

A man in a long tan coat and a woman in a black dress are standing next to a black car. The man is holding a black bag and looking back over his shoulder. The woman is looking up at him. The background is a hazy cityscape.

BUILDING A WORLD CLASS RETAIL NETWORK

Membangun Jaringan Ritel Kelas Dunia

MAP |
PT MITRA ADIPERKASA TBK

ANNUAL REPORT 2010 LAPORAN TAHUNAN

BRIEF HISTORY

(Sejarah Singkat)

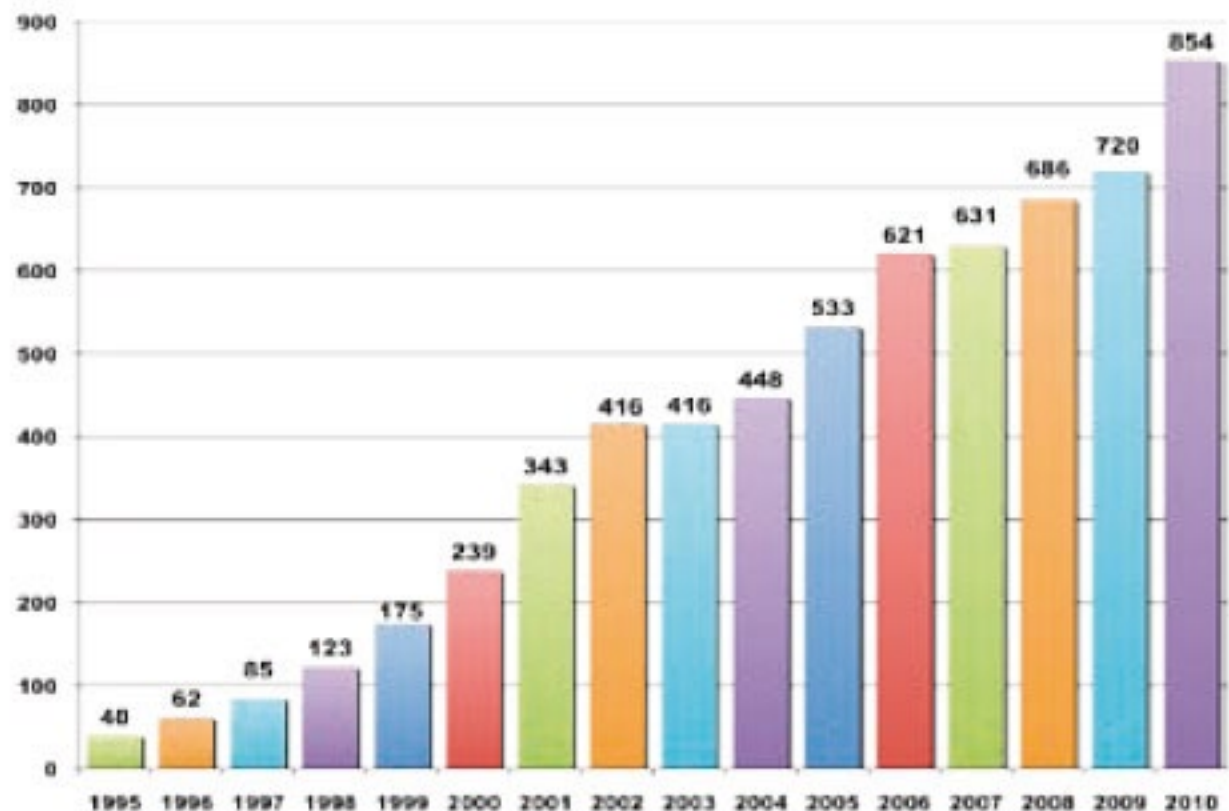
Incorporated in 1995, MAP achieved phenomenal growth over the years culminating in its IPO in November 2004. The Company first started off with sports products before venturing into department stores, fashion, kids, food & beverage and other lifestyle products.

Today, MAP is the leading lifestyle retailer in Indonesia with a portfolio of over 90 world class brands and a retail network of 854 stores in 25 Indonesian cities (as at 31st December 2010). Listed on the Indonesia Stock Exchange - with a staff strength of over 11,000 employees - MAP has won many international awards for its retail, marketing and brand building expertise over the years.

Berdiri pada tahun 1995, MAP mencapai pertumbuhan yang fenomenal dari tahun ke tahun. Salah satu pencapaian penting yang patut dicatat adalah ketika Perusahaan melaksanakan Penawaran Umum Saham Perdana (IPO) pada bulan November 2004. Perusahaan memulai usahanya dengan mengelola gerai ritel dengan konsep *sports*, diikuti dengan bidang ritel lainnya melalui konsep *department store*, *fashion*, *kids*, *food & beverage* dan produk *lifestyle* lainnya.













Kini, MAP merupakan perusahaan ritel gaya hidup terdepan di Indonesia dengan portofolio lebih dari 90 merek ternama dunia dan memiliki jaringan ritel 854 gerai di 25 kota di Indonesia (per 31 Desember 2010). Sebagai Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia serta memiliki lebih dari 11.000 karyawan, MAP telah memperoleh banyak penghargaan ritel internasional, pemasaran dan kepiawaian untuk membangun merek selama bertahun-tahun.

Growth of MAP's Retail Network



Perkembangan Gerai Ritel MAP

OUR MAJOR RETAIL CONCEPTS AND BRANDS

DEPARTMENT STORE	ACTIVE (SPORT & LEISURE)	ACTIVE (SPORT & LEISURE) - DISTRIBUTION	
  DEBENHAMS	  	  NIKEGOLF 	  
FOOD & BEVERAGE	 CONVERSE   GOLF HOUSE   	       	       



FASHION & LIFESTYLE

Bershka

MARKS &
SPENCER

Massimo Dutti

MaxMara

PULL&BEAR

NAUTICA



next

ZARA

NINE WEST

DOROTHY PERKINS

oasis

Miss Selfridge

LINEA

TOPMAN



TOPSHOP

TUMI

fcuk

WAREHOUSE

kipling

~H₂O+

LACOSTE

Samsonite

LOEWE

swatch

ACTIVE (KIDS) - RETAIL

Barbie KIDZ STATION



ACTIVE (KIDS) - DISTRIBUTION



TAKARA
TOMY



OTHERS - RETAIL

ALUN ALUN
INDONESIA
Inspiring Innovations

THE FOOD HALL
FRESHME QUALITY SERVICE

BOOKS
Kinokuniya

travelogue

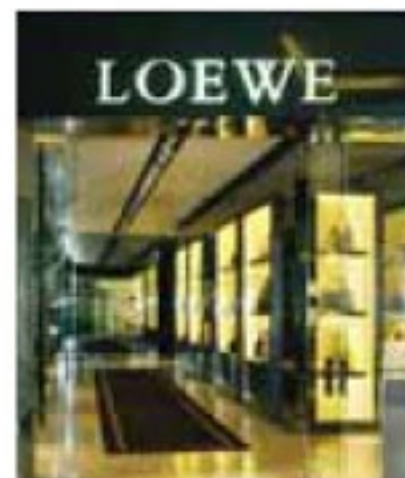
DEPARTMENT STORES



ACTIVE (SPORTS)



FASHION & LIFESTYLE



FASHION & LIFESTYLE



FOOD & BEVERAGE



ACTIVE (KIDS) & OTHERS



OVER
90
WORLD
CLASS
BRANDS

854 RETAIL STORES IN 25 CITIES



CONTENTS

Daftar Isi

4	Vision & Mission Visi & Misi
5	Business Philosophy Filosofi Bisnis
6	2010 Financial Highlights Ringkasan Keuangan 2010
8	Report from Board of Commissioners Laporan Dewan Komisaris
12	Report from Board of Directors Laporan Direksi
14	Pricing of MAP Share Harga Saham MAP
15	Share Ownership Structure Struktur Kepemilikan Saham
16	Management Discussion & Analysis Pembahasan & Analisa Manajemen
26	Audit Committee Report Laporan Komite Audit
28	Risk Management Manajemen Risiko
30	Good Corporate Governance Tata Kelola Perusahaan
40	Organization Structure Struktur Organisasi
41	Corporate Structure Struktur Korporasi
42	The Board of Commissioners Dewan Komisaris
44	The Board of Directors Direksi
46	Financial Report Laporan Keuangan
131	Statement of BOC and BOD Surat Pernyataan Dewan Komisaris dan Direksi
132	Corporate Information Informasi Perusahaan

VISION

Visi

To be Indonesia's top retail marketing company of premier lifestyle brands and quality products.

Menjadi perusahaan pemasaran ritel terkemuka di Indonesia untuk merek-merek gaya hidup dan produk-produk berkualitas ternama.

MISSION

Misi

We strive to exceed the aspirations of our valued customers for a healthy and more fulfilling lifestyle by providing them with:

- The latest and most innovative products
- The most exciting shopping experience and ambience
- Unsurpassed customer service
- The best value for money

Kami berupaya keras memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan akan kebutuhan gaya hidup yang sehat dan memuaskan dengan menyediakan:

- Produk-produk yang terbaru dan paling inovatif
- Memberikan pengalaman berbelanja paling mengesankan
- Memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan
- Memberikan nilai yang sesuai dengan uang yang dikeluarkan



We are a **P.E.O.P.L.E** Oriented Company

- **People Centered Approach**
 - We put our customers, employees and the community at the heart of all our business decisions.
- **Empowerment**
 - We empower our people with authority. We believe that delegation of power and autonomy promotes contribution, accountability, and entrepreneurship. Entrepreneurship is the key for retailing, and it helps in the personal development of staff.
- **Originality**
 - We pioneer new concepts and ideas in all our endeavors
 - be it retailing, distribution, manufacturing or food & beverage.
- **Principles**
 - We subscribe to the highest principles of integrity and honesty.
- **Loyalty**
 - We cultivate strong employee and customer loyalty and long term relationships with principals, partners, landlords, and suppliers.
- **Earnings**
 - Earnings must be achieved without compromising our core values.

Perusahaan dengan orientasi **P.E.O.P.L.E**.

- Pendekatan berfokus kepada manusia
 - Kami selalu memperhatikan kepentingan pelanggan, karyawan, dan masyarakat dalam seluruh pengambilan keputusan.
- Pemberdayaan
 - Kami memberdayakan sumber daya manusia dengan memberikan kewenangan dan percaya bahwa pendelegasian kekuasaan dan wewenang dapat meningkatkan kontribusi, membentuk akuntabilitas dan kewirausahaan. Kewirausahaan merupakan kunci dari bisnis ritel yang dapat membantu karyawan dalam pengembangan dirinya.
- Keaslian
 - Kami adalah pencetus konsep dan ide baru dalam seluruh kegiatan Perusahaan di bidang ritel, distribusi dan manufaktur atau makanan dan minuman.
- Prinsip-prinsip
 - Kami menjunjung tinggi integritas dan kejujuran.
- Loyalitas
 - Kami membangun loyalitas karyawan dan pelanggan serta memiliki hubungan jangka panjang dengan pemilik merek, mitra usaha, pemilik properti dan pemasok.
- Keuntungan
 - Kami berusaha meraih keuntungan berdasarkan nilai-nilai utama Perusahaan.



2010 FINANCIAL HIGHLIGHTS

Ringkasan Keuangan 2010

Ringkasan Keuangan dalam miliar Rupiah kecuali jika disebutkan lain Total Mitra (Konsolidasian)						Financial Highlights in billions of Rupiah unless stated otherwise Total Mitra (Consolidated)
	2010	2009	2008	2007 (1)	2006 (1)	
LAPORAN LABA RUGI						STATEMENTS OF INCOME
Pendapatan bersih (setelah beban penjualan konsinyasi)	4,713	4,112	3,468	2,804	2,548	Net Revenue (after cost of consignment sales)
Laba kotor	2,376	2,057	1,841	1,508	1,277	Gross profit
Laba usaha	449	308	303	266	204	Operating income
EBITDA	711	558	513	445	342	EBITDA
Laba (rugi) bersih	201	164	(70)	115	109	Net income (loss)
Jumlah rata-rata tertimbang saham (dalam juta lembar)	1,660	1,660	1,660	1,660	1,660	Weighted average number of shares (in million shares)
Laba (rugi) bersih per saham dasar (dalam Rupiah penuh)	121	99	(42)	70	66	Basic earnings (loss) per share (in full Rupiah amount)
NERACA						BALANCE SHEET
Aktiva	3,670	3,379	3,761	2,960	2,265	Assets
Aktiva lancar	1,865	1,840	1,937	1,514	1,175	Current assets
Aktiva tidak lancar	1,805	1,539	1,824	1,446	1,090	Non-current assets
Kewajiban dan ekuitas	3,670	3,379	3,761	2,960	2,265	Liabilities & Equity
Kewajiban lancar	1,469	1,270	1,380	703	974	Current liabilities
Kewajiban tidak lancar	732	821	1,253	1,031	161	Non-current liabilities
Hak Minoritas atas Aktiva Bersih Anak Perusahaan	-	-	-	-	-	Minority Interest in Net Assets of Subsidiary
Jumlah ekuitas	1,469	1,288	1,128	1,226	1,130	Total equity
ANALISA RASIO DAN INFORMASI LAIN						RATIO ANALYSIS AND OTHER INFORMATION
Modal kerja bersih	396	570	556	810	201	Net working capital
Pengeluaran modal	429	241	325	320	360	Capital expenditure
Marjin laba kotor	50.4%	50.0%	53.1%	53.8%	50.1%	Gross profit margin
Marjin laba usaha	9.5%	7.5%	8.8%	9.5%	8.0%	Operating profit margin
Marjin laba bersih	4.3%	4.0%	-2.0%	4.1%	4.3%	Net income margin
Laba terhadap aktiva	5.5%	4.9%	-1.9%	3.9%	4.8%	Return on assets
Laba terhadap ekuitas	13.7%	12.7%	-6.2%	9.4%	9.7%	Return on equity
Rasio EBITDA terhadap penjualan	15.1%	13.6%	14.8%	15.9%	13.4%	EBITDA to sales ratio
Rasio lancar	1.27	1.45	1.40	2.15	1.21	Current ratio
Rasio hutang bersih terhadap ekuitas	49.7%	72.1%	97.6%	44.3%	38.7%	Net debt to equity ratio
Rasio kewajiban terhadap aktiva	60.0%	61.9%	70.0%	58.6%	50.1%	Liabilities to assets ratio

Catatan:

(1) Berdasarkan laporan keuangan konsolidasi Perusahaan yang telah diaudit dan disajikan kembali sehubungan dengan dilakukannya reklasifikasi atas akun pendapatan.

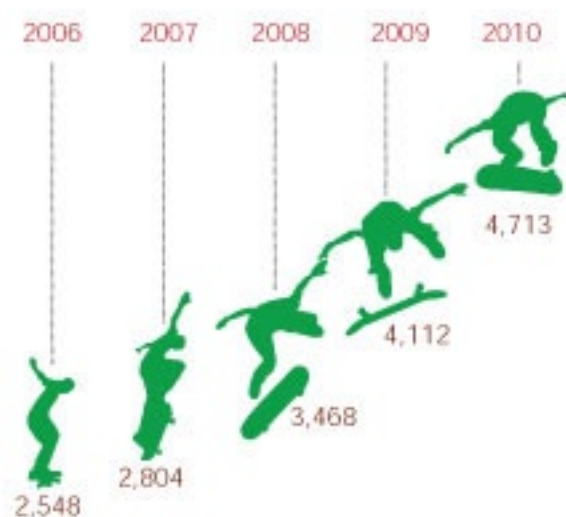
Notes:

(1) Based on audited consolidated financial statement and restated on revenue reclassification.

Net revenue after cost of consignment sales

(in billion rupiah)

Pendapatan bersih setelah beban penjualan konsinyasi
(dalam milyar rupiah)



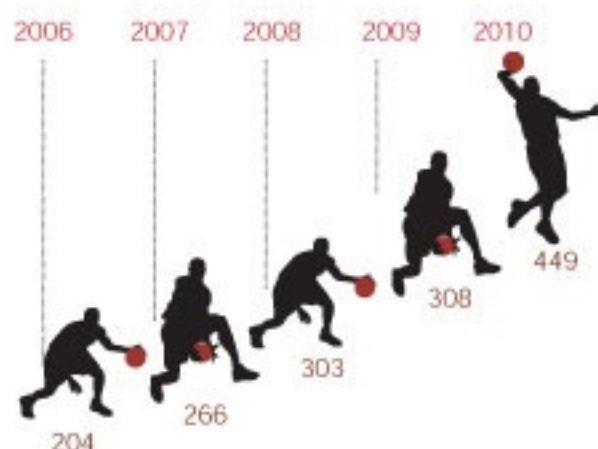
Net revenue
after cost of
consignment sales

4,713
(in billion rupiah)

Operating Income

(in billion rupiah)

Laba usaha (dalam milyar rupiah)



Operating Income

449
(in billion rupiah)

EBITDA

(in billion rupiah)

EBITDA (dalam milyar rupiah)



EBITDA

711
(in billion rupiah)

Another record breaking year for MAP!

"Keberhasilan kinerja MAP!"

Para Pemegang Saham yang terhormat,

Sepanjang tahun 2010, Dewan Komisaris senantiasa melakukan pengawasan dan memberikan pengarahan kepada Direksi dalam menerapkan strategi usaha, pelaksanaan aksi korporasi serta peningkatan dalam hal tata kelola perusahaan, yang berhasil dilaksanakan dengan baik. Dengan pencapaian usaha yang diraih di tahun 2010, Dewan Komisaris memandang kinerja Direksi secara keseluruhan sangat memuaskan.

MAP memiliki fundamental usaha yang kuat melalui model bisnis yang baik, mengelola lebih dari 90 merek berkelas dunia, mengoperasikan 854 gerai ritel di 25 kota serta didukung oleh lebih dari 11.000 karyawan. Oleh karenanya MAP berada di posisi yang kuat, memiliki kemampuan untuk tumbuh dan siap menghadapi berbagai tantangan.

Gambaran kondisi ekonomi berikut ini telah mendukung bisnis MAP:

- 60% ekonomi Indonesia didorong oleh konsumsi domestik (daya beli domestik yang kuat).
- 60% industri ritel Indonesia masih merupakan pasar tradisional – hal ini memberikan peluang yang besar bagi ritel moderen (dan usaha ritel sebagaimana MAP).
- GDP Indonesia diperkirakan akan mencapai USD 1 triliun dengan pendapatan per kapita sebesar USD 5.000 di tahun 2014 (berdasarkan proyeksi Pemerintah Indonesia).
- Indonesia diharapkan menjadi salah satu dari "Top 10 Largest Economies" di dunia dengan tingkat GDP hingga USD 4,7 triliun pada tahun 2025 (Visi 2025 Pemerintah Indonesia).

- Pertumbuhan segmen kelas menengah. Konsumen kelas menengah atas, jumlahnya diperkirakan akan meningkat dua kali lipat lima tahun ke depan.

Dengan adanya sinergi antara kekuatan yang satu dengan kekuatan yang lain, MAP kini semakin mengukuhkan posisinya untuk meraih peluang pertumbuhan yang lebih tinggi di Indonesia.

Di samping pencapaian kinerja keuangan, MAP juga melanjutkan keterlibatannya di masyarakat sepanjang tahun 2010. Adapun kegiatan sosial kami mencakup:

- 8 & 9 April 2010: 'Bazar Amal untuk Pendidikan Indonesia' di Sampoerna Strategic Square
- 21 April dan 28 April 2010: Program Starbucks BLEND (Better Living, Education, Nutrition and Development) untuk anak-anak di Aceh
- 1 Agustus 2010: Starbucks "Ramadhan (Berbuka Puasa) bersama dengan Anak-Anak Panti Asuhan"
- 10 September 2010: Burger King – Menyantap Burger King Gratis untuk anak-anak Panti Asuhan Nurul Quran
- 3 Oktober 2010: Reebok "Jakarta 10-K Red Run" mendukung Yayasan Jantung Sehat Indonesia
- 10 Oktober 2010: Reebok "Pita Pink Funwalk" mendukung kesadaran bahaya kanker payudara
- 29 November 2010: MAP Grup memberikan donasi untuk para korban meletusnya Gunung Merapi dan korban tsunami di kepulauan Mentawai



Board of Commissioners:

Top (from left to right): G.B.P.H. H. Prabukusumo, S. Psi and Prakoso Eko Setyawan Himawan

Bottom (from left to right): Kentjana Indriawati, Mlien Sugandhi, Juliani Gozali

Dewan Komisaris:

Atas dari kiri ke kanan: G.B.P.H. H. Prabukusumo, S. Psi dan Prakoso Eko Setyawan Himawan

Bawah dari kiri ke kanan: Kentjana Indriawati, Mlien Sugandhi dan Juliani Gozali



Dear Shareholders,

Throughout 2010, the BOC continued to oversee and advise the BOD in the implementation of strategic directions, policy formulations and corporate actions as well as the strengthening of corporate governance. Considering the creditable performance of MAP for full year 2010, the BOC is generally satisfied with the performance of the BOD.

With strong fundamentals - a good business model, portfolio of over 90 world class brands, an extensive retail infrastructure of 854 retail outlets in 25 cities and over 11,000 employees - MAP is well positioned for growth and challenges.

The following statistics augur well for MAP:

- 60% of the Indonesian Economy is driven by domestic consumption (strong domestic purchasing power).
- 60% of retailing in Indonesia is still the traditional market - hence tremendous room for growth for modern retailing (and modern retailers like MAP).
- Indonesian's GDP is projected to hit USD 1 trillion with per capita income of USD 5,000 in 2014 (based on Indonesian Government's prediction).
- Indonesia is expected to be among the "Top 10 Largest Economies" in the world with GDP of up to USD 4.7 trillion by 2025 (Indonesian Government's "Vision for 2025").
- The growth of middle class segment. The middle income consumers are expected to double in the next five years.

Having gone from strength to strength, MAP is now in a stronger position to take advantage of further growth opportunities in Indonesia.

Financial performance aside, MAP continued to do its part for the community in 2010. Our CSR activities for the year include the following:

- 8th & 9th April 2010: MAP-HSBC "Charity Bazaar for Indonesian Education" at Sampoerna Strategic Square
- 21st April & 5th August 2010: Pizza Marzano for Bina Mandiri Foundation
- 26th to 28th April 2010: Starbucks BLEND Program (Better Living, Education, Nutrition and Development) for Children in Aceh
- 1st August 2010: Starbucks "Fun Breakfast for Underprivileged Children from Sahabat Anak"
- 31st August 2010: Starbucks "Ramadhan (Breaking of Fast) with Underprivileged Children"
- 10th September 2010: Burger King "Free BK Meals for Nurul Quran Orphanages"
- 3rd October 2010: Reebok "Jakarta 10-K Red Run" in support of Indonesian Heart Foundation
- 10th October 2010: Reebok "Pink Ribbon Funwalk" in support of Breast Cancer Awareness
- 29th November 2010: MAP Group "Donations to Merapi and Mentawai Tsunami Victims"

REPORT FROM THE BOARD OF COMMISSIONERS

Laporan Dewan Komisaris

