

Cage-Free Tracker

 **ASIA**



Edisi 2025



Laporan Diterbitkan pada Desember 2025 oleh Sinergia Animal

Informasi yang disajikan dalam laporan ini telah difinalisasi per 31 Oktober 2025.

Setiap pembaruan atau informasi tambahan yang diberikan oleh perusahaan setelah tanggal tersebut akan dimasukkan dalam laporan berikutnya.

Daftar Isi

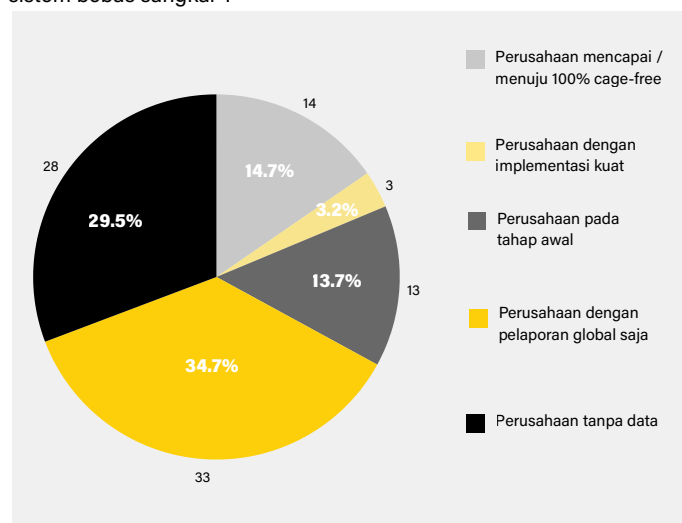
- 04 Kata Pengantar**
- 05 Gerakan Bebas Sangkar di Asia**
- 07 Apa arti “Bebas Sangkar”?**
- 09 Apa Itu Kebijakan Bebas Sangkar?**
- 10 Bagaimana Survei Dilakukan?**
- 11 Poin-Poin Utama**
- 13 Partisipasi**
- 15 Peringkat Berdasar Tingkatan**
- 23 Data Penting Lainnya: Laporan Dalam Angka**
- 27 Perusahaan dengan batas waktu tahun 2025 atau lebih awal untuk implementasi penuh komitmen mereka**
- 29 Tantangan Utama**
- 30 Kesimpulan dan Langkah Selanjutnya**
- 31 Glosarium Cage-Free Tracker 2025**

Kata Pengantar

Cage-Free Tracker Asia 2025 oleh Sinergia Animal ("Tracker") menyoroti kemajuan sekaligus tantangan yang berkelanjutan, seiring perusahaan-perusahaan di seluruh kawasan bergerak dengan kecepatan yang sangat berbeda dalam menerapkan komitmen mereka terhadap sumber telur bebas sangkar. Asia merupakan rumah bagi hampir 65% produksi telur dunia¹, yang memberikan pengaruh besar bagi kawasan ini terhadap ketahanan pangan, keberlanjutan, dan kesejahteraan hewan. Namun, skala ini sebagian besar dibangun di atas sistem sangkar baterai intensif yang sangat membatasi² perilaku alami ayam dan menimbulkan masalah etika dan kesehatan masyarakat yang serius³.

Berbeda dengan Eropa dan Amerika Utara, di mana reformasi bebas sangkar didorong oleh undang-undang, Asia hanya melihat sedikit tindakan regulasi yang serupa. Swedia melarang sangkar beberapa dekade lalu, diikuti oleh Uni Eropa, Selandia Baru, Kanada, dan beberapa negara bagian AS⁴. Sebaliknya, meskipun India telah mengeluarkan himbauan untuk membatasi penggunaan sangkar baterai, penegakan hukum masih belum konsisten⁵. Di seluruh kawasan ini, negara-negara seperti Indonesia, Thailand, Malaysia dan Jepang sangat bergantung pada komitmen sukarela perusahaan, karena produksi berbasis sangkar masih mendominasi⁶. Ketidadaan aturan yang mengikat ini menjadikan tanggung jawab perusahaan dan tekanan masyarakat sipil sebagai pendorong utama perubahan, sekaligus menggarisbawahi pentingnya transparansi untuk memastikan kredibilitas⁷.

Tanda-tanda transformasi yang baik mulai terlihat. Analisis kami menunjukkan bahwa di Malaysia dan Jepang, peternakan bebas sangkar menunjukkan bahwa perubahan yang berarti dapat dicapai. Di Jepang dan Thailand, perusahaan-perusahaan mulai mengintegrasikan sumber daya bebas sangkar ke dalam model bisnis mereka, menunjukkan bagaimana inovasi dan permintaan konsumen dapat mempercepat reformasi. Namun, Indonesia dan India terus menunjukkan kesenjangan antara janji global perusahaan dan komitmen publik yang dibuat di tingkat korporat dengan implementasi lokal mereka di lapangan. Sementara itu, Malaysia menunjukkan keterlibatan awal tetapi masih memiliki transparansi yang terbatas dan pelaporan yang lemah. Karena Asia menyumbang hampir 65% produksi telur global, dengan Tiongkok sendiri menyumbang sekitar 38%, kemajuan di kawasan ini akan menjadi sangat penting dalam membentuk transisi global menuju sistem bebas sangkar⁸.

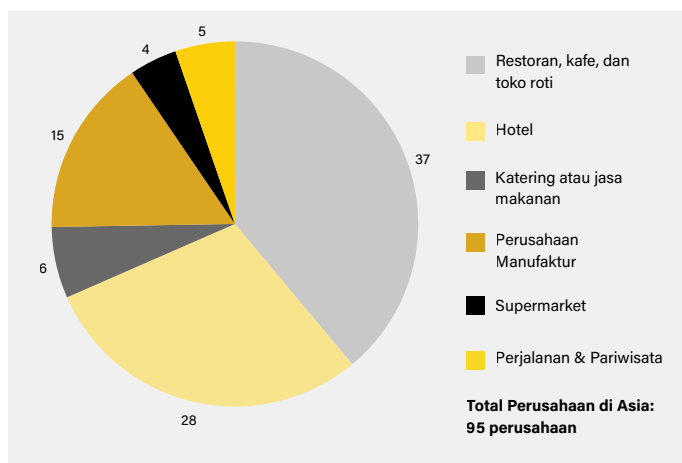


Pada tahun 2025, Tracker mengevaluasi secara mendalam 95 perusahaan di lima negara Asia, memperluas cakupannya dari 78 perusahaan pada tahun 2024.

Temuan menunjukkan bahwa 14,7% (14) telah mencapai atau berada di jalur yang tepat menuju 100% sumber bebas sangkar, 3,2% (3) menunjukkan implementasi yang kuat, dan 13,7% (13) masih dalam tahap awal. Sebaliknya, 34,7% (33) perusahaan hanya melaporkan di tingkat global tanpa data khusus Asia, sementara 29,5% (28) tidak memberikan pelaporan sama sekali. Lebih dari separuh menghadapi tenggat waktu implementasi pada tahun 2025, dengan hanya segelintir yang diperpanjang hingga 2027–2030, seperti Nando's, Kempinski, dan Lotus's Supermarket (sebelumnya Tesco Lotus). Dibandingkan dengan tahun 2024, pembaruan tahun 2025 menyajikan gambaran yang lebih serius, partisipasi telah meluas, tetapi kesenjangan implementasi dan transparansi masih terlihat jelas.

Di luar angka-angka utama ini, pasokan telur bebas sangkar di Asia terus meningkat namun masih belum merata, terkonsentrasi terutama di wilayah metropolitan besar seperti Tokyo, Bangkok, dan Jakarta, sementara pasar pedesaan dan sekunder masih mengalami keterbatasan ketersediaan.

Pada tahun 2025, Tracker memetakan dan mengevaluasi 95 perusahaan di berbagai sektor pangan utama di Asia untuk menyeimbangkan representasi sektoral dan geografis. Sampel terdiri dari 37 restoran, kafe, dan toko roti; 28 hotel; 6 katering atau jasa makanan; 15 produsen; 4 supermarket; dan 5 perusahaan di bidang perjalanan dan pariwisata. Restoran dan kafe mewakili sekitar setengah dari total tersebut, diikuti oleh hotel dan produsen, sementara sektor katering, supermarket, dan perjalanan membentuk pangsa yang lebih kecil namun berpengaruh.



Secara geografis, Tracker mencakup **Thailand (56 perusahaan), Indonesia (57), Jepang (55), Malaysia (46), dan India (42)**, yang mewakili gabungan negara-negara dengan pertumbuhan tinggi dan lingkungan kebijakan yang beragam. Indonesia dan Thailand mencatat partisipasi perusahaan tertinggi, terutama didorong oleh sektor perhotelan dan restoran/kafe yang secara bersama-sama mencakup lebih dari 60% dari total perusahaan di kedua negara. Sebaliknya, India dan Malaysia memiliki pangsa produsen dan operator sektor campuran yang relatif lebih tinggi, menunjukkan komposisi rantai pasok yang lebih beragam.

Sebagian besar perusahaan yang dinilai adalah grup multinasional yang beroperasi di dua atau lebih dari lima negara yang dievaluasi. Tabel 1 memberikan rincian sektoral berdasarkan negara:

Negara	Hotel	Restoran/ Kafe	Katering/Layan an Makanan	Produsen	Supermarket	Perjalanan Pariwisata	& Total Perusahaan	Perusahaan Multinasional
India	11	11	5	14	-	1	42	42
Indonesia	20	21	4	9	-	3	57	50
Jepang	15	21	1	13	-	5	55	51
Malaysia	16	13	4	9	1	3	46	46
Thailand	21	14	2	11	4	4	56	53

Secara keseluruhan, temuan-temuan ini menggambarkan luasnya keterlibatan perusahaan dalam sistem pangan di Asia dan ketidakmerataan kemajuan menuju komitmen bebas sangkar di antara kawasan dan sektor.

Kelompok perusahaan yang baru dievaluasi pada tahun 2025 semakin menyoroti tantangan transparansi yang berkelanjutan. Beberapa pemain regional dan multinasional masuk ke dalam Tracker untuk pertama kalinya, tetapi diklasifikasikan di tingkat yang lebih rendah karena terbatasnya data implementasi spesifik Asia dan kurangnya pengungkapan yang terukur, seperti Dough Lab, Impiana Hotels, Archipelago International, dan Rimping Supermarket. Secara kolektif, para pendatang baru ini mewakili hampir seperlima dari seluruh perusahaan yang dinilai, menggarisbawahi bagaimana bahkan merek-merek berpengaruh pun masih tertinggal dalam hal implementasi, transparansi, dan pelaporan regional.

Yang menggembirakan, kisah sukses membuktikan apa yang mungkin terjadi. Perusahaan seperti Shake Shack, Starbucks, Capella Hotel Group, Illy Caffè, dan Aman Resorts telah menunjukkan bahwa transisi bebas sangkar dapat dicapai di Asia hanya dalam tiga hingga empat tahun. Kepemimpinan mereka menunjukkan bahwa komitmen dapat berubah dari janji menjadi praktik, bahkan di seluruh rantai pasokan yang kompleks.

Tantangannya sekarang terletak pada peningkatan skala keberhasilan ini. Para pembuat kebijakan harus mengadopsi standar yang dapat ditegakkan. Perusahaan harus mengintegrasikan sumber daya bebas sangkar ke dalam prioritas keberlanjutan dan ESG mereka. Konsumen dan investor harus menghargai transparansi sambil mendesak negara-negara yang tertinggal untuk bertindak. Asia memiliki kesempatan tidak hanya untuk berpartisipasi dalam gerakan bebas sangkar global, tetapi juga untuk memimpinnya, membuktikan bahwa pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan, dan kesejahteraan hewan dapat maju bersama. Keputusan yang diambil di sini akan membentuk sistem pangan global untuk beberapa dekade mendatang⁶.



Nurkhayati Darunifah
Corporate Accountability Lead – Asia

Hasil Utama



Lebih banyak perusahaan yang dievaluasi:
Sebanyak 95 perusahaan masuk dalam laporan tahun 2025, meningkat 22% (17 perusahaan) dibandingkan tahun 2024.

Komitmen baru:

7% (7 perusahaan) membuat komitmen bebas sangkar baru selama periode pelaporan.

Transisi penuh:

8,4% (8 perusahaan) telah sepenuhnya bertransisi ke rantai pasokan bebas sangkar 100%
sementara 6,3% lainnya (6 perusahaan) menyatakan mereka akan mencapai implementasi penuh pada akhir tahun 2025.

Transparansi dalam pelaporan:

10,5% (10 perusahaan) menerbitkan laporan khusus Asia,

43,2% (41 perusahaan) hanya melaporkan pada tingkat global, dan 16,8% (16 perusahaan) mengungkapkan kemajuan global dan regional dalam satu laporan, sehingga totalnya menjadi 70,5% (67 perusahaan) yang menerbitkan berbagi beberapa bentuk pembaruan kemajuan.

Perusahaan dengan batas waktu tahun 2025 atau lebih awal:

75,8% (72 perusahaan) telah menetapkan batas waktu implementasi pada tahun 2025 atau lebih awal,
yang mana: 8,4% (8 perusahaan) telah mencapainya, 6,3% (6 perusahaan) berharap untuk melakukannya pada akhir tahun 2025, 17,9% (17) menyajikan tingkat implementasi yang bervariasi, 23,2% (22) hanya melaporkan secara global, dan 20% (19 perusahaan) tidak memberikan pelaporan mengenai status implementasi.

Multinasional:

77,9% (74 perusahaan) merupakan perusahaan multinasional, sementara 22,1% (21 perusahaan) beroperasi secara eksklusif di Asia.

Di antara perusahaan multinasional :

- 6 perusahaan telah sepenuhnya melaksanakan komitmennya.
- 4 perusahaan mengonfirmasi akan menyelesaikan implementasi pada akhir tahun 2025.
- 4 perusahaan menunjukkan kemajuan yang kuat hingga sedang (di atas 40%)
- 33 perusahaan hanya melaporkan data tingkat global tanpa rincian khusus Asia.
- 17 perusahaan tidak memberikan laporan publik sama sekali.

Keterlibatan di seluruh wilayah

Keterlibatan perusahaan di seluruh Asia terus meningkat, namun transparansi dan implementasi penuh masih belum merata, yang menyoroti perlunya akuntabilitas regional yang lebih kuat dan pelaporan publik yang lebih konsisten. Di antara lima negara yang dicakup oleh Tracker;

Indonesia

Indonesia tetap menjadi salah satu negara paling aktif, dengan 57 perusahaan yang terdaftar dan 43 (75,4%) melaporkan kemajuan; Indonesia mencatat jumlah perusahaan Tier A tertinggi (11 perusahaan), dipimpin oleh jaringan hotel dan restoran besar. Namun, sebagian besar perusahaan masih berada di Tier D.1 (22) dan Tier E (14), yang menggarisbawahi adopsi yang tidak merata di seluruh pasar.

India

India berada di posisi kedua dengan 42 perusahaan, dan 33 perusahaan (78,6%) di antaranya melaporkan kemajuan. Meskipun 8 perusahaan telah mencapai Tingkat A, mayoritasnya, 18 perusahaan di Tingkat D.1 dan 8 perusahaan di Tingkat E, menunjukkan bahwa implementasinya masih belum konsisten meskipun terdapat partisipasi multinasional yang kuat.

Japan

Jepang menunjukkan tingkat pelaporan terendah di kawasan ini, dengan 39 dari 55 perusahaan (70,9%) yang mempublikasikan pembaruan. Kemajuan di luar Tingkat A (9 perusahaan) terbatas, dan konsentrasi tinggi di Tingkat D.1 dan Tingkat E (15) menunjukkan lambatnya kemajuan dan rendahnya transparansi dalam rantai pasok domestik.

Thailand

Thailand mencapai tingkat pelaporan tertinggi bersama (78,6%, 44 dari 56 perusahaan) yang menunjukkan kesadaran dan keterlibatan yang tinggi. Namun, dengan 26 perusahaan di Tingkat D.1, sebagian besar bisnis masih berada dalam tahap awal implementasi, dan hasil nyata terkonsentrasi di antara beberapa merek terkemuka.

Malaysia

Malaysia terus memainkan peran awal dan berpengaruh dalam gerakan bebas sangkar regional, dengan 46 perusahaan dievaluasi dan 35 (76,1%) melaporkan kemajuan. Namun, hanya empat perusahaan (dua di Tingkat A.1 dan dua di Tingkat A.2) yang mencapai tingkat akuntabilitas tertinggi, sementara 21 perusahaan masih berada di Tingkat D.1.

Gerakan Bebas Sangkar di Asia

Pada tahun 2025, Asia tetap menjadi kawasan penghasil telur dominan di dunia, menyumbang sekitar dua pertiga dari total produksi global⁹.

Sebagian besar produksi ini masih berasal dari sistem sangkar baterai, yang diperkirakan menampung sekitar 85–90% ayam petelur di seluruh kawasan, sementara sistem bebas sangkar seperti aviary, lumbung, peternakan ayam buras, atau peternakan organik hanya mewakili 10–15% dari total produksi¹⁰. Ketidakseimbangan ini menggarisbawahi tantangan yang terus berlanjut dalam meningkatkan rantai pasok bebas sangkar, meskipun beberapa LSM tengah berupaya mengatasi masalah ini dan meningkatkan kesadaran konsumen dan perusahaan terhadap standar kesejahteraan hewan. Sebaliknya, pangsa pasar bebas sangkar di Eropa melebihi 65-70%, dengan beberapa negara seperti Jerman, Belanda, dan Swedia sudah mencapai di atas 80%¹¹ sementara Amerika Utara melaporkan 40-45% produksi bebas sangkar di Amerika Serikat dan sekitar 30% di Kanada.¹² Kesenjangan yang mencolok ini menyoroti betapa tertinggalnya Asia dalam mengadopsi sistem kesejahteraan yang lebih tinggi meskipun Asia merupakan penghasil utama produksi telur global.

Pada saat yang sama, Asia juga tidak kebal terhadap keberlanjutan dan ketahanan yang lebih luas dalam sistem pangan. Dalam konteks ini, tanggung jawab industri pangan Asia melampaui operasi regional, karena pilihan yang dibuat di sini memengaruhi standar global untuk kesejahteraan hewan, ketahanan pangan, dan kepercayaan konsumen, sekaligus berkontribusi pada sistem pangan yang lebih tangguh dan bertanggung jawab secara keseluruhan.

Ekspektasi konsumen di Asia juga terus berkembang. Meskipun kesadaran akan kesejahteraan hewan masih relatif baru, survei menunjukkan meningkatnya minat terhadap transparansi dan asal usul pangan¹³. Khususnya di pasar kelas menengah perkotaan, konsumen semakin bersedia mendukung merek yang menunjukkan sumber daya yang etis dan akuntabilitas. Tren ini mulai menciptakan peluang bagi bisnis yang berkomitmen pada standar kesejahteraan yang lebih kuat dan mengomunikasikan kemajuan mereka secara terbuka.

Dari Sinergia Animal, kami menyoroti bagaimana sumber daya bebas sangkar terus mendapatkan momentum di kawasan ini. Semakin banyak perusahaan yang membuat komitmen publik, dan beberapa telah mencapai implementasi penuh dalam waktu yang relatif singkat.



Kemajuan ini didorong oleh merek-merek internasional yang mengadaptasi standar global untuk Asia dan oleh para pemain regional yang menyadari pentingnya memasukkan perlindungan hewan ke dalam strategi jangka panjang mereka.

Dalam laporan ini, kami menyoroti perusahaan-perusahaan utama di Asia yang berada di jalur yang tepat untuk memenuhi komitmen mereka untuk bertransisi ke operasi bebas sangkar 100% pada tahun 2025:



Capella Hotel Group

Sebuah merek hotel mewah yang telah sepenuhnya menerapkan sumber daya bebas sangkar di seluruh operasinya di Asia.



Illy Caffè

Merek kopi global dengan kehadiran kuat di Asia, yang telah berhasil beralih ke sumber bebas sangkar.



Lotus Bakeries

Produsen makanan multinasional yang telah menyelesaikan transisi ke sumber makanan bebas sangkar 100%.



Pizza Express

Sebuah jaringan restoran internasional yang berkomitmen pada tahun 2017 dan tetap berada di jalur yang tepat untuk menyelesaikan transisinya pada tahun 2025.



Bali Buda

Grup restoran regional di Indonesia yang telah berkomitmen untuk 100% menggunakan sumber makanan bebas sangkar dan sedang dalam jalur untuk menyelesaikan transisinya pada akhir tahun 2025.

Para pemimpin pasar seperti ini menunjukkan bahwa transisi tidak memerlukan waktu puluhan tahun, tetapi dapat dicapai dalam waktu tiga hingga empat tahun ketika perusahaan berkomitmen pada transparansi dan akuntabilitas. Keberhasilan mereka tidak hanya mengubah rantai pasokan tetapi juga menetapkan tolok ukur bagi industri yang lebih luas.

Seiring komitmen ini berjalan, dampaknya diperkirakan akan meluas ke seluruh sektor, menginspirasi merek-merek lain di Asia untuk mengikutinya. Sumber daya bebas sangkar semakin diakui sebagai komponen yang sah dan integral dari agenda keberlanjutan dan tanggung jawab perusahaan. Dalam konteks ini, upaya kami tetap berfokus untuk memastikan pemenuhan komitmen sekaligus menekan perusahaan-perusahaan yang terus tertinggal.

Kolaborasi antara produsen, perusahaan makanan, dan konsumen sangat penting, tetapi kemajuan juga membutuhkan partisipasi yang lebih kuat dari pemerintah dan lembaga keuangan. Regulasi, sistem sertifikasi, dan insentif investasi akan sangat penting untuk meningkatkan sistem bebas sangkar dan memastikan masa depan produksi telur yang lebih manusiawi dan berkelanjutan di Asia.

Apa arti “Bebas Sangkar”?

Pada sangkar baterai konvensional, ayam-ayam betina dipelihara dalam kondisi berdesakan, dengan setiap ayam biasanya memiliki ruang yang lebih kecil dari selebar kertas A4 untuk hidup. Di lingkungan seperti ini, ayam tidak dapat sepenuhnya melebarkan sayap, bersarang, bertengger, atau mencari makan, yang merupakan perilaku alami dan penting bagi kesejahteraan mereka. Bukti ilmiah menunjukkan bahwa pembatasan tersebut menyebabkan frustrasi, stres, dan masalah kesehatan serius, termasuk tulang rapuh dan masalah kesejahteraan lainnya.

Sistem produksi bebas sangkar menawarkan alternatif. Dalam sistem ini, ayam betina hidup di kandang terbuka atau aviary, terkadang dengan akses luar ruangan. Mereka memiliki kotak sarang untuk bertelur, tempat bertengger untuk beristirahat, dan alas tidur yang memungkinkan mereka mencari makan dan mandi debu¹⁵. Fitur-fitur ini menciptakan lingkungan yang lebih alami yang memungkinkan burung untuk mengekspresikan berbagai macam perilaku.

Meskipun sistem bebas sangkar juga memerlukan manajemen yang cermat dan tidak menghilangkan semua tantangan kesejahteraan, sistem ini memberikan peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan sangkar. Jika diterapkan secara bertanggung jawab, sistem ini dapat mendukung kesehatan kawanan, mempertahankan tingkat produksi, dan secara signifikan mengurangi penderitaan yang dialami ayam.

Mengingat peran sentral Asia dalam produksi telur global, transisi ke sistem bebas sangkar di kawasan ini berpotensi untuk membentuk kembali rantai pasokan dan menetapkan standar kesejahteraan hewan yang lebih kuat yang memengaruhi praktik-praktik yang jauh melampaui batas wilayahnya.

Realitas Sangkar Baterai



Kurangnya Ruang

Hingga 12 ekor ayam dapat dijejalkan ke dalam satu sangkar, yang biasanya memberikan setiap ayam ruang yang lebih kecil dari selebar kertas berukuran A4^{16 17 18 19}.



Frustasi

Ayam betina tidak dapat melakukan perilaku alami seperti melebarkan sayapnya sepenuhnya, berjalan bebas, atau bersarang, sehingga menyebabkan frustrasi dan tekanan.



Public Health

Salmonella masih menjadi salah satu patogen bawaan makanan yang paling sering dilaporkan di seluruh dunia, dengan telur dikenal sebagai media penularan yang penting. Di Indonesia, sebuah studi mengungkapkan bahwa telur supermarket terkontaminasi Salmonella, termasuk strain yang resistan terhadap berbagai obat yang ditemukan baik pada cangkang maupun di dalam telur²⁰.

Bakteri yang resistan terhadap obat merupakan ancaman kesehatan masyarakat yang serius akibat penyalahgunaan antibiotik dan obat antimikroba lainnya. Pada tahun 2019 saja, resistensi antimikroba dikaitkan dengan hampir 5 juta kematian di seluruh dunia²¹. Beberapa penelitian telah mengamati tingkat Salmonella di berbagai sistem sangkar, tetapi hasilnya tidak selalu konsisten dan seringkali bergantung pada seberapa baik kawanan ternak dikelola. Bukti dari Asia dan wilayah lain menunjukkan bahwa kebersihan yang baik, biosekuriti yang kuat, dan manajemen kawanan yang cermat merupakan faktor kunci dalam mengendalikan Salmonella. Dengan praktik-praktik ini, sistem bebas sangkar, diumbar, dan organik dapat sama amannya dengan sistem sangkar konvensional. Jika dikelola dengan baik, sistem bebas sangkar dapat mencapai standar keamanan pangan yang tinggi sekaligus meningkatkan kesejahteraan hewan dan mendukung kerangka kerja One Health dan One Welfare, sebuah konsep yang didukung oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa yang mengakui keterkaitan antara kesehatan manusia, hewan, dan lingkungan.

Apa Itu Kebijakan Bebas Sangkar?

Di Asia, semakin banyak perusahaan, mulai dari operator lokal hingga merek multinasional, yang berkomitmen untuk menghilangkan telur sangkar dari rantai pasok mereka. Untuk Tracker ini, komitmen hanya diakui ketika diumumkan secara publik dan mencakup transisi penuh untuk semua jenis telur, termasuk telur cangkang, telur cair, telur bubuk, dan telur bahan baku. Sebagian besar restoran, kafe, toko roti, hotel, dan penyedia katering telah menetapkan tahun 2025 sebagai target mereka, sementara supermarket umumnya menargetkan tahun 2028. Produsen dan perusahaan di sektor perjalanan dan pariwisata juga mulai mengintegrasikan tujuan bebas sangkar, meskipun jangka waktu mereka bervariasi karena struktur pengadaan dan operasional yang kompleks.

Kebijakan bebas sangkar berpotensi memicu efek domino dalam industri pangan regional. Ketika satu perusahaan berkomitmen, para pesaing terdorong untuk mengadopsi kebijakan serupa, produsen didorong untuk beralih ke sistem bebas sangkar atau setidaknya mengembangkan lini khusus, dan konsumen dididik tentang realitas produksi telur industri dan penderitaan yang disebabkan oleh sangkar²². Reaksi berantai ini sangat penting di Asia, di mana skala produksi yang sangat besar berarti bahwa perubahan yang dilakukan oleh beberapa pemain besar sekalipun dapat berdampak global.

Umumnya, penerapan kebijakan bebas sangkar mengikuti beberapa tahapan:

1 The company sources or sells eggs as part of its operations.

- A. Perusahaan mengeluarkan kebijakan bebas sangkar publik, berjanji untuk beralih sepenuhnya ke pemasok bebas sangkar²³.
- B. Jika sebuah perusahaan tidak menerbitkan kebijakan tersebut, Sinergia Animal dan organisasi lain akan melakukan dialog dan, jika diperlukan, melakukan kampanye publik untuk mendorong adopsi.

2 Perusahaan memulai proses transisi, dengan terus meningkatkan proporsi telur bebas sangkar dalam rantai pasokannya dan menerbitkan pembaruan rutin hingga target 100% tercapai dalam jangka waktu yang dijanjikan.



Bagaimana Survei Dilakukan?



Laporan ini mencakup semua perusahaan yang, selama bertahun-tahun, telah berkomitmen untuk menerapkan rantai pasokan telur bebas sangkar di pasar Asia dan beroperasi di setidaknya satu dari lima negara yang dievaluasi: India, Indonesia, Jepang, Malaysia, dan Thailand. Laporan ini juga mencakup perusahaan yang beroperasi di wilayah Asia lainnya, seperti merek global Hilton, Nestlé, Starbucks, dan lainnya, yang komitmennya mencakup berbagai negara di kawasan ini.

Klasifikasi ini menggabungkan informasi yang dibagikan hingga 31 Oktober 2025.

Pembaruan yang dirilis oleh perusahaan setelah tanggal ini mungkin tidak tercermin dalam peringkat. Untuk data terbaru, silakan merujuk pada pengumuman dan publikasi terbaru dari perusahaan. Kemajuan yang dilaporkan setelah batas waktu akan dipertimbangkan dalam penyusunan Asia Cage-Free Tracker 2026.

Sumber informasi

Informasi yang disajikan dalam laporan ini dikumpulkan dari berbagai saluran: kuesioner yang diisi oleh perusahaan; pernyataan publik yang dipublikasikan di situs web, laporan keberlanjutan, atau media sosial; dan kolaborasi dengan organisasi-organisasi terkait yang bekerja untuk mendorong transparansi, yang kepada mereka kami sampaikan terima kasih. Hasil dan angka-angka ini tidak diaudit, melainkan hanya berdasarkan pengungkapan publik perusahaan.

Sebanyak 67 perusahaan mengungkapkan kemajuan bebas sangkar mereka melalui saluran publik seperti situs web, laporan keberlanjutan, dan komunikasi lainnya, termasuk 6 perusahaan yang juga menyampaikan pembaruan langsung melalui kuesioner Sinergia Animal. Sementara itu, 6 perusahaan menerbitkan laporan yang tidak memuat informasi kemajuan bebas sangkar, dan 28 perusahaan tidak memberikan pembaruan publik sama sekali—di antaranya, 6 perusahaan merilis laporan keberlanjutan atau CSR umum tanpa menyebutkan komitmen bebas sangkar mereka.

Poin-Poin Utama



Mendapatkan laporan

Relevansi yang diberikan perusahaan terhadap komitmen mereka terus meningkat dan dibuktikan dengan pertumbuhan laporan implementasi mereka, mencapai 70,5% (67) dari total laporan yang diperoleh dengan berbagai metode. Dengan 10,5% (10) laporan terperinci tentang implementasi komitmen di Asia atau berdasarkan negara.



Partisipasi multinasional

Dari 74 perusahaan multinasional yang dinilai, 77% (57) melaporkan kemajuan mereka dalam penerapan kebijakan bebas sangkar secara publik—mencerminkan meningkatnya transparansi dan akuntabilitas global. Di antara perusahaan-perusahaan tersebut, 6 perusahaan telah sepenuhnya melaksanakan komitmen mereka, 4 perusahaan berencana mencapai 100% rantai pasok bebas sangkar pada akhir tahun 2025, 1 perusahaan telah melaporkan kemajuan di atas 40%, dan 3 perusahaan masih dalam tahap awal dengan kemajuan antara 1–15%. Namun, 17 perusahaan multinasional belum mempublikasikan pembaruan apa pun mengenai penerapan kebijakan bebas sangkar mereka di wilayah tersebut.



Keberagaman dalam saluran pelaporan

Perusahaan melaporkan kemajuan mereka melalui berbagai saluran, 70,5% (67) menerbitkan laporan melalui situs web mereka, laporan keberlanjutan, atau laporan CSR, yang mana 6 juga menanggapi langsung kuesioner Sinergia Animal, memberikan verifikasi lebih lanjut atas komitmen mereka. 29,5% (28) perusahaan tidak menerbitkan laporan apa pun atau menerbitkan laporan yang gagal menyertakan informasi kemajuan bebas sangkar.



Perusahaan yang merespons tetapi tidak memberikan laporan wilayah/negara mereka

Di antara perusahaan yang dievaluasi, 43,2% (41) hanya mengungkapkan kemajuan di tingkat global tanpa menyertakan data spesifik Asia. Sebaliknya, 10,5% (10) menerbitkan laporan regional khusus untuk Asia, sementara 16,8% (16) menggabungkan data global dan regional dalam satu laporan. Sementara itu, 29,5% (28) tidak merilis laporan apa pun atau gagal menyertakan informasi tentang kemajuan bebas sangkar.



Perusahaan yang tidak merespons dan melaporkan kemajuan berdasarkan wilayah/negara:

29,5% perusahaan (total 28) yang termasuk dalam laporan ini tidak melaporkan kemajuan implementasi. Kelompok ini mencakup perusahaan multinasional seperti Millenium & Copthorne, serta perusahaan dengan komitmen spesifik negara seperti Food Passion di Thailand, dan IMU Hotel Kyoto di Jepang.



Perusahaan yang tertinggal

McCain Foods dan General Mills terus menerbitkan data global tanpa memberikan pembaruan spesifik untuk Asia, meskipun menetapkan tahun 2025 sebagai batas waktu implementasi penuh mereka. Costa Coffee juga masih berada dalam kategori ini, tanpa ada perkembangan regional yang diungkapkan. Di sisi lain, Food Passion, Four Seasons, dan Central Food Retail memiliki komitmen tertulis tetapi belum menerbitkan laporan apa pun, sehingga status implementasi mereka di tahun 2025 masih belum jelas.



Tingkat transisi yang bervariasi

Laju transisi menuju telur bebas sangkar masih belum merata di antara perusahaan-perusahaan. Sebanyak 8,4% (8 perusahaan) telah sepenuhnya menerapkan komitmen bebas sangkar mereka, sementara 6,3% (6 perusahaan) menyatakan akan menyelesaikan implementasi pada akhir tahun 2025. Sebanyak 12,6% (12 perusahaan) lainnya melaporkan kemajuan di atas 15%, sementara 7 perusahaan masih berada dalam kisaran 0,1–14%—kecuali Autogrill, yang melaporkan kemajuan melalui survei CFT pada bulan Juni 2025 tetapi belum menerbitkan pernyataan atau laporan publik apa pun. Sementara itu, 32,6% (31 perusahaan) hanya melaporkan di tingkat global tanpa data khusus Asia, dan 29,5% (28 perusahaan) belum melaporkan kemajuan apa pun dalam penerapan bebas sangkar atau tidak mencantumkan informasi ini dalam pengungkapan publik mereka.



Distribusi penggunaan telur

Terkait transisi ke penggunaan telur dari ayam bebas sangkar, perusahaan-perusahaan Asia menunjukkan tingkat kemajuan yang berbeda-beda. Komitmen paling sering mencakup telur segar atau telur cangkang dan telur cair, sementara telur olahan dan telur berbasis bahan kurang konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa memastikan verifikasi penuh terhadap produk outsourcing yang mengandung telur masih menjadi kesulitan utama bagi perusahaan. Kami menekankan bahwa untuk mencapai dampak positif pada hewan, perusahaan perlu memperluas komitmen mereka ke semua jenis telur yang mereka gunakan atau jual dalam produk mereka.

Partisipasi

Sebanyak 95 perusahaan diikutsertakan dalam laporan tahun 2025.

Di antara mereka, 67 perusahaan (70,5%) melaporkan beberapa tingkat penerapan sumber telur bebas sangkar. Dari jumlah tersebut, 10,5% (10 perusahaan) menerbitkan laporan yang secara khusus mencakup Asia atau masing-masing negara, 43,2% (41 perusahaan) hanya melaporkan pada tingkat global, dan 16,8% (16 perusahaan) mengungkapkan gabungan data global dan spesifik Asia dalam satu laporan.

Daftar Lengkap Perusahaan (Asia)

- | | |
|--|--|
| 1. Accor | 36. Impiana Hotels/ Magma Group Berhad |
| 2. Aman Resorts | 37. IMU Hotel Kyoto |
| 3. Archipelago International | 38. Inspire Brands |
| 4. Au Bon Pain | 39. Ismaya Group |
| 5. Autogrill HMSHost | 40. ISS World |
| 6. Bali Buda | 41. JDE Peet's Coffee |
| 7. Banyan Tree Holdings | 42. Kempinski |
| 8. Best Western | 43. Kraft Heinz |
| 9. Bloomin' Brands | 44. Krispy Kreme |
| 10. Blue Steps Villa and Resto | 45. Langham Hospitality Group |
| 11. Capella Hotel Group | 46. Le Pain Quotidien |
| 12. Central Food Retail (Central Retail) | 47. Lotus PLC (Tesco) |
| 13. Chatrium Hotels & Residences | 48. Lotus Bakeries |
| 14. Club Med | 49. Lotus's Supermarket (formerly Tesco Lotus)- CP Extra Public Co |
| 15. Compass Group | 50. Louvre Hotels |
| 16. Costa Coffee | 51. Mandarin Oriental |
| 17. Dough Lab | 52. Marriot |
| 18. Ellior Group | 53. McCain Foods |
| 19. Food Passion | 54. McCormick |
| 20. Four Seasons | 55. Meliá Hotels International |
| 21. Gategroup | 56. Metro AG |
| 22. General Mills | 57. MGM Resorts International |
| 23. Go To Foods (formerly Focus Brands) | 58. Millennium & Copthorne Hotels |
| 24. Group Le Duff | 59. Minor Foods |
| 25. Groupe Holder | 60. Minor Hotels |
| 26. Groupe Savencia | 61. Mondelez |
| 27. Grupo Bimbo | 62. Nando's |
| 28. Hayashi Natural | 63. Nestle |
| 29. Hilton | 64. Norwegian Cruise Line |
| 30. Hokkaido Baby | 65. Panda Express |
| 31. Hotel Matsumoto | 66. Pepsico |
| 32. Hyatt | 67. Pierre Herme |
| 33. IHG | 68. Pizza Express |
| 34. IKEA | 69. Pizza Marzano |
| 35. Illy - Caffè | |

- | | |
|---|---------------------------------------|
| 70. Playon | 87. The Cheesecake Factory |
| 71. Puratos | 88. The Peninsula Hotels |
| 72. Radisson Hotel Group | 89. Toridoll Holdings Corporation |
| 73. Raya Collection | 90. Travel Leisure Co |
| 74. Restaurant Brands International (RBI) | 91. Unilever |
| 75. Retail Food Group | 92. Viavia Restaurant |
| 76. REWE | 93. Wyndham |
| 77. Rimping Supermarket | 94. YUM! Brands |
| 78. Royal Caribbean | 95. Zen Group (ZEN Corporation Group) |
| 79. SaladStop! | |
| 80. Shake Shack | |
| 81. Sodexo | |
| 82. Spur Corporation | |
| 83. SSP Group | |
| 84. Starbucks | |
| 85. Subway | |
| 86. Sukishi Interngroup | |

Peringkat Berdasarkan Tingkatan



- Bali Buda di Indonesia dan Capella Hotel Group di Asia telah menghilangkan penggunaan telur sangkar dari rantai produksi dan pemasaran mereka. Kami mengucapkan selamat dan berterima kasih kepada mereka atas usaha mereka dan atas dampak langsung yang mereka berikan terhadap perlindungan hewan.
- Situasi kebijakan perusahaan-perusahaan di Asia yang tidak mencapai tujuan yang disepakati untuk implementasi penuh disorot dengan warna merah.

Level A

A.1: 8 perusahaan telah mencapai 100% implementasi komitmennya.

8,4% perusahaan yang termasuk dalam laporan Asia telah mencapai 100% transisi ke sumber telur dari ayam bebas sangkar pada skala regional atau nasional sebelum 31 Juli 2025. Tahun komitmen dimulai dan jumlah tahun perusahaan telah menerapkan kebijakan ini secara keseluruhan disertakan.

Tahun Mulai Komitmen	Nama Perusahaan	Jumlah Tahun Bebas Sangkar	Negara tempat operasinya di Asia
2018	Aman Resorts	7	TH, JP, CN, ID, IN, BT
2022	Capella Hotel Group	3	SG, TH, VN, ID, JP
2021	Illy Caffè	4	CN, JP, KR, IN, ID
2012	Lotus Bakeries	13	CN, KR, JP, MY, ID
2021	Pizza Marzano	4	ID, HK, MO, SG, IN, VN
2016	Shake Shack	9	JP, KR, SG, CN, TH, MY, VN, PH
2008	Starbucks	17	CN, JP, ID, IN, KR
2015	The Cheesecake Factory	10	CN, HK, TH

Catatan:

- Starbucks meskipun periode saat ini menunjukkan 100% sumber bebas sangkar, produksi bebas sangkar yang terbatas di beberapa pasar Asia (misalnya, Tiongkok dan Jepang) dapat memengaruhi kemampuan untuk mempertahankan tingkat ini di masa mendatang. - Perbedaan antara tahun dimulainya kebijakan dan jumlah tahun perusahaan telah bebas sangkar bervariasi, karena beberapa perusahaan telah melakukan praktik ini sebelum mengumumkan dan meresmikan komitmen mereka secara publik.

A.2: 6 perusahaan secara terbuka menyatakan akan mencapai 100% implementasi komitmen mereka pada akhir tahun 2025.

6.3% perusahaan yang termasuk dalam laporan Asia menginformasikan kemajuan komitmen mereka per 31 Juli 2025 (dua melakukannya secara regional, tiga melakukannya secara global, dan satu beroperasi baik secara regional maupun global). Tautan tempat perusahaan telah melaporkan implementasi mereka dan menyatakan akan mencapai target implementasi penuh mereka pada akhir tahun 2025 disertakan.

Tahun Komitmen	Nama Perusahaan	Persentase implementasi per Juli 2025	Link komitmen per 31 Des 2025	Negara tempat beroperasi di Asia
2024	Bali Buda	Asia : 100	https://balibuda.com/blog/eggs-unscreaming-the-nutrition-types-and-environmental-impacts	ID
2019	Groupe Holder	Global : 100	https://www.groupeholder.com/en/page/our-commitments	JP, TW, SG, ID, IN, KR
2021	Groupe Savencia	Global : 99.9	https://www.savencia-fromagedairy.com/wp-content/uploads/sites/2/2025/04/Savencia_2024_Annual_Report.pdf	CN, IN, JP, KR
2015	IKEA	Global : 100	https://www.ikea.com/global/en/images/IKEA_Sustainability_Report_2024.pdf	JP, IN, ID, MY, SG
2017	Pizza Express	Asia : 100/ Global : 100	https://www.pizzaexpress.com/-/media/Files/PDFs/2024/PEX_Cage_Free_2024_Fashx2utm_source	ID, IN, PH, SG, HK
2021	ViaVia Restaurant	Asia : 100	https://www.instagram.com/reel/C21-kg0rHhI/?igah=NGtoMzMwN2wybTg1	ID

Catatan:

- Bali Buda mencapai 100% implementasi setelah 31 Juli 2025, ini alasan mengapa terdaftar di level A.2. - PizzaExpress sudah menerapkan 100% di Indonesia dan India, di mana mereka menggunakan telur cangkang dan telur bahan baku, dan juga 100% di Singapura, Hong Kong, dan Filipina. - IKEA mencapai 100% penggunaan telur cage-free atau free-range pada FY24 (cakupan pelaporan sekitar 65%), lebih cepat dari target FY25.

Level B

B.1: 3 perusahaan yang melaporkan implementasi komitmennya di tingkat regional atau nasional menunjukkan kemajuan antara 70%-98,99%.

3.2% dari perusahaan yang disertakan dalam laporan ini telah melaporkan status terkini transisi mereka untuk mendapatkan telur dari ayam bebas sangkar di Asia atau dalam skala nasional, dengan implementasi berkisar antara 70% dan 98,99%.

Status Kebijakan	Nama Perusahaan	Telur Cangkang	Telur Cair atau Olahan	Telur sebagai Bahan	Persentase implementasi di Asia	Persentase implementasi global	Negara tempat operasinya di Asia
2023–2025	Hokkaido Baby	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	90%	-	ID
2020–2024	JDE Peet's Coffee	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	96%	66.40%	CN, JP
2024–2028	Zen Group (ZEN Corporation Group)	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	Menggunakan, tidak ada pembaruan	80%	-	TH, LA, KH, MM

● Kuning — Perusahaan dengan tenggat waktu pada tahun 2025, ● Merah — Perusahaan yang tenggat waktunya telah lewat sebelum tahun 2025, ● Hijau — Perusahaan dengan tenggat waktu yang ditetapkan setelah tahun 2025

Catatan:

Zen Group melaporkan kemajuan sebesar 80%, yang hanya berlaku untuk produk mereka di Thailand. Tidak ada informasi detail yang diberikan untuk negara lain dalam laporan mereka.

B.2: 4 perusahaan yang melaporkan implementasi komitmen mereka secara regional atau skala nasional menunjukkan kemajuan antara 40%-69,99%.

4.2% dari perusahaan yang disertakan dalam laporan ini telah melaporkan status terkini transisi mereka untuk mendapatkan telur dari ayam bebas sangkar di Asia atau dalam skala nasional, dengan implementasi berkisar antara 40% dan 69,99%.

Status Kebijakan	Nama Perusahaan	Telur Cangkang	Telur Cair atau Olahan	Telur sebagai bahan	Persentase implementasi di Asia	Persentase implementasi global	Negara tempat operasinya di Asia
2019–2025	Best Western	Menggunakan , tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	40%	66.70%	LA, BD, CN, LK, MM, TH, VN
2019–2025	Hilton	Menggunakan , tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	50%	70%	JP, KR, FM
2022–2030	Nando's	Menggunakan , tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	52%	90%	MY, SG
2020–2025	Restaurant Brands International (RBI)	Menggunakan , tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	40%	Tidak diinformasikan	CN, IN, ID, JP, MY, PH, SG, TH

● Kuning — Perusahaan dengan tenggat waktu pada tahun 2025, ● Merah — Perusahaan yang tenggat waktunya telah lewat sebelum tahun 2025, ● Hijau — Perusahaan dengan tenggat waktu yang ditetapkan setelah tahun 2025

Catatan:

- Restaurant Brands International (RBI) melaporkan kemajuan 40% di Asia tetapi belum mengungkapkan angka globalnya. Persentase Hilton di Asia diperkirakan oleh Sinergia Animal, berdasarkan informasi yang diberikan oleh perusahaan.

Level C

C.1: 6 perusahaan yang melaporkan komitmen mereka pada skala regional atau nasional menunjukkan kemajuan antara 20%-39,99%.

6.3% perusahaan yang disertakan dalam laporan ini telah melaporkan status terkini transisi mereka untuk mendapatkan telur dari ayam bebas sangkar di Asia atau dalam skala nasional, dengan implementasi berkisar antara 20% dan 39,99%.

Status Kebijakan	Nama Perusahaan	Telur Cangkang	Telur Cair atau Olahan	Telur sebagai bahan	Persentase implementasi di Asia	Persentase implementasi global	Negara tempat operasinya di Asia
2016–2025	Accor	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	26%	56%	SG, MY, ID, TH, KH
2015–2025	Grupo Bimbo	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	32%	37%	CN, IN, KR, KZ, TR
2020–2025	Langham Hospitality Group	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi.	35%	80%	CN, ID, MY, TH, JP
2019–2025	Radisson Hotel Group	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	22%	24.30%	CN, IN, ID, TH, VN, MY, PH, BD, LK, SG
2015–2025	Subway	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	20%	36%	SG, MY, TH, PH, VN, ID
2020–2025	The Peninsula Hotels	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	38.60%	59.90%	HK, CN, JP, TH, PH, VN

● Kuning — Perusahaan dengan tenggat waktu pada tahun 2025, ● Merah — Perusahaan yang tenggat waktunya telah lewat sebelum tahun 2025, ● Hijau — Perusahaan dengan tenggat waktu yang ditetapkan setelah tahun 2025

Catatan:

The Peninsula Hotels telah mengungkapkan informasi parsial, dan persentase untuk Asia adalah perkiraan oleh Sinergia Animal, berdasarkan data yang tersedia.

C.2: 7 perusahaan yang melaporkan implementasi komitmennya secara regional maupun nasional menunjukkan kemajuan sebesar 1%-19,99%.

7,4% perusahaan yang disertakan dalam laporan ini telah melaporkan status terkini transisi mereka untuk mendapatkan telur dari ayam bebas sangkar di Asia atau dalam skala nasional, dengan implementasi berkisar antara 1% hingga 19,99%.

Status Kebijakan	Nama Perusahaan	Telur Cangkang	Telur Cair atau Olahan	Telur sebagai bahan	Persentase implementasi di Asia	Persentase implementasi global	Negara tempat operasinya di Asia
2016–2025	Elior Group	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	1.40%	22%	IN, CN, HK
2019–2025	Autogrill HMSHost	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	Menggunakan, tidak ada pembaruan	15%	Not informed	IN, ID, MY
2019–2025	Central Food Retail (Central Retail)	Tidak ada informasi	Tidak ada informasi	Tidak ada informasi	7.5%	N/A	TH, VN
2022–2025	Gategroup	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	5%	55%	JP, ID, KH, PH, SG
2016–2025	IHG	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	4.10%	70.30%	ID, LA, MY, MV, TH, JP, CN
2019–2028	Lotus's Supermarket (formerly Tesco Lotus) - CP Extra Public Company	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	Tidak ada informasi	8%	-	TH
2024–2025	Louvre Hotels	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	8%	41%	CN, IN, ID, VN, MY

● Kuning — Perusahaan dengan tenggat waktu pada tahun 2025, ● Merah — Perusahaan yang tenggat waktunya telah lewat sebelum tahun 2025, ● Hijau — Perusahaan dengan tenggat waktu yang ditetapkan setelah tahun 2025

Catatan:

- Autogrill HMSHost ermasuk dalam Tingkat C.2 karena kemajuan 15%-nya dilaporkan melalui survei Sinergia Animal. Laporan keberlanjutannya hanya menyebutkan pembelian dari 419 pemasok bersertifikat pada tahun 2024, sehingga kemajuan yang akurat dari peternakan bebas sangkar sulit diverifikasi. - Komitmen public Central Food Retail, seperti yang diumumkan di situs webnya, adalah untuk meningkatkan proporsi telur bebas sangkar menjadi 50% pada tahun 2025. Dalam angka ini, mereknya sendiri, "My Choice" telah mencapai 100% bebas sangkar. Pada Oktober 2025, perusahaan melaporkan telah mencapai 15% dari targetnya, yaitu, total penjualan telur bebas sangkarnya mencapai sekitar 7,5% dari total penjualan telur. - Louvre Hotels telah mengungkapkan sebagian informasi, dan persentase untuk Asia merupakan perkiraan Sinergia Animal, berdasarkan data yang tersedia.

Level D

D.1: 33 perusahaan yang melaporkan secara global dan tidak memberikan rincian regional atau nasional.

34,7% perusahaan yang termasuk dalam laporan ini menginformasikan status komitmen mereka di tingkat global tanpa perincian regional atau nasional.

Status Kebijakan	Nama Perusahaan	Telur Cangkang	Telur Cair atau Olahan	Telur sebagai bahan	Persentase implementasi global	Negara tempat operasinya di Asia	Status Kebijakan
2023–2025	Banyan Tree Holdings	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	14%	CN, JP, KR, SG, TH	2023–2025
2016–2030	Bloomin' Brands	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	69%	CN, HK, JP, MY, TH	2016–2030
2022–2027	Club Med	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	51%	JP, CN, TH, VN, ID	2022–2027
2019–2025	Costa Coffee	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	74%	IN, JP, MY, PK	2019–2025
2015–2025	General Mills	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	Menggunakan, tidak ada pembaruan	76%	IN, TH, ID, MY, JP	2015–2025
2021–2025	Groupe Le Duff	Tidak ada informasi	Tidak ada informasi	Tidak ada informasi	89%	JP	2021–2025
2021–2025	Inspire Brands	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	30%	SG, MY, PH, HK, IN	2021–2025
2019–2030	Kempinski	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	23.20%	ID, SG, TH	2019–2030
2017–2030	Kraft Heinz	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	66%	CN, IN, JP	2017–2030
2021–2025	Krispy Kreme	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	Menggunakan, tidak ada pembaruan	70%	JP, KR, TW, HK, CN	2021–2025
2021–2028	Lotus PLC (Tesco)	Tidak ada informasi	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	90.5	TH, MY	2021–2028
2019–2024	Mandarin Oriental	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	93%	TH, CN, ID, MY, SG	2019–2024
2018–2025	Marriott	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	59.50%	CN, IN, JP, KR, ID, TH	2018–2025
2017–2025	McCain Foods	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	97%	IN, JP, TW, CN, KR, TH	2017–2025
2020–2025	Meliá Hotels International	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	40.70%	VN, TH, ID, MY, MM	2020–2025
2016–2027	Metro AG	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	55%	TR, RU, UA, IN, PK, JP	2016–2027
2020–2030	MGM Resorts International	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	79.30%	CN, JP	2020–2030

Status Kebijakan	Nama Perusahaan	Telur Cangkang	Telur Cair atau Olahan	Telur sebagai bahan	Persentase implementasi global	Negara tempat operasinya di Asia	Status Kebijakan
2021–2027	Minor Foods	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	57%	TH, CN, VN, KH, MM, LA	2021–2027
2021–2027	Minor Hotels	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	27%	KH, CN, IN, ID, LA, MY, SG, TH, VN	2021–2027
2016–2025	Mondelez	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	66%	CN, IN, ID, JP, MY, PH	2016–2025
2015–2025	Nestlé	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	74.40%	CN, HK, JP, KR, TW	2015–2025
2015–2025	Norwegian Cruise Line	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan s	79%	JP, TH, VN, SG, MY	2015–2025
2020–2025	Puratos	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	31%	Asia	2020–2025
2024–2025	Raya Collection	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	92%	TH, MY	2024–2025
2016–2025	REWE	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	87%	HK, CN, TH, VN	2016–2025
2022–2025	Royal Caribbean	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	Tidak ada informasi	95%	CN, HK, TW, JP, TH, VN	2022–2025
2016–2025	Sodexo	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	56.60%	CN, IN, MY, PH, SG	2016–2025
2021–2025	Spur Corporation	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	Tidak ada informasi	90%	IN, SA	2021–2025
2020–2025	SSP Group	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Tidak ada informasi	Menggunakan, tidak ada pembaruan	78%	MY, PH, TH, SG, IN	2020–2025
2022–2030	Toridoll Holdings	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	4%	JP, ID, VN, SG, MY	2022–2030
2018–2025	Unilever	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	79%	CN, IN, JP, ID, TH, VN	2018–2025
2017–2025	Wyndham	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	70%	IN, CN, JP, ID, TH, AU	2017–2025
2021–2030	YUM! Brands	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	Menggunakan, tidak ada pembaruan	94%	CN, IN, TH, MY, ID, PH	2021–2030

● Kuning — Perusahaan dengan tenggat waktu pada tahun 2025, ● Merah — Perusahaan yang tenggat waktunya telah lewat sebelum tahun 2025, ● Hijau — Perusahaan dengan tenggat waktu yang ditetapkan setelah tahun 2025

Catatan:

- Kempinski mengubah tanggal implementasi penuh komitmennya dari tahun 2025 menjadi 2030. Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi: Keberlanjutan Kempinski <https://www.kempinski.com/en/content/download/99205/file/Kempinski>. - Secara total, 41 perusahaan hanya melaporkan penerapannya secara global. Angka ini mencakup 33 perusahaan dalam kategori ini, ditambah 8 perusahaan yang juga melaporkan secara global dan berada pada level A.1 dan A.2 karena telah menyelesaikan implementasi atau menyatakan dapat menyelesaikan implementasi pada tahun 2025.

D.2: 0 perusahaan yang melaporkan komitmennya namun belum memulai implementasi.

0% perusahaan yang termasuk dalam laporan ini mempunyai komitmen bebas sangkar namun belum memulai proses penerapannya.

Level E

E.1: 28 perusahaan yang tidak melaporkan kemajuan komitmennya.

29,5% perusahaan yang termasuk dalam laporan ini tidak melaporkan pelaksanaannya. Dari perusahaan-perusahaan ini, ada yang merupakan perusahaan multinasional dan ada pula yang hanya beroperasi di tingkat lokal.

Tahun Mulai Komitmen	Nama Perusahaan	Batas waktu implementasi penuh	Negara tempatnya beroperasi di Asia
2024	Archipelago International	2031	ID, MY, PH
2021	Au Bon Pain	2025	TW, TH
2022	Blue Steps Villa and Resto	2023	ID
2022	Chatrium Hotels & Residences	2025	TH, MM, JP
2016	Compass Group	2025	IN, ID, JP, MY, SG, TH, VN
2024	Dough Lab	2025	ID
2021	Food Passion	2025	TH
2018	Four Seasons Hotels & Resorts	2025	TH, ID, IN, JP, MY, PH, VN
2017	Go To Foods (formerly Focus Brands)	2028	SG, IN, JP, CN
2024	Hayashi Natural	2028	JP
2021	Hotel Matsumotoro	2027	JP
2019	Hyatt Hotels	2025	IN, ID, JP, CN, MY, TH
2024	Impiana Hotels / Magma Group Berhad	2028	MY, TH, ID
2020	IMU Hotel Kyoto	2027	JP
2022	Ismaya Group	2028	ID
2019	ISS World	2025	CN, IN, ID, HK, JP, MY, SG
2021	Le Pain Quotidien	2025	JP, IN, TR
2017	McCormick	2025	CN, IN, JP, MY, SG, KR
2018	Millennium & Copthorne Hotels	2025	SG, MY, ID, TH, VN

2022	Panda Express	2030	JP, PH, SA, KR
2020	PepsiCo	2025	CN, IN, PK, TH, VN, PH
2018	Pierre Hermé	2025	JP, HK, SG
2023	PlayOn	2025	ID
2016	Retail Food Group	2025	CN, SG, ID
2024	Rimping Supermarket	2027	TH
2018	SaladStop!	2025	SG, PH, ID, HK, TH
2023	Sukishi International Group	2025	TH, MY, CN, VN, HK
2020	Travel + Leisure Co	2025	JP, PH, TH

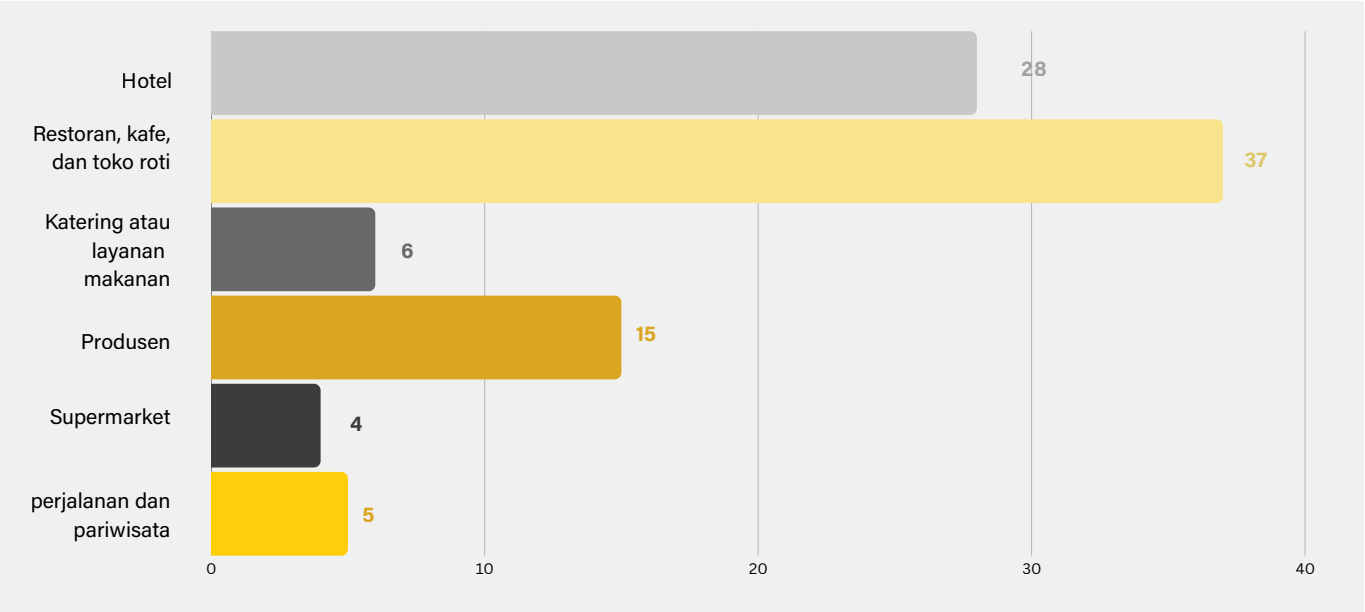
● Kuning — Perusahaan dengan tenggat waktu pada tahun 2025, ● Merah — Perusahaan yang tenggat waktunya telah lewat sebelum tahun 2025, ● Hijau — Perusahaan dengan tenggat waktu yang ditetapkan setelah tahun 2025

Catatan:

Go To Foods (sebelumnya Focus Brands) memperpanjang batas waktu implementasi penuhnya dari tahun 2025 menjadi 2028..

Data Penting Lainnya: Laporan Dalam Angka

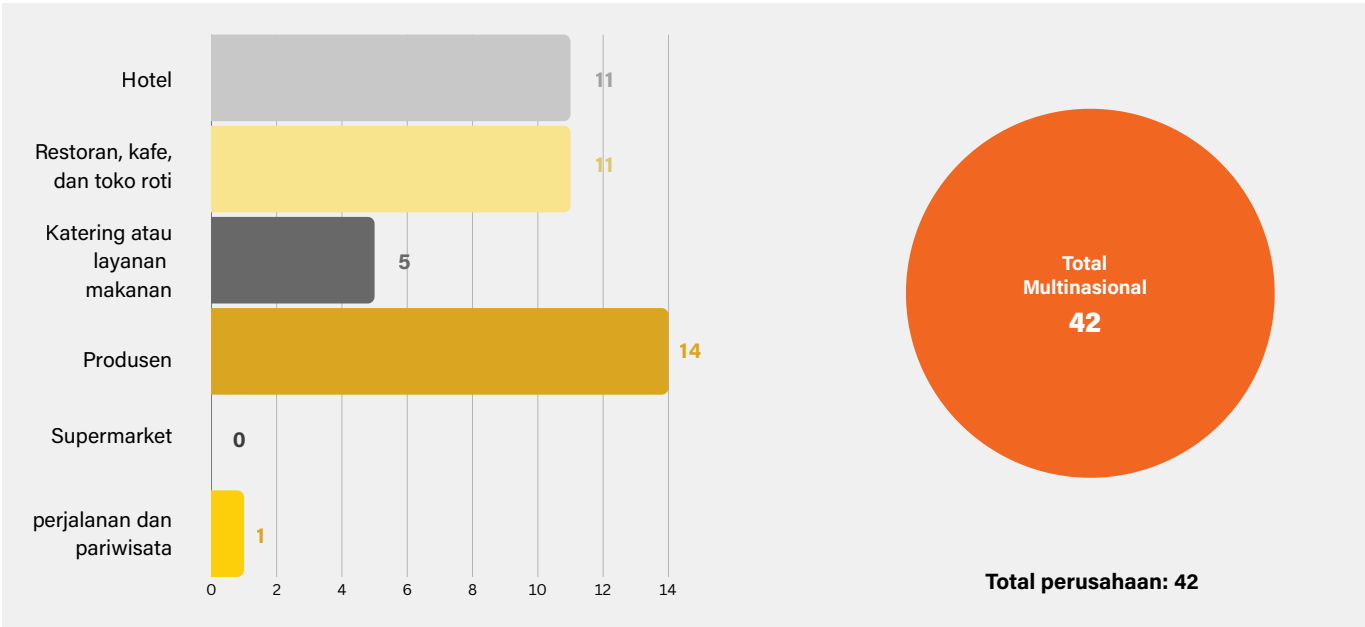
Dari 95 perusahaan yang dihubungi dan dimasukkan dalam laporan, 28 adalah Hotel, 37 adalah restoran, kafe dan toko roti, 6 adalah katering atau layanan makanan, 15 adalah produsen, 4 adalah Supermarket dan 5 milik perjalanan dan pariwisata.



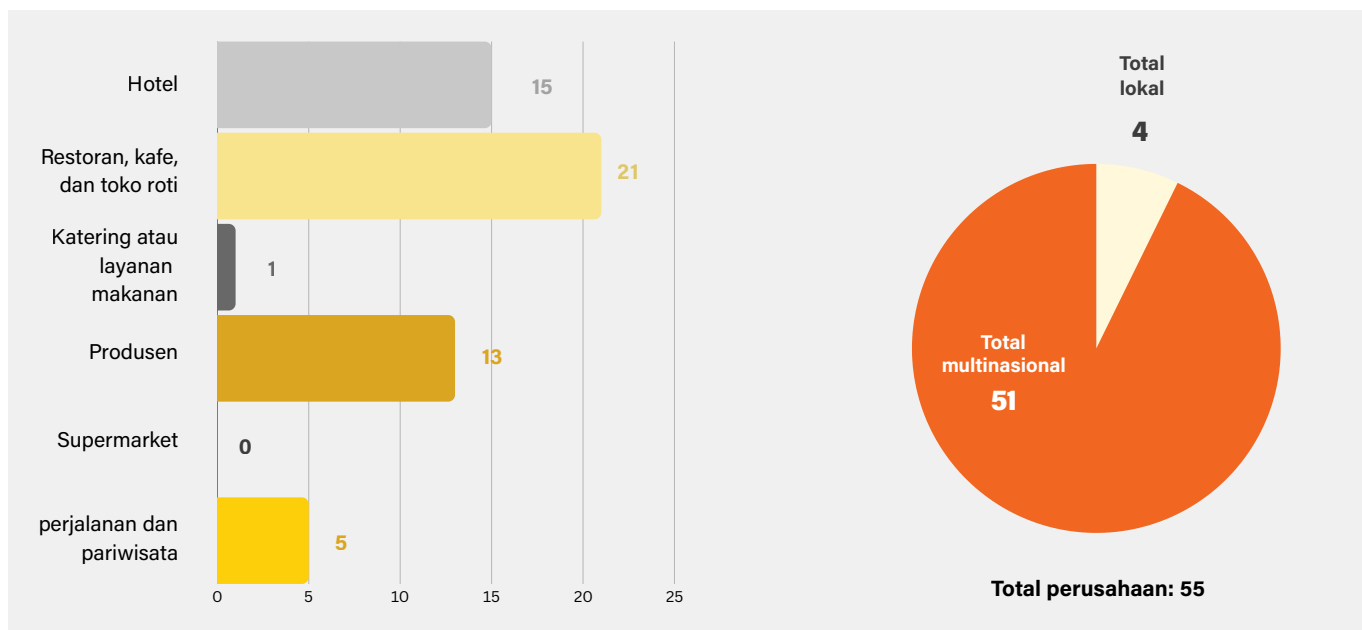
Catatan:
Grafik ini mencakup perusahaan lokal dan multinasional yang beroperasi di negara ini, disegmentasi berdasarkan sektor bisnis.

Graph By Evaluated Countries

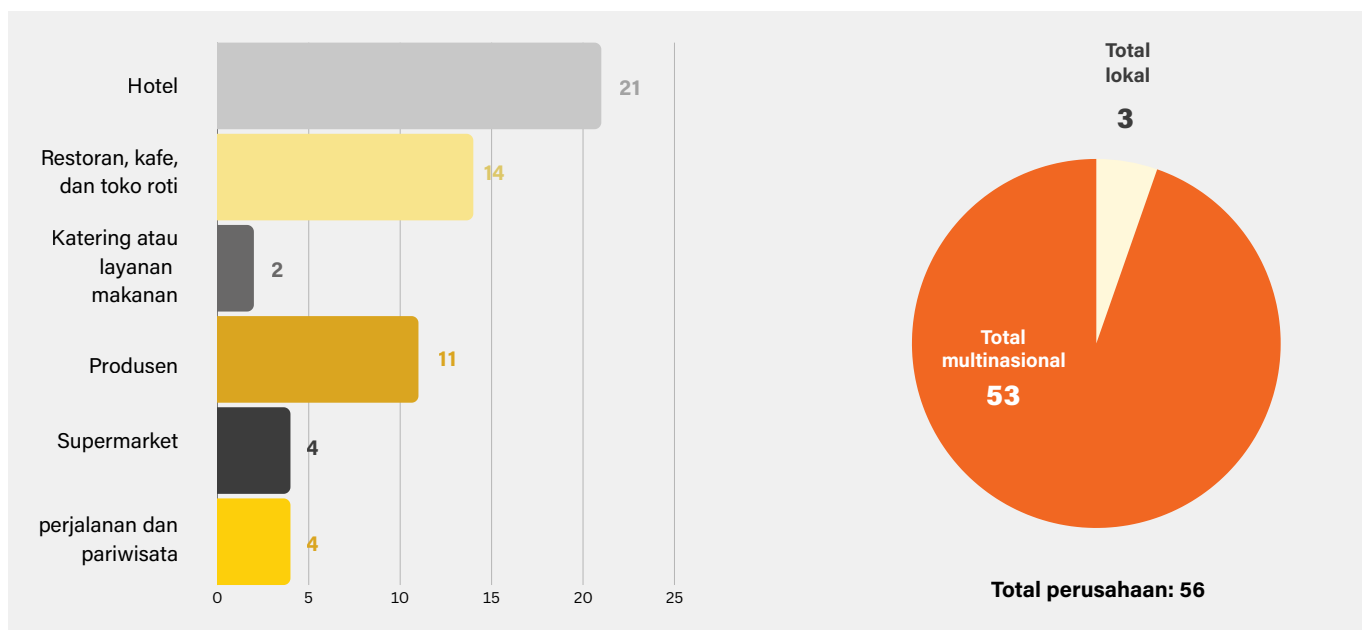
India (42 perusahaan)



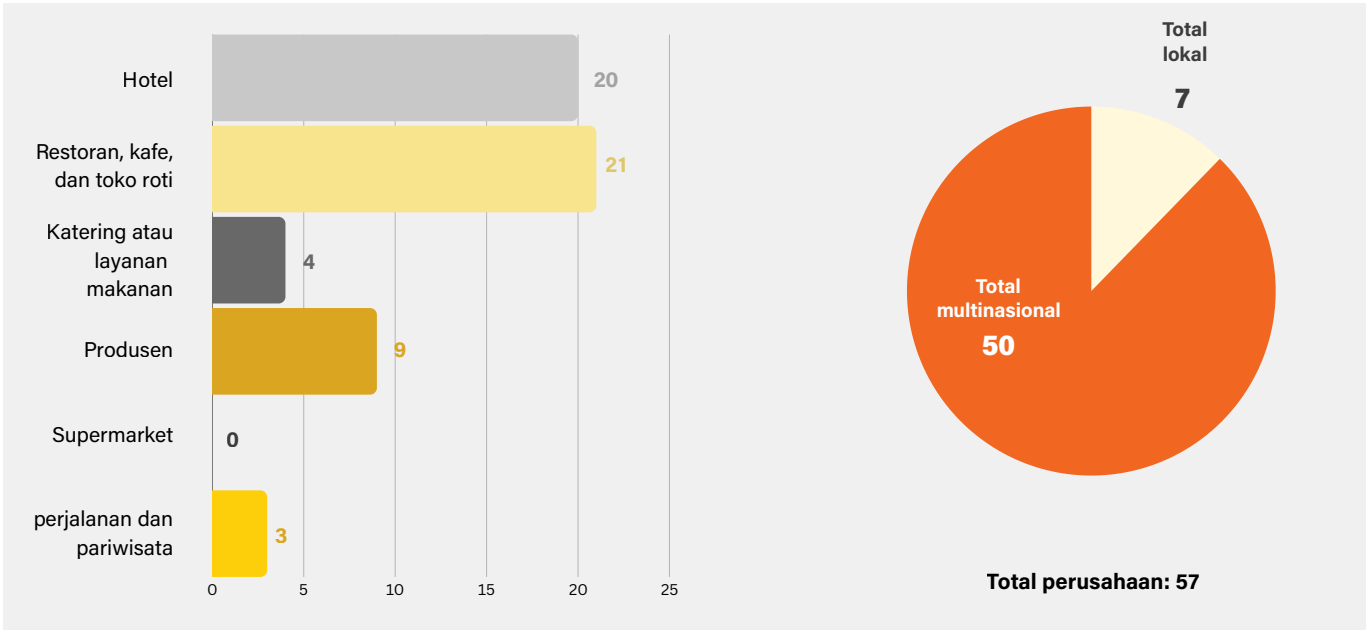
Japan (55 perusahaan)



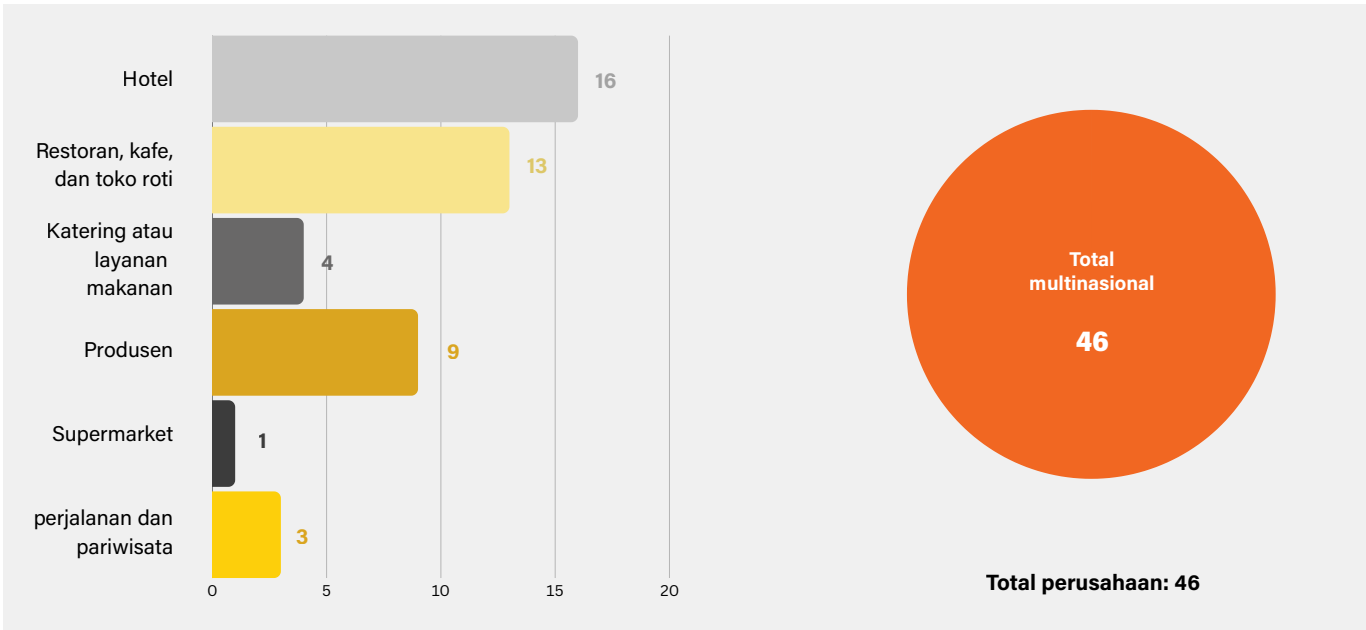
Thailand (56 perusahaan)



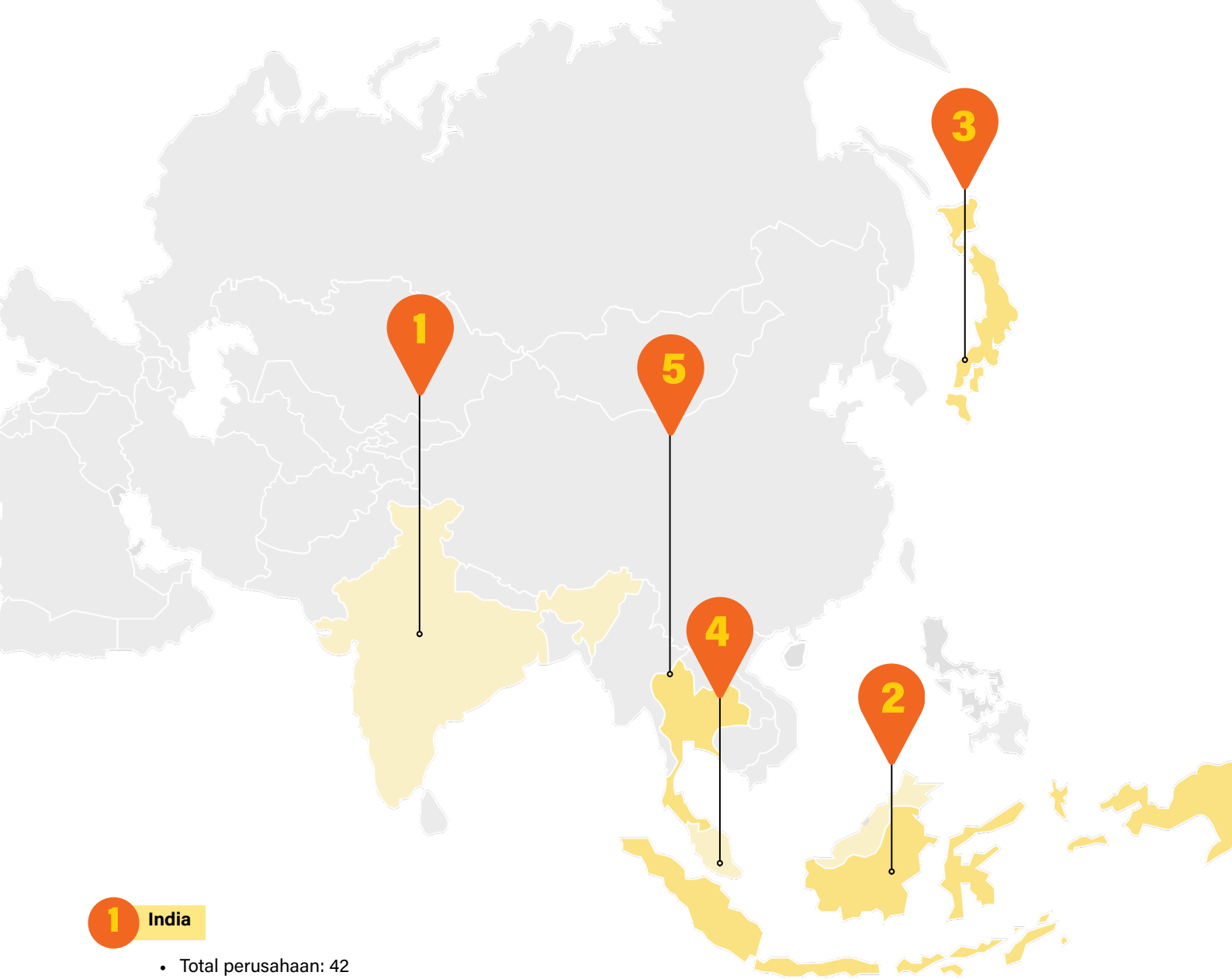
Indonesia (57 perusahaan)



Malaysia (46 perusahaan)



Catatan:
Grafik ini mencakup perusahaan lokal dan multinasional yang beroperasi di negara ini, disegmentasi berdasarkan sektor bisnis.



1 India

- Total perusahaan: 42
- Distribusi tingkatan: A.1 (4), A.2 (4), B.1 (0), B.2 (2), C.1 (2), C.2 (4), D.1 (18), D.2 (0), E (8)
- Tingkat pelaporan: 78.6% (33 dari 42 perusahaan)
- Kehadiran multinasional: 42 of 74 multinational companies operate in India.

2 Indonesia

- Total perusahaan: 57
- Distribusi tingkatan: A.1 (6), A.2 (5), B.1 (1), B.2 (2), C.1 (3), C.2 (4), D.1 (22), D.2 (0), E (14)
- Tingkat pelaporan: 75.4% (43 dari 57 perusahaan)
- Kehadiran multinasional: 50 of 74 multinational companies operate in Indonesia

3 Jepang

- Total perusahaan: 55
- Distribusi tingkatan: A.1 (6), A.2 (3), B.1 (1), B.2 (4), C.1 (2), C.2 (2), D.1 (22), D.2 (0), E (15)
- Tingkat pelaporan: 70.9% (39 dari 55 perusahaan)
- Kehadiran multinasional: 51 of 74 multinational companies operate in Japan

4 Malaysia

- Total perusahaan: 46
- Distribusi tingkatan: A.1 (2), A.2 (2), B.1 (0), B.2 (2), C.1 (4), C.2 (4), D.1 (21), D.2 (0), E (11)
- Tingkat pelaporan: 76.1% (35 dari 46 perusahaan)
- Kehadiran multinasional: 46 of 74 multinational companies operate in Malaysia

5 Thailand

- Total perusahaan: 56
- Distribusi tingkatan: A.1 (5), A.2 (2), B.1 (1), B.2 (3), C.1 (4), C.2 (3), D.1 (26), D.2 (0), E (12)
- Tingkat pelaporan: 78.6% (44 dari 56 perusahaan)
- Kehadiran multinasional: 53 dari 74 perusahaan multinasional yang beroperasi di Thailand

Perusahaan Dengan Batas Waktu Tahun 2025 Atau Lebih Awal Untuk Implementasi Penuh Komitmen Mereka

Tahun 2025 menandai tonggak penting di Asia, karena merupakan batas waktu bagi banyak perusahaan untuk menyelesaikan transisi mereka ke telur bebas sangkar. Konsumen dan advokat kesejahteraan hewan mengharapkan komitmen ini lebih dari sekadar isyarat simbolis atau humanewashing; komitmen ini harus mewakili kemajuan nyata yang menunjukkan perhatian tulus terhadap kesejahteraan hewan. Sebagaimana di Amerika Latin, wilayah lain yang kami pantau, transparansi dan akuntabilitas semakin dituntut di pasar Asia, di mana perusahaan diharapkan membuktikan bahwa janji mereka telah diwujudkan dalam tindakan nyata bagi hewan.

Jadwal implementasi masih bervariasi, namun sudah ada kisah sukses yang menunjukkan kapasitas kawasan ini untuk mencapai tujuan ini. Contoh-contoh ini menunjukkan bahwa transisi penuh dimungkinkan di berbagai rantai pasok, dan memperkuat ekspektasi bahwa tahun 2025 akan membawa kemajuan signifikan bagi hewan.

Pada tahun 2025, 72 perusahaan di seluruh Asia menetapkan tahun 2025 atau lebih awal sebagai batas waktu penerapan bebas sangkar secara penuh. Status implementasi mereka saat ini per 31 Juli 2025 adalah sebagai berikut:

Perusahaan dengan batas waktu 2025/lebih awal:

Jumlah perusahaan	% dari total	Status Implementasi	Level
8	8.4%	telah mencapai 100% sumber daya bebas sangkar	A.1
6	6.3%	telah berkomitmen untuk menyelesaikan transisi mereka pada akhir tahun 2025	A.2
2	2.1%	melaporkan implementasi antara 70 dan 98,9%	B.1
3	3.2%	melaporkan implementasi antara 40 dan 69,9%	B.2
12	12.6%	masih dalam tahap awal, dengan implementasi kurang dari 40%	C.1 dan C.2
22	23.2%	tidak melaporkan secara regional untuk Asia, hanya secara global	D.1
19	20.0%	tidak melaporkan sama sekali	E.1

Dari jumlah tersebut [72], 8 perusahaan (8,4%) telah mencapai 100% sumber bebas sangkar (Level A.1), dan 6 (6,3%) telah berkomitmen untuk menyelesaikan transisi mereka pada akhir tahun 2025 (Level A.2). Kelompok yang lebih kecil menunjukkan kemajuan parsial, 2 perusahaan di Level B.1 melaporkan implementasi 70–98,9%, dan 3 di Level B.2 melaporkan 40–69,9%. 12 perusahaan lainnya berada pada tahap awal (Level C.1–C.2), dengan implementasi kurang dari 40%. 22 perusahaan, mengungkapkan kemajuan hanya di tingkat global, sementara 19 tidak memberikan pembaruan publik.

Secara keseluruhan, kemajuan menuju sumber pangan bebas sangkar sedang mengalami kemajuan, namun hampir dua pertiga perusahaan masih kekurangan data spesifik secara wilayah atau kemajuan yang terukur, yang menggarisbawahi perlunya transparansi dan akuntabilitas yang lebih besar di seluruh sektor pangan di Asia.

Klasifikasi Umum Semua Perusahaan yang Dievaluasi oleh Tracker:

- | | | |
|---|--|--|
| 1. Accor (C1) | 37. IMU Hotel Kyoto (E) | 72. Radisson Hotel Group (C1) |
| 2. Aman Resorts (A1) | 38. Inspire Brands (D1) | 73. Raya Collection (D1) |
| 3. Archipelago International (E) | 39. Ismaya Group (E) | 74. Restaurant Brands International (RBI) (B2) |
| 4. Au Bon Pain (E) | 40. ISS World (E) | 75. Retail Food Group (E) |
| 5. Autogrill HMSHost (C2) | 41. JDE Peet's Coffee (B1) | 76. REWE (D1) |
| 6. Bali Buda (A2) | 42. Kempinski (D1) | 77. Rimping Supermarket (E) |
| 7. Bayan Tree Holdings (D1) | 43. Kraft Heinz (D1) | 78. Royal Caribbean (D1) |
| 8. Best Western (B2) | 44. Krispy Kreme (D1) | 79. SaladStop! (E) |
| 9. Bloomin' Brands (D1) | 45. Langham Hospitality Group (C1) | 80. Shake Shack (A1) |
| 10. Blue Steps Villa and Resto (E) | 46. Le Pain Quotidien (E) | 81. Sodexo (D1) |
| 11. Capella Hotel Group (A1) | 47. Lotus PLC (Tesco) (D1) | 82. Spur Corporation (D1) |
| 12. Central Food Retail (Central Retail) (C2) | 48. Lotus Bakeries (A1) | 83. SSP Group (D1) |
| 13. ChatriumHotels & Residences (E) | 49. Lotus's Supermarket (formerly Tesco Lotus) - CP Extra Public Co (C2) | 84. Starbucks (A1) |
| 14. Club Med (D1) | 50. Louvre Hotels (C2) | 85. Subway (C1) |
| 15. Compass Group (E) | 51. Mandarin Oriental (D1) | 86. Sukishi Interntgroup (E) |
| 16. Costa Coffee (D1) | 52. Marriot (D1) | 87. The Cheesecake Factory (A1) |
| 17. Dough Lab (E) | 53. McCain Foods (D1) | 88. The Peninsula Hotels (C1) |
| 18. Ellior Group (C2) | 54. McCormick (E) | 89. Toridoll Holdings Corporation (D1) |
| 19. Food Passion (E) | 55. Meliá Hotels International (D1) | 90. Travel + Leisure Co (E) |
| 20. Four Seasons Hotels & Resorts (E) | 56. Metro AG (D1) | 91. Unilever (D1) |
| 21. Gategroup (C2) | 57. MGM Resorts International (D1) | 92. Viavia Restaurant (A2) |
| 22. General Mills (D1) | 58. Millenium & Copthorne Hotels (E) | 93. Wyndham (D1) |
| 23. Go To Foods (formerly Focus Brands) (E) | 59. Minor Foods (D1) | 94. YUM! Brands (D1) |
| 24. Group Le Duff (D1) | 60. Minor Hotels (D1) | 95. Zen Group (ZEN Corporation Group) (B1) |
| 25. Groupe Holder (A2) | 61. Mondelez (D1) | |
| 26. Groupe Savencia (A2) | 62. Nando's (B2) | |
| 27. Grupo Bimbo (C1) | 63. Nestlé (D1) | |
| 28. Hayashi Natural (E) | 64. Norwegian Cruise Line (D1) | |
| 29. Hilton (B2) | 65. Meliá Hotels International (D1) | |
| 30. Hokkaido Baby (B1) | 66. Metro AG (D1) | |
| 31. Hotel Matsumoto (E) | 67. MGM Resorts International (D1) | |
| 32. Hyatt Hotels (E) | 68. Millenium & Copthorne Hotels (E) | |
| 33. IHG (C2) | 69. Pizza Marzano (A1) | |
| 34. IKEA (A2) | 70. PlayOn (E) | |
| 35. Illy - Caffè (A1) | 71. Puratos (D1) | |
| 36. Impiana Hotels/ Magma Group Berhad (E) | | |

Tantangan Utama

Selama survei kami di Asia, kami mengumpulkan data kuantitatif tentang kemajuan perusahaan, tetapi kami juga berusaha memahami hambatan utama yang dapat menghambat transisi penuh ke sumber telur bebas sangkar. Tantangan yang diidentifikasi di wilayah ini dapat dikelompokkan ke dalam empat area utama.



Lingkungan Ekonomi dan Biaya

Pasar Asia sangat beragam, tetapi sebagian besar memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap harga. Perbedaan harga antara telur sangkar dan bebas sangkar tetap menjadi salah satu hambatan terbesar, terutama di Asia Selatan dan Tenggara, di mana daya beli konsumen lebih rendah dan inflasi pangan terus berlanjut dalam beberapa tahun terakhir. Bagi banyak perusahaan, mengalihkan biaya yang lebih tinggi kepada konsumen berisiko terhadap daya saing, sementara menyerapnya secara internal tidak bisa dipertahankan dalam jangka panjang. Dinamika ini memperlambat adopsi dan membuat opsi bebas sangkar lebih sulit untuk diperluas di luar pasar premium atau perkotaan²⁵



Keterbatasan Produksi dan Rantai Pasokan

Pasokan telur bebas sangkar di Asia terus meningkat, tetapi masih belum merata. Produksi terkonsentrasi di wilayah metropolitan besar seperti Tokyo, Bangkok, dan Jakarta, sementara pasar pedesaan dan sekunder memiliki ketersediaan yang terbatas²⁶. Produk olahan seperti telur ayam ras cair atau bubuk sangat langka, sehingga memaksa perusahaan untuk mengimpor telur dengan biaya yang lebih tinggi. Selain itu, sistem ketertelusuran sangat bervariasi antar negara, dan sebagian besar tidak memiliki kewajiban regulasi bagi produsen untuk mengungkapkan praktik produksi²⁷. Ketidakkonsistenan ini membuat perusahaan sulit untuk memverifikasi kemajuan atau menyelaraskan rantai pasokan regional dengan komitmen mereka.



Kurangnya Informasi dan Akuntabilitas

Banyak perusahaan melaporkan kesulitan mendapatkan data yang akurat dan andal dari pemasok. Rantai pasokan yang kompleks dengan banyak perantara dan subkontrak yang meluas menyulitkan pelacakan asal telur, terutama di sektor perhotelan, layanan makanan, dan produsen²⁹. The lack of binding transparency requirements further exacerbates this issue, leaving companies with limited leverage to enforce compliance. As a result, corporate accountability is weakened, and commitments risk being undermined by gaps in monitoring and verification.³⁰



Perbedaan Budaya dan Peraturan

Berbeda dengan kawasan lain, Asia tidak memiliki kerangka kerja yang harmonis mengenai standar kesejahteraan hewan, dan persepsi budaya mengenai kesejahteraan hewan sangat bervariasi antar negara³¹. Di beberapa pasar, permintaan konsumen terhadap produk bebas sangkar meningkat, terutama di kalangan penduduk muda dan perkotaan³², sementara di pasar lain, kesadaran akan produk bebas sangkar masih terbatas. Lanskap budaya yang tidak merata ini, ditambah dengan tidak adanya tekanan regulasi yang kuat, membuat banyak perusahaan kesulitan untuk mempercepat komitmen mereka³. Tanpa standar dan mekanisme penegakan yang konsisten, laju perubahan sangat bergantung pada tindakan sukarela, yang menciptakan kesenjangan dalam implementasi di seluruh kawasan.

Kesimpulan dan Langkah Selanjutnya

Dalam persiapan untuk Cage-Free Tracker 2026, strategi kami di Asia akan menekankan pentingnya menjaga komunikasi yang berkelanjutan dengan perusahaan-perusahaan yang telah mengungkapkan data dari pemasok mereka, sekaligus berupaya meningkatkan kualitas, akurasi, dan konsistensi informasi ini. Kami akan memfokuskan upaya kami pada perusahaan-perusahaan yang tenggat waktu implementasi penuhnya ditetapkan pada tahun 2025 atau lebih awal, memastikan bahwa mereka memenuhi komitmen mereka meskipun prosesnya melampaui tanggal yang disepakati sebelumnya. Bagian inti dari pendekatan ini adalah penyusunan dan publikasi peta jalan (rencana aksi terperinci) yang mencerminkan tekad perusahaan yang tulus untuk memenuhi komitmen yang telah dibuat bertahun-tahun sebelumnya. Secara paralel, kami akan terus memperbarui dan berbagi basis data pemasok telur bebas sangkar di seluruh Asia, sehingga perusahaan dapat mengakses sumber pasokan yang andal dan terkini di tingkat lokal dan regional.

Di saat bersamaan, kami akan mendukung perusahaan-perusahaan yang belum sepenuhnya merangkul atau memahami proses pelaporan transisi bebas sangkar mereka. Perusahaan-perusahaan ini akan diberikan panduan yang jelas dan praktis tentang cara melacak kemajuan mereka, menerapkan praktik terbaik, dan mengungkapkan pencapaian mereka secara efektif. Kolaborasi dengan para pemangku kepentingan lokal dan organisasi mitra internasional akan tetap menjadi prioritas, memastikan bahwa upaya kolektif kami diperkuat dan selaras dengan tolok ukur global. Perhatian khusus akan diberikan kepada perusahaan-perusahaan multinasional, mendorong mereka untuk menerbitkan laporan transparan di situs web, mengelompokkan data berdasarkan wilayah dan jenis telur, untuk meningkatkan akuntabilitas, komparabilitas, dan kepercayaan pemangku kepentingan.

Industri pangan Asia berada di momen yang menentukan. Kemajuan signifikan telah dicapai berkat kerja sama LSM dengan perusahaan-perusahaan yang telah menunjukkan kelayakan transisi, tetapi kurangnya transparansi dari sebagian besar sektor ini tetap menjadi hambatan utama dalam mencapai transformasi yang menyeluruh. Cage-Free Tracker Asia tidak hanya menyoroti dan merayakan pencapaian, tetapi juga menyerukan tindakan yang jelas bagi perusahaan-perusahaan yang terus menunda atau mengabaikan inisiatif ini. Seiring meningkatnya ekspektasi konsumen, masyarakat sipil, dan investor, perusahaan-perusahaan di seluruh Asia memiliki tanggung jawab mendesak untuk mempercepat komitmen mereka, memastikan peniadaan sangkar dalam produksi telur menjadi kenyataan di kawasan ini.



Glosarium Cage-Free Tracker 2025

Sumber Bebas Sangkar

Praktik bisnis yang melibatkan perolehan telur hanya dari ayam yang dibesarkan dalam sistem bebas sangkar, baik yang masih dalam cangkang, cair, bubuk, atau sebagai bahan dalam produk olahan.

Perlindungan hewan

Seperangkat kondisi yang menjamin kesehatan fisik dan perilaku alami hewan, termasuk kebebasan bergerak, akses terhadap sumber daya dasar, dan tidak adanya penderitaan yang dapat dihindari.

Rantai pasokan

Sekumpulan pelaku, proses, dan pemasok yang terlibat dalam produksi, distribusi, dan pemasaran telur dan produk yang mengandung telur oleh perusahaan.

Cage-Free Tracker Asia

Alat pemantauan dan pelacakan tahunan yang diterbitkan oleh Sinergia Animal yang mengukur kemajuan dan transparansi perusahaan di Asia mengenai komitmen mereka untuk menghilangkan penggunaan telur dari sangkar baterai.

Komitmen bebas sangkar

Pernyataan publik yang dibuat oleh perusahaan yang menetapkan tenggat waktu dan rencana untuk hanya mendapatkan telur bebas sangkar di semua produk, operasi, dan pasarnya.

Batas waktu implementasi

Tahun di mana sebuah perusahaan berkomitmen untuk mencapai 100% sumber telur bebas sangkar di seluruh operasinya. Contoh: 2025 untuk restoran, hotel, toko roti, dan penyedia catering atau layanan makanan; 2028 untuk supermarket.

Humanewashing

Praktik berpura-pura bertanggung jawab atas perlindungan hewan tanpa mengambil tindakan nyata atau yang dapat diverifikasi yang mendukung komitmen tersebut.

Sangkar baterai

Sistem produksi intensif di mana ayam petelur biasanya dikurung dalam sangkar kecil dengan ruang kurang dari kertas berukuran A4, yang sangat membatasi perilaku alami mereka.

Asia

A geographical and cultural region made up of the Asian countries included in this report: India, Indonesia, Japan, Malaysia, and Thailand, in addition to multinational operations in other markets in the region.

Tingkat implementasi (Peringkat berdasarkan level)

Klasifikasi yang digunakan dalam Cage-Free Tracker untuk memberi peringkat perusahaan berdasarkan kemajuan mereka dalam menerapkan komitmen bebas sangkar:

Level A:

Perusahaan yang telah menerapkan secara penuh (100%) atau yang menyatakan akan mencapainya pada tahun 2025.

Level B:

Perusahaan dengan kemajuan signifikan (40%–98,99%).

Level C:

Perusahaan dengan kemajuan parsial (1% - 39,99%)

Level D:

Perusahaan yang hanya melaporkan secara global atau dengan 0% implementasi di Asia.

Level E:

- Perusahaan yang tidak melaporkan kemajuan.

Laporan implementasi perusahaan

Dokumen, publikasi, atau pernyataan resmi yang di dalamnya perusahaan melaporkan kemajuan komitmen bebas sangkarnya, baik di situs webnya, laporan keberlanjutan, laporan tahunan, atau saluran publik lainnya.

Sistem alternatif untuk sangkar

Model produksi seperti aviary atau sistem free-range, dimana ayam memiliki lebih banyak ruang dan bebas dari kandang, dengan atau tanpa akses ke area luar ruangan, dan pengayaan lingkungan, yang mengurangi penderitaan hewan.

Transisi

Proses dimana sebuah perusahaan secara bertahap beralih dari menggunakan telur dari ayam yang disangkar menjadi hanya menggunakan telur dari ayam yang ditanamkan di luar sangkar.

Zoonosis

Penyakit menular yang dapat menular dari hewan ke manusia, seperti flu burung, yang risikonya meningkat pada sistem peternakan intensif.

Catatan Kaki

- ¹ FAO. Egg production trends / statistical overview (2024). Retrieved from: <https://www.fao.org/statistics>
- ² AviNews Asia. Expanding horizons: the global poultry industry in 2024. Retrieved from: <https://avinews.com>
- ³ FoodBev Media. Sweden goes cage-free in historic animal welfare move. Retrieved from: <https://www.foodbev.com/news/sweden-goes-cage-free-in-historic-animal-welfare-mov>
- ⁴ Appleby, M. C. (2003). The EU ban on battery cages: History and prospects. In D. J. Salem & A. N. Rowan (Eds.), *The State of the Animals II: 2003* (pp. 159–174). Washington, DC: Humane Society Press. Available at: https://www.wellbeingintlstudiesrepository.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=sota_2003
- ⁵ Rokade, J., Champati, A., Sonale, N., Wadajkar, P., Madheshwaran, M., Bhaisare, D., & Tiwari, A. K. (2024). The cage-free egg sector: Perspectives of Indian poultry producers. *Frontiers in Veterinary Science*, 11, 1442580. <https://doi.org/10.3389/fvets.2024.1442580>
- ⁶ de Luna, M. C. T., Yang, Q., Agus, A., Ito, S., Idrus, Z., Iman, R. H. S., Jattuchai, J., Lane, E., Nuggehalli, J., Hartcher, K., & Sinclair, M. (2022). Cage egg producers' perspectives on the adoption of cage-free systems in China, Japan, Indonesia, Malaysia, Philippines, and Thailand. *Frontiers in Veterinary Science*, 9, 1038362. <https://doi.org/10.3389/fvets.2022.1038362>
- ⁷ Hartcher, K., Nuggehalli, J., Yang, Q., de Luna, M. C. T., Agus, A., Ito, S., Idrus, Z., Rahayu, I. H. S., Jattuchai, J., Descovich, K., Lane, E., & Sinclair, M. (2023). Improving hen welfare on cage-free egg farms in Asia: Egg producers' perspectives. *Animal Welfare Journal*, 32, e64. <https://doi.org/10.1017/awf.2023.85>
- ⁸ FAO (2024). *World Food and Agriculture – Statistical Yearbook 2024*. Rome: FAO. p. 191, Table 24 "Production of hen eggs (thousand tonnes)" and p. 18, Figure 29 "World production of hen eggs (2022)". Retrieved from <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cd2971en>
- ⁹ Hartcher, K., & Sinclair, M. (2023). Improving hen welfare on cage-free egg farms in Asia: Egg producers' perspectives (p. 2). University of Edinburgh. Retrieved from <https://www.research.ed.ac.uk/files/420153029/improving-hen-welfare-on-cage-free-egg-farms-in-asia-egg-producers-perspectives.pdf>
- ¹⁰ Global Coalition for Animal Welfare (GCAW). (2023, December). Cage-free eggs: A global landscape review – Executive summary (pp. 3–4). Retrieved from <https://www.gc-animalwelfare.org/wp-content/uploads/2024/02/GCAW-Knowledge-Share-Cage-Free-Eggs-Global-Landscape-Review-Executive-Summary.pdf>
- ¹¹ Global Coalition for Animal Welfare (GCAW). (2024). Cage-free eggs: A global landscape review – Infographics (p. 2). Retrieved from <https://www.gc-animalwelfare.org/wp-content/uploads/2024/02/GCAW-Knowledge-Share-Cage-Free-Eggs-Global-Landscape-Review-Infographics.pdf>
- ¹² United Egg Producers (UEP). (2024). Facts & stats. Retrieved from <https://unitedegg.com/facts-stats/> — "At the end of 2024, 38.7% of all hens were in cage-free production."
- ¹³ Faunalytics (2024). Consumer Attitudes Toward Animal Welfare and Food Transparency in Asia. Retrieved from <https://faunalytics.org> — Data on consumer awareness and purchasing behaviour.
- ¹⁴ EFSA Panel on Animal Health and Welfare. Welfare of laying hens in conventional cages (Scientific Opinion). *EFSA Journal* (2023).
- ¹⁵ Compassion in World Farming. Cage-Free Farming Systems Overview. Retrieved from: <https://www.ciwf.org>
- ¹⁶ Hanh, H. Q., Phuong, N. T., Tien, N. D., Nhung, D. T., Lebailly, P., & Ton, V. D. (2021). Effects of stocking density in group cages on egg production, profitability, and aggressive pecking of hens. *Journal of Applied Animal Welfare Science*, 26(3), 374–385. <https://doi.org/10.10888705.2021.1983723>
- ¹⁷ The Humane League. (n.d.). Factory farms stuff up to 12 hens in a tiny cage. <https://thehumaneleague.org/article/dunkin-billboard>
- ¹⁸ Sinergia Animal. (n.d.). Eggs. <https://www.sinergiaanimalinternational.org/eggs>
- ¹⁹ Ritchie, H., & Roser, M. (2021). Do better cages or cage-free environments really improve the lives of hens? *Our World in Data* <https://ourworldindata.org/do-better-cages-or-cage-free-environments-really-improve-the-lives-of-hens>
- ²⁰ Notably, 87.5% of the Salmonella-positive eggs were resistant to oxytetracycline, an antibiotic used to treat conditions such as malaria, respiratory infections, and acne. Marhaeni, A., Utami, P. A., Kurniawan, D., Nugraha, R. A., & Pratiwi, R. (2024). Detection and antibiotic resistance of Salmonella spp. isolated from supermarket eggs in Yogyakarta, Indonesia. *Indonesian Journal of Veterinary Sciences*, 38(1), pp. 3–5. <https://journal.ugm.ac.id/ijvs/article/view/82745>
- ²¹ Murray, C. J. L., Ikuta, K. S., Sharara, F., Swetschinski, L., Robles Aguilar, G., Gray, A., et al. (2022). Global burden of bacterial antimicrobial resistance in 2019: A systematic analysis. *The Lancet*, 399(10325), pp. 629–655 (esp. p. 629 & 650). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35065702/>
- ²² EFSA & ECDC. European Union One Health 2021 Zoonoses Report. *EFSA Journal* 2022;20(12):7666. <https://doi.org/10.2903/j.efsa.2022.7666>
- ²³ Open Wing Alliance. Corporate Cage-Free Commitments in Asia (2024). Retrieved from: <https://openwingalliance.org>
- ²⁴ FAO, *Food Outlook: Global Food Markets* (2023)
- ²⁵ Rabobank, *Global Animal Protein Outlook* (2024)
- ²⁶ CIWF, *EggTrack Asia Report* (2022)
- ²⁷ USDA Foreign Agricultural Service – *Global Agricultural Trade System*
- ²⁸ OIE (WOAH), *Animal Welfare Standards: Laying Hens* (2021)
- ²⁹ World Bank, *Agrifood Supply Chains in Asia* (2020)
- ³⁰ BSR, *Cage-Free Eggs in Asia: Supply and Demand Dynamics* (2021)
- ³¹ UNEP, *Sustainable Food Systems in Asia* (2022)
- ³² Euromonitor International, *Consumer Trends in Asia: Ethical Consumption* (2023)
- ³³ Asia Food Regulation Information Service (AFRIS), *Food Safety & Animal Welfare Standards in Asia* (2023)



ABOUT

Sinergia Animal is an international animal protection organization working in countries of the Global South to reduce the suffering of farmed animals and promote more compassionate food choices.

We are recognized as one of the most effective animal protection NGOs in the world by Animal Charity Evaluators (ACE).



www.sinergiaanimalinternational.org