



# STITCHING TOGETHER FOR A BETTER FUTURE

2022  
Environmental, Social, and Governance Report  
PT EIGERINDO MPI





# Daftar Isi

|           |   |           |  |           |  |
|-----------|---|-----------|--|-----------|--|
| <b>01</b> | <b>Penjelasan Tema</b><br><i>Theme Explanation</i>                                  | <b>15</b> | <b>Topik Material dan Cakupannya</b><br><i>Material Topic and Boundaries</i>                                   | <b>37</b> | <b>Merangkai Masa Depan untuk Lingkungan</b><br><i>Stitching a Green Future</i>                    |
| <b>02</b> | <b>Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan</b><br><i>Sustainability Performance Overview</i> | <b>16</b> | <b>Merangkai Budaya Keberlanjutan</b><br><i>Stitching a Sustainable Culture</i>                                | <b>43</b> | <b>Merangkai Keberlanjutan ke Hilir</b><br><i>Sustainability Goes Downstream</i>                   |
| <b>05</b> | <b>Tentang Laporan Ini</b><br><i>About the Sustainability Report</i>                | <b>17</b> | <b>Merangkai Strategi Keberlanjutan</b><br><i>Stitching a Sustainability Strategy</i>                          | <b>46</b> | <b>Indeks Referensi GRI Standard</b><br><i>Sustainability Report GRI Standards Reference Index</i> |
| <b>06</b> | <b>Sumber Inspirasi Kami</b><br><i>The Spark of Our Creativity</i>                  | <b>21</b> | <b>Merangkai Keberlanjutan melalui Tata Kelola</b><br><i>Stitching a Better Future through Good Governance</i> | <b>47</b> | <b>Lembar Umpan Balik</b><br><i>Feedback Sheet</i>   |
| <b>07</b> | <b>Sambutan CEO</b><br><i>Remarks from Our CEO</i>                                  | <b>25</b> | <b>Menciptakan Perubahan dalam Lingkup Sosial</b><br><i>Stitching Change in the Social Sphere</i>              |           |  |
| <b>08</b> | <b>Profil Perusahaan</b><br><i>Company Profile</i>                                  | <b>35</b> | <b>Merangkai Produk Berkelanjutan</b><br><i>Stitching Sustainable Production</i>                               |           |  |
| <b>12</b> | <b>Bersama Merangkai Keberlanjutan</b><br><i>Stitching Together a Better Future</i> |           |  |           |  |
| <b>14</b> | <b>Proses Penentuan Isi Laporan</b><br><i>Material Topics</i>                       |           |  |           |  |

**Pernyataan Mengandung Prakiraan**

Dalam laporan ini terdapat pernyataan yang mengandung prakiraan. Pernyataan-pernyataan tersebut didasarkan pada berbagai proyeksi dan estimasi yang diambil oleh manajemen EIGER. Prakiraan juga berasal dari sumber-sumber referensi yang umum dijadikan acuan oleh bisnis, sehingga sebagian maupun keseluruhannya tidak dijamin akan dapat dicapai. Pernyataan tersebut mencantumkan prediksi-prediksi dan asumsi-asumsi yang dapat diterima pada saat laporan ini disusun.



*Our Commitment to Holistic Sustainability*

## Stitching Together for a Better Future

Komitmen terhadap keberlanjutan terus digulirkan oleh PT Eigerindo Multi Produk Industri. Bertahan di tengah gejolak pandemi yang melanda dunia, perusahaan mengambil langkah strategis untuk membangun strategi keberlanjutan yang menyeluruh. Pada tanggal 26 April 2021, Ronny Lukito, selaku pendiri dan pimpinan perusahaan, meletakkan “batu pertama” untuk menjalankan praktik bisnis berkelanjutan. Sejak itu perusahaan melakukan langkah-langkah strategis dan menyusun peta jalan atau **EIGER Environmental, Social, and Governance (ESG) Road Map** menuju bisnis berkelanjutan. Berdasarkan analisa terhadap dampak dan risiko dari aktivitas serta keputusan perusahaan, telah disusun ESG strategi untuk melangkah menuju keberlanjutan yang holistik. Lalu pada 22 April 2022, bertepatan dengan Peringatan Hari Bumi, untuk pertama kalinya EIGER meluncurkan ESG Report yang bertemakan “**Untuk Bumi Untuk Nanti**”.

Telah lama kami menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan, seperti beragam kegiatan filantropi untuk sesama, termasuk gerakan kepedulian terhadap lingkungan atau “Go Green”, sebagai aktualisasi kepedulian terhadap bumi. Sejak mulai dicanangkannya komitmen terhadap praktik bisnis berkelanjutan, kami mulai merangkai karya keberlanjutan dengan melakukan transformasi bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Berbagai nilai perusahaan dibuat untuk mengurangi dampak dan risiko dari keputusan dan aktivitas bisnis pada setiap tahap dari hulu ke hilir.

untuk  
bumi  
untuk  
nanti

“Untuk Bumi Untuk Nanti”

**Stitching Together for a Better Future** terus menjadi bagian dari strategi keberlanjutan, di mana kami ingin menciptakan masa depan yang lebih berkelanjutan, dan adil untuk semua, termasuk mengurangi dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat, juga bekerja menuju industri gaya hidup yang lebih etis dan bertanggung jawab. Kami telah mulai memperhitungkan keterkaitan faktor lingkungan, sosial, dan ekonomi dalam siklus hidup produk-produk yang kami tawarkan, mulai dari sumber bahan hingga pembuangan produk setelah digunakan. Perjalanan membangun masa depan yang lebih baik adalah sebuah perjalanan yang panjang, namun kami telah memulainya dari satu langkah kecil dan terus maju ke satu arah keberlanjutan yang menyeluruh.



Share Road Share Hope, 2022



Sustainability Performance Overview

# Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan

Kinerja keberlanjutan PT Eigerindo MPI pada tahun 2022 dirajut menjadi satu karya bersama dalam aspek Lingkungan (*Environmental*), Sosial (*Social*) dan Tata Kelola (*Governance*) atau performa ESG dimana kami ingin menjalankan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan dalam setiap bisnis proses secara holistik.

## Untuk Masa Depan yang Lebih Baik, Bersama Mengelola Dampak Lingkungan

*For A Better Future, Stitching Together Environmental Impact Management*

Kami menjalankan komitmen untuk bersama merangkai keberlanjutan pada aspek lingkungan, terutama lewat produk yang kami produksi hingga distribusi, lalu efisiensi konsumsi energi listrik dan pengelolaan dan pemanfaatan limbah. Sebagaimana diungkapkan pada Laporan Keberlanjutan PT Eigerindo MPI 2021, pada tahun 2030 persentase produk kami yang mengandung bahan yang dapat didaur ulang atau menggunakan material yang terbarukan adalah sebesar 20%. Pada tahun 2022 kami berhasil membukukan peningkatan dan capaian sebesar 14%. Kami optimis bahwa target tersebut akan dapat kami capai sebelum 2030.

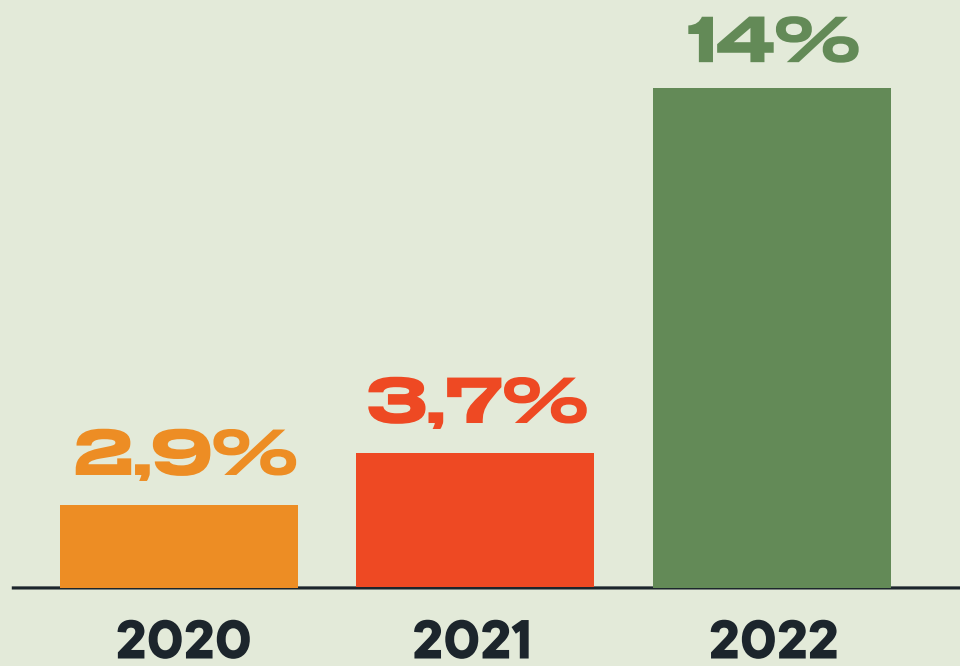
Dengan adanya sosialisasi mengenai manajemen energi, pada tahun 2022 kami telah mengurangi intensitas pemakaian listrik pada kantor pusat dan pemasok kami. Selama tahun 2022, intensitas penggunaan listrik setiap karyawan di kantor pusat adalah 3,92 KWH/hari atau turun sebesar 18% dari sebesar 4,80 KWH/hari.

Besaran listrik untuk memproduksi setiap barang kami adalah 0,36 KWH/item, turun sebesar 3% dari tahun sebelumnya. Untuk konsumsi energi ini, kami masih mengalami tantangan terutama di toko-toko kami, dimana mengalami peningkatan intensitas konsumsi energi sebesar 7% menjadi 141 KWH/m2 per bulan.

Beberapa inisiatif untuk mengelola limbah, baik limbah toko, event maupun limbah *product defect* kami lakukan dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak. Upaya pengelolaan limbah ini juga dilakukan dengan melakukan *upcycling* sehingga memiliki nilai tambah.

Inilah pentingnya kami melakukan aksi kolaborasi bersama, karena kami tidak bisa sendirian berjuang menggaungkan keberlanjutan.

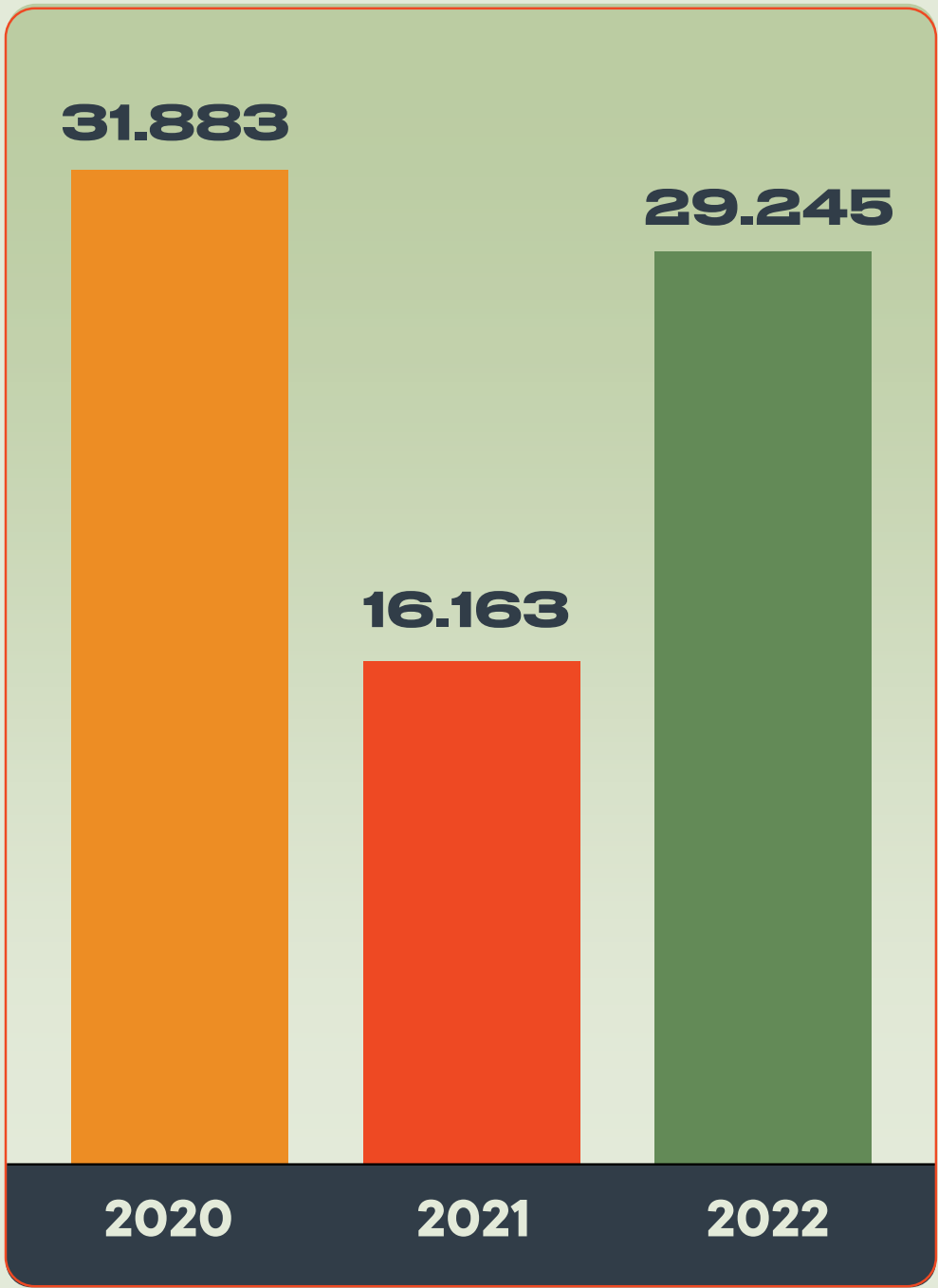
### Produk dengan Material Terbarukan



### Intensitas Konsumsi Energi

|      | Kantor Pusat  | Toko         | Pemasok |
|------|---------------|--------------|---------|
|      | KWH/Staff/Day | KWH/m2/Month | KWH/Pcs |
| 2020 | 4,59          | 144          | 0,26    |
| 2021 | 4,80          | 133          | 0,37    |
| 2022 | 3,92          | 141          | 0,36    |

### Product Defect



# Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan

Kinerja keberlanjutan PT Eigerindo MPI pada tahun 2022 dirajut menjadi satu karya bersama dalam aspek Lingkungan (*Environmental*), Sosial (*Social*) dan Tata Kelola (*Governance*) atau performa ESG dimana kami ingin menjalankan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan dalam setiap bisnis proses secara holistik.

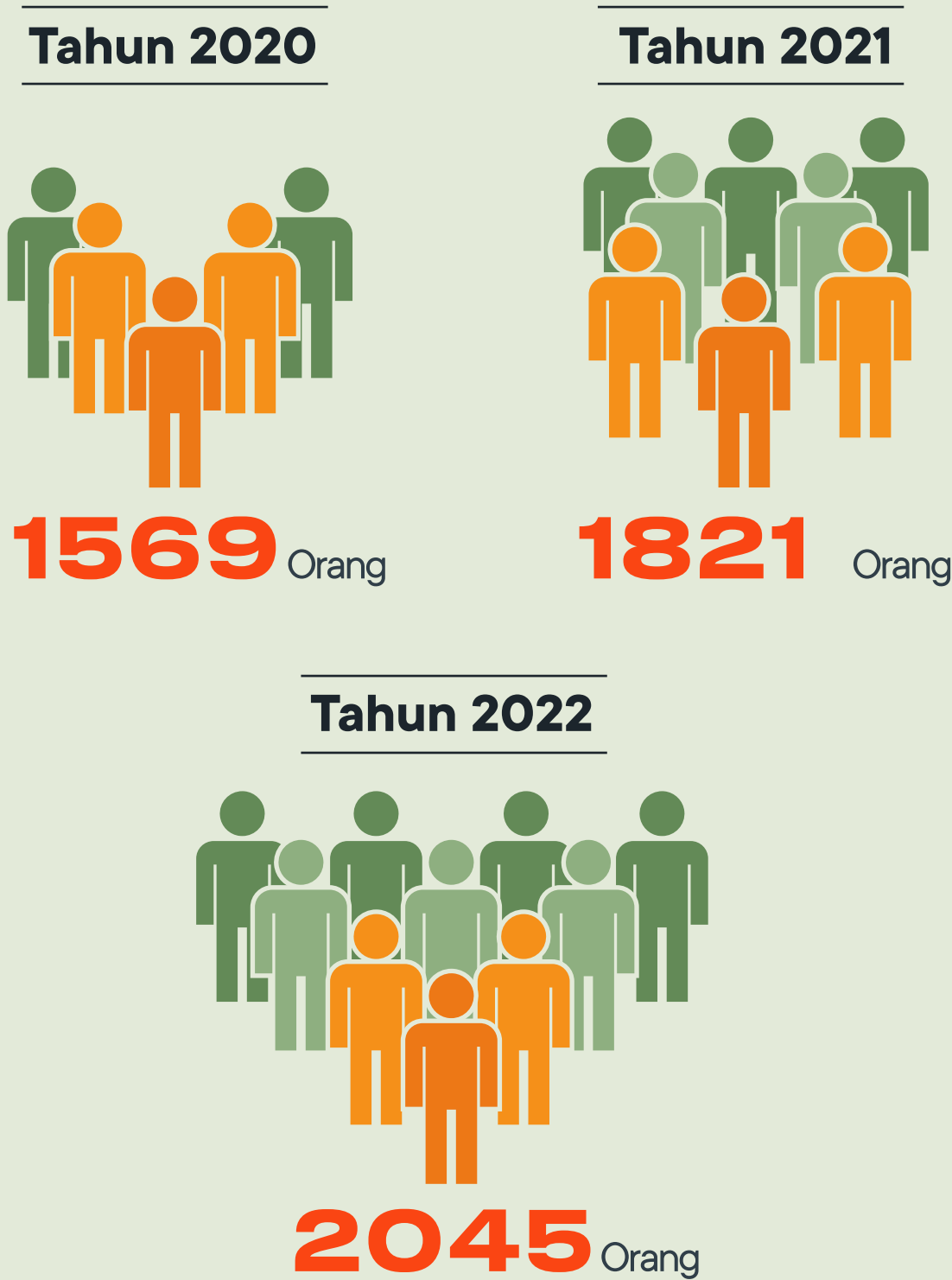
## Untuk Masa Depan yang Lebih Baik, Bersama Mengelola Dampak Sosial *For A Better Future, Stitching Together Social Impact Management*

Pada tahun 2022, kami menambah angkatan kerja sebesar 19%. Bersamaan dengan ini, kami memperkuat pilar-pilar keberlanjutan yang sedang kami jalankan, terutama terkait dengan ketenagakerjaan. Aspek tersebut mencakup Kesehatan dan Keselamatan Kerja, Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) serta kebijakan tanpa pekerja anak yang diberlakukan pada perusahaan dan kami dorong juga untuk dilakukan para pemasok kami.

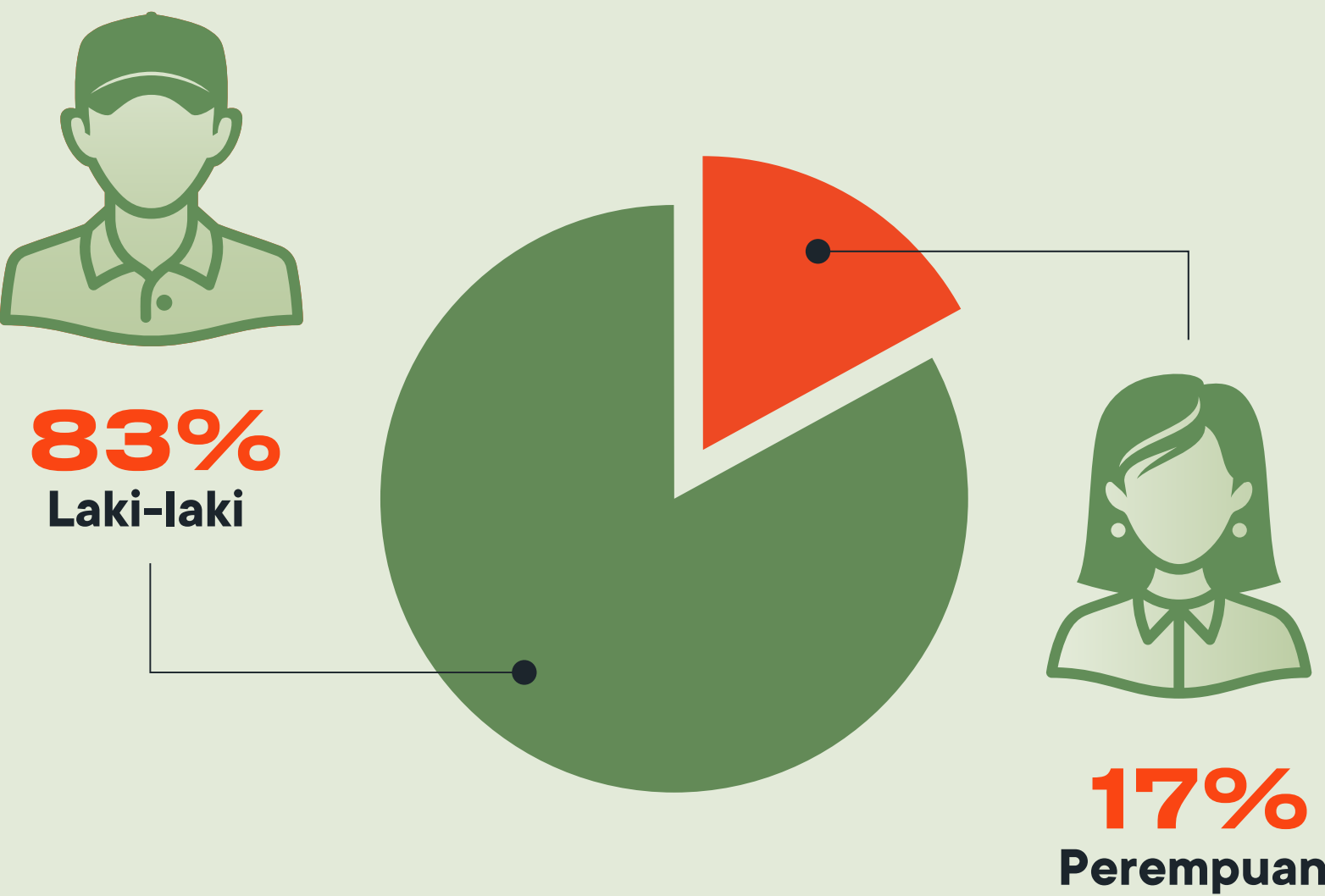
Kami juga berupaya meningkatkan keanekaragaman dalam konteks gender dengan menambah 3% perempuan dalam jajaran manajemen puncak sehingga menjadi 17%.

Pada aspek sosial dalam meningkatkan hak ekonomi masyarakat, kami mengembangkan jumlah toko-toko kami sehingga menjadi 237 toko yang beroperasi di 137 kabupaten/kota yang menyerap tenaga 1.216 tenaga kerja lokal dan memberikan upah sesuai standar upah minimum yang berlaku di wilayah masing-masing.

### Jumlah Karyawan



### Manajemen Puncak



Inilah angkatan kerja kami, dimana kami bersama-sama membangun karya keberlanjutan bagi kami dan orang-orang di sekitar kami.

# Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan

Kinerja keberlanjutan PT Eigerindo MPI pada tahun 2022 dirajut menjadi satu karya bersama dalam aspek Lingkungan (*Environmental*), Sosial (*Social*) dan Tata Kelola (*Governance*) atau performa ESG dimana kami ingin menjalankan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan dalam setiap bisnis proses secara holistik.

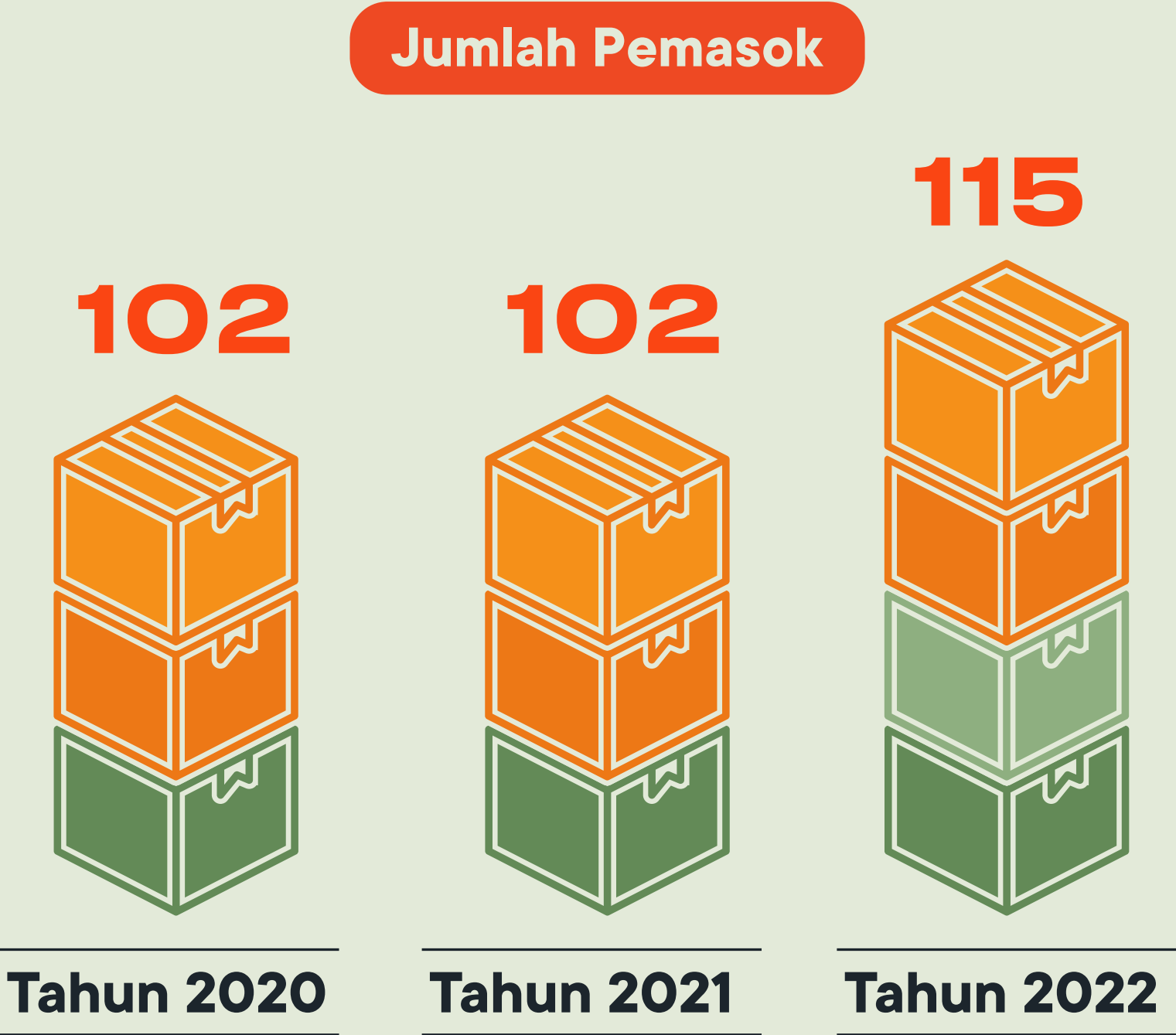
## Untuk Masa Depan yang Lebih Baik, Bersama Memperkuat Tata Kelola Perusahaan *For A Better Future, Stitching Together for Good Corporate Governance*

Inisiatif Tata kelola yang kami lakukan pada tahun 2022, selain berfokus pada internal perusahaan, juga berupaya mendorong dan menjamin bahwa pemasok kami juga melangkah bersama ke arah keberlanjutan dan menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Kami mulai menerapkan dan mensosialisasikan praktik keberlanjutan yang kami syarkan bagi para pemasok kami.

Kegiatan Training dan *Due Diligence* (uji tuntas) kepada 22 pemasok atau 37% dari pemasok lokal, mulai kami lakukan dan akan terus bertambah di masa mendatang.

Aspek yang terkait dalam inisiatif ini adalah aspek sosial, lingkungan dan tata kelola yang menjadi isu utama dalam industri kami. Penilaian performa keberlanjutan pemasok kami uji secara berkala, dan untuk memotivasi peningkatannya kami susun sistem reward bagi para pemasok.

Dengan berjalan bersama pemasok kami, bukan hanya mereka yang termotivasi untuk melangkah ke arah keberlanjutan, kamipun termotivasi untuk terus memiliki performa yang lebih baik dalam tata kelola perusahaan.





## About the Sustainability Report

# Tentang Laporan ini

EIGER *ESG Report* 2022 adalah laporan keberlanjutan kami yang kedua, setelah laporan perdana kami terbitkan pada 22 April 2022 yang lalu. Laporan ini memberikan gambaran tentang bagaimana EIGER mengelola dampak dan risiko dari aktivitas dan keputusan yang dibuat perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Walau baru sampai pada sebuah langkah kecil, kami berupaya untuk terus memperbaiki tanggung jawab kami terhadap masa depan yang lebih baik.

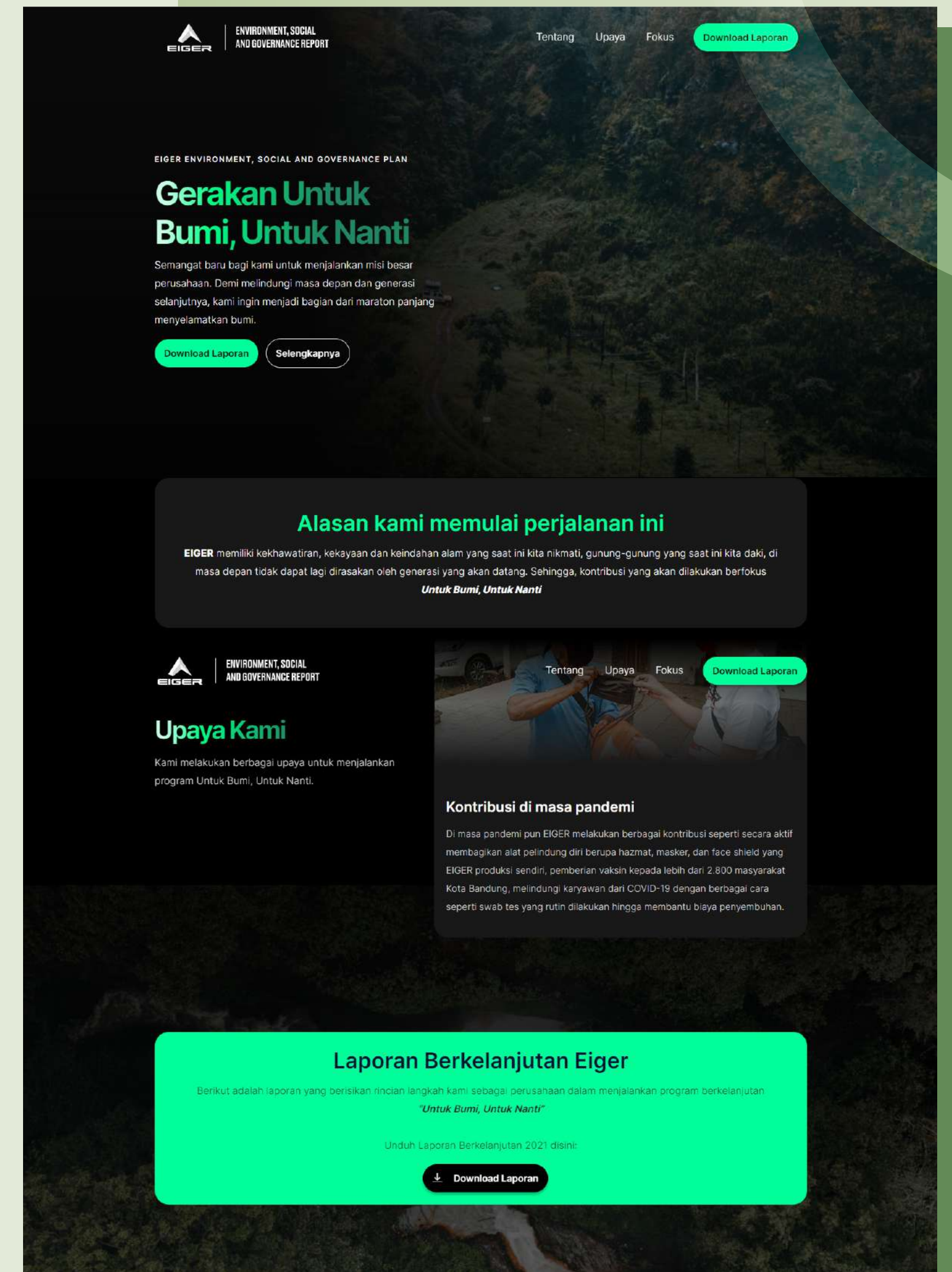
Sebagaimana janji kami pada Laporan Keberlanjutan 2021 yang lalu, setiap tahunnya, kami akan meluncurkan Laporan Keberlanjutan yang juga ditayangkan pada situs web perusahaan. Laporan ini adalah cerminan dari komitmen dan tanggung jawab perusahaan dalam menjunjung tinggi transparansi dan akuntabilitas untuk seluruh pemangku kepentingan EIGER. Pada laporan ini, kata "EIGER", "Perusahaan", atau "Kami" digunakan untuk mewakili PT Eigerindo MPI. **(GRI 2-3) (GRI 2-4)**

Laporan ini mencakup data dan informasi perusahaan pada periode pelaporan 1 Januari 2022 sampai dengan 31 Desember 2022. Laporan 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 perubahan dari laporan sebelumnya. **(GRI 2-2) (GRI 2-3) (GRI 2-4)**

Laporan Keberlanjutan ini kami susun berdasarkan referensi format dari **GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 2021**. 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 Indeks GRI terkait pada bagian belakang, yaitu halaman 46.

Untuk lebih menjangkau pemangku kepentingan secara global, laporan ini diterbitkan 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. Pada laporan keberlanjutan ini, 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 2-5)**







*The Spark of Our Creativity*

## Sumber Inspirasi Kami


Dengan mengucap rasa syukur dan hati yang tulus kami bangga bisa ikut berkontribusi mempersembahkan EIGER *Environmental, Social dan Governance (ESG) Report*, sebagai bagian dari komitmen kami untuk menjadi perusahaan yang lebih baik dan bertanggung jawab. Pada kesempatan ini, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada pendiri sekaligus komisaris, Bapak Ronny Lukito, atas semangat dan dedikasinya dalam membangun EIGER.

Dalam perjalanannya, EIGER telah menanamkan tiga nilai inti yaitu: Alam, Manusia, dan Inovasi yang menjadi pedoman dalam setiap keputusan dan tindakan yang kami ambil. Kami memahami bahwa kesuksesan bisnis harus selalu diimbangi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta memberikan manfaat bagi masyarakat.

Semangat Bapak Ronny Lukito bersama EIGER untuk membangun dunia yang lebih baik melalui pembelajaran dari alam dan inovasi, membuat kami sadar bahwa masih banyak hal yang perlu kami pelajari dan tingkatkan. Laporan ini adalah tanda kemajuan kami dalam upaya menjadi lebih baik.

Kami berharap bahwa laporan ini tidak hanya mencerminkan komitmen kami terhadap keberlanjutan, tetapi juga dapat menginspirasi orang lain untuk bersama-sama dengan kami, menciptakan masa depan yang lebih baik untuk semua.

(GRI 2-22)



**“Everyone has God’s purpose in life. Whoever you want to be, do your best and be helpful for your surrounding.”**

— Ronny Lukito



## Remarks from Our CEO

# Sambutan CEO

*Eigerian, partners dan seluruh pihak terkait yang terhormat,*

Tak terasa satu tahun sudah berlalu sejak kami meluncurkan laporan keberlanjutan yang pertama di tahun 2022. Komitmen petualangan baru dengan semangat berkelanjutan yang dibangun dan dilakukan bersama dengan Eigerian (konsumen dan komunitas), karyawan, mitra, pemasok dan seluruh pemangku kepentingan lainnya, sudah mulai membuahkan hasil.

Laporan keberlanjutan tahun ini sangat istimewa karena menjadi pengejawantahan dari sebuah gerakan yang didasari tekad dan semangat yang sama, hingga membuahkan sebuah langkah maju yang sangat berarti dalam menuju tujuan keberlanjutan holistik. Kami telah mengambil pendekatan komprehensif terhadap keberlanjutan, menyadari bahwa ini bukan hanya tentang mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga tentang menciptakan hasil sosial dan ekonomi yang positif serta meningkatkan transparansi dalam tata kelola perusahaan kami.

*Sustainability* telah menjadi bagian dari “jiwa” kita bersama, sebagaimana telah tertuang dalam misi perusahaan. Karenanya kami percaya bahwa, tanggung jawab untuk menciptakan dampak positif kepada lingkungan, kepada masyarakat di mana kami beroperasi, dan termasuk juga kepada konsumen yang menggunakan produk EIGER adalah tanggung jawab kami. Komitmen kami terhadap keberlanjutan tidak tergoyahkan, dan kami terus membuat kemajuan menuju tujuan kami setiap saat.

Melalui upaya keberlanjutan holistik, kami pun bersama para pemasok melangkah bersama dalam menjalankan praktik bisnis berkelanjutan, memberi “warna” keberlanjutan pada produk dan toko kami serta menebarkan inspirasi gaya hidup berkelanjutan pada konsumen kami.

Terima kasih untuk seluruh pihak atas dukungan terhadap gerakan keberlanjutan kita. Kami menyadari bahwa apa yang sudah kami capai hari ini, hanya sebuah langkah kecil dan masih banyak pekerjaan yang harus diselesaikan dan perbaiki. Kami berkomitmen untuk terus mendorong diri kami untuk menjadi lebih baik, dan berkolaborasi dengan mitra, pemasok, dan pelanggan kami untuk mendorong perubahan positif di industri kami.

Kami tetap teguh untuk merangkai masa depan yang lebih baik melalui keberlanjutan yang holistik, dan terus berusaha untuk dapat membuat kemajuan bersama di tahun-tahun mendatang.

*Salaon Lestari*

Bandung, Mei 2023

**Christian Hartanto Sasono**

CEO PT Eigerindo Multi Produk Industri

(GRI 2-22)



Company Profile

# Profil Perusahaan

Eiger Adventure (EIGER) berdiri pada tahun 1989, sebagai sebuah merek penyedia perlengkapan dan peralatan bagi gaya hidup para pegiat alam. Bernaung di bawah PT Eigerindo MPI, EIGER terlahir di Indonesia oleh orang-orang Indonesia dengan tujuan untuk menjadi teman sekaligus pelindung bagi siapapun yang ingin mengeksplorasi alam tropis, khususnya alam Indonesia. EIGER juga memiliki tujuan untuk membawa nama Indonesia dan kualitas produk Indonesia ke kancah internasional, khususnya di industri *fashion retail*.

Nama EIGER sendiri berasal dari nama sebuah gunung berketinggian 3.970 mdpl yang terletak di Bernese Alps, Swiss, Eropa. Gunung ini memiliki reputasi yang sangat terkenal karena merupakan salah satu gunung tersulit dan berbahaya untuk didaki di seluruh dunia. Salah satu sisinya, yaitu *North Face*, dianggap sebagai salah satu jalur pendakian yang paling menantang di dunia, karena memiliki permukaan batu es yang curam, jalur pendakian yang panjang dan sering terjadi longsoran batu, serta cuaca yang tidak dapat diprediksi.

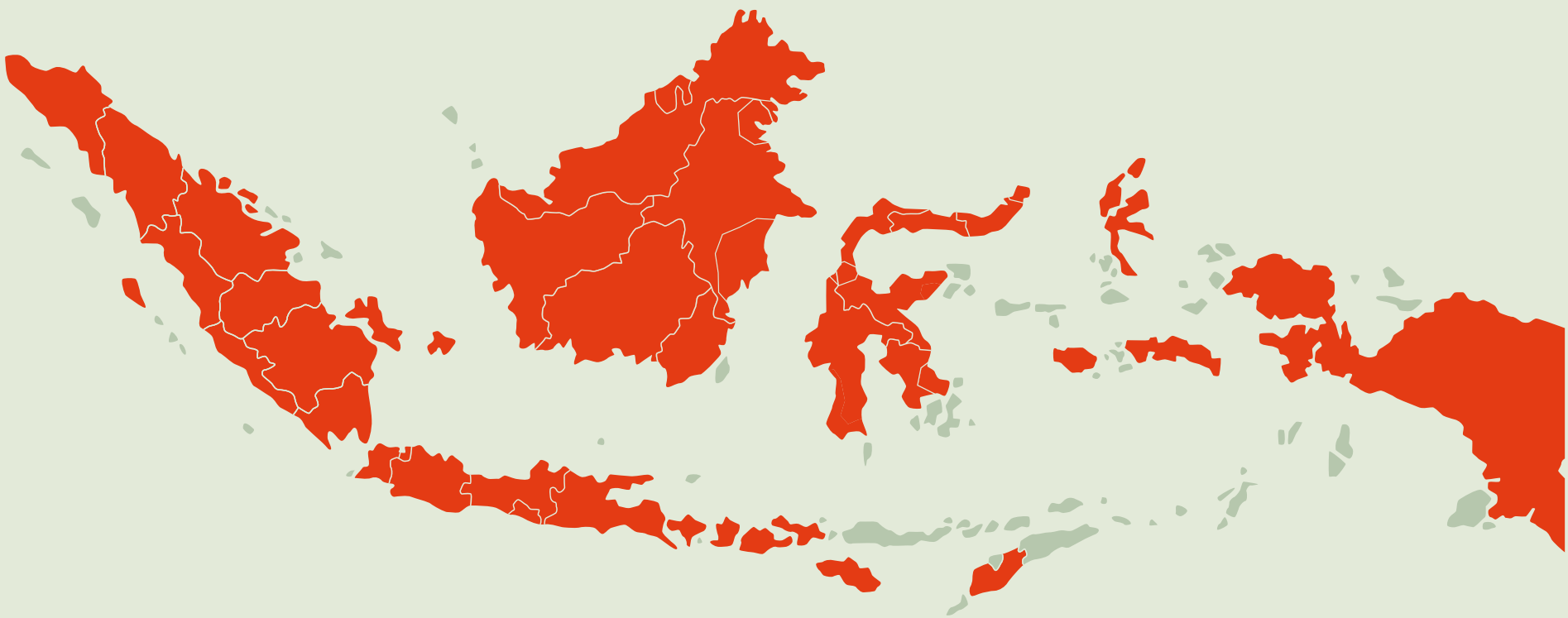
Sejak tahun 2015, EIGER memfokuskan produk-produknya untuk kegiatan alam di iklim tropis yang kini menjadi *tagline* EIGER, yaitu “*Tropical Adventure*”. Hal tersebut tercermin di tiga kategori produk EIGER, yaitu *Mountaineering*, *Riding*, dan *Eiger 1989 (Lifestyle)*.

Saat ini, EIGER sudah tersedia di 137 kabupaten/kota di seluruh Indonesia dengan total 237 toko dan memperkuat kehadirannya di dunia daring dengan [www.eigeradventure.com](http://www.eigeradventure.com) atau situs resmi dan halaman *e-commerce* EIGER.

## Berikut Profil Perusahaan:

|                     |   |
|---------------------|---|
| Nama organisasi     | : PT Eigerindo Multi Produk Industri  |
| Bentuk usaha        | : Perseroan Terbatas  |
| Kepemilikan         | : Swasta  |
| Lokasi kantor pusat | : Jl. Raya Terusan Kopo Km 11,5No. 127A, Pangauban, Kec Ketapang, Kab. Bandung, Jawa Barat, Indonesia |
| Lini bisnis         | : Perdagangan perlengkapan dan peralatan pemenuhan gaya hidup   |

(GRI 2-1)

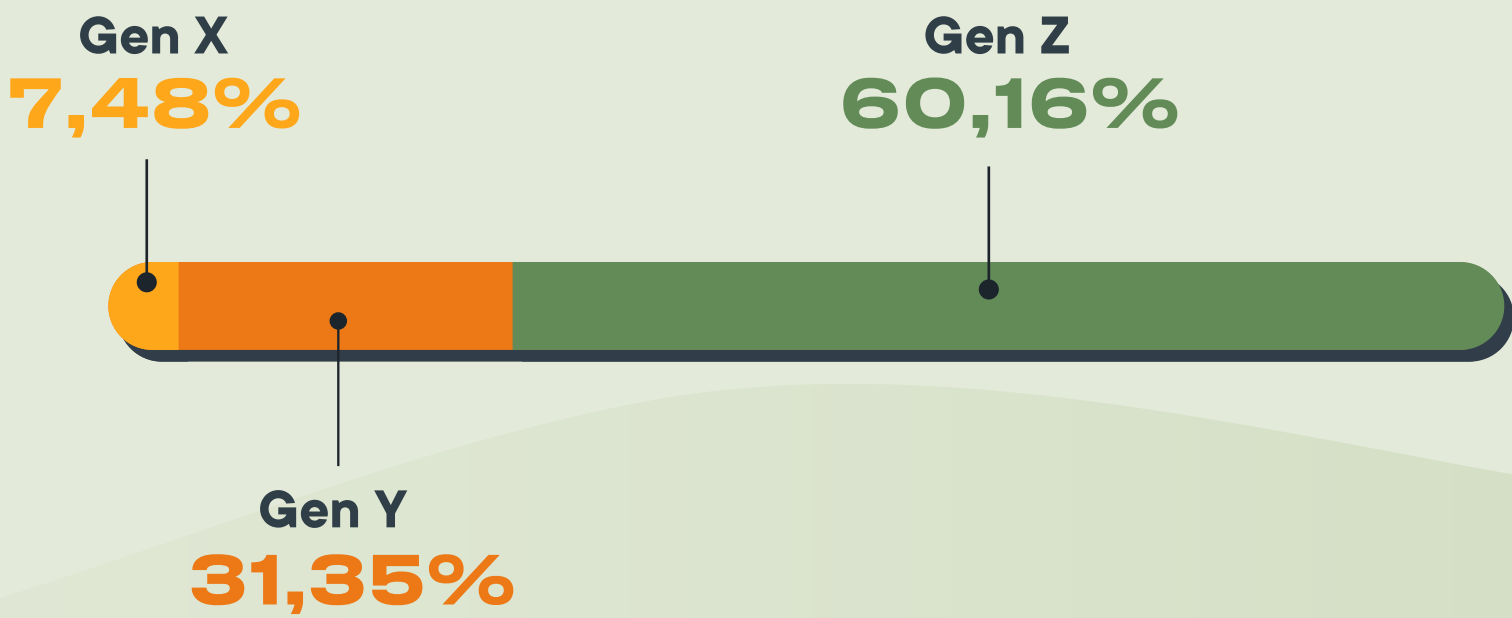


## Pasar yang Dilayani:

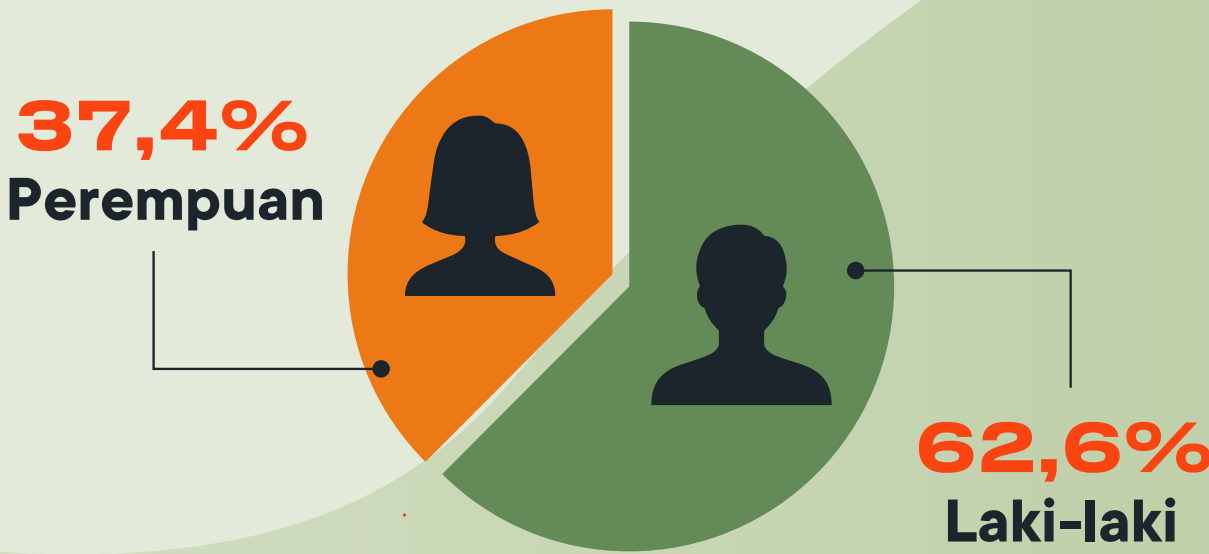
### Wilayah sebaran toko EIGER

■ 237 toko yang terdapat di 37 kabupaten dan kota

### Berdasarkan Generasi



### Berdasarkan Gender



(GRI 2-6)

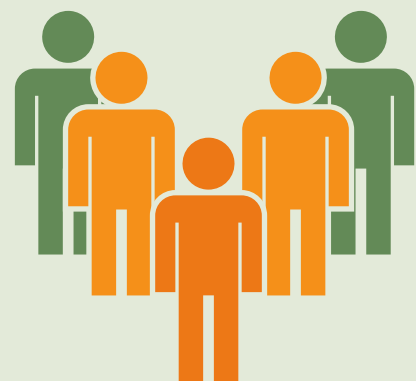




## Skala Organisasi

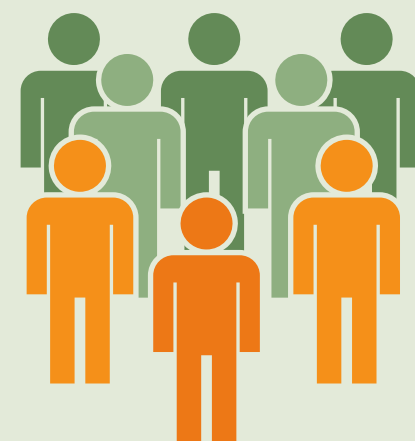
### Jumlah Karyawan

Tahun 2020



**1569** Orang

Tahun 2021



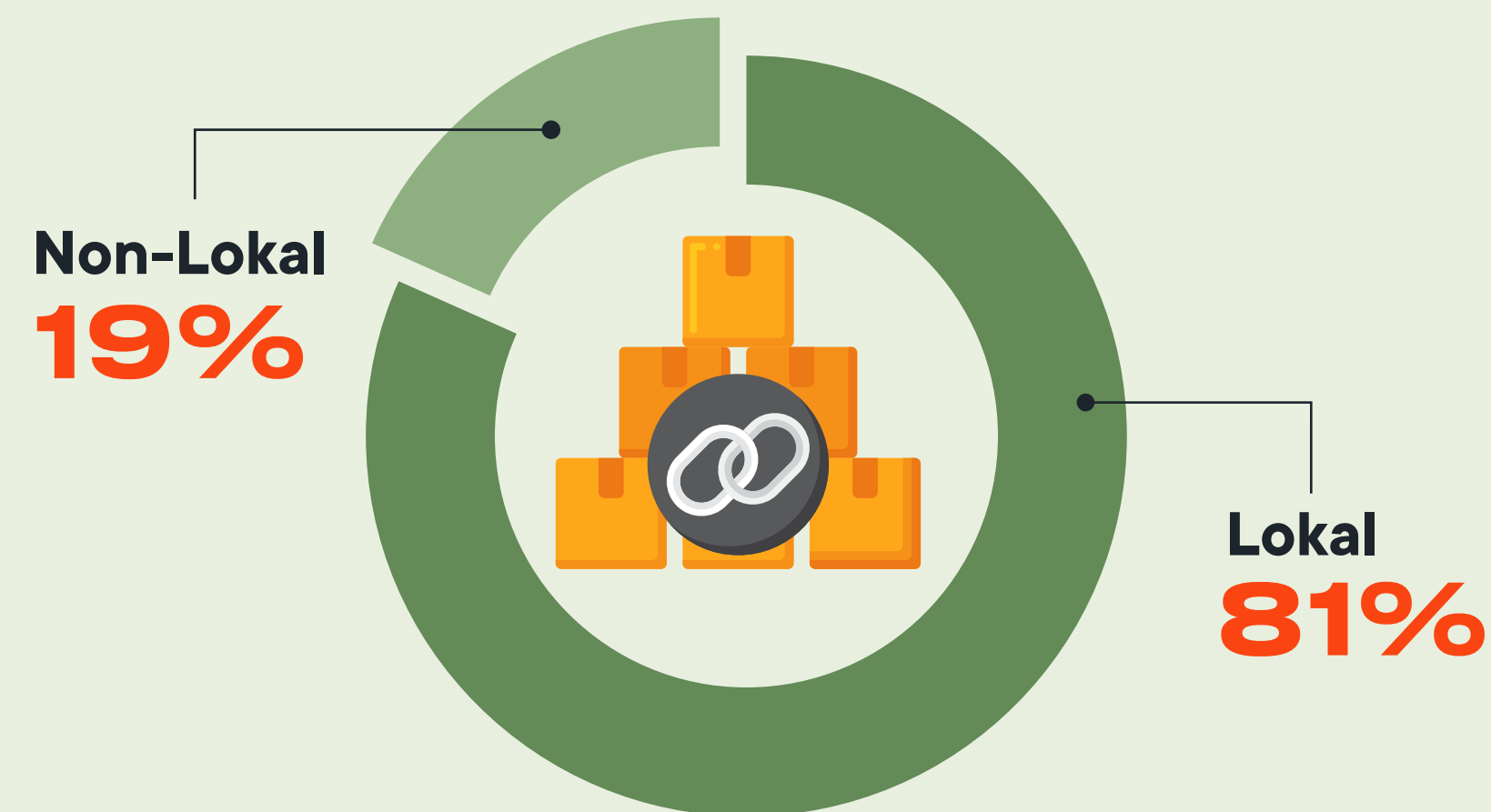
**1821** Orang

Tahun 2022

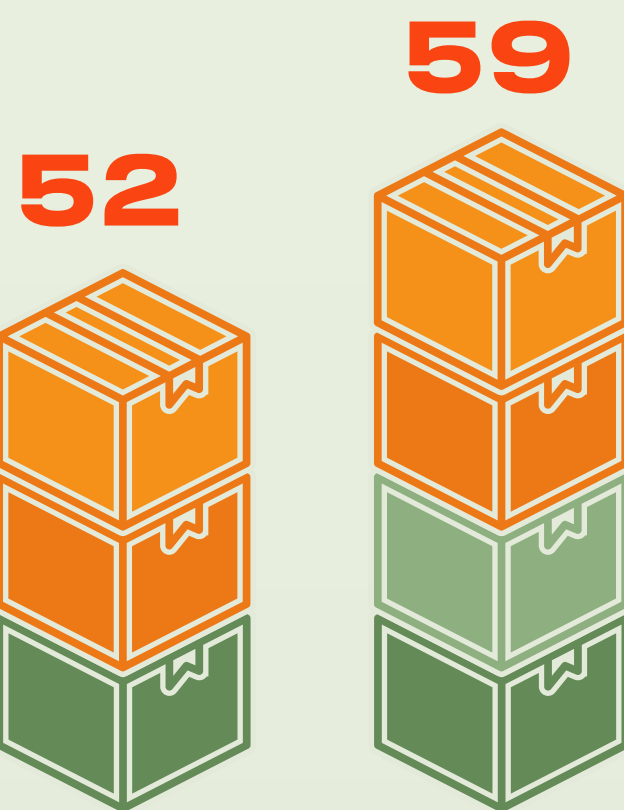


**2045** Orang

### Persentase Produk



### Persentase Pemasok Lokal



Tahun 2021

Tahun 2022

Persentase kenaikan:

**↑ 12%**

### Jumlah Produk

Tahun 2020  
**7.725.996**



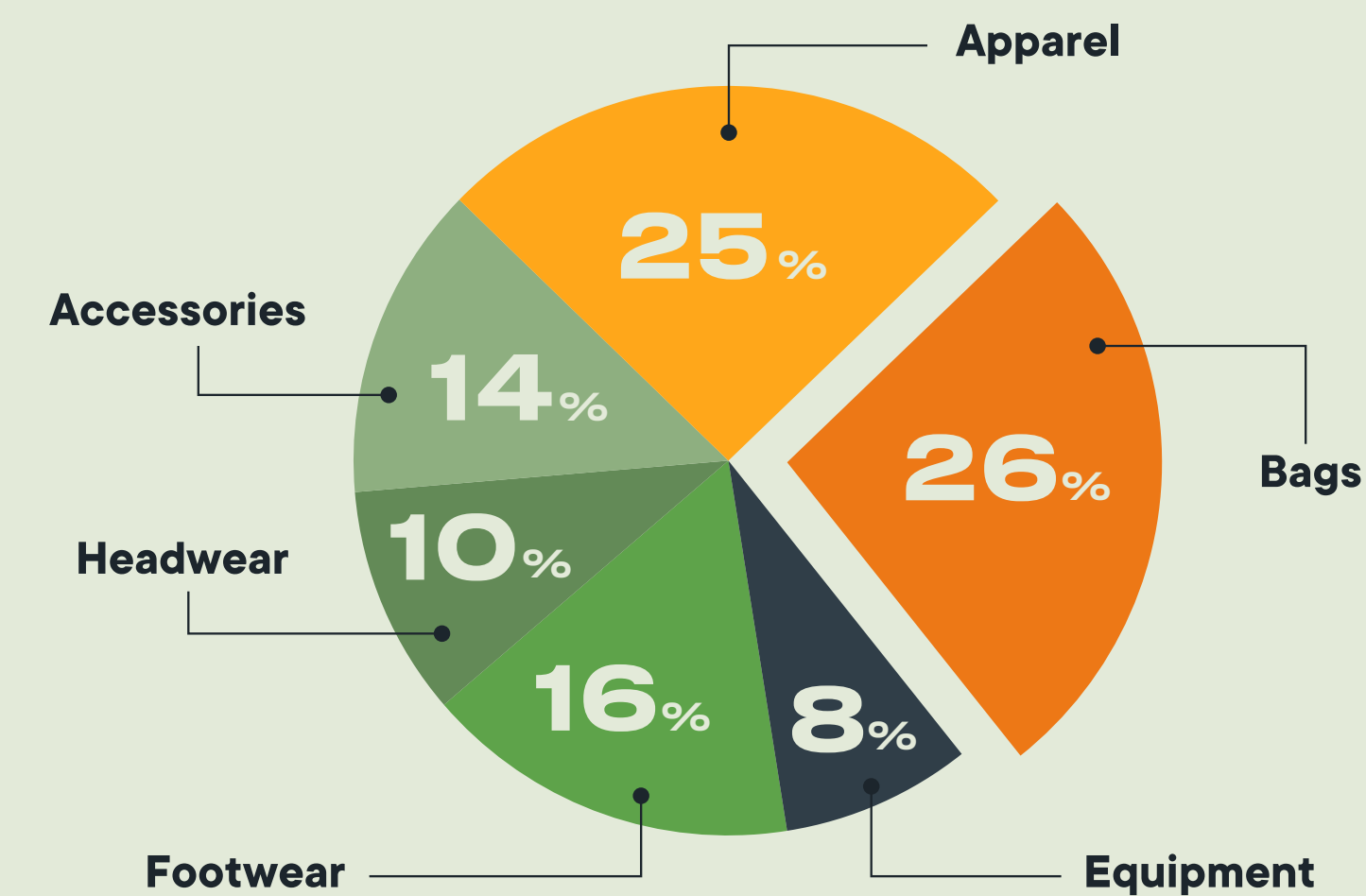
Tahun 2021  
**7.802.595**



Tahun 2022  
**8.735.795**



### Produk (dalam %)







## Merangkai Rantai Nilai

Perusahaan memiliki komitmen untuk menjalankan keberlanjutan secara holistik, karenanya perusahaan terus berupaya untuk **menjalankan tanggung jawab perusahaan pada setiap bagian dari proses bisnis dimulai dari hulu, hingga sampai kepada konsumen**. Dari setiap tahapan dalam bisnis proses, kami melakukan identifikasi mengenai isu dan dampak negatif maupun positif terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial, dan melakukan upaya untuk terus dapat mengurangi risiko dan dampak negatif dari aktivitas-aktivitas dan keputusan-keputusan yang kami buat.

Berikut adalah gambaran mengenai Proses Bisnis perusahaan dari hulu ke hilir:



(GRI 2-6)

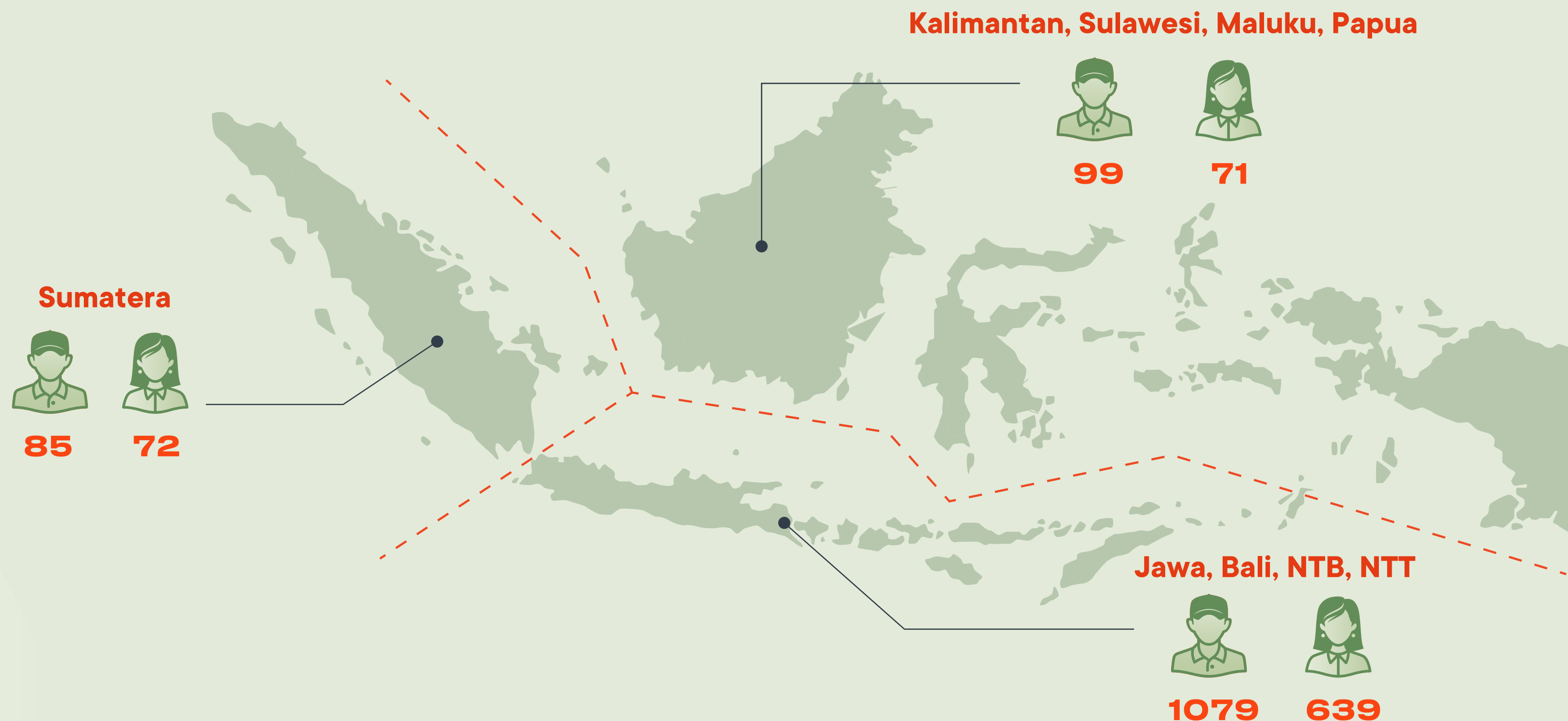




## Mereka yang merangkai keberlanjutan

Angkatan kerja di perusahaan kami pada 31 Desember 2022 berjumlah 2.045 orang **meningkat 21% dibandingkan dengan tahun sebelumnya**. Peningkatan ini disebabkan oleh adanya kebutuhan operasional, termasuk diantaranya pembangunan gudang baru yang berlokasi di Kalijati dan penambahan jumlah gerai sejalan dengan meningkatnya kebutuhan pasar dan ekspansi perusahaan.

Karyawan perusahaan terdiri dari karyawan tetap dan kontrak sebagaimana tergambar di bawah ini:





Stitching Together for a Better Future

# Bersama Merangkai Keberlanjutan

EIGER ingin merangkai sebuah perjalanan ke arah yang lebih baik bersama dengan pemangku kepentingan, baik melalui keberadaan perusahaan di tengah-tengah masyarakat, maupun melalui produk-produk yang telah menjadi bagian dari gaya hidup, terutama bagi penyuka kegiatan luar ruang.

Perjalanan yang dirangkai EIGER bukanlah perjalanan sendiri, namun perjalanan yang ditempuh bersama dengan para pemangku kepentingan. Karenanya apa yang menjadi harapan, masukan, dan kritik, dari para pemangku kepentingan kami adalah hal penting yang akan menggiring kami untuk dapat mengambil keputusan-keputusan yang tepat dan sejalan dengan semangat menuju masa depan yang lebih baik.



Kami memetakan pemangku kepentingan yang terkait mengacu pada standar Accountability AA1000AS, yakni:

| PEMANGKU KEPENTINGAN<br>(Stakeholders)              | BASIS PENENTUAN<br>(Basis of Determination) |
|---|---|
| Konsumen (Consumer)                                 | D - R - I - P                               |
| Karyawan (Employee)                                 | D - R - T - I - P                           |
| Pemerintah dan Regulator (Government and Regulator) | R - T - I - DP                              |
| Pemasok (Suppliers)                                 | D - R - I - P                               |
| Media (Media)                                       | T - I - DP                                  |
| LSM dan Masyarakat (NGO and Society)                | D - R - T - I - P                           |
| Mitra (Partner)                                     | D - R - I - P                               |

- Dependency (D)

: Adanya ketergantungan Eiger pada seseorang atau sebuah organisasi, atau sebaliknya
- Responsibility (R)

: Adanya tanggung jawab legal, komersial atau etika terhadap seseorang atau sebuah organisasi
- Tension (T)

: Seseorang atau sebuah organisasi memiliki pengaruh terhadap Eiger terkait isu ekonomi, sosial atau lingkungan tertentu
- Influence (I)

: Seseorang atau sebuah organisasi memiliki pengaruh terhadap Eiger atau strategi atau kebijakan atau kebijakan pemangku kepentingan lain
- Diverse Perspective (DP)

: Seseorang atau sebuah organisasi memiliki pandangan yang berbeda yang dapat mempengaruhi situasi dan mendorong adanya aksi yang tidak ada sebelumnya
- Proximity (P)

: Seseorang atau sebuah organsasi memiliki kedekatan geografis dan operasional dengan Eiger

Kami menyadari bahwa setiap pemangku kepentingan memiliki perannya masing-masing, dan dalam perjalanan merangkai masa depan yang lebih baik, kami berbagi peran untuk menanamkan nilai keberlanjutan bersama dengan pemangku kepentingan. Dalam menciptakan kedekatan hubungan dengan karyawan sebagai pemangku kepentingan internal, kami menyelenggarakan acara tahunan seperti “Town Hall” yang diselenggarakan pada tanggal 17 Agustus 2022 secara daring. Acara ini bertujuan untuk menjalin komunikasi antara manajemen dan karyawan dimana semua karyawan dapat menyampaikan pertanyaan dan umpan baliknya. Pada acara tersebut, perusahaan juga mensosialisasikan budaya **“SHARE”** yaitu **Servanthood, Harmony, Agile, Respect dan Empowerment**.

Bentuk lain dari membangun kerekatan hubungan dengan karyawan diwujudkan dalam kegiatan “FeSHIFTval” yang merupakan salah satu bentuk komunikasi strategi perusahaan di tahun 2022. Acara tersebut digelar secara unik dimana masing-masing divisi mempresentasikan strategi bisnisnya dalam konsep **“SHIFT”, yaitu Sustainability, Human Experience, Integrated Experiential Commerce, Financial Soundness dan Technology and Data Driven Process.** (GRI 2-29)

Melalui program **“EIGER Sustainability Supply Chain” (ESSC)**, kami mendorong para pemasok untuk menjalankan praktik keberlanjutan selangkah demi selangkah. Kami menjalankan program edukasi dengan menyelenggarakan pelatihan tentang keberlanjutan, menyelenggarakan sesi belajar bersama dan berbagi praktik baik, untuk meningkatkan performa keberlanjutan dari pemasok. ESSC membangun **Sustainable Minimum Requirement Tools**, dimana kami melakukan *Due Diligence* (uji tuntas; penyelidikan menyeluruh terhadap kinerja perusahaan) secara berkala kepada pemasok. Untuk memotivasi mereka, program penghargaan dilakukan untuk mengapresiasi performa keberlanjutannya. Proses ini adalah bagian dari bagaimana kami menjaga kedekatan hubungan dengan pemasok dalam konteks membangun keberlanjutan bersama. (GRI 2-23) (GRI 2-29)







Konsumen dan komunitas adalah pemangku kepentingan yang penting bagi EIGER. Bersama dengan konsumen dan komunitas, berbagi pengaruh untuk bergerak ke arah keberlanjutan dilakukan dan digaungkan bersama. Untuk terus dapat berjalan bersama komunitas, **sejak tahun 1998 EIGER membentuk *EIGER Adventure Service Team (EAST)***, tim tangguh EIGER yang terdiri dari para pakar dan senior petualang di Indonesia. Melalui kegiatan EAST, perusahaan mengedukasi konsumen untuk melakukan kegiatan petualangan yang bertanggung jawab kepada lingkungan dan masyarakat serta menebarkan inspirasi gaya hidup ramah lingkungan.



“Ekspedisi Sumpah Pemuda”, Gunung Ciremai, 2021

Berikut adalah beberapa program EAST yang terlaksana di tahun 2022:

| Nama Kegiatan       | Mendaki & Menanam Anggrek Bersama Kang Bongkeng   | Women Jungle Survival Course (WJSC)   | EIGER Independent Sport Climbing Competition (EISCC)   | Mountain Jungle Course (MJC)   |
|---------------------|---|---|--|--|
| Tanggal Pelaksanaan | 19 - 20 Maret 2022  | 18 - 23 Juli 2022   | 13 - 17 Agustus 2022   | 22 Sept. 2 Oktober 2022  |
| Lokasi Kegiatan     | Kawasan Gn. Kembang, Wonosobo   | Kawasan Gn. Cakrabuana, Tasikmalaya   | EASF Sumatera  | Kawasan Gn. Ciremai, Kuningan  |
| Jumlah Peserta      | 100 peserta   | 50 peserta  | 150 peserta  | 60 peserta   |
| Objektif            | Program Adopsi Gunung merupakan suatu bentuk kepedulian EIGER terhadap pengelolaan pendakian gunung dengan tujuan untuk memberikan keamanan & kenyamanan dalam kegiatan pendakian, sekaligus menciptakan kawasan pendakian yang bersih dan bebas sampah | Meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan sikap serta kemandirian petualang perempuan dalam berkegiatan di alam bebas. Membangun persaudaraan di antara para peserta dan lingkungan. | Menggairahkan kembali EISCC (EIGER Independent Sport Climbing Competition) sebagai kejuaraan resmi nasional. Meningkatkan prestasi atlet-atlet panjat tebing nasional. Menumbuhkan bibit - bibit unggul melalui lomba Spider Kids. | Meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan sikap serta kemandirian peserta dalam berkegiatan di alam bebas. Menumbuhkan minat berekspedisi pada para petualang muda. |

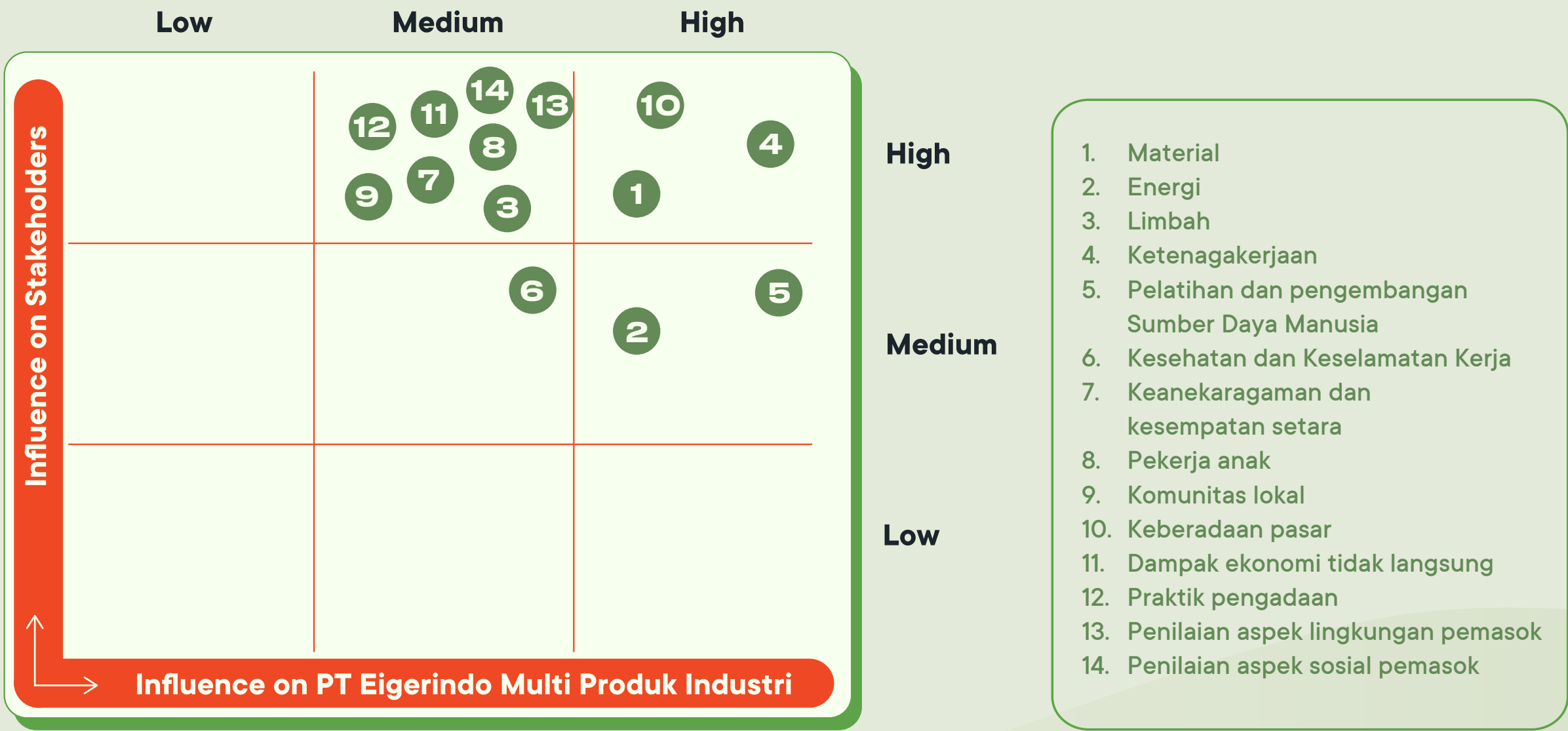


Material Topics

# Proses Penentuan Isi Laporan

Proses penentuan isi laporan EIGER ESG Report 2022 dilakukan melalui beberapa tahapan yang dimulai dari diskusi internal oleh seluruh jajaran manajemen. **(GRI 3-1)**

Terdapat empat tahap proses yang dilalui, sebagai berikut:



## Topik Material

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 lingkungan, sosial dan tata kelola.

Pada tahun 2022, terdapat penambahan pada topik material dari tahun sebelumnya, yaitu untuk pengungkapan Limbah, Kesehatan dan Keselamatan Kerja, Pekerja anak, Komunitas lokal, Penilaian aspek lingkungan dan sosial pemasok. EIGER telah mengidentifikasi skala prioritas dari masing-masing topik tersebut yang diilustrasikan di bawah ini. **(GRI 2-4) (GRI 3-2)**



Material Topic and Boundaries

# Topik Material dan Cakupannya

|                          |  |   | Batasan Dampak |            |                |           |       |            |         |
|--------------------------|--|---|----------------|------------|----------------|-----------|-------|------------|---------|
| No.                      | Topik Material                           | Mengapa Topik ini Penting?  | Internal       | Pemerintah | Pemegang Saham | Pelanggan | Mitra | Masyarakat | Pemasok |
| LINGKUNGAN   ENVIRONMENT |  |   |                |            |                |           |       |            |         |
| 1                        | MATERIAL 301                             | Produk berkelanjutan menjadi salah satu tujuan mengurangi dampak negatif produksi dengan mengurangi material tak terbarukan   | ✓              |            |                | ✓         | ✓     |            | ✓       |
| 2                        | ENERGI 302                               | Mengurangi konsumsi energi di setiap bisnis proses menjadi tujuan keberlanjutan untuk mengurangi jejak karbon yang dihasilkan sekaligus efesiensi biaya operasional             | ✓              | ✓          | ✓              |           |       |            | ✓       |
| 3                        | LIMBAH 306                               | Bertanggung jawab adalah penting untuk jenis perusahaan penghasil limbah terbesar   | ✓              | ✓          | ✓              |           | ✓     |            | ✓       |
| SOSIAL   SOCIAL          |  |   |                |            |                |           |       |            |         |
| 4                        | KETENAGAKERJAAN 401                      | Karyawan merupakan aset penting yang menentukan kemajuan perusahaan   | ✓              | ✓          | ✓              |           |       | ✓          |         |
| 5                        | KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA 403      | Kesehatan dan keselamatan kerja penting bagi perusahaan terutama pada rantai pasoaan yang melibatkan banyak karyawan yang bekerja secara manual dan terpapar dengan bahan kimia | ✓              | ✓          | ✓              | ✓         | ✓     | ✓          | ✓       |
| 6                        | PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SDM 404       | Karyawan merupakan aset utama yang perlu terus dikembangkan untuk menjamin kesinambungan usaha  | ✓              | ✓          |                | ✓         |       | ✓          | ✓       |
| 7                        | KEANEKARAGAMAN DAN KESEMPATAN SETARA 405 | Perusahaan berusaha memberikan kesempatan yang setara pada setiap orang   | ✓              | ✓          |                |           |       | ✓          |         |
| 8                        | PEKERJA ANAK 408                         | Perusahaan berupaya penuh akan aturan yang berlaku serta memberi contoh yang baik kepada pemasok  | ✓              | ✓          | ✓              | ✓         |       | ✓          | ✓       |
| 9                        | KOMUNITAS LOKAL 413                      | Inisiatif kepada komunitas termasuk kepada pelanggan. Merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan  | ✓              | ✓          | ✓              | ✓         | ✓     | ✓          | ✓       |
| 10                       | KEBERADAAN PASAR 202                     | Kepatuhan pada regulasi, meningkatkan daya saing  | ✓              | ✓          |                | ✓         | ✓     | ✓          | ✓       |
| 11                       | DAMPAK EKONOMI TIDAK LANGSUNG 203        | Keberadaan perusahaan memberi nilai tambah secara ekonomi   | ✓              | ✓          | ✓              | ✓         |       | ✓          | ✓       |
| TATA KELOLA   GOVERNANCE |  |   |                |            |                |           |       |            |         |
| 12                       | PRAKTIK PENGADAAN 204                    | Perusahaan berupaya untuk meningjkatkan pasokan lokal agar terjadi peningkatan ekonomi  | ✓              | ✓          | ✓              | ✓         | ✓     | ✓          | ✓       |
| 13                       | PENILAIAN ASPEK LINGKUNGAN 308           | Perusahaan berupaya mengurangi risiko dengan memastikan pemasok menjalankan praktik keberlanjutan dalam aspek lingkungan  | ✓              | ✓          | ✓              | ✓         | ✓     | ✓          | ✓       |
| 14                       | PENILAIAN ASPEK SOSIAL PEMASOK 414       | Perusahaan berupaya mengurangi risiko dengan memastikan pemasok menjalankan praktik keberlanjutan dalam aspek sosial  | ✓              | ✓          | ✓              | ✓         | ✓     | ✓          | ✓       |



Stitching a Sustainable Culture

# Merangkai Budaya Keberlanjutan

Untuk dapat mewujudkan usaha bertanggung jawab terhadap masa depan yang lebih baik, nilai-nilai keberlanjutan ditanamkan dalam pola pikir dan sikap kerja seluruh tenaga kerja yang terkait dengan perusahaan. Visi, misi dan nilai perusahaan terus digaungkan pada setiap kesempatan dan kegiatan perusahaan sehingga dapat merasuk menjadi budaya yang mencerminkan semangat perusahaan untuk merangkai kehidupan yang lebih baik.

Berikut Visi, Misi dan Nilai yang dianut perusahaan:

## Visi

Menjadi perusahaan yang memberkati di dalam bisnis gaya hidup

*To be a blessing company in lifestyle business*

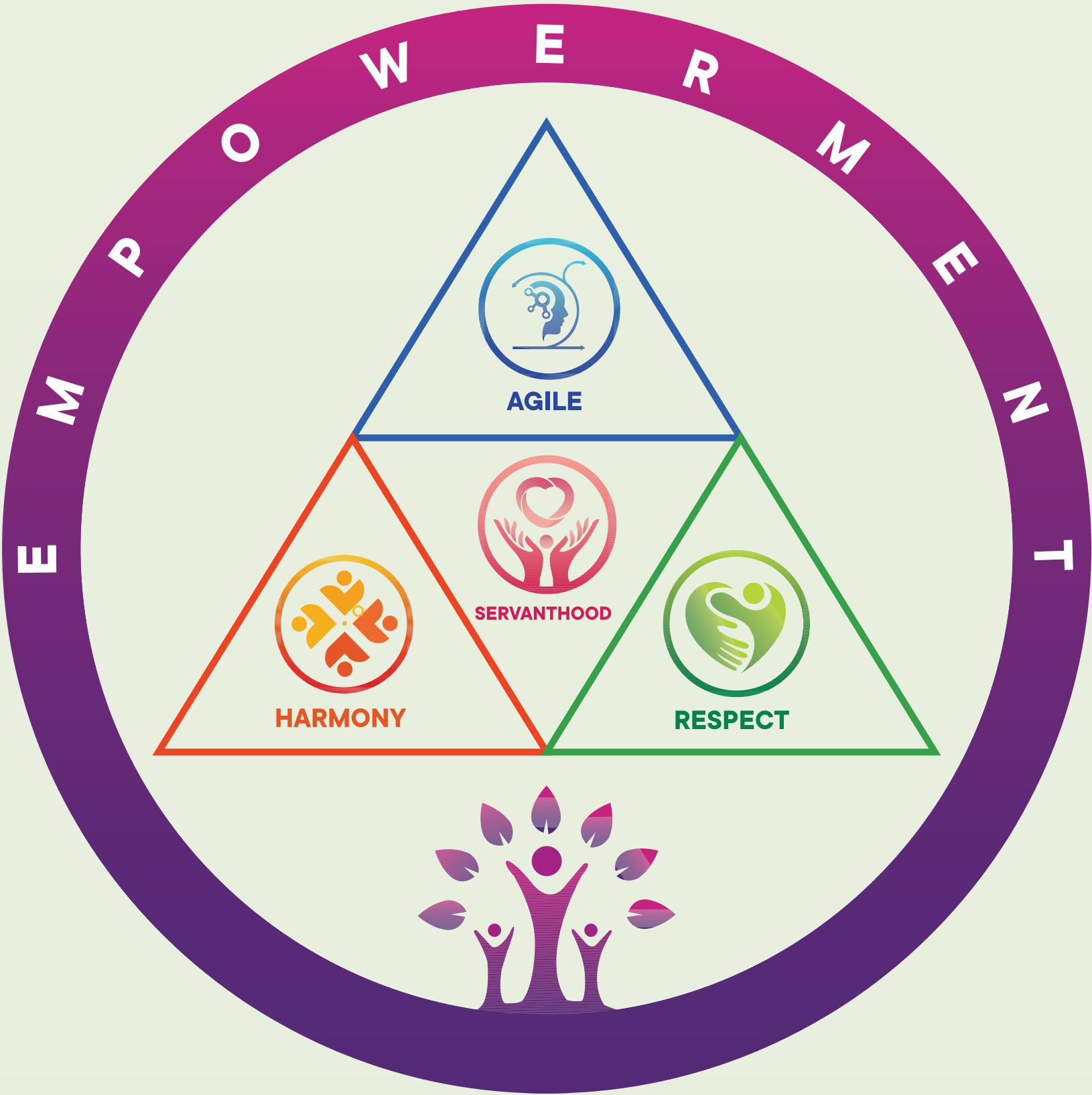
## Misi

Dengan semangat terhadap keberlanjutan, kami menyajikan kepuasan yang penuh pengalaman bagi pelanggan dalam bisnis gaya hidup

*With the spirit of sustainability, we provide experiential customer satisfaction in lifestyle Businesses*

(GRI 2-22)

# Budaya Perusahaan



### SERVANTHOOD

- **How We Bless People**  
(Self Awareness - Self Control - Sincerity)

### AGILE

- **How We Improve**  
(Creative - Continuous Learning - Continuous Innovation)

### HARMONY

- **How We Do the Process**  
(Trust - Openness - Synergy)

### RESPECT

- **How We treat Others**  
(Person - Purpose - Planet)

### EMPOWERMENT

- **How We Multiply**  
(Concern - Coaching & Develop - Create Leaders)



*Stitching a Sustainability Strategy*

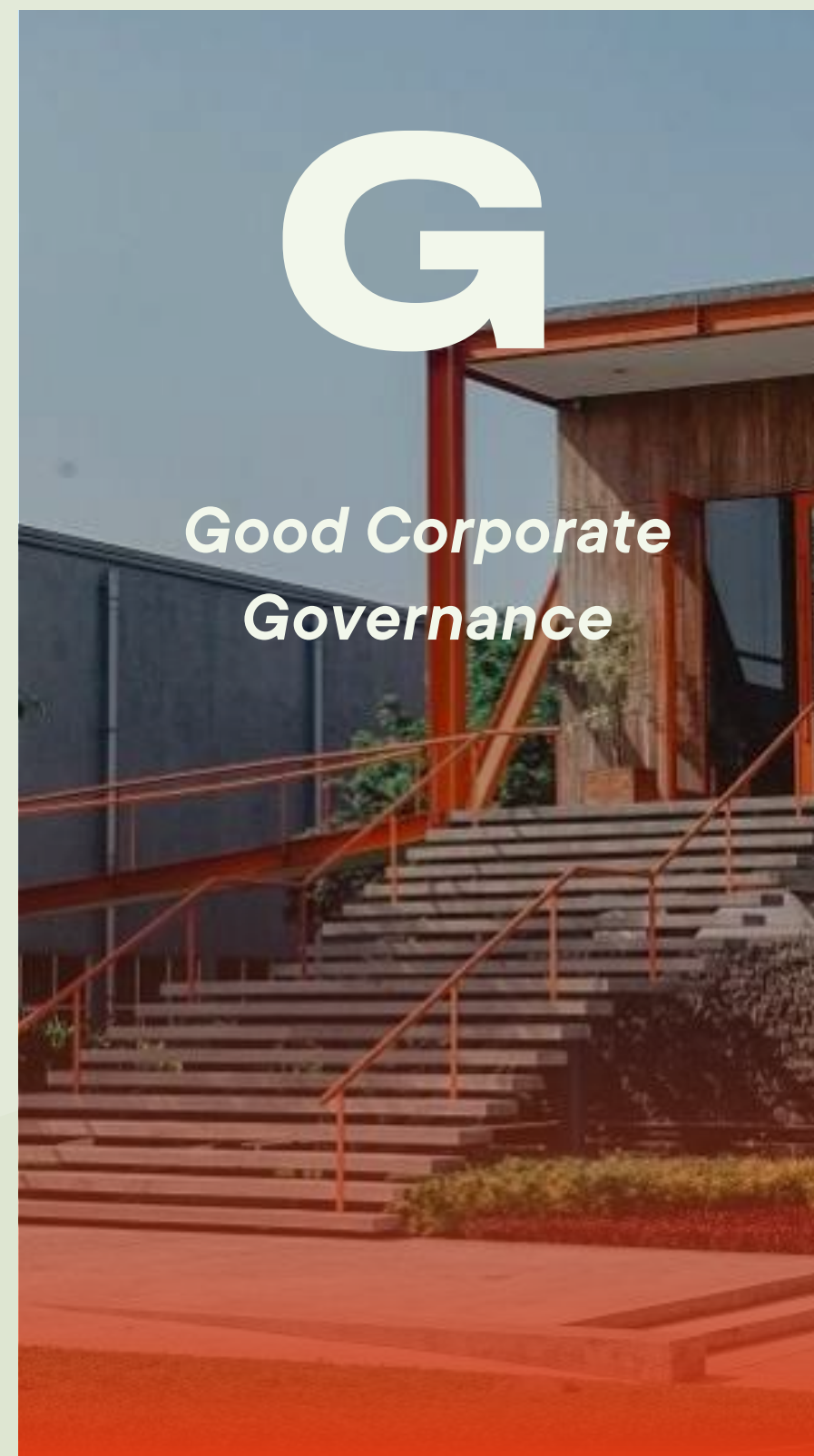
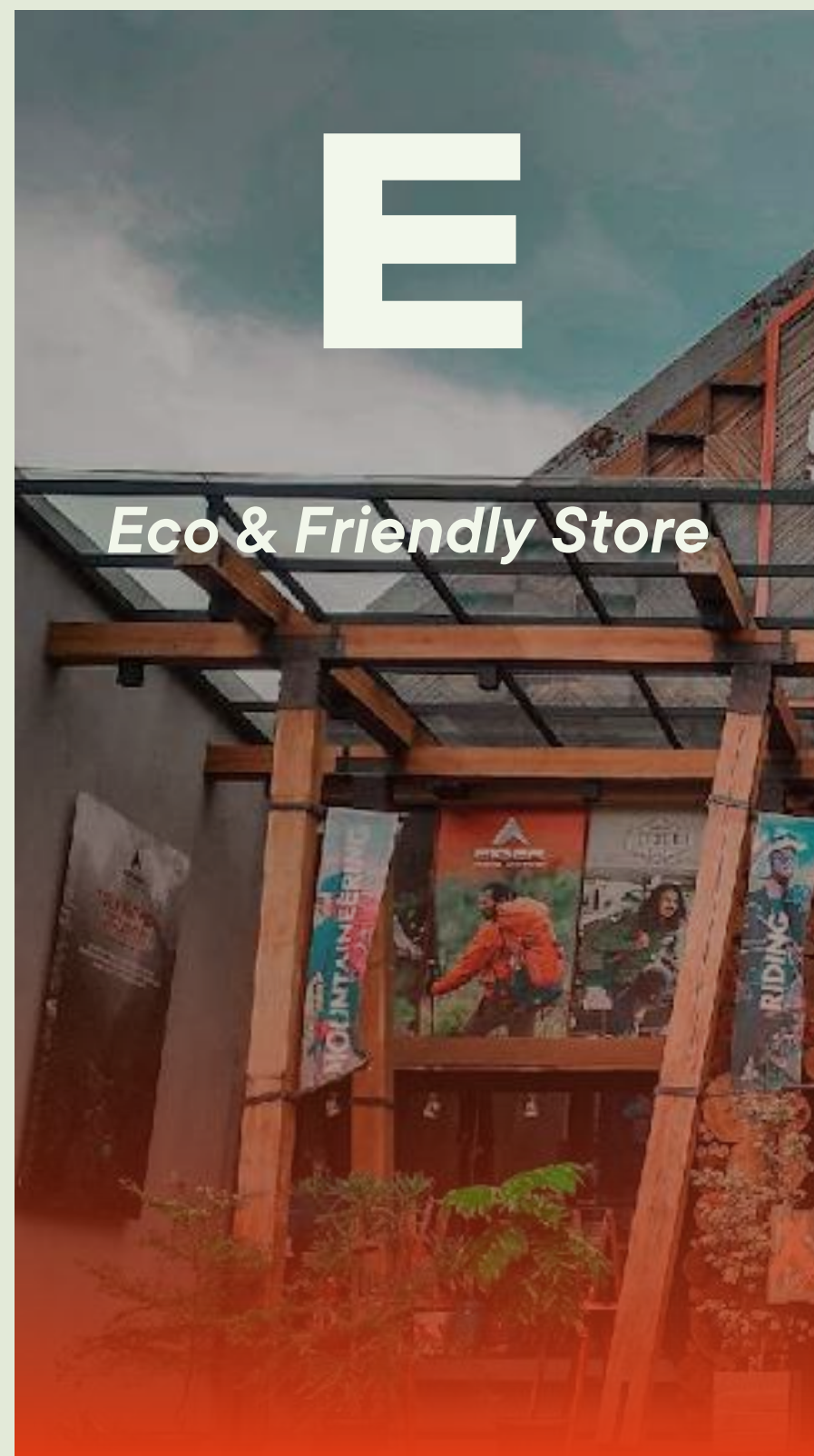
# Merangkai Strategi Keberlanjutan

*Eiger ESG Road Map* untuk menuju bisnis berkelanjutan telah dibangun perusahaan sejak tahun 2021. Peta jalan yang disusun berdasarkan analisa terhadap dampak dari keputusan dan aktivitas operasional perusahaan dan relasinya terhadap masyarakat serta lingkungan memperkuat inisiatif tanggung jawab sosial serta filantropi perusahaan yang telah dijalankan sepanjang perusahaan berdiri.

Diperkuat oleh komitmen dari pimpinan perusahaan, untuk mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan dan mengembangkan praktik bisnis berkelanjutan, peta jalan yang telah dibuat terus ditapaki dengan langkah-langkah yang dirangkai **untuk menuju bisnis berkelanjutan dan bisnis yang mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.**

(GRI 2-23)

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:







Strategi Keberlanjutan ini juga telah dipetakan untuk dapat 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, **perusahaan berupaya untuk memberikan kontribusi pada capaian SDGs yang bertujuan untuk mengakhiri kemiskinan, mengurangi kesenjangan, dan melindungi lingkungan.** Pilar Keberlanjutan EIGER dipetakan untuk dapat mendukung capaian SDGs pada beberapa tujuan dan indikator. Terdapat 11 tujuan dan 31 indikator yang terkait dengan pilar Keberlanjutan EIGER. **(GRI 2-22)**

## Eco & Friendly Store



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 mencapai *Sustainability Advantage*.

Pada tahun 2022 kami membangun *Eco & Friendly Store & Office (EFSO) Score Card*, perangkat untuk menilai skor keberlanjutan yang dilakukan setiap toko kami. Hingga akhir 2022; kami telah melakukan asesmen pada 11 toko utama kami dan mendapatkan nilai performa pada klasifikasi Platinum (Sangat Baik) sebanyak 2 toko dan sisanya pada klasifikasi Gold (Baik) atau diatas rata-rata. Di tahun 2023 EFSO Score Card ini akan diaplikasikan pada 40 toko di 19 propinsi.

**(GRI 2-23)**

| STORE                         | REPORT ASSESSMENT | CRITERIA SCORE |
|-------------------------------|-------------------|----------------|
| ST EG OL Palembang            | 66                | Gold           |
| ST EG Andi Djemma             | 62                | Gold           |
| ST EG OL Jatinangor           | 78                | Platinum       |
| ST EG OL Sumatra              | 66                | Gold           |
| ST EG OL Sunset Road Seminyak | 70                | Gold           |
| ST EG OL Depok                | 74                | Gold           |
| ST EG OL Malang               | 67                | Gold           |
| ST EG Tmblg Semarang II       | 63                | Gold           |
| ST EG OL Radio Dalam          | 80                | Platinum       |
| ST EG OL Medan                | 63                | Gold           |
| ST EG OL Yogyakarta           | 65                | Gold           |





Upcycle Project, EIGER Green



## 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 ramah lingkungan, 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.

Kami juga melakukan *Due Diligence* kepada pemasok kami untuk menilai performa keberlanjutannya dan terus memberikan dorongan agar menjalankan praktik keberlanjutan melalui *training* dan sesi belajar bersama. Pada saat *Due Diligence*, kami melakukan penilaian berdasarkan *Sustainability Minimum Requirement Performance*, dan mempersiapkan sistem penghargaan kepada pemasok yang memiliki performa ataupun progres keberlanjutan yang baik. Ini adalah salah satu pendekatan yang kami lakukan agar pemasok juga dapat berjalan bersama kami dalam membangun praktik bisnis berkelanjutan. **(GRI 2-22)**



## 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. **(GRI 2-23)**



Di tahun 2022, secara perlahan kami mulai meningkatkan desain produk yang kami jual dengan bahan-bahan ramah lingkungan. *Innovation Lab* adalah tempat kami mendesain produk-produk yang mengandung material ramah lingkungan dan melakukan *upcycling* dari material bekas pakai atau produk yang cacat menjadi produk baru yang memiliki nilai seni dan ekonomi.





## 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.

Dalam program “Adopsi Gunung”, Eiger berupaya agar tanggung jawab sosialnya untuk berbagi tentang nilai keberlanjutan kepada konsumennya juga dapat berjalan. *Pilot Project* dari program ini mulai dilaksanakan di Gunung Kembang, Wonosobo, Jawa Tengah pada tahun 2021 dan terus bergulir dan dirasakan manfaatnya pada tahun 2022, dimana program ini telah membuat destinasi wisata pendakian Gunung Kembang meningkat karena program **“Zero Waste Mountain”**. Program ini juga telah dievaluasi dengan metode *Social Return on Investment* dengan nilai SROI 4,21 yang artinya setiap 1 rupiah yang ditanam menghasilkan manfaat senilai 4,21 rupiah. *Pilot Project* ini akan terus dikembangkan sesuai dengan hasil rekomendasi dari *monitoring* dan evaluasi yang telah dilakukan pada Desember 2022. **(GRI 2-23) (GRI 2-29)**



## 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. **(GRI 2-23)**



Inisiatif-inisiatif yang dijalankan sepanjang 2022, dilaksanakan sesuai program kerja yang menjadi tanggung jawab dari masing-masing bagian dan telah dituangkan dalam Target dan dinilai dalam *Key Performance Indicator (KPI)* dalam struktur organisasi. Program kerja keberlanjutan adalah implementasi dari peta jalan yang telah kami rangkai sejalan dengan visi, misi dan nilai perusahaan. **(GRI 2-24)**



Stitching a Better Future through Good Governance

## Merangkai Keberlanjutan melalui Tata Kelola



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 2022, kami telah 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 CEO, di mana organ Utama Perusahaan yang tertinggi di dalam Perusahaan adalah Rapat Umum Pemegang Saham. Dewan Komisaris dan CEO bertanggung jawab kepada RUPS, sebagaimana diatur dalam Undang Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

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.

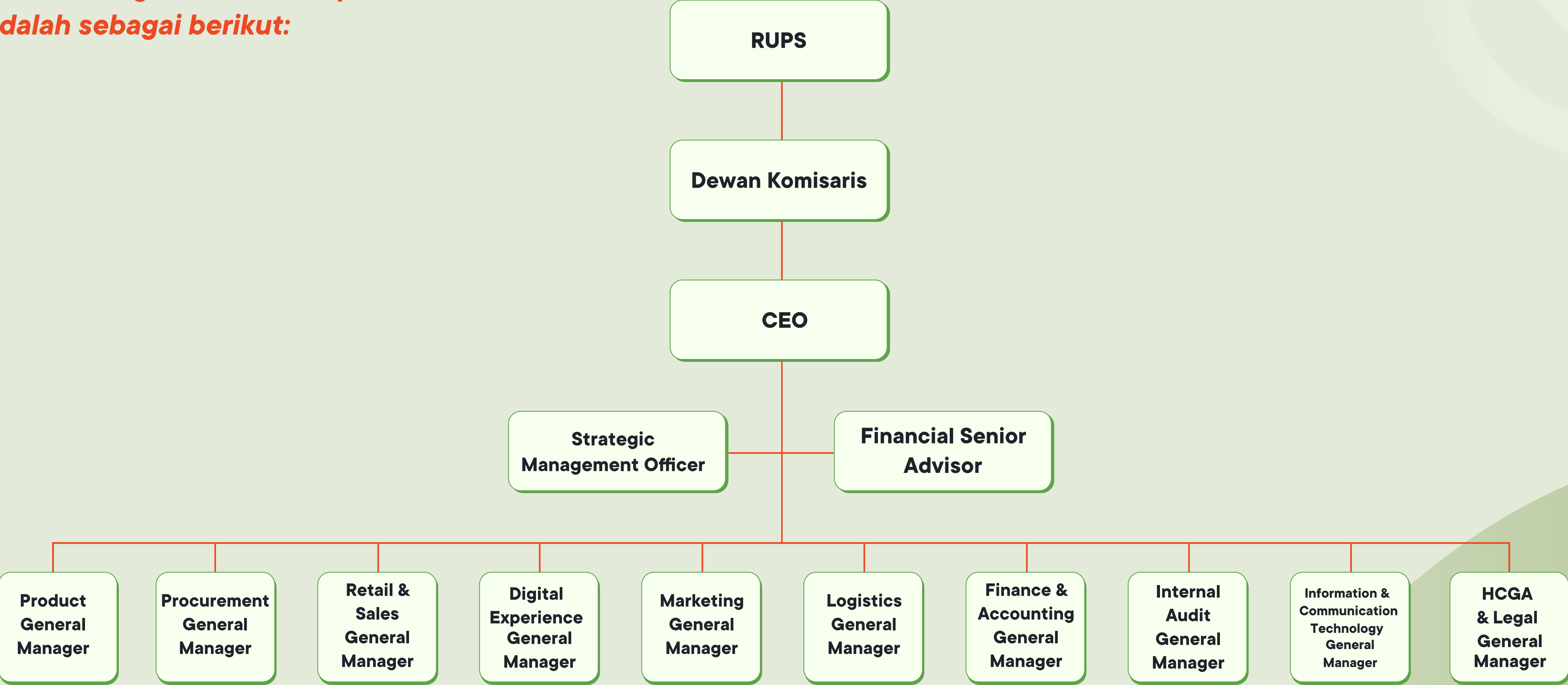
Dewan Komisaris bertanggung jawab memberikan saran dan pengawasan pada CEO dalam menyusun strategi dan mengelola perusahaan, termasuk dalam menerapkan prinsip-prinsip GCG di perusahaan. Dewan Komisaris diangkat oleh Pemegang Saham melalui mekanisme RUPS dengan masa jabatan sesuai dengan ketentuan dalam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

CEO mengemban tugas dan tanggung jawab untuk menjalankan operasional perusahaan sehari-hari agar sejalan dengan tujuan perusahaan. Tugas utama 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.

**(GRI 2-14)**



Struktur Organisasi utama perusahaan adalah sebagai berikut:





# Kebijakan untuk Kesehatan dan Keselamatan Kerja

Perusahaan berkomitmen untuk menjaga lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi seluruh karyawan serta pengunjung fasilitas sesuai dengan Kebijakan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) sesuai Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2012 tentang Penerapan Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja, yang mengatur standar K3 nasional Indonesia. Penerapan K3 dilakukan untuk meminimalkan potensi kecelakaan kerja, dan penyakit akibat kerja. **(GRI 403-1)**

Upaya kami dalam hal pencegahan kecelakaan kerja, kami selalu berusaha untuk melakukan identifikasi potensi bahaya terkait pekerjaan, baik dari segi ergonomis, kecelakaan akibat kerja, kecelakaan akibat mesin dan peralatan, hingga potensi bencana dan tanggap darurat lainnya.

Kami telah mengeluarkan beberapa kebijakan terkait K3 dalam rangka mencegah dan mengurangi potensi bahaya di lingkungan kerja. Karyawan dapat melaporkan situasi berbahaya kepada Departemen *Health Safety and Environment (HSE)*, dan akan ditindak lanjuti oleh Tim HSE dalam mengantisipasi ataupun mengeliminasi situasi tersebut. Setelah mendapatkan laporan Tim HSE akan mengkaji mengenai laporan tersebut, serta melakukan evaluasi dan memberikan kebijakan terkait dengan situasi berbahaya yang dialami.

Apabila terdapat karyawan yang mengalami kecelakaan kerja maka harus segera dilaporkan kepada Tim HSE, selanjutnya akan dilakukan investigasi mengenai kecelakaan kerja tersebut dan dilakukan evaluasi agar kecelakaan kerja tersebut tidak terulang kembali.

**(GRI 403-2)**

Kami membentuk Panitia Pembina Keselamatan dan Kesehatan Kerja (P2K3) sebagai wadah forum rembuk K3 melalui perwakilan tenaga kerja dari masing-masing Divisi. Secara bersama-sama P2K3 mempertimbangkan isu-isu umum K3 di tempat kerja secara luas, merencanakan, melaksanakan dan memantau program-program K3 yang telah dibuat. **(GRI 403-4)**

Komitmen perusahaan dalam menyelenggarakan sistem K3 termasuk memberikan pelatihan khusus berupa sertifikasi dari Kementerian Tenaga Kerja kepada karyawan yang sering melakukan aktivitas berbahaya. Seperti kondisi bekerja di ketinggian, bekerja dengan tegangan listrik yang tinggi, bekerja dengan menggunakan alat berat seperti forklift, dan pelatihan Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan (P3K). **(GRI 403-5)**

Sosialisasi dilakukan kepada seluruh karyawan berupa video, poster yang disebarakan melalui media sosial, email dan artefak. Selain itu, simulasi kebakaran serta bencana alam dilakukan sebagai upaya meningkatkan kewaspadaan serta mencegah timbulnya korban. **(GRI 403-6)**

Perusahaan berkomitmen dalam menjaga kesehatan karyawan dengan mendaftarkan seluruh karyawan kepada program BPJS kesehatan BPJS Ketenagakerjaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam Undang-Undang Tenaga Kerja. Dalam rangka pencegahan dan meminimalisirkan dampak, kami menyediakan beberapa fasilitas sarana dan prasarana, seperti kotak P3K, Alat Pemadam Kebakaran (APAR) dan, pintu darurat sesuai prosedur.

**(GRI 403-7)(GRI 403-8)**



|   |           |
|---|-----------|
| Jumlah fatalitas sebagai akibat kecelakaan kerja                              | 0         |
| Jumlah jam kerja:   | 4.156.000 |
| Tingkat fatalitas sebagai akibat kecelakaan kerja                             | 0         |
| Tingkat kecelakaan kerja dengan konsekuensi tinggi (tidak termasuk fatalitas) | 0         |
| Jumlah jam kerja:   | 4.156.000 |
| Jumlah kecelakaan kerja dengan konsekuensi tinggi (tidak termasuk fatalitas)  | 0         |
| Tingkat kecelakaan kerja yang dapat dicatat                                   | 2         |
| Jumlah jam kerja:   | 4.156.000 |
| Jumlah kecelakaan kerja yang dapat dicatat                                    | 0,48      |

Pada tahun 2022, telah terjadi kecelakaan kerja sebanyak 2 dari total keseluruhan jam kerja, namun kecelakaan kerja yang terjadi tidak menyebabkan fatalitas dan tingkat kecelakaan dengan konsekuensi tinggi. Kami terus berupaya meminimalkan insiden kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja melalui penerapan strategi dan inisiatif melalui penerapan budaya K3.





## Kebijakan Tanpa Pekerja Anak

Perusahaan memiliki kebijakan untuk menghindari keterlibatan secara langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan atau aktivitas yang melanggar Hak Asasi Manusia (HAM) seperti perdagangan orang, pekerja anak, dan penyelundupan tenaga kerja. Sejalan dengan Kode Etik PT Eigerindo MPI, kami secara tegas melarang adanya pekerja anak dan pekerja paksa. Seluruh karyawan kami berusia minimal 18 tahun pada saat perekrutan sesuai dengan usia minimal untuk bekerja seperti yang diatur dalam peraturan ketenagakerjaan dan juga dituangkan dalam Peraturan Perusahaan pasal 4 syarat penerimaan karyawan. Selain itu, larangan pekerja anak dan pekerja paksa juga tercantum dalam *Sustainability Minimum Requirement* yang diterapkan untuk pemasok. **(GRI 408-1)**

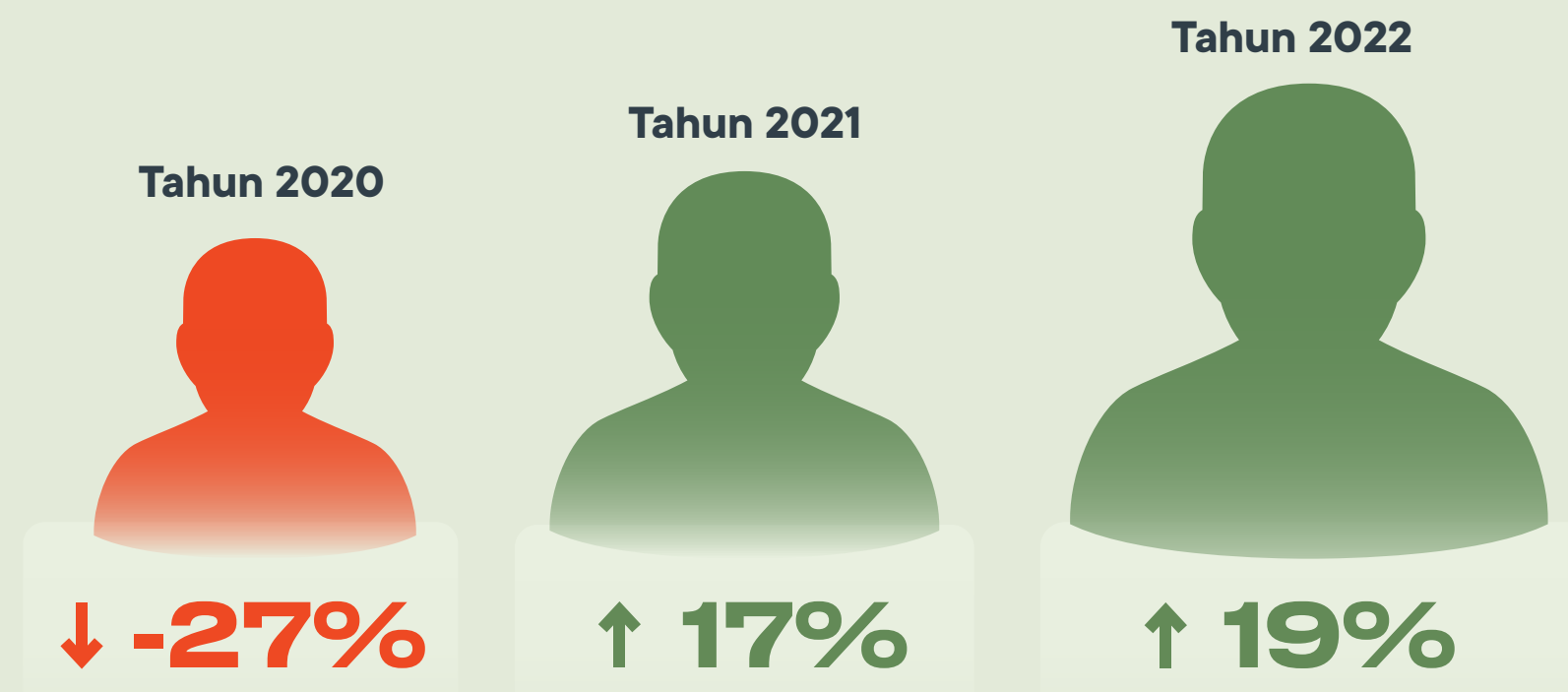


*Stitching Change in the Social Sphere*

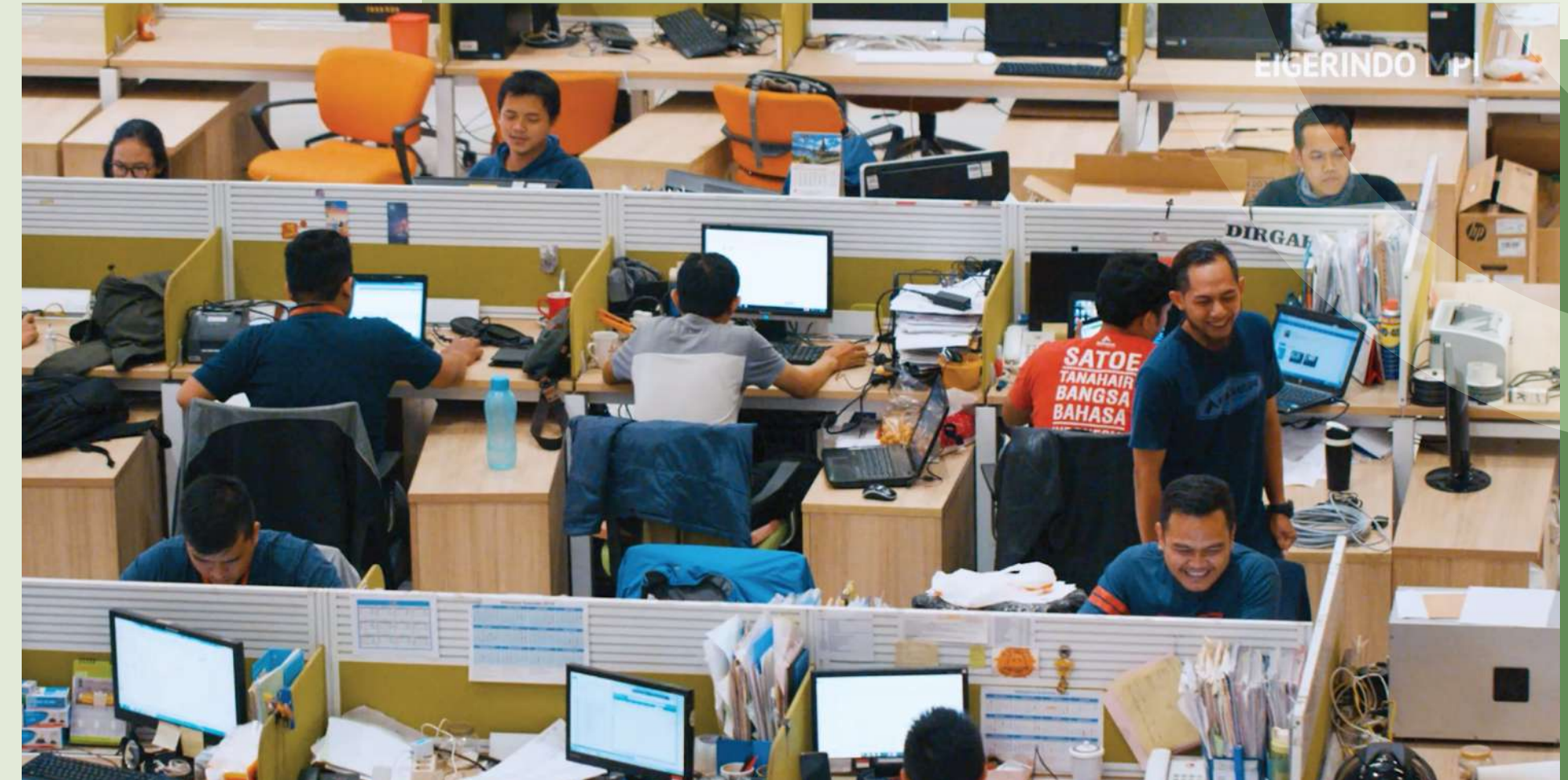
# Menciptakan Perubahan dalam Lingkup Sosial

## Garda Depan Keberlanjutan

Karyawan adalah pemangku kepentingan yang penting dalam perusahaan, sebagai garda depan yang turut menentukan maju mundurnya perusahaan. Semakin besar angkatan kerja yang direkrut perusahaan, maka perusahaan akan dapat memperbesar produksi, mengurangi beban kerja, meningkatkan kreativitas dan inovasi, meningkatkan keragaman serta memperkuat citra perusahaan. Namun di sisi lain upaya ini juga dapat berisiko pada meningkatnya biaya perusahaan serta meningkatnya kebutuhan akan manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) yang efektif. Bagi masyarakat, peningkatan jumlah karyawan akan berdampak secara positif dalam menciptakan lapangan kerja dan peningkatan ekonomi.



**Karyawan kami berjumlah 2.045 orang tersebar di 21 provinsi di Indonesia.** Pada saat pandemi Covid-19 di tahun 2020, jumlah karyawan sempat mengalami penurunan sebesar -27% dan pada tahun 2021 jumlah karyawan meningkat kembali sebesar 17%. Dan sebagaimana dijelaskan di awal, pada tahun 2022, karyawan kami meningkat sebesar 19% sesuai dengan kebutuhan pengembangan perusahaan. Peningkatan jumlah tenaga kerja disebabkan adanya penambahan jumlah gerai sejalan dengan meningkatnya kebutuhan pasar dan ekspansi perusahaan, serta penyesuaian bisnis proses dan bisnis model salah satunya adalah pembangunan gudang baru yang berlokasi di Kalijati, Subang.



EIGERINDO MPI Head Office, Katapang





## Tabel Angkatan Kerja Tahun 2022



"FESHIFTVAL", 2022

| Angkatan Kerja | By Gender |      | By Age Groups |               |           | By Position |       |
|----------------|-----------|------|---------------|---------------|-----------|-------------|-------|
|                | Female    | Male | <30 years     | 30 - 50 years | >50 years | Head Office | Store |
| 2020           | 159       | 390  | 200           | 335           | 14        | 549         |       |
|                | 477       | 543  | 970           | 50            | 0         |             | 1020  |
| Total          | 636       | 933  | 1170          | 385           | 14        | 1569        |       |
| Persentase     | 41%       | 59%  | 74,5%         | 24,5%         | 1%        |             |       |
| 2021           | 176       | 462  | 230           | 381           | 27        | 638         |       |
|                | 526       | 657  | 1146          | 37            | 0         |             | 1183  |
| Total          | 702       | 1119 | 1376          | 418           | 27        | 1821        |       |
| Persentase     | 39%       | 61%  | 75%           | 23%           | 2%        |             |       |
| 2022           | 241       | 241  | 386           | 402           | 41        | 829         |       |
|                | 539       | 539  | 1178          | 38            | 0         |             | 1216  |
| Total          | 780       | 780  | 1564          | 440           | 41        | 2045        |       |
| Persentase     | 38%       | 62%  | 76%           | 22%           | 2%        |             |       |

2020 : **10,29%**    2021 : **7,46%**    2022 : **7,95%**

Setelah terus mengalami penurunan angka turn over karyawan, pada tahun 2022, angka ini sedikit meningkat menjadi 7,95%. Perusahaan terus berupaya menurunkan angka ini di tahun mendatang.







## Kesempatan yang Setara

(GRI 3-3) (GRI 405-1)

Perusahaan berupaya untuk berperan aktif dalam meninjau operasi dan keputusannya, mempromosikan keragaman, menghapus bias gender, dan mendukung kesempatan setara. Prinsip-prinsip ini berlaku setara pada perekrutan, kesempatan untuk peningkatan dan kebijakan remunerasi.

Kami menyadari bahwa dengan mengedepankan keragaman, dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi, meningkatkan kemampuan adaptasi, meningkatkan keahlian dan keterampilan dan pada akhirnya juga akan meningkatkan citra sebagai perusahaan yang mampu menerima dan menghargai keragaman. Dengan karyawan yang beragam, kami membangun budaya yang universal, sehingga dapat diterima oleh semua karyawan.

Jumlah karyawan yang bekerja pada perusahaan di tahun 2022 adalah sebanyak 2045 orang. Karyawan ini bekerja pada *Head Office* dan *Warehouse* yang berlokasi di Jawa Barat dan di toko yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia.



| Posisi / Lokasi  | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|------|------|------|
| <br>Kantor Pusat & Gudang | 549  | 638  | 829  |
| <br>Toko                  | 1020 | 1183 | 1216 |

Dilihat dari usia karyawan, pada tahun 2022, jumlah karyawan yang berusia di bawah 30 tahun merupakan angkatan kerja terbanyak yang mengambil porsi sebesar 76% atau terdiri dari 1.564 karyawan. Jumlah ini diikuti oleh karyawan berusia 30-50 tahun dengan jumlah 440 karyawan atau 22% dari total karyawan.







Proses rekrutmen karyawan dilaksanakan berdasarkan kesesuaian kompetensi untuk mendapatkan kandidat yang tepat sesuai dengan kompetensi jabatan dengan kesempatan yang sama untuk semua orang. Kami memastikan bahwa setiap karyawan merasa dihargai dan didengar tanpa memandang latar belakang suku, agama, usia atau generasi dengan memperhatikan kebutuhan dan preferensi dari setiap karyawan. Perusahaan menerapkan nilai SHARE (*Servanthood, Harmony, Agile, Respect, dan Empowerment*) sebagai panduan berperilaku bagi seluruh karyawan. Kami percaya bahwa dengan menerapkan nilai SHARE, kami dapat menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, mempercepat ketangkasan dalam beradaptasi, menghormati satu sama lain, serta memberdayakan setiap karyawan untuk mencapai tujuan bersama.

| Karyawan | Berdasarkan Jenis Kelamin   |   | Berdasarkan Kelompok Usia |             |           |
|----------|---|---|---------------------------|-------------|-----------|
|          |  |  | <30 Tahun                 | 30-50 Tahun | >50 Tahun |
| 2020     | 636   | 933   | 1170                      | 385         | 14        |
| 2021     | 702   | 1119  | 1376                      | 418         | 27        |
| 2022     | 780   | 1265  | 1564                      | 440         | 41        |

Jumlah karyawan perempuan pada perusahaan adalah sebesar 38%, sedikit menurun sebesar 1% dibandingkan dengan tahun 2021. Penurunan ini disebabkan oleh karena jumlah karyawan laki-laki yang berhasil direkrut adalah sebanyak 2x dari jumlah karyawan perempuan. Sejak 2019, persentase karyawan perempuan terus mengalami penurunan sedikit demi sedikit dimulai dari sebanyak 41% pada tahun 2020. Hal ini menjadi perhatian kami untuk dapat berupaya menyeimbangkan kesempatan kerja yang sama.

| Jenis Kelamin   |      |                             |   |                             |      |
|---|------|-----------------------------|---|-----------------------------|------|
|  |      |                             |  |                             |      |
| 2020  | 2021 | 2022                        | 2020  | 2021                        | 2022 |
| 933   | 1119 | 1265                        | 636   | 702                         | 780  |
| 59%   | 61%  | 62%                         | 41%   | 39%                         | 38%  |
| Total Karyawan 2020<br>1569   |      | Total Karyawan 2021<br>1821 |   | Total Karyawan 2022<br>2045 |      |

Dari tingkat pendidikan, karyawan dengan tingkat pendidikan SMA/ sederajat menempati posisi paling dominan, yaitu sebesar 72% pada akhir tahun 2022. 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.

| Pendidikan       | Jumlah | Persentase |
|------------------|--------|------------|
| SD               | 8      | 0,4 %      |
| SMP              | 19     | 1 %        |
| SMA/SMK          | 1468   | 72 %       |
| Diploma I (D1)   | 2      | 0,1 %      |
| Diploma III (D3) | 59     | 3 %        |
| Diploma IV (D4)  | 10     | 0,5 %      |
| Sarjana I (S1)   | 473    | 23 %       |
| Sarjana II (S2)  | 6      | 0,3 %      |
| Total            | 2045   |            |



Tetap (PKWTT)  
Jumlah 326 Orang  
66%

Tetap (PKWT)  
Jumlah 939 Orang  
60%



Tetap (PKWTT)  
Jumlah 166 Orang  
34%

Tetap (PKWT)  
Jumlah 614 Orang  
40%

Total Karyawan: 2.045

\*PKWTT = Perjanjian Kerja Waktu Tidak Tertentu (Tetap)  
\*PKWT = Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (Kontrak)





## Keragaman pada Manajemen Puncak

Keragaman pada Manajemen Puncak juga menjadi perhatian kami, karena kami ingin meningkatkan budaya kerja yang lebih beragam dan inklusif. Keragaman ini menjadi penting karena dapat memunculkan perspektif yang berbeda, mengambil jalan untuk memecahkan masalah dari berbagai sudut pandang, sehingga dapat mengidentifikasi titik buta dan bias yang mungkin luput dari perhatian. Kami juga meyakini, keragaman menghasilkan ide baru yang inovatif dan meningkatkan penghargaan, dengan adanya orang seperti mereka yang terwakili dalam kepemimpinan.

Tercatat persentase perempuan jajaran Manajemen Puncak adalah sebanyak 17% (sampai dengan level Manager), mengalami peningkatan sebesar 3% dibandingkan dengan tahun 2021. Peningkatan ini adalah satu bentuk komitmen kami untuk memberikan kesempatan yang setara tanpa bias gender terutama pada level Manajemen Puncak. **(GRI 3-3) (GRI 405-1)**

### Top Management Berdasarkan Gender 2022:



Jumlah karyawan  
45 Orang



Jumlah karyawan  
9 Orang

Dilihat dari usia nya jumlah anggota tim dalam Manajemen Puncak berada pada usia 30 – 50 tahun, yaitu sebesar 76%, diikuti oleh usia >50 tahun sebesar 22% dan sisanya sebesar 2% berusia <30 tahun.

### Top Management Berdasarkan usia 2022:

| <30 year                   | 30 year - 50 year           | >50 year                    |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Jumlah karyawan<br>1 Orang | Jumlah karyawan<br>41 Orang | Jumlah karyawan<br>12 Orang |







## Remunerasi bagi Garda Depan

Untuk menciptakan SDM yang kompeten dengan kualitas budaya dan etika bekerja, kami memberikan remunerasi yang sesuai. 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.

Berikut adalah daftar manfaat yang diterima dalam sistem remunerasi kami, dimana selain memberikan gaji, perusahaan juga memberikan Tunjangan Hari Raya, Tunjangan Mutasi, Tunjangan Transportasi, Asuransi Jiwa dan Kesehatan melalui BPJS, Tunjangan Anak Khitan dan Baptis, Tunjangan Kematian, Tunjangan Nikah, Tunjangan Kehadiran, Tunjangan Komunikasi (sesuai pekerjaan), Cuti Melahirkan, Bonus Tahunan, Bonus Umrah/Haji, dan Uang Saku. **(GRI 3-3) (GRI 401-2)**



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

\*Operator

\*Mulai dari Operator Grade B1





## Kontribusi Pada Ekonomi Lokal

Perusahaan berupaya agar kehadirannya memberi arti dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan ekonomi lokal. Memberikan upah di atas upah minimum regional dapat membantu berkontribusi pada kesejahteraan ekonomi karyawan. Dampak tingkat upah bersifat langsung dalam mempengaruhi individu, organisasi, negara dan ekonomi. Distribusi upah sangat penting untuk menghilangkan ketidaksetaraan, seperti kesenjangan upah antar gender atau keragaman lainnya. Upah tingkat awal yang dibayarkan dibandingkan dengan upah minimum suatu tempat menunjukkan daya saing upah perusahaan dan dapat mempengaruhi pasar tenaga lokal.

EIGER memiliki 237 toko yang beroperasi di 137 kabupaten/kota di Indonesia. Pada tahun 2022 terdapat 1216 wiraniaga yang tersebar di toko tersebut, yaitu sebesar 59% dari seluruh angkatan kerja.

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. 100% karyawan menerima upah sesuai tolak ukur Upah Minimum Regional (UMR) di masing-masing daerah menurut aturan yang berlaku, baik terhadap karyawan tetap maupun tidak tetap/kontrak. Kami berharap hal ini akan memberikan kontribusi pada kesejahteraan ekonomi para karyawan.

Pada tahun 2023 kami akan melakukan ekspansi dengan menambah 50 toko di berbagai wilayah di Indonesia, upaya ini tentunya akan membuka lapangan kerja bagi masyarakat di sekitar toko.

(GRI 202-1)







## Hak Cuti Melahirkan

Kami berupaya untuk mematuhi undang-undang yang berlaku dalam menjalankan usaha, termasuk juga dalam hal pemberian hak cuti melahirkan. Di Indonesia cuti melahirkan diatur dalam Undang-undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Pada Pasal 82 undang-undang tersebut, dinyatakan bahwa pekerja perempuan mendapat cuti selama 1,5 (satu setengah) bulan sebelum dan setelah proses melahirkan, sementara perempuan yang mengalami keguguran kandungan berhak memperoleh istirahat 1,5 (satu setengah) bulan atau sesuai dengan surat keterangan dokter kandungan atau bidan.

Kami memiliki kebijakan untuk menghormati hak perempuan yang melahirkan dengan memberikan hak cutinya sesuai aturan yang berlaku dan kondisi ini tidak akan mempengaruhi keamanan bekerja, karir dan remunerasi yang bersangkutan. Kami percaya bahwa hal ini akan berdampak positif bagi karyawan dan dapat meningkatkan moral dan produktivitas mereka.

Berikut adalah data Rasio Kembali Bekerja dan Rasio Retensi yang terkait dengan hak Cuti Melahirkan:

| Total number employess that took<br>Parental leave by gender |    | Total number employess that return to work<br>after parental leave ended by gender |    |
|--|----|--|----|
| Male   | 43 | Male   | 43 |
| Female   | 8  | Female   | 8  |
| Return to Work Rate 100%                                     |    |  |    |
| Retention Rate 100%  |    |  |    |



Kami berupaya meningkatkan dengan membangun ruang bermain anak dan balita. Adanya fasilitas ini diharapkan akan memberikan ketenangan bagi orang tua yang harus bekerja tanpa meninggalkan anaknya dirumah. **(GRI 3-3) (GRI 401-3)**







# Membangun Kapasitas Garda Depan

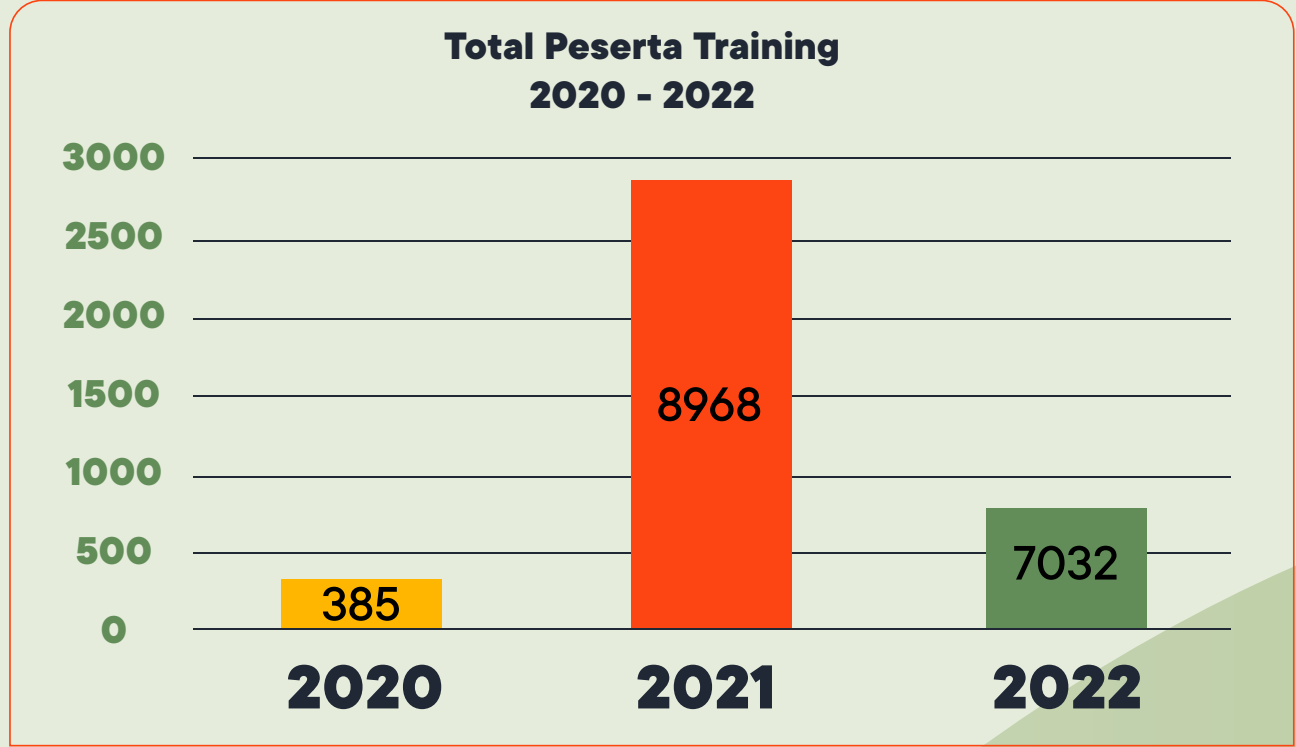
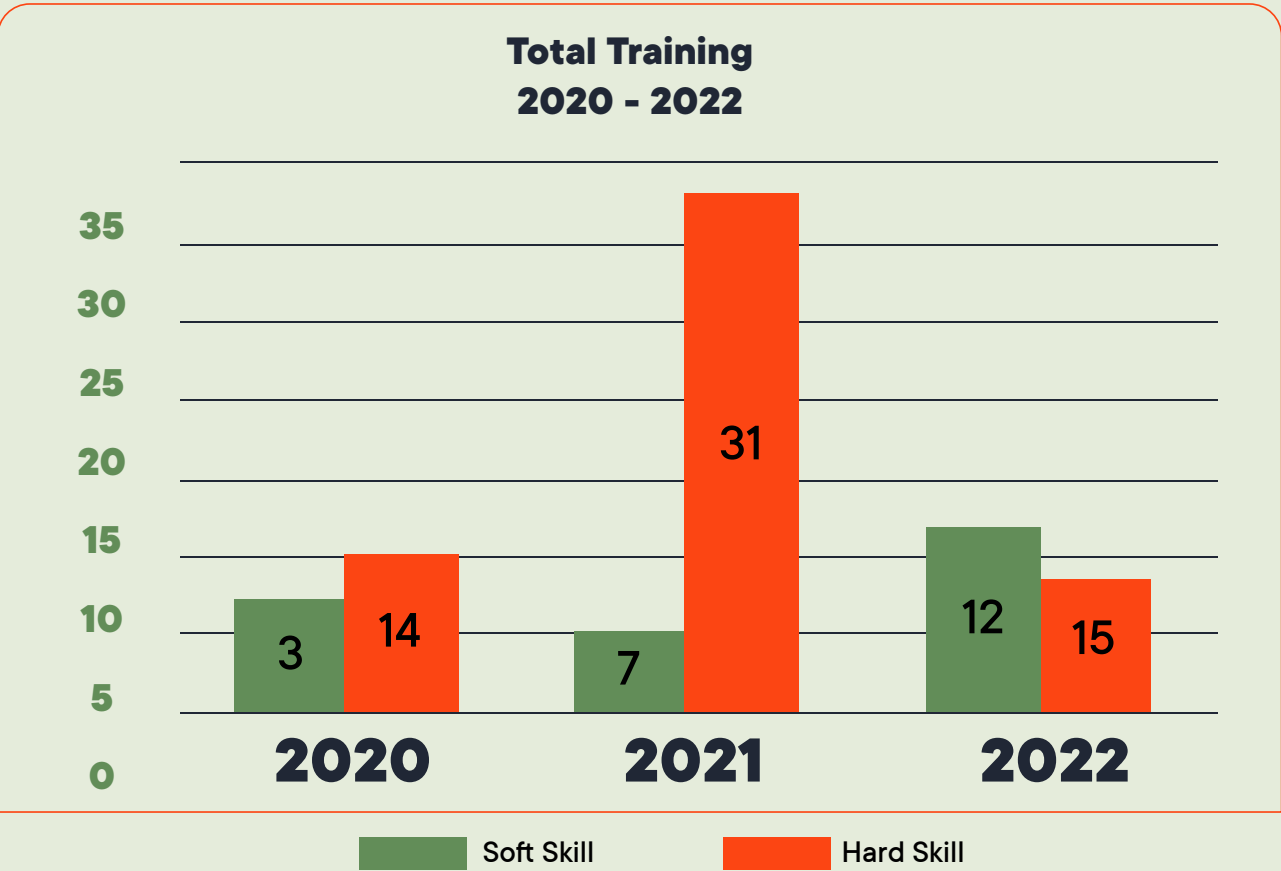
Dalam menciptakan masa depan yang lebih baik, kami memegang prinsip bahwa setiap karyawan memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk mengikuti pelatihan dan pendidikan. Kami percaya bahwa pelatihan dan pendidikan yang diberikan, akan dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas pekerjaan, mengenali bakat karyawan dan meningkatkan kepuasan karyawan dan pada akhirnya perusahaan akan menuai reputasi yang baik. Di sisi lain kami juga menyadari bahwa aktivitas ini akan menelan biaya, waktu dan dimungkinkan adanya kegagalan pelatihan, tidak berubahnya perilaku kerja yang diharapkan perusahaan dan kehilangan karyawan yang telah dilatih.

Dengan berbagai dampak positif dan negatif serta risiko-risiko tersebut, perusahaan 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 karir sesuai dengan kompetensi dan performanya.

| Pelatihan & Pengembangan (Training & Development)   | 2022  |
|---|-------|
| Jumlah Rata-rata Modul yang Dipelajari Setiap Bulan | 7     |
| Jumlah Peserta Training                             | 7032  |
| Total jumlah Jam Belajar                            | 85978 |
| Rata-rata Jam Belajar                               | 12    |
| Program Pelatihan (Training Program)                |       |
| Soft Competency                                     | 12    |
| Hard Competency                                     | 15    |

Sepanjang tahun 2022, perusahaan telah mengadakan pelatihan dengan total peserta sebanyak 2652 karyawan. Jumlah peserta *training* mengalami penurunan sebesar 22% disebabkan pada tahun 2021 perusahaan banyak melakukan pelatihan dan webinar secara *online*, sehingga kapasitas peserta bisa dimaksimalkan sampai 100 orang lebih/sesi pelatihan & juga dilaksanakan pelatihan *culture* untuk seluruh karyawan. Tahun 2022, pelatihan mulai difokuskan secara *offline* dan pengembangan kompetensi spesifik, sehingga perusahaan lebih fokus pada kualitas dibandingkan kuantitas.

Pelatihan yang dilakukan di tahun 2022, mengarah pada peningkatan, baik *soft* maupun *hard competency* dari karyawan dengan mempertimbangkan kesempatan dan memberikan keadilan bagi beragam level, usia, dan gender.



| 2022   | SOFT SKILL | HARD SKILL |
|--------|------------|------------|
| MALE   | 338        | 338        |
| FEMALE | 154        | 154        |

Secara keseluruhan Jumlah Jam *Training* karyawan adalah 85.978 jam. Kami akan terus berupaya untuk memberikan pelatihan yang setara kepada seluruh karyawan. (GRI 3-3) (GRI 404-1)





## Melakukan Penilaian Kinerja Garda Depan

Perusahaan percaya bahwa untuk meningkatkan motivasi, kinerja dan produktivitas, diperlukan adanya sistem penilaian kinerja secara berkala. 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). Sejak tahun 2021 hingga 2022, seluruh karyawan telah masuk dalam sistem ini dan akan dilanjutkan pada periode berikutnya.

Dengan melakukan *performance management* yang baik, kami dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan karyawan, serta memberikan umpan balik dan pengembangan yang sesuai untuk meningkatkan kinerja. Hal ini juga membantu perusahaan untuk memastikan bahwa sumber daya dan waktu digunakan secara efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

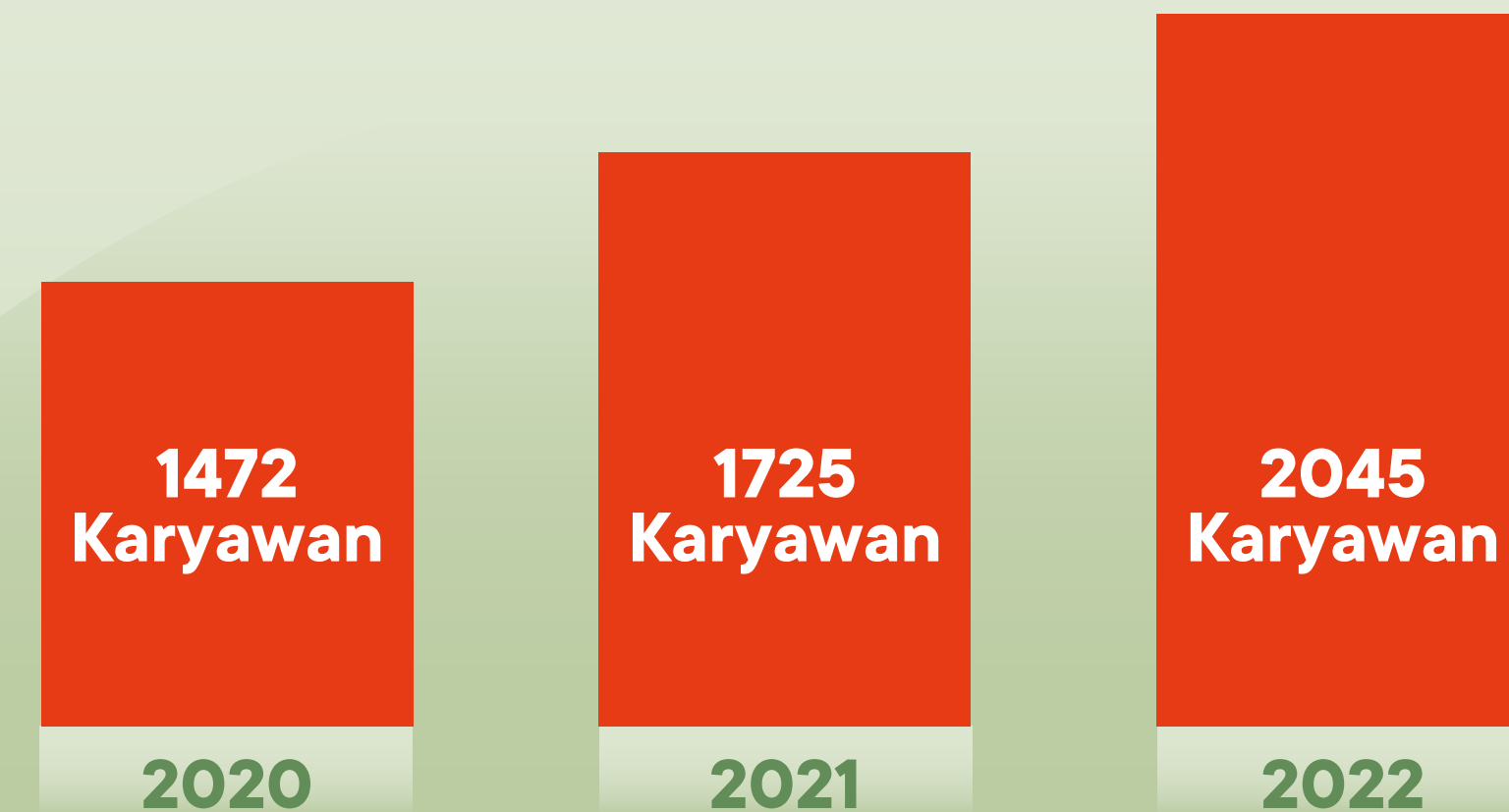
*Performance management* juga membantu menciptakan budaya kerja yang positif, di mana karyawan merasa dihargai dan diakui atas kontribusi mereka. Kami juga terus berupaya untuk melakukan peningkatan dan memastikan bahwa sistem penilaian telah dilakukan dengan adil, transparan, dan berdasarkan pada kriteria yang jelas.

(GRI 3-3) (GRI 404-3)



Persentase IPM: **100%**

### Karyawan yang mengikuti IPM





## Merangkai Produk Berkelanjutan



Upcycle Project, EIGER Green

Sebagai perusahaan ritel dan distribusi, perusahaan kami tidak memproduksi barang yang kami jual. Namun dalam merangkai keberlanjutan yang holistik, kami turut bertanggung jawab akan proses produksinya dari mulai bahan baku, proses produksi hingga tidak lagi digunakan oleh konsumen. Secara bertahap kami mulai mengidentifikasi, menganalisis dan menyusun langkah, agar tanggung jawab ini dapat kami tunaikan. Langkah-langkah yang kami lakukan adalah melakukan penilaian terhadap isu, dampak dan risiko pada proses produksi, di antaranya meningkatkan penggunaan material ramah lingkungan dan dihasilkan dengan tanggung jawab sosial yang benar, mengukur dan mengurangi limbah, termasuk limbah kemasan, mengukur dan mengurangi konsumsi energi, mendukung praktik ketenagakerjaan yang sesuai aturan, dan bekerjasama dengan pemasok yang telah menjalankan keberlanjutan.

Secara keseluruhan, total jumlah barang yang kami kelola produksinya di tahun 2022 adalah sebanyak 8.735.795 buah. Jumlah ini meningkat sebesar 12% dibanding tahun sebelumnya. Peningkatan ini adalah atas permintaan pasar yang terus berkembang. Oleh karena produksi ini secara keseluruhan dikerjakan oleh pemasok, pada tahun 2022 kami mulai melakukan langkah-langkah penting untuk dapat berjalan bersama pemasok kami dalam konteks keberlanjutan. Langkah ini kami mulai dengan menambah jumlah pemasok lokal, di mana pada tahun 2022, pemasok lokal kami bertambah 12%. Produk yang kami perdagangkan diproduksi oleh 115 pemasok, total 59 diantaranya berasal dari Indonesia.

Kami menyusun sistem penilaian terhadap praktik keberlanjutan pemasok, yaitu sebagai *Sustainability Minimum Requirement* yang menjadi bagian dari program *EIGER Sustainable Supply Chain*. Kami melakukan *Due Diligence* (uji tuntas; penyelidikan kinerja perusahaan secara menyeluruh) untuk melakukan pencegahan, mitigasi dan menangani potensi dampak negatif dalam aspek sosial, lingkungan dan tata kelola dari pemasok. Sesuai dengan janji kami, pada tahun 2022, kami telah melakukan *Due Diligence* dan pendampingan kepada 20% dari total pemasok.

Selain itu kami juga melakukan pelatihan kepada seluruh pemasok lokal mengenai keberlanjutan dan sesi belajar bersama dengan menghadirkan pihak-pihak yang kompeten untuk berbagi mengenai aturan dan praktik baik yang telah mereka lakukan.

(GRI 3-3) (GRI 204-1) (GRI 414-1)

Berdasarkan data *Due Diligence* yang kami lakukan kepada pemasok, penilaian terhadap persyaratan minimum pada aspek sosial rata-rata berada pada angka 81 dari 100. Kami terus melakukan dorongan dan motivasi hingga angka ini mengalami peningkatan pada akhir tahun, yaitu menjadi 90. Aspek yang masih menjadi tantangan pada Penilaian Sosial Pemasok adalah pada Kepatuhan terhadap undang-undang dan peraturan pemerintah terhadap upah minimum, perhitungan jam kerja serta jaminan kesehatan dan ketenagakerjaan.

(GRI 308-1) (GRI 308-2) (GRI 414-2)





## Angkatan Kerja Pemasok



Dalam konteks industri kami, pemasok memperkerjakan banyak tenaga kerja. *Order* bagi pemasok akan menciptakan dampak ekonomi tidak langsung seperti peningkatan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi lokal, penyediaan pendapatan bagi masyarakat, peningkatan pajak dan investasi.

Para pemasok ini merekrut karyawan yang jumlahnya diperkirakan lebih dari 78.335 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 22 pemasok lokal utama mengenai jumlah tenaga kerjanya atau 18% dari total pemasok. Pada laporan mendatang kami berharap dapat melakukan pendataan pemasok lebih lengkap kepada sebanyak 20% dari total pemasok. **(GRI 3-3) (GRI 203-2)**

**Profil dari Angkatan Kerja pemasok yang kami data adalah sebagai berikut:**

### Status Pekerja

| Status  | Laki-laki | Perempuan |
|---------|-----------|-----------|
| Kontrak | 1.438     | 5.390     |
| Tetap   | 1.808     | 5.151     |

### Usia Pekerja

| Usia    | Laki-laki | Perempuan |
|---------|-----------|-----------|
| < 30    | 1.713     | 6.111     |
| 30 - 50 | 1.377     | 4.252     |
| > 50    | 127       | 207       |

### Pendidikan Pekerja

| Pendidikan | Laki-laki | Perempuan |
|------------|-----------|-----------|
| < Menengah | 876       | 3.339     |
| Menengah   | 2.135     | 6.506     |
| Diploma    | 120       | 302       |
| S1         | 185       | 310       |
| S2 & S3    | 8         | 6         |



Stitching a Green Future

# Merangkai Masa Depan untuk Lingkungan

Lingkungan adalah salah satu aspek yang penting dalam keberlanjutan, di mana dalam setiap proses bisnis yang kami lakukan akan berdampak kepadanya. Kami menemukan terdapat beberapa dampak negatif yang dihasilkan dari praktik bisnis di industri kami, di antaranya penggunaan bahan kimia berbahaya dalam proses produksi dan pembuatan bahan baku, penggunaan bahan baku tidak ramah lingkungan, seperti nilon dan polyester yang berdampak buruk pada polusi air dan tanah, konsumsi air yang besar pada proses produksi dan pencucian bahan. Pada proses pengiriman, pergudangan dan distribusi juga terdapat jejak karbon dan limbah kemasan. Dampak pada lingkungan yang cukup beragam dan besar inilah yang kemudian menjadi fokus kami untuk diatasi setapak demi setapak, seperti janji kami, Untuk Bumi, Untuk Nanti.

Dari mulai proses perancangan produk, salah satu strategi yang kami lakukan adalah dengan melakukan pemilihan material untuk mendorong *Sustainable Production*. Langkah ini membutuhkan pertimbangan yang matang dalam memilih material. Pada tahun 2030, kami menargetkan dapat mencapai 20% produk yang menggunakan material dapat didaur ulang atau bersumber dari material yang lebih berkelanjutan.

Pada tahun 2019, kami mulai menghitung jumlah material tidak terbarukan dan terbarukan pada produk *Apparel*. Hasilnya, material terbarukan pada tahun 2021 jumlahnya 21% dari total produk dan kemudian meningkat menjadi 25% di tahun 2022. Pada laporan ini, kami mulai menggambarkan jumlah produk yang menggunakan material terbarukan pada kategori lainnya di luar *Apparel*, yaitu *Bags*, *Equipment*, *Footwear* dan *Headwear*.

Material terbarukan ini terdiri dari katun organik/BCI (BADJA), *recycled polyester*, dan serat Tencel/wood. Sedangkan material tidak terbarukan terdiri dari material sintetis (polyester, nilon, dan akrilik).

| Fabric Composition | Total     | % Per Kategori |
|--------------------|-----------|----------------|
| Organic Cotton     | 111.409   | 9%             |
| Recycle polyester  | 1.120.663 | 89%            |
| Tencel / Wood      | 22.456    | 2%             |
| Grand Total        | 1.254.528 | 100%           |

Pada tahun 2022, jumlah produk yang menggunakan material terbarukan pada kategori *Apparel* meningkat sebesar 193% dari seluruh produk pada kategori ini. Sementara secara keseluruhan jumlah produk yang mengandung material terbarukan adalah sebesar 14% dari total produk, dimana produk *Bags* memiliki persentase paling besar yaitu sebesar 12%. Hampir separuh atau 46% dari produksi *Bags* ini telah menggunakan material terbarukan.

Perbandingan antara material terbarukan dan tidak terbarukan terus mengalami peningkatan dari 2,9% di tahun 2020 menjadi 3,7% di tahun 2021 dan 14% di tahun 2022. Angka ini bukan menunjukkan pertumbuhan yang tinggi, oleh karena data di tahun 2020 dan 2021 hanya mengacu pada kategori *Apparel* saja, sedangkan di tahun 2022 terhitung dengan kategori lainnya.

| Kategori       | % Per Kategori | Terbarukan | Tidak Terbarukan |
|----------------|----------------|------------|------------------|
| ACC            | 14%            | 0,00%      | 14%              |
| Apparel        | 25%            | 2,01%      | 23%              |
| Bags           | 26%            | 12,21%     | 14%              |
| Equipment      | 8%             | 0,01%      | 8%               |
| Footwear       | 16%            | 0,07%      | 16%              |
| Headwear       | 10%            | 0,07%      | 10%              |
| Logowear       | 0%             | 0,00%      | 0%               |
| Total Produksi | 100%           | 14%        | 86%              |



(GRI 3-3) (GRI 301-1) (GRI 301-2)



Product Defect

Pada saat melakukan produksi, didapati produk yang cacat atau disebut *defect*. Produk ini dapat menimbulkan dampak negatif pada perusahaan, seperti kerugian secara finansial, menurunkan kepercayaan pelanggan, mempengaruhi citra perusahaan dan pada akhirnya akan menambah jumlah limbah jika tidak dapat diperbaiki. Di sisi lain, jika produk ini diperbaiki atau didaur ulang menjadi produk baru, maka akan menghasilkan suatu inovasi. Selain itu dapat membantu perusahaan memahami masalah yang terjadi pada produk dan memperbaiki sistem atau proses produksinya sehingga hal tersebut tidak lagi terjadi di masa depan.

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 *defect* pada tahun 2022 adalah sebanyak 29.245 atau naik sebesar 61% jika dilihat dari ratio perbandingannya dengan total produksi, jika dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2021 telah terjadi penurunan sebesar -50% terhadap tahun 2020. Defect ini terdiri dari *Material Defect*, *Manufacture Defect*, *Packaging Defect*, *Display Defect* dan *Storage Defect*.

Dilihat dari rasio perbandingannya dengan total produksi, angka peningkatan terjadi pada *Material Defect*, *Packaging Defect* dan *Storage Defect*. Peningkatan pada *Material Defect* terjadi oleh karena terdapat perubahan sistem dan peningkatan persyaratan kualitas dari material yang digunakan, di mana hal ini menjadi tantangan baru untuk pemasok serta perusahaan. Peningkatan pada *Packaging Defect* dan *Storage Defect* dengan adanya sistem tata kelola penyimpanan yang baru pun menjadi tantangan dan ruang untuk perbaikan di masa mendatang. Termasuk dalam upaya ini adalah bagaimana meningkatkan mutu kemasan, memperbaiki sistem dan ruang penyimpanan di setiap toko, serta perilaku dari wiraniaga.

*Display defect* terus mengalami penurunan sejak 2021 disebabkan adanya perbaikan pada pengaturan ruangan, sementara *Manufacture Defect* mengalami penurunan disebabkan adanya sistem pengawasan penerimaan barang yang meningkat.

Rasio perbandingan *Total Defect* terhadap *Total Production* pada tahun 2022 adalah sebesar 0,33%, dan kami berupaya mengelola item ini agar tidak menjadi limbah. Inisiatif yang dilakukan, termasuk mereparasi, bekerjasama dengan LSM *Waste for Change*.

serta sedikit demi sedikit mulai untuk melakukan *upcycling*, di mana dengan kekuatan kreatifitas, *material defect* ini “dijahit” menjadi barang baru yang unik. Dari 1.045 potong limbah material telah di-*upcycle* menjadi 272 produk sebagai *pilot project* pada tahun 2022.

| Total Produksi (GR) |           |           |           |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|
| 2019                | 2020      | 2021      | 2022      |
| 10.452.134          | 7.725.996 | 7.802.595 | 8.735.795 |

| Defect Reject           |        |        |        |
|-------------------------|--------|--------|--------|
| Kategory                | 2020   | 2021   | 2022   |
| Material Defect         | 3.239  | 1.836  | 3.611  |
| Display Defect          | 9.917  | 522    | 417    |
| Packaging Defect        | 884    | 11     | 3.831  |
| Manufacture Defect      | 7.181  | 5.162  | 4.371  |
| Storage Defect          | 10.662 | 8.632  | 17.016 |
| Total                   | 31.883 | 16.163 | 29.245 |
| Decrease Defect, Reject |        | -49%   | 81%    |

(GRI 3-3) (GRI 301-1) (GRI 301-2)(GRI 301-3) (GRI 306-4)(GRI 308-2)





Selama tahun 2022, dilakukan proses pemusnahan produk sebanyak 4691 kg melalui teknologi *Co-Processing* bersama dengan **Waste4change**. Material yang sulit dan tidak bisa didaur ulang (residu) dimanfaatkan sebagai bahan bakar pembuatan semen menggunakan teknologi *co-processing RDF (Refuse-Derived Fuel)*. Proses material dilakukan di bawah pengawasan ahli dan memenuhi standar untuk mengurangi polusi pada lingkungan. Pemanfaatan materi melalui proses RDF ini dilakukan untuk mengurangi material yang berakhir di TPA.

(GRI 308-2)

## Proses Upcycle

Dengan begitu banyaknya produk yang diproduksi oleh EIGER, ke manakah perginya produk yang cacat atau tidak layak jual?

Langkah daur ulang atau *upcycle* menjadi salah satu bentuk tanggung jawab yang diambil oleh EIGER untuk membuat produk yang tidak layak kembali bernilai. Gerakan ini mengolah kembali produk cacat dan menggabungkan dengan produk cacat lainnya, sehingga tercipta produk dengan desain baru dan terbatas.



- 1 **DEFECT PRODUCT**  
Produk yang tidak memenuhi standar



- 3 **PATTERN MAKER DESIGN**  
Potong produk menjadi potongan-potongan pola

**RE-THINKING  
&  
RE-DESIGNING  
=  
UP-CYCLING**

- 2 **RE-DESIGN**  
Ubah ide kreatif menjadi desain produk baru

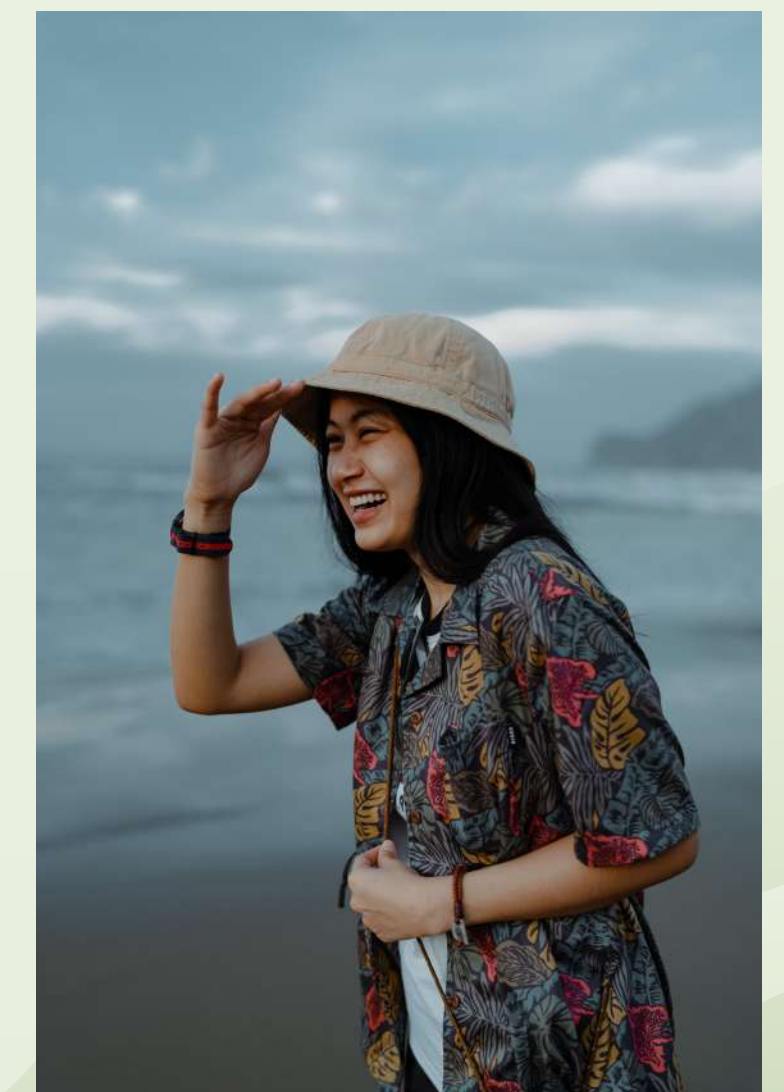


- 4 **SEWING PROCESS**  
Jahit ulang pola menjadi produk



EIGER GREEN

“MOVE FOR  
THE BETTER”







## Konsumsi Energi

Dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan, kegiatan konsumsi listrik kami berasal dari sumber energi fosil yang disediakan oleh pemerintah seperti batubara, minyak bumi dan gas alam. Kami menyadari ketergantungan ini dapat menyebabkan emisi gas rumah kaca dan berkontribusi terhadap pemanasan global dan perubahan iklim. Proses pembangkitan listrik juga menyebabkan polusi udara dan air yang merusak lingkungan dan Kesehatan manusia. Pada akhirnya ketergantungan pada listrik yang tinggi dapat menyebabkan kerusakan ekonomi dan sosial yang serius jika pasokan listrik terganggu.

Kami menyadari bahwa untuk dapat mengatasi dampak tersebut, kami dapat menggantinya dengan penyediaan listrik dari sumber energi bersih seperti tenaga surya, angin dan air. Penggunaan energi bersih ini juga kan dapat mengurangi polusi dan emisi gas rumah kaca yang merusak lingkungan. Namun upaya yang kami lakukan baru sampai pada tahap menghitung penggunaan kami dan terus berupaya mengefisienkan konsumsi energi yang ada saat ini.

Pada tahun 2022, kami berhasil melanjutkan angka penurunan konsumsi listrik Kantor Pusat kami sebesar -4% dari 659.048 kWh atau 2.373 Gigajoule atau 456,34 ton CO<sub>2</sub>eq menjadi 633.228 kWh atau 2.280 Gigajoule atau 438,46 ton CO<sub>2</sub>eq. Meskipun terjadi peningkatan karyawan sebanyak 102 orang atau 19%, jumlah konsumsi listrik terus mengalami penurunan. Penurunan ini sudah dimulai sejak tahun 2020 dimana terjadi penurunan sebesar -4,9%, serta diikuti dengan penurunan yang hampir sama, yaitu sebesar -5,2% pada tahun berikutnya. Penurunan pada periode tersebut didorong adanya kondisi pandemi Covid-19, dimana Sebagian karyawan bekerja di rumah. Pada tahun 2022, operasional Kantor Pusat mendekati normal, namun dengan adanya berbagai kampanye dan upaya efisiensi energi, konsumsi listrik per karyawan berkurang secara signifikan sebesar -18%, dari 100,72 kWh per orang per bulan atau 4,80 per orang per hari menjadi 82,26 kWh per orang per bulan atau 3,92 kWh per orang perhari. Implementasi program efisiensi energi yang dilakukan antara lain dengan gerakan mematikan lampu dan komputer saat jam istirahat, pengurangan jam penggunaan *air conditioner* dari pukul 17.00 hingga pukul 16.00. Selain itu juga mutasi data *server* ke *cloud* sehingga mengurangi daya listrik, peralihan pompa air menjadi pompa *inverter* dan inisiatif lainnya.

| Kantor Pusat & Gudang | 2020    | 2021    | 2022    |
|-----------------------|---------|---------|---------|
| KWH                   | 696.060 | 659.048 | 633.228 |
| GIGAJoule             | 2505,82 | 2.373   | 2279,62 |
| TCO <sub>2</sub> EKIV | 481,97  | 456,34  | 438,46  |
| Average KWH/Org/Month | 96,42   | 100,72  | 82,26   |
| Average KWH/Org/Day   | 4,59    | 4,80    | 3,92    |

Kegiatan operasional perusahaan lainnya yang mengkonsumsi listrik adalah dari kegiatan toko kami yang berjumlah 237 toko. Hingga tahun 2022, kami baru dapat membukukan beban energi pada 11 toko di Sumatra, Jawa, Bali dan Sulawesi. Berdasarkan perhitungan pada 11 toko (*flagship store*) kami, total jumlah energi listrik yang digunakan pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 8% dibanding tahun sebelumnya. Peningkatan ini disebabkan oleh adanya peningkatan jam operasional toko sebanyak 1 jam per hari di beberapa toko, serta adanya kewajiban untuk menyalakan lampu sorot pada etalase sejak Juli 2022. Beberapa jadwal *event* yang diselenggarakan di akhir pekan, seperti *Weekend Blast*, *Eigervaganza* dan *event-event* lainnya juga turut berkontribusi dalam meningkatkan konsumsi energi di toko.

Pada tahun 2021 lalu terjadi penurunan sebesar -10% dikarenakan terjadi pembatasan di masa pandemi tidak memungkinkan toko untuk beroperasi sepanjang tahun. Peningkatan konsumsi energi ini menghasilkan angka total konsumsi energi dari 11 toko sebesar 1.082.410,27 kWh atau 3.896,68 Gigajoule atau 749.49 ton CO<sub>2</sub>eq. Jika dibagi berdasarkan luas masing-masing toko, akan dihasilkan intensitas energi 141 kWh per m<sup>2</sup> pada tahun 2022 dan 133 kWh per m<sup>2</sup> pada tahun 2021.

| Toko         | 2020         | 2021         | 2022         |
|--------------|--------------|--------------|--------------|
| KwH          | 1.125.973,22 | 1.002.076,20 | 1.080.410,27 |
| GJ           | 4.053,50     | 3.360,47     | 3.896,68     |
| Luas Area m2 | 8.714,40     | 8.714,40     | 8.714,40     |
| KWH/m2       | 129,21       | 114,99       | 124,21       |
| Average      | 144          | 130          | 141          |

Pada tahun mendatang pengungkapan konsumsi energi pada laporan ini akan kami tingkatkan hingga mencakup 40 toko.

(GRI 3-3) (GRI 302-1) (GRI 302-3) ) (GRI 302-4) (GRI 302-5)

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 porsinya 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 2021 terjadi peningkatan konsumsi energi dari delapan pemasok utama sebesar 20%, sementara jumlah produksi mengalami penurunan hingga -12%. Hal ini memperlihatkan bahwa belum terdapat adanya upaya penurunan konsumsi listrik pada periode tersebut. Pada tahun 2022, dengan peningkatan jumlah produksi sebesar 17%, konsumsi listrik meningkat sebesar 14%, sehingga jika dilihat dari intensitasnya, konsumsi listrik untuk memproduksi pesanan perusahaan menurun sebesar -3% dari 0,37 kWh per pcs menjadi 0,36 kWh per pcs. Perhitungan ini berdasarkan data dari 22 pemasok perusahaan.

Pada tahun 2022, perusahaan menggaungkan isu mengenai efisiensi energi dengan melakukan sesi berbagi secara *online* dan mendorong pemasok untuk melakukan pencatatan dan upaya efisiensi energi. Upaya ini akan terus digaungkan dan menjadi salah satu isu untuk meningkatkan praktik keberlanjutan pemasok.

| Pemasok   | 2020      | 2021      | 2022      |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| PCS       | 5.347.549 | 4.754.261 | 5.722.477 |
| KWH       | 1.411.807 | 1.764.583 | 2.057.469 |
| GIGAJoule | 5.083     | 6.352     | 7.407     |
| TCO2 EKIV | 977,57    | 1.222     | 1.424,64  |
| KWH/PCS   | 0,26      | 0,37      | 0,36      |

(GRI 302-2) (GRI 302-3) (GRI 302-4) (GRI 302-5) (GRI 308-2)





Sustainability Goes Downstream

## Merangkai Keberlanjutan ke Hilir

Sebagaimana kami merangkai perjalanan untuk memberi inspirasi, langkah kami bukan hanya sebatas bagaimana menciptakan jejak yang baik saat mengawali perjalanan, akan tetapi juga bagaimana kami meninggalkan jejak yang baik di akhir perjalanan dari produk kami. Produk yang kami tawarkan banyak digunakan oleh mereka yang bergiat di alam terbuka, yang masih sarat dengan tantangan terhadap keberlanjutan. Gunung-gunung yang didaki konsumen kami masih menyimpan banyak limbah, yang akan terus bertambah, sungai-sungai kami tercatat sebagai sungai paling tercemar di dunia, hutan kami yang menjadi paru-paru dunia terus berkurang. Di sinilah kami terpanggil untuk menciptakan “karya” kecil, namun diharapkan dapat menjadi menjadi buah kesadaran bagi konsumen kami.



“Zero Waste Mountain”, Gunung Kembang, 2022

## Adopsi Gunung: Inisiatif untuk Keberlanjutan Wisata Petualangan Indonesia

EIGER *Zero Waste Mountain* merupakan sebuah program adopsi gunung yang diinisiasi oleh EIGER bekerjasama dengan pengelola *basecamp* pendakian. *Pilot project* program ini berlokasi di Gunung Kembang, Wonosobo, Jawa Tengah. Adopsi gunung menjadi salah satu program CSR EIGER terhadap pengelolaan pendakian gunung, hal ini mencakup pelayanan *basecamp* pendakian, jalur yang tersedia, pengelolaan sampah, serta pemberdayaan sistem administrasi pendakian yang bertujuan untuk memberikan keamanan dan kenyamanan dalam kegiatan mendaki gunung, dengan maksud menciptakan kawasan pendakian aman dan bebas sampah. Pembukaan program ini dilaksanakan pada tanggal 19-20 Maret 2022 dengan dilakukannya serangkaian acara, diantaranya *sharing session*, peresmian pos, serta *learn & share* yang dilaksanakan langsung di *basecamp* Gunung Kembang.

Sejak peluncuran program di bulan Maret 2022 hingga bulan Oktober 2022, perusahaan menyadari bahwa keberhasilan program CSR atau investasi sosial tidak hanya dapat dilihat dari jumlah program yang berhasil dibuat oleh perusahaan, melainkan turut memerlukan evaluasi, efektivitas dan pengukuran dampak dari keberadaan program itu sendiri. Dalam program ini, dilakukan pengukuran dampak program CSR perusahaan menggunakan *Social Return on Investment* (SROI) guna mengukur dampak dari program dengan hasil 4,21. Manfaat dari program ini selain untuk mengubah perilaku pendaki gunung agar tidak meninggalkan sampah di gunung, juga memperkenalkan destinasi wisata pendakian gunung tanpa sampah serta meningkatkan perekonomian masyarakat lokal.





## Keterlibatan EIGER dalam Proses Riset dan Pengembangan Motor Listrik

Kami menyadari, masa depan transportasi terbaru adalah kendaraan dengan sumber energi listrik. Sepanjang tahun 2022 kami bertemu dan berkenalan dengan sejumlah bengkel motor *custom* berskala UMKM dari berbagai daerah di Indonesia. Sebagian di antaranya berfokus kepada pengembangan kendaraan motor listrik untuk komitmen kepada energi terbarukan.

Melalui dua bengkel motor *custom* skala UMKM, sepanjang tahun 2022 terlahir tiga motor listrik *custom* yang berkolaborasi dengan EIGER yakni dua motor dengan nama SMEV lansiran Studio Motor di Jakarta dan satu motor Marusaka lansiran Backyard Customs di Bali. EIGER terlibat berkolaborasi dalam prototipe kedua motor listrik ini.

Keterlibatan EIGER dimulai sejak proses ide, riset dan inovasi dari produksi motor-motor listrik ini. Bahkan tujuan kami, bukan hanya sekadar mengembangkan, namun juga memastikan motor listrik lansiran SMEV dan Backyard Custom ini memiliki kapasitas, keamanan, dan kemampuan standar nasional, sehingga bisa digunakan secara *road legal* di ruas jalan di Indonesia. **(GRI 203-2)**



# Reverse Vending Machine EIGER X PLASTICPAY



Reverse Vending Machine adalah mesin penukaran limbah botol kemasan plastik dengan *point* member EIGER (EAC) sebagai alat tukarnya. Mesin Vending pada umumnya memiliki prinsip kerja ketika sejumlah uang dimasukkan ke dalam mesin ini, maka konsumen dapat memilih produk yang diinginkan dengan hanya menekan tombol yang mewakili produk yang diinginkan. Namun mesin *Reverse Vending (Plasticpay)* justru membalikan prinsip kerjanya, dimana produk dimasukkan terlebih dahulu ke dalam mesin kemudian mesin akan menanggapi dengan mengeluarkan alat tukar berupa *Point* yang nantinya akan tersimpan pada program member EIGER (*EIGER ADVENTURE CLUB*).

**Beberapa titik toko EIGER yang tersedia Reverse Vending Machine antara lain:**

1. EIGER RADIO DALAM (Jl. Bri Radio Dalam No.80, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12140)
2. EIGER KELAPA GADING (Jl. Boulevard Raya No. 3, Pegangsaan Dua Kec. Kelapa Gading, Jakarta Utara)
3. EIGER DEPOK (Jl. Margonda Raya No. 289-290, Kemiri Muka, Kecamatan Beji Kota Depok, Jawa Barat)
4. EIGER BOGOR (Jl. Siliwangi No. 70, Lawanggantung, Kota Bogor, Jawa Barat)



EIGER RETRIEVE LAPTOP SLEEVE 14,  
Hasil kolaborasi EIGER x PlasticPay



**Pertumbuhan Rata-rata Jumlah  
Botol Plastik Terkumpul (Kg/Perbulan) :**

**26,41 Kg**





# Indeks Referensi GRI

|                  |  |
|------------------|--|
| Statement of use | PT Eigerindo MPI has reported the information cited in this GRI content index for the period January 1 to December 31, 2022 with reference to the GRI Standards. |
| GRI 1 used       | GRI 1: Foundation 2021   |

| GRI STANDARD                            | DISCLOSURE   | LOCATION (Page)       |
|---|--|-----------------------|
| GRI 2: General Disclosures 2021         | 2-1 Organizational details   | 8                     |
|   | 2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting               | 5                     |
|   | 2-3 Reporting period, frequency and contact point                                  | 5                     |
|   | 2-4 Restatements of information  | 5                     |
|   | 2-5 External assurance   | 5, 15                 |
|   | 2-6 Activities, value chain and other business relationships                       | 8, 9, 10              |
|   | 2-7 Employees  | 9, 11, 25, 26, 27, 28 |
|   | 2-8 Workers who are not employees  | 36                    |
|   | 2-9 Governance structure and composition   | 22                    |
|   | 2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting               | 21                    |
|   | 2-22 Statement on sustainable development strategy                                 | 6, 7, 16, 18, 19, 20  |
|   | 2-23 Policy commitments  | 12, 17, 18, 19, 20    |
|   | 2-24 Embedding policy commitments  | 20                    |
|   | 2-29 Approach to stakeholder engagement  | 12, 13, 20            |
| GRI 3: Material Topics 2021             | 3-1 Process to determine material topics   | 14                    |
|   | 3-2 List of material topics  | 14                    |
|   | 3-3 Management of material topics  | 15                    |
| GRI 202: Market Presence 2016           | 202-1 Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage | 31                    |
|   | 202-2 Proportion of senior management hired from the local community               | 31                    |
| GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016 | 203-2 Significant indirect economic impacts  | 36, 43                |
| GRI 204: Procurement Practices 2016     | 204-1 Proportion of spending on local suppliers                                    | 35                    |
| GRI 301: Materials 2016                 | 301-1 Materials used by weight or volume   | 37                    |
|   | 301-2 Recycled input materials used  | 37, 38                |
|   | 301-3 Reclaimed products and their packaging materials                             | 38                    |

| GRI STANDARD                                    | DISCLOSURE  | LOCATION (Page) |
|---|---|-----------------|
| GRI 302: Energy 2016                            | 302-1 Energy consumption within the organization  | 41, 42          |
|   | 302-2 Energy consumption outside of the organization  | 41              |
|   | 302-3 Energy intensity  | 41              |
|   | 302-4 Reduction of energy consumption   | 41, 42          |
|   | 302-5 Reductions in energy requirements of products and services  | 41, 42, 43      |
| GRI 306: Waste 2020                             | 306-3 Waste generated   | 38              |
|   | 306-4 Waste diverted from disposal  | 38              |
| GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016 | 308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria   | 35              |
|   | 308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken  | 35, 38, 39, 42  |
| GRI 401: Employment 2016                        | 401-1 New employee hires and employee turnover  | 25, 26, 28      |
|   | 401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees            | 30              |
|   | 401-3 Parental leave  | 32              |
| GRI 403: Occupational Health and Safety 2018    | 403-1 Occupational health and safety management system  | 23              |
|   | 403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation  | 23              |
|   | 403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety                       | 23              |
|   | 403-5 Worker training on occupational health and safety   | 23              |
|   | 403-6 Promotion of worker health  | 23              |
|   | 403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships | 23              |
|   | 403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system  | 23              |
|   | 403-9 Work-related injuries   | 23              |
| GRI 404: Training and Education 2016            | 404-1 Average hours of training per year per employee   | 33              |
|   | 404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews                          | 34              |
| GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016   | 405-1 Diversity of governance bodies and employees  | 27, 28, 29      |
| GRI 408: Child Labor 2016                       | 408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor                                     | 24              |
| GRI 413: Local Communities 2016                 | 413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs                      | 43              |
| GRI 414: Supplier Social Assessment 2016        | 414-1 New suppliers that were screened using social criteria  | 35              |
|   | 414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken   | 35              |



## Feedback Sheet

# Lembar Umpan Balik

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

☐ 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 design, jenis huruf, ukuran, tata warna, tata letak dan gambar dalam laporan ini menarik dan mudah dibaca?

☐ Setuju ☐ Tidak Tahu ☐ Tidak Setuju

- 5.** Laporan ini telah mendorong saudara untuk berkontribusi dalam melakukan praktik keberlanjutan

☐ Setuju ☐ Tidak Tahu ☐ Tidak Setuju

Terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk membaca Laporan Keberlanjutan PT Eigerindo MPI tahun 2022. 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.

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

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

- 8.** Kontribusi apa yang dirasa perlu ditingkatkan perusahaan di masa mendatang?

- 9.** Saran dan masukan lain:



# Profil Pembaca

Nama Lengkap : \_\_\_\_\_

Nama Institusi/ Perusahaan : \_\_\_\_\_

Email : \_\_\_\_\_

Identifikasi kelompok pemangku kepentingan (pilih salah satu):

☐ Pemerintah

☐ Media

☐ LSM

☐ Masyarakat

☐ Industri

☐ Lain-lain, mohon sebutkan: \_\_\_\_\_

☐ 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:

**KANTOR PUSAT**  
PT EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI  
JL. RAYA TERUSAN KOPO KM. 11,5, NO. 127A, PANGAUBAN, KEC. KETAPANG,  
KAB. BANDUNG, JAWA BARAT, INDONESIA  
TELEPON : +62 022 87786767  
EMAIL : HEADOFFICE@EIGERINDO.CO.ID  
WEB : WWW.EIGERADVENTURE.COM