

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 ESG SL IDX KEHATI

Indeks ESG Sector Leaders IDX KEHATI merupakan indeks yang dibentuk untuk melengkapi Indeks SRI-KEHATI yang telah diluncurkan pada tahun 2009 dan menjadi salah satu acuan dalam investasi berbasis ESG di pasar modal Indonesia. Indeks ini berisi saham-saham perusahaan yang memiliki penilaian kinerja ESG di atas rata-rata dibandingkan dengan perusahaan lain dalam industrinya. Adapun yang dimaksud dengan industri di sini mengacu pada klasifikasi sektor yang digunakan oleh Bursa Efek Indonesia.

Bursa Efek Indonesia bekerja sama dengan yayasan keanekaragaman hayati Indonesia untuk menyediakan data perusahaan yang berbasis ESG. Kehadiran Yayasan Keanekaragaman Hayati Indonesia (KEHATI) adalah untuk menghimpun dan mengelola sumberdaya yang selanjutnya disalurkan dalam bentuk dana hibah, fasilitasi, konsultasi, dan berbagai fasilitas lainnya guna menunjang berbagai program pelestarian keanekaragaman hayati Indonesia dan pemanfaatannya secara adil dan berkelanjutan. Konstituen dalam indeks ESG SL IDX KEHATI dipilih berdasarkan data nilai ESG di atas nilai rata rata, lolos *ESG Controversy Screening*,

BEI melakukan pemilihan konstituen dengan mengolah konstituen indeks yang masuk ke dalam KEHATI *Universe*. Saham yang memiliki nilai ESG di atas nilai rata-rata sektornya akan masuk ke Indeks ESG Sector Leaders IDX KEHATI. Jika tidak terdapat saham pada satu atau lebih sektor di Assessed Universe, maka tidak terdapat saham perwakilan dari sektor tersebut di Indeks ESG Sector Leaders IDX KEHATI.

2.2 Profil Perusahaan

Dalam penelitian ini, perusahaan yang menjadi objek penelitian adalah perusahaan-perusahaan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel.

2.2.1 Astra Agro Lestari Tbk









PT Astra Agro Lestari Tbk merupakan perusahaan perkebunan kelapa sawit yang berpengalaman dan dikenal sebagai pelopor di industri kelapa sawit Indonesia. Perusahaan berfokus pada pengelolaan perkebunan serta menjaga keberlanjutan usaha melalui program peremajaan (replanting) dan pengelolaan lahan yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.

PT Astra Agro Lestari Tbk resmi melaksanakan IPO pada 9 Desember 1997 dengan penawaran sebanyak 125,8 juta saham seharga Rp1.550 per lembar dan menghimpun dana sekitar Rp194,99 miliar pada Bursa Efek Indonesia. Melalui IPO tersebut, perusahaan memperkuat struktur permodalan, meningkatkan likuiditas dan visibilitas, serta menerapkan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan tata kelola perusahaan yang baik guna mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang.

Dalam aspek keberlanjutan, perusahaan memiliki tiga komitmen utama, yaitu tidak melakukan deforestasi dengan melindungi area bernilai konservasi tinggi dan tanpa pembakaran lahan, tidak membuka lahan baru di area gambut serta melakukan pengelolaan dan pemulihan secara bertanggung jawab, serta menghormati hak asasi manusia dengan melarang kerja paksa dan pekerja anak, menjunjung hak masyarakat adat dan lokal, menerapkan prinsip PADIATAPA, serta menyediakan mekanisme penyelesaian keluhan secara transparan dan adil.

2.2.2 AKR Corporindo Tbk

PT AKR Corporindo Tbk merupakan perusahaan logistik dan rantai pasokan terkemuka yang bergerak di bidang perdagangan serta distribusi minyak bumi dan bahan kimia dasar. Perusahaan ini didukung jaringan luas berupa fasilitas penyimpanan curah cair dan kering, transportasi, serta operasi pelabuhan. Di tengah tingginya biaya logistik di Indonesia, AKR menghadirkan solusi logistik yang inovatif dan efisien, termasuk pengembangan kawasan industri terpadu dan fasilitas pelabuhan berskala besar di Jawa Timur untuk mendukung kebutuhan energi, infrastruktur, dan industri nasional.

Umbrella Sustainability Commitment Statement And Elevator Pitch	PROGRESSING WITH PURPOSE			
	<p>As a strategic holding company, AKR Corporindo aims to growing and progressing sustainably, our business portfolio spans from logistics and distribution, industrial estate, to the development and management of special economic zone. Through our business we touch millions of people and stakeholders. Therefore, we must do what we do in a sense that can benefit the economy, environment, people and society. This means we go beyond business-as-usual to balancing ambition with wisdom, and business success with environment consciousness, and social progress. For us, this is the meaning of sustainability – Progressing with Purpose.</p>			
Pillars	 Our Business Portfolio	 Our People	 Our Communities	 Our Conduct
SDCs				
Rationale of the pillar	Building strong, robust and resilient business portfolio to support the evolving need of our customers and stakeholders	Nurturing, developing, and safeguarding our people as our most valuable assets.	Giving back to the communities wherever we operates	Operating responsibly and upholding ethical behaviour and legal compliance in everything that we do
Action Areas/ Strategic Priorities	<ol style="list-style-type: none"> 1. Robust & Resilient Business Model 2. Strong financial Fundamentals 3. Operational Excellence & Utilization of Technology 4. Customer Engagement & Satisfaction 5. Management of Environmental Footprints 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Labor & Employment Practice 2. Health & Safety 3. Employee Engagement, Diversity & Inclusion 4. Learning & Development 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Community relations & development programs 2. Involving Local Suppliers 3. Providing opportunities for the local communities 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Good Corporate Governance 2. Business Ethics 3. Compliance to Law and Regulations

Gambar 2.1 Strategi Keberlanjutan PT AKR Corporindo

AKR melaksanakan IPO dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 3 Oktober 1994 dengan menawarkan 15.000.000 lembar saham

seharga Rp4.000 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp60 miliar. Pencatatan saham di papan utama Bursa memperluas akses pendanaan, meningkatkan likuiditas, serta memperkuat profil perusahaan di hadapan investor domestik. Sejak menjadi perusahaan publik, AKR terus memperkuat struktur modal dan mendukung ekspansi jangka panjang di sektor logistik dan distribusi energi.

Dalam aspek keberlanjutan, AKR menargetkan pertumbuhan yang progresif dengan menyeimbangkan kinerja bisnis, kepedulian lingkungan, dan tanggung jawab sosial. Perusahaan membangun portofolio yang tangguh dan adaptif terhadap kebutuhan pelanggan dan pemangku kepentingan, mengembangkan karyawan sebagai aset utama, berkontribusi bagi masyarakat di wilayah operasional, serta menjalankan usaha secara etis, patuh hukum, dan bertanggung jawab.

2.2.3 Aneka Tambang Tbk

PT Aneka Tambang Tbk (ANTAM) didirikan pada tahun 1968 sebagai BUMN hasil merger beberapa perusahaan pertambangan nasional. Untuk mendukung ekspansi proyek feronikel, ANTAM melepas 35% sahamnya kepada publik melalui IPO pada 1997 dan mencatatkannya di Bursa Efek Indonesia. Pada 1999, ANTAM juga mencatatkan sahamnya di Australian Securities Exchange dan pada 2002 meningkat menjadi ASX Listing. Perusahaan terus mengoptimalkan komoditas nikel, emas, dan bauksit melalui praktik pertambangan yang baik, efisiensi biaya, serta kolaborasi inovatif guna menciptakan nilai jangka panjang.



Gambar 2. 2 Strategi Keberlanjutan PT ANTAM Tbk

Dalam IPO tahun 1997, ANTAM menawarkan 430.769.000 saham (35% dari total saham) dengan harga Rp1.400 per lembar dan berhasil menghimpun dana sekitar Rp603,08 miliar. Saham tersebut mulai diperdagangkan pada 27 November 1997 di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya yang kini terintegrasi dalam BEI. Melalui IPO, ANTAM memperkuat struktur permodalan, mendukung pembiayaan ekspansi

tambang, meningkatkan likuiditas saham, serta memperkuat transparansi dan tata kelola perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan investor.

Dari sisi keberlanjutan, ANTAM mengintegrasikan prinsip Environmental, Social, and Governance (ESG) dalam seluruh operasionalnya. Perusahaan menerapkan good mining practice, standar internal seperti ANTAM Green Standard, serta sistem manajemen lingkungan ISO 14001, sekaligus menjalankan strategi dekarbonisasi dan penggunaan energi terbarukan menuju target net zero emission. ANTAM juga tercatat dalam indeks ESG seperti SRI-KEHATI dan ESG Sector Leaders IDX KEHATI, serta aktif menjalankan program pemberdayaan masyarakat, pendidikan, dan kesehatan sebagai wujud komitmen terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

2.2.4 Astra International Tbk

PT Astra International Tbk adalah perusahaan publik terkenal yang ada di Indonesia dengan 301 anak perusahaan, ventura bersama, dan entitas asosiasi serta lebih dari 190.000 karyawan. Model bisnisnya terdiversifikasi di berbagai sektor seperti otomotif dan mobilitas, jasa keuangan, alat berat, pertambangan, agribisnis, infrastruktur, teknologi informasi, dan properti. Melalui Astra 2030 Sustainability Aspirations, Astra menargetkan transformasi berkelanjutan sekaligus berkontribusi pada ketahanan ekonomi nasional melalui empat pilar kontribusi sosial: kesehatan, pendidikan, lingkungan, dan kewirausahaan, termasuk program SATU Indonesia Awards, Kampung Berseri Astra, dan Desa Sejahtera Astra.

Astra melaksanakan IPO pada 4 April 1990 dengan menawarkan 30.000.000 saham seharga Rp14.850 per lembar dan menghimpun dana sekitar

Rp445,5 miliar. Sahamnya mulai diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia dengan kode emiten ASII. Melalui IPO, Astra memperkuat struktur permodalan dan memperoleh akses pembiayaan publik untuk mendukung ekspansi lintas sektor, sekaligus meningkatkan transparansi, tata kelola, dan akuntabilitas sebagai perusahaan terbuka.

Berlandaskan filosofi Catur Dharma dan Astra 2030 Sustainability Aspirations, Astra mengintegrasikan prinsip ESG dalam strategi bisnis, termasuk target Net Zero Scope 1 & 2 pada 2050. Perusahaan fokus pada pengurangan emisi, pemanfaatan energi terbarukan, pengelolaan air dan limbah, serta investasi pada solusi berbasis alam dan transisi energi bersih. Selain itu, Astra menjalankan People Roadmap untuk menciptakan lingkungan kerja inklusif dan Public Contribution Roadmap guna memberdayakan masyarakat, yang ditegaskan melalui pelaporan keberlanjutan yang transparan dan praktik bisnis yang bertanggung jawab.

2.2.5 Alam Sutera Realty Tbk

PT Alam Sutera Realty Tbk memiliki visi menjadi pengembang properti terbaik yang mengedepankan inovasi untuk meningkatkan kualitas hidup. Perjalanan perusahaan dimulai pada 1994 melalui pengembangan kawasan terpadu Alam Sutera seluas 800 hektar di Serpong, Tangerang. Hingga 2016, perusahaan telah meluncurkan 37 klaster hunian dan 2 gedung apartemen, serta terus mengembangkan kawasan terpadu yang menghadirkan lingkungan hunian dan komersial yang terintegrasi.

Perusahaan melaksanakan IPO pada 18 Desember 2007 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan kode ASRI. Sebanyak 3,142 miliar

saham ditawarkan pada harga Rp105 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp329,91 miliar yang digunakan untuk pengembangan mal dan fasilitas komersial di kawasan Alam Sutera. Status sebagai perusahaan publik meningkatkan likuiditas saham, transparansi, serta membuka akses pembiayaan yang lebih luas untuk ekspansi bisnis properti.

Dalam aspek keberlanjutan, Alam Sutera mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam strategi bisnis melalui penerbitan laporan keberlanjutan tahunan. Perusahaan menjalankan program CSR di bidang pendidikan, kesehatan, pengembangan masyarakat, serta pengelolaan lingkungan seperti pengumpulan limbah anorganik dan penyediaan ruang terbuka hijau. Konsep green development juga diterapkan dengan mempertimbangkan aspek klimatologi, hidrologi, vegetasi, dan hunian rendah emisi, sebagai wujud dukungan terhadap pembangunan berkelanjutan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.

2.2.6 Adi Sarana Armada Tbk

PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) merupakan salah satu perusahaan transportasi terbesar di Indonesia yang menyediakan berbagai layanan, seperti penyewaan kendaraan untuk korporasi, jasa logistik, layanan pengemudi, balai lelang otomotif, car sharing, jual beli kendaraan secara online, hingga pengiriman paket. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2003 dengan nama Adira Rent, kemudian bertransformasi menjadi ASSA Rent pada tahun 2010. Saat ini, ASSA mengelola lebih dari 25.000 unit kendaraan dan sekitar 3.900 pengemudi yang melayani lebih dari 1.500 perusahaan. Selain itu, ASSA juga terus mengembangkan digitalisasi melalui layanan seperti Share Car, Caroline, dan bisnis logistik berbasis teknologi Anteraja, yang didukung oleh jaringan nasional serta layanan operasional selama 24 jam.

ASSA melaksanakan IPO pada 12 November 2012 dengan menawarkan 1,36 miliar saham atau sekitar 40,03% dari modal ditempatkan dan disetor penuh pada harga Rp390 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp530,4 miliar. Sahamnya dicatatkan di Bursa Efek Indonesia pada papan pengembangan, memberikan akses pendanaan publik untuk ekspansi armada, pelunasan utang, serta pengembangan infrastruktur dan jaringan usaha. Status sebagai perusahaan terbuka juga mendorong peningkatan tata kelola, transparansi, dan akuntabilitas guna memperkuat kepercayaan investor.

Dalam aspek keberlanjutan, ASSA berkomitmen menerapkan prinsip ESG dan pada 2024 resmi tergabung dalam IDX KEHATI. Perusahaan mendorong penggunaan panel surya, sistem daur ulang air untuk operasional pencucian kendaraan, serta pengelolaan limbah sesuai standar ISO. Selain itu, ASSA rutin melakukan uji emisi kendaraan dan bekerja sama dengan bengkel resmi ATPM untuk memastikan standar emisi terpenuhi, dengan tujuan usaha menciptakan operasional yang ramah lingkungan dan *sustainability*.

2.2.7 Bank Central Asia Tbk

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) merupakan salah satu bank swasta terbesar di Indonesia yang berdiri pada 21 Februari 1957 dan memiliki kantor pusat di Jakarta. BCA dikenal dengan inovasi layanan perbankan digital seperti BCA mobile, KlikBCA, dan Flazz, serta jaringan layanan yang luas dan terintegrasi melalui Grup BCA yang mencakup pembiayaan, asuransi, sekuritas, dan modal ventura. Seiring waktu, BCA berkembang dari bank kecil menjadi salah satu pilar penting perekonomian nasional dengan fokus pada kepuasan nasabah dan adaptasi

teknologi, termasuk layanan digital dan perbankan syariah.

BCA melaksanakan IPO pada 11 Mei 2000 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 31 Mei 2000. Dalam penawaran umum perdana tersebut, BCA menawarkan sekitar 662,4 juta saham dengan harga Rp1.400 per lembar dan berhasil menghimpun dana sekitar Rp927,36 miliar. IPO ini memperluas basis pemegang saham, meningkatkan likuiditas dan visibilitas perusahaan di pasar modal, serta memperkuat struktur permodalan untuk mendukung ekspansi bisnis. Status sebagai perusahaan terbuka juga mendorong penerapan tata kelola, transparansi, dan akuntabilitas yang lebih tinggi.

Dalam aspek keberlanjutan, BCA mengintegrasikan prinsip ESG melalui inisiatif #BCAforSustainability dan pemetaan prioritas SDGs seperti pendidikan berkualitas, aksi iklim, dan pertumbuhan ekonomi inklusif. Perusahaan secara rutin menerbitkan Laporan Keberlanjutan yang diverifikasi independen dan kembali masuk dalam Indeks SRI-KEHATI sebagai bentuk pengakuan tata kelola berkelanjutan. Berbagai inisiatif seperti pembangunan gedung ramah lingkungan Wisma BCA Foresta dan penyaluran sustainability-linked loans menunjukkan komitmen BCA dalam menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan secara jangka panjang.

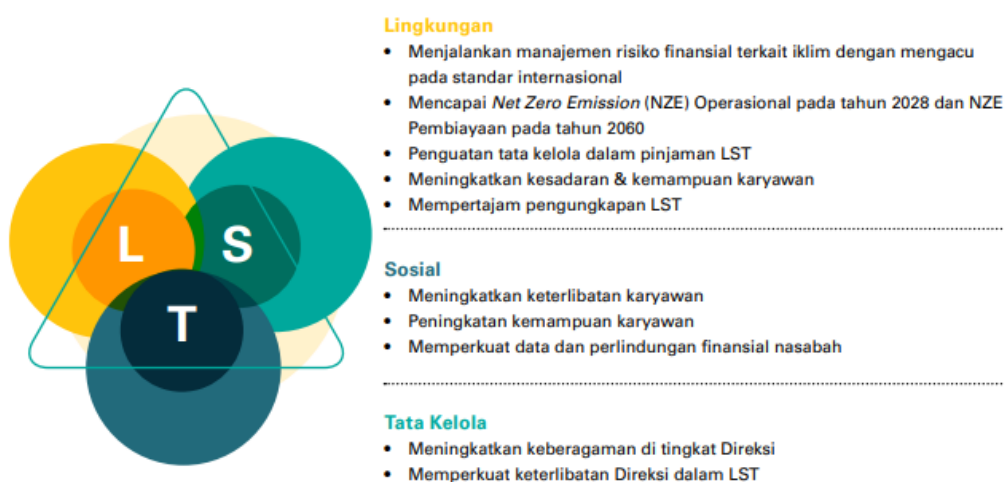
2.2.8 Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (BNI) didirikan pada 5 Juli 1946 dan merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia dengan mayoritas saham (60%) dimiliki Pemerintah Republik Indonesia. BNI menempati posisi sebagai bank nasional terbesar keempat berdasarkan total aset, kredit, dan dana pihak

ketiga, serta menyediakan layanan keuangan terpadu bagi segmen perorangan, UMKM, hingga korporasi. Operasionalnya didukung berbagai entitas anak seperti BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, BNI Ventures, BNI Remittance, dan hibank untuk memperluas cakupan layanan finansial.

BNI melaksanakan IPO pada 25 November 1996 dengan menawarkan 1.085.032.000 saham Seri B seharga Rp850 per lembar dan menghimpun dana sekitar Rp922,28 miliar. Saham tersebut dicatatkan di Bursa Efek Indonesia dan mewakili sekitar 24,75% dari total saham tercatat. Melalui IPO, BNI memperluas basis pemegang saham, meningkatkan likuiditas dan akses pendanaan, serta memperkuat penerapan tata kelola, transparansi, dan akuntabilitas guna mendukung ekspansi dan pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Kerangka Kerja & Peta Jalan LST



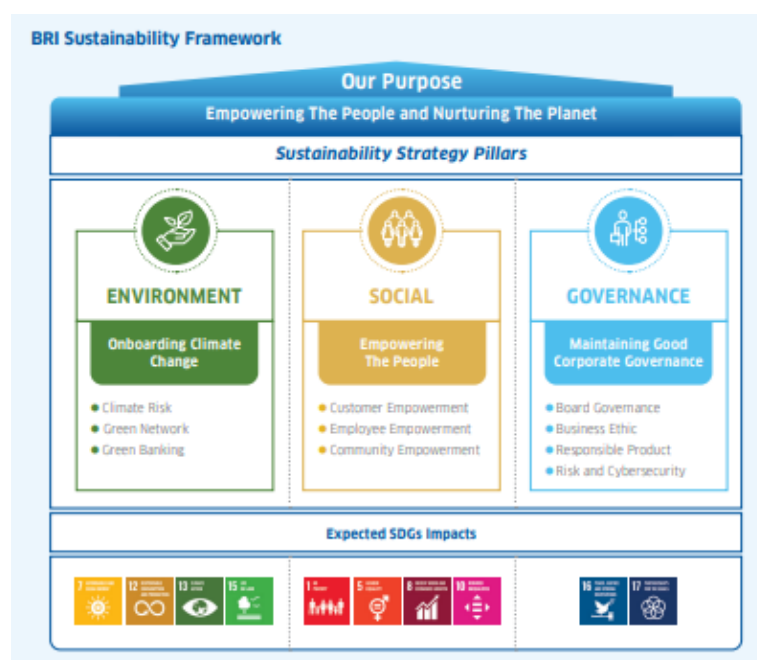
Gambar 2.3 Strategi Keberlanjutan PT Bank Negara Indonesia Tbk

Dalam aspek keberlanjutan, BNI menjalankan strategi keuangan berkelanjutan yang dilaporkan melalui Laporan Keberlanjutan tahunan dan mendukung target Net Zero Emissions pemerintah. BNI menargetkan emisi nol

bersih operasional pada 2028 dan pembiayaan pada 2060 dengan mengintegrasikan risiko iklim dalam strategi bisnis serta meningkatkan pembiayaan hijau. Melalui inisiatif seperti BNI ESG Sustainability & Transition (BEST) dan workshop Taksonomi Keuangan Berkelanjutan Indonesia (TKBI), BNI mendorong debitur berpartisipasi dalam transisi hijau sekaligus berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB).

2.2.9 Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BRI) merupakan salah satu bank milik pemerintah terbesar di Indonesia yang didirikan pada 16 Desember 1895 di Purwokerto oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja. Seiring perkembangan ekonomi nasional, BRI terus berinovasi dalam menyediakan layanan perbankan bagi berbagai segmen, khususnya UMKM, dengan komitmen menjadi mitra utama masyarakat dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.



Gambar 2. 4 Strategi Keberlanjutan PT Bank Rakyat Indonesia Tbk

BRI melaksanakan IPO pada 10 November 2003 dengan menawarkan 4.764.705.000 saham seharga Rp875 per lembar dan berhasil menghimpun dana sekitar Rp4,17 triliun. Saham BBRI kemudian tercatat di papan utama Bursa Efek Indonesia, memperluas basis pemegang saham serta meningkatkan likuiditas dan akses pendanaan untuk ekspansi bisnis dan penguatan struktur modal. Sejak IPO, BRI menunjukkan kinerja pasar yang kuat melalui berbagai aksi korporasi seperti stock split dan rights issue serta pertumbuhan nilai saham dalam jangka panjang.

Dalam aspek keberlanjutan, BRI mengintegrasikan prinsip ESG ke dalam strategi bisnis melalui fokus pada pilar lingkungan, sosial, dan tata kelola. Portofolio sustainable finance BRI mencapai ratusan triliun rupiah, mencakup social loan untuk UMKM, green loan, serta investasi berbasis ESG guna mendukung transisi ekonomi rendah karbon dan inklusi keuangan. Komitmen ini diperkuat dengan pengakuan dalam berbagai indeks seperti FTSE4Good ASEAN, SRI-KEHATI, dan IDX ESG Leaders, serta pelaksanaan program TJSL melalui BRI Peduli yang memberikan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan secara berkelanjutan.

2.2.10 Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk (BTN) merupakan bank BUMN yang berfokus pada pembiayaan perumahan dan layanan keuangan, melayani segmen perseorangan, bisnis, hingga syariah dengan produk seperti KPR, tabungan, kredit mikro, dan layanan digital. Berdiri sejak 1897 dengan nama Postpaarbank dan resmi menjadi Bank Tabungan Negara pada 1963, BTN terus bertransformasi

menjadi bank modern yang adaptif terhadap digitalisasi dengan visi menjadi bank hipotek terbaik di Asia Tenggara.

BTN melakukan IPO dan menawarkan 2 miliar saham seri B atau sekitar 27% dari modal yang telah ditempatkan pada harga Rp800 per lembar pada 17 Desember 2009, sehingga menghimpun dana sekitar Rp1,888 triliun. Saham BBTN kemudian dicatatkan di papan utama Bursa Efek Indonesia, memperluas basis pemegang saham dan membuka akses pendanaan publik untuk mendukung ekspansi, khususnya di sektor pembiayaan perumahan. IPO ini juga meningkatkan likuiditas saham serta mendorong penerapan tata kelola, transparansi, dan akuntabilitas sebagai perusahaan terbuka.

Dalam aspek keberlanjutan, BTN mengusung konsep “Become The ESG Champion” dengan mengintegrasikan prinsip 5P (Planet, People, Peace, Partnership, Prosperity) dalam strategi bisnisnya. BTN menjadi penandatangan Principles for Responsible Banking dari UNEP FI dan menjalankan roadmap ESG 2023–2028 untuk memperkuat inisiatif praktik ESG. Komitmen ini terbukti dengan berbagai penghargaan seperti ESG Initiatives Awards 2024 dan peringkat MSCI ESG Rating AA, serta penyaluran dana CSR/TJSL guna mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) di bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan.

2.2.11 Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk (Bank Jatim) didirikan pada 17 Agustus 1961 dengan nama PT Bank Pembangunan Daerah Djawa Timur dan kemudian berubah bentuk hukum menjadi Perseroan Terbatas pada 1999. Sebagai bank pembangunan daerah, tugas utamanya adalah mendorong

pertumbuhan ekonomi Jawa Timur, khususnya melalui pembiayaan sektor usaha kecil dan menengah, serta menjalankan fungsi intermediasi dengan menghimpun dan menyalurkan dana serta menyediakan layanan perbankan lainnya.

Bank Jatim melaksanakan IPO pada 12 Juli 2012 dengan menawarkan 2.983.537.000 saham Seri B seharga Rp430 per lembar dan menghimpun dana sekitar Rp1,28 triliun. Saham tersebut dicatatkan di Bursa Efek Indonesia dengan porsi 20% dari modal ditempatkan setelah IPO, sementara mayoritas saham tetap dimiliki Pemerintah Provinsi Jawa Timur dan pemerintah kabupaten/kota. Melalui IPO, Bank Jatim memperluas basis pemegang saham, meningkatkan likuiditas dan akses pendanaan untuk ekspansi kredit, pengembangan jaringan, serta peningkatan teknologi, sekaligus memperkuat tata kelola dan transparansi sebagai perusahaan publik.

Dalam aspek keberlanjutan, Bank Jatim menerapkan prinsip keuangan berkelanjutan melalui pengembangan produk dan kapasitas internal. Inisiatifnya mencakup dukungan pembiayaan Green UMKM, program efisiensi energi di kantor pusat, serta edukasi dan pelatihan keuangan berkelanjutan termasuk integrasi aspek Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG) dalam analisis kredit dan perhitungan bisnis. Langkah ini menunjukkan komitmen Bank Jatim dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

2.2.12 Bank Mandiri (Persero) Tbk

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk didirikan pada 2 Oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan pemerintah Indonesia pascakrisis keuangan. Pada Juli 1999, empat bank milik negara—Bank Bumi Daya, Bank

Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia, dan Bank Pembangunan Indonesia—dilebur menjadi Bank Mandiri. Penggabungan ini menyatukan pengalaman panjang lebih dari 140 tahun dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. Sesuai ketentuan perundang-undangan di bidang perbankan, Bank Mandiri menjalankan fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau pembiayaan lainnya guna meningkatkan taraf hidup rakyat.

Bank Mandiri melaksanakan Initial Public Offering (IPO) dan menawarkan 4 miliar saham seri B untuk publik pada harga Rp675 per lembar saham pada 14 Juli 2003, sehingga berhasil menghimpun dana sekitar Rp2,70 triliun melalui divestasi 20% kepemilikan Pemerintah Republik Indonesia. Saham Perseroan kemudian dicatatkan di papan utama Bursa Efek Indonesia. IPO ini memperluas basis pemegang saham di luar pemegang awal, meningkatkan likuiditas serta visibilitas perusahaan di pasar modal, dan membuka akses pendanaan publik untuk mendukung ekspansi usaha, penguatan struktur permodalan, serta pengembangan layanan perbankan. Status sebagai perusahaan terbuka juga mendorong penerapan prinsip tata kelola, transparansi, dan akuntabilitas yang lebih tinggi demi menjaga kepercayaan investor dan masyarakat.

Dalam aspek keberlanjutan, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk menetapkan strategi 2025–2029 dengan visi *“Becoming Indonesia’s Sustainability Champion for a Better Future”*. Strategi ini berlandaskan tiga pilar: Sustainable Banking melalui integrasi ESG dalam bisnis dan pembiayaan rendah karbon; Sustainable Operation dengan target Net Zero Emission 2030 dan operasional ramah

lingkungan; serta Sustainability Beyond Banking melalui program pemberdayaan masyarakat untuk mendukung pencapaian SDGs. Dengan ketiga pilar tersebut Bank Mandiri berkomitmen untuk mengedepankan keberlanjutan yang dapat mengembangkan Indonesia.



Gambar 2. 5 Strategi Keberlanjutan PT Bank Mandiri Tbk

2.2.13 Barito Pacific Tbk

PT Barito Pacific Tbk merupakan grup energi yang berfokus pada transformasi industri, penciptaan nilai jangka panjang, dan penguatan agenda keberlanjutan. Berlandaskan tata kelola perusahaan yang baik dan disiplin keuangan, Barito Pacific mendorong pertumbuhan bisnis yang sehat di berbagai

sektor, termasuk energi, infrastruktur, dan petrokimia, dengan posisi permodalan yang solid dan kinerja pendapatan yang konsisten.

Perseroan mencatatkan sahamnya melalui Initial Public Offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia pada 1 Oktober 1993 dengan menawarkan 85.000.000 lembar saham seharga Rp7.200 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp612 miliar. IPO ini memperkuat struktur permodalan, memperluas basis pemegang saham, serta meningkatkan likuiditas dan visibilitas perusahaan di pasar modal, sekaligus mendorong penerapan transparansi dan tata kelola yang lebih baik.

Dalam aspek keberlanjutan, Barito Pacific menjalankan strategi ESG yang berfokus pada empat pilar utama, yaitu pendidikan, lingkungan, ekonomi, dan sosial. Komitmen ini diwujudkan melalui investasi energi terbarukan, penerapan teknologi bersih, pengembangan inisiatif ekonomi sirkular seperti aspal plastik, serta pengelolaan aset panas bumi di kawasan konservasi Salak. Melalui program CSR yang terintegrasi, termasuk kegiatan sosial melalui Yayasan Bakti Barito, perusahaan berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mengurangi dampak lingkungan industri.

2.2.14 Bank BTPN Syariah Tbk

Bank BTPN (kini secara resmi bertransformasi menjadi SMBC Indonesia) adalah bank umum swasta devisa terkemuka di Indonesia yang fokus melayani segmen korporasi, UMKM, pensiunan, dan ritel (melalui Jenius). Hasil merger dengan PT Bank Sumitomo Mitsui Indonesia (2019), bank ini menawarkan berbagai produk perbankan komprehensif, didukung oleh kekuatan grup finansial Jepang. Sebagai salah satu bank umum syariah di Indonesia yang fokus

memberikan pelayanan bagi pemberdayaan nasabah masyarakat inklusi dan mengembangkan keuangan inklusif, BTPN Syariah senantiasa berusaha menambah pelayanan dan mengusahakan mengubah kehidupan setiap pelanggan yang dilayani, serta menghasilkan kinerja keuangan yang bagus.

PT Bank BTPN Syariah Tbk resmi melakukan Initial Public Offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia dan mencatatkan sahamnya pada 8 Mei 2018 dengan kode emiten BTPS. Dalam IPO tersebut, Perseroan menawarkan 770.370.000 lembar saham baru kepada publik, yang setara sekitar 10 % dari modal ditempatkan dan disetor penuh setelah IPO, dengan harga penawaran sebesar Rp 975 per lembar saham, sehingga berhasil menghimpun dana sekitar Rp 751,11 miliar dari penawaran umum perdana tersebut.

BTPN Syariah memiliki komitmen untuk mendukung pencapaian SDGs melalui pendampingan masyarakat inklusi serta penguatan ekosistem keuangan syariah. Komitmen tersebut dijalankan melalui strategi keuangan berkelanjutan yang disesuaikan dengan visi dan misi bank, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan memberikan dampak nyata bagi kesejahteraan masyarakat. Selain itu, Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (RAKB) yang dimiliki bank dibagi ke dalam beberapa fokus utama, yaitu peningkatan portofolio keberlanjutan, pengembangan kemampuan internal dan penyesuaian organisasi, pengelolaan risiko, serta tata kelola dan prosedur operasional.

2.2.15 Charoen Pokphand Indonesia Tbk

PT Charoen Pokphand Indonesia (CPIN) adalah salah satu perusahaan

terkemuka di Indonesia yang bergerak di berbagai bidang usaha, termasuk agribisnis, pakan ternak, peternakan, makanan dan minuman, serta industri properti. Perusahaan ini merupakan bagian dari Grup Charoen Pokphand (CP Group), sebuah perusahaan multinasional yang berbasis di Thailand dan memiliki kehadiran di berbagai negara di seluruh dunia. CPI memiliki beragam produk dan layanan, mulai dari pakan ternak, ayam potong, babi, makanan laut, hingga produk makanan olahan. Selain itu, perusahaan ini juga terlibat dalam pengembangan properti komersial dan perumahan. Sebagai salah satu pemain utama di sektor agribisnis dan pangan di Indonesia, CPI telah berperan penting dalam menyokong ketahanan pangan negara dan memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi nasional.

PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN) mencatatkan sahamnya melalui Initial Public Offering (IPO) pada 18 Maret 1991 di Bursa Efek Indonesia, saat Perseroan menawarkan 2.500.000 lembar saham kepada publik dengan harga penawaran sebesar Rp 5.100 per lembar, sehingga berhasil menghimpun dana sekitar Rp 12,75 miliar dari penawaran umum perdana tersebut. Saham ini awalnya merupakan sekitar 33,33 % dari total saham terdaftar setelah IPO, yaitu 7.500.000 lembar saham. Melalui IPO, CPIN memperoleh akses modal publik yang membantu memperkuat struktur permodalan perusahaan dan mendukung ekspansi usahanya di sektor agribisnis, termasuk pakan unggas, pengolahan daging, serta produk peternakan lainnya. Status sebagai perusahaan publik juga meningkatkan likuiditas saham dan profil perusahaan di pasar modal Indonesia, membuat perusahaan harus menerapkan standar transparansi, tata kelola yang baik, dan akuntabilitas yang lebih tinggi kepada investor dan pemangku kepentingan, serta

membuka peluang bagi investor publik untuk ikut berpartisipasi dalam pertumbuhan Perseroan.



Gambar 2. 6 Strategi Keberlanjutan PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk

Strategi keberlanjutan CPIN tercermin dalam visi dan kebijakan perusahaan yang berlandaskan pada komitmen untuk menjaga pertumbuhan bisnis agar tetap sejalan dengan peningkatan nilai serta memberikan dampak positif bagi seluruh pemangku kepentingan. CPIN juga berupaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, masyarakat, dan area sekitar operasional perusahaan. Program keberlanjutan yang terintegrasi dalam strategi bisnis CPIN difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu ketahanan pangan, kesejahteraan mitra dan masyarakat, serta pelestarian lingkungan. Ketiga fokus tersebut disusun agar sesuai dengan karakteristik bisnis CPIN dan dampak yang dihasilkan dari kegiatan

operasionalnya.

2.2.16 Dharma Satya Nusantara Tbk

PT Dharma Satya Nusantara Tbk (DSNG) didirikan pada 29 September 1980 dan awalnya berfokus pada industri perkayuan melalui pengelolaan Hak Pengusahaan Hutan (HPH). Seiring waktu, perusahaan membangun kemitraan dengan ribuan petani lokal untuk memastikan pasokan kayu yang dapat ditelusuri dan diperoleh secara bertanggung jawab. Melihat meningkatnya permintaan minyak kelapa sawit global, DSNG berekspansi ke sektor perkebunan dan pengolahan kelapa sawit, yang kini menjadi kontributor utama dengan lebih dari 80% total pendapatan perusahaan.

DSNG melaksanakan Initial Public Offering (IPO) pada 14 Juni 2013 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan menawarkan 275.000.000 saham baru seharga Rp1.850 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp508,75 miliar. IPO ini memperkuat struktur permodalan perusahaan untuk mendukung pengembangan usaha di sektor kelapa sawit dan pengolahan kayu, sekaligus meningkatkan likuiditas, visibilitas, serta penerapan tata kelola dan transparansi sebagai perusahaan publik.

Dalam aspek keberlanjutan, DSNG menerapkan strategi berdasarkan Kebijakan Keberlanjutan Grup yang berfokus pada tiga area prioritas: hutan, iklim, dan masyarakat. Perusahaan mengadopsi prinsip No Deforestation, No Peat, No Exploitation (NDPE), serta kebijakan pelestarian dan sirkularitas guna memastikan operasional yang bertanggung jawab dan mendukung keberlanjutan jangka panjang.

2.2.17 Elnusa Tbk

PT Elnusa Tbk merupakan perusahaan jasa energi terintegrasi dan anak usaha PT Pertamina Hulu Energi (Subholding Upstream Pertamina). Dengan pengalaman lebih dari 55 tahun, Elnusa menyediakan solusi hulu migas, distribusi dan logistik energi, serta jasa penunjang seperti geoscience, drilling, dan EPC-OM. Strategi bisnisnya berfokus pada diversifikasi layanan, inovasi teknologi, kemitraan strategis, pengembangan SDM, keberlanjutan, dan ekspansi pasar guna menjaga daya saing di industri energi.

Elnusa melaksanakan Initial Public Offering (IPO) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 6 Februari 2008 dengan menawarkan 1.460.000.000 saham baru seharga Rp400 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp584 miliar. IPO ini memperkuat struktur permodalan perusahaan untuk mendukung ekspansi jasa energi terintegrasi, sekaligus meningkatkan likuiditas saham, visibilitas perusahaan, serta penerapan tata kelola dan transparansi sebagai perusahaan publik.

Inisiatif LST ESG Initiatives		
Lingkungan Environment	Sosial Social	Tata Kelola Governance
Dengan tantangan perubahan iklim, penggunaan sumber daya alam oleh perusahaan dan polusi serta pengelolaan limbahnya menjadi masalah kesadaran sosial	Kesehatan dan keselamatan pekerja, tanggung jawab produk, dan asumsi tanggung jawab dalam lingkungan perusahaan membentuk citra publiknya	Tata kelola perusahaan seperti orientasi kepemimpinan pada kebijakan perusahaan selaras LST dan tanggung jawab sosial perusahaan adalah mekanisme pengarah implementasi LST
With the challenges of climate change, the Company's use of natural resources and pollution, as well as waste management have become social awareness issues.	Employee health and safety, product responsibility, and assumption of responsibility within the Company's environment shape its public image.	Corporate governance such as leadership orientation on Company policies aligned with ESG and corporate social responsibility is mechanism directing ESG implementation.

Gambar 2. 7 Strategi Keberlanjutan PT Elnusa Tbk

Dalam aspek keberlanjutan, Elnusa mengintegrasikan prinsip Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (LST/ESG) ke dalam seluruh operasional dan strategi

bisnis. Komitmen ini bertujuan menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan, tidak hanya bagi perusahaan tetapi juga bagi pemangku kepentingan dan masyarakat luas.

2.2.18 Elang Mahkota Teknologi Tbk

PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK Group) didirikan pada 1983 dan berkembang dari penyedia layanan komputer pribadi menjadi konglomerat terintegrasi dengan portofolio di bidang Media & Digital, Kesehatan, Teknologi & Infrastruktur Digital, serta Jasa Keuangan. Sebagai salah satu grup media terkemuka di Indonesia, EMTEK mengoperasikan saluran televisi Free-to-Air nasional, platform digital, serta bisnis produksi dan distribusi konten yang menghadirkan tayangan informatif dan menghibur bagi masyarakat luas.

Perseroan melaksanakan Initial Public Offering (IPO) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 12 Januari 2010 dengan menawarkan 512.730.000 saham baru seharga Rp720 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp369,17 miliar. IPO ini memperkuat struktur permodalan, memperluas basis pemegang saham, serta meningkatkan likuiditas dan visibilitas perusahaan di pasar modal, sekaligus mendorong penerapan standar transparansi dan tata kelola yang lebih tinggi.

Dalam aspek keberlanjutan, EMTEK menerapkan strategi berbasis tiga pilar: tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan, praktik ketenagakerjaan serta kesehatan dan keselamatan kerja, dan tanggung jawab terhadap konsumen serta pemirsa. Perusahaan menargetkan pengurangan konsumsi energi, air, dan kertas hingga 2025, peningkatan kesetaraan gender hingga 50%

pada jajaran komisaris dan direksi pada 2030, adopsi kendaraan listrik dalam operasional, serta pencapaian net zero emissions untuk cakupan 1 dan 2 pada 2050, sebagai wujud komitmen terhadap keberlanjutan jangka panjang.

2.2.19. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk merupakan salah satu perusahaan makanan dan minuman besar di Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1990, namun kegiatan usahanya sudah dimulai sejak 1979 oleh pendirinya, Darmo Putro, melalui PT Tudung Putra Jaya (TPJ) yang berlokasi di Pati, Jawa Tengah. Saat ini, Garudafood memproduksi dan memasarkan berbagai produk makanan dan minuman yang mencakup tujuh merek, yaitu Garuda, Gery, Chocolatos, Clevo, Prochiz, Okky, dan Mountea, dengan beragam kategori seperti biskuit, kacang, pilus, snack, confectionery, minuman susu, coklat bubuk, keju, hingga salad dressing. Hingga akhir tahun 2023, Garudafood telah mengeksport produknya ke lebih dari 30 negara, dengan fokus utama pada kawasan ASEAN dan Cina.

PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk mulai Initial Public Offering (IPO) pada 10 Oktober 2018 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam proses IPO tersebut, Perseroan menawarkan 35 juta lembar saham baru kepada publik dengan harga penawaran Rp 1.284 per lembar saham. Dari penawaran ini, Perseroan secara resmi mengantongi dana sekitar Rp 44,94 miliar dari pelepasan 35 juta saham ke publik, meskipun secara teknis total nilai saham yang terkait dengan IPO dan konversi obligasi wajib konversi (MCB) mencapai sekitar Rp 979,49 miliar, namun karena sebagian besar dialokasikan untuk konversi

MCB, dana segar yang benar-benar diterima Perseroan dari saham publik adalah Rp 44,94 miliar.

Dalam menjalankan Komitmen Keberlanjutan tersebut, Perseroan telah memiliki Strategi dan Rencana Aksi Keberlanjutan yang mengacu pada 4 Pilar Keberlanjutan Perseroan.



Gambar 2. 8 Strategi Keberlanjutan PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
2.2.20 Medikaloka Hermina Tbk

PT Medikaloka Hermina Tbk merupakan operator jaringan Rumah Sakit Hermina yang menyediakan layanan rumah sakit umum dengan berbagai spesialisasi komprehensif. Sejak 2005, Hermina berkembang sebagai rumah sakit umum dengan dukungan tenaga medis berpengalaman dan berkomitmen memberikan layanan kesehatan profesional yang optimal, berlandaskan nilai “Pertumbuhan, Kesehatan, dan Umur Panjang” guna meningkatkan akses dan kualitas layanan bagi masyarakat.

Perseroan melaksanakan Initial Public Offering (IPO) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 16 Mei 2018 dengan menawarkan

351.380.800 saham baru seharga Rp3.700 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp1,30 triliun. Dana tersebut digunakan untuk ekspansi jaringan rumah sakit, pengadaan peralatan medis, pelunasan utang, dan modal kerja. IPO ini juga memperluas basis pemegang saham, meningkatkan likuiditas, serta mendorong penerapan tata kelola dan transparansi sebagai perusahaan publik.

Dalam aspek keberlanjutan, Hermina mengusung visi membangun jaringan rumah sakit yang tumbuh, sehat, dan berumur panjang melalui strategi *Hermina HEALS & Green*. Strategi ini berfokus pada tiga pilar: Health for All untuk meningkatkan akses dan mutu layanan kesehatan; Goodness to Society melalui program CSR, edukasi kesehatan, dan penguatan tata kelola; serta Green Operation dengan pengelolaan limbah medis, efisiensi energi dan air, serta pengurangan dampak lingkungan. Pendekatan ini menegaskan komitmen perusahaan terhadap pertumbuhan yang seimbang antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

2.2.21 Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) berawal dari Grup Consumer Branded Products milik PT Indofood Sukses Makmur Tbk yang memulai produksi mi instan pada 1982. Seiring perkembangan usaha, grup ini memperluas bisnis ke nutrisi dan makanan khusus (1985), makanan ringan (1990), serta penyedap makanan (1991). Saat ini, ICBP merupakan produsen produk konsumen bermerek terkemuka dengan portofolio mi instan, dairy, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus, minuman, serta usaha kemasan fleksibel dan karton.

ICBP melaksanakan Initial Public Offering (IPO) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 7 Oktober 2010 dengan menawarkan 1.166.191.000 saham baru atau sekitar 20% dari modal ditempatkan setelah IPO pada harga Rp5.395 per lembar. Dari aksi korporasi ini, Perseroan menghimpun dana sekitar Rp6,29 triliun untuk memperkuat struktur permodalan, mendukung ekspansi usaha, belanja modal, serta pelunasan utang. IPO juga meningkatkan likuiditas dan visibilitas saham serta mendorong penerapan tata kelola dan transparansi yang lebih baik.

Dalam aspek keberlanjutan, Indofood CBP berkomitmen mencapai pertumbuhan berkelanjutan melalui inovasi dan manajemen unggul. Strateginya berlandaskan konsep *triple bottom line* yang menyeimbangkan aspek people, planet, dan profit, dengan fokus pada tiga pilar utama dan sejumlah topik material guna memastikan kinerja ekonomi yang selaras dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

2.2.22 Impack Pratama Industri Tbk

PT Impack Pratama Industri Tbk (IMPC) adalah perusahaan manufaktur yang didirikan pada tahun 1981 dan bergerak dalam produksi serta distribusi bahan bangunan berbahan plastik, seperti atap, ACP, pipa, dan sealant. Berbasis di Jakarta, Perseroan menargetkan posisi sebagai perusahaan bahan bangunan plastik terdepan di Asia Pasifik dengan dukungan manajemen profesional, sumber daya manusia berjiwa wirausaha, serta sinergi antar anak perusahaan dan unit bisnis. Melalui strategi pemasaran yang agresif dan komitmen untuk terus berkembang, Impack berupaya memperluas pangsa pasar dan memperkuat kepemimpinannya di industri.

IMPC melaksanakan Initial Public Offering (IPO) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 17 Desember 2014. Melalui aksi korporasi ini, Perseroan memperoleh pendanaan publik untuk memperkuat struktur permodalan, mendukung ekspansi usaha, serta meningkatkan kapasitas produksi dan distribusi. Pencatatan saham di BEI juga meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta kepercayaan investor dan pemangku kepentingan terhadap kinerja perusahaan.

Dalam aspek keberlanjutan, Impack merumuskan tiga pilar utama sebagai pedoman menuju Agenda 2030, yaitu Building Right, Building Good, dan Building Well. Building Right menitikberatkan pada transparansi dan akuntabilitas, pengelolaan sumber daya manusia, model bisnis sirkular, keselamatan pelanggan, produksi bertanggung jawab, energi terbarukan, dan efisiensi energi. Building Good berfokus pada inovasi produk berkelanjutan, peningkatan kesejahteraan masyarakat eksternal, serta transparansi informasi produk. Sementara itu, Building Well menekankan kesejahteraan komunitas internal serta penciptaan nilai tambah bagi pemangku kepentingan dan masyarakat secara luas.

2.2.23 Vale Indonesia Tbk

PT Vale Indonesia Tbk (INCO) adalah perusahaan pertambangan nikel yang beroperasi sejak 1968 dengan area tambang utama di Sorowako, Sulawesi Selatan. Dalam menjalankan operasionalnya, Perseroan memanfaatkan energi terbarukan dan berkomitmen meningkatkan kualitas hidup serta mentransformasi masa depan melalui praktik pertambangan yang berkelanjutan, inovatif, dan berorientasi pada pengembangan masyarakat.

Perseroan melakukan Initial Public Offering (IPO) pada 16 Mei 1990 dengan menawarkan sekitar 49,7 juta lembar saham atau 20% dari total saham yang ditempatkan dan disetor penuh saat itu. Saham tersebut dicatatkan di Bursa Efek Indonesia (saat itu Bursa Efek Jakarta), sehingga memungkinkan perusahaan memperoleh akses pendanaan publik untuk memperkuat struktur permodalan dan mendukung ekspansi usaha pertambangan serta pengolahan nikel. Pencatatan ini juga meningkatkan likuiditas saham, visibilitas perusahaan, serta memperluas basis pemegang saham sebagai bagian dari pertumbuhan jangka panjang.

Dalam menjalankan operasionalnya, Vale Indonesia mengedepankan tiga pilar keberlanjutan. Pilar Sustainable Operator menekankan pengelolaan siklus pertambangan dari perencanaan hingga pascatambang secara bertanggung jawab. Pilar Local Development Catalyst berfokus pada peran perusahaan sebagai katalis pembangunan daerah melalui kolaborasi dengan pemerintah, masyarakat, dan mitra lokal. Sementara itu, Global Sustainability Agent menegaskan komitmen penerapan standar ESG global dan inovasi pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan, sehingga keseimbangan antara kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial dapat terjaga.

2.2.24 Indofood Sukses Makmur Tbk

PT Indofood Sukses Makmur Tbk didirikan pada tahun 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma dan telah memiliki kegiatan usaha sejak awal 1980-an. Sebagai perusahaan *Total Food Solutions*, Indofood menjalankan operasional yang terintegrasi dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga distribusi produk akhir ke pasar. Model bisnisnya didukung oleh empat Kelompok Usaha Strategis

yang saling melengkapi, yaitu Produk Konsumen Bermerek (CBP), Bogasari, Agribisnis, dan Distribusi, sehingga memberikan keunggulan skala ekonomi dan daya saing yang kuat.

Indofood mulai Initial Public Offering (IPO) dengan menawarkan 21 juta lembar saham di harga Rp6.200 per lembar dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 14 Juli 1994. Dari aksi korporasi ini, Perseroan menghimpun dana sekitar Rp130,2 miliar atau setara 2,75% dari total saham setelah IPO. Pencatatan saham ini memperkuat struktur permodalan, memperluas basis pemegang saham, serta meningkatkan likuiditas, visibilitas, dan penerapan tata kelola perusahaan yang lebih transparan sebagai entitas publik.



Gambar 2.9 Strategi Keberlanjutan PT Indofood Sukses Makmur Tbk

Dalam aspek keberlanjutan, Indofood membangun struktur tata kelola yang melibatkan seluruh grup dan divisi guna memastikan implementasi program berjalan efektif dan terintegrasi. Komitmen perusahaan untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan melalui inovasi dan manajemen unggul didasarkan pada prinsip *triple bottom line* yang menyeimbangkan aspek people, planet, dan profit. Strategi ini dituangkan dalam tiga pilar utama dan 15 topik material sebagai pedoman pelaksanaan program keberlanjutan secara konsisten dan terukur.

2.2.25 Indocement Tunggal Prakarsa Tbk

PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk adalah salah satu perusahaan produsen semen terkenal di Indonesia yang berdiri pada tahun 1975 dan dikenal dengan merek “Tiga Roda”. Perusahaan ini menjalankan kegiatan usaha di bidang produksi semen, beton siap pakai (ready-mix), serta pertambangan agregat, dan merupakan bagian dari Heidelberg Materials. Indocement memiliki kapasitas produksi sekitar 33,5 juta ton semen per tahun, dengan fasilitas yang tersebar di beberapa wilayah seperti Citeureup, Cirebon, Tarjun, Grobogan, Maros, dan Banyuwangi. Fasilitas tersebut terdiri dari empat belas pabrik milik sendiri, serta tambahan dua pabrik dan satu *grinding mill* yang dioperasikan melalui sistem sewa.

Indocement melaksanakan Initial Public Offering (IPO) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (saat itu Bursa Efek Jakarta) pada 5 Desember 1989 dengan kode emiten INTP. Dalam IPO tersebut, Perseroan menawarkan 59.888.100 lembar saham dengan harga Rp10.000 per lembar dan berhasil menghimpun dana sekitar Rp898,32 miliar. Aksi korporasi ini memperkuat struktur permodalan perusahaan, mendukung ekspansi dan investasi operasional, serta meningkatkan likuiditas, visibilitas, dan praktik tata pengelolaan perusahaan yang akuntabel dan transparan bagi publik.

Strategi keberlanjutan Indocement selaras dengan Sustainability Commitments 2030 dari Heidelberg Materials yang berfokus pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB). Perusahaan berkomitmen menjaga kenaikan suhu global di bawah 2°C melalui pengurangan emisi dan peningkatan efisiensi energi, konservasi sumber daya alam, serta penggunaan bahan baku dan

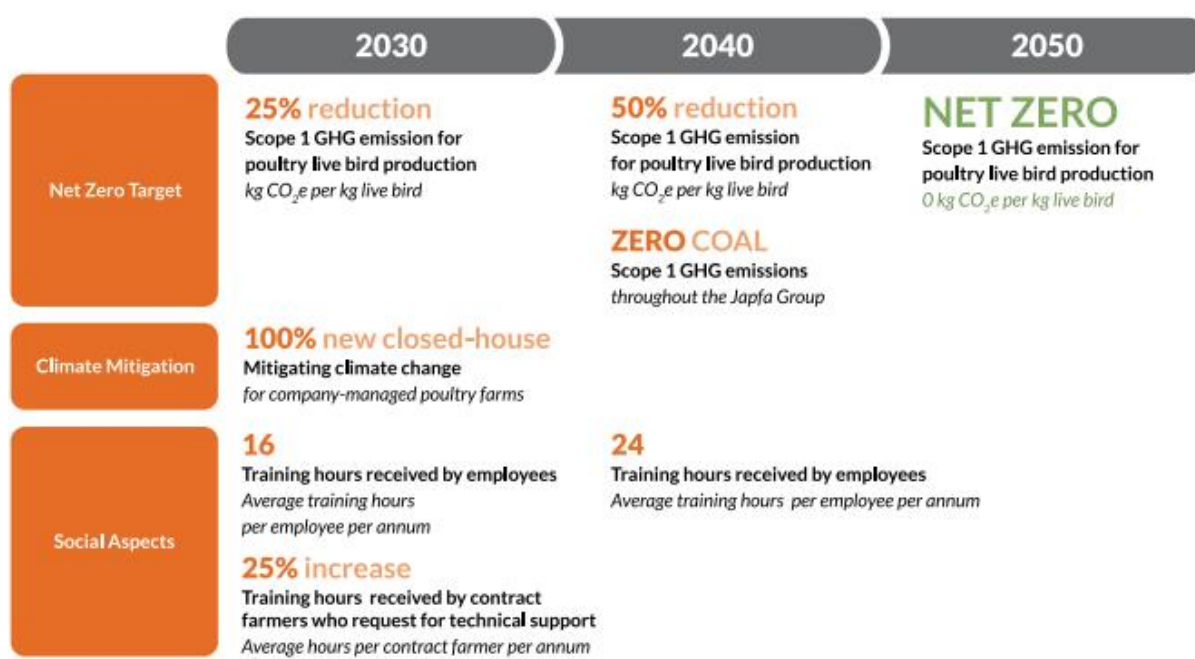
energi alternatif. Selain itu, Indocement menjunjung tinggi hak asasi manusia, standar ketenagakerjaan, dan antikorupsi, meningkatkan keselamatan dan kesehatan kerja (K3), mendukung pengembangan sosial ekonomi masyarakat, menjaga keanekaragaman hayati, serta memastikan ketersediaan air bersih dan sanitasi, dengan tetap mempertahankan profitabilitas yang berkelanjutan melalui inovasi dan manajemen yang efektif.

2.2.26 Japfa Comfeed Indonesia Tbk

PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) adalah perusahaan agro-pangan di Indonesia (berdiri 1971) yang berfokus pada produksi pakan ternak, peternakan unggas, budidaya perairan, dan daging olahan. JPFA, dengan jangkauan nasional, mengintegrasikan rantai pasokan dari hulu ke hilir untuk menyediakan protein hewani berkualitas tinggi.

PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk melakukan Initial Public Offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 23 Oktober 1989, saat Berita menunjukkan Perseroan menawarkan 4.000.000 lembar saham kepada publik dengan harga penawaran sebesar Rp 7.200 per lembar saham, sehingga berhasil menghimpun dana sekitar Rp 28,8 miliar dari penawaran umum perdana tersebut. Saham ini merupakan penawaran umum perdana pertama yang dicatatkan di BEI bagi Perseroan pada tahun itu, yang kemudian membuka jalan bagi perusahaan berkembang di industri pakan ternak dan agribisnis skala besar di Indonesia. Melalui IPO, Japfa Comfeed memperoleh akses terhadap modal publik yang memperkuat struktur permodalan dan mendukung rencana ekspansi usaha yang mencakup perluasan kapasitas produksi pakan serta pengembangan lini usaha

agribisnis lainnya seiring pertumbuhan permintaan domestik dan ekspor. Setelah menjadi perusahaan publik, saham JPFA diperdagangkan secara aktif di Bursa Efek Indonesia, memperluas basis pemegang saham di luar pemilik awal, meningkatkan likuiditas saham dan visibilitas perusahaan, serta mendorong perusahaan menerapkan standar tata kelola, transparansi, dan akuntabilitas yang lebih besar sebagai perusahaan terbuka di pasar modal Indonesia.



Gambar 2. 10 Strategi Keberlanjutan Japfa Comfeed Indonesia Tbk

Pada tahun 2022, Japfa Grup memiliki target keberlanjutan dengan menggunakan data tahun 2022 sebagai dasar acuan. Target tersebut dibagi ke dalam dua fokus utama, yaitu aspek lingkungan dan sosial. Dari sisi lingkungan, perusahaan berfokus pada upaya pengurangan emisi, khususnya emisi Cakupan 1 yang diukur berdasarkan data tahun 2022 per kilogram live bird. Sementara itu, dari sisi sosial, Japfa berkomitmen untuk terus mengembangkan karyawan serta peternak mitra melalui pelatihan berkelanjutan, dengan tujuan meningkatkan

produktivitas dan mendukung pengambilan keputusan yang sejalan dengan program keberlanjutan.

2.2.27 Jasa Marga (Persero) Tbk

PT Jasa Marga (Persero) Tbk adalah perusahaan pertama sekaligus terbesar di Indonesia dalam bidang pengembangan dan pengelolaan jalan tol, dengan pangsa pasar sekitar 45% dari total panjang jalan tol komersial yang beroperasi, yaitu sekitar 1.286 km. Dengan pengalaman lebih dari 46 tahun, perusahaan ini mengelola 36 konsesi jalan tol dengan total panjang mencapai 1.736 km. Selain berperan sebagai operator, Jasa Marga juga bertindak sebagai pengembang jalan tol yang memperoleh izin dari pemerintah, guna mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Jasa Marga melaksanakan Initial Public Offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia pada 12 November 2007 dengan menawarkan 2.040.000.000 lembar saham atau sekitar 30% dari modal ditempatkan dan disetor penuh setelah IPO pada harga Rp1.700 per lembar. Dari aksi korporasi ini, Perseroan menghimpun dana sekitar Rp3,468 triliun untuk memperkuat struktur permodalan, mendukung ekspansi jalan tol, serta pembayaran utang. Pencatatan saham ini juga meningkatkan likuiditas, visibilitas, serta penerapan tata kelola perusahaan yang lebih transparan dan akuntabel.

Dalam penerapan keberlanjutan, Jasa Marga mengembangkan tiga pilar utama, yaitu tata kelola, sosial, dan lingkungan. Pilar tata kelola menjadi fondasi utama dengan integrasi prinsip keberlanjutan berbasis integritas, transparansi, dan akuntabilitas. Pilar lingkungan berfokus pada pengurangan emisi gas rumah kaca

cakupan 1 dan 2 melalui efisiensi energi, sertifikasi Green Toll Road, serta penerapan ISO 14001. Sementara itu, pilar sosial menitikberatkan pada internalisasi budaya ESG, pengembangan karyawan dan masyarakat, pemenuhan hak serta kesejahteraan pekerja, keberagaman dan inklusivitas, serta penguatan budaya keselamatan dan kesehatan kerja (K3).

2.2.28 Kalbe Farma Tbk

PT Kalbe Farma Tbk didirikan pada tahun 1966 dan merupakan salah satu perusahaan farmasi publik terbesar di Asia Tenggara. Kalbe memiliki empat divisi utama, yaitu farmasi resep, produk kesehatan (obat bebas, multivitamin, dan minuman suplemen), nutrisi, serta distribusi & logistik. Selain itu, Kalbe mengembangkan ekosistem layanan digital berbasis B2B seperti EMOS sebagai sistem manajemen pesanan untuk optimalisasi rantai pasok, serta MOSTRANS sebagai penyedia solusi transportasi guna meningkatkan efisiensi distribusi produk kesehatan.

Kalbe mulai Initial Public Offering (IPO) dan dengan penawaran 10 juta lembar saham pada pasar di harga Rp7.800 per lembar dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 30 Juli 1991, sehingga menghimpun dana sekitar Rp78 miliar. IPO ini memperkuat struktur permodalan dan mendukung ekspansi usaha Perseroan di sektor farmasi dan kesehatan. Setelah menjadi perusahaan publik, saham KLBF diperdagangkan secara aktif, memperluas basis pemegang saham dan mendukung praktik transparansi, tata kelola, dan akuntabilitas yang lebih baik.

Dalam aspek keberlanjutan, Kalbe mengintegrasikan prinsip Lingkungan,

Sosial, dan Tata Kelola (LST) ke dalam strategi bisnisnya guna menciptakan nilai jangka panjang. Pada pilar lingkungan, Perseroan berfokus pada penggunaan kemasan ramah lingkungan, daur ulang produk, pengurangan emisi karbon, serta pengelolaan limbah berbasis lingkungan. Pilar sosial menekankan perluasan akses obat generik dan layanan kesehatan, pemberdayaan masyarakat melalui akses air bersih dan energi terbarukan, serta program kesehatan seperti penanganan kanker, stunting, dan TBC. Sementara itu, pilar tata kelola berfokus pada kepatuhan regulasi, kesetaraan dan inklusivitas, manajemen risiko dan etika bisnis, penerapan prinsip keberlanjutan pada pemasok, serta penguatan struktur pengawasan keberlanjutan di tingkat korporasi.

2.2.29 Matahari Department Store Tbk

PT Matahari Department Store Tbk (LPPF) didirikan pada 24 Oktober 1958 dan merupakan salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia yang menyediakan pakaian, aksesoris, produk kecantikan, serta perlengkapan rumah tangga dengan harga terjangkau. Matahari mengoperasikan lebih dari 140 gerai di hampir 80 kota dan dikenal melalui ragam produk fesyen yang terkurasi. Perseroan juga memperkuat portofolio merek eksklusifnya, seperti SUKO, ZES, Nevada, Connexion, COLE, dan Little M untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang dinamis.

Matahari mulai Initial Public Offering (IPO) pada 9 Oktober 1989 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan penawaran 2 juta lembar saham pada harga Rp7.900 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp16,906 miliar. IPO ini memberikan akses pendanaan publik guna mendukung

ekspansi jaringan gerai dan pengembangan bisnis ritel. Sebagai perusahaan terbuka, saham LPPF diperdagangkan secara aktif, meningkatkan likuiditas, visibilitas, serta mendorong penerapan tata kelola dan transparansi yang lebih baik.

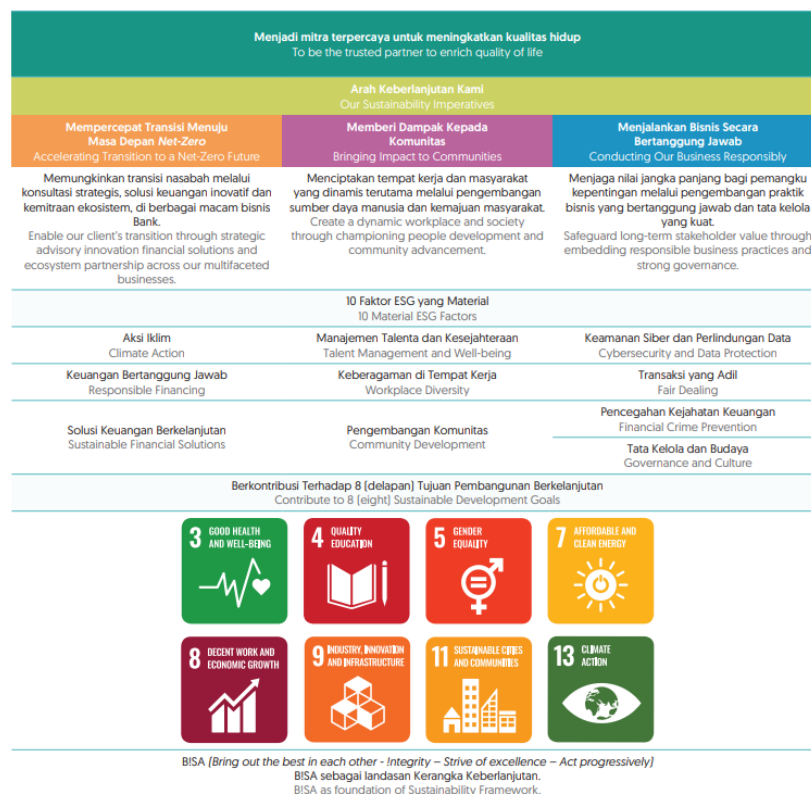
Dalam aspek keberlanjutan, Matahari menjalankan Sustainability Roadmap 2030 yang mengintegrasikan aspek ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola ke dalam rantai nilainya sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) 2030. Pilar lingkungan berfokus pada penyediaan produk ramah lingkungan, penerapan prinsip reduce, reuse, recycle, serta pengurangan konsumsi energi dan emisi gas rumah kaca. Pilar sosial menekankan kesetaraan kesempatan kerja, lingkungan kerja yang positif, penghormatan terhadap hak asasi manusia, dan kontribusi bagi komunitas lokal. Sementara itu, pilar tata kelola mengedepankan prinsip antikorupsi, persaingan usaha yang sehat, serta perlindungan data dan privasi pelanggan sebagai bagian dari komitmen etika bisnis.

2.2.30 Bank OCBC NISP Tbk

PT Bank OCBC NISP Tbk merupakan salah satu bank tertua di Indonesia yang didirikan pada 4 April 1941 di Bandung dan kini menjadi bagian dari OCBC Bank. Bank ini menyediakan layanan perbankan konvensional dan syariah bagi nasabah individu maupun korporasi, dengan fokus pada pengembangan solusi keuangan digital untuk menjawab kebutuhan perbankan modern.

OCBC NISP mulai Initial Public Offering (IPO) pada 20 Oktober 1994 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan penawaran 12 juta lembar saham pada harga Rp3.100 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp38,75 miliar. IPO ini memperkuat struktur permodalan bank serta mendukung ekspansi

jaringan dan pengembangan layanan. Sebagai perusahaan publik, pencatatan saham di BEI juga meningkatkan likuiditas, visibilitas, serta penerapan tata kelola dan transparansi yang lebih baik guna membangun kepercayaan investor dan pemangku kepentingan.



Gambar 2. 11 Strategi Keberlanjutan PT Bank OCBC NISP Tbk

Dalam menjalankan strategi keberlanjutan, Bank menggunakan kerangka berbasis tiga pilar utama, yaitu Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (LST/ESG), yang mencakup sepuluh faktor ESG prioritas. Penerapan kerangka ini mendukung pencapaian delapan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) melalui berbagai program di bidang pendidikan, kesehatan, kesetaraan gender, pertumbuhan ekonomi yang inklusif, serta aksi terhadap perubahan iklim. Selain itu, kerja sama strategis dengan berbagai pemangku kepentingan juga memperkuat komitmen

Bank dalam memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan.

2.2.31 Perusahaan Gas Negara Tbk

PT Perusahaan Gas Negara Tbk (PGN), bagian dari Subholding Gas PT Pertamina (Persero), merupakan perusahaan yang bergerak di bidang transmisi dan distribusi gas bumi di Indonesia. Berbasis di Jakarta, PGN melayani kebutuhan energi bersih untuk sektor industri, komersial, dan rumah tangga melalui pengembangan infrastruktur gas yang terintegrasi. Perseroan terus meningkatkan produktivitas operasional dengan penguatan unit bisnis serta menjaga kesinambungan penyaluran gas sebagai prioritas utama pelayanan kepada pelanggan.

PGN mulai Initial Public Offering (IPO) pada 15 Desember 2003 dan mencatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan penawaran 1 miliar lembar saham di harga Rp1.500 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp1,94 triliun. IPO ini memperkuat struktur permodalan untuk mendukung pembangunan dan pengembangan infrastruktur gas nasional, sekaligus meningkatkan likuiditas saham, memperluas basis pemegang saham, dan mendorong penerapan tata kelola serta transparansi yang lebih baik sebagai perusahaan publik.

Dalam menjalankan bisnisnya, PGN menempatkan keberlanjutan sebagai elemen kunci yang menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Komitmen lingkungan diwujudkan melalui efisiensi energi, pengelolaan limbah yang bertanggung jawab, pelestarian ekosistem, dan dukungan terhadap keanekaragaman hayati. Pada aspek sosial, PGN

berfokus pada peningkatan kesehatan dan keselamatan kerja, penghormatan terhadap hak asasi manusia, penggunaan produk dan jasa lokal, serta peningkatan kualitas hidup karyawan dan masyarakat. Melalui langkah strategis tersebut, PGN berperan sebagai katalisator dalam transisi energi bersih yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

2.2.32 Pakuwon Jati Tbk

PT Pakuwon Jati Tbk (PWON) adalah pengembang properti yang berdiri sejak 1982 dan tercatat di bursa saham sejak 1989. Perseroan memiliki portofolio terdiversifikasi secara geografis di Surabaya, Jakarta, Bekasi, Yogyakarta, Solo, Bali, Semarang, dan Batam, dengan fokus pada pengembangan pusat perbelanjaan, residensial, perkantoran, dan perhotelan. Pakuwon menerapkan model bisnis terintegrasi secara vertikal yang mencakup akuisisi lahan, pengembangan, pemasaran, hingga pengelolaan operasional properti.

Pakuwon Jati mulai Initial Public Offering (IPO) pada 27 Juli 1989 dan mencatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan penawaran empat juta lembar saham di harga Rp7.600 per saham, sehingga menghimpun dana sekitar Rp30,4 miliar. IPO ini memperkuat struktur permodalan dan mendukung ekspansi proyek-proyek properti skala besar. Sebagai perusahaan publik, saham PWON diperdagangkan secara aktif, meningkatkan likuiditas, memperluas basis pemegang saham, serta mendorong penerapan tata kelola dan transparansi yang lebih baik.

Dalam aspek keberlanjutan, Pakuwon berorientasi pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) dengan menyeimbangkan pertumbuhan bisnis dan tanggung jawab lingkungan serta sosial. Inisiatif yang dijalankan antara lain

pengurangan penggunaan kantong plastik di pusat perbelanjaan, pemasangan panel surya, serta berbagai program hijau untuk menekan emisi karbon. Sasaran keberlanjutan perusahaan mencakup pemberian imbal hasil berkelanjutan bagi pemegang saham, penyediaan produk dan layanan terbaik bagi pelanggan, pengembangan karyawan, pemberdayaan masyarakat melalui program CSR, serta perlindungan lingkungan melalui upaya mitigasi dampak operasional.

2.2.33 Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk

PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) didirikan pada tahun 1940 dan dikenal sebagai produsen jamu dan herbal terbesar serta termodern di Indonesia. Berpusat di Semarang, perusahaan ini memproduksi lebih dari 300 jenis produk, termasuk Tolak Angin dan Kuku Bima Energi, yang telah dipasarkan secara luas di dalam maupun luar negeri. Sido Muncul resmi tercatat sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2013.

SIDO melaksanakan Initial Public Offering (IPO) pada 18 Desember 2013 dengan menawarkan 1,5 miliar lembar saham atau sekitar 10% dari modal ditempatkan dan disetor penuh setelah IPO pada harga Rp580 per lembar, sehingga menghimpun dana sekitar Rp870 miliar. Dana tersebut digunakan untuk memperkuat modal kerja, mendukung operasional, serta membiayai ekspansi usaha termasuk peningkatan kapasitas produksi dan pengembangan sistem teknologi informasi. Pencatatan saham ini juga meningkatkan likuiditas, memperluas basis pemegang saham, serta mendorong penerapan tata kelola dan transparansi yang lebih baik.

Dalam strategi keberlanjutan, Sido Muncul mengintegrasikan prinsip

keberlanjutan ke seluruh kegiatan operasional dan rantai pasok dengan melibatkan pemasok serta mitra petani. Perusahaan menerapkan produksi bersih, pengelolaan lingkungan yang konsisten, dan efisiensi sumber daya untuk meminimalkan dampak lingkungan. Selain itu, Sido Muncul menjunjung tinggi hak karyawan, keselamatan dan kesehatan kerja, serta hubungan industrial yang harmonis, sekaligus memastikan kualitas dan keamanan produk sesuai standar tertinggi. Komitmen ini selaras dengan prinsip United Nations Global Compact dan diwujudkan melalui kontribusi aktif terhadap kesejahteraan masyarakat dan pembangunan berkelanjutan.

2.2.34 Siloam International Hospitals Tbk

PT Siloam International Hospitals Tbk (SILO) merupakan jaringan rumah sakit swasta terbesar di Indonesia yang berada di bawah naungan Lippo Group dan didirikan pada 3 Agustus 1996. Perseroan mengoperasikan lebih dari 41 rumah sakit dan 25 klinik yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia dengan dukungan tenaga medis profesional serta fasilitas berstandar internasional. Sebagai salah satu pemain utama di sektor layanan kesehatan nasional, Siloam berfokus pada penyediaan layanan medis yang komprehensif, berkualitas, dan berorientasi pada keselamatan pasien guna meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.

Pada 12 September 2013, Perseroan melaksanakan Initial Public Offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia dengan menawarkan 156.100.000 lembar saham atau sekitar 13,5% dari total saham yang tercatat kepada publik pada harga penawaran Rp9.000 per lembar saham. Melalui aksi korporasi tersebut, Siloam berhasil menghimpun dana sekitar Rp1,4049 triliun yang digunakan untuk mendukung

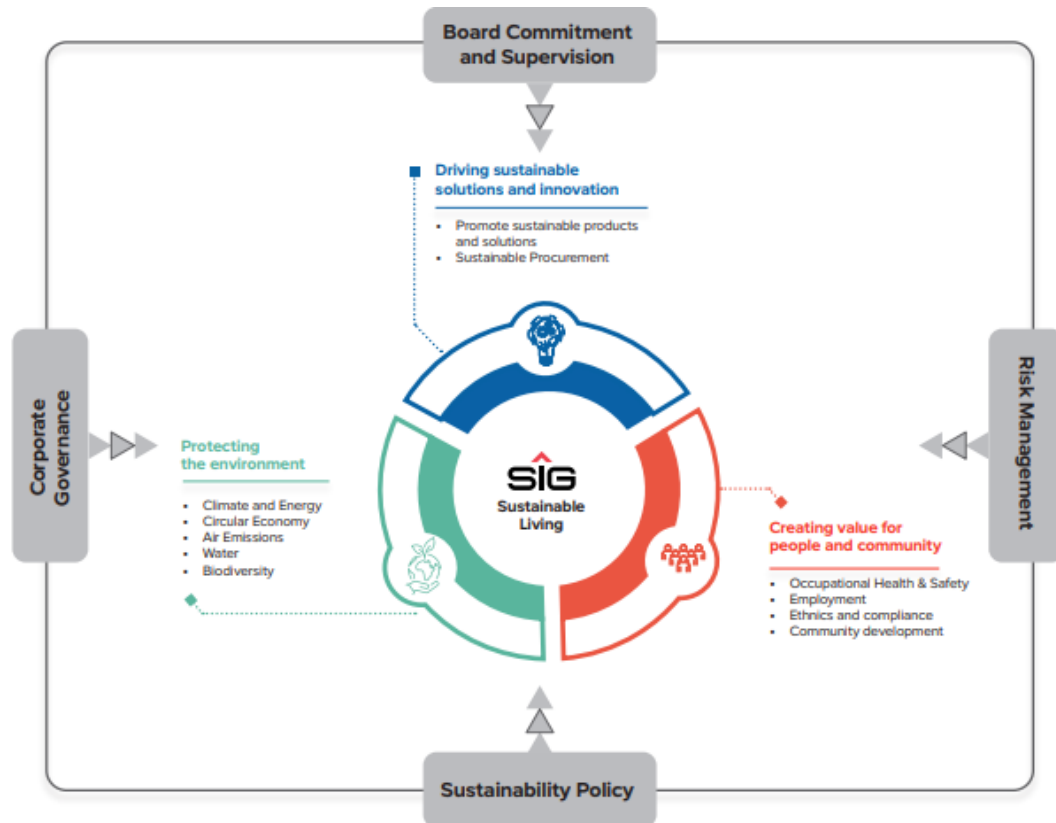
ekspansi jaringan rumah sakit, pengadaan peralatan medis, pembayaran utang, serta akuisisi fasilitas kesehatan lainnya. Setelah menjadi perusahaan publik, saham SILO diperdagangkan secara aktif di pasar modal Indonesia dan mendorong peningkatan transparansi, akuntabilitas, serta penerapan tata kelola perusahaan yang lebih baik.

Dalam aspek keberlanjutan, Siloam mengintegrasikan prinsip ESG melalui empat fokus utama, yaitu *Caring for Our Patients*, *Caring for Our Environment*, *Caring for Our People*, dan *Caring for Our Community*. Komitmen tersebut diwujudkan melalui penyediaan layanan kesehatan yang inklusif dan berkelanjutan, terutama bagi kelompok rentan; pengurangan dampak lingkungan operasional rumah sakit melalui efisiensi energi, pengelolaan limbah, dan penurunan emisi; dukungan terhadap agenda pembangunan berkelanjutan nasional; kolaborasi lintas sektor; serta inovasi teknologi seperti telemedisin dan layanan kesehatan digital. Selain itu, Perseroan juga berupaya memberdayakan tenaga kerja dan masyarakat untuk menerapkan gaya hidup berkelanjutan demi mendukung kesehatan dan kesejahteraan jangka panjang.

2.2.35 Semen Indonesia (Persero) Tbk

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk merupakan badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak di bidang produksi semen dan bahan bangunan. Pemerintah Indonesia memegang mayoritas saham Perseroan melalui Danantara. Perusahaan ini memiliki 17 anak usaha yang beroperasi di Indonesia dan Vietnam, sehingga menjadikannya salah satu produsen semen terbesar di kawasan Asia Tenggara. Sebagai entitas strategis di sektor industri dasar dan kimia, Semen Indonesia

berperan penting dalam mendukung pembangunan infrastruktur nasional serta pertumbuhan ekonomi.



Gambar 2. 12 Strategi Keberlanjutan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk

Perseroan resmi melakukan Initial Public Offering (IPO) pada 8 Juli 1991 melalui pencatatan saham di Bursa Efek Indonesia dengan menawarkan 40.000.000 lembar saham kepada publik pada harga Rp7.000 per lembar saham. Dari aksi korporasi tersebut, Perseroan berhasil menghimpun dana sekitar Rp280 miliar untuk memperkuat struktur permodalan dan mendukung pengembangan operasional perusahaan. Saham yang ditawarkan merupakan bagian dari total 70.000.000 lembar saham terdaftar setelah IPO. Dengan status sebagai perusahaan publik, Semen Indonesia memperoleh akses pendanaan yang lebih luas,

meningkatkan likuiditas saham, memperluas basis pemegang saham, serta mendorong penerapan tata kelola perusahaan yang lebih transparan dan akuntabel.

Dalam aspek keberlanjutan, Perseroan berkomitmen menjalankan praktik bisnis yang sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan melalui tiga pilar utama, yaitu *Mendorong Solusi dan Inovasi Berkelanjutan, Perlindungan Terhadap Lingkungan*, serta *Menciptakan Nilai untuk Karyawan dan Komunitas*. Komitmen tersebut diperkuat dengan penerapan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance) yang menjunjung tinggi kepatuhan hukum, etika, dan integritas, sebagaimana dituangkan dalam *Sustainability Roadmap SIG*. Pada aspek inovasi, perusahaan menghadirkan produk bahan bangunan yang lebih ramah lingkungan dan rendah emisi melalui pemanfaatan teknologi serta material alternatif. Dalam perlindungan lingkungan, Perseroan menitikberatkan pada pengurangan emisi gas rumah kaca, efisiensi energi, penggunaan bahan bakar alternatif, pengelolaan limbah dan air, serta konservasi keanekaragaman hayati. Sementara itu, dalam menciptakan nilai bagi karyawan dan komunitas, perusahaan berfokus pada peningkatan keselamatan dan kesehatan kerja, pengembangan kompetensi sumber daya manusia, serta pelaksanaan program tanggung jawab sosial guna memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

2.2.36 Selamat Sempurna Tbk

PT Selamat Sempurna Tbk (SMSM) didirikan pada 19 Januari 1976 dan bergerak di bidang industri komponen otomotif. Perseroan dikenal sebagai produsen filter dan radiator terbesar di Indonesia melalui merek Sakura Filter dan

ADR Radiator, serta memproduksi berbagai komponen lain seperti tangki bahan bakar, knalpot, pipa rem, dan karoseri kendaraan. Produk SMSM tidak hanya dipasarkan di dalam negeri, tetapi juga telah diekspor ke lebih dari 125 negara, menjadikan perusahaan ini sebagai salah satu pemain global di industri komponen otomotif.

Perseroan mulai Initial Public Offering (IPO) pada 9 September 1996 dan mencatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan penawaran 34 juta lembar saham baru pada pasar di harga Rp1.700 per lembar saham. Dari aksi korporasi tersebut, Perseroan berhasil menghimpun dana sekitar Rp58,48 miliar, yang setara dengan sekitar 30,07% dari modal ditempatkan dan disetor penuh saat itu. Melalui IPO, Selamat Sempurna memperoleh akses pendanaan yang lebih luas untuk memperkuat struktur permodalan dan mendukung ekspansi usaha. Status sebagai perusahaan publik juga meningkatkan likuiditas saham, memperluas basis pemegang saham, serta mendorong praktik pengelolaan perusahaan yang lebih akuntabel dan transparan.

Dalam aspek keberlanjutan, Perseroan meyakini bahwa keberlanjutan merupakan komitmen yang harus terintegrasi dalam seluruh aktivitas bisnis. Komitmen tersebut diwujudkan melalui penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik, kepatuhan terhadap peraturan dan penghormatan terhadap norma sosial serta Hak Asasi Manusia, praktik operasi yang adil termasuk perlindungan konsumen dan ketenagakerjaan, serta pelibatan pemangku kepentingan dan masyarakat sekitar area operasional. Selain itu, Perseroan menjalankan sistem pengelolaan yang terbuka dan akuntabel, mengintegrasikan tanggung jawab sosial

dan lingkungan ke dalam kegiatan operasional, serta memastikan seluruh karyawan memahami dan menerapkan kebijakan keberlanjutan sebagai bagian dari budaya perusahaan guna mendukung pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan.

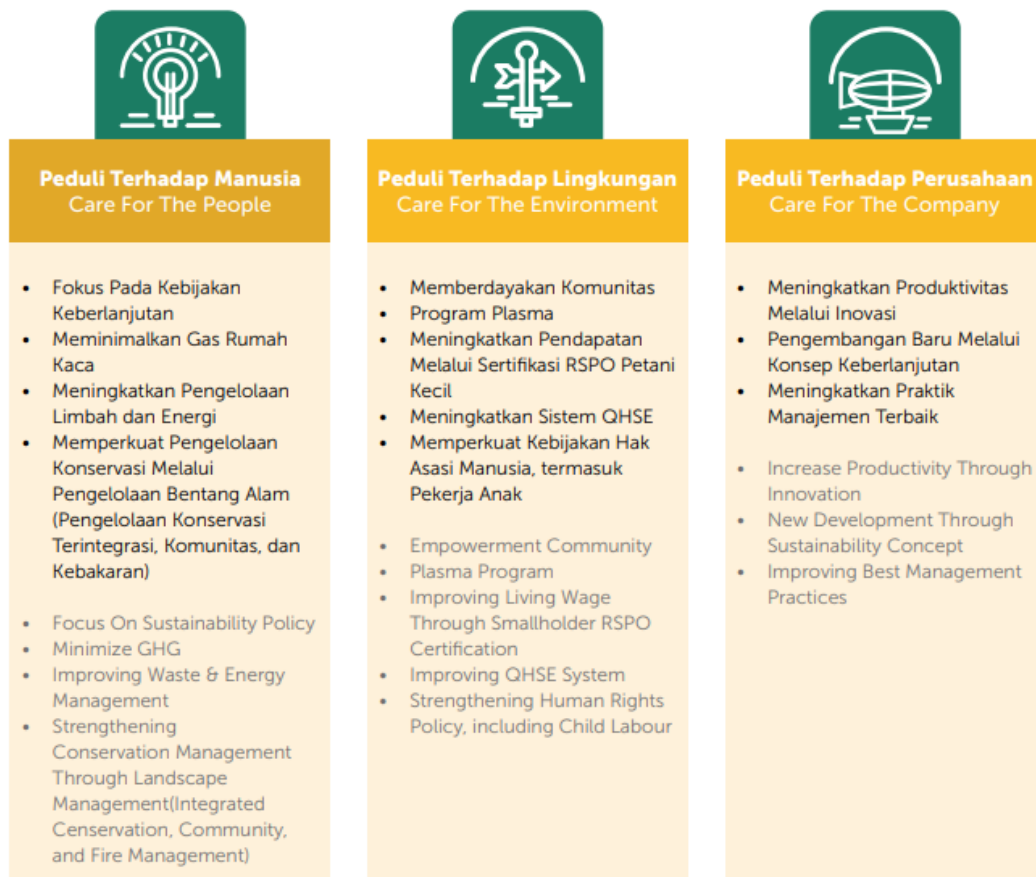
2.2.37 Sawit Sumbermas Sarana Tbk

PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk (SSMS) adalah perusahaan yang berfokus di bidang perkebunan kelapa sawit dan berlokasi di Pangkalan Bun, sera berada di provinsi Kalimantan Tengah, Indonesia. Kegiatan utamanya mencakup pengelolaan perkebunan kelapa sawit serta produksi Crude Palm Oil (CPO) dan Palm Kernel Oil (PKO). Sebagai salah satu perusahaan di industri sawit nasional, SSMS berfokus pada peningkatan produktivitas serta efisiensi operasional untuk memenuhi kebutuhan pasar, baik dalam negeri maupun luar negeri.

Perseroan resmi melakukan Initial Public Offering (IPO) dan tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 12 Desember 2013 dengan menawarkan 1.500.000.000 lembar saham kepada publik atau sekitar 15,75% dari modal ditempatkan dan disetor penuh setelah IPO pada harga Rp670 per lembar saham. Melalui aksi korporasi tersebut, SSMS berhasil menghimpun dana sekitar Rp1,005 triliun yang digunakan untuk pengembangan lahan perkebunan, perluasan fasilitas pabrik kelapa sawit, modal kerja, serta pelunasan utang. Dengan menjadi perusahaan publik, SSMS memperoleh akses pendanaan yang lebih luas sekaligus meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan usaha.

Dalam aspek keberlanjutan, SSMS mengintegrasikan prinsip ESG melalui tiga pilar utama, yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet*. Komitmen tersebut dibuktikan dengan perolehan berbagai sertifikasi keberlanjutan seperti Roundtable on

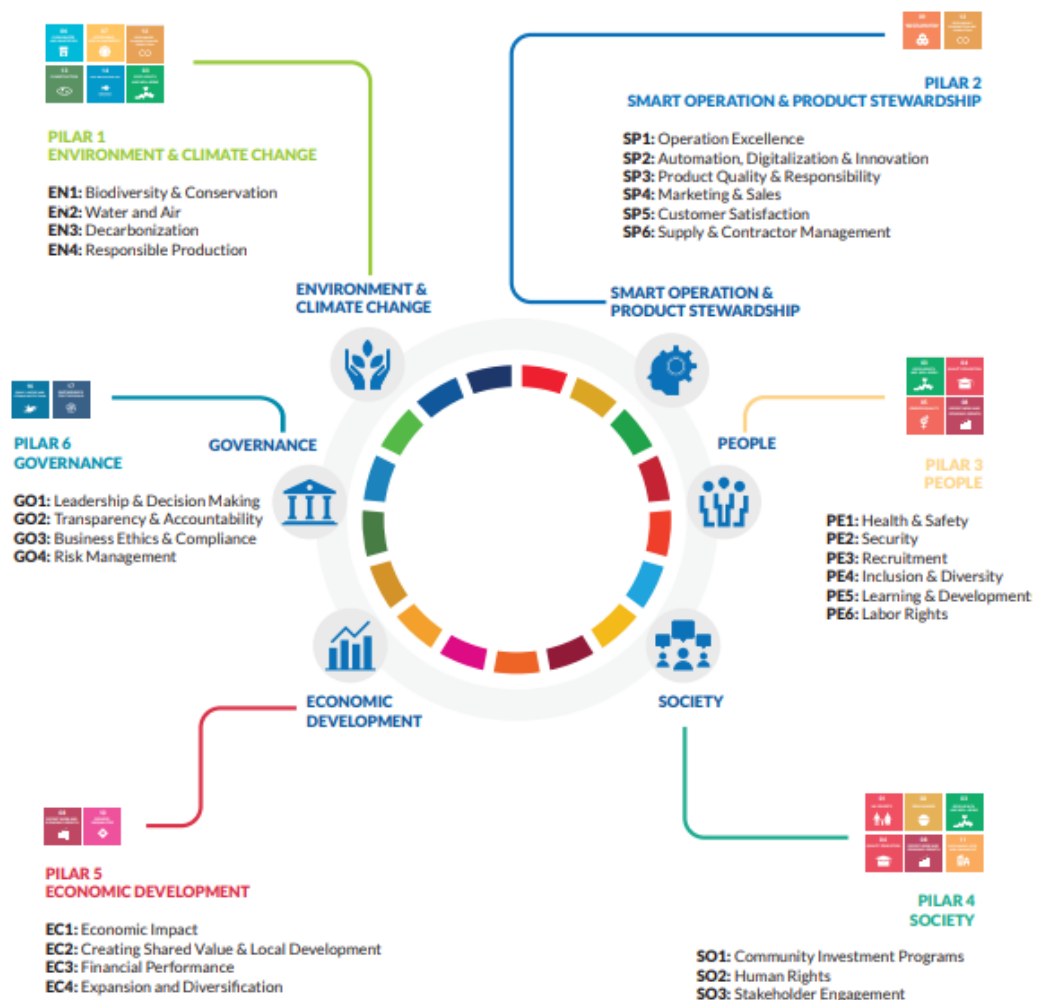
Sustainable Palm Oil (RSPO), Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO), International Sustainability and Carbon Certification (ISCC), serta standar ISO 14001 dan ISO 45001. Perseroan juga melibatkan pekebun plasma untuk memperoleh sertifikasi ISPO, mengalokasikan anggaran khusus program keberlanjutan, serta menjalankan inisiatif pelestarian lingkungan seperti pengelolaan lahan gambut dan konservasi orangan melalui Remediation and Compensation Plan (RaCP). Dengan pendekatan tersebut, SSMS menempatkan keberlanjutan sebagai strategi jangka panjang untuk menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang.



Gambar 2. 13 Strategi Keberlanjutan PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk

2.2.38 Timah Tbk

PT Timah Tbk (sekarang bertransformasi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) PT Timah Tbk per 13 Februari 2026) adalah BUMN produsen dan eksportir logam timah terbesar di Indonesia dan salah satu yang terbesar di dunia. Berbasis di Bangka Belitung, perusahaan anggota holding MIND ID ini mengelola usaha pertambangan timah terintegrasi mulai dari eksplorasi, penambangan di darat dan laut, hingga peleburan dan pemasaran.



Gambar 2.14 Strategi Keberlanjutan PT Timah Tbk

PT Timah Tbk melakukan Initial Public Offering (IPO) pada 19 Oktober 1995 dengan penawaran sebanyak 176.155.000 lembar saham baru kepada publik pada harga penawaran sebesar Rp 2.900 per lembar saham, sehingga Perseroan berhasil menghimpun dana sekitar Rp 510,85 miliar melalui penawaran umum perdana tersebut. Saham yang ditawarkan itu setara dengan sekitar 35 % dari total saham yang tercatat setelah IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI). Melalui IPO ini, Timah memperoleh akses ke modal publik yang signifikan, yang memperkuat struktur permodalan perusahaan dan memberikan modal tambahan untuk mendukung pertumbuhan usaha di industri pertambangan timah. Setelah pencatatan sahamnya, likuiditas saham TINS meningkat, visibilitas perusahaan di pasar modal menjadi lebih kuat, dan basis pemegang saham meluas di luar pemilik awal, sehingga mendorong penerapan transparansi, tata kelola, dan akuntabilitas yang lebih tinggi sebagai perusahaan publik di Indonesia.

Sebagai bagian dari Grup MIND ID, Perseroan melaksanakan kegiatan operasional berkelanjutan dengan mengacu pada kerangka strategis ESG yang telah disusun oleh MIND ID, yaitu *Sustainability Pathway*. Kerangka ini terdiri dari enam pilar dan 27 topik ESG. Keenam pilar tersebut mencerminkan komitmen serta fokus strategi perusahaan dalam menjalankan operasional yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, yang mencakup aspek ekonomi, sosial, lingkungan, dan tata kelola.

2.2.39 Telkom Indonesia (Persero) Tbk

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak di bidang layanan teknologi informasi dan komunikasi serta telekomunikasi digital di Indonesia. Telkom memiliki 12 anak perusahaan atau subsidiary yang bergerak di berbagai sektor. Pendirian PN

Telekomunikasi, sesuai PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965, pada dasarnya ditujukan untuk membangun ekonomi nasional sesuai dengan ekonomi terpimpin dengan mengutamakan kebutuhan rakyat dan ketenteraman rakyat serta ketenangan kerja dalam perusahaan, menuju masyarakat yang adil dan makmur materiil dan spiritual. Semangat itulah yang senantiasa diemban TelkomGroup, dari produk fixed line hingga saat ini bertransformasi menjadi digital telecommunication company.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk melakukan Initial Public Offering (IPO) pada 14 November 1995, ketika Perseroan menawarkan 933.333.000 lembar saham kepada publik dengan harga penawaran sebesar Rp 2.050 per lembar saham. Dari penawaran ini, Telkom berhasil menghimpun dana sekitar Rp 1,91 triliun dari penawaran umum perdana tersebut. IPO ini membuka akses bagi Telkom ke modal publik yang besar, memperkuat struktur modal perusahaan, serta mendukung ekspansi layanan telekomunikasi dan investasi infrastruktur yang merupakan inti bisnis perseroan di era digital dan pascaprivatisasi. Setelah tercatat sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia (BEI), saham TLKM mengalami likuiditas yang tinggi di pasar modal, memperluas basis pemegang saham di luar pemegang awal, dan mendorong penerapan standar transparansi, tata kelola, dan akuntabilitas yang lebih tinggi dalam operasional dan pelaporan perusahaan sebagai upaya memenuhi ekspektasi investor domestik maupun internasional. Telkom juga telah menjadi salah satu saham blue-chip di indeks utama Bursa Efek Indonesia berkat pertumbuhan kinerja jangka panjang sejak IPO.

Pada tahun 2024, Telkom melaksanakan pembaruan terhadap strategi keberlanjutan sebagai respons terhadap perkembangan isu keberlanjutan dan

meningkatnya ekspektasi dari para pemangku kepentingan, yang tercermin dari perubahan topik material. Selain itu, Telkom juga meninjau kembali target yang telah ditetapkan pada tahun 2023 dengan mempertimbangkan regulasi nasional, standar internasional, hasil validasi dari konsultan independen, serta kemampuan internal perusahaan. Dari proses tersebut, ditetapkan target baru hingga tahun 2030 yang dirangkum dalam strategi keberlanjutan. Dalam pelaksanaannya, Telkom mengusung program GoZero% sebagai bagian dari strategi keberlanjutan, yang mencerminkan upaya Telkom Group dalam mengembangkan bisnis secara bertanggung jawab dengan mengacu pada prinsip ESG.

Save Our Planet	Empower Our People	Elevate Our Business
<p>Perubahan iklim dan manajemen energi</p> <ul style="list-style-type: none"> • 20% penurunan emisi GRK Telkom Group cakupan 1 dan 2 dibandingkan dengan base year 2023 <hr/> <p>Manajemen sumber daya</p> <ul style="list-style-type: none"> • 70% limbah kantor dialihkan dari pembuangan akhir • Minimum 70% limbah kabel fiber optic dialihkan dari pembuangan akhir 	<p>Keberagaman, kesetaraan, dan inklusi</p> <ul style="list-style-type: none"> • 32% karyawan wanita • 27% perwakilan karyawan wanita pada level manajerial • 1,5% karyawan difabel • 25% talenta digital <hr/> <p>Kesehatan dan keselamatan karyawan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memastikan 0 kasus kematian akibat kecelakaan kerja setiap tahunnya • Indeks keterlibatan karyawan di level "sangat terlibat" / skor > 80 <hr/> <p>Pengalaman pelanggan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mencapai skor NPS kategori Excellent dengan skor diatas 62 poin <hr/> <p>Inklusivitas digital dan pelibatan komunitas</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10% Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang didukung oleh Telkom untuk naik kelas setiap tahunnya 	<p>Kepatuhan regulasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% tingkat kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku tanpa adanya kasus besar yang terbukti setiap tahunnya <hr/> <p>Praktik bisnis beretika</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% karyawan menandatangani pakta integritas • 100% Telkom dan 13 Anak Perusahaan yang dimiliki secara langsung tersertifikasi SNI ISO 37001 :2016 Sistem Manajemen Anti Penyuapan • 100% aduan melalui WBS (Whistleblowing System) yang memenuhi syarat ditindaklanjuti setiap tahunnya • 100% aduan terkait pelanggaran hak asasi manusia ditindaklanjuti setiap tahunnya <hr/> <p>Keamanan siber dan perlindungan data</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memastikan 0 kasus kebocoran data kritikal setiap tahunnya • 100% tingkat kelulusan karyawan dalam pelatihan awareness keamanan siber

Gambar 2. 15 Strategi Keberlanjutan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk

2.2.40 United Tractors Tbk

PT United Tractors Tbk (UNTR) didirikan pada tahun 1972 dan merupakan anak perusahaan dari PT Astra International Tbk. Perseroan dikenal sebagai distributor alat berat terbesar di Indonesia dengan lima pilar bisnis utama, yaitu

Mesin Konstruksi, Kontraktor Penambangan, Pertambangan (batu bara dan emas), Industri Konstruksi, serta Energi. Melalui diversifikasi usaha tersebut, United Tractors berperan penting dalam mendukung sektor infrastruktur, pertambangan, dan energi nasional.

Perseroan melaksanakan Initial Public Offering (IPO) dan tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 19 September 1989 dengan menawarkan 23 juta lembar saham pada pasar di Rp7.250 per lembar saham. Melalui penawaran umum perdana tersebut, United Tractors berhasil menghimpun dana publik yang digunakan untuk memperkuat struktur permodalan dan mendukung ekspansi usaha di sektor distribusi alat berat, jasa kontraktor pertambangan, serta bisnis energi. Status sebagai perusahaan publik turut meningkatkan likuiditas saham, memperluas basis pemegang saham, serta mendukung praktik transparansi, pengelolaan, dan akuntabilitas.

Dalam upaya menjalankan keberlanjutan, United Tractors mengintegrasikan strategi ESG melalui kerangka *Triple-P Roadmap* yang terdiri dari *Portfolio Roadmap*, *People Roadmap*, dan *Public Contribution Roadmap*. *Portfolio Roadmap* berfokus pada pengembangan produk dan layanan yang lebih berkelanjutan serta inovasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi dampak terhadap lingkungan. *People Roadmap* menitikberatkan pada pengembangan sumber daya manusia, inklusivitas, kesejahteraan, serta keselamatan kerja melalui berbagai program pelatihan dan pengembangan karier. Sementara itu, *Public Contribution Roadmap* diwujudkan melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), seperti pemberdayaan masyarakat,

program lingkungan, serta dukungan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Strategi ini sejalan dengan visi perusahaan induk dalam mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

2.2.41 Unilever Indonesia Tbk

PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) adalah bagian dari anak perusahaan Unilever dan berdiri pada 5 Desember 1933. Perseroan bergerak di sektor Fast Moving Consumer Goods (FMCG) dengan memproduksi dan memasarkan berbagai produk kebutuhan rumah tangga, perawatan tubuh, serta makanan dan minuman di Indonesia. Dengan portofolio multi-merek yang kuat dan jaringan distribusi yang luas, Unilever Indonesia menjadi salah satu perusahaan FMCG terkemuka di pasar domestik.

Perseroan mulai Initial Public Offering (IPO) pada 11 Januari 1982 dan mencatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia setelah penawaran umum pada akhir 1981. Dalam IPO tersebut, Perseroan menawarkan 9.200.000 lembar saham atau sekitar 15% dari modal ditempatkan dan disetor penuh pada harga Rp3.175 per lembar saham, sehingga berhasil menghimpun dana sekitar Rp29,21 miliar pada saat itu. Dana hasil IPO digunakan untuk memperkuat struktur permodalan dan mendukung ekspansi usaha. Sejak menjadi perusahaan publik, saham UNVR dikenal memiliki likuiditas tinggi dan kinerja yang kuat, serta dikategorikan sebagai salah satu saham unggulan (blue chip) di pasar modal Indonesia. Status tersebut juga meningkatkan transparansi, tata kelola, serta akuntabilitas perusahaan.

Dalam aspek keberlanjutan, Unilever Indonesia menjalankan komitmen jangka panjang yang selaras dengan strategi global perusahaan. Pada tahun 2024, Unilever meluncurkan strategi baru bertajuk *Growth Action Plan (GAP)* yang menggantikan *The Unilever Compass*. Strategi ini menitikberatkan pada empat fokus utama, yaitu Iklim dengan target Net Zero Emission (NZE), Alam melalui penerapan pertanian regeneratif, Plastik dengan tujuan mengakhiri limbah plastik, serta Mata Pencaharian yang mendorong penerapan standar upah layak (living wage) di seluruh rantai nilai. Melalui pendekatan tersebut, Perseroan berupaya memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan sekaligus memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.

2.2.42 Wijaya Karya (Persero) Tbk



Gambar 2. 16 Strategi Keberlanjutan PT Wijaya Karya (Persero) Tbk

PT Wijaya Karya (Persero) Tbk (WIKAPERSERO) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang rekayasa, pengadaan, dan konstruksi

(Engineering, Procurement, and Construction/EPC) serta investasi. Didirikan pada tahun 1961, WIKA berkembang menjadi perusahaan konstruksi terintegrasi yang menangani berbagai proyek infrastruktur, gedung, energi, dan industri, baik di dalam negeri maupun internasional. WIKA, sebagai salah satu perusahaan konstruksi terbesar di Indonesia memiliki peran dalam mendorong pembangunan nasional melalui proyek-proyek berskala besar dan kompleks.

Perseroan mulai Initial Public Offering (IPO) pada 29 Oktober 2007 dan mencatat saham di Bursa Efek Indonesia dengan penawaran hampir 2 juta lembar saham baru pada pasar di Rp420 per lembar saham. Dari penawaran umum perdana tersebut, WIKA berhasil menghimpun dana sekitar Rp775,38 miliar, dengan saham yang ditawarkan setara sekitar 31,58% dari total saham setelah IPO. Melalui aksi korporasi ini, Perseroan memperoleh akses pendanaan yang lebih luas untuk memperkuat struktur modal dan mendukung ekspansi usaha di sektor konstruksi dan infrastruktur. Status sebagai perusahaan publik juga meningkatkan likuiditas saham, memperluas basis pemegang saham termasuk di luar pemerintah, serta mendorong penerapan prinsip transparansi, tata kelola, dan akuntabilitas sesuai regulasi pasar modal.

Dalam aspek keberlanjutan, WIKA memiliki visi menjadi *The Trusted and Sustainable Integrated Infrastructure and EPC Services Company*, yang menegaskan komitmen perusahaan terhadap praktik bisnis berkelanjutan. Komitmen tersebut diwujudkan melalui penyediaan layanan EPC terintegrasi berbasis standar global dalam aspek kualitas, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan, serta penerapan etika dan tata kelola perusahaan yang baik. Sebagai

implementasi strategis, WIKA mengembangkan kerangka *House of Sustainability* untuk mengintegrasikan prinsip ESG ke dalam seluruh aktivitas operasional. Kerangka ini menjadi panduan sistematis dalam memastikan setiap kegiatan usaha memberikan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pemangku kepentingan sekaligus mendukung pembangunan nasional.