

MENGHADIRKAN PRODUK DAN LAYANAN PARIPURNA

PRESENTING EXCELLENT PRODUCTS AND SERVICES



Transformation for Sustainable Performance Transformasi untuk Kinerja Berkelanjutan

Keberhasilan WSBP membukukan kinerja positif pada tahun 2022 merupakan cerminan atas tingginya kepercayaan konsumen/pelanggan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan. Ditopang komitmen dan *spirit* untuk menghadirkan produk dan layanan paripurna, WSBP terus berupaya meningkatkan kualitas keduanya agar bisa memenuhi harapan konsumen. Apabila harapannya terpenuhi, otomatis tingkat kepuasan konsumen akan terangkat. Di tengah kompetisi yang kian ketat, kepercayaan dan kepuasan pelanggan merupakan modal penting bagi WSBP agar bisa terus maju dan berkembang.

Harapan konsumen pada saat melakukan transaksi sangat beragam di antaranya terkait dengan kualitas, spesifikasi, jenis produk dan layanan. Di luar itu, faktor harga juga tidak bisa dianggap sepele. Hal yang tak kalah penting, konsumen juga berharap adanya kesetaraan layanan tanpa melihat perbedaan suku, agama, ras, pandangan politik, dan sebagainya. Bagi WSBP, kesetaraan layanan atas produk dan jasa kepada konsumen merupakan salah satu komitmen yang senantiasa dipegang. [OJK F.17]

Selama menjalankan usaha, WSBP memberikan pelayanan kepada konsumen secara setara dengan kualitas terbaik karena mereka memiliki hak tersebut, sebagaimana diatur

The success of WSBP in recording positive performance in 2022 is a reflection of the high level of confidence from the consumer/customer to the products and services offered by the Company. The commitment and spirit to deliver an excellent products and services encourage WSBP to continuously improving the quality of both in order to meet consumer's expectations. Once the expectations are met, the customer level of satisfaction will automatically be lifted. In the midst of increasing fierce competition, the customer's trust and satisfaction are part of WSBP key capital to keep up the progress and development.

In a transaction, the consumer's expectations are widely varied, including those related to quality, specifications, types of products and services. Beyond that, price factor is also considered important. Equally significant, consumers also expecting to receive an equal service regardless of its differences in ethnicity, religion, race, political views, and so on. For WSBP, equality in delivering its products and services to the consumers is one of the upheld commitments. [OJK F.17]

In running its business, WSBP provides services equally along with the best quality to consumers because its part of their right, as stipulated in Law no. 8 of 1999 concerning Consumer

dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821). Selain itu, implementasi atas tanggung jawab kepada konsumen juga merujuk pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten dan Perusahaan Publik, yang mulai berlaku per 1 Januari 2021.

INFORMASI PRODUK

Informasi dan pelabelan tentang produk yang ditawarkan perusahaan merupakan hak mendasar yang dibutuhkan konsumen. Untuk memenuhi hak tersebut, WSBP senantiasa menyertakan informasi dan pelabelan secara jelas dan lengkap terhadap produk yang dihasilkan. Informasi disampaikan secara terbuka kepada publik, antara lain melalui situs resmi perusahaan dan brosur yang secara berkala diperbarui. Berdasarkan informasi yang tersedia, konsumen dapat mengetahui spesifikasi teknis, kegunaan dan penggunaan atau proses pemasangan/instalasi produk secara aman sesuai buku manual produk, serta komponen dari setiap produk. Berbekal informasi tersebut, konsumen dapat menentukan pilihan sesuai dengan keperluan dan anggaran yang tersedia. Apabila pelanggan memerlukan informasi tambahan, WSBP selalu siap menyediakan personel yang berkompeten untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. [GRI 3-3, 417-1]

Komitmen WSBP memberikan informasi setiap produk, termasuk dukungan untuk memberikan informasi apabila dibutuhkan konsumen, membawa hasil dengan tidak adanya insiden ketidakpatuhan terkait informasi atau pelabelan produk. Dengan demikian, WSBP tidak mendapat sanksi atau denda karena pelanggaran regulasi yang berhubungan dengan informasi atau pelabelan produk. [GRI 3-3, 417-2]

KOMUNIKASI PEMASARAN

WSBP menyadari bahwa pemasaran merupakan tulang punggung bagi keberlanjutan usaha. Namun demikian, dalam memasarkan produk, WSBP tidak melakukannya secara bebas tanpa batas atau suka-suka. Sebaliknya, WSBP senantiasa mentaati aturan dan kaidah yang berlaku dalam pemasaran, termasuk mengikuti aturan main dalam periklanan, promosi, maupun sponsor. Lebih dari itu, WSBP juga berkomitmen untuk mempraktikkan pemasaran yang adil dan bertanggung jawab dengan cara menghindari klaim yang berlebihan, apalagi menipu. Komitmen itu diambil karena WSBP tidak ingin mengambil keuntungan dari kurangnya pengetahuan atau pilihan pelanggan.

Protection (State Gazette of the Republic of Indonesia of 1999 no. 22, Supplement to the State Gazette of the Republic of Indonesia no. 3821). In addition, the implementation of responsibility to consumers also refers to the Financial Services Authority Regulation no.51/POJK.03/2017 concerning the Implementation of Sustainable Finance for Financial Services Institutions, Issuers and Public Companies, which came into force as of January 1, 2021.

PRODUCT INFORMATION

That the Company provide information and place label about the products being offered is the basic right as well as needed by the consumers. Therefore, WSBP always includes clear and complete information as well as label about the products it produces. Information is conveyed openly to the public, including through the Company's official website and brochures which are regularly updated. Based on the available information, consumers can learn about the technical specifications, usability and how to use or safe product installation processes according to the product manual, as well as the components of each product. Be equipped with this information, consumers able to make choices according to their needs and available budget. In the case that customers require additional information, WSBP is always ready to provide competent personnel to assist customers with the intended information. [GRI 3-3, 417-1]

WSBP commitment to provide information on each product, including support to assist consumers with additional information when needed, bring results that no incidents of non-compliance regarding product information or labeling. Thus, WSBP does not receive any sanctions or fines for violations of regulations relating to product information or labeling. [GRI 3-3, 417-2]

MARKETING COMMUNICATIONS

WSBP realizes that marketing is crucial for business continuity. However, the Company cannot do the marketing freely without restrictions or at its own will. On the other hand, WSBP always complies with the rules and regulations applied in marketing, include following the rules of the game in advertising, promotion and sponsorship. More than that, WSBP is also committed to conduct fair practice and responsible marketing by avoiding exaggerated claims, let alone deceptive. The commitment needs to be done because WSBP did not want to take advantage of the customer's lack of knowledge or choice.

Serangkaian upaya yang dilakukan WSBP dalam memasarkan produk dan jasa yang dimilikinya membawa hasil positif. Hal itu ditunjukkan dengan tidak adanya insiden atau laporan terkait ketidakpatuhan terhadap komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi dan sponsor, yang ditujukan kepada WSBP. [GRI 3-3, 417-3].

BRAND AWARENESS

Brand awareness adalah strategi pemasaran yang dapat menggambarkan tingkat kesadaran konsumen terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh WSBP. Dalam rangka meningkatkan brand awareness, WSBP telah menjalankan beberapa strategi promosi, antara lain:

Media Sosial

Media sosial saat ini telah menjadi salah satu dari gaya hidup masyarakat modern. Oleh sebab itu, Perusahaan memanfaatkan penggunaan media sosial untuk mempromosikan dan memberi informasi yang jelas terkait produk dan jasa yang disediakan kepada para pelanggan maupun masyarakat umum. Hingga saat ini, media sosial yang dioperasikan oleh Perusahaan antara lain:

1. Instagram : @waskita_precast
2. Facebook : PT Waskita Beton Precast Tbk
3. Twitter : @Waskita_Precast
4. Youtube : PT Waskita Beton Precast Tbk
5. LinkedIn : PT Waskita Beton Precast Tbk

Pameran

WSBP ikut berpartisipasi dalam kegiatan pameran, baik pameran konstruksi maupun yang diadakan oleh AP3I (Asosiasi Perusahaan Pracetak dan Prategang Indonesia). Program ini dilakukan untuk mengenalkan produk dan inovasi yang dihasilkan oleh perusahaan kepada calon pelanggan. Selain itu juga membuka jaringan yang lebih luas dengan perusahaan lainnya yang bergerak di bidang manufaktur beton dan jasa konstruksi.

Publikasi Lainnya

Brand Awareness juga dilakukan melalui publikasi lainnya, yaitu *video profile*, *company profile*, katalog produk, dan lain sebagainya.

Seiring dengan kegiatan brand awareness, WSBP juga melakukan kegiatan *Customer Engagement* melalui program berikut:

1. Audiensi mingguan kepada pelanggan.
2. Plant visit dari pelanggan untuk melihat produk, kapasitas serta kemampuan Perusahaan dalam mendukung proyek.

A series of efforts made by WSBP in marketing its products and services have brought. The positive result was demonstrated by the absence of incidents or reports addressed to WSBP regarding non-compliance with marketing communications, including advertising, promotions and sponsorships. [GRI 3-3, 417-3].

BRAND AWARENESS

Brand awareness is a marketing strategy that can describe the level of consumer awareness of a product produced by WSBP. In order to increase brand awareness, WSBP has carried out several promotional strategies, including:

Social Media

Social media has now become one of the lifestyles of modern society. Therefore, the Company utilizes social media to promote and present clear information regarding the products and services provided to customers and the public in general. Until now, the social media operated by the Company include:

1. Instagram : @waskita_precast
2. Facebook : PT Waskita Beton Precast Tbk
3. Twitter : @Waskita_Precast
4. Youtube : PT Waskita Beton Precast Tbk
5. LinkedIn : PT Waskita Beton Precast Tbk

Exhibition

WSBP participates in exhibition activities, both in construction exhibitions and those held by AP3I (Association of Indonesian Precast and Prestressed Companies). This program is conducted to introduce the Company's products and innovations to potential customers. In addition, it also opens a wider network with other companies engaged in concrete manufacturing and construction services.

Other publications

Brand Awareness is also carried out through other publications, namely video profiles, company profiles, product catalogs, and so on.

Along with brand awareness activities, WSBP also conducts Customer Engagement activities through the following programs:

1. Weekly hearings with customers;
2. Plant visits for customers to see the Company's products, capacities and capabilities in supporting the project.

PRODUK YANG SUDAH DIEVALUASI KEAMANANNYA [OJK F.27]

Produk WSBP, khususnya beton *precast*, dihasilkan melalui mekanisasi di pabrik, mengikuti standar baku, termasuk pengawasan dengan sistem komputer. Melalui proses seperti itu, maka produk yang dihasilkan kualitasnya terjaga dengan baik. Tak hanya itu, setelah produk jadi, WSBP juga melakukan pengujian dan pengetesan sesuai dengan standar yang berlaku, antara lain prosedur instruksi kerja tentang pengetesan benda uji beton.

Selain untuk mengontrol kualitas, pengetesan produk dilakukan sebagai salah satu upaya untuk menilai keselamatan atas produk apabila sudah dipasang. Upaya lain yang dilakukan WSBP untuk menjamin keselamatan bagi konsumen atau pengguna adalah menerapkan ketelitian tinggi terhadap semua produk. Untuk produk beton pracetak misalnya, ketelitian sangat diperlukan agar tidak terjadi deviasi yang besar antara elemen yang satu dengan yang lainnya. Selain memudahkan saat pemasangan dan penyambungan di lapangan, presisi antar sambungan juga bisa mencegah terjadinya kecelakaan kerja saat pemasangan maupun kecelakaan setelah produk tersebut dimanfaatkan oleh pelanggan.

Selaras dengan upaya memberikan mutu terbaik, sekaligus mewujudkan jaminan keamanan produk saat digunakan, WSBP juga selalu mengontrol kualitas dengan menerapkan Sistem manajemen ISO 9000 Series, Sistem Manajemen K3, Sistem Manajemen Risiko. Untuk menjaga agar sistem manajemen tersebut berjalan dengan baik, maka Internal Audit Division WSBP secara rutin melakukan audit terkait implementasi SMK3, Manajemen Mutu, dan Lingkungan di Perusahaan yang berbasis: ISO 45001:2018, ISO 9001:2015, dan ISO 14001:2015. Selama tahun 2022, telah dilaksanakan audit sebanyak 40 unit. *Scope* (obyek audit) dengan temuan sebanyak 950 temuan dan telah ditindaklanjuti sebanyak 60,74%.

Komitmen WSBP menghadirkan produk dengan kualitas terbaik, mencantumkan informasi produk secara jelas, serta melakukan komunikasi pemasaran sesuai kode etik pemasaran berdampak positif, baik bagi pengguna/konsumen maupun bagi WSBP. Pada tahun pelaporan, WSBP tidak mendapatkan keluhan atau pengaduan karena dampak negatif dari pemanfaatan produk-produk yang dimiliki. Lebih dari itu, WSBP juga tidak melakukan penarikan produk dengan alasan-alasan tertentu. [OJK F.28, F.29]

WSBP berkomitmen untuk menghasilkan produk terbaik dengan spesifikasi sesuai kebutuhan konsumen, serta memiliki harga yang kompetitif. Hal tersebut menjadi acuan bagi Perusahaan untuk bisa meraih konsumen baru atau mempertahankan konsumen tersebut sehingga menjadi

PRODUCTS THAT HAVE BEEN EVALUATED FOR SAFETY [OJK F.27]

Products of WSBP, especially precast concrete, produced through mechanization at the plant, following a firm standard, including supervision with a computer system. Such process then resulting in a well-maintained product quality. Furthermore, for the finished production, WSBP also conducts examination and testing in accordance with applicable standards, including work instruction procedures regarding testing concrete specimens.

In addition to control the quality, product testing is carried out as an effort to assess product safety when it put into installation. Another effort made by WSBP to ensure safety for consumers or users is by applying high accuracy to all products. As an example, accuracy is needed for precast concrete products so that large deviations do not occur between one element and another. In addition to simplify the installation and connection process in the field, precision between parts can also prevent work accidents during installation and prevent accidents when customer use the product.

In line with the efforts to provide the best quality of products while guaranteeing the safety of product when used, WSBP also always controls the quality through the implementation of ISO 9000 Series, OHS Management System and Risk Management System. In order to ensure the good execution of management system, the Internal Audit Division of WSBP conducts a routinely audit related to the OHS Management System, Quality and Environment Management in the Company based on: ISO 45001:2018, ISO 9001:2015 and ISO 14001:2015. During 2022, 40 audits have been carried out. *Scope* (audit object) with 950 of findings and 60.74% have been followed up.

WSBP commitment to present the highest quality products, clearly state the product information, and conduct marketing communications according to the marketing code of ethics has brought a positive impact, both for users/consumers and for WSBP. In the reporting year, WSBP did not receive any complaints or reports due to the negative impact of its products. More than that, WSBP also did not need to withdraw products for certain reasons. [OJK F.28, F.29]

WSBP is committed in producing the best products with specifications that in accordance with consumer's needs as well as with competitive prices. The Company uses this as a reference to reach new customers or retain the existing customers in order to make them as loyal customers. Along

pelanggan setia. Seiring dengan itu, WSBP juga membuka kanal atau saluran pengaduan jika ada konsumen yang merasa dirugikan atau harapannya tidak terpenuhi.

WSBP menyediakan saluran pengaduan melalui Pusat Pengaduan Konsumen (*Customer Care*) yang dapat diakses melalui saluran berikut:

- Call Center melalui Panggilan (021) 22892999
- Email: info@waskitaprecast.co.id
- Fax: (021) 29838025
- PO BOX: Gedung Teraskita, Jl. MT. Haryono Kav. 10A, Jakarta Timur 13340.

Sesuai komitmen untuk memberikan layanan terbaik, WSBP berupaya untuk memberikan respons yang cepat atas pengaduan yang masuk dan memberikan penyelesaian secara bijak, yaitu maksimal 2 x 24 jam. Mekanisme tindak lanjut terhadap pengaduan konsumen adalah sebagai berikut:

[GRI 3-3]

- Perusahaan memiliki standar dalam merespons atas pengaduan pelanggan.
- Pengaduan masuk melalui *call center*, *email customer care*, dan *website*.
- Bagian *Customer Care* akan memberikan jawaban sebagai respons terhadap keluhan kepada pelanggan bahwa keluhan telah diterima dan akan segera diproses oleh unit bersangkutan.
- Bagian *Customer Care* menyampaikan pengaduan keluhan dari pelanggan kepada unit terkait.
- Selanjutnya keluhan pelanggan diproses dan diselesaikan oleh unit terkait. Unit terkait dapat langsung berkomunikasi kepada pelanggan dalam proses penyelesaian keluhan.

Berdasarkan laporan/keluhan yang diterima, selama tahun 2022, terdapat 52 keluhan dari pelanggan, baik pelanggan WASKITA Grup maupun pelanggan eksternal. Keluhan yang disampaikan berkaitan dengan produk, permasalahan pemancangan, permasalahan *stressing*, serta keterlambatan pengiriman produk. Terhadap keluhan-keluhan itu, WSBP segera menindaklanjuti dan melakukan perbaikan, termasuk memberikan kompensasi kepada pelanggan sesuai dengan perjanjian dan aturan yang berlaku.

with that, WSBP also opens complaint channels for consumers in the case they feel aggrieved or their expectations are not fulfilled.

WSBP provides complaint channels through the Consumer Complaint Center (*Customer Care*) which can be accessed through the following channels:

- Call Center via Call (021) 22892999
- Email: info@waskitaprecast.co.id
- Fax: (021) 29838025
- PO BOX: Teraskita Building, Jl. MT. Haryono Kav. 10A, East Jakarta 13340.

In accordance with the commitment to serve the best service, WSBP strives to provide a quick response to any incoming complaints and provide resolution in the wise manner, within a maximum of 2 x 24 hours. The follow-up mechanism for consumer complaints is as follows: [GRI 3-3]

- The Company has standards in responding to customer complaints;
- Incoming complaints through call centers, customer care emails, and websites;
- The Customer Care Section will provide answers in response to the complaints and as a sign that the complaints have been received and will be processed by the relevant unit immediately;
- The Customer Care Section submits complaints from customers to the relevant units;
- Furthermore, customer complaints are processed and resolved by the relevant unit. Relevant units can directly communicate to the customers in the process of resolving complaints.

Based on reports/complaints received, during 2022, there were 52 complaints from customers, both WASKITA Group customers and external customers. Complaints submitted are related to products, beheading problems, stressing problems, and product delivery delays. To these complaints, WSBP immediately followed up and made improvements, including providing compensation to customers in accordance with applicable agreements and rules.

INOVASI PRODUK/JASA [OJK F.26]

Inovasi dan pengembangan produk merupakan salah satu kunci bagi keberlanjutan usaha WSBP. Melalui inovasi dan pengembangan produk itulah, Perusahaan bisa mengadopsi dan memenuhi harapan konsumen terkini. Selama tahun 2022, inovasi dan pengembangan produk yang dilakukan Perusahaan antara lain bantalan rel kereta api tipe 1067 dan 1435, tiang listrik beton, dan SprigWP untuk mendukung proyek infrastruktur di Indonesia.

Inovasi yang lain, untuk memudahkan proses pembelian dan layanan terhadap produk, WSBP membuat sebuah *platform digital* berupa *e-commerce* Waskita Precast (store.waskitaprecast.co.id) yang memudahkan pelanggan dalam membeli produk *precast* dan *readymix* yang berkualitas. Dengan *e-commerce* Waskita Precast, Perusahaan optimistis mampu meningkatkan kualitas layanan kepada seluruh pelanggan.

SURVEI KEPUASAN PELANGGAN [OJK F.30]

Selama tahun pelaporan, WSBP telah berupaya secara maksimal untuk memberikan produk dan layanan terbaik. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan, perusahaan melakukan Survei Kepuasan Pelanggan secara berkala. Pada tahun 2022, survei tersebut dilaksanakan oleh Sales Engineer Area dengan menggunakan metode kuesioner dan melibatkan sebanyak 44 pelanggan. Instrumen pengukuran kepuasan pelanggan terdiri dari penanganan inquiry, penanganan pesanan, mutu barang/jasa, manual produk informatif, waktu pengiriman, dan penanganan masalah. Hasil survei menunjukkan skor kepuasan pelanggan terhadap penanganan pesanan pada tahun pelaporan sebesar 45% sangat puas, 45% puas, 7% cukup puas, 0% kurang puas, 2% tidak puas.

PRODUCT/SERVICE INNOVATION [OJK F.26]

Product innovation and development is one of the keys to WSBP's business continuity. Through product innovation and development, the Company can adopt and meet the latest consumer expectations. During 2022, product innovation and development made by the Company are the railroad sleepers of types 1067 and 1435, concrete power poles, and SprigWP to support infrastructure projects in Indonesia.

Another innovation, in order to simplify the buying and servicing process of the products, WSBP created a digital platform namely Waskita Precast e-commerce (store.waskitaprecast.co.id) which provide easier way for customers to purchase the precast and readymix products with quality. The Company is optimistic that with Waskita Precast e-commerce, the quality of service to all customers will be improved.

CUSTOMER SATISFACTION SURVEY [OJK F.30]

During the reporting year, WSBP has made every effort to provide the best products and services. In order to acknowledge the level of customer satisfaction as well as material for evaluation in the effort to improve service for customers, the Company regularly conducts Customer Satisfaction Survey. In 2022, the survey has been done by the Sales Engineer Area using the questionnaire method and involved 44 customers. The instruments for measuring customer satisfaction consist of handling inquiries, handling orders, quality of goods/services, informative product manuals, delivery times, and handling problems. The results of the survey indicate that customer satisfaction scores for order handling in the reporting year were 45% very satisfied, 45% satisfied, 7% fairly satisfied, 0% less satisfied and 2% dissatisfied.