misalnya ketahanan pangan, pengentasan kemiskinan, dan peningkatan sumber daya manusia. Upaya kami diantaranya menjangkau lebih banyak sekolah untuk memberikan pengetahuan gizi dan gaya hidup sehat dan mengatasi dampak lingkungan dari

perluasan usaha peternakan sapi perah rakyat. Kami melihat bahwa kerja sama dengan para pemangku kepentingan merupakan salah satu jalan keluar untuk memberikan dampak positif yang lebih besar kepada masyarakat.

Sebagai bagian masyarakat Indonesia, Nestlé berkomitmen untuk terus berperan dalam bekerja sama dengan para pemangku kepentingan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat di bidang gizi, air dan pembangunan pedesaan.

Akhir kata, kami menghargai semua masukan dan semoga laporan ini menarik bagi anda.



Arshad Chaudhry
President Director

Tentang Laporan Kami

Laporan ini merupakan laporan pertama kami yang menggunakan acuan pelaporan GRI G3

Laporan keberlanjutan ini kami namakan 'Menciptakan Manfaat Bersama' atau 'Creating Shared Value' (CSV) yang selanjutnya disebut sebagai laporan CSV (*CSV report*). Laporan ini merupakan laporan kedua kami, sejak yang pertama terbit di bulan Agustus 2009, namun merupakan laporan pertama yang menggunakan acuan pelaporan *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 3 (GRI G3). Sebagai bentuk pembelajaran karena merupakan laporan pertama dengan acuan GRI G3, maka ruang lingkup waktu pelaporan yang kami tentukan adalah 1 Januari hingga 31 Desember 2010 (1 tahun). Namun demikian, untuk selanjutnya kami akan menerbitkan laporan CSV setiap dua tahun. [3.1, 3.2, 3.3]

Dalam Laporan CSV ini, tidak terdapat pengungkapan kembali ataupun perubahan signifikan dari laporan sebelumnya. Laporan ini juga belum menggunakan jasa pihak independen untuk melakukan verifikasi (*assurance*). Data kuantitatif yang disajikan dalam laporan menggunakan perhitungan tersendiri sesuai dengan metode pengumpulan, pencatatan dan analisis yang lazim digunakan oleh PT Nestlé Indonesia. [3.9, 3.10, 3.11, 3.13]

PT Nestlé Indonesia memiliki 3 pabrik, yakni Pabrik Kejayan, Pasuruan, Jawa Timur; Pabrik Panjang, Lampung; dan Pabrik Cikupa, Banten. Sedangkan ada 3 Pusat Distribusi (*Distribution Center/DC*), yaitu Gempol DC di

Pasuruan; Cikarang DC di Bekasi; dan Medan DC di Medan. Semua daerah operasi ini akan diikutsertakan dalam lingkup pelaporan, termasuk kantor pusat serta beberapa kantor penjualan yang dianggap signifikan. Kami tidak mempunyai basis pelaporan lain, baik yang berbentuk *joint venture* atau anak perusahaan, di dalam maupun luar negeri. [2.3, 2.5, 3.6, 3.8]

Nestlé melakukan kegiatan tanggung jawab sosialnya melalui penciptaan manfaat dalam tiga fokus, yaitu gizi, air dan pembangunan pedesaan. Namun tidak semua kegiatan di setiap daerah operasi dapat dilaporkan, dan kami mengikuti prinsip materialitas—yakni melaporkan kegiatan, prinsip, dan nilai Perusahaan yang penting, yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan maupun pemangku kepentingan. [3.5]



Gizi



Air



Pembangunan Pedesaan



Konsep Creating Shared Value (CSV)



Jalal
Pemerhati CSR

Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) kini dipandang lebih strategis, dan dipandang sebagai sumber keunggulan kompetitif perusahaan. CSR juga diperlukan untuk memulihkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Salah satu bentuk CSR yang demikian disebut *Creating Shared Value* (CSV).

CSV didefinisikan sebagai “...*policies and operating practices that enhance competitiveness a company while simultaneously advancing the economic and social conditions in the communities*

in which it operates.” (Porter dan Kramer, 2011).

Dengan CSV, perusahaan akan bisa membuktikan dirinya bermanfaat secara ekonomi, sosial dan lingkungan untuk masyarakat luas, membantu memecahkan masalah yang mereka hadapi. Perusahaan yang demikian akan mendapatkan kepercayaan dari pemangku kepentingannya. Kalau kepercayaan ini diperoleh, maka keuntungan ekonomi akan mengikuti, di manapun perusahaan itu ada dan beroperasi.

Menciptakan Manfaat Bersama (CSV) di Setiap Tahap Rantai Bisnis

Pertanian dan Pembangunan Pedesaan

Keahlian dan dukungan bagi petani

Menyediakan penelitian dan pengembangan yang terus menerus serta keahlian bagi para pemasok

Lingkungan, Manufaktur & Sumber Daya Manusia

Investasi dengan mendirikan pabrik-pabrik di berbagai negara

Produk dan Konsumen

Membangun merek produk melalui praktik pemasaran yang bertanggung jawab

Meningkatkan volume dan angka penjualan

Manfaat bagi Nestlé

Menjamin tersedianya pasokan bahan baku berkualitas tinggi

Meningkatkan hubungan dengan masyarakat dan kualitas produk

Menurunkan biaya manufaktur dan distribusi

Memasuki pasar baru dan yang sedang tumbuh

Mencapai keuntungan yang kompetitif bagi pemegang saham

Manfaat bagi Masyarakat

Memperbaiki hasil panen dan meningkatkan pendapatan

Mengurangi penggunaan sumber daya alam

Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal

Meningkatkan akses untuk mendapatkan produk-produk bergizi pilihan konsumen

Menghasilkan investasi dan pertumbuhan ekonomi

Konsep Creating Shared Value (CSV)

CSV di Nestlé

Nestlé sesungguhnya adalah 'laboratorium' di mana konsep CSV ditemukan, lalu diformulasikan. *Foundation Strategy Group* (FSG) adalah konsultan yang dipergunakan Nestlé untuk meninjau bagaimana Nestlé menjalankan strategi bisnis sekaligus CSR-nya. Hasilnya adalah pengetahuan mendalam mengenai bagaimana Nestlé menggunakan seluruh *value chain*-nya untuk memperoleh manfaat bagi perusahaan serta pemangku kepentingannya.

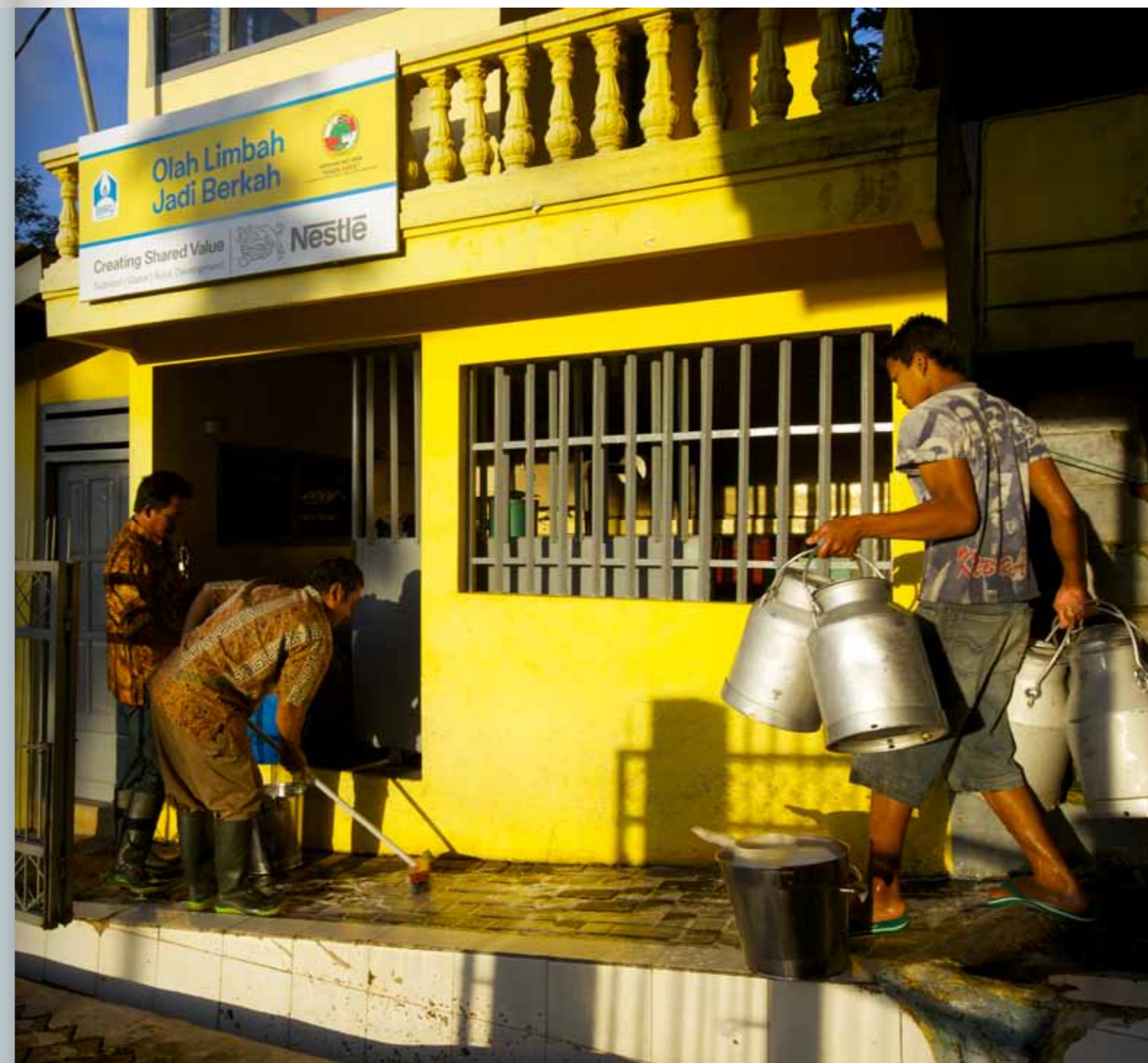
Value chain Nestlé, secara sederhana dapat diringkas menjadi tiga komponen besar: *Agriculture and sourcing*; *Manufacturing and distribution*, serta *Product and consumers*. Secara konsisten Nestlé selalu memikirkan bagaimana komponen itu bisa menyumbang perwujudan CSV, yaitu melalui dampak rantai usaha (*value chain impacts*), konteks pertumbuhan (*context for growth*), manfaat untuk Nestlé (*value for Nestlé*) dan manfaat untuk masyarakat (*value for society*).

Misalnya, dalam komponen *Agriculture and sourcing*, yang dinyatakan sebagai dampak rantai nilai adalah praktik pembelian yang menekankan pada kualitas dan keberlanjutan serta riset dan pengembangan untuk

meningkatkan hasil panen para pemasok. Konteks untuk pertumbuhan di sini adalah pengembangan pertanian dan pemasok, yang meliputi transfer teknologi, peningkatan kapasitas petani, serta kemitraan untuk pertanian berkelanjutan. Manfaat untuk Nestlé adalah akses terhadap bahan baku yang berkualitas dengan harga yang bisa diramalkan. Sementara, manfaat untuk masyarakat adalah hasil panen yang lebih baik dengan input yang lebih sedikit (artinya: peningkatan produktivitas dan kesejahteraan petani).

Nestlé dengan jelas menunjukkan bahwa masalah-masalah dalam masyarakat yang hendak dibantunya adalah gizi, air dan pembangunan pedesaan. Dengan dukungan riset dan pengembangan untuk menghasilkan produk bergizi, masyarakat dapat menikmati pilihan produk dengan harga terjangkau, dan Nestlé memiliki posisi pasar yang bagus. Dengan pengelolaan air yang baik, masyarakat bisa terpenuhi kebutuhannya dan Nestlé juga terjamin keperluan air dalam proses produksinya. Sementara, dengan pembangunan pedesaan Nestlé bisa berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan petani dan menjamin pasokan bahan bakunya.

Nestlé dengan jelas menunjukkan bahwa area dalam masyarakat yang hendak dibantu adalah gizi, air dan pembangunan pedesaan.



Profil PT Nestlé Indonesia



PT Nestlé Indonesia (selanjutnya disebut 'Nestlé') merupakan anak perusahaan Nestlé S.A, sebuah perusahaan makanan dan minuman terbesar di dunia serta terdepan dalam bidang gizi, kesehatan dan keafiatan (*nutrition, health, wellness*), yang berkantor pusat di Vevey, Swiss. PT Nestlé Indonesia yang berdiri bulan Maret 1971 adalah perusahaan tertutup, dengan komposisi kepemilikan saham mayoritas (lebih dari 90%) oleh Nestlé S.A. Saat ini jumlah karyawan Nestlé sebanyak 2.698 orang. Dalam hal organisasi, selama tahun 2010 tidak ada perubahan signifikan, baik menyangkut struktur karyawan maupun komposisi kepemilikan saham. [2.4, 2.6, 2.8, 2.9]

Sesuai dengan misi Nestlé untuk turut mewujudkan masyarakat Indonesia yang lebih sehat dan motto kami: 'good food, good life', Nestlé mengutamakan pentingnya makanan yang baik untuk mencapai kehidupan yang baik pula. Motto 'good food, good life' ini menggambarkan komitmen kami yang berkesinambungan untuk mengkombinasikan ilmu pengetahuan dan teknologi guna menyediakan produk-produk yang mampu memenuhi kebutuhan dasar manusia akan makanan dan minuman yang berkualitas, bergizi, aman untuk dikonsumsi, serta lezat rasanya.

Keberlanjutan Nestlé yang ditujukan untuk penciptaan manfaat digambarkan dalam piramida *Creating Shared Value* (CSV). Dalam piramida tampak adanya dasar kepatuhan dan keberlanjutan yang kami lakukan untuk memastikan bahwa setiap manfaat yang timbul benar-benar dapat dinikmati bersama-sama antara Nestlé dan semua pemangku kepentingannya.

Praktik bisnis Nestlé berdasarkan pada integritas, kejujuran, dan kesepakatan yang adil serta kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku. Semua karyawan Nestlé menjunjung tinggi dan menjalankan komitmen tersebut serta bertanggung jawab guna mendukung reputasi baik Nestlé. Standar perilaku bisnis (*Code of Business Conduct*) menjelaskan secara detail dan membantu penerapan Prinsip Bisnis Perusahaan Nestlé (*Nestlé Corporate Business Principle/NCBP*) dengan menerapkan standar perilaku minimum yang tidak dapat ditawar di beberapa area penting.



- **CSV**
Gizi
Air
Pembangunan Pedesaan
- **Keberlanjutan**
Menjaga masa depan
- **Kepatuhan**
Hukum, Prinsip Bisnis, Standar Perilaku

Profil PT Nestlé Indonesia

Sepuluh Prinsip Bisnis Perusahaan Nestlé (The Nestlé Corporate Business Principles) (4.8):

1

Gizi, Kesehatan dan Keafiatan

Tujuan utama kami adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan para konsumen setiap hari, dimanapun mereka berada dengan menawarkan pilihan produk makanan dan minuman yang lezat dan sehat, serta mendorong gaya hidup sehat. Kami mengungkapkan hal ini melalui motto kami: *'Good Food, Good Life'*. [PR1]

2

Jaminan Mutu dan Keamanan Produk

Dimana saja di seluruh dunia, nama Nestlé menjanjikan produk yang aman dan berkualitas baik kepada konsumen. [PR1]

3

Komunikasi Kepada Konsumen

Kami berkomitmen terhadap komunikasi kepada konsumen yang bertanggung jawab dan dapat dipercaya, yang memberdayakan konsumen untuk menggunakan hak mereka atas pilihan yang berdasarkan pada informasi yang benar, dan mempromosikan pola makan yang lebih sehat. Kami menghargai privasi konsumen. [PR6]

4

Hak Asasi Manusia dan Kegiatan Usaha Kami

Kami mendukung penuh prinsip-prinsip *Global Compact* - Persatuan Bangsa Bangsa tentang hak asasi manusia dan ketenagakerjaan, dan bertujuan untuk memberikan contoh-contoh mengenai hak asasi manusia dan praktik ketenagakerjaan di seluruh kegiatan bisnis kami.

5

Kepemimpinan dan Tanggung Jawab Pribadi

Keberhasilan kami tercipta berkat dukungan para karyawan. Kami memperlakukan para karyawan dengan rasa hormat dan bermartabat dan mengharapkan setiap karyawan mempunyai rasa tanggung jawab pribadi. Kami mempekerjakan tenaga kerja yang kompeten dan mempunyai motivasi, serta menghargai nilai-nilai kami. Kami memberikan kesempatan yang sama untuk pengembangan dan kemajuan mereka, melindungi privasi mereka, dan tidak mentoleransi segala bentuk pelecehan dan diskriminasi.

6

Keamanan dan Kesehatan Kerja

Kami berkomitmen untuk mencegah kecelakaan, cedera dan penyakit yang disebabkan oleh pekerjaan, dan kami melindungi para karyawan, mitra usaha dan pihak-pihak lain yang terlibat di sepanjang mata rantai usaha kami.

7

Pemasok dan Hubungan Dengan Pelanggan

Kami mensyaratkan kepada para pemasok, agen, sub-kontraktor dan karyawan mereka untuk bersikap jujur, adil dan berintegritas, serta mematuhi standar yang tidak dapat ditawar. Kami memiliki komitmen yang sama kepada para pelanggan kami.

8

Pembangunan Pertanian dan Pedesaan

Kami berkontribusi dalam perbaikan di bidang produksi pertanian, status sosial ekonomi para petani, masyarakat pedesaan, dan dalam sistem produksi agar lebih berwawasan lingkungan.

9

Lingkungan dan Keberlanjutan

Kami berkomitmen pada praktik bisnis yang berwawasan lingkungan. Pada semua tahap masa pakai produk, kami berupaya untuk menggunakan sumber daya alam secara efisien, lebih memilih menggunakan sumber daya yang terbarukan yang dikelola secara berkelanjutan, dan menetapkan sasaran limbah nol. [EN26]

10

Air

Kami berkomitmen pada penggunaan air secara berkelanjutan dan perbaikan pengelolaan air. Kami menyadari bahwa dunia menghadapi tantangan ketersediaan dan kebutuhan air yang semakin besar dan bahwa pengelolaan sumber-sumber daya dunia yang bertanggung jawab oleh semua pengguna air merupakan suatu kebutuhan mutlak.

Profil PT Nestlé Indonesia

Standar Perilaku

(Code of Business Conduct) [4.8]

<p>1. Kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku Kami selalu mematuhi undang-undang dan peraturan lainnya.</p>	<p>2. Perbedaan kepentingan Kami akan selalu bertindak untuk kepentingan terbaik Nestlé.</p>	<p>3. Rangkap Jabatan Direktur dan kegiatan lain di luar perusahaan Kami bangga dengan reputasi Nestlé dan mempertimbangkan kepentingan terbaik Nestlé pada kegiatan dan keterlibatan kami di luar perusahaan.</p>	<p>4. Keluarga dan Kerabat Keputusan perekrutan dan pengembangan sumber daya manusia kami adil dan objektif.</p>	<p>5. Kesempatan bagi Perusahaan Kami berkomitmen untuk memajukan bisnis Nestlé.</p>
<p>6. Insider Trading Kami menghormati dan mematuhi peraturan <i>Insider Trading</i> pada waktu membeli dan menjual saham Nestlé.</p>	<p>7. Anti Monopoli dan usaha yang adil Kami yakin akan pentingnya persaingan bebas.</p>	<p>8. Informasi rahasia Kami menghargai dan melindungi informasi rahasia kami dan juga menghormati informasi rahasia pihak lain.</p>	<p>9. Penipuan, perlindungan aset perusahaan, akuntansi Kami mementingkan kejujuran dan kami menghargai aset dan kepemilikan perusahaan.</p>	<p>10. Suap dan korupsi Kami menentang segala bentuk suap dan korupsi.</p>
<p>11. Hadiah, makanan dan hiburan Kami bersaing dan melakukan bisnis hanya berdasarkan kualitas dan kemampuan.</p>	<p>12. Diskriminasi dan pelecehan Kami menerima perbedaan dan menghormati harga diri para karyawan kami.</p>	<p>13. Ketidapatuhan Kami akan mengonsultasikan standar perilaku, mematuhi ketentuan di dalamnya dan mencari bimbingan apabila diperlukan.</p>	<p>14. Pelaporan tindakan yang melanggar hukum dan ketidapatuhan Kami bertanggung jawab untuk memastikan bahwa kami semua bertindak dengan integritas dalam semua situasi.</p>	

Tata Kelola Perusahaan

Komposisi Dewan Komisaris dan Dewan Direksi:

Dewan Komisaris

Presiden Komisaris	Mr. Frits Wout Marie van Dijk
Komisaris	Mr. Reinhold Jacobi
Komisaris	Mr. Jean Daniel Luthi
Komisaris	Mr. Pierre Streit
Komisaris	Mr. Frederik Bernard George Tumbuan
Komisaris	Mr. Carlo Hein Tabalujan
Komisaris	Mr. Ramos Sihombing

Dewan Direksi

Presiden Direktur	Mr. M. Arshad Chaudhry
Direktur	Mr. Thomas Keller
Direktur	Mr. Gideon Stefanus Du Plessis
Direktur	Mr. Riauadi Wisman Djaja
Direktur	Mr. Benyamin Wijaya
Direktur	Mr. Joselito Junior Aguilung Avancena
Direktur	Mrs. Debora R.Tjandrakusuma

Profil PT Nestlé Indonesia



Dalam komposisi Dewan Komisaris dan Dewan Direksi, tidak ada komite independen yang terkait. Demikian pula tidak ada rangkap jabatan antara Dewan Komisaris dengan Dewan Direksi, keduanya memiliki anggota sendiri-sendiri. Profesionalisme dalam bekerja pada setiap Dewan tercantum dalam Kode Etik dan Standar Etika Perusahaan. [4.2, 4.3]

Setiap karyawan Nestlé mempunyai hak yang sama dalam memberikan rekomendasi dan saran bagi perusahaan yang dapat disampaikan melalui Sistem Sumbang Saran (*Suggestion System*), ke Bagian Sumber Daya Manusia (*Human Resources*). Mekanisme penyampaian saran adalah dengan mengisi formulir yang telah disediakan, yang tersedia dalam bentuk cetak maupun elektronik. Para pemegang saham dapat memberikan masukan kapan saja, tidak terbatas ketika Rapat Umum Pemegang saham (RUPS). Mekanisme yang lazim dipergunakan juga sesuai dengan UU Perseroan Terbatas, yakni UU PT no.40/2007 serta Anggaran Dasar Perusahaan. [4.4]

Sesuai dengan UU Perseoran Terbatas, kompensasi untuk seluruh anggota Dewan Komisaris dan Dewan Direksi ditentukan dalam RUPS, dengan memperhatikan seluruh aspek dan situasi pasar. Dengan CSV, maka semua yang terkait dengan kepatuhan terhadap regulasi, keberlanjutan, serta manfaat bagi perusahaan dan pemangku

kepentingan menjadi pertimbangan yang sangat penting dalam menentukan kompensasi tersebut. Sedangkan untuk karyawan, sebuah sistem evaluasi kinerja, termasuk di dalamnya pengembangan karir, juga dipergunakan. Tujuan setiap pekerja ditentukan bersama di awal tahun, dan dievaluasi sepanjang tahun bersangkutan. [4.5]

Untuk meminimumkan benturan kepentingan Dewan Direksi, kami memiliki *The Nestlé Corporate Business Principles (NCBP)* serta *Code of Business Conduct (CoBC)*. Sedapat mungkin, benturan kepentingan harus dihindari oleh karyawan. Apabila benturan tersebut terjadi, atau terdapat situasi yang memungkinkan terjadinya benturan kepentingan, karyawan yang menghadapinya harus memberitahukan kondisi tersebut kepada atasannya dan/ atau bagian HR atau Fungsi Legal dan Kepatuhan untuk menyelesaikan situasi secara adil dan transparan. [4.6]

Pengangkatan Dewan Direksi dilakukan sesuai dengan UU Perseroan Terbatas dan Akta Pendirian Perusahaan. Dalam hal ini, para pemegang saham mencalonkan kandidat untuk mengisi posisi Dewan Direksi, untuk kemudian mendapatkan pengesahan dalam RUPS. Proses tersebut dijalankan oleh Departemen Legal. Persyaratan untuk menjadi anggota Dewan Direksi yang ditentukan dalam Pasal 93 UU no.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Kami memiliki *The Nestlé Corporate Business Principles (NCBP)* serta *Code of Business Conduct (CoBC)*

Profil PT Nestlé Indonesia

Sesuai dengan NCBP dan *The Nestlé Management and Leadership Principles*, direksi harus mengerti dan menguasai prinsip CSV dan cara kami menjalankan bisnis. [4.7]

Untuk mengidentifikasi atau mengelola CSV, dilakukan *performance appraisal* dan survey tahunan konsumen, yaitu *Corporate Equity Monitor (CEM)*. Dalam survei ini terdapat atribut penilaian CSV yang digunakan untuk parameter capaian kinerja CSV Perusahaan. Dengan cara berbisnis kami yang menjunjung tinggi upaya menciptakan nilai bersama, maka tampak bahwa Dewan Direksi tidak saja dinilai dari kinerja keuangan, melainkan juga seluruh aspek, meliputi ekonomi, sosial dan lingkungan. [4.9, 4.10]

Beberapa standar internasional juga menjadi pedoman kami dalam berbisnis dan kepatuhan dalam menjalankannya juga masuk ke dalam sistem audit. Di antara beragam standar itu adalah [4.12]:

- UN *Global Compact*
- WHO *International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes*
- *International Labour Organization Convention*:
 - *Convention 87 – Freedom of Association & Protection of the Right to Organize* (1948)
 - *Convention 138 – Minimum Age for Employment*
 - *Convention 182 – Worst Forms of Child Labour* (based on

- *UN Convention of the Rights of the Child*)
- UN *Global Compact CEO Water Mandate*
- *Tripartite Declaration of Principles on Multinational Enterprises and Social Policy (ILO)*, serta
- *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*

Khusus tentang UN *Global Compact*, Nestlé adalah salah satu perusahaan yang pertama kali mengadopsinya, karena prinsip-prinsip di dalamnya sangatlah baik, dan sangat sesuai dengan cara kami menjalankan bisnis.

Terkait dengan ketiga aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, kami juga memiliki manajemen pencegahan risiko, termasuk cara penanganannya. Hal ini terdapat dalam manual krisis manajemen sebagai strategi untuk menjalankan proses bisnis yang berkelanjutan. Secara umum, tahun 2010 adalah tahun yang baik, tanpa manifestasi atas risiko yang berarti. Walaupun demikian, kami terus memperhatikan perkembangan kejadian khusus terkait dengan isu komoditas, seperti minyak sawit. Setiap ada informasi yang terkait dengan risiko bisnis perusahaan, kami langsung menanggapi dengan tindak lanjut yang memadai bersama-sama dengan berbagai pemangku kepentingan. [4.11]

Kami menyadari pentingnya membina hubungan baik dengan semua

pemangku kepentingan, dari mulai peternak sapi perah, petani kopi, koperasi dan pihak lainnya yang memasok bahan baku, mitra bisnis, yaitu distributor dan pemilik toko, konsumen, pemuka masyarakat baik dari kalangan akademisi, ahli profesi, lembaga kemasyarakatan, asosiasi, pemerintah, media dan masyarakat. Pada saat ini kami sedang menyiapkan beberapa mekanisme untuk memantapkan pemetaan pemangku kepentingan (*stakeholder mapping*) yang sudah kami identifikasikan sebelumnya. [4.14]

Lebih lanjut, kami berusaha untuk terus melakukan pembinaan hubungan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder engagement*) tersebut, misalnya dengan melakukan pertemuan berkala dengan peternak, asosiasi, media, pemerintah dan masyarakat. Walaupun belum mempunyai dasar secara khusus dalam menentukan pemetaan setiap pemangku kepentingan, namun pada tahun 2011 kami akan berusaha menjabarkan lebih *detail* dengan menjadikan analisis kebutuhan (*needs assessment*) pemangku kepentingan sebagai acuan bagi langkah kegiatan CSV selanjutnya. [4.15, 4.16]

Secara rinci, kegiatan CSV dilakukan sesuai dengan program yang telah dikaji oleh masing-masing pabrik melalui tim yang telah ditunjuk. Kajian rencana pelaksanaan program akan diajukan

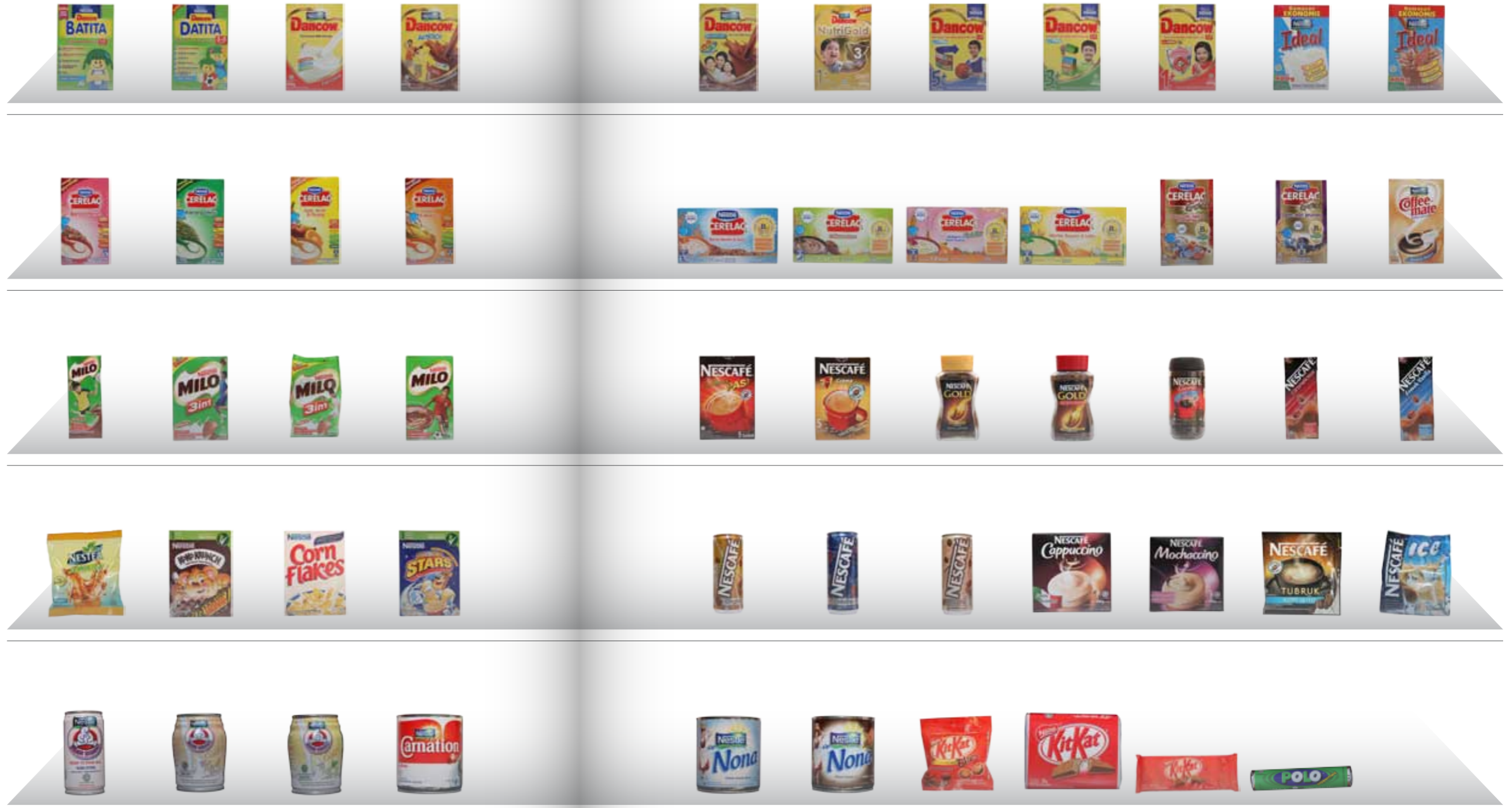
ke kantor pusat di Jakarta melalui proposal. Pelaksanaan program yang disetujui akan disesuaikan dengan ketiga aspek kunci diatas, namun tetap memperhatikan kebutuhan masyarakat setempat. Kami menyadari bahwa kendala dalam melaksanakan program yang sesuai dengan kebutuhan semua pemangku kepentingan selalu ada. Kesulitan yang juga banyak dirasakan oleh perusahaan lain ini, menjadikan kami terus berusaha melaksanakan program CSV secara seimbang, dengan tetap berpegang pada aspek gizi, air dan pembangunan pedesaan. [4.17]



Profil PT Nestlé Indonesia

Gambar produk beserta jangkauan pasar dan pangsa pasar [2.2]

Beragam produk PT Nestlé Indonesia yang menjangkau konsumen di seluruh wilayah Indonesia. Beberapa produk juga diekspor ke negara-negara di Timur Tengah dan Asia. [2.7]



Profil PT Nestlé Indonesia

Sepanjang tahun 2010, Nestlé menerima beberapa penghargaan [2.10]

- Peringkat hijau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) 2009-2010 untuk Pabrik Nestlé di Kejayan, Pasuruan, Jawa Timur dari Kementerian Lingkungan Hidup Republik of Indonesia.
- Sertifikat Sistem Jaminan Halal Kategori A dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI)
- Sertifikasi ISO, meliputi: ISO 9001 (Sistem Manajemen Mutu), ISO 14001 (Sistem Manajemen Lingkungan), OHSAS 18001 (Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja) dan *Food Safety System Certification* 22000, sesuai dengan ISO 22000 dan PAS 220 (Sistem Manajemen Keamanan Pangan)



Profil PT Nestlé Indonesia



Aspek Ekonomi

Selama tahun 2010, kami tidak mendapat bantuan keuangan yang signifikan dari pihak tertentu maupun dari Pemerintah. Kami selalu berusaha mandiri dan untuk menjaga independensi, terkait dengan perannya sebagai suatu industri, kami juga tidak berkecimpung dalam organisasi politik manapun juga, dan tidak berkontribusi pada keberadaan salah satu partai politik apapun. [EC4]

Sebagai sebuah perusahaan penanaman modal asing di Indonesia, Nestlé selalu berupaya memberikan nilai positif bagi pembangunan di Indonesia dan mendukung program pemerintah, yaitu dalam sektor industri makanan dan minuman, yang menjadi keahlian Nestlé. Nestlé aktif menjadi anggota dan pengurus berbagai asosiasi yang berhubungan dengan industri makanan dan minuman, seperti Asosiasi Industri Pengolahan Susu, Asosiasi Industri Minuman Ringan, Asosiasi Pengusaha Indonesia, Asosiasi Produsen Makanan Bayi, Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia, dan Asosiasi Ekspor Kopi Indonesia. [4.13, 4.16, SO5]

Menjaga peran Perusahaan dalam masyarakat menjadi sangat penting bagi Nestlé mengingat setiap langkah operasi diupayakan menciptakan nilai positif bagi masyarakat, di samping nilai positif bagi kami. Dengan menegakkan nilai-nilai tersebut, Nestlé tidak pernah mendapat denda yang terkait dengan kepentingan masyarakat sekitar selama tahun 2010. [SO8]





NO.	ITEM	QTY	UNIT	STATUS	REMARKS
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12



Gizi



Gizi



Inovasi dan Renovasi Produk Secara Berkesinambungan

Salah satu keunggulan daya saing Nestlé adalah kemanfaatan produk seiring dengan berkembangnya ilmu dan teknologi, disertai inovasi dan renovasi melalui proses riset yang dilakukan secara terus-menerus. Tim riset dan pengembangan produk Nestlé selalu berusaha menciptakan produk berkualitas. Dalam pengembangan produk, Nestlé menggunakan pendekatan teknis yang disebut '60/40+'. Pendekatan ini menekankan produk yang diproduksi harus melalui proses uji rasa dengan minimum 60% konsumen memilih produk tersebut dibandingkan produk yang dikeluarkan oleh pesaing terdekat. Di samping itu, produk Nestlé harus memiliki nilai gizi lebih. Produk yang tidak lulus uji rasa kemudian diformulasikan kembali hingga berhasil memenuhi konsep '60/40+' tersebut.

Kami mempunyai kebijakan kualitas produk yang diterapkan dengan ketat. Produk dan jasa kami tidak pernah mengabaikan faktor keamanan pangan, dan selalu mematuhi peraturan dan perundangan di Negara tempat kami beroperasi serta produk kami dipasarkan. Dengan kebijakan ini, selama tahun 2010 tidak ada insiden signifikan yang terjadi terkait dengan masalah kualitas dan keamanan produk. [PR2]

Dalam pengembangan produk kami mengaplikasikan Nestlé *Nutritional Profiling System* untuk memastikan bahwa produk-produk kami memberikan nilai gizi yang baik untuk konsumen. Salah satunya adalah dengan menetapkan *Nutrition Foundation (NF)*. NF adalah sebuah kriteria yang ditetapkan dengan memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh masyarakat dalam hal kandungan gizi dan kesehatan. Oleh karenanya baik dalam proses pembuatan maupun konsumsi, semua aspek produk dipastikan aman dan sehat. Hal-hal tersebut termasuk kandungan kadar gula, garam, lemak jenuh, lemak trans dan energi. Di tahun 2010, produk-produk Nestlé di Indonesia yang sudah memenuhi NF adalah sebesar 72% dari total penjualan. [PR1]



Dalam pengembangan produk, Nestlé menggunakan pendekatan teknis yang disebut '60/40+'

Gizi



Menjadi yang Terbaik di Mata Konsumen

Bagi Nestlé, sangat penting untuk mengetahui apa yang menjadi perhatian seluruh pemangku kepentingan, salah satunya adalah konsumen. Secara berkala kami ingin mengetahui apa yang konsumen pikirkan dan rasakan atas berbagai atribut bisnis Nestlé. Oleh karena itu, setiap tahun kami meminta pihak ketiga untuk melakukan *Corporate Equity Monitor*, yang meliputi atribut kepercayaan, kualitas dan keamanan; kesehatan, kebaikan dan gizi; inovasi; renovasi; kedekatan terhadap konsumen; kenikmatan; nilai; dan tanggung jawab sosial. Sebagaimana tahun-tahun sebelumnya, Nestlé di Indonesia tetap dianggap yang terbaik dalam industri makanan dan minuman oleh para konsumennya. Di hampir seluruh indikator—31 dari 33 indikator yang diukur untuk tahun 2010—Nestlé menempati peringkat tertinggi. *Corporate Equity Monitor* 2010 juga menyatakan bahwa Nestlé telah mencatat kemajuan yang sangat pesat dalam inovasi, renovasi, kedekatan dengan konsumen, kenikmatan, serta tanggung jawab sosial perusahaan. Yang juga sangat membanggakan, Nestlé dianggap sebagai produsen yang menyediakan pilihan-pilihan yang paling sehat dan nikmat.

Informasi bagi Konsumen serta Iklan dan Pemasaran yang Bertanggung jawab

Semua produk makanan dan minuman Nestlé selalu mencantumkan informasi kandungan produk pada kemasannya sesuai dengan peraturan Perundang-undangan yang berlaku. Selain itu, kami juga memiliki 'Kompas Gizi Nestlé' (*Nestlé Nutrition Compass*), yaitu suatu cara untuk mengomunikasikan nilai gizi dan manfaat gizi produk-produk kepada konsumen. Semua (100%) produk Nestlé di Indonesia telah dilengkapi dengan Kompas Gizi Nestlé, yang juga memberikan tips kesehatan dan penyajian produk serta nomor telepon rujukan bagi konsumen bila ada pertanyaan seputar produk yang dikonsumsi tersebut. Dengan kepatuhan ini, tidak terjadi insiden yang signifikan terkait dengan label produk, demikian pula dengan pengadaan dan penggunaan produk, sehingga tidak ada denda finansial selama periode pelaporan. [PR3, PR4, PR9]

Nestlé sangat memperhatikan cara pemasaran produk sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam wilayah hukum Indonesia. Salah satu upaya kami dalam menjaga praktik persaingan usaha yang sehat adalah dengan menyelenggarakan pelatihan *anti trust* melalui *E-Learning Program* setiap tahun. Dengan mematuhi

peraturan ini, maka kami tidak pernah terkait kasus pelanggaran peraturan persaingan usaha sehingga tidak ada proses hukum terkait dengan hal ini.

Nestlé memiliki komitmen untuk berkomunikasi dengan konsumen dengan cara yang bertanggung jawab dan dapat diandalkan. Kami selalu taat pada peraturan mengenai iklan, promosi, sponsor, atau pemasaran yang telah ditentukan oleh Peraturan Perundang-Undangan. Kami memiliki *The Nestlé Consumer Communication Principles* dan *The Nestlé Policy on Nutrition and Health Claims*. Karena kepatuhan ini, maka kami mempunyai program pemasaran yang sesuai dengan peraturan dan tidak ada insiden signifikan yang terkait dengan media pemasaran produk. Demikian pula, Nestlé selalu menjaga kerahasiaan konsumen dalam suatu sistem *database* dan oleh karenanya tidak ada keluhan dari mereka mengenai hal ini.

[PR6, PR7, PR8]



Gizi



Program Nestlé Healthy Kids ^[SO1]

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan dan pemahaman tentang gizi, kebersihan diri dan aktifitas fisik bagi anak sekolah. Program ini diharapkan mendorong penerapan pola hidup bersih sehat dan aktif dalam kehidupan sehari-hari. Program dilaksanakan dengan cara mengumpulkan data di sekolah, termasuk pemeriksaan anemia, penyakit cacik serta pengukuran berat dan tinggi badan; juga pelatihan bagi guru dan kepala sekolah. Untuk mendukung keberhasilan program, Nestlé membuat modul kesehatan, seperti modul tentang gizi dan makanan, kebersihan diri dan lingkungan, dan modul aktifitas fisik. Secara berkesinambungan, program Nestlé *Healthy Kids* dievaluasi dengan indikator keberhasilan yang telah dikembangkan. Bekerja sama dengan Dinas Pendidikan tingkat Kecamatan, Yayasan Kusuma Buana dan tim ahli dari Perhimpunan Dokter Gizi Medik Indonesia (PDGMI), di tahun 2010, program dilaksanakan di tujuh Sekolah Dasar yang tersebar di Jakarta, Tangerang, Pasuruan dan Kepulauan Seribu, melibatkan lebih dari 1500 siswa. Pada tahun 2011, program akan menjangkau 24 Sekolah Dasar tambahan di 12 kota, melibatkan lebih dari 8.000 siswa.



Gizi



1 Bertambah umur, bertambah berat, bertambah tinggi

2 Postur, tubuh tegap & otot padat

3 Rambut berkilau & kuat

4 Kulit dan kuku bersih dan tidak pucat

5 Wajah cerah, mata bening & bibir segar

6 Gigi bersih & gusi merah muda

7 Nafsu makan baik & buang air besar teratur

8 Bergerak aktif & berbicara lancar sesuai umur

9 Penuh perhatian & bereaksi aktif

10 Tidur nyenyak

Caravan Gizi DANCOW ^[SO1]

Bekerja sama dengan PDGMI (Perhimpunan Dokter Gizi Medik Indonesia) dan Kementerian Pendidikan Nasional RI, Nestlé memberikan pendidikan gizi dan memperkenalkan '10 Tanda Umum Anak Bergizi Baik' sebagai pedoman praktis bagi orangtua dan pekerja kesehatan dalam menilai status gizi anak-anak melalui program 'Caravan Gizi DANCOW'. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan gizi para ibu dengan harapan membantu terwujudnya sumber daya manusia Indonesia yang sehat dan berkualitas. Program ini telah menjangkau lebih dari 87 ribu orangtua, 45 ribu pekerja kesehatan, dan 404 ribu murid dari 1.115 SD di 19 kota, serta membenahi sejumlah Kantin Sehat Sekolah.

Pada tahun 2010, Caravan Gizi DANCOW telah memberikan pelatihan '10 Tanda Umum Anak Bergizi Baik' kepada 1.200 Dokter Kecil Mahir Gizi dari 300 SD di 19 kota. Tahun 2011, program ini akan diperluas ke 500 SD di 46 kota dari Pulau Sumatra hingga Papua, dan melatih 2.000 Dokter Kecil Mahir Gizi yang kemudian akan menyebarkan pengetahuan mereka tentang gizi kepada 360 ribu teman sekolahnya. Caravan Gizi DANCOW juga memberikan konsultasi gizi gratis bagi 8.000 orangtua di 80 pasar tradisional di 30 kota.

DANCOW Parenting Center ^[SO1]

DANCOW Parenting Center merupakan wujud nyata Nestlé dalam mendukung kehidupan keluarga Indonesia yang lebih sehat dan berkualitas dengan menjadi mitra orangtua untuk mewujudkan pertumbuhan dan perkembangan anak-anak Indonesia secara optimal. Melalui serangkaian program pendidikan komunitas yang didukung oleh para ahli berpengalaman di bidang psikologi, spesialis anak serta spesialis gizi medik, Nestlé memberikan pengetahuan dan pemahaman yang memadai bagi para orang tua tentang dua faktor penting yaitu perkembangan fisik dan mental yang memerlukan perhatian seimbang.

Pada tahun 2010, DANCOW Parenting Center berfokus pada tema 'Positive Parenting' untuk membantu para orangtua dalam mempersiapkan perkembangan optimal dan kepercayaan diri anak-anak sebagai aset di masa yang akan datang. Untuk menjangkau lebih banyak orangtua agar dapat mengikuti program ini, DANCOW Parenting Center bekerja sama dengan berbagai pihak mengadakan kegiatan seperti: Rumah DANCOW Parenting Center yang telah dikunjungi oleh lebih dari 2000 orang. Selama tahun 2010, Seminar 'Beranda DANCOW Parenting Center' di 8 perkantoran besar di Jakarta berhasil menjangkau lebih dari 500 orang ibu, Radio Talkshow yang disiarkan di 15 kota di Indonesia, serta berbagi informasi tentang tumbuh kembang anak lewat artikel di majalah dan program televisi.



Gizi



Program Posyandu DANCOW BATITA [SO1]

Tahun 2010 adalah tahun ke-3 pelaksanaan kegiatan 'Ayo ke Posyandu – Tumbuh, Aktif, Tanggap' yang bertujuan untuk membantu meningkatkan pola asuh anak melalui kader Posyandu (Pos Pelayanan Terpadu). Pada tahun 2010, Nestlé DANCOW Batita telah menjangkau lebih dari 10.000 kader di lebih dari 2.000 Posyandu di 14 provinsi, serta berinteraksi dengan lebih dari 200.000 ibu rumah tangga. Kegiatan dilakukan dengan cara memberikan edukasi dan pelatihan kepada para kader untuk kemudian melakukan penyuluhan kepada ibu-ibu menggunakan tiga tanda TAT (Tumbuh, Aktif, Tanggap). Kegiatan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Departemen Gizi Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia (FEMA), Institut Pertanian Bogor yang melibatkan lebih dari 2.300 responden di 22 kota tentang pengaruh pola asuh ibu yang berdampak pada kualitas gizi dan kemampuan anak.



MILO School Competition [SO1]

Komitmen jangka panjang Nestlé dalam memajukan olahraga sebagai bagian dari gaya hidup sehat dibuktikan dengan pencanangan sebuah program pencarian calon juara bulutangkis masa depan, yang diberi nama MILO *School Competition (MSC)*. Satu-satunya kompetisi bulutangkis antar SD dan SMP di Indonesia yang secara konsisten selama satu dekade (10 tahun) mendukung permasalahan dan regenerasi bulutangkis ini telah mampu menjangkau 20 kota di Indonesia dengan peserta mencapai hampir 22.000 anak.

Dengan dukungan Kementerian Pendidikan Nasional RI serta dinas-dinas pendidikan di berbagai kota dan Persatuan Bulutangkis Seluruh Indonesia (PBSI), MSC pada tahun 2010 diselenggarakan di empat kota: Jakarta (10–14 Februari), Makasar (29 Maret–3 April), Yogyakarta (5–10 April), dan Medan (19–24 April). Kejuaraan ini memperebutkan Piala Taufik Hidayat sebagai piala bergilir sejak 2006, serta hadiah uang pembinaan dan hadiah mengikuti pelatihan khusus di TH (Taufik Hidayat) *Training Camp, Jakarta*, selama dua minggu. Tahun 2011, MSC akan diselenggarakan di empat kota baru; Batam (Kepulauan Riau), Samarinda (Kaltim), Gresik (Jatim) dan Pontianak (Kalbar) dengan mengundang lebih dari 3.600 murid SD dan SMP di lima kota.





Lingkungan yang Berkelanjutan



Lingkungan yang Berkelanjutan



Nestlé telah dan terus melakukan langkah-langkah penting dalam mengurangi dampak negatif atas lingkungan untuk memperbaiki keberlanjutan operasi dalam jangka panjang. Selain berbagai pendekatan inovatif untuk meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk, kami juga menggunakan beragam upaya terbaik dan teknologi terkini untuk menjaga lingkungan hidup. Inisiatif dalam penghematan energi dan air adalah elemen kunci dalam komitmen kami untuk menciptakan lingkungan hidup yang berkesinambungan.

Penegakan komitmen di atas telah diakui oleh otoritas lingkungan hidup, yaitu Kementerian Negara Lingkungan Hidup dengan didapatnya penghargaan *PROPER* peringkat Hijau untuk Pabrik Kejayan di tahun 2010. Hal ini berarti bahwa kinerja lingkungan pabrik tersebut bukan hanya telah memenuhi seluruh regulasi, melainkan juga melampaui persyaratan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Selain itu, tak ada satupun pelanggaran dalam aspek lingkungan yang dituduhkan kepada Nestlé sehingga tidak ada sanksi keuangan selama periode pelaporan. [EN28]

Pembangkit Listrik dan Uap Gabungan

Energi, dalam bentuk uap dan tenaga listrik, merupakan bagian penting bagi kelangsungan proses produksi kami.

Hingga pertengahan tahun 2008, di Pabrik Kejayan, Jawa Timur, masih menggunakan alat penghasil uap dan pembangkit listrik konvensional yang menggunakan dua jenis bahan bakar minyak, yaitu *Heavy Fuel Oil (HFO)* dan *Light Fuel Oil (LFO)* atau yang kerap disebut sebagai diesel. Sebagai bagian dari perencanaan jangka panjang untuk lebih menghemat pemakaian energi dan mengurangi emisi hasil efek rumah kaca, maka kami memutuskan untuk menggunakan generator gabungan (*co-generation plant*) yang memakai gas alam untuk menggantikan bahan bakar minyak.

Di dalam pembangkit tenaga gabungan ini, gas alam dimasukkan ke dalam sebuah turbin gas untuk menggerakkan generator yang menghasilkan tenaga listrik. Uap panas yang dihasilkan kemudian digunakan lagi untuk menghasilkan uap yang selanjutnya digunakan dalam proses produksi. Dengan menggunakan energi dari turbin gas dan generator uap, dapat dihasilkan pengurangan penggunaan bahan minyak bumi hingga 24%. Di tahun 2010, setelah generator tersebut dipakai, konsumsi energi tercatat sebesar 6,86 GJ/ton produk. Dari konsumsi energi tersebut, sejumlah 0,4 ton emisi langsung dan 0,09 ton emisi tak langsung dihasilkan oleh setiap ton produk. [EN3, EN6, EN16]

Penggunaan generator gabungan ini telah terbukti menguntungkan dalam hal penghematan energi dan dampaknya

Penegakan komitmen kami diakui oleh otoritas lingkungan hidup, yaitu didapatnya penghargaan *PROPER* peringkat Hijau untuk Pabrik Kejayan di tahun 2010



Lingkungan yang Berkelanjutan



pada lingkungan. Dibandingkan dengan bahan bakar minyak, gas alam menghasilkan lebih sedikit gas karbondioksida, yang merupakan penyumbang terbesar pada efek rumah kaca. Karena LFO menghasilkan CO₂ sebesar 74,1 kg/GJ, HFO memiliki emisi 77,4 kg/GJ, sementara gas alam hanya 56,1 kg/GJ, maka penggantian LFO dan HFO dengan gas alam telah membuat pengurangan dalam emisi. Secara garis besar, penggantian tersebut telah mengurangi jumlah CO₂ sebesar 30% dibandingkan sebelum generator gabungan dipergunakan. [EN18]

Inisiatif lain yang juga sangat bermanfaat dalam menghemat energi adalah pemanfaatan ampas kopi (*spent ground*) di Pabrik Panjang di Lampung sebagai bahan bakar untuk boiler.

[EN26]

Pengelolaan Air

Bertahun-tahun sebelum perlindungan dan pelestarian alam menjadi perhatian publik, Nestlé telah memfokuskan diri pada pengelolaan air yang bertanggung jawab. Telah menjadi komitmen kami untuk senantiasa melestarikan keberadaan air sumur. Air terutama digunakan untuk menghasilkan uap, menara pendingin dan juga sebagai pembersih.

Untuk menghasilkan uap, air dipanaskan di dalam sebuah pemanas. Uap ini kemudian digunakan untuk proses

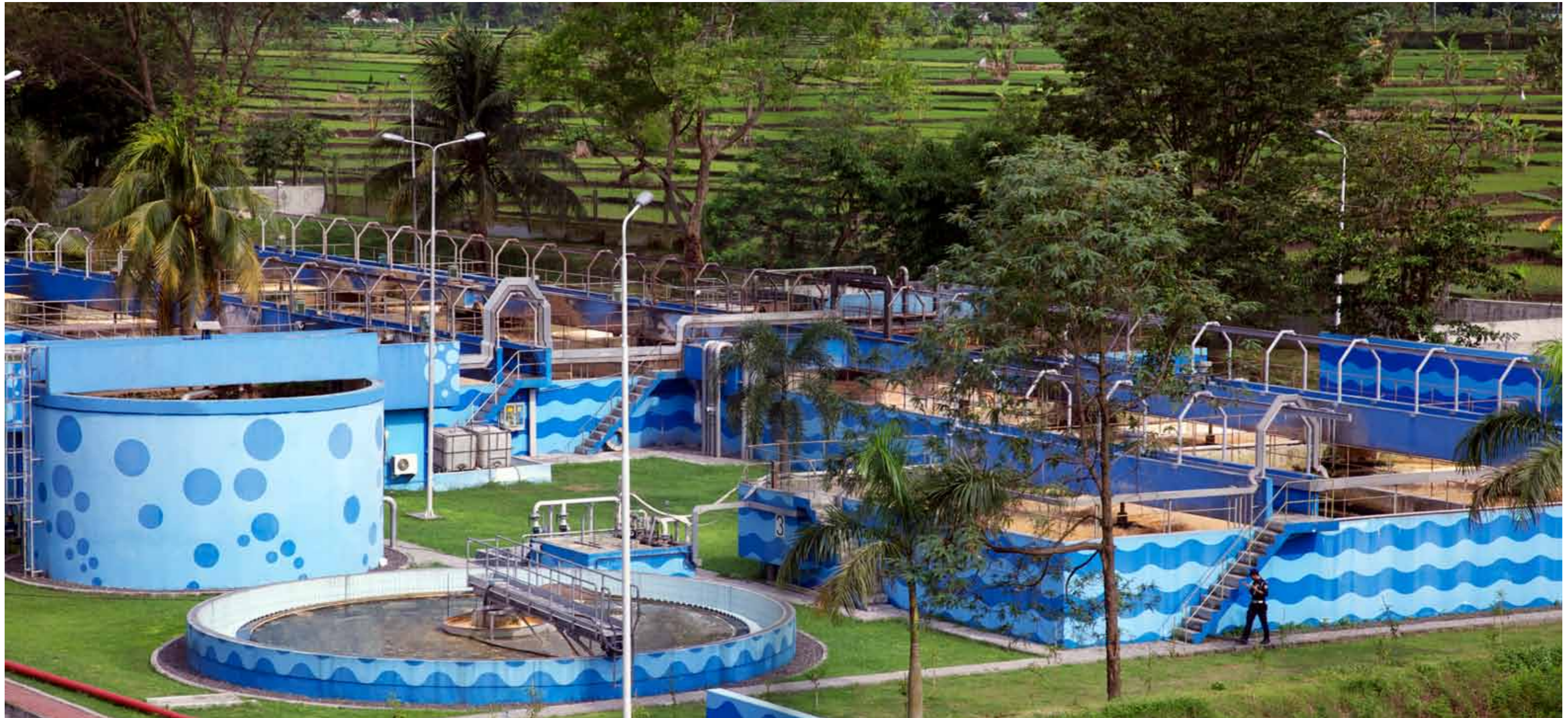
pemanasan dan terjadi kondensasi menjadi air. Air kondensasi ini kemudian dikembalikan ke dalam generator uap dan digunakan kembali sebagai penghasil uap. Dengan prosedur ini maka kami dapat menghemat penggunaan air.

Susu segar yang dihasilkan oleh peternak masih berupa cairan. Untuk menghasilkan susu bubuk, maka diperlukan proses pemisahan air dari susu padat, melalui proses yang dinamakan evaporasi. Setelah dikondensasi, air yang biasa kami sebut sebagai *cows water* ini dikumpulkan dalam sebuah tangki terpisah yang kemudian digunakan kembali untuk keperluan membersihkan alat-alat. Air ini juga digunakan untuk menambah kekurangan air sebagai akibat proses evaporasi di dalam menara pendingin.

Dari praktik yang kami upayakan tersebut, pada tahun 2010 total air yang seluruhnya berasal dari air tanah yang digunakan adalah sebesar 1.185.471 m³. Dari jumlah ini, 5,8 m³ air digunakan untuk menghasilkan 1 ton produk dan, total air yang dikeluarkan (*water discharge*) adalah 855.738 m³ [EN8]



Lingkungan yang Berkelanjutan



Lingkungan yang Berkelanjutan



Irigasi Sawah dengan Air Limbah Industri yang Telah Diolah

Terjadinya air limbah adalah sebuah proses yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan produksi produk makanan. Sudah menjadi kewajiban para pelaku industri untuk memastikan bahwa air limbah tidak akan merusak lingkungan melalui pengelolaan yang tepat, yakni fasilitas Pengolahan Air Limbah (IPAL), atau *Waste Water Treatment Plant (WWTP)* yang sesuai dengan standar nasional dan internasional. Dengan komitmen kami untuk melestarikan lingkungan, air limbah yang telah diolah mampu memberikan manfaat bagi penduduk sekitar, sebagai sumber pengairan persawahan mereka.

Sarana WWTP kami di Pabrik Kejayan memproses air limbah menjadi air bersih dengan prinsip dasar penyeimbangan, pengudaraan dan penjernihan. Setiap hari, fasilitas ini menghasilkan sekitar 1.300 m³ air bersih. Secara berkala, kualitas air yang dihasilkan dari fasilitas ini dipantau dengan ketat dan dilakukan pengambilan sampel.

Dengan bekerja sama dengan masyarakat sekitar dan para petani, kami memelihara saluran air sepanjang 1,2 kilometer yang telah dibangun pada tahun 2009. Saluran ini melalui jalur persawahan. Sejumlah 26 hektar sawah bisa memperoleh pasokan air dari saluran ini. Proses ini memberikan nilai positif

pada lingkungan karena para petani tidak lagi menggantungkan diri pada pasokan air sumur untuk kepentingan irigasi mereka. [\[EN26\]](#)

Program Penghijauan Hutan

Taman Hutan Raya Wan Abdul Rahman di Lampung yang memiliki luas 22.000 hektar memiliki fungsi yang cukup vital bagi kepentingan ekonomis dan ekologis penduduk provinsi Lampung. Sebagian kecil lahannya, yakni seluas 30 hektar telah didedikasikan sebagai sebuah area perkemahan remaja yang mampu memberikan penghasilan bagi penduduk sekitar dan menjadi sarana belajar mengenai lingkungan bagi generasi muda. Dua air terjun yang ada di dalamnya juga merupakan daya tarik wisata dan sarana pengairan bagi penduduk di wilayah sekitarnya. Komitmen kami untuk turut mendukung pelestarian lingkungan dan membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat telah mendorong dikembangkannya program Nestlé Green Initiative dengan menjadikan area perkemahan remaja Taman Hutan Raya ini sebagai objek dari program ini.

Diluncurkan bertepatan dengan 25 tahun keberadaan pabrik NESCAFÉ di Lampung, kami menjalin kemitraan dengan Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor (IPB). Kerja sama ini menunjuk Nestlé sebagai narasumber ahli masalah kehutanan yang juga

bertanggung jawab pada perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program, bekerja sama dengan Fakultas Pertanian Universitas Lampung dan Dinas Kehutanan Provinsi Lampung. Program lima tahun (2005-2010) ini, secara umum bertujuan selain untuk menghijaukan kembali wilayah perkemahan remaja juga untuk meningkatkan kualitas hidup penduduk setempat.

Hingga akhir tahun 2010 sejumlah 11.642 pohon yang mayoritasnya adalah damar mata kucing (*Shorea javanica*), puspa (*Schima walichii*), damar (*Agathis lorantifolia*), mindi dan jabon (*Antocephalus cadamba*) telah ditanam. Demikian pula sebanyak 400 bibit dari 57 spesies pohon dari beberapa wilayah Indonesia ditanam di wilayah perkemahan remaja. Sementara itu, untuk peningkatan kesejahteraan dan mengurangi ketergantungan penduduk pada kawasan perkemahan remaja tersebut, kami pun mengadakan program peningkatan pendapatan masyarakat melalui budidaya ikan lele dan jamur tiram.



Lingkungan yang Berkelanjutan



“ Untuk masak di dapur dengan bahan kayu akan mahal. Kalau dengan biogas, hemat. Dapur pun kelihatan lebih bersih. ”

Drika Asiah, Purwodadi, Pengguna Biogas



Program Biogas [EN18, EN26, SO1]

Dalam kemitraannya dengan peternak sapi perah, Nestlé mendorong pengelolaan ternak yang bertanggung jawab demi kelestarian lingkungan. Komitmen kami dalam memastikan pasokan susu yang berkualitas dari para peternak telah diwujudkan dengan memberikan pendampingan teknis kepada para peternak.

Belajar dari pengalaman di beberapa negara lain, tim ahli kami melihat adanya potensi pemanfaatan limbah ternak sebagai sumber energi alternatif, selain sebagai pupuk kandang. Kandungan methanol dari kotoran lima ekor sapi, dapat digunakan untuk menghasilkan energi gas yang bisa mencukupi kebutuhan satu rumah tangga. Kami memandang, pendekatan ini tidak hanya berdampak positif kepada lingkungan, namun juga bagi kesejahteraan keluarga dan rumah tangga para peternak sapi.

Program Biogas kami luncurkan pada pertengahan tahun 2010, bersama beberapa mitra koperasi kami. Melalui program ini, setiap koperasi dapat mendaftarkan untuk mendapatkan pinjaman modal tanpa bunga untuk mendirikan unit biogas bagi setiap anggotanya. Dengan investasi dan pasokan limbah dari sedikitnya lima ekor sapi, maka pasokan gas untuk kebutuhan rumah tangga untuk memasak pun, dapat terpenuhi sepanjang tahun tanpa perlu biaya lagi.

Hal ini merupakan sebuah penghematan besar bagi satu rumah tangga, mengingat untuk penggunaan minyak tanah, paling tidak diperlukan dana sebesar Rp300.000 per bulan. Untuk mendapatkan pinjaman sehingga mereka mampu memasang unit biogas, para peternak diwajibkan memenuhi komitmennya dalam memasok susu dengan kualitas yang telah kami tetapkan. Dari pasokan susu tersebut, para peternak kemudian mencicil setiap bulan kepada koperasi. Mekanisme ini juga merupakan salah satu bentuk upaya kami dalam menumbuhkan perilaku disiplin dan rasa memiliki di antara para peternak.

Hingga akhir tahun 2010, sebanyak 1.262 unit Biogas telah terpasang di lingkungan rumah tangga para peternak yang memasok susu untuk keperluan Pabrik Kejayan. Ke depannya, selain terus mempromosikan pemakaian biogas di kalangan peternak, memperbanyak peternak yang memasang unit biogas, kami pun memiliki rencana untuk memberikan pelatihan kepada para pengguna biogas tentang beragam kegiatan yang dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga. Hingga tahun 2012, bekerja sama dengan HIVOS, kami menargetkan untuk membangun 8.000 unit Biogas bagi para peternak.



Lingkungan yang Berkelanjutan



Program Air Bersih dan Sanitasi [SO1, EC8]

Ketersediaan air bersih sangat penting dalam pembangunan berkesinambungan, upaya mengurangi kemiskinan, dan peningkatan kesehatan masyarakat. Bagi sebagian masyarakat Indonesia, bantuan untuk mendapatkan ketersediaan air bersih untuk keperluan sehari-hari masih diperlukan. Oleh karena itu Nestlé bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia (PMI) dalam proyek yang membantu masyarakat untuk mendapatkan air bersih yang aman.

Kesesuaian visi antara Nestlé dan Palang Merah Indonesia (PMI) telah mendorong kami untuk bermitra dalam menyediakan sarana air bersih bagi penduduk Desa Telagaluhur, Kabupaten Serang, Banten. Program ini telah dimulai sejak bulan Agustus 2008. Sebuah sumur, tangki penampungan dengan kapasitas 30.000 liter air lengkap dengan pipa penyalurannya, 5 unit sarana MCK (Mandi, Cuci, Kakus) dan 8 unit hidran umum dengan kapasitas 2.000 liter, merupakan wujud fisik dari pelaksanaannya. Namun, yang lebih penting, adalah bagaimana masyarakat dapat secara aktif berpartisipasi membangun sarana-sarana ini dan juga pada akhirnya mampu mengelolanya bersama-sama.

Karena itu, selain membantu berdirinya sarana fisik, kami pun membina para sukarelawan dan beberapa anggota masyarakat untuk kelak bisa secara mandiri memanfaatkan sekaligus mengelola sarana-sarana yang berharga ini. Serangkaian pelatihan bagi warga mengenai manajemen air, kebersihan dan sanitasi lingkungan dilakukan untuk menciptakan agen-agen perubahan yang selanjutnya menjadi motor penggerak di Desa Telagaluhur.

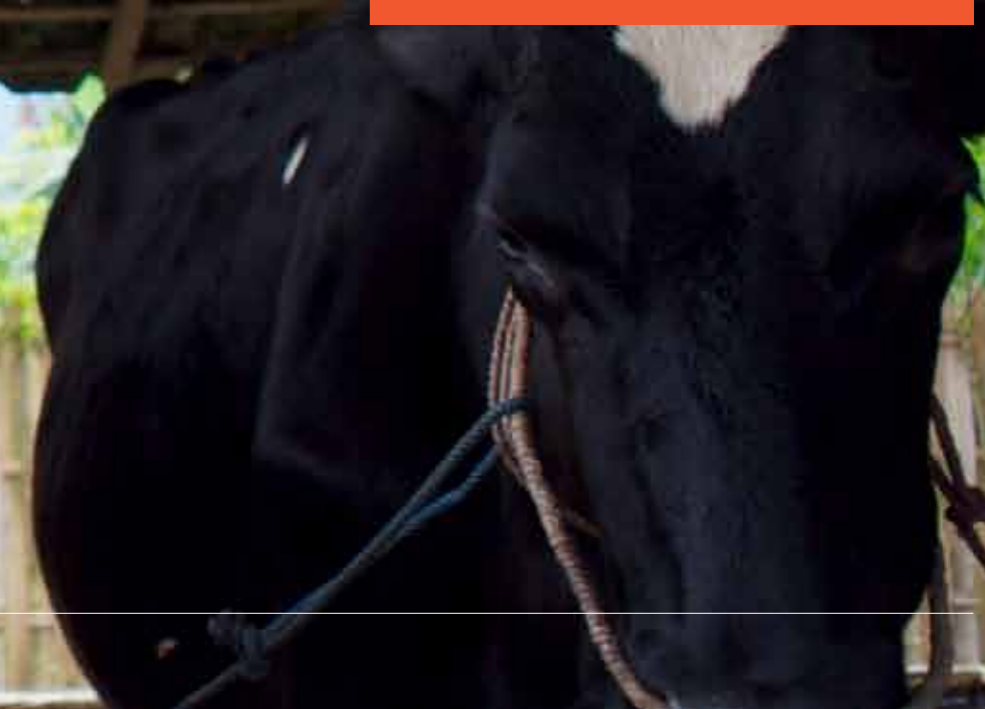
Kemitraan dengan PMI di Desa Telagaluhur kami harapkan menghasilkan sebuah perubahan perilaku dalam kehidupan setiap anggota masyarakat dengan menjalankan pola hidup yang sehat. Di tahun 2010, bekerja sama dengan sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat Yayasan Yasmina, kami menjalankan program serupa di Desa Bitung Jaya, Kecamatan Cikupa, Tangerang. Kami pun segera melakukan peninjauan program serupa di Jawa Timur dan Lampung agar semakin banyak masyarakat bisa mempunyai akses air bersih untuk kehidupan sehari-hari.



AIAMA SAPI : Google
NOMOR SAPI :
TGL BERANAK : 17 - 11 - 10
TGL I B. 1 : 9 - 12 - 10
2 :
3 :

AIAMA SAPI : AURA
NOMOR SAPI :
TGL BERANAK : 3 - 3 - 11
TGL I B. 1 :
2 :
3 :

Pembangunan Pedesaan



Pembangunan Pedesaan



“ Penghasilan dari beternak sapi cukup lumayan. Sekarang kehidupan kami menjadi lebih baik. ”

Solehudin, Krucil-Probolinggo, 20 tahun menjadi peternak sapi.



Sebagai perwujudan pendekatan CSV, sejak lama Nestlé telah membantu para petani untuk menjadi pemasok yang lebih baik, dengan kondisi kesejahteraan yang lebih baik pula. Kerja sama ini memberikan dampak positif jangka panjang terhadap kesinambungan dan produktivitas pertanian, ketahanan pangan, pembangunan ekonomi dan lingkungan, dan standar kualitas kehidupan para petani.

Petani kopi dan peternak susu merupakan pemasok paling penting, karena dari merekalah hingga kini, kami selalu mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang lebih baik untuk menghasilkan produk-produk berkualitas. Bimbingan tentang pertanian yang berkesinambungan, merupakan salah satu faktor penting dalam hal ini. Karenanya, di bidang pembangunan pedesaan, kami tidak henti-hentinya mengupayakan bantuan teknis dan bimbingan pertanian kepada para petani kopi dan peternak sapi mengenai peningkatan produktivitas dan pengendalian mutu hasil pertanian mereka di tingkat harga yang baik.

Perubahan pola pikir dan perilaku perlahan-lahan ditanamkan melalui program ini, mengingat begitu tingginya kendali mutu yang ditetapkan, bukan saja oleh kami namun juga oleh kalangan industri secara luas. Profesionalisme yang terbentuk dalam diri mereka tentunya diharapkan mampu menjadikan mereka sebagai

pemasok yang berkualitas tinggi dan dapat dipercaya. Selain memberikan kemampuan bagi para petani dan peternak dalam menghasilkan bahan baku berkualitas tinggi dengan harga yang bersaing, program kami secara nyata juga diarahkan untuk mampu meningkatkan kualitas hidup mereka.

Kemitraan dengan Peternak Susu di Jawa Timur [SO1, EC8]

Meski Nestlé tidak memiliki lahan pertanian, namun kami berupaya membantu peternak susu untuk mencapai standar yang lebih baik, yakni meningkatkan pendapatan mereka. Bantuan ini termasuk pelatihan penerapan praktik-praktik pertanian yang berkelanjutan.

Tanggal 22 Mei 1975 merupakan saat bersejarah bagi kami dan para peternak sapi anggota Koperasi Pujon, karena saat itulah pertama kalinya mereka dapat mengirimkan susu segar ke Pabrik Waru, sebanyak 160 liter. Sebelumnya, kami harus mengimpor susu bubuk karena pasokan susu segar dari wilayah tersebut tidak memadai. Kondisi ini perlahan mulai berubah, dengan kedatangan tim ahli agronomi yang menganalisa situasi di lapangan dan menyimpulkan bahwa susu segar dapat diproduksi di Jawa Timur. Produksi ini dapat dilakukan dalam konteks kuantitas dan kualitas, dengan syarat mata rantai pasokan (dari sapi hingga ke pabrik susu) dapat ditingkatkan kualitasnya. Kamipun mulai



Pembangunan Pedesaan



Program kami secara nyata juga diarahkan untuk mampu meningkatkan kualitas hidup para petani dan peternak



menyediakan pinjaman bunga rendah kepada beberapa koperasi agar mereka dapat membeli peralatan pendingin yang berguna untuk memastikan kualitas susu segar.

Kisah sukses di tahun 1975 hanyalah sebuah permulaan. Dengan semakin tingginya permintaan akan susu segar berkualitas, di tahun 1985, kami membentuk Departemen AgriService yang memberikan pendampingan teknis kepada semua pemasok kami. Pada tahun 1988, pabrik kami pindah ke Kejayan. Sebagai langkah awal, kami menyediakan peralatan pendingin yang begitu penting ke tiga koperasi. Langkah berikutnya adalah memfokuskan pada pengenalan teknik mengelola peternakan yang baik kepada para peternak yang ditujukan untuk memastikan produksi susu berkualitas tinggi dan pada saat yang bersamaan memelihara kesehatan ternak mereka.

Kini, Departemen AgriService telah digantikan oleh *Departemen Milk Procurement and Dairy Development (MPDD)* untuk dapat lebih baik lagi memenuhi kebutuhan para peternak dan juga kinerja Nestlé. Di satu sisi, tim pengadaan susu memfokuskan diri pada kegiatan operasional koperasi—bagaimana mengumpulkan susu segar—yang ditujukan pada peningkatan kualitas susu segar dengan harga yang bersaing. Cara yang kami tempuh adalah dengan menyediakan pinjaman bunga ringan untuk memperbaiki

pusat pengumpulan susu (*milk collection center*) dan transportasinya, menyediakan pelatihan para staf koperasi untuk mengaplikasikan standar prosedur pelaksanaan di seluruh rantai pasokan, melakukan pemeriksaan untuk memastikan kesesuaian kualitas susu dengan standar yang telah ditetapkan, serta mendorong peningkatan kualitas pada pengelolaan koperasi.

Di lain sisi, tim peningkatan kualitas susu bekerja sama dengan koperasi-koperasi dan beberapa kelompok peternak untuk mencapai peningkatan kualitas di sektor peternakan secara berkelanjutan. Peningkatan kualitas dapat dicapai melalui produktivitas yang lebih tinggi dan efisien. Dalam hal ini, kami memfasilitasi para peternak untuk mendapatkan akses pinjaman agar dapat menambah jumlah sapi. Kami juga memberikan pelatihan dalam hal-hal mendasar pengelolaan peternakan (kebersihan, kesehatan hewan, serta formulasi dan pemberian pakan). Semua upaya yang terjadi selama lebih dari 30 tahun ini telah membawa kami pada peningkatan kualitas susu segar yang konsisten, selain meyakinkan para peternak untuk meningkatkan volume pasokan mereka. Pada tahun 2010, volume susu yang kami terima dari para peternak mencapai rata-rata 660.000 liter per hari atau 241 juta liter per tahun.



Pembangunan Pedesaan



Dengan keberhasilan tersebut, kami mampu mengurangi ketergantungan pada impor susu padat. Para peternak, kini menikmati standar kualitas kehidupan yang jauh lebih baik dari hasil peternakan mereka. Selain pendapatan bersih para peternak yang relatif tinggi dibandingkan dengan mereka yang melakukan usaha tani lainnya, status kesehatan keluarga dan pendidikan anak-anak dari keluarga peternak juga membaik.

Kami, bersama para pemasok, para peternak dan koperasi susu lokal yang berada di wilayah operasi, akan terus bekerja keras untuk memenuhi permintaan produk susu yang terus meningkat di pasar, dan memastikan pengembangan sektor peternakan yang berkelanjutan. Salah satu wujudnya, di tahun 2008-2009 kami melakukan investasi senilai sekitar USD100 Juta untuk melipatgandakan kapasitas produksi, baik untuk produk susu bubuk dan juga susu cair di Pabrik Kejayan. Kini Pabrik Kejayan dapat memproses 1,5 juta liter susu/hari, yang berarti dapat menyerap susu hingga 2 kali lipat dari yang dipasok oleh para peternak di tahun 2010.

Kontribusi Pabrik Kejayan terhadap perekonomian tidak hanya sekedar pembelian susu segar dari petani (*backward linkage*), tetapi juga *forward linkage*-nya yang berupa pertumbuhan industri distribusi produk akhir, termasuk di dalamnya transportasi dan perdagangan. Kalau hal tersebut diperhitungkan dengan detail, maka efek pengganda keberadaan Pabrik Kejayan tentu semakin besar.



Pembangunan Pedesaan



Pembangunan Pedesaan



Kemitraan dengan Petani Kopi di Lampung [SO1, EC8]

Nestlé mulai memproduksi NESCAFÉ di Indonesia, tepatnya di Pabrik Panjang di Lampung pada tahun 1979. NESCAFÉ adalah salah satu merek kopi terbesar di dunia yang telah dinikmati oleh begitu banyak konsumen di seluruh dunia. Di Pabrik Panjang, NESCAFÉ diproduksi untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen Indonesia dan Lampung adalah wilayah pengekspor biji kopi terbesar di Indonesia.

Dalam menyeleksi biji kopi dari hasil panen wilayah setempat, kami selalu mengutamakan rasa sebagai kriteria utama. Pada masa-masa awal operasional Pabrik Panjang, para spesialis pencicip kopi kami menggunakan keahliannya untuk menyeleksi contoh biji kopi yang diserahkan oleh para pedagang kopi. Pencicip kopi ini hanya menerima biji kopi yang memenuhi standar rasa NESCAFÉ yang begitu tinggi. Selama periode tersebut, telah terbentuk sebuah persepsi di antara para pedagang bahwa biji kopi yang baik hanya ditentukan oleh kualitas fisiknya, yaitu bagaimana rupa biji kopi itu sendiri.

Di awal tahun 90-an, Pabrik Panjang mulai melakukan pelatihan *Coffee Tasting* bagi para pedagang kopi setempat untuk menanamkan

pengertian kepada mereka tentang pentingnya rasa dalam produksi kopi. Kegagalan dalam memberikan rasa yang optimum umumnya disebabkan oleh pengelolaan pascapanen biji kopi.

Pada tahun 1994, Nestlé Indonesia memutuskan untuk bekerja sama dengan para petani langsung untuk mendapatkan kualitas rasa yang tepat dan baik, langsung dari sumbernya. Inisiatif ini dimulai dengan mendirikan sebuah tim yang berdedikasi penuh yaitu Departemen AgriService. Agronomis kami bekerja dengan para petani kopi di Ngarip, memperkenalkan teknik-teknik terbaik dalam hal pengelolaan panen dan pascapanen. Dengan banyaknya petani yang mengikuti kegiatan ini, jumlah panen per hektar pun meningkat dua kali lipat. Demikian pula, melalui pengelolaan pasca panen yang baik maka biji kopi yang dihasilkan juga memiliki profil '*cup taste*' yang jauh lebih baik. Kelompok-kelompok petani diberikan pelatihan untuk mengevaluasi kualitas produk mereka dan keuntungan bisa dinikmati dari kopi-kopi berkualitas tinggi di pasar. Sejak 2008 para petani diperkenalkan dengan teknik pengeringan dengan menggunakan oven, dan hal ini sangat membantu pengolahan biji kopi, terutama di saat curah hujan tinggi.

Meski tidak sampai separuh produksi kopi petani binaan Nestlé dibeli oleh perusahaan, namun kopi mereka

tetap diburu para eksportir. Jika sebelumnya harga kopi di pasar lokal sangat rendah, karena dipermainkan oleh tengkulak, kini kopi mereka sudah dikenal memiliki 'kualitas Nestlé' dan tidak ada lagi tekanan harga di pasar lokal. Apalagi petani kopi di Lampung, yang merupakan petani lokal, sekarang sudah mengenal teknologi. Mereka kini terbiasa memperhatikan harga kopi di pasar internasional melalui telepon selular.

Untuk memastikan kopi yang dibeli Nestlé berasal dari sumber yang jelas dan diproduksi dengan memperhatikan kelestarian lingkungan, sejak 2010 Nestlé menerapkan prosedur lacak balik (*chain of custody*). Prosedur ini memungkinkan Nestlé melacak asal muasal kopi hingga persil lahan di tempat biji kopi dipanen. Para petani juga telah merasakan manfaat nyata dari prosedur ini, karena mereka dengan mudah dapat mengetahui secara tepat produksi masing-masing, serta perbandingannya dengan produktivitas petani lainnya. Di tahun 2010, pabrik kami di Lampung membeli sejumlah 10.260 ton biji kopi langsung dari petani.

Dari pengakuan sejumlah petani, kondisi perekonomian mereka sudah jauh berubah dibandingkan dengan sekitar 20 tahun lampau. Secara sederhana, mereka menunjuk pada fakta mengenai kondisi bangunan rumah yang jauh membaik, serta

Pembangunan Pedesaan



“Sejak saya mampu meningkatkan produktifitas dan kualitas biji kopi, banyak sekali perubahan yang terjadi. Empat anak saya telah menjadi sarjana. Itu salah satunya.”

Hadi Rohadi, Desa Ngarip-Lampung, Petani Kopi.



kepemilikan kendaraan bermotor yang cukup tinggi. Petani juga dapat menyekolahkan anaknya ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi—dan cukup banyak yang telah menamatkannya. Mereka menyatakan bahwa peningkatan kesejahteraan juga secara jelas bisa dilihat dari daftar tunggu calon haji dari petani kopi Tanggamus yang terus memanjang.

KERJA SAMA DENGAN PUSAT PENELITIAN KOPSI DAN KAKAO INDONESIA (PUSLITKOKA)

[SO1, EC8]

Nestlé mengadakan kerja sama dengan Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (Puslitkoka) untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas tanaman kopi dan kakao di Indonesia. Puslitkoka berlokasi di Jember, Jawa Timur, dan didirikan pada tahun 1911. Melalui surat keputusan Kementerian Pertanian Indonesia, sejak 1981 Puslitkoka dipromosikan sebagai lembaga penelitian nasional dibawah naungan *Agency for Agriculture Research and Development (AARD)* dengan tujuan untuk melakukan penelitian dan pengembangan terhadap kopi dan kakao. Aktivitas Puslitkoka mencakup kegiatan agronomi, pembiakan tanaman, pemupukan, perlindungan tanaman, fisiologi, teknologi pascapanen, ekonomi, statistik dan bioteknologi. Lebih dari 30 ilmuwan dan 50 asisten lapangan bekerja di Puslitkoka.

Dalam mewujudkan keberlanjutan produksi kopi Indonesia (*Sustainable Coffee Production*), sejak tahun 1997, Nestlé telah bekerja sama dengan pemerintah Indonesia melalui Puslitkoka dalam mencari dan menyeleksi bibit kopi unggul masa depan melalui teknologi *Genetic Mapping*, yaitu suatu teknologi yang dapat mempercepat proses penemuan bibit kopi unggul.

Nestlé juga telah menghibahkan teknologi *Somatic Embryogenesis*, yaitu teknologi untuk memperbanyak tanaman dalam jumlah besar dan dalam waktu relatif singkat sehingga bibit yang dihasilkan akan memiliki karakteristik yang sama dengan induknya. Di tahun 2008, Menteri Pertanian meresmikan Pusat Somatic Embryogenesis kakao pertama di Indonesia hasil dari kerja sama alih teknologi dari Nestlé *R&D Centre di Tours*, Perancis kepada Puslitkoka. Oleh Puslitkoka teknologi ini telah digunakan untuk mempercepat proses revitalisasi tanaman kakao rakyat agar produksi kakao Indonesia tetap terjaga. Hingga akhir 2010, sebanyak 2,5 juta pohon kopi dan 42 juta pohon kakao dihasilkan dengan menggunakan teknologi tersebut.





Sumber Daya
Manusia



Sumber Daya Manusia



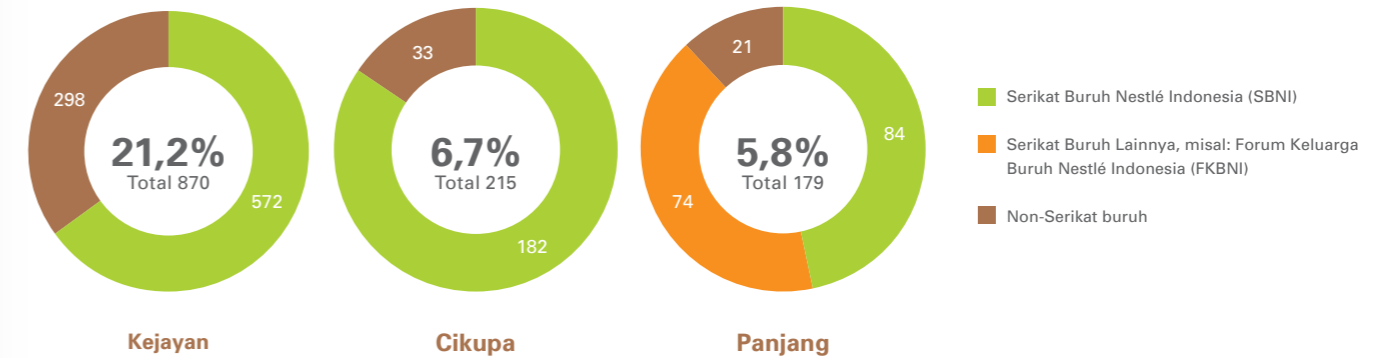
Karyawan merupakan aset berharga kami yang utama. Kami selalu berusaha menjaganya dengan baik sehingga kami tumbuh dan berkembang bersama. Prinsip kami adalah setiap karyawan memiliki kesempatan untuk mengembangkan potensinya masing-masing di lingkungan kerja yang aman dan adil, suara mereka didengar, dihargai dan dihormati.

Sesuai dengan Nestlé *Corporate Business Principles (NCBP)* dan prinsip-prinsip Global Compact Persatuan Bangsa-Bangsa, Nestlé selalu memberikan kebebasan bagi semua karyawannya untuk menjadi anggota serikat buruh atau perkumpulan sejenis tanpa memberikan tekanan ataupun dorongan. Terdapat empat lokasi Perusahaan yang mempunyai Perkumpulan Karyawan hingga Desember 2010.

Sumber Daya Manusia



Jumlah Karyawan yang Tergabung Dalam Perkumpulan Karyawan [LA4]



Sesuai dengan kebijakan internal dan Peraturan Ketenagakerjaan yang berlaku, kami selalu mematuhi syarat dan proses dalam mempekerjakan karyawannya. Perusahaan kami juga tidak pernah membedakan gender, umur, asal usul suku maupun ras dalam menentukan kebijakan perusahaan. Hal ini dilakukan karena kami menghormati setiap individu dan menganggapnya setara. [LA1, LA13]

Jumlah Karyawan Berdasarkan Status dan Lokasi [LA1]

Lokasi	Jumlah Karyawan Permanen	Jumlah Karyawan Temporer	Total
Kantor Pusat (termasuk Pusat Distribusi Cikarang)	555	30	585
Kejayan	1.019	8	1.027
Cikupa	244	53	297
Panjang	236	14	250
Pusat Distribusi Gempol	125	1	126
State (Kantor Penjualan) 1	90	0	90
State (Kantor Penjualan) 2	155	0	155
State (Kantor Penjualan) 3	101	0	101
State (Kantor Penjualan) 4	66	1	67
Total	2.591	107	2.698



Sumber Daya Manusia



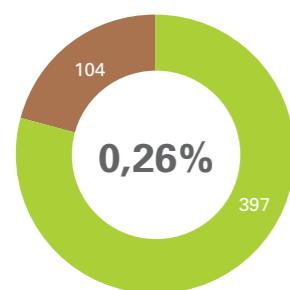
Sumber Daya Manusia



Komposisi Karyawan Berdasarkan Gender dan Umur [LA13]

Jenjang Pegawai	Jumlah	Jenis Kelamin		Umur		
		Laki-Laki	Perempuan	<30	30 – 50	>50
Manajer ke atas	231	166	65	2	204	25
Eksekutif – Senior Eksekutif	357	240	117	26	305	26
Supervisor – Senior Supervisor	642	364	278	337	280	25
Operator	1468	1412	56	687	659	122
Total	2698	2182	516	1052	1448	198

Suasana kerja yang menyenangkan menjadi kunci utama Nestlé untuk menarik karyawan yang kompeten yang baru karena kebutuhan bisnis yang berkembang dan juga untuk mempertahankan karyawannya. Hal ini tampak dari jumlah karyawan yang masuk relatif lebih banyak daripada yang keluar. Perusahaan secara teratur mengawasi jumlah perputaran karyawan setiap bulannya.



Jumlah Perputaran Karyawan

Jumlah Perputaran Karyawan Berdasarkan Jenjang (Permanen) [LA2]

Jenjang Pegawai	Jumlah Karyawan Masuk	Jumlah Karyawan Keluar	Tingkat Perputaran (%)
Manajer ke atas	9	12	1,33
Eksekutif – Senior Eksekutif	14	27	1,93
Supervisor – Senior Supervisor	141	31	0,22
Operator	233	34	0,15
Total	397	104	0,26

Jumlah Perputaran Karyawan berdasarkan Gender [LA2]

Gender	Jumlah Karyawan Masuk	Jumlah Karyawan Keluar	Tingkat Perputaran (%)
Pria	315	78	0,25
Wanita	82	26	0,32
Total	397	104	0,26

Jumlah Perputaran Karyawan berdasarkan Lokasi [LA2]

Jenjang Pegawai	Jumlah Karyawan Masuk	Jumlah Karyawan Keluar	Tingkat Perputaran (%)
Kantor Pusat (termasuk Pusat Distribusi Cikarang)	94	50	0,53
Kejayan	148	18	0,12
Cikupa	46	18	0,39
Panjang	34	5	0,15
Pusat Distribusi Gempol	21	0	0
State (Kantor Penjualan) 1	11	1	0,09
State (Kantor Penjualan) 2	18	5	0,28
State (Kantor Penjualan) 3	13	5	0,38
State (Kantor Penjualan) 4	12	2	0,17
Total	397	104	0,26

Keamanan, Kesehatan dan Lingkungan

Setiap Pabrik, Kantor Penjualan, Pusat Distribusi dan Kantor Pusat memiliki anggota *Safety, Health and Environment (SHE)*. Prosedur pelaksanaan SHE ini diatur dalam Perjanjian Kerja Bersama (PKB) pasal 41. Keberadaan anggota SHE sangat penting untuk memastikan adanya lingkungan kerja yang aman dan sehat sehingga semua operasi kami dapat berjalan dengan baik. Hingga akhir tahun 2010, terdapat total anggota SHE sebanyak 13 orang, yang berarti 0,48% dari keseluruhan total karyawan. Bagaimanapun kami berusaha menekan turunnya jumlah waktu yang hilang karena kecelakaan kerja, namun di tahun 2010 masih terdapat sejumlah kejadian

terkait hal ini. Data kehilangan waktu karena kecelakaan (*Lost Time Injury/LTI*) karyawan dan kontraktor adalah sebesar 0,5 per juta jam kerja, sementara total kecelakaan yang menyebabkan luka (*injury*) adalah 1,0 per juta jam kerja. [LA7]

Pelatihan, Pembelajaran dan Bimbingan

Pelatihan merupakan hal yang signifikan bagi Nestlé. Kami terus meningkatkan kemampuan semua karyawan di setiap jenjang sesuai dengan pekerjaan dan keadaan bisnis yang terus berkembang.

Bagi karyawan yang akan memasuki masa pensiun, Nestlé menawarkan Program Pra-pensiun yang disebut dengan 'New Beginning', yang dimulai



Sumber Daya Manusia



Rata-rata Jam Pelatihan di tahun 2010 ^[LA10]

Jenjang Pegawai	Jumlah Peserta	Jam Pelatihan	Rata-rata Jam Pelatihan/Karyawan
Manajer ke atas	197	5.673,5	28,8
Eksekutif – Senior Eksekutif	333	7.909,2	23,75
Supervisor – Senior Supervisor	503	13.169,6	26,18
Operator	1157	179.571,9	155,2

Nestlé sepenuhnya mendukung prinsip Global Compact Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) mengenai hak asasi manusia dan ketenagakerjaan yang kami rangkum dalam prinsip bisnis kami yaitu *The Nestlé Corporate Business Principles (NCBP)*.

sejak tahun 2004. Program ini bertujuan untuk mempersiapkan karyawan dalam menghadapi masa pensiun. Di tahun 2010, sebanyak 72 karyawan termasuk pasangannya mengikuti program ini.

Setiap tahun Nestlé selalu mengadakan evaluasi kinerja dan pengembangan karir bagi seluruh karyawannya (100%). Hasil evaluasi ini akan menjadi dasar bagi Manajemen untuk meninjau kembali posisi jabatan setiap karyawan dan menilai kinerja selama tahun tersebut. ^[LA12]

Setiap karyawan baru Nestlé selalu mendapat orientasi program, termasuk di dalamnya adalah NCBP yang memuat adanya peraturan anti korupsi. Peraturan ini ditaati oleh semua karyawan, sehingga pada tahun 2010 tidak terdapat kasus mengenai korupsi. Hal ini terdapat dalam PKB bab 2 pasal 10. ^[SO3, SO4]

Menghormati Hak Asasi Manusia

Nestlé sepenuhnya mendukung prinsip-prinsip Global Compact Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) mengenai hak asasi manusia dan ketenagakerjaan yang

kami rangkum dalam prinsip bisnis kami yaitu *The Nestlé Corporate Business Principles (NCBP)*.

Untuk memastikan bahwa setiap karyawan Nestlé bekerja sesuai dengan NCBP, maka sosialisasi NCBP dilakukan melalui jaringan intranet dan melalui pelatihan karyawan baru. Jaringan intranet ini tersedia bagi semua karyawan sehingga setiap saat mereka dapat mengaksesnya.

Nestlé mengikuti Peraturan Pemerintah tentang Ketenagakerjaan mengenai batas usia minimum pekerja, yakni tidak kurang dari 18 tahun. Oleh karena itu, tidak ada pekerja anak di lingkungan kerja Nestlé. Demikian pula, kami tidak pernah memaksa karyawan untuk bekerja lebih dari waktu kerja yang telah ditentukan. Hal ini juga tercantum dalam NCBP sebagai bagian dari penghormatan kami terhadap hak asasi manusia. Oleh karenanya, selama tahun 2010, keadaan kami stabil dan tidak terdapat waktu kerja yang hilang akibat adanya pemogokan atau keributan tertentu, baik yang terjadi dikalangan internal maupun eksternal. ^[HR 6, HR7]





Daftar Indeks GRI [3.12]

GRI G3 **URAIAN** **HALAMAN**

STRATEGI DAN ANALISA

1.1	Sambutan dari Dewan Komisaris dan Direksi	4,6
1.2	Dampak utama, risiko dan peluang	4,6

PROFIL ORGANISASI

2.1	Nama organisasi	88
2.2	Merek, produk dan jasa	24
2.3	Struktur Organisasi	8
2.4	Lokasi kantor pusat	8, 18
2.5	Jumlah dan nama negara perusahaan beroperasi	8
2.6	Bentuk badan hukum	15
2.7	Pasar yang dilayani	24
2.8	Skala organisasi	15, 26
2.9	Perubahan laporan yang signifikan	15
2.10	Penghargaan yang diperoleh	26

PARAMETER

Profil Pelaporan

3.1	Periode pelaporan	8
3.2	Tanggal penerbitan laporan terdahulu	8
3.3	Siklus penerbitan laporan	8
3.4	Kontak perusahaan	88

Lingkup dan Batasan Laporan

3.5	Menentukan isi laporan	8
3.6	Lingkup laporan	8
3.8	Dasar laporan	8
3.9	Dasar dan teknik pengukuran data	8
3.10	Penjelasan dampak pernyataan kembali	8
3.11	Perubahan signifikan dari laporan sebelumnya	8

GRI G3 **URAIAN** **HALAMAN**

Indeks Isi GRI

3.12	Tabel lokasi pengungkapan	84
------	---------------------------	----

Penjaminan

3.13	Kebijakan penjaminan eksternal	8
------	--------------------------------	---

TATA KELOLA, KOMITMEN DAN KETERLIBATAN

4.2	Perangkapan jabatan tertinggi tata kelola dan jabatan eksekutif	21
4.3	Anggota independen	21
4.4	Mekanisme rekomendasi	21
4.5	Kompensasi dan kinerja	21
4.6	Konflik kepentingan	21
4.7	Kualifikasi dewan	22
4.8	Nilai ekonomi, lingkungan dan sosial	2, 6, 16, 18
4.9	Prosedur pemantauan kinerja	22
4.10	Proses evaluasi dewan	22

Komitmen Kepada Pihak Eksternal

4.11	Pendekatan, pencegahan terhadap risiko perusahaan	22
4.12	Prinsip ekonomi, lingkungan dan sosial	22
4.13	Keanggotaan dalam organisasi	29

Keterlibatan Pemangku Kepentingan

4.14	Pemangku kepentingan	23
4.15	Dasar identifikasi dan seleksi pemangku kepentingan	23
4.16	Pendekatan keterlibatan pemangku kepentingan	23, 29
4.17	Hasil keterlibatan pemangku kepentingan	23

GRI G3 **URAIAN** **HALAMAN**

KINERJA EKONOMI

EC4	Bantuan finansial dari pemerintah	29
EC8	Pengaruh pembangunan infrastruktur	55, 58, 67

KINERJA LINGKUNGAN

Air

EN8	Pemakaian water	46, 68
-----	-----------------	--------

Emisi, Limbah Cair dan Limbah Padat

EN18	Inisiatif pengurangan efek gas rumah kaca	46, 52
------	---	--------

Produk dan Jasa

EN26	Inisiatif mengurangi dampak buruk pada lingkungan	17, 46, 51, 52
------	---	----------------

Kepatuhan

EN28	Nilai denda finansial akibat ketidakpatuhan terhadap peraturan dan hukum lingkungan	45
------	---	----

KINERJA SOSIAL

Tenaga Kerja

LA1	Jumlah Karyawan	75
LA2	Tingkat perputaran karyawan	78, 79
LA4	Perjanjian Kerja Bersama (PKB)	75
LA7	Tingkat kecelakaan kerja	79
LA10	Rata-rata jam pelatihan	80
LA12	Penilaian kinerja dan pengembangan karir	80
LA13	Keberagaman karyawan	75, 78

Daftar Indeks GRI

GRI G3	URAIAN	HALAMAN
Hak Asasi Manusia (HAM)		
HR6	Pekerja di bawah umur	80
HR7	Pekerja paksa	80
Kemasyarakatan		
SO1	Dampak program pada komunitas	37, 38, 40, 52, 55, 58, 67, 68
SO3	Pelatihan antikorupsi	80
SO4	Pencegahan tindakan korupsi.	80
SO5	Partisipasi dalam pembuatan kebijakan publik	29
SO8	Hukuman atau denda akibat pelanggaran peraturan	29
Tanggung Jawab Produk		
PR1	Perputaran dan keamanan produk.	16, 32
PR2	Pelanggaran peraturan dampak produk	32
PR3	Informasi kandungan produk.	35
PR4	Pelanggaran penyediaan info produk	35
PR6	Kelayakan komunikasi pemasaran	16, 35
PR7	Pelanggaran komunikasi pemasaran	35
PR8	Pengaduan tentang pelanggaran privasi pelanggan	35
PR9	Denda pelanggaran pengadaan dan penggunaan produk	35

Naskah dan Penyuntingan

PT Nestlé Indonesia
Tim Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti

Desain

Afterhours Books

Fotografi

Achmad Ibrahim
Ed Wray
Lans Brahmantyo
Dokumentasi Nestlé

Kertas

Laporan ini dicetak di atas kertas
Fedrigoni Splendorgel Extra White,
FSC Certified, terbuat dari EFC Pulp
hasil daur ulang

PT Nestlé Indonesia [2.1, 3.4]

Wisma Nestlé
Jl. Let. Jend. T.B. Simatupang Kav. 88
Jakarta 12520, Indonesia
Tel +62.21.7883.6000
Fax +62.21.7883.6001

www.sahabatnestle.co.id



Good Food, Good Life

www.sahabatnestle.co.id