



# untuk bumi untuk nanti

## 2021

PT EIGERINDO MPI  
Sustainability Performance Report



# Daftar Isi

**01** Hal 2

Tentang Kami

**02** Hal 4

Pesan CEO

**03** Hal 7

Komitmen Untuk Bumi  
Untuk Nanti

**04** Hal 9

EIGER Sustainability  
Highlight

**05** Hal 15

Tentang Laporan  
Keberlanjutan EIGER

**06** Hal 31

Untuk Bumi

**07** Hal 39

Untuk  
Manusia

**08** Hal 46

Untuk  
Kesejahteraan

**09** Hal 50

EIGER CSR

**10** Hal 54

Indeks GRI

**2021**

PT EIGERINDO MPI  
Sustainability Performance Report





# Tentang Kami

Bumi beserta isinya selalu menginspirasi perjalanan kami sejak tahun 1989. Bahkan, alam Indonesia yang disebut sebagai salah satu hutan hujan tropis terbesar di dunia membuat kami memfokuskan brand EIGER untuk 'Tropical Adventure' atau petualangan di iklim tropis. Produk dan inovasi yang kami keluarkan pun terinspirasi dari alam dan menyesuaikan kebutuhan Eigerian (konsumen) ketika bertualang di alam tropis.

"Dengan semangat terhadap keberlanjutan, kami menyajikan kepuasan yang penuh pengalaman bagi pelanggan dalam bisnis gaya hidup", adalah misi PT Eigerindo Multi Produk Industri (MPI) yang telah kami jalankan dengan penuh komitmen sepanjang tahun 2021.

EIGER bersama PT Eigerindo MPI akan menjalankan petualangan baru dengan lebih memperhatikan prinsip-prinsip keberlanjutan untuk mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs). Meskipun kecil, tetapi ini adalah langkah yang kami lakukan bersama pihak terkait dan masyarakat, serta kami berharap segala upaya akan berdampak positif pada bumi hari ini dan nanti.

"Untuk Bumi, Untuk Nanti", menjadi semangat baru bagi kami untuk menjalankan misi besar MPI. Demi melindungi masa depan dan generasi selanjutnya, kami ingin menjadi bagian dari maraton panjang dalam menyelamatkan bumi. Kami ingin, alam Indonesia yang saat ini dapat kami nikmati bukan sekadar menjadi cerita untuk generasi yang akan datang, tetapi juga bisa dinikmati hingga nanti.

**#untukbumiuntuknanti**



# 01 Inspirasi Kami

Teruntuk Eigerian, rekanan dan seluruh pihak yang sedang membaca laporan keberlanjutan kami. Salam sejahtera untuk kita semua.

Salah satu pesan dari orang tua yang masih saya ingat adalah untuk selalu menjadi berkat bagi banyak orang. Pesan itu lah yang masih saya pegang dan bahkan saya tanamkan dalam setiap langkah yang saya ambil, hingga “To be a blessing company in lifestyle business”, resmi menjadi visi perusahaan PT.Eigerindo MPI

Sejak muda saya mencintai alam dan lingkungan, saya suka bertualang, mendaki gunung. Dari kegemaran ini, saya banyak mendapat ilmu dari mentor saya para penggiat lingkungan. Mereka juga mengingatkan bahwa alam dan lingkungan harus kita pelihara. Oleh karena itu sejak tahun 2019 ‘spirit of sustainability’ resmi dikukuhkan sebagai misi dari PT.Eigerindo MPI untuk lebih fokus dalam pengembangan program sustainability dengan harapan semua yang kami lakukan dapat menjadi bagian dari solusi untuk menjaga dan memperbaiki kondisi alam Indonesia pada khususnya.

Perusahaan kami terus berupaya lebih baik untuk mengurangi dampak negatif yang mungkin timbul dari bisnis kami serta memberi lebih banyak dampak positif terhadap alam dan sesama melalui program-program berkelanjutan yang kami jalankan.

Semoga apa yang kita cita-citakan bersama bisa terwujud dan menjadi legacy untuk bangsa Indonesia, keluarga serta dapat menginspirasi generasi-generasi yang akan datang

Kita akan terus berusaha, berinovasi dan berkarya sebagai bentuk kecintaan terhadap Tanah air Republik Indonesia.

**EIGER ada untuk INDONESIA, Untuk Bumi dan Untuk Nanti.**

*Salaon Lestari*

Bandung, Desember 2021

**Ronny Lukito**

Founder and Chairman

PT Eigerindo Multi Produk Industri



# Pesan CEO

GRI 102 - 14

Eigerian, partners, dan seluruh pihak terkait yang terhormat, izinkan saya menyampaikan beberapa hal terkait program keberlanjutan dari EIGER Adventure. Lahir dan tumbuh di Indonesia sejak tahun 1989, EIGER Adventure selalu berupaya untuk memberikan berkat bagi masyarakat dengan memenuhi kebutuhan mereka, baik itu untuk kegiatan luar ruang ataupun kegiatan sehari-hari, sekaligus melindungi alam Indonesia melalui program, kegiatan, ataupun ekspedisi yang kami lakukan.

Sebagai brand Tropical Adventure, sudah sepatutnya kami lebih memperhatikan kondisi alam Indonesia yang sejak awal selalu menjadi inspirasi terbesar dalam mengembangkan produk dan kegiatan kami. Di tahun 2019, kami melakukan cukup banyak perubahan secara internal, termasuk bagaimana cara kami untuk mencapai visi perusahaan, yaitu to be a blessing company in lifestyle business. Kami menambahkan "spirit of sustainability" sebagai salah satu cara untuk menjadi perusahaan yang diberkati.

Kami berkomitmen untuk memulai petualangan baru dengan semangat keberlanjutan, Untuk Bumi, Untuk Nanti. Kami percaya, langkah kecil untuk bumi yang dilakukan bersama dengan Eigerian (konsumen), Blessing People (karyawan), partners, dan seluruh pihak yang terlibat akan menjadi berkat dan manfaat untuk generasi selanjutnya. Lebih dari itu, semoga apa pun yang kami lakukan dapat memperbaiki kondisi Indonesia, bahkan bumi nanti.

Saya menyadari, masih banyak yang harus kami perbaiki, terutama dari segi proses bisnis yang sudah berpuluh-puluh tahun kami jalani. Namun, kami tidak bisa sendiri dalam petualangan ini. Kami butuh bantuan dan dukungan dari seluruh pihak untuk dapat bersama-sama menjalani petualangan untuk bumi.

Terima kasih untuk seluruh pihak yang sampai saat ini masih mempercayai kami untuk melindungi alam dan membantu masyarakat Indonesia.

Saya pribadi berharap, langkah kecil ini semoga berdampak besar untuk nanti.

*Salam Lestari*

Bandung, Desember 2021

**Christian H. Sarsono**

Chief Executive Officer

PT Eigerindo Multi Produk Industri

"Masih banyak yang harus kami perbaiki. Namun, kami tidak bisa sendiri. Kami butuh bantuan dan dukungan dari seluruh pihak untuk dapat bersama-sama menjalani petualangan untuk bumi. Langkah kecil ini semoga berdampak besar untuk nanti"





## Peran EIGER untuk Manusia di Masa Pandemi Covid-19

Ketika Covid-19 melanda dunia pada tahun 2020, EIGER termasuk salah satu perusahaan yang terdampak dengan adanya kejadian luar biasa ini. Dalam keadaan turunnya penjualan, kami tetap terpanggil untuk melakukan berbagai aksi kemanusiaan demi menolong sesama. Inisiatif untuk membantu sesama ini dilakukan dengan membagikan alat pelindung diri berupa *hazmat*, masker, dan *face shield* kepada tenaga medis dan masyarakat.

Saat dimulainya gerakan vaksin berkolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, kami membuka sentra vaksin di Bandung. Hingga akhir tahun 2021, sebanyak 2.806 orang yang sudah mendapat vaksin di sentra vaksin kami. Karyawan yang menjadi aset utama EIGER juga dilindungi dengan adanya protokol khusus, pengaturan pembatasan kerja di kantor, *disinfectant chamber*, dan pemasangan lampu UV. Selain itu, kami juga menyediakan sarana cuci tangan (*wastafel*) di sekitar lokasi operasi.

Perusahaan juga membantu karyawan yang terkena Covid-19 dengan penggantian biaya medikal akibat penanganan Covid-19 sebesar **Rp2.712.311.941,00** pada tahun 2021. Untuk mencegah merambahnya penyakit ini, secara rutin dilakukan swab test kepada karyawan dan sebanyak 8.573 tes telah dilakukan sepanjang 2021. Total biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk penanganan Covid-19 adalah sebesar **Rp6.519.975.826,00**, yaitu sebanyak **Rp5.108.299.062,00** pada tahun 2020 dan **Rp1.411.676.764,00** pada tahun 2021.



# Peran EIGER untuk Manusia di Masa Pandemi Covid-19



22.467 SET

\* Jumlah Pembuatan Hazmat



2.712.311.941 IDR

\* Biaya medikal karyawan



66.000 PCS

\* Jumlah Pembuatan Masker



8.573 TES

\* Swab test rutin kepada karyawan sepanjang 2021



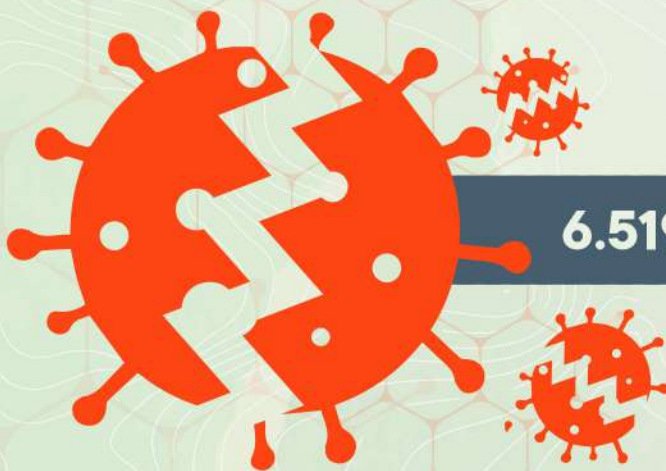
3.200 PCS

\* Jumlah Pembuatan Face Shield



2.806 ORANG

\* Jumlah orang divaksin, di sentra vaksin kami di Bandung



6.519.975.826 IDR

\* Total yang dikeluarkan untuk penanganan Covid-19



# Komitmen Untuk Bumi

Petualangan kami untuk melindungi bumi masih panjang. Namun, kami telah mulai membangun fondasi dan peta jalannya di tahun 2021. Setiap langkah kecil yang kami jalani bersama-sama dengan seluruh pihak terkait semoga berdampak baik **untuk bumi, untuk nanti.**





# Komitmen Untuk Bumi - Target 2030

01

Bahan baku berkelanjutan yang digunakan mencapai 20%

02

100% pemasok sudah menjalankan praktik keberlanjutan

03

Melakukan *carbon balance offset*

04

100% toko dan kantor pusat EIGER sudah menerapkan konsep bangunan hijau yang tertuang dalam pilar *Eco Friendly Store & Office*

#untukbumiuntuknanti







# EIGER Sustainability Highlight

## Eiger Sustainability Road Map

Oktober 2021

Tahun 2021 adalah tahun di mana batu pertama untuk membangun Strategi Keberlanjutan perusahaan secara holistik mulai diletakkan. Tonggak sejarah ini memperkuat inisiatif tanggung jawab sosial serta filantropi perusahaan yang telah dijalankan sepanjang perusahaan berdiri.

Komitmen pimpinan perusahaan untuk menjalankan inisiatif keberlanjutan dimulai dengan memperkaya pengetahuan manajemen puncak serta mengintegrasikan strategi keberlanjutan dalam kebijakan dan sistem kerja termasuk dalam target capaian.

Peta jalan yang disusun berdasarkan analisa terhadap dampak dari keputusan dan aktivitas operasional perusahaan dan relasinya terhadap masyarakat dan lingkungan akan mulai memperkuat bangunan tata kelola melalui perilaku yang transparan dan etis. Sekali lagi **untuk bumi, untuk nanti.**



# EIGER Sustainability Strategic



Terdapat lima pilar di dalam Strategi Keberlanjutan EIGER yang masing-masing pilar mengampu program-program dan kegiatan yang akan mulai dilaksanakan di tahun 2022. Ke-5 pilar tersebut adalah:

- E**co & Friendly Store & Office,
- I**nnovative & Sustainable Production and Consumption,
- G**ood Corporate Governance,
- E**ducate & Empower People,
- R**esponsible Shipping & Warehousing.



# EIGER Sustainability Strategic

Dukungan untuk Tujuan Pembangunan Keberlanjutan



Perusahaan mendukung Agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan SDGs yang telah dirancang secara partisipatif dan disahkan oleh 193 negara termasuk Indonesia pada 25 September 2015. Melalui Strategi dan Aksi Keberlanjutan, kami berupaya untuk memberikan kontribusi pada capaian SDGs yang bertujuan untuk mengakhiri kemiskinan, mengurangi kesenjangan, dan melindungi lingkungan.

Pilar Keberlanjutan EIGER telah dipetakan untuk dapat mendukung capaian SDGs pada beberapa tujuan dan indikator. Terdapat 11 tujuan dan 31 indikator yang terkait dengan Pilar Keberlanjutan EIGER. Berikut adalah keterkaitan Strategi Keberlanjutan EIGER dengan Metadata Indikator Tujuan Pembangunan Berkelanjutan versi II yang dikeluarkan pada tahun 2021.





# EIGER Sustainability Strategic

Dukungan untuk Tujuan Pembangunan Keberlanjutan



## Eco & Friendly Store & Office

Komitmen kami terhadap keberlanjutan ditampilkan pada toko dan kantor kami yang mengacu pada prinsip-prinsip Bangunan Hijau. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mendukung layanan sekaligus memberi inspirasi kepada pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya sesuai dengan prinsip-prinsip keberlanjutan hingga akhirnya terbentuk brand value EIGER, ceruk pasar yang spesifik, serta Sustainability Advantage.



## Innovative & Sustainable Production & Consumption

Kami ingin produk yang dibeli oleh konsumen kami mengandung praktik baik, dari desain hingga berakhir menjadi limbah. Praktik baik ini juga termasuk bagaimana kami membangun Sustainable Supply Chain, memastikan adanya progres dari bahan baku dari material yang terbarukan, diproduksi dengan cara yang dapat memberikan manfaat dan mengusung Hak Asasi Manusia dengan keragamannya, serta melibatkan semua pihak dan mengurangi limbah dari produk yang cacat.



# EIGER Sustainability Strategic

Dukungan untuk Tujuan Pembangunan Berkelanjutan



## Good Corporate Governance

Kami terus berupaya untuk melakukan tata kelola perusahaan yang baik dan transparan serta mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan. Kami juga mengutamakan keragaman dan berusaha untuk dapat melibatkan semua pihak, serta memberikan kesempatan yang adil untuk semua.

Hak-hak karyawan termasuk keselamatan menjadi pertimbangan kami dalam setiap langkah yang dijalankan perusahaan. Pada akhirnya, kami berharap EIGER akan terus berkembang dan memperluas pasarnya hingga merambah pasar internasional.



## Empower & Educate People

Setelah banyak menggulirkan program filantropi, kami ingin mengarahkan kegiatan sosial kami pada pembangunan komunitas agar kami dapat mengembalikan apa yang kami dapat untuk manusia dan lingkungan. Salah satu pemangku kepentingan pada usaha kami, yaitu konsumen juga menjadi target dari upaya edukasi akan gaya hidup berkelanjutan.



# EIGER Sustainability Strategic

Dukungan untuk Tujuan Pembangunan Berkelanjutan



## Responsible Shipping & Warehousing

Sebagai perusahaan retail, kami menyadari bahwa sumbangan emisi gas rumah kaca yang kami hasilkan cukup besar. Sumbangan ini berasal dari jejak karbon yang dihasilkan di sepanjang mata rantai kami. Selain itu, juga dari konsumsi listrik yang digunakan pada gudang kami. Karenanya, kami berupaya untuk memperhitungkan, mengelola, dan melakukan inisiatif untuk mengurangnya dari waktu ke waktu. Kami juga mempertimbangkan bagaimana melakukan pengemasan dan pengiriman agar tidak menambah limbah.

**“Strategi Keberlanjutan EIGER terkait dengan 11 tujuan dan 31 indikator SDGs, sebanyak 13 indikator terkait dengan Pilar Ekonomi, 13 indikator terkait dengan Pilar Lingkungan, 4 indikator terkait dengan Pilar Hukum, dan 1 indikator terkait dengan Pilar Sosial.”**





# Tentang Laporan Keberlanjutan EIGER





# Sekilas Tentang EIGER

Lahir pada tahun 1989, EIGER Adventure merupakan sebuah brand penyedia perlengkapan dan peralatan bagi gaya hidup para pegiat alam. Bernaung di bawah PT Eigerindo MPI, EIGER dibangun di Indonesia oleh orang-orang Indonesia dengan tujuan untuk membawa nama Indonesia ke kancah internasional, khususnya di industri fashion retail.

Nama EIGER sendiri terinspirasi dari Gunung Eiger berketinggian 3.970 mdpl dan menjadi "gunung tersulit didaki" ke-3 di dunia yang terletak di Bernese Alps, Swiss. Di samping itu, EIGER memiliki filosofi Education, Inspiration, Green Life, Expedition/Experience, dan Responsibility.

Sejak tahun 2015 EIGER memfokuskan produk-produknya untuk kegiatan alam di iklim tropis yang kini menjadi tagline EIGER, yaitu "Tropical Adventure". Hal tersebut tercermin di tiga kategori produk EIGER, yaitu Mountaineering, Riding, dan EIGER 1989 (Lifestyle).

Saat ini, EIGER sudah tersedia di 110 kabupaten/kota di seluruh Indonesia dengan total 196 toko. Terlebih, kini EIGER memperkuat kehadirannya di dunia daring dengan [www.eigeradventure.com](http://www.eigeradventure.com) atau situs resmi dan halaman e-commerce EIGER.

## **Nama Perusahaan**

PT Eigerindo Multi Produk Industri  
GRI 102 -1

## **Lini Bisnis**

Perdagangan perlengkapan dan peralatan pemenuhan gaya hidup petualangan luar ruang.

GRI 102 -2

## **Alamat**

Jl. Raya Terusan Kopo Km. 11,5, No. 127A, Pangauban, Kec. Ketapang, Kab. Bandung, Jawa Barat, Indonesia  
GRI 102 -3

## **Legalitas**

Perseroan Terbatas  
GRI 102 -5

## **Telepon**

+62 022 87786767

## **Alamat Email**

[headoffice@eigerindo.co.id](mailto:headoffice@eigerindo.co.id)

## **Situs Web**

[www.eigeradventure.com](http://www.eigeradventure.com)



# Visi, Misi & Nilai EIGER

## Visi

To be a blessing company in lifestyle business

## Misi

with spirit of sustainability, we provide experiential customer satisfaction in lifestyle businesses

## Nilai

### SERVANTHOOD

Melayani sesama sepenuh hati



### HARMONY

Saling menciptakan & menjaga keselarasan untuk mencapai tujuan bersama



### AGILE

Cerdas, adaptif, dan solutif dalam segala situasi dan kondisi



### RESPECT

Menghormati dan menghargai sesama dan lingkungan



### EMPOWERMENT

Melakukan pemberdayaan untuk menciptakan pemimpin-pemimpin



Visi, Misi, dan Nilai perusahaan telah dikemas dalam bentuk tayangan video disertai lagu yang terus digaungkan kepada seluruh karyawan pada setiap acara pertemuan, rapat resmi, dan acara perusahaan lainnya yang dilakukan secara formal, sehingga menjadi panutan bagi karyawan untuk bersikap dan mengambil keputusan.

GRI 102 -16





# Skala Organisasi

## Jumlah Total Karyawan



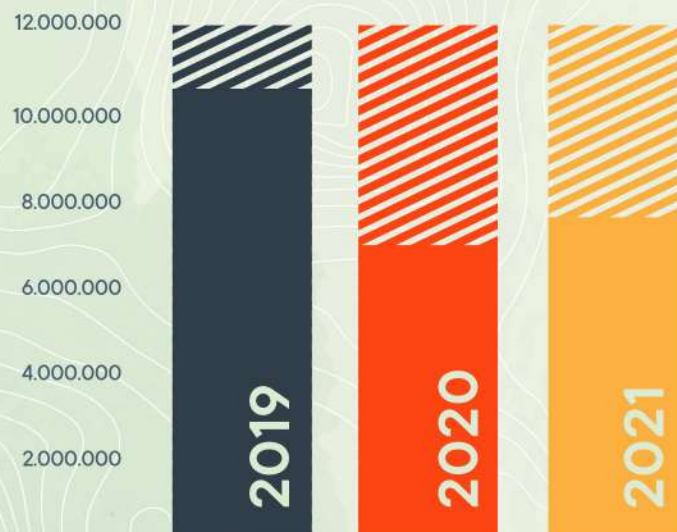
## Jumlah Total Pemasok



Sebagai perusahaan tertutup, PT Eigerindo MPI tidak mengungkapkan data-data keuangan kepada publik. Kinerja finansial hanya dilaporkan secara terbatas kepada pemegang saham dalam laporan tahunan.

GRI 102 - 7

## Jumlah Total Produk

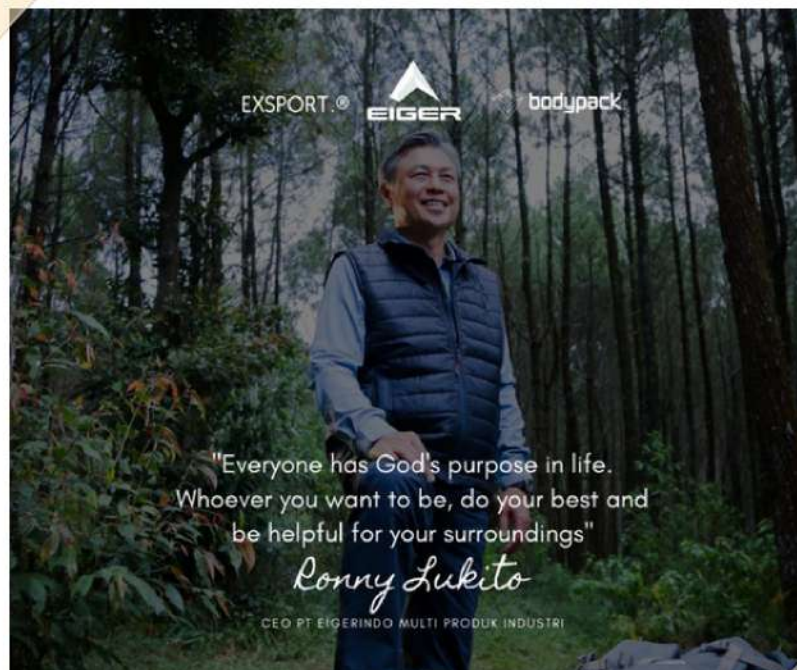




# Tata Kelola Perusahaan

Komitmen tata kelola perusahaan yang baik diwujudkan melalui langkah-langkah untuk mempromosikan dan mengelola Good Corporate Governance (GCG) sebagai bagian penting dari budaya dan nilai-nilai untuk diadopsi oleh seluruh karyawan di semua tingkatan organisasi. Pada tahun 2021, kami mulai menyusun Code of Conduct sebagai pelengkap dari sistem dan infrastruktur yang mendukung implementasi prinsip-prinsip GCG.

Tata Kelola perusahaan juga digambarkan pada organ utama perusahaan yang terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris dan Direksi/CEO, di mana organ Utama Perusahaan yang tertinggi di dalam Perusahaan adalah RUPS. Dewan Komisaris dan Direksi/CEO bertanggung jawab kepada RUPS, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.





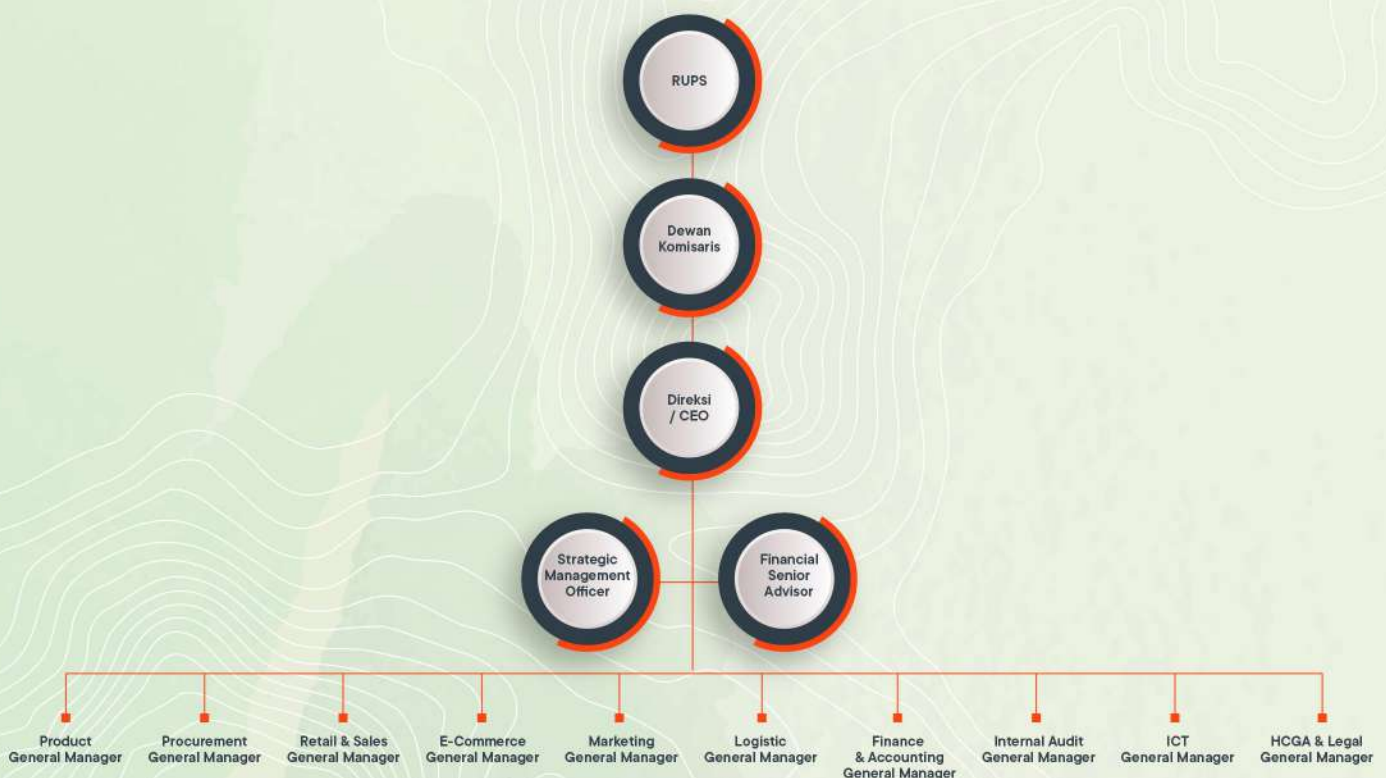
# Tata Kelola Perusahaan

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) merupakan organ tertinggi dalam struktur tata kelola sebagai forum bagi pemegang saham untuk menyetujui dan mengesahkan hal-hal penting berkenaan dengan kepentingan perusahaan, sesuai ketentuan-ketentuan di dalam Anggaran Dasar dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perusahaan melaksanakan RUPS setidaknya satu kali dalam setahun.

Dewan Komisaris bertanggung jawab memberikan saran dan pengawasan pada Direksi /CEO dalam menyusun strategi dan mengelola perusahaan, termasuk dalam menerapkan prinsip-prinsip GCG di perusahaan. Dewan Komisaris diangkat oleh Pemegang Saham melalui mekanisme RUPS dengan masa jabatan sesuai dengan ketentuan dalam Anggaran Dasar masing-masing perusahaan.

Direksi/CEO mengemban tugas dan tanggung jawab untuk menjalankan operasional perusahaan sehari-hari agar sejalan dengan tujuan perusahaan. Tugas utama Direksi/CEO adalah merencanakan dan mengarahkan strategi korporasi jangka panjang melalui pengelolaan kebijakan, kepuasan pelanggan, iklim organisasi yang kondusif sesuai dengan visi, misi & nilai perusahaan dalam upaya menghasilkan produk lokal & internasional, serta mencapai target pertumbuhan laba bersih yang berkelanjutan.

**Struktur organisasi utama perusahaan adalah sebagai berikut:**





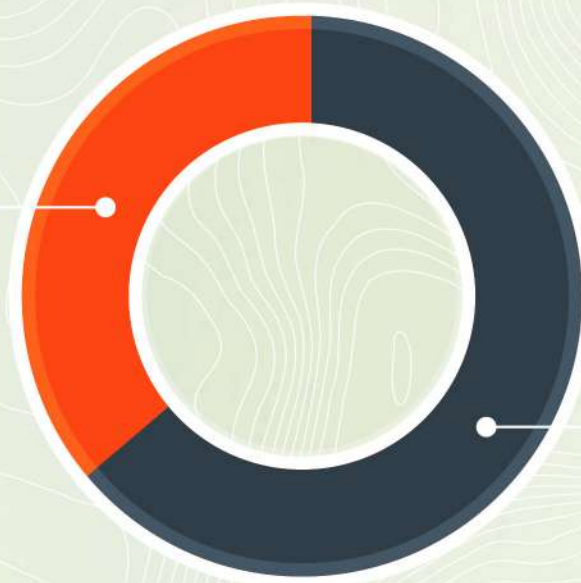
# Angkatan Kerja



**39%**

**Pekerja Wanita**

Tersebar di 26 provinsi  
di Indonesia



**61%**

**Pekerja Pria**

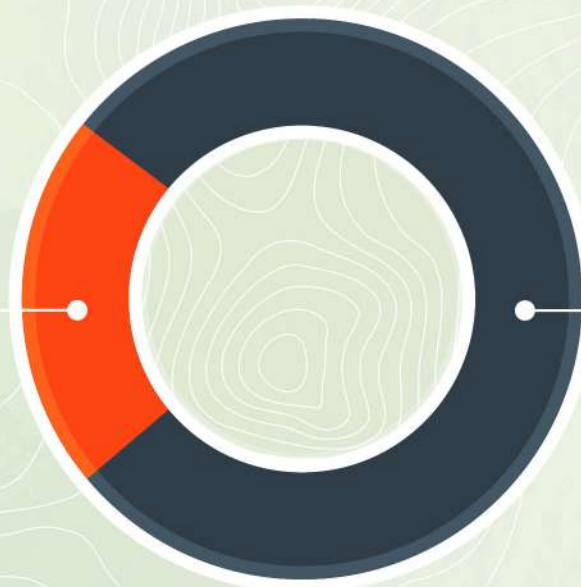
Tersebar di 26 provinsi  
di Indonesia



**22%**

**Pekerja Tetap**

Tersebar di 26 provinsi  
di Indonesia



**78%**

**Pekerja Tidak Tetap**

Tersebar di 26 provinsi  
di Indonesia

Karyawan kami berjumlah 1.725 orang tersebar di 26 provinsi di Indonesia. Pada tahun 2020, jumlah karyawan mengalami penurunan sebesar -27% dikarenakan pandemi Covid-19, dan pada tahun 2021 jumlah karyawan meningkat kembali sebesar 17%. Kami berharap dunia segera memasuki kondisi ekonomi yang pulih seperti sediakala, sehingga kami dapat meningkatkan kesempatan kerja lebih banyak lagi.

GRI 102 - 8



# Pasar yang Dilayani



**34,5%**  
Generasi Z  
Konsumen di 26 provinsi di Indonesia

**4,5%**  
Generasi X  
Konsumen di 26 provinsi di Indonesia

**36,8%**  
Perempuan  
Konsumen di 26 provinsi di Indonesia

**61,0%**  
Generasi Y  
Konsumen di 26 provinsi di Indonesia

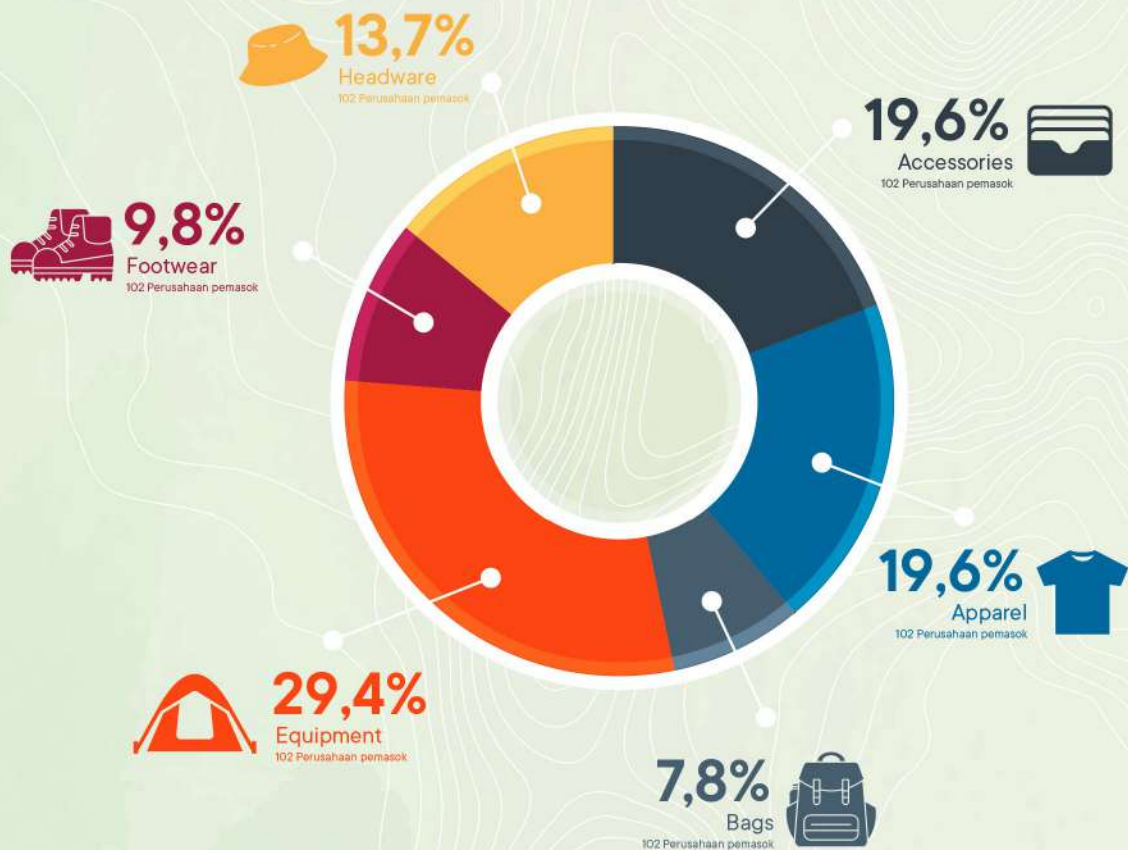
**63,2%**  
Laki-Laki  
Konsumen di 26 provinsi di Indonesia

Pelanggan kami tersebar di 26 provinsi di Indonesia, di mana mereka membeli melalui 196 toko yang terdapat di 110 kabupaten/kota di Indonesia. Secara segmen pasar, mayoritas konsumen kami berada di usia 25 sampai 40 tahun dan penyuka traveling dan kegiatan di alam terbuka. Pada tahun 2014, kami mulai membuka toko daring dan telah menjangkau pasar hingga ke Singapura, Malaysia, Filipina, dan Vietnam. Di waktu yang akan datang, kami ingin segmen pasar ini terus berkembang agar dapat memperkenalkan produk Indonesia ke pasar global

GRI 102 - 6



# Rantai Pasokan



Pemasok kami berjumlah 102 perusahaan, di mana 51% berasal dari Indonesia dan sisanya dari berbagai negara di Asia. Selama tahun 2021, pemasok kami memproduksi 7.802.595 *item*, di mana 21,7% dari total produknya adalah *apparel*. Pada jenis produksi inilah kami mulai melakukan pengukuran terhadap penggunaan material yang terbarukan. Pemasok terbanyak kami adalah untuk kategori *Equipment*, yaitu sebesar 29,4% dari jumlah total pemasok atau sebanyak 30 unit usaha. Di tahun mendatang, kami akan mulai melakukan *due diligence* kepada pemasok untuk mendukung program Pengadaan Berkelanjutan. Kami juga akan mengurangi pasokan dari luar negeri agar dapat mengurangi jejak karbon yang dihasilkan.

GRI 102 - 9



# Sustainable Product

## ECOSAVIOR 45



ECO FRIENDLY &  
SUSTAINABLE MATERIAL  
**BAMBOO  
FRAME**  
NATURAL FLEXIBILITY  
TECHNOLOGY

ERGOCOMFORT<sup>ECO</sup>

Sejak tahun 2020, kami mulai merintis pengembangan Eco Product. Kami ingin melakukan inovasi yang mengarah pada penciptaan produk yang mendukung keberlanjutan. Salah satu produk kami, yaitu EcoSavior 45L berhasil memperoleh penghargaan Indonesia Good Design Selection Award 2020 pada kategori Best 3 Design Concept, Pemenang Best Indonesia Good Design Selection Award 2021, dan Pemenang Golden Pin Design Award 2021 di Taiwan.

Diperlukan setidaknya 50 botol plastik PET 500 ml yang sudah diolah dan didaur ulang untuk membuat material kain polyester Rebo yarn dan aksesoris *buckle* pada tas ini. Keunggulan dari produk ini adalah penggunaan *Ergocomfort Eco Natural Flexibility* sebagai *adjustable backsystem* yang menggunakan bahan alami, yaitu bambu. Rangka bambu yang dirancang sesuai kurva tulang punggung ini merupakan material alam sebagai pengganti *aluminium fiber* atau kawat baja yang biasa digunakan sebagai rangka untuk carrier. Penggunaan material ini pun telah melewati berbagai tahapan dan pengujian, termasuk pengujian daya tahannya terhadap iklim dan cuaca. Kami akan terus menggali dan melakukan inovasi untuk memperkaya produk-produk yang ramah lingkungan hingga mengarah pada sirkular ekonomi.

GRI 102 - 12





# Profil Laporan

Laporan Performa Keberlanjutan 2021 ini adalah laporan pertama kami. Laporan ini adalah cerminan dari komitmen dan tanggung jawab kami dalam menjunjung tinggi transparansi dan akuntabilitas untuk seluruh pemangku kepentingan EIGER. Di waktu yang akan datang, kami akan mempublikasikan Laporan Keberlanjutan setiap tahunnya. Kami akan menempatkan Laporan Performa Keberlanjutan ini dalam situs web perusahaan. Pada laporan ini, kami menggunakan kata "EIGER", "Perusahaan", atau "Kami" untuk mewakili PT Eigerindo MPI

**GRI 102-51 | GRI 102-52**

Laporan ini mencakup data dan informasi kami pada periode pelaporan 1 Januari 2021 sampai dengan 31 Desember 2021 yang berisi tentang aktivitas pada aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dengan perbandingan performa pada satu atau dua tahun sebelumnya. Laporan ini hanya menyatakan performa EIGER dan tidak ada pernyataan mengenai perkembangan dari laporan sebelumnya, serta belum terdapat perubahan yang signifikan jika dibandingkan dengan laporan sebelumnya, oleh karena ini adalah laporan pertama kami. Di waktu yang akan datang, kami akan mempublikasikan Laporan Performa Keberlanjutan ini setiap tahun bagi para pemangku kepentingan untuk menemukan standar pengungkapan yang diterapkan.

**GRI 102-45 | GRI 102-48 | GRI 102-49 | GRI 102-50 | GRI 102-51 | GRI 102-52**

Kami menggunakan warna yang berbeda untuk mempresentasikan Standar GRI pada setiap halaman yang terkait agar para pembaca dapat dengan mudah menemukan informasi yang diungkapkan. Dalam laporan ini juga dipaparkan Index GRI terkait pada bagian belakang, yaitu halaman 52-53.

**GRI 102-54 | GRI 102 55**

Kami mengeluarkan laporan ini dalam dua bahasa, yaitu Indonesia dan Inggris. Untuk data finansial, kami menggunakan mata uang rupiah. Data kuantitatif yang disajikan dalam laporan ini menggunakan prinsip keterbandingan minimal dua tahun berturut-turut. GRI merekomendasikan untuk menggunakan jaminan eksternal oleh pihak ketiga yang independen untuk menjamin kualitas dan kebenaran dari informasi yang ditampilkan dalam laporan ini. Namun, hal ini bukanlah suatu persyaratan akan kepatuhan dengan kode-kode tersebut. Oleh karena laporan ini adalah Laporan Performa Keberlanjutan kami yang pertama, kami tidak menjamin adanya pihak ketiga yang independen. Namun, kami menjamin bahwa seluruh informasi yang diungkapkan dalam laporan ini adalah benar, akurat, dan faktual.

**GRI 102-56**



# Proses Penentuan Isi Laporan

Kami berharap laporan ini dapat menjadi sumber informasi bagi para pemangku kepentingan mengenai performa keberlanjutan yang kami capai di tahun 2021. Pada bagian akhir laporan ini telah kami siapkan formulir umpan balik agar kami dapat melakukan peningkatan kualitas laporan di masa yang akan datang. Proses penentuan isi laporan EIGER Sustainability Performance 2021 ini melalui beberapa tahapan yang dimulai dari pelatihan dan diskusi internal oleh seluruh jajaran manajemen. Terdapat empat tahap proses yang dilalui, sebagai berikut:

**GRI 102-46**

Kami mengidentifikasi topik keberlanjutan yang relevan dengan karakteristik bisnis dan dampak terhadap lingkungan melalui diskusi internal.

**01**

**02**

Proses penentuan prioritas topik dan isu keberlanjutan melalui diskusi internal bersama aspek-aspek terkait.

Proses validasi dan persetujuan dari pengungkapan informasi yang disampaikan.

**03**

**04**

Penilaian terhadap topik material yang sesuai dengan konteks keberlanjutan. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan saran dari pemangku kepentingan.



# Topik Material

Laporan Performa Keberlanjutan EIGER adalah salah satu bentuk komitmen untuk memegang prinsip keberlanjutan secara holistik dan memperhatikan dampak perusahaan secara ekonomi, sosial, dan lingkungan. Laporan ini merupakan Laporan Keberlanjutan kami yang pertama, sehingga tidak terdapat keharusan untuk membandingkannya dengan tahun sebelumnya. Melalui analisa materialitas, kami mengidentifikasi topik-topik yang dipilih berdasarkan apa yang penting untuk kami dan pemangku kepentingan kami, yaitu delapan topik material berikut ini:

GRI 102 - 46 | GRI 102- 47 | GRI 103 - 1



Batasan topik menggambarkan dampak dan pengaruh setiap topik material pada pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Topik material ini dituangkan berdasarkan hasil pertemuan internal. Sedangkan penentuan isi laporan adalah berdasarkan prinsip-prinsip inklusivitas pemangku kepentingan, materialitas, konteks keberlanjutan, dan kelengkapan yang ada. Sebagaimana dijelaskan dalam Standar GRI, topik material dalam laporan ini adalah topik yang diprioritaskan oleh kami untuk dicantumkan dalam laporan, di mana dampak yang digunakan untuk penentuan prioritas termasuk dalam Pilar Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial



# Batasan Topik

GRI 103 - 1 | GRI 102 - 42 | GRI 102 - 43 | GRI 102 - 44 | GRI 102 - 46 | GRI 102 - 47

No	Topik Material	Topik Material	GRI No	Batasan			
				EIGER	Pemasok	Pemerintah	Komunitas
1	Material	Memiliki dampak signifikan terhadap pemangku kepentingan	301 - 1, 301 - 2 301 - 3	●	●	●	●
2	Energi	Memiliki dampak signifikan terhadap pemangku kepentingan	302 - 1, 302 - 2	●	●	●	●
3	Kepegawaian	Memiliki dampak signifikan terhadap pemangku kepentingan	401 - 1, 401 - 2	●	●	●	●
4	Pelatihan & Pendidikan	Memiliki dampak signifikan terhadap pemangku kepentingan	404 - 1, 404 - 3	●	●	●	●
5	Keanekaragaman & Kesempatan Setara	Memiliki dampak signifikan terhadap pemangku kepentingan	405 - 1	●	●	●	●
6	Keberadaan Pasar	Memiliki dampak signifikan terhadap pemangku kepentingan	202 - 1	●	●	●	●
7	Dampak Ekonomi Tidak Langsung	Memiliki dampak signifikan terhadap pemangku kepentingan	203 - 2	●	●	●	●
8	Praktik Pengadaan	Memiliki dampak signifikan terhadap pemangku kepentingan	204 - 1	●	●	●	●





# Pemangku Kepentingan

Bagi kami, pemangku kepentingan adalah pihak yang penting, oleh karenanya kami senantiasa melibatkan para pemangku kepentingan dalam menjalankan aktivitas operasional. Hubungan baik dengan para pemangku kepentingan menjadi fokus utama perusahaan, di mana kemudian kami menempatkan pentingnya dampak dari program keberlanjutan terhadap pemangku kepentingan agar dapat merasakan langsung dari implementasinya. Untuk tujuan tersebut, kami mengidentifikasi kelompok pemangku kepentingan dalam kegiatan operasional kami, termasuk pemegang saham, karyawan, pemasok, LSM, partner, pemerintah, dan media. Kami mulai memetakan pemangku kepentingan kami dalam program pelatihan mengenai Strategi Keberlanjutan EIGER pada tanggal 28 Juli 2021. Pada kegiatan tersebut, selain memetakan para pemangku kepentingan, kami juga melakukan analisis dampak-dampak yang terkait dengan operasional perusahaan, baik dampak positif maupun negatif.

## GRI 102 -42

Kami berupaya menjalin kerekatan hubungan dengan pemangku kepentingan agar mendapat umpan balik yang diperlukan untuk mencapai keberlanjutan perusahaan. Dengan mengenal pemangku kepentingan, kami memahami apa minat mereka dan kami berkomitmen untuk memfasilitasi setiap pemangku kepentingan agar dapat mengekspresikan pendapat dan pikiran mereka dengan efektif, transparan, terjadwal, termasuk memperhitungkan mereka dalam pengambilan keputusan. Tabel di bawah ini menggambarkan upaya kami dalam pendekatan dengan pemangku kepentingan

Pemangku Kepentingan	Metode Kerekatan	Frekuensi	Topik Kunci	Harapan Pemangku Kepentingan
Pemegang Saham	Rapat Pemegang Saham	Annual RUPS	Diskusi mengenai perencanaan dan performa perusahaan Diselenggarakan 1 tahun sekali	Perusahaan memiliki performa yang baik & keberlanjutan, dan memberikan kontribusi positif kepada pemangku kepentingan Pembaharuan Kinerja
Karyawan	Rapat Reguler	Saat diperlukan	Pekerjaan / Kesejahteraan	Mendapatkan lingkungan kerja yang nyaman, menyediakan manfaat yang memadai dan kesempatan untuk berkembang
Pemasok	Kontrak Pengadaan Rapat Reguler	Saat diperlukan	Standar Pekerjaan Sustainability Survey Sustainability Procurement	Pesanan dan pemasaran meningkat. Agar dapat saling menguntungkan Dapat memenuhi apa yang di standarkan
Konsumen	Survey	Saat diperlukan	Survey kepuasan pelanggan	Produk, harga, dan pelayanan sesuai harapan
Komunitas	Pertemuan, Pelatihan & seminar	Sesuai Jadwal Kegiatan	Share & Learn	Mengembangkan wawasan mengenai kegiatan di alam terbuka dan gaya hidup berkelanjutan
Pemerintah & Pemangku Kebijakan	Laporan	Saat diperlukan	Kontribusi untuk negara Memenuhi aturan	Perusahaan dapat memberikan kontribusinya untuk membuka lapangan kerja
Media	Press Release Media Visit Press Gathering Press Conference	Saat diperlukan	Implementasi Program Eco Product	Pemberitaan yang akurat Sumber berita yang terpercaya Berita yang menginspirasi



# Untuk Bumi

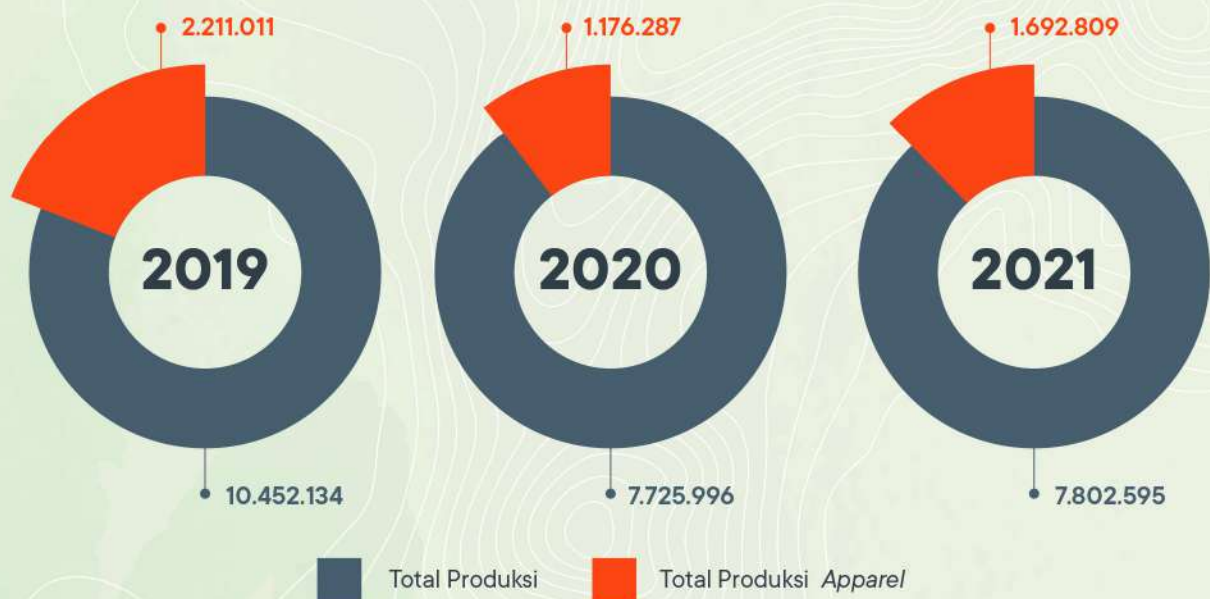




# Untuk Bumi - Material

Salah satu pilar Strategi Keberlanjutan perusahaan adalah **Innovative & Sustainable Production & Consumption**, di mana salah satu inisiatifnya terkait dengan pemilihan material untuk mendorong Sustainable Production. Sustainable Production membutuhkan pertimbangan yang matang dalam memilih material. Pada tahun 2030, kami menargetkan untuk dapat mencapai 20% produk yang menggunakan material yang dapat didaur ulang atau bersumber dari material yang lebih berkelanjutan. Pada tahun 2019, kami mulai mengalkulasi jumlah material tidak terbarukan dan terbarukan pada produk *apparel* yang pada tahun 2021 jumlahnya 21% dari total produk. Jumlah produksi *apparel* ini meningkat sebesar 44% pada tahun 2021, jika dibandingkan dengan 2020. Di tahun 2021, setidaknya telah terdapat 3,5% penggunaan bahan baku dari material terbarukan untuk produk *apparel*. Grafik total produksi dan *apparel* serta tabel perbandingan material terbarukan dan tak terbarukan adalah sebagai berikut:

GRI 301-1



	2019	2020	2021
Total Produksi	10.452.134	7.725.996	7.802.595
<i>Apparel</i>	2.211.011	1.176.287	1.692.809
Material Tak Terbarukan (Virgin / Reguler)	2.207.411	1.143.185	1.632.897
Material Terbarukan	3.600	33.102	59.912



# Untuk Bumi - Material

Jumlah material terbarukan pada tahun 2021 mengalami peningkatan yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu sebesar 81%, meski persentasenya masih belum terlalu besar jika dibandingkan dengan total produk. Namun, angka ini tidaklah sefantastis peningkatan pencapaian pada tahun 2020, yaitu sebesar 820% atau 8 kali dari jumlah tahun 2019. Peningkatan tinggi pada tahun 2020, oleh karena pada tahun sebelumnya perhitungan belum dilakukan sepanjang periode. Material terbarukan ini terdiri dari *cotton organic*/BCI (BADJA), *recycled polyester*, dan serat tencel. Sedangkan material tidak terbarukan terdiri dari material sintesis (poliester, nilon, dan akrilik).

GRI 301 -1 | GRI 301 - 2

	2019	2020	2021
<b>Material Tak Terbarukan (Virgin / Reguler)</b>			
Sintetis (Poliester, Nilon, Akrilik)	2.207.411	1.143.185	1.632.897
<b>Material Terbarukan</b>			
Cotton Organic BCI (BADJA)	-	24.702	37.260
Recycled Polyester	-	-	22.652
Serat Tencel	3.600	8.400	15.398

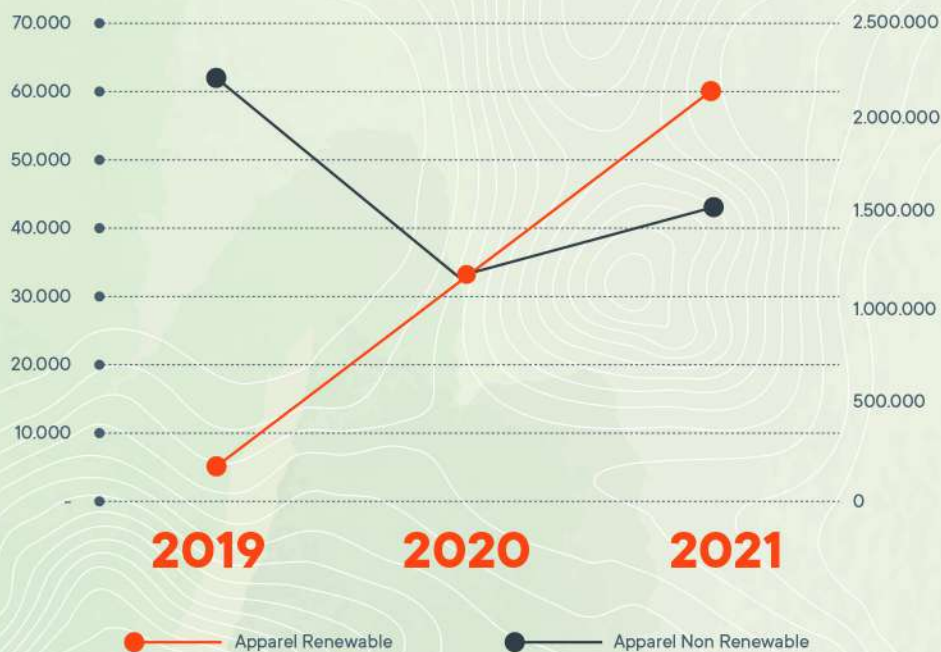
	2019	2020	2021
Material Terbarukan VS Tak Terbarukan	0,16%	2,90%	3,67%
Peningkatan Material Terbarukan	-	820%	81%



# Untuk Bumi - Material

Perbandingan antara material terbarukan dan tidak terbarukan terus mengalami peningkatan dari 2,9% di tahun 2020 menjadi 3,7% di tahun 2021. Pada grafik di bawah ini terlihat bahwa meskipun terjadi penurunan produksi, namun tren jumlah material terbarukan terus meningkat sejak 2019. Di tahun mendatang pemilihan material yang mengarah pada peningkatan material terbarukan akan menjadi fokus untuk mencapai tujuan Sustainable Production.

GRI 301-1 | GRI 301-2





# Untuk Bumi - Material

EIGER mulai melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap produk yang cacat dan reclaim secara periodik sejak tahun 2020. Defect dapat disebabkan oleh beberapa hal, seperti faktor kesalahan manusia pada proses produksi dan display, penyimpanan, atau karena penanganan saat dipindahkan.

Jumlah material defect pada tahun 2021 adalah sebanyak 16.163 atau menurun sebanyak -49% jika dibanding tahun sebelumnya. Angka penurunan yang signifikan ini sejalan dengan adanya inisiatif untuk mengurangi material defect dengan berbagai cara, seperti perbaikan standar kualitas, yaitu EMQR (EIGER Minimum Quantity Requirement), EMWR (EIGER Minimum Workmanship Requirement), dan perbaikan bisnis proses.

Kategori material defect terdiri dari *display defect*, *packaging defect*, *manufacture defect*, dan *storage defect*. Storage dan *display defect* memiliki jumlah angka yang cukup tinggi, tetapi jumlah *display defect* dapat berkurang secara signifikan pada tahun 2021. Hal ini disebabkan oleh adanya pemasangan pengatur udara di tempat penyimpanan, serta perbaikan kemasan dan penanganan pengiriman.

Secara total, jumlah defect pada tahun 2021 dapat berkurang sebesar -49% dibandingkan tahun sebelumnya. Jika dibandingkan dengan total produksi, jumlah material defect pada tahun 2020 adalah sebesar 0,41% dan turun menjadi 0,21% pada tahun 2021. Pada tahun 2022 perusahaan menargetkan persentase ini akan berkurang menjadi 0,1%.

GRI 301 - 3

	2020	2021
Material Defect	31.883	16.163
Display Defect	3.239	1.836
Packaging Defect	9.917	522
Manufacture Defect	884	11
Storage Defect	7.181	5.162
Decrease Defect, Reject	10.662	8.632
Jumlah Defect VS Jumlah Produksi (GR)	0,41%	0,21%



# Untuk Bumi - Energi

Kami menyadari bahwa salah satu energi tidak terbarukan hasil dari kegiatan operasional perusahaan adalah dari konsumsi listrik, baik di kantor pusat maupun di toko kami yang berjumlah 196 toko. Karenanya, kami mulai menghitung beban konsumsi listrik yang digunakan, mulai dari kantor pusat, toko-toko, dan termasuk pemasok kami. Berdasarkan perhitungan pada 11 toko (*flagship store*) kami, total jumlah energi listrik yang digunakan pada tahun 2020 mengalami penurunan dibanding tahun sebelumnya, yaitu sebesar -6,6%. Meskipun terdapat penambahan lampu UV untuk pencegahan penyebaran Covid-19 di masa pandemi, tetapi dengan perubahan-perubahan jam operasional toko menyebabkan adanya penurunan ini.

Pada tahun 2021, kembali terjadi penurunan konsumsi energi listrik di toko, yaitu sebesar -10,3%. Pada tahun ini, total konsumsi energi dari 11 toko (*flagship store*) adalah sebesar 1.010.290 kWh atau setara dengan 3.637,05 GJ atau 699,55 ton CO<sub>2</sub> Ekiv. Penurunan ini sejalan dengan dimulainya Strategi Keberlanjutan EIGER Pilar Eco & Friendly Store & Office, di mana salah satunya adalah upaya penghitungan dan penghematan terhadap konsumsi listrik. Upaya ini diharapkan akan semakin menuai hasil di tahun 2022, di mana program tersebut mulai dijalankan di toko-toko lainnya dengan panduan Eco & Friendly Store & Office, serta target dan KPI yang terus dievaluasi.

GRI 302 - 1





# Untuk Bumi - Energi

Meskipun dengan situasi yang sama, yaitu penambahan konsumsi listrik untuk penanganan dan pencegahan Covid-19 (*disinfectant chamber*, *automatic water tapping*, dan pengering tangan), *automatic sanitary utilities*, dan lampu UV pada kantor pusat, tetapi pada tahun 2020 terjadi penurunan konsumsi listrik sebesar -4,9%, serta diikuti dengan penurunan yang hampir sama, yaitu sebesar -5,2% pada tahun berikutnya. Penurunan ini juga disebabkan oleh adanya aturan pembatasan, sehingga kantor tidak beroperasi secara penuh sepanjang tahun akibat adanya kebijakan bekerja dari rumah sesuai dengan aturan yang berlaku selama pandemi. Selain itu, manajemen kami juga terus menggaungkan efisiensi energi listrik, sehingga konsumsi energi ini dapat terus ditekan.

Pada akhir tahun 2021, kantor pusat membukukan penggunaan energi listrik di tahun 2021 sebesar 660.132,00 kWh atau setara dengan 2.376,48 GJ atau 457,09 ton CO2 Ekiv. Secara total, konsumsi listrik dari 11 flagship store dan kantor pusat mengalami penurunan sebesar -8,3% hingga menjadi 1.670.422,41 kWh atau setara dengan 6.013,52 GJ atau 1.156,54 ton CO2 Ekiv.

## GRI 302 - 1

	2019	2020	2021
<b>STORE</b>			
Total Electricity Use (KwH)	1.205.506	1.125.973	1.010.290
GJ	4.339,82	4.053,50	3.637,05
Ton CO2 Ekiv	834,72	779,65	699,55
<b>HEAD OFFICE</b>			
Total Electricity Use (KwH)	731.725	696.060	660.132
GJ	2.634,2	2.505,8	2.376,5
Ton CO2 Ekiv	506,66	481,97	457,09
<b>TOTAL</b>			
Total Electricity Use (KwH)	1.937.231,15	1.822.033,22	1.670.422,41
GJ	6.974,03	6.559,32	6.013,52
Ton CO2 Ekiv	1.341,38	1.261,62	1.156,64



# Untuk Bumi - Energi

Upaya kami untuk mulai mengukur dan mengurangi pemakaian energi juga diberlakukan dalam memproduksi barang yang kami perdagangkan. Jumlah energi listrik yang dikonsumsi oleh pemasok untuk memproduksi pesanan kami menjadi bagian dari fokus kami untuk mengurangi konsumsi listrik yang akhirnya juga mengurangi emisi Gas Rumah Kaca.

Dalam Pilar Keberlanjutan EIGER, Innovative & Sustainable Production & Consumption, kami melakukan pencatatan terhadap konsumsi energi dari pemasok, dimulai dari delapan pemasok utama. Perhitungan ini disesuaikan porsi nya dengan jumlah penerimaan pesanan dari perusahaan, karena para pemasok juga menerima pesanan dari pihak lainnya, sehingga dapat diperhitungkan sesuai dengan beban produksi perusahaan.

Dari data yang ada, terlihat bahwa pada tahun 2020 terjadi penurunan konsumsi energi dari delapan pemasok utama sebesar -24,4%, sementara jumlah produksi mengalami penurunan hingga -26%. Hal ini memperlihatkan bahwa belum terdapat adanya upaya penurunan konsumsi listrik. Konsumsi listrik pemasok utama juga meningkat secara signifikan pada tahun 2021, yaitu sebesar 38,4% jika dibanding tahun sebelumnya. Hal ini akan menjadi catatan untuk perbaikan di tahun 2022 bagi pemasok untuk dapat bersama melakukan upaya pengurangan konsumsi listrik. Pada tahun 2022 kami juga akan menambah jumlah pemasok yang akan mengikuti program Sustainable Procurement, serta memberikan target-target keberlanjutan yang akan diampu bersama termasuk dalam pengurangan konsumsi listrik.

GRI 302 - 2

	2019	2020	2021
STORE			
Total Electricity Use (KwH)	1.362.076,83	1.029.187,86	1.424.412,81
GJ	4.903,47	3.705,45	5.127,85
Ton CO2 Ekv	943,12	712,37	986,35





# Untuk Manusia





# Untuk Manusia - Kepegawaian

Di masa pandemi, pada tahun 2020 penjualan mengalami penurunan. Namun, kami berusaha untuk tetap menjaga Sumber Daya Manusia (SDM) agar tetap mendapat kesempatan kerja. Pada tahun 2020, kami merekrut 262 karyawan, di mana 77% adalah karyawan kantor, dan 611 orang pada tahun 2021 dengan 77% adalah karyawan toko.

Pada tahun 2020, terdapat 734 karyawan yang keluar, sebagian besar dikarenakan selesainya kontrak kerja. Produktivitas, terutama di saat terjadi perubahan terhadap penjualan dan pasar menjadi pertimbangan utama.

Pada tahun berikutnya, jumlah karyawan yang keluar menurun secara signifikan, yaitu -50% menjadi 370 orang, di mana 81% adalah karyawan toko. Pergantian karyawan pada tahun 2021 berada pada angka 7,46% dan menurun dari 10,29% pada tahun sebelumnya, serta diharapkan akan turun menjadi 5% pada tahun 2022.

## GRI 401 - 1

	2019	2020	2021
Total Karyawan	2.007	1.472	1.725
Jumlah Karyawan Masuk	1.000	262	611
Head Office	161	59	139
Store	839	203	472
Jumlah Karyawan Keluar	947	734	370
Head Office	61	308	69
Store	886	426	301
Turn Over Karyawan	17,39%	10,29%	7,46%





# Untuk Manusia - Remunerasi

Remunerasi adalah salah satu strategi kami untuk menciptakan SDM yang kompeten dengan kualitas budaya dan etika bekerja. Kami mengimplementasikan skema remunerasi mengikuti prinsip keadilan dan kompetitif. Sebagai tambahan untuk meningkatkan produktivitas, skema remunerasi akan membantu masing-masing karyawan untuk memperoleh hak yang sama dalam mendapatkan kompensasi dan imbal jasa. Kami juga mematuhi aturan pemerintah yang berlaku dalam memberikan remunerasi. Remunerasi dan bonus diberikan dengan mempertimbangkan penilaian performa dari setiap karyawan.

GRI 401 - 2

Bentuk Tunjangan	Tetap	Kontrak
Basic Salary	○	○
Tunjangan Hari Raya	○	○
Tunjangan Mutasi	○	○
Tunjangan Transportasi	○	○
Asuransi Jiwa & Kesehatan (BPJS)	○	○
Cuti Melahirkan	○	○
Tunjangan Anak Khitan & Baptis	○	○
Tunjangan Kematian	○	○
Tunjangan Nikah	○	○
Tunjangan Kehadiran	X	○*
Tunjangan Komunikasi (Terkait Pekerjaan)	○	○
Bonus Tahunan	○	○*
Bonus Umrah / Haji	○	○
Uang Saku	○	○

\* Operator

\* Mulai dari operator Grade B1





# Untuk Manusia

## - Pelatihan & Pendidikan

Kami memegang prinsip bahwa setiap karyawan memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk mengikuti pelatihan dan pendidikan. Perusahaan menginvestasikan pengembangan karyawan yang memiliki potensi dan mendorong setiap karyawan untuk bekerja secara maksimal dengan meningkatkan keterampilan, kemampuan, dan kepemimpinan. Semua karyawan tanpa kecuali memiliki kesempatan yang sama untuk mengikuti pelatihan dan peningkatan jenjang karier sesuai dengan kompetensi dan performanya.

Pada tahun 2021, telah terdapat pelatihan dengan total peserta sebanyak 8.968 karyawan. Jumlah total peserta pelatihan dalam setahun meningkat 23 kali dengan adanya pelatihan untuk retail serta beragam pelatihan lainnya yang frekuensinya meningkat pesat. Pelatihan kepada wiraniaga adalah bagian dari proses untuk meningkatkan layanan. Kemajuan teknologi telah memungkinkan penyelenggaraan pelatihan secara daring, sehingga dapat menjangkau lebih banyak peserta. Di tahun 2022, pelatihan yang dilakukan akan mengarah pada peningkatan, baik soft maupun hard competency dari karyawan dengan mempertimbangkan kesempatan dan memberikan keadilan bagi beragam level, usia, dan gender.

GRI 404 - 1

	2019	2020	2021
Pelatihan & Pengembangan (Training & Development)			
Jumlah Rata-rata Modul yang Dipelajari Setiap Bulan	1	2	3
Jumlah Peserta Training	283	385	8.968
Total Jumlah Jam Belajar	5.900	9.121	82.508
Rata-rata Jam Belajar	21	24	9
Program Pelatihan (Training Program)			
Soft Competency	7	3	7
Hard Competency	2	14	31





# Untuk Manusia

## - Penilaian Kinerja

Kami melakukan penilaian kinerja karyawan secara berkala. Hal ini untuk membantu pengembangan pribadi dari masing-masing karyawan, serta memberikan kontribusi terhadap pembangunan SDM dalam perusahaan. Tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier juga dapat meningkatkan kepuasan karyawan dan akhirnya berkorelasi dengan meningkatnya kinerja organisasi.

Sistem penilaian kinerja yang kami berlakukan disebut Individual Performance Management (IPM). Strategi perusahaan diturunkan dalam Rencana Aktivitas yang akan dinilai melalui Key Performance Indicators (KPI). Pada tahun 2021, seluruh karyawan telah masuk dalam sistem ini dan akan dilanjutkan pada periode berikutnya.

GRI 404 - 3

	2019	2020	2021
Karyawan Mengikuti IPM			
Jumlah Karyawan	2.007	1.472	1.725
Persentase Karyawan Mengikuti IPM	100%	100%	100%





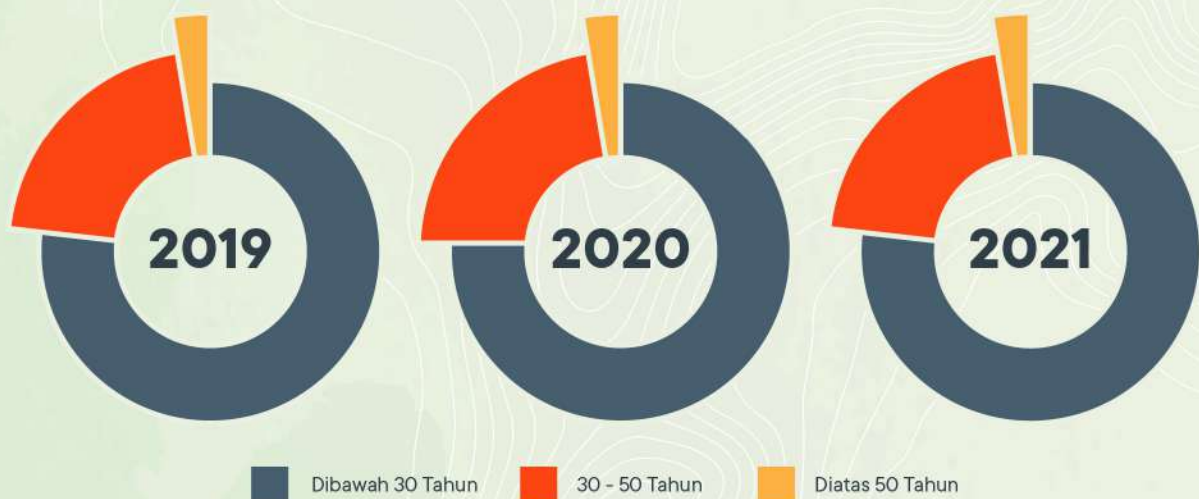
# Untuk Manusia

## - Keanekaragaman & Kesempatan Setara

Kami menyadari bahwa perusahaan dapat berperan aktif dalam meninjau operasi dan keputusannya, mempromosikan keanekaragaman, menghapus bias gender, dan mendukung kesempatan setara. Prinsip-prinsip ini berlaku setara pada perekrutan, kesempatan untuk peningkatan dan kebijakan remunerasi.

Dilihat dari usia karyawan, pada tahun 2021, jumlah karyawan yang berusia di bawah 30 tahun merupakan angkatan kerja terbanyak yang mengambil porsi sebesar 76% atau terdiri dari 1.376 karyawan. Jumlah ini diikuti oleh karyawan berusia 30-50 tahun dengan jumlah 418 karyawan atau 23% dari total karyawan.

GRI 405 - 1

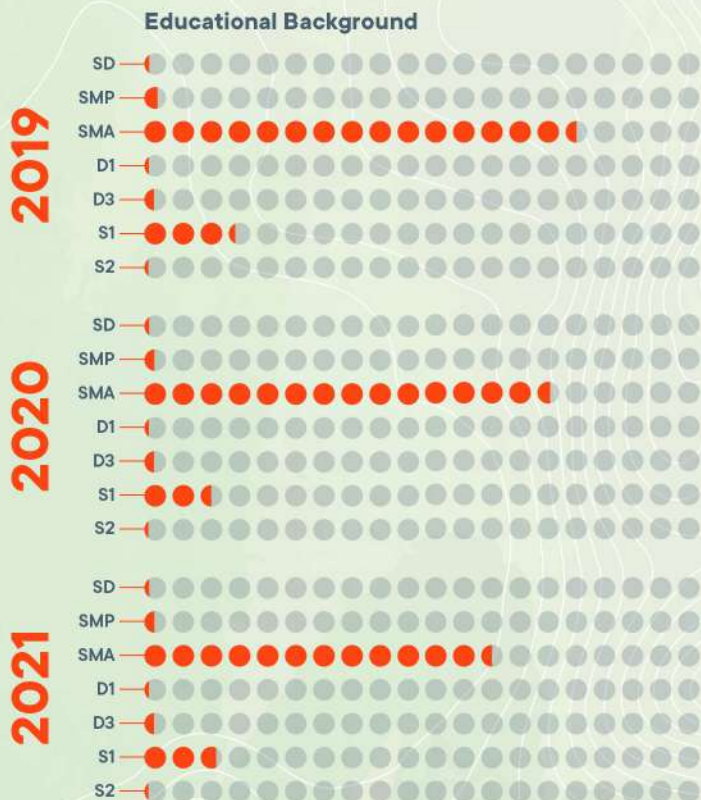




# Untuk Manusia

## - Keanekaragaman & Kesempatan Setara

Jumlah karyawan perempuan pada perusahaan adalah sebesar 39% pada tahun 2021. Sejak 2019, persentase ini mengalami penurunan, dari 42% pada tahun 2019 menjadi 41% pada tahun berikutnya. Tercatat persentase perempuan jajaran Top Management adalah sebanyak 14% (sampai dengan level Manager), mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2019 dan 2020.



Dari tingkat pendidikan, karyawan dengan tingkat pendidikan SMA/ sederajat menempati posisi paling dominan, yaitu sebesar 80% pada akhir tahun 2021. Persentase ini meningkat masing-masing 1% setiap tahunnya. Kelompok tingkat pendidikan inilah yang menjadi target utama kami agar mendapat kesempatan kerja dan peningkatan keterampilan melalui pendidikan dan pelatihan.

GRI 405 - 1





# Untuk Kesejahteraan





# Untuk Ekonomi - Keberadaan Pasar

Sebagaimana telah dijelaskan di muka, EIGER memiliki 196 toko di 110 kabupaten/kota di Indonesia. Pada tahun 2021 terdapat 1.094 wiraniaga yang tersebar di toko tersebut, yaitu sebesar 63% dari seluruh angkatan kerja. Pada setiap toko, kami memiliki komitmen untuk merekrut tenaga kerja lokal, sehingga wiraniaga pada seluruh toko kami direkrut dari lokal, kecuali adanya perputaran Store Manager dari daerah lain yang sifatnya sementara dan juga pekerja yang dari lokasi lain untuk mentransfer pengetahuan melalui pelatihan.

Kami memiliki komitmen untuk membayar kompensasi yang sesuai dengan Upah Minimum Regional (UMR) di masing-masing daerah sesuai dengan aturan yang berlaku, baik terhadap karyawan tetap maupun tidak tetap/kontrak. Kami berharap hal ini akan memberikan kontribusi pada kesejahteraan ekonomi para karyawan. Dampak tingkat upah ini akan bersifat segera, dan dampak langsung mempengaruhi individu dan menghasilkan distribusi ekonomi yang dapat menghilangkan kesenjangan. Pada tahun 2022 kami akan melakukan ekspansi dengan menambah 50 toko di berbagai wilayah. Upaya ini tentunya akan membuka lapangan kerja bagi masyarakat di sekitar toko.

## GRI 202 - 1





# Untuk Ekonomi

## - Dampak Ekonomi Tidak Langsung

Produk yang kami perdagangkan diproduksi oleh 102 pemasok, di mana 52 di antaranya berasal dari Indonesia. Para pemasok ini merekrut karyawan yang jumlahnya diperkirakan lebih dari 15.000 orang yang terkait dengan produksi kami, sehingga secara tidak langsung akan menyangkut spektrum dampak ekonomi tidak langsung.

Pada Laporan Performa Keberlanjutan ini, kami baru dapat melakukan pendataan terhadap tujuh pemasok lokal utama mengenai jumlah tenaga kerjanya. Pada laporan mendatang kami berharap dapat melakukan pendataan pemasok lebih lengkap kepada sebanyak 20% dari total pemasok.

GRI 203 - 2

### Jumlah Tenaga Kerja dari 7 Pemasok Lokal





# Untuk Ekonomi - Praktik Pengadaan

Salah satu strategi keberlanjutan kami adalah **Innovative & Sustainable Production and Consumption**, di mana salah satu programnya adalah mendorong praktik pengadaan berkelanjutan. Kami memiliki 102 pemasok yang 51% atau setengahnya adalah pemasok lokal yang melakukan kegiatan produksi di wilayah pulau Jawa. Dari 52 pemasok lokal ini, 37 di antaranya berada di Jawa Barat sebagai pusat distribusi kami, dan sisanya berada di Yogyakarta, Jawa Tengah, Tangerang, dan Jawa Timur. Pada tahun 2021 kami telah menyusun Panduan Sustainable Procurement EIGER, di mana penerapan dari panduan ini akan mulai dilakukan pada tahun 2022.

Pada tahun 2022 kami akan melakukan program *due diligence* bagi pemasok dalam kaitannya dengan konteks keberlanjutan dan menyusun inisiatif-inisiatif bersama dengan pemasok ke arah keberlanjutan. Inisiatif ini merupakan strategi Create Share Value (CSV) yang kami lakukan, di mana kami ingin meningkatkan produktivitas dan memastikan adanya kontribusi terhadap aspek keberlanjutan dalam rantai nilai. Kami juga akan berupaya mengurangi pemasok dari luar Indonesia agar dapat berkontribusi dalam upaya pengurangan jejak karbon. Jejak karbon ini berasal dari transportasi dari pemasok ke gudang kami dan juga pada jalur distribusi, dan akan mulai diperhitungkan pada tahun 2023.

GRI 204 - 1





# EIGER CSR Program





# EIGER CSR Program

Empower & Educate People and Community adalah salah satu Pilar Keberlanjutan EIGER. Pilar ini mengarahkan salah satu tanggung jawab sosial perusahaan dalam mengedukasi masyarakat. Program edukasi kami sebagian besar ditujukan kepada konsumen kami, yaitu pegiat di alam terbuka. Pada tahun 2021, setidaknya terdapat 27 kegiatan edukasi, seperti diklat SAR, pelatihan mountaineering dan panjat tebing, di mana EIGER menjadi narasumbernya. Di tahun ini juga diselenggarakan Kilas Balik Ekspedisi 28 Gunung bersama komunitas di Gunung Ciremai. Kegiatan-kegiatan ini diselenggarakan dengan kekuatan komunitas EIGER melalui EAST (Eiger Adventure Service Team).

Melalui Yayasan Anugerah Sempurna, kami membangun PAUD dan SD Eagle, sekolah bertaraf internasional di Rote, Nusa Tenggara Timur. Hingga saat ini, sekolah yang dibangun sejak tahun 2017 ini telah menampung 45 murid, 6 guru, dan 8 staf. Fasilitas yang diberikan kepada murid sekolah termasuk sekolah tanpa biaya, makan dan minuman ringan, fasilitas kursus, dan seragam.

GRI 204 - 1





# EIGER CSR Program

Masih dalam bidang pendidikan, berkolaborasi dengan BenihBaik.com, EIGER membantu 67 siswa berprestasi dari masyarakat pra sejahtera di Cilincing, DKI Jakarta dan Ngaliyan, Semarang. Program pendidikan dengan menyalurkan bantuan beasiswa berupa bantuan biaya, kebutuhan penunjang pendidikan keterampilan yang disalurkan telah memberikan dampak positif yang sangat besar. Melalui program ini, kini anak-anak sebagai generasi penerus bangsa dapat melanjutkan pendidikannya tanpa perlu cemas akan biaya sekolahnya. Penunangan dalam akses pendidikan terkait keterampilan tengah dirasakan oleh penerima manfaat. Siswa yang menjadi penerima manfaat berterima kasih atas kepedulian EIGER dalam membantu memenuhi kebutuhan pendidikan di tengah kondisi pandemi yang belum berakhir karena #SemuaBisaBelajar.

GRI 204 - 1



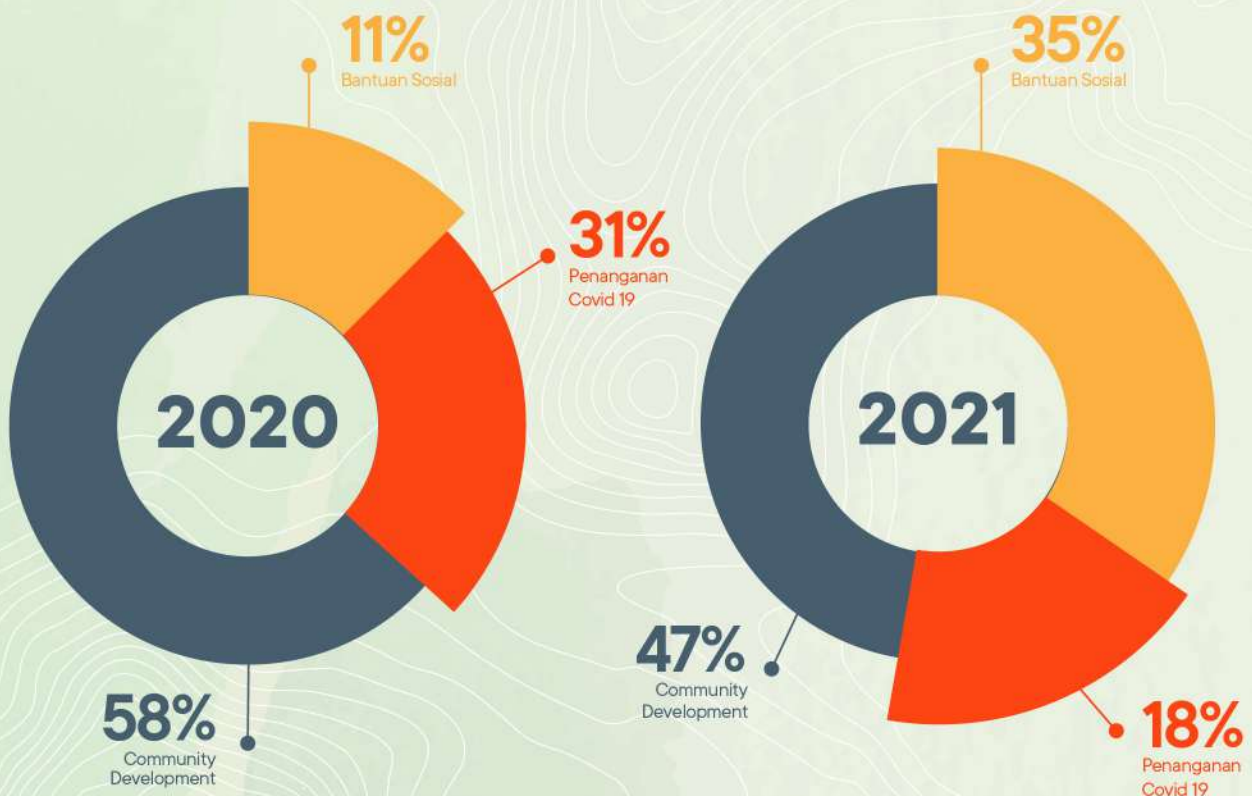


# EIGER CSR Program

Selain program Empower & Educate People & Community, bagian dari komitmen kami agar dapat memberi manfaat dan lingkungan sekitar perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung diwujudkan dalam berbagai program CSR lainnya. Kami memaknai tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) sebagai bentuk komitmen dalam menciptakan keseimbangan antara kepentingan bisnis Perusahaan dan minat seluruh pemangku kepentingan (stakeholders). Sebagai institusi bisnis, telah tertanam bahwa tujuan usaha perusahaan bukan sekadar mengejar keuntungan semata, tetapi juga mampu memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat, seperti tercermin dalam visi dan misi kami.

Total dana CSR yang dikeluarkan perusahaan pada tahun 2021 adalah sebesar Rp7.990.260.258,00. Jumlah ini menurun sebesar -52,1% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu Rp16.693.916.426,00. Penyerapan dana CSR ini terbagi menjadi untuk Bantuan Sosial yang meliputi dana Bantuan Sosial, Kemanusiaan dan Pendidikan, Penanganan Covid dan Community Development, dengan besaran sebagaimana tergambar di bawah ini:

## GRI 204 - 1





# Indeks Standar GRI





# Indeks Standar GRI

GRI 102 -55

GRI Standard		Disclosure		Page
		Disclosure	Title	
GRI 101				
General Disclosure				
GRI 102: Disclosure	General	Profile of the Organization		
		GRI 102-1	Name of the organization	16
		GRI 102-2	Activities, brands, products, and services	16
		GRI 102-3	Location of headquarters	16
		GRI 102-4	Location of operations	16
		GRI 102-5	Ownership and legal form	16
		GRI 102-6	Markets served	22
		GRI 102-7	Scale of the organization	18
		GRI 102-8	Information on employees and other workers	21
		GRI 102-9	Supply chain	23
		GRI 102-12	External initiatives	24
		Strategy		
		GRI 102-14	Statement from senior decision-maker	4
		Ethics and Integrity		
		GRI 102-16	Values, principles, standards, and norms of behaviour	17
		Governance		
		GRI 102-18	Governance structure	19
		Stakeholder engagement		
		GRI 102-42	Identifying and selecting stakeholders	28,29
		GRI 102-43	Approach to stakeholder engagement	27
		GRI 102-44	Key topics and concerns raised	27
		Reporting Practice		
		GRI 102-45	Entities included in the consolidated financial statements	25
		GRI 102-46	Defining report content and topic boundaries	26,27,28
		GRI 102-47	List of material topics	27,28
		GRI 102-48	Restatement of information	25
		GRI 102-49	Changes in reporting	25
		GRI 102-50	Reporting period	25
		GRI 102-51	Date of most recent report	25
		GRI 102-52	Reporting cycle	25
		GRI 102-53	Contact point for questions regarding the report	64
		GRI 102-54	Claim of reporting in accordance with the GRI Standards	25
		GRI 102-55	GRI Index	53,54,55
		GRI 102-56	External assurance	25
Management Approach	GRI 103-1	Explanation of the material topic and its Boundaries	27,28	



# Indeks Standar GRI

GRI 102 -55

GRI Standard	Disclosure		Page
	Disclosure	Title	
Specific Material Topic Standard			
Environment			
Material			
	GRI 301-1	Material used by weight or volume	27,32,33
	GRI 301-2	Recycled input materials used	32,33
	GRI 301-3	Reclaimed products and their packaging materials	34
Energy			
	GRI 302-1	Energy Consumption within the organization	35,36
	GRI 302-2	Energy Consumption outside the organization	37
Social			
Employment			
	GRI 401-1	New employee hires and employee turnover	39
	GRI 401-2	Benefits provided to fulltime employee	40
Training and Education			
	GRI 404-1	Average hours of training per year per employee	41
	GRI 404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development review	42
Diversity and Equal Opportunity			
	GRI 405-1	Diversity of Governance bodies and employee	43,44
Economy			
Market Presence			
	GRI 202-1	Ratio of stnadard entry level wage compare to local minimum wages	46
Indirect Economic Impacts			
	GRI 203-2	Significant indirect economic impact	47
Procurement Practices			
	GRI 204-1	Proportion of spending on local suppliers	48



# Keterkaitan Pilar Keberlanjutan EIGER dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

GRI 102 -55

Tabel keterkaitan antara pilar Keberlanjutan EIGER dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/SDGs adalah sebagai berikut:

Strategi	Objectives	Tujuan	Target	Indikator
Eco Friendly Stores & Offices	Sustainable Advantage Efficiency Customer Sustainable Lifestyle	9 Membangun Infrastruktur yang Tangguh, Meningkatkan Industri Inklusif dan Berkelanjutan, Serta Mendorong Inovasi	9.4 Pada tahun 2030, meningkatkan infrastruktur dan retrofit industri agar dapat berkelanjutan, dengan peningkatan efisiensi penggunaan sumberdaya dan adopsi yang lebih baik dari teknologi dan proses industri bersih dan ramah lingkungan, yang dilaksanakan semua negara sesuai kemampuan masing-masing.	9.4.1.* Rasio emisi CO2/ emisi gas rumah kaca dengan nilai tambah sektor industri manufaktur.
		11 Kota dan Pemukiman yang Berkelanjutan	11.c Memberikan dukungan kepada negara-negara kurang berkembang melalui bantuan keuangan dan teknis, dalam membangun bangunan yang berkelanjutan dan tangguh, dengan memanfaatkan bahan lokal	11.c.1.(a) Presentasi Daerah yang memiliki Perda Bangunan Gedung yang Berkelanjutan, Berketahanan, dan menggunakan Material Lokal
		12 Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab	12.5 Pada tahun 2030, secara substansial mengurangi produksi limbah melalui pencegahan, pengurangan, daur ulang, dan penggunaan kembali.	12.5.1.(a) Jumlah timbunan sampah yang didaur ulang



# Keterkaitan Pilar Keberlanjutan EIGER dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Strategi	Objectives	Tujuan	Target	Indikator
Innovative & Sustainable Production & Consumption	Sustainable Production Sustainable Procurement Sustainable Consumption	6 Menjamin Ketersediaan serta Pengelolaan Air Bersih dan Sanitasi yang Berkelanjutan untuk Semua	6.3 Secara signifikan meningkatkan ekspor dari negara berkembang, khususnya dengan tujuan meningkatkan dua kali lipat proporsi negara kurang berkembang dalam ekspor global pada tahun 2020.	6.3.1.(a) Persentase limbah cair industri yang dikelola secara aman
		8 Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan, Kesempatan Kerja yang Produktif dan Menyeluruh, serta Pekerjaan yang Layak untuk Semua	8.4 Meningkatkan secara progresif, hingga 2030, efisiensi sumber daya global dalam konsumsi dan produksi, serta usaha melepas kaitan pertumbuhan ekonomi dari degradasi lingkungan, sesuai dengan the 10-Year Framework of Programs on Sustainable Consumption and Production, dengan negara-negara maju sebagai pengarah.	8.4.1.(a) Rencana dan implementasi Strategi Pelaksanaan Sasaran Pola Konsumsi dan Produksi Berkelanjutan
		9 Membangun Infrastruktur yang Tangguh, Meningkatkan Industri Inklusif dan Berkelanjutan, Serta Mendorong Inovasi	9.4 Pada tahun 2030, meningkatkan infrastruktur dan retrofit industri agar dapat berkelanjutan, dengan peningkatan efisiensi penggunaan sumberdaya dan adopsi yang lebih baik dari teknologi dan proses industri bersih dan ramah lingkungan, yang dilaksanakan semua negara sesuai kemampuan masing-masing.	9.4.1.* Rasio emisi CO <sub>2</sub> / emisi gas rumah kaca dengan nilai tambah sektor industri manufaktur.
		12 Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab	12.5 Pada tahun 2030, secara substansial mengurangi produksi limbah melalui pencegahan, pengurangan, daur ulang, dan penggunaan kembali.	12.5.1.(a) Jumlah timbunan sampah yang didaur ulang



# Keterkaitan Pilar Keberlanjutan EIGER dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Strategi	Objectives	Tujuan	Target	Indikator
Innovative & Sustainable Production & Consumption	Sustainable Production Sustainable Procurement Sustainable Consumption	12 Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab	12.7 Meningkatkan praktek pengadaan publik berkelanjutan, sesuai dengan kebijakan dan prioritas nasional	12.7.1.(a) Jumlah produk ramah lingkungan yang teregister dan masuk dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah
				12.7.1.(b) Jumlah Dokumen Penerapan Label Ramah Lingkungan untuk pengadaan Barang dan Jasa
Good Corporate Governance	Transparency GCG Inclusiveness Safety	5 Mencapai Kesetaraan Gender dan Memberdayakan Kaum Perempuan	5.5 Menjamin partisipasi penuh dan efektif, dan kesempatan yang sama bagi perempuan untuk memimpin di semua tingkat pengambilan keputusan dalam kehidupan politik, ekonomi, dan masyarakat.	5.5.2* Proporsi perempuan yang berada di posisi managerial
		8 Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan, Kesempatan Kerja yang Produktif dan Menyeluruh, serta Pekerjaan yang Layak untuk Semua	8.5 Pada tahun 2030, mencapai pekerjaan tetap dan produktif dan pekerjaan yang layak bagi semua perempuan dan laki-laki, termasuk bagi pemuda dan penyandang difabilitas, dan upah yang sama untuk pekerjaan yang sama nilainya.	8.5.1* Upah rata-rata per jam kerja



# Keterkaitan Pilar Keberlanjutan EIGER dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Strategi	Objectives	Tujuan	Target	Indikator
Good Corporate Governance	Transparency GCG Inclusiveness Safety		8.7 Mengambil tindakan cepat dan untuk memberantas kerja paksa, mengakhiri perbudakan dan penjualan manusia, mengamankan larangan dan penghapusan bentuk terburuk tenaga kerja anak, termasuk perekrutan dan penggunaan tentara anak-anak, dan pada tahun 2025 mengakhiri tenaga kerja anak dalam segala bentuknya.	8.7.1 Persentase dan jumlah anak usia 5-17 tahun, yang bekerja, dibedakan berdasarkan jenis kelamin dan kelompok umur (dibedakan berdasarkan bentuk-bentuk pekerjaan terburuk untuk anak).
			8.8 Melindungi hak-hak tenaga kerja dan mempromosikan lingkungan kerja yang aman dan terjamin bagi semua pekerja, termasuk pekerja migran, khususnya pekerja migran perempuan, dan mereka yang bekerja dalam pekerjaan berbahaya.	8.8.1(a) Jumlah perusahaan yang menerapkan norma K3
		10 Mengurangi Kesenjangan Intra dan Antar Negara	10.2 Pada tahun 2030, memberdayakan dan meningkatkan inklusi sosial, ekonomi dan politik bagi semua, terlepas dari usia, jenis kelamin, difabilitas, ras, suku, asal, agama atau kemampuan ekonomi atau status lainnya.	10.2.1.* Proporsi penduduk yang hidup di bawah 50 persen dari median pendapatan, menurut jenis kelamin dan penyandang difabilitas.
			10.3 Menjamin kesempatan yang sama dan mengurangi kesenjangan hasil, termasuk dengan menghapus hukum, kebijakan, dan praktik yang diskriminatif, dan mempromosikan legislasi dan kebijakan tersebut	10.3.1.(a) Indeks kebebasan
				10.3.1.(b) Jumlah penanganan pengaduan pelanggaran Hak Asasi Manusia (HAM)
				10.3.1.(c) Jumlah penanganan pengaduan pelanggaran Hak Asasi Manusia (HAM) perempuan terutama kekerasan pada perempuan



# Keterkaitan Pilar Keberlanjutan EIGER dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Strategi	Objectives	Tujuan	Target	Indikator
Good Corporate Governance	Transparency GCG Inclusiveness Safety	10 Mengurangi Kesenjangan Intra dan Antar Negara	10.3 Menjamin kesempatan yang sama dan mengurangi kesenjangan hasil, termasuk dengan menghapus hukum, kebijakan, dan praktik yang diskriminatif, dan mempromosikan legislasi dan kebijakan tersebut	10.3.1.(d) Jumlah kebijakan yang diskriminatif dalam 12 bulan lalu berdasarkan pelanggaran diskriminasi menurut hukum HAM internasional
			10.4 Mengadopsi kebijakan, terutama kebijakan fiskal, upah dan perlindungan sosial, serta secara progresif mencapai kesetaraan yang lebih besar	10.4.1.(b) Proporsi peserta Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan
		12 Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab	12.6 Mendorong perusahaan, terutama perusahaan besar dan transnasional, untuk mengadopsi praktek-praktek berkelanjutan dan mengintegrasikan informasi keberlanjutan dalam siklus pelaporan mereka.	12.6.1* Jumlah perusahaan yang mempublikasi laporan keberlanjutannya
		16 Perdamaian, Keadilan dan kelembagaan yang tangguh	16.5 Secara substansial mengurangi korupsi dan penyuapan dalam segala bentuknya	16.5.1 Indeks Perilaku Anti Korupsi (IPAK)
			16.8 Memperluas dan meningkatkan partisipasi negara berkembang dalam lembaga tata kelola global	16.8.1.(a) Jumlah keanggotaan dan kontribusi dalam forum dan organisasi internasional
			16.10 Menjamin akses publik terhadap informasi dan melindungi kebebasan mendasar sesuai dengan peraturan nasional dan kesepakatan internasional	16.10.1.(b) Jumlah penanganan pengaduan pelanggaran Hak Asasi Manusia (HAM)
				16.10.1.(c) Jumlah penanganan pengaduan pelanggaran Hak Asasi Manusia (HAM) perempuan terutama kekerasan pada perempuan



# Keterkaitan Pilar Keberlanjutan EIGER dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Strategi	Objectives	Tujuan	Target	Indikator
Good Corporate Governance	Transparency GCG Inclusiveness Safety	17 Menguatkan Sarana Pelaksanaan dan Merevitalisasi Kemitraan Global untuk Pembangunan Berkelanjutan	17.11 Secara signifikan meningkatkan ekspor dari negara berkembang, khususnya dengan tujuan meningkatkan dua kali lipat proporsi negara kurang berkembang dalam ekspor global pada tahun 2020.	17.11.1.(a) Pertumbuhan ekspor produk non migas
		8 Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan, Kesempatan Kerja yang Produktif dan Menyeluruh, serta Pekerjaan yang Layak untuk Semua	8.3 Menggalakkan kebijakan pembangunan yang mendukung kegiatan produktif, penciptaan lapangan kerja layak, kewirausahaan, kreativitas dan inovasi, dan mendorong formalisasi dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah, termasuk melalui akses terhadap jasa keuangan.	8.3.1* Proporsi lapangan kerja informal, berdasarkan sektor dan jenis kelamin
Empower & Educate Community	Community Development Consumer Education Program Collaborative Action	12 Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab	12.8 Pada tahun 2030, menjamin bahwa masyarakat di mana pun memiliki informasi yang relevan dan kesadaran terhadap pembangunan berkelanjutan dan gaya hidup yang selaras dengan alam.	12.8.1.(a) Jumlah satuan Pendidikan formal dan Lembaga/komunitas masyarakat peduli dan berbudaya lingkungan hidup



# Keterkaitan Pilar Keberlanjutan EIGER dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Strategi	Objectives	Tujuan	Target	Indikator
<b>Empower &amp; Educate Community</b>	Community Development Consumer Education Program Collaborative Action	13 Mengambil Tindakan Cepat untuk Mengatasi Perubahan Iklim dan Dampaknya	13.3 Meningkatkan pendidikan, penumbuhan kesadaran, serta kapasitas manusia dan kelembagaan terkait mitigasi, adaptasi, pengurangan dampak dan peringatan dini perubahan iklim	13.3.1.(a) Jumlah satuan Pendidikan formal dan Lembaga/komunitas masyarakat peduli dan berbudaya lingkungan hidup
		15 Melindungi, Merestorasi dan Meningkatkan Pemanfaatan Berkelanjutan Ekosistem Daratan, Mengelola Hutan Secara Lestari, Menghentikan Penggurunan, Memulihkan Degradasi lahan, serta Menghentikan Kehilangan Keanekaragaman Hayati	15.b Memobilisasi sumber daya penting dari semua sumber dan pada semua tingkatan untuk membiayai pengelolaan hutan yang berkelanjutan dan memberikan insentif yang memadai bagi negara berkembang untuk memajukan pengelolaannya, termasuk untuk pelestarian dan reforestasi	15.b.1.(a) Bantuan pembangunan resmi untuk konservasi dan pemanfaatan keanekaragaman hayati secara berkelanjutan
<b>Responsible Shipping &amp; Warehousing</b>	Reduce GHG Emmissions & fossil fuel consumption Carbon offset Eco-Packaging Green-shipping	9 Membangun Infrastruktur yang Tangguh, Meningkatkan Industri Inklusif dan Berkelanjutan, Serta Mendorong Inovasi	9.4 Pada tahun 2030, meningkatkan infrastruktur dan retrofit industri agar dapat berkelanjutan, dengan peningkatan efisiensi penggunaan sumberdaya dan adopsi yang lebih baik dari teknologi dan proses industri bersih dan ramah lingkungan, yang dilaksanakan semua negara sesuai kemampuan masing-masing.	9.4.1.* Rasio emisi CO2/ emisi gas rumah kaca dengan nilai tambah sektor industri manufaktur.



# Keterkaitan Pilar Keberlanjutan EIGER dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Strategi	Objectives	Tujuan	Target	Indikator
Responsible Shipping & Warehousing	Reduce GHG Emmissions & fossil fuel consumption Carbon offset Eco-Packaging Green-shipping	12 Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab	12.5 Pada tahun 2030, secara substansial mengurangi produksi limbah melalui pencegahan, pengurangan, daur ulang, dan penggunaan kembali.	12.5.1.(a) Jumlah timbunan sampah yang didaur ulang
		13 Mengambil Tindakan Cepat untuk Mengatasi Perubahan Iklim dan Dampaknya	13.2 Mengintegrasikan tindakan antisipasi perubahan iklim ke dalam kebijakan, strategi dan perencanaan nasional	13.2.1* Terwujudnya penyelenggaraan inventarisasi gas rumah kaca (GRK), serta monitoring, pelaporan dan verifikasi emisi GRK yang dilaporkan dalam dokumen Biennial Update Report (BUR)
				13.2.2* Jumlah emisi gas rumah kaca (GRK) per tahun
				13.2.2.(a) Potensi penurunan emisi gas rumah kaca (GRK)
			13.3 Meningkatkan pendidikan, penumbuhan kesadaran, serta kapasitas manusia dan kelembagaan terkait mitigasi, adaptasi, pengurangan dampak dan peringatan dini perubahan iklim	13.3.2.(a) Jumlah satuan Pendidikan formal dan Lembaga/komunitas masyarakat peduli dan berbudaya lingkungan hidup



# Lembar Umpan Balik

Terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk membaca Laporan Keberlanjutan PT Eigerindo MPI tahun 2021. Untuk meningkatkan kualitas Laporan Keberlanjutan, meningkatkan transparansi kinerja keberlanjutan dan sebagai masukan untuk penyusunan Laporan Keberlanjutan Tahun 2022, kami berharap Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi Lembar Umpan Balik yang telah disiapkan dan mengirimkannya kembali kepada kami.

- 1** Laporan Keberlanjutan ini telah memberikan informasi yang bermanfaat mengenai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan yang telah dilaksanakan oleh PT Eigerindo MPI.

☐ Setuju

☐ Tidak Tahu

☐ Tidak Setuju

- 2** Data dan informasi yang diungkapkan dalam Laporan ini disajikan secara terstruktur, mudah dimengerti, dan mudah dipahami.

☐ Setuju

☐ Tidak Tahu

☐ Tidak Setuju

- 3** Data dan informasi yang diungkapkan dalam Laporan ini disajikan secara lengkap, transparan dan berimbang?

☐ Setuju

☐ Tidak Tahu

☐ Tidak Setuju

- 4** Apakah desain, jenis font, ukuran, tata warna, tata letak dan gambar dalam Laporan ini menarik dan mudah dibaca?

☐ Setuju

☐ Tidak Tahu

☐ Tidak Setuju

- 5** Informasi apa saja dalam Laporan ini yang dirasakan paling bermanfaat?

- 6** Informasi apa saja dalam Laporan ini yang dirasakan harus dilengkapi dalam Laporan Keberlanjutan mendatang?



# Profil Pembaca

Nama Lengkap : \_\_\_\_\_  
Institusi / Perusahaan : \_\_\_\_\_  
Email : \_\_\_\_\_

Identifikasi kelompok pemangku kepentingan (pilih salah satu):

- |                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Pemerintah | <input type="checkbox"/> Media                               |
| <input type="checkbox"/> LSM        | <input type="checkbox"/> Masyarakat                          |
| <input type="checkbox"/> Industri   | <input type="checkbox"/> Lain-lain, Mohon disebutkan : _____ |
| <input type="checkbox"/> Akademik   |  |

Kami menghargai saran dan tanggapan yang Bapak/Ibu/Saudara berikan kepada kami atas informasi yang disajikan dalam laporan ini. Untuk menyampaikannya, mohon lembar umpan balik ini dikirimkan kembali kepada:

**PT EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI**

JL. RAYA TERUSAN KOPO KM. 11,5, NO. 127A, PANGAUBAN, KEC. KETAPANG,  
KAB. BANDUNG, JAWA BARAT, INDONESIA

Telp . +62 22 87786767

Email : [headoffice@eigerindo.co.id](mailto:headoffice@eigerindo.co.id)

Web : [www.eigeradventure.com](http://www.eigeradventure.com)





# TERIMA KASIH

#untukbumiuntuknanti

PT EIGERINDO MPI  
Sustainability Performance Report