

Menatap ke Depan

Di masa depan, kami memperkirakan kondisi perdagangan akan lebih menantang karena meningkatnya tuntutan terhadap margin dan biaya operasional (staf, sewa, utilitas, dll.) Krisis Eropa masih membayangi, demikian juga masih ada ketidakpastian seputar Amerika Serikat dan Cina. Dengan mempertimbangkan semua faktor ini, kami merasa optimis namun tetap berhati-hati terhadap prospek usaha pada tahun 2012.

Perusahaan memiliki rencana besar untuk mengembangkan bisnisnya. Untuk mendukung strategi pertumbuhan Perusahaan, kami telah mengakselerasi program-program untuk meningkatkan infrastruktur TI, mengasah kemampuan rantai pasokan dan memantapkan tim kepemimpinan senior. Kami akan terus mengawasi pengeluaran, memaksimalkan produktivitas dan berupaya untuk memiliki keunggulan operasional berdasarkan tolak ukur praktik operasional terbaik dunia. Kami akan mempercepat laju pertumbuhan dengan cara menyederhanakan serta menghilangkan hambatan dan birokrasi – serta merampingkan struktur organisasi untuk fleksibilitas yang lebih besar dalam mempercepat respon terhadap peluang-peluang pasar.

Kami juga telah memperkenalkan struktur remunerasi kinerja dan inisiatif program pelatihan yang intensif untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Kami bertekad memiliki kinerja keuangan yang kuat dan akan terus melakukannya. MAP tetap merupakan Perusahaan dengan potensi pertumbuhan yang luar biasa, dan dengan antusias kami benar-benar menantikan masa mendatang.

Apresiasi

Akhir kata, Direksi ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Dewan Komisaris atas bimbingan, pengarahan dan dukungannya selama tahun lalu. Kami juga ingin menyampaikan penghargaan terhadap dedikasi dan kerja keras dari manajemen dan karyawan MAP yang telah menghasilkan kinerja berkualitas tinggi pada 2011. Kami percaya bahwa semangat, antusiasme dan gairah mereka akan membawa MAP ke tingkat yang lebih tinggi. Ucapan terima kasih yang mendalam juga kami sampaikan kepada para pemegang saham, pemilik merek dan para mitra usaha untuk dukungan yang senantiasa diberikan, kepada para pelanggan kami untuk kesetiaan dan kunjungan belanjanya.

MAP tetap berkomitmen untuk menciptakan kerjasama jangka

Strategi Pertumbuhan:

1. Fokus kepada bisnis utama
2. Ekspansi agresif dan menguntungkan khususnya untuk divisi *Active (Sports, Kids & Leisure)*, *Fashion*, dan *Food & Beverage*
3. Eksplorasi ke kota-kota baru (ekspansi geografis)
4. Memaksimalkan potensi dari merek merek dan gerai-gerai yang sudah ada (meningkatkan produktivitas)
5. Untuk mengakuisisi merek-merek yang melengkapi dan memberi nilai tambah portofolio dari merek-merek yang sudah ada.

Untuk dan atas nama Direksi



H.B.L. Mantiri
Presiden Direktur

92.5%

INCREASE IN SHARE PRICE

"On 30th December 2011, our share price closed at Rp 5,150 - 92.5% above the closing price of Rp 2,675 the year before"

PENINGKATAN HARGA SAHAM SEBESAR 92.5%

"Pada 30 Desember 2011, harga saham kami ditutup pada Rp 5.150,- - 92.5% di atas harga penutupan saham sebesar Rp 2.675,- di tahun sebelumnya"

OUR SHARE PRICE

Harga
Saham MAP

**SHARE OWNERSHIP
STRUCTURE**

Struktur
Kepemilikan
Saham

OUR SHARE PRICE

MOVING FORWARD IN VALUE AND MOMENTUM

Harga Saham MAP, pergerakan nilai dan momentum

2010

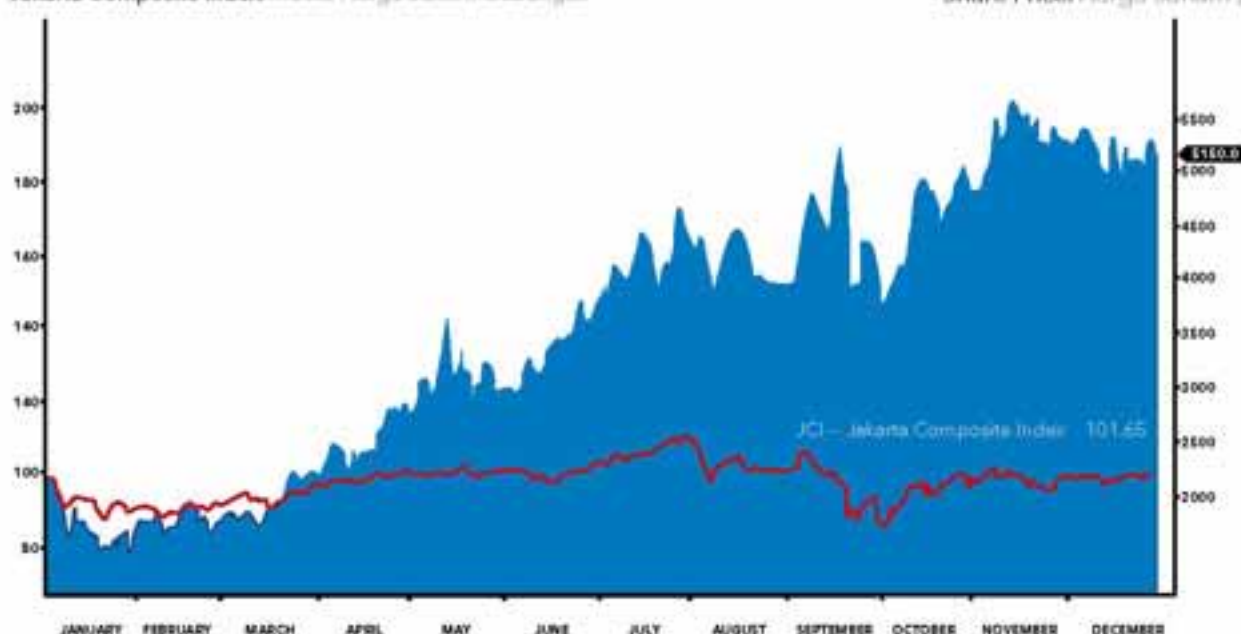
	HIGHEST price (Rp)	LOWEST price (Rp)	CLOSING price (Rp)
31 March 2010	710	700	700
30 June 2010	660	640	660
30 September 2010	2,275	2,000	2,250
30 December 2010	2,725	2,600	2,675

2011

	HIGHEST price (Rp)	LOWEST price (Rp)	CLOSING price (Rp)
31 March 2011	2,775	2,700	2,750
30 June 2011	4,050	3,900	3,975
30 September 2011	4,475	4,300	4,300
30 December 2011	5,300	5,150	5,150

Jakarta Composite Index/Indeks Harga Saham Gabungan

Share Price/Harga Saham (Rp)



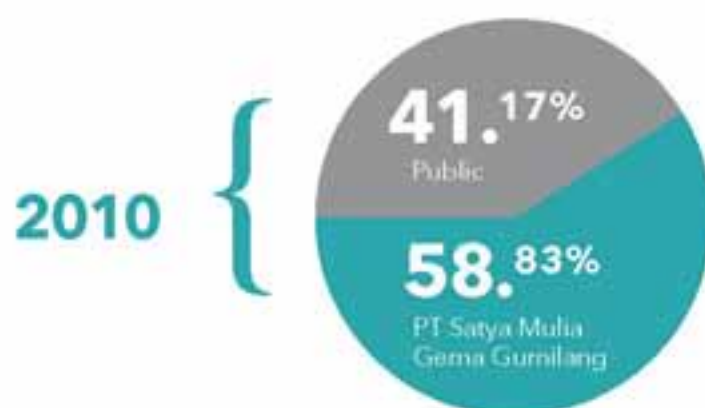
MAP Share Price vs. Jakarta Composite Index 2011

Harga Saham MAP vs. Indeks Harga Saham Gabungan 2011

Source/Sumber: Bloomberg Finance LP

SHARE OWNERSHIP STRUCTURE

STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM



	PT Satya Mulia Gema Gumilang	Public
2010	58.83%	41.17%
2011	56.00%	44.00%



Review | Tinjauan

In 2011, the Company and its Subsidiaries ("Company") posted record growth of 25% in net revenue to Rp 5.89 trillion - as well as 28% rise in gross profit, 39% rise in operating profit and 28% rise in EBITDA compared to 2010. Net income increased 79% to Rp 360 billion in 2011.

In 2011, Specialty Stores were the main contributors to the Company's net sales - contributing 60% followed by Department Stores (25%). 12% came from café and restaurant business while manufacturing, book outlets and other segments contributed the remaining 3%.

Specialty Stores and Department Stores also accounted for 75% and 19% of total operating profit in 2011 respectively - with the remaining coming from café and restaurant business as well as manufacturing, book outlets and other segments.

In 2011, the Company focussed on expanding its existing business portfolio and also opened some new stores like Pull & Bear, Marks & Spencer, Starbucks Coffee, Burger King, Cold Stone Creamery, Domino's Pizza as well as other specialty stores. The Company also acquired and operated new brands like Bershka, Stradivarius, Payless ShoeSource and Pandora amongst others.

Perusahaan dan Entitas Anak ("Perusahaan") membukukan pendapatan bersih sebesar Rp 5,89 triliun atau mengalami peningkatan sebesar 25% bila dibandingkan dengan periode sebelumnya. Laba kotor juga mengalami pertumbuhan sebesar 28%. Laba usaha ikut mengalami pertumbuhan sebesar 39% dan EBITDA tumbuh sebesar 28% dibandingkan dengan tahun 2010. Pada tahun 2011 Perusahaan membukukan laba sebesar Rp 360 milyar atau mengalami pertumbuhan sebesar 79% bila dibandingkan dengan tahun 2010.

Segmen penjualan ritel kembali memberikan kontribusi terbesar bagi pendapatan bersih Perusahaan di tahun 2011 ini, dengan kontribusi sebesar 60%, diikuti *Department Store* yang memberikan kontribusi sebesar 25%, segmen kafe dan restoran sebesar 12% serta sektor manufaktur, gerai buku dan lainnya sebesar 3%.

Segmen penjualan ritel juga menjadi penyumbang terbesar bagi laba usaha Perusahaan, dengan kontribusi sebesar 75% dan *Department Store* sebesar 19%, sedangkan sisanya diperoleh dari segmen kafe dan restoran serta dari aktivitas manufaktur, gerai buku dan lainnya.

Pada tahun 2011 Perusahaan memfokuskan diri pada pengembangan portofolio bisnis yang sudah ada, juga melakukan penambahan gerai di antaranya dengan mengoperasikan beberapa gerai baru seperti Pull & Bear, Marks & Spencer, Starbucks Coffee, Burger King, Cold Stone Creamery, Domino's Pizza dan gerai penjualan ritel lainnya. Perusahaan juga memperoleh dan mengoperasikan beberapa merek baru, diantaranya Bershka, Stradivarius, Payless ShoeSource, Pandora dan beberapa merek lainnya.

MANAGEMENT DISCUSSION & ANALYSIS

PEMBAHASAN &
ANALISA MANAJEMEN

Profit & Loss

Net Revenue of the Company was a record Rp 5.9 trillion in 2011 - of which Specialty Stores and Department Stores were the two key performers. Specialty Stores contributed Rp 3.5 trillion or 60%, while Department Stores contributed Rp 1.5 trillion or 25%. Contribution from café and restaurant segment was Rp 733 billion while manufacturing, book outlets and the rest made up the remaining Rp 170 billion.

Compared to 2010, the increase in net revenue was followed by sales growth in specialty stores which increased by 27% or Rp 751 billion. Department Stores grew by 16% or Rp 209 billion; café and restaurant segment grew by 43% or Rp 219 billion, while manufacturing, book outlets and the rest remained the same.

Revenue growth was sustained by existing stores as well as new stores. Sales growth from existing stores was 14%. In 2011, the Company opened new stores with total additional space of 42,792 sqm. The total retail footage at the end of 2011 was 465,140 sqm.

Gross profit of the Company increased Rp 666 billion from Rp 2.38 trillion in 2010 to Rp 3.04 trillion in 2011. This 29% rise in gross profit was in line with the increase in net sales.

Due to business expansion, operating expenses rose by 26% to Rp 2.4 trillion. Main contributors to increased operating expenses were rentals, salaries, depreciation, water, electricity and other utilities, as well as costs related to credit card administration.

Company operating profit increased 39% or Rp 173 billion to Rp 622 billion in 2011. Biggest contributors to the increase were Specialty Stores and Department Stores which accounted for 75% or Rp 467 billion and 19% or Rp 120 billion respectively.

The loss on disposal of properties, plants and equipment in 2010 as a result of the closure of one of the Company's Department Stores was the main contributor to lower other expenses in 2011 - which amounted to 137 billion compared to Rp 173 billion in 2010.

Due to impact from the above mentioned, the Company recorded 79% growth in net profit or Rp 360 billion for full year 2011 with net basic earning of Rp 217 per share.

Laba & Rugi

Segmen penjualan ritel dan *Department Store* masih menjadi penunjang utama pencapaian pendapatan bersih Perusahaan, yang pada tahun 2011 ini mencapai Rp 5,9 triliun. Penjualan ritel memberikan kontribusi Rp 3,5 triliun (60%), *Department Store* Rp 1,5 triliun (25%) dan sisanya dari segmen kafe dan restoran sebesar Rp 733 milyar serta segmen manufaktur, toko buku dan lainnya sebesar Rp 170 milyar.

Pendapatan bersih di semua segmen juga mengalami kenaikan bila dibandingkan dengan tahun 2010. Pendapatan di segmen penjualan ritel mengalami kenaikan sebesar 27% (Rp 751 milyar), *Department Store* sebesar 16% (Rp 209 milyar), kafe dan restoran sebesar 43% (Rp 219 milyar) sementara manufaktur, toko buku dan lainnya tidak mengalami kenaikan.

Pada tahun 2011 penjualan dari gerai yang sama meningkat 14% menjadi salah satu penunjang peningkatan pendapatan Perusahaan di samping adanya ekspansi yang dilakukan Perusahaan. Perusahaan juga menambah gerai dengan jumlah penambahan luas area total hingga 42.792 meter persegi dan total area pada akhir tahun menjadi 465.140 meter persegi.

Pada tahun 2011 ini laba kotor meningkat sebesar Rp 666 milyar dari Rp 2,38 triliun di tahun 2010 menjadi Rp 3,04 triliun di tahun 2011. Peningkatan laba kotor sebesar 29% ini terjadi seiring dengan peningkatan pendapatan bersih Perusahaan.

Beban usaha juga mengalami peningkatan sebesar 26% menjadi Rp 2,4 triliun yang disebabkan oleh adanya perluasan usaha yang dilakukan Perusahaan dan sangat erat kaitannya dengan peningkatan beban sewa gerai, beban gaji dan tunjangan, beban penyusutan, biaya listrik, air serta utilitas lainnya dan administrasi kartu kredit.

Sebagai akibat dari faktor-faktor tersebut di atas, Perusahaan mencatatkan peningkatan laba usaha tahun 2011 sebesar 39% (Rp 173 milyar) menjadi Rp 622 milyar dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Kontribusi laba usaha terbesar diperoleh dari segmen penjualan ritel sebesar Rp 467 milyar (75%) dan *Department Store* Rp 120 milyar (19%).

Adanya kerugian penghapusan aset tetap di tahun 2010 sebagai akibat dari penutupan salah satu *Department Store* milik Perusahaan menjadi kontribusi utama lebih rendahnya beban lain-lain bersih tahun 2011 yang tercatat sebesar Rp 137 milyar dibandingkan dengan Rp 173 milyar di tahun 2010.

Sebagai akibat dari semua hal di atas maka pada tahun buku 2011, Perusahaan membukukan peningkatan laba bersih sebesar 79% menjadi Rp 360 milyar, dengan laba bersih per saham dasar sebesar Rp 217 per saham dasar.

Financial Position | Posisi Keuangan

Assets

Total current assets of the Company increased to Rp 2.37 trillion compared to previous year of Rp 1.87 trillion. The increase was mainly from inventories amounting to Rp 303 billion and prepaid expenses of Rp 91 billion compared to the previous year.

Total non-current asset increased by Rp 241 billion to Rp 2.05 trillion. This was due to increases in properties, plants and equipment amounting to Rp 173 billion compared to the previous year.

Due to impact of the above, total company assets increased 20% or Rp 745 billion to Rp 4.4 trillion.

Liabilities

Total liabilities of the Company increased by Rp 420 billion to Rp 2.6 trillion. The increase was due to the increase in short term and long term bank loans of Rp 165 billion, trade payables of Rp 159 billion and other payables of Rp 81 billion.

Dividend

In 2011, the Company distributed dividend of Rp 33.2 billion or Rp 20 per share from 2010 net income.

Aset

Jumlah aset lancar Perusahaan tahun 2011 mengalami peningkatan yaitu sekitar Rp 2,37 triliun dibandingkan dengan Rp 1,87 triliun pada tahun sebelumnya. Kenaikan ini terutama disebabkan adanya kenaikan persediaan sebesar Rp 303 milyar dan biaya dibayar dimuka sebesar Rp 91 milyar.

Jumlah aset tidak lancar Perusahaan juga mengalami kenaikan sebesar Rp 241 milyar menjadi Rp 2,05 triliun. Kenaikan ini terutama disebabkan oleh kenaikan aset tetap bersih sebesar Rp 173 milyar dibandingkan dengan tahun lalu.

Sebagai akibat beberapa hal tersebut di atas jumlah aset Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 20% (Rp 745 milyar) menjadi Rp 4,4 triliun.

Liabilitas

Liabilitas Perusahaan mengalami kenaikan sebesar Rp 420 milyar menjadi sebesar Rp 2,6 triliun. Kenaikan liabilitas ini terutama disebabkan oleh adanya kenaikan utang bank jangka pendek dan jangka panjang sebesar Rp 165 milyar, utang usaha sebesar Rp 159 milyar dan utang lain-lain sebesar Rp 81 milyar.

Dividen

Perusahaan pada tahun 2011 membagikan dividen atas laba bersih tahun 2010 sebesar Rp 33,2 milyar atau sebesar Rp 20 per saham dasar.

Cash Flow

Business Operation

In 2011, the Company recorded total cash of Rp 471 billion from operational activities - a decrease when compared to the Rp 770 billion recorded in 2010. The decrease was due to reduction in cash receipts from customers - after deducting cash paid to suppliers and employees - as well as the increase in income tax paid for 2011.

Investment Activity

Total investment of the Company in 2011 was Rp 493 billion - of which Rp 339 billion was allocated for store capital expenditure.

Financial Activity

In 2011, the Company made additional loan of Rp 186 billion which was used for funding Company operations.

End of the Year

In 2011, total cash and cash equivalents amounted to Rp 289 billion, an increase of Rp 64 billion compared to the Rp 224 billion in 2010.

Arus Kas

Aktivitas Operasi

Pada tahun 2011 Perusahaan membukukan jumlah kas bersih dari aktivitas operasi sebesar Rp 471 milyar, jumlah ini menurun bila dibandingkan dengan tahun 2010 yang sebesar Rp 770 milyar. Penurunan ini terutama disebabkan jumlah pembayaran kas kepada pemasok dan karyawan yang meningkat lebih tinggi dibandingkan dengan penerimaan kas dari pelanggan, selain itu adanya peningkatan pembayaran pajak penghasilan juga menjadi faktor penyebab turunnya jumlah kas bersih ini.

Aktivitas Investasi

Jumlah investasi yang dilakukan Perusahaan pada tahun 2011 adalah sebesar Rp 493 milyar dimana sebesar Rp 339 milyar adalah untuk pengembangan usaha (*capital expenditure*).

Aktivitas Pendanaan

Pada tahun 2011 ini Perusahaan melakukan penambahan pinjaman yang berasal dari utang bank sebesar Rp 186 milyar, yang dananya dipergunakan untuk kegiatan operasi Perusahaan.

Akhir Tahun

Perusahaan menutup tahun buku 2011 dengan jumlah kas dan setara kas sebesar Rp 289 milyar atau mengalami kenaikan sebesar Rp 64 milyar dibandingkan dengan tahun 2010 yang sebesar Rp 224 milyar.



Other Analysis

In 2011, the Company posted net income margin ratio of 6.1% ; net debt to equity of 44.4% and return on equity of 20.1% - all of which showed significant improvement of Company operational performance when compared to the 4.3%, 47.1% and 13.7% posted respectively during the corresponding period in previous year.

Transactions in the Company were conducted through credit cards and cash - thus minimizing its exposure to unpaid trade accounts receivable.

No material fact or information was reported between audit report date and 31st March 2012.

Analisa Lainnya

Rasio laba bersih terhadap pendapatan bersih Perusahaan di tahun 2011 adalah sebesar 6,1% meningkat dibandingkan dengan rasio yang sama di tahun 2010 yang sebesar 4,3%. Meningkatnya rasio laba bersih terhadap pendapatan bersih ini juga diikuti dengan menurunnya rasio utang bersih terhadap ekuitas yang sebesar 44,4% di tahun 2011 dibandingkan dengan tahun 2010 yang sebesar 47,1%. Rasio laba terhadap ekuitas juga meningkat dari 13,7% di tahun 2010 menjadi 20,1% di tahun 2011. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kinerja operasional perusahaan sehingga Perusahaan dapat menurunkan jumlah hutang bersih yang dimilikinya.

Perusahaan bergerak di bidang ritel yang sebagian besar transaksinya dilakukan dengan kartu kredit dan pembayaran tunai. Hal ini menyebabkan minimnya tingkat risiko piutang yang tak tertagih Perusahaan.

Tidak ada informasi dan fakta material yang terjadi setelah tanggal laporan akuntan sampai dengan tanggal 31 Maret 2012.



Business Prospect

In early 2012, Credit Suisse released its second annual emerging consumer survey - a detailed study profiling consumer sentiment within the BRIC nations (Brazil, Russia, India and China), Turkey, Saudi Arabia, Egypt and Indonesia.

This Credit Suisse Consumer 2012 Survey highlights the following key points about Indonesia:

- **Consumer confidence remains robust:**
The Indonesian consumer displays strong structural growth potential. Its GDP per capita may be among the lowest in the survey but its optimism is closer to the highest.
- **Indonesia consumer's brand preference:**
Essentials tend to be controlled by local brands, while consumers prefer foreign brands for discretionary. The winners of this structural shift of spending behaviour from essentials to discretionary are those companies with 'super brands' (i.e brands which have high and/or stable market shares across all income group).
- **Emergence of middle class:**
We believe that the emergence of middle class has been one of the main reasons driving Indonesia's robust consumption trend over the past decade.
- **Indonesia on a fast track:**
We remain positive on Indonesian consumer's confidence in the next 12 months as we expect inflation to be manageable and to remain in single-digit territory, and also because Indonesian economy is relatively less affected by the global uncertainty in the region.

The above survey reinforces our cautious optimism about the prospect of MAP in 2012.

Unlike many countries, the Indonesian economy is driven primarily by domestic consumption and hence is cushioned, to a great extent, from any global economic and financial turbulence. The strong consumer optimism and the burgeoning middle class - our core customer group - augur well for MAP as we have a portfolio of over 100 'super brands'.

We are the market leader in many product categories - from Department Stores (for middle class and above) to Fashion, Sports, Leisure, Kids, high-end café (Starbucks) as well as Lifestyle products.

Aided by rising per capita GDP (soon touching USD 3500), MAP is well positioned to benefit from the Indonesian consumer's growing penchant for international brands.

Prospek Usaha

Di awal 2012, Credit Suisse melansir hasil survei tahunan yang kedua tentang konsumen - sebuah studi mendetil yang menganalisa dan mencatat sentimen konsumen yang berada dalam lingkup negara-negara BRIC (Brasil, Rusia, India dan Cina), Turki, Arab Saudi, Mesir dan Indonesia.

Survei Konsumen Credit Suisse 2012 menyoroti butir-butir utama mengenai Indonesia sebagai berikut:

- **Kepercayaan konsumen tetap kuat:**
Konsumen Indonesia menunjukkan potensi pertumbuhan struktural yang kuat. Kendati PDB per kapitanya mungkin yang terendah dalam survei ini, namun tingkat optimisme-nya mendekati tingkat tertinggi.
- **Kecenderungan konsumen Indonesia terhadap merek:**
Kebutuhan pokok lebih didominasi oleh merek lokal, sementara konsumen memilih merek asing untuk memenuhi kebutuhan atas dasar keinginan. Pemenang pergeseran struktural dari perilaku belanja kebutuhan pokok ke kebutuhan atas dasar keinginan diraih oleh perusahaan-perusahaan yang memiliki 'super brands' (misalnya merek-merek yang memiliki pangsa pasar signifikan dan/atau stabil di semua kelompok pendapatan).
- **Berkembangnya kelas menengah:**
Kami percaya bahwa berkembangnya kelas menengah adalah salah satu faktor utama yang memacu berkembangnya tren konsumsi Indonesia pada dekade terakhir ini.
- **Indonesia di jalur cepat:**
Kami memandang positif tingkat kepercayaan konsumen Indonesia 12 bulan mendatang, dengan perkiraan inflasi akan dapat ditangani dan tetap berada diposisi *single-digit*. Keyakinan ini juga didasari oleh kondisi ekonomi Indonesia yang relatif tidak terkena dampak yang signifikan dari adanya ketidakpastian global yang melanda regional.

Survei di atas memperkuat optimisme kami yang tetap berhati-hati berkaitan dengan prospek Perusahaan di tahun 2012.

Tidak seperti di banyak negara lainnya, ekonomi Indonesia terutama didukung oleh konsumsi domestik, maka dengan demikian terlindungi, bahkan dalam lingkup yang lebih luas, dari guncangan ekonomi dan finansial tingkat global. Optimisme konsumen yang kuat dan kelas menengah yang berkembang - yang menjadi pangsa pasar utama kami - merupakan pertanda baik bagi MAP sebab Perusahaan memiliki portofolio yang terdiri atas lebih dari 100 'super brands'.

MAP adalah pemimpin pasar dalam banyak kategori produk - dari *Department Store* (untuk kelas menengah atas) hingga ke *Fashion, Sports, Leisure, Kids*, kafe kelas atas (Starbucks), demikian pula dengan produk *Lifestyle*.

Didukung dengan PDB per kapita yang kian meningkat (akan mencapai 3.500 dolar Amerika), MAP berada pada posisi yang tepat untuk memperoleh keuntungan dari meningkatnya minat konsumen Indonesia terhadap merek-merek internasional.



AUDIT

COMMITTEE REPORT

LAPORAN KOMITE AUDIT

In order to comply with regulations applicable to the Audit Committee and considering the Audit Committee's role in support of the Board of Commissioners in performing its oversight function, the following is a report on the activities of the Audit Committee for the year ending 31st December 2011.

The Audit Committee was formed based on Law No. 40 Year 2007 on Limited Liability Companies, rules and regulations on Good Corporate Governance issued by BAPEPAM, the Indonesia Stocks Exchange (PT Bursa Efek Indonesia) and the National Committee on Good Corporate Governance Policies (KNKCG) and the Decree of Chairman of BAPEPAM and LK No. Kep-29/PM/2004 dated 24th September 2004, as well as regulations of Indonesia Stock Exchange No. Kep-305/BEJ/2004 dated 19th July 2004, on the Establishment and Working Guidelines for the Audit Committee.

As at 31st December 2011, the members of the Audit Committee were G.B.P.H. H. Prabokusumo, S.Psi (Chairman), Marcello Theodore Taufik (member) and Riono Trisongko (member).

In accordance with the function of the Audit Committee that supports the Board of Commissioners in performing its oversight duties, the duties and responsibilities of the Audit Committee include:

1. To support the implementation of an effective internal control system.
2. To carry out evaluation of financial statements based on accounting principles and applicable regulations.
3. To review the scope and consistency of the external audit, the honorarium for the external audit as well as the independency and objectivity of the external auditor.
4. To prepare a description of the duties and responsibilities of the Audit Committee for the current fiscal year, as required by the external auditor.

In performing its duties, the Company's Audit Committee works closely with Directors, Management as well as both internal and external auditors. The Audit Committee, however, functioned independently.

In the fulfillment of its responsibility to disclose its examination to the Company's Annual Report, the Audit Committee herewith concludes that:

1. The consolidated financial statement for the year ended 31st December 2011 has been structured and presented in accordance with standard accounting practices in Indonesia.
2. The Company complies with capital market and all other rules and regulations of the Government of Indonesia.
3. The Company is continuing its effort to implement good corporate governance policies.
4. The Company has implemented operational activities with continuous improvement in all aspects according to Directors' and Commissioners' guidance. The Public Accountant for 2011 has completed their duties according to professional standards, particularly in their independence as external auditor.

Untuk memenuhi ketentuan yang berlaku terhadap Komite Audit dan mengingat peran Komite Audit dalam menunjang kinerja Dewan Komisaris dalam melaksanakan fungsi pengawasannya, maka bersama ini perkenankan kami menyampaikan Laporan Kegiatan Tahunan kegiatan Komite Audit untuk periode yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2011.

Pembentukan Komite Audit ini didasarkan pada Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, peraturan-peraturan mengenai Tata Kelola Perusahaan yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM), PT Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance (KNKCG) dan Surat Keputusan Ketua Bapepam dan LK No. Kep-29/PM/2004, tertanggal 24 September 2004 serta peraturan Bursa Efek Indonesia No.Kep-305/BEI/2004 tertanggal 19 Juli 2004, tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit.

Adapun keanggotaan Komite Audit per 31 Desember 2011 terdiri dari G.B.P.H. H. Prabukusumo, S.Psi (Ketua), Marcello Theodore Taufik (anggota) dan Rionio Trisonigko (anggota).

Sesuai dengan fungsi Komite Audit yang menunjang Dewan Komisaris dalam melaksanakan fungsi pengawasan, maka tugas dan tanggung jawab Komite Audit adalah sebagai berikut:

1. Mendukung implementasi sistem pengendalian internal yang baik.
2. Melakukan evaluasi terhadap laporan keuangan berdasarkan prinsip akuntansi berdasarkan peraturan yang berlaku.
3. Melakukan kajian atas lingkup dan konsistensi audit eksternal, honorarium audit eksternal serta kemandirian dan objektivitas auditor eksternal.
4. Memberikan penjabaran tugas dan tanggung jawab Komite Audit untuk Tahun Buku yang bersangkutan sesuai yang dibutuhkan auditor eksternal.

Dalam melakukan tugasnya, Komite Audit Perusahaan bekerja sama secara erat dengan para Direktur, Manajemen demikian juga auditor internal maupun eksternal. Namun demikian, Komite Audit berfungsi secara independen.

Dalam pemenuhan tanggung jawabnya untuk mengungkapkan hasil pemeriksaannya dalam Laporan Tahunan Perusahaan, Komite Audit dengan ini menyimpulkan bahwa:

1. Laporan keuangan terkonsolidasi untuk periode yang berakhir pada 31 Desember 2011 telah disusun dan dilaporkan sesuai dengan praktek akuntansi standar di Indonesia.
2. Perusahaan mematuhi peraturan pasar uang dan peraturan-peraturan lainnya yang ditetapkan oleh Pemerintah Indonesia.
3. Perusahaan melanjutkan usahanya untuk mengimplementasikan kebijakan tata kelola perusahaan yang baik.
4. Perusahaan telah mengimplementasi kegiatan operasional dengan perbaikan yang berkesinambungan dalam segala aspek sesuai dengan tuntunan yang diberikan oleh para Direktur dan Komisaris. Akuntan publik yang ditunjuk untuk tahun 2011 telah menyelesaikan tugas mereka sesuai dengan standar profesional, khususnya dalam kemandirian mereka sebagai auditor eksternal.



G.B.P.H. H. Prabukusumo, S.Psi
**Audit Committee Chairman/
 Ketua Komite Audit**

Our Risks & How We Manage | Risiko Perusahaan & Penanganannya

In the globalization era, the retail industry faces many obstacles and companies must address complex challenges in the struggle to overcome competition and remain profitable. On a day to day basis, retailers must manage risks that can significantly impact overall profitability while responding to changing consumer tastes and globalization.

Any changes in government, government policies, social stability or other political, economic, legal, regulatory or international development affecting Indonesia could potentially impact the Company's business in Indonesia. These changes are not within our control - and they include political and social risks, terrorism, separatist movements, labor activism and unrest, slow down in economic growth, and movement in foreign currency exchange rates or interest rates, re-negotiation or nullification of existing concessions and contracts, changes in taxation policies, etc.

In view of the fact that majority of our assets are in the form of products, furniture and properties, the Company has taken insurance coverage against risk and sabotage by terrorists. Apart from covering operational risks related to health and safety of workers as well as customers, the Company also provides sufficient public liability insurance. The Company is also covered up to a certain limit for possible business interruption.

The Company has been maintaining relationship with various parties - and this relationship (especially with brand owners) is vital to our core business and our capability to get exclusive licenses and distribution rights. Any strained relationship would affect the future of existing agreements and could potentially impact the performance of the Company. The Company also takes prudent steps when acquiring new brands. Before deciding whether to bring in new brands, the Company conducts market studies to predict the success and viability of these brands in Indonesian market.

The retail industry requires a high level of creativity, which is one of the key factors in circumventing competition. Therefore, the Company put in a lot of efforts internally or through cooperation with third parties to improve its creative and marketing skills in order to enhance its market share.

The core of the Company's customers comes from the middle income group and above - and they are generally more resilient with high level of awareness for brands and fashion trends. Therefore, the Company conducts market research from time to time to anticipate changes in their tastes - and to be in tune with the latest trends. Otherwise, the Company will potentially experience risk of high inventory and difficulty in selling the merchandise, which in turn will affect operational and financial performance of the Company.

Today, most of our stores are located in strategic locations in premium malls. While location is a key criteria, the Company also places great emphasis on the development of shopping centers as well as areas around them. The Company is extremely careful in the selection of locations - and continuously monitors the development of each location to ensure that performance of stores are on target.

RISK MANAGEMENT

.....
MANAJEMEN RISIKO

Di era globalisasi saat ini, industri ritel dihadapkan dengan berbagai kebutuhan usaha, yang menuntut kesiapan perusahaan untuk menangani tantangan yang kompleks demi memenangkan persaingan dan tetap memperoleh keuntungan. Dalam kegiatan sehari-hari, para pelaku usaha ritel harus mengelola risiko yang berpengaruh pada keuntungan secara keseluruhan. Sementara pada waktu yang bersamaan juga harus mampu memberikan tanggapan atas perubahan permintaan konsumen dan globalisasi yang tengah berlangsung.

Perubahan apapun yang terjadi di pemerintahan, kebijakan pemerintah, stabilitas sosial dan politik, ekonomi, hukum bahkan perkembangan internasional yang membawa dampak pada kondisi Indonesia, akan berpotensi mempengaruhi kelangsungan bisnis Perusahaan di Indonesia. Perubahan-perubahan tersebut di luar kendali Perusahaan, seperti halnya: risiko sosial politik, terorisme, gerakan separatisme, kegiatan dan konflik tenaga kerja, pelambatan laju pertumbuhan ekonomi, serta fluktuasi pergerakan nilai mata uang asing atau suku bunga, renegotiasi atau pembatalan konsesi dan kontrak, serta perubahan dalam kebijakan perpajakan, dan lain sebagainya.

Perusahaan sangat berhati-hati dalam melakukan akuisisi merek-merek baru. Sebelum akhirnya memutuskan untuk mendatangkan merek baru tersebut, Perusahaan melakukan serangkaian studi yang mampu mendukung keberhasilan merek tersebut di pasar Indonesia.

Industri ritel menuntut kreativitas yang tinggi, yang menjadi salah satu syarat utama agar memenangkan persaingan usaha. Oleh karena itu, Perusahaan telah melakukan berbagai upaya secara internal maupun melalui kerjasama dengan sejumlah pihak untuk dapat menjaga dan meningkatkan pangsa pasar yang dimiliki, sehingga akan memberikan dampak positif pada kinerja Perusahaan.

Perusahaan memiliki pangsa pasar konsumen kelas menengah atas, yang secara umum lebih mapan dan mempunyai kesadaran akan merek, tren dan gaya hidup. Dengan demikian, dari waktu ke waktu Perusahaan selalu melakukan riset pasar untuk mengantisipasi perubahan tentang selera



Mengingat sebagian besar aset Perusahaan berupa produk, furnitur juga properti, Perusahaan menganggap penting perlindungan asuransi yang dapat menanggung risiko akibat sabotase terorisme, sementara untuk mengantisipasi risiko operasional yang terkait dengan kesehatan dan keamanan karyawan serta konsumen, Perusahaan telah menyediakan asuransi *public liability*. Selain itu Perusahaan juga mengantisipasi terhentinya aktivitas usaha akibat kerusakan properti, yang antara lain disebabkan oleh banjir, kebakaran, gempa bumi dengan menetapkan batas-saat terjadinya gangguan pada kegiatan usaha Perusahaan.

Perusahaan berupaya untuk menjaga keharmonisan hubungan dengan berbagai pihak, terutama dengan para pemilik merek internasional, mengingat kegiatan utama Perusahaan terkait erat dengan kemampuannya untuk mempertahankan dan memperoleh hak lisensi dan distribusi eksklusif atas merek-merek internasional tersebut.

Hubungan yang tidak harmonis, dapat mempengaruhi kelanjutan dari perjanjian yang telah ada serta berpotensi memberikan dampak negatif pada kinerja Perusahaan. Di samping itu,

konsumen, dan juga selektif dalam melakukan pemilihan serta order barang dagangan agar memenuhi harapan mereka. Hal ini penting dilakukan untuk menghadapi potensi risiko persediaan barang dagangan yang menjadi usang dan sulit dijual, yang akan membawa dampak pada operasional usaha serta kinerja keuangan Perusahaan.

Hingga kini, gerai-gerai yang dikelola oleh Perusahaan berada di lokasi-lokasi strategis di dalam pusat-pusat perbelanjaan terkemuka. Selain memperhatikan lokasi, Perusahaan juga memantau perkembangan pusat-pusat perbelanjaan tersebut. Dalam mempersiapkan pembukaan gerai-gerai baru, pemilihan lokasi ini senantiasa dilakukan dengan prinsip kehati-hatian, karena jika salah memilih lokasi akan berdampak negatif pada kegiatan usaha dan hasil yang dicapai oleh Perusahaan. Hingga saat ini, setiap perkembangan penjualan di tiap-tiap lokasi dipantau secara terus-menerus untuk memastikan pencapaian yang diraih memenuhi target yang telah ditentukan.

GOOD CORPORATE GOVERNANCE

Tata Kelola
Perusahaan

Executive Summary

Implementation of Good Corporate Governance (GCG) is an important element of our corporate culture. MAP is strongly committed to ensure that all risks and challenges are handled and mitigated through a comprehensive, efficient and effective mechanism.

GCG practices are meant to facilitate comprehensive and optimal management of risks through a framework and infrastructure as well as systems and working procedures. Therefore, the Company continually upholds main principles of GCG implementation, which encompass transparency, accountability, responsibility, independence and fairness.

At MAP, we believe that GCG implementation is one of the key assets that promotes trust of consumers, sharpens the competitive advantage of our business, increase value for shareholders and stakeholders alike, as well as driving growth over the long term. Therefore, both the Board of Commissioners and Board of Directors perform their duties and functions professionally, transparently and responsibly with due consideration to the interests of the Company, its shareholders and stakeholders. Professionalism and integrity are mandatory for the management and all employees of MAP in performing their duties. Other than that, decisions making are always based on principles of fairness through the setting up of systematic hierarchy structure.

In order to give direction in achieving effectiveness of accountability, the Company has established several committees and organization functions, which include Audit Committee, Corporate Secretary, Non Affiliated Directors and Independent Commissioners. The Audit Committee and Independent Commissioners help to strengthen the Company as monitoring party to audit activities. The Board of Commissioners and Directors, Committee and other executives also continue to enhance their capabilities in preventing oversight and helping to manage the company, in their respective roles and responsibilities.

Complementing the GCG implementation, the Company continues to take part in various charity programs as part of Corporate Social Responsibility initiatives to support and enhance both employees and public welfare. The charities have been distributed to the victims of natural disasters, donation to orphanages, support of education programs through scholarship and tutorial of study for street children, as well as other community programs.

GOOD CORPORATE GOVERNANCE

TATA KELOLA
PERUSAHAAN

Ringkasan

Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang baik adalah bagian penting dari budaya Perusahaan kami. MAP sepenuhnya memiliki komitmen untuk memastikan berbagai risiko dan tantangan dapat dikelola dan diatasi secara komprehensif melalui mekanisme yang efektif dan efisien.

Tata Kelola Perusahaan dimaksudkan untuk menjadi medium pengelolaan berbagai risiko secara optimal dan menyeluruh melalui kerangka, infrastruktur, sistem dan prosedur kerja yang komprehensif serta kuat. Oleh karena itu, Perusahaan senantiasa berpedoman pada prinsip-prinsip utama penyelenggaraan Tata Kelola Perusahaan yang baik, yaitu transparansi, akuntabilitas, tanggungjawab, independensi serta kewajaran.

Di MAP kami percaya bahwa pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan merupakan salah satu aset utama untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, mempertajam keuntungan kompetitif dari bisnis kami, serta meningkatkan nilai bagi para pemegang saham dan pemilik kepentingan lainnya, serta mendorong pertumbuhan untuk jangka panjang. Profesionalisme dan integritas menjadi hal yang wajib diutamakan oleh manajemen dan seluruh karyawan MAP dalam melaksanakan tugas mereka. Selain itu, proses pengambilan keputusan selalu didasarkan pada prinsip kewajaran melalui persiapan struktur hierarki yang sistematis.

Dalam rangka memberikan pengarahannya untuk mencapai akuntabilitas yang efektif, Perusahaan telah membentuk beberapa komite dan fungsi organisasi, yang meliputi Komite Audit, Sekretaris Perusahaan, Direktur Tidak Terafiliasi dan Komisaris Independen. Komite Audit dan Komisaris Independen membantu memperkuat Perusahaan dalam perannya sebagai pihak pengawas pelaksanaan kegiatan audit Perusahaan. Dewan Komisaris bersama Direksi, Komite dan para eksekutif lainnya juga terus meningkatkan kemampuan mereka dalam mencegah terjadinya kelalaian serta mengelola Perusahaan sesuai dengan peran dan tanggungjawabnya masing-masing.

Untuk menyempurnakan penerapan Tata Kelola Perusahaan, maka Perusahaan senantiasa berpartisipasi dalam berbagai program sosial sebagai bagian dari inisiatif Tanggungjawab Sosial Perusahaan untuk mendukung dan meningkatkan kesejahteraan karyawan maupun masyarakat yang membutuhkan. Sumbangan didistribusikan kepada mereka yang menjadi korban bencana alam, bantuan bagi rumah yatim piatu, dukungan program edukasi melalui beasiswa dan pendampingan belajar bagi sejumlah anak-anak jalanan, juga berbagai program sosial kemasyarakatan lainnya.



Board of Commissioners

The Board of Commissioners is charged with the duties to oversee management of the Company by the Board of Directors. The Board of Commissioners also provides input to the Board of Directors pertaining to their management of the Company - in particular, GCG practices, internal control and compliance with applicable rules and regulations according to the Annual General Meeting of Shareholders and the Articles of Association of the Company.

The Company's members of Board of Commissioners are appointed by election at the Annual General Meeting of Shareholders for a two-year term and they can be re-elected for another two-year term.

In 2011, the Company and its Subsidiaries gave total remuneration amounting to Rp 3,927,928 thousand to BOC - with Directors and key personnel receiving Rp 42,029,327 thousand and THB 5,687,612. Intensive meetings on regular basis - attended by all members of Board of Commissioners every quarter (4 times a year) to address and decide on strategic issues with Directors.

Dewan Komisaris

Dewan Komisaris memiliki tugas melakukan fungsi pengawasan atas pengelolaan Perusahaan yang dilakukan oleh Direksi. Dewan Komisaris juga memberikan masukan kepada Direksi sehubungan dengan pengelolaan Perusahaan yang mereka jalankan, khususnya terkait dengan Tata Kelola Perusahaan yang baik, pengawasan internal dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku menurut keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan dan Anggaran Dasar Perusahaan.

Anggota Dewan Komisaris Perusahaan ditunjuk melalui pemilihan pada Rapat Umum Pemegang Saham untuk masa jabatan dua tahun dan mereka dapat dipilih kembali untuk masa jabatan dua tahun berikutnya.

Di tahun 2011, Perusahaan dan Entitas Anak memberikan Rp 3,927,928 ribu kepada Dewan Komisaris dan sebesar Rp 42,029,327 ribu dan THB 5,687,612 kepada anggota Direksi dan personel kunci. Rapat intensif yang terjadwal - dihadiri oleh seluruh anggota Dewan Komisaris setiap kwartalnya (4 kali setahun) untuk membicarakan dan mengambil keputusan mengenai isu-isu strategis dengan Direksi.



Board of Directors

Directors undertake to manage the Company by formulating a set of policies - as well as implementing and monitoring the execution of these policies.

The Company's Directors are appointed by election at the Annual General Meeting of Shareholders for a two-year term and they can be re-elected for another two-year term.

In 2011, the Company and its Subsidiaries gave total remuneration amounting to Rp 3,927,928 thousand to BOC - with Directors and key personnel receiving Rp 42,029,327 thousand and THB 5,687,612. Intensive meetings on regular basis are held and attended by all Directors every quarter (4 times a year) to address and decide on strategic issues with the Board of Commissioners.

The current Directors are:

- H.B.L. Mantiri, President Director
- V.P. Sharma, Vice President Director
- Susiana Latif, Director of Finance and Administration
- Sjeniwati Gusman, Director of Accounting
- Michael D. Capper, Director of Marketing
- Hendry Hasiholan Batubara, Director
- Johanes Ridwan, Non-Affiliated Director

Direksi

Direksi melaksanakan pengelolaan Perusahaan dengan merumuskan berbagai kebijakan dan dengan melakukan implementasi serta mengawasi pelaksanaan kebijakan-kebijakan ini.

Pemilihan anggota Direksi dilakukan pada saat Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan untuk masa jabatan dua tahun dan selanjutnya dapat dipilih kembali untuk masa jabatan dua tahun berikutnya.

Di tahun 2011, Perusahaan dan Entitas Anak memberikan total remunerasi yang mencapai Rp 3.927.928 ribu kepada Dewan Komisaris dan sebesar Rp 42.029.327 ribu dan THB 5.687.612 kepada anggota Direksi dan personel kunci. Direksi mengadakan pertemuan internal yang dilaksanakan secara teratur setiap kwartal (4 kali setahun) untuk membahas dan memutuskan masalah-masalah strategis dengan Dewan Komisaris.

Susunan anggota Direksi saat ini:

- H.B.L. Mantiri, Presiden Direktur
- V.P. Sharma, Wakil Presiden Direktur
- Susiana Latif, Direktur Keuangan dan Administrasi
- Sjeniwati Gusman, Direktur Akuntansi
- Michael D. Capper, Direktur Pemasaran
- Hendry Hasiholan Batubara, Direktur
- Johanes Ridwan, Direktur Tidak Terafiliasi



Corporate Secretary

The Corporate Secretary is the liaison between and serves the interests of the Company and external parties, particularly in protecting the public perception of the Company's image and fulfilling the Company's obligations. The Corporate Secretary manages secretariat duties for the Boards, public and investor relations, legal matters and compliance with authoritative bodies across the industry and the capital market as well as monitoring GCG practices. Through various activities intended to involve the public, the Corporate Secretary assists in promoting the overall corporate image and in representing the Board of Directors in all external communications, specifically those of regulators, investors, the capital market community and other stakeholders. Since March 2010, the position of Corporate Secretary has been assumed by Fetty Kwartati.

Fetty Kwartati: Indonesian citizen, born in 1968. She started her career at MAP in 2004. She earned her Master of Business Administration (Major in Finance) from California State University, San Bernardino, California, United States in 1994, as well as her Professional Designation Degree (Major in International Business) from University of California, Los Angeles, California, United States in the same year.

Sekretaris Perusahaan

Sekretaris Perusahaan merupakan penghubung yang menjembatani kepentingan antara Perusahaan dengan pihak eksternal, terutama menjaga persepsi masyarakat atas citra Perusahaan dan pemenuhan tanggungjawab oleh Perusahaan. Fungsi Sekretaris Perusahaan mencakup tugas-tugas kesekretariatan Perusahaan, hubungan investor dan masyarakat, legal dan penegakan kepatuhan terhadap otoritas industri dan pasar modal, serta ketentuan Tata Kelola Perusahaan yang baik. Melalui berbagai kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat, Sekretaris Perusahaan turut menjaga citra Perusahaan dan mewakili Direksi dalam kegiatan komunikasi eksternal, khususnya dengan pihak regulator, investor, komunitas pasar modal dan para pemangku kepentingan lainnya. Sejak bulan Maret 2010, posisi Sekretaris Perusahaan dijabat oleh Fetty Kwartati.

Fetty Kwartati: warga negara Indonesia, lahir pada tahun 1968. Karirnya di MAP dimulai pada tahun 2004. Beliau memperoleh gelar Master of Business Administration (Major in Finance) dari California State University, San Bernardino, Amerika Serikat pada tahun 1994, serta gelar sebagai Professional Designation Degree (Major in International Business) dari University of California, Los Angeles, California, Amerika Serikat di tahun yang sama.

Audit Committee

The Audit Committee functions to support the Board of Commissioners in performing its oversight duties on the Company's management in accordance with prevailing requirements of Bapepam and LK as well as Indonesia Stock Exchange with regard to the integrity of financial report, risk management and internal control; compliance with legal and regulatory requirements; the external auditor's performance, qualifications and independence; and the performance of the internal audit function.

Members of the Company's Audit Committee are elected by the Board of Commissioners. One of the members is the Company's Independent Commissioner who reports directly to the Board of Commissioners. All members of Audit Committee intensively attend meetings which are scheduled every quarter (4 times a year) to review the effectiveness of internal audit functions, evaluate the effectiveness of audit implementation by external auditor, review all financial statement, and evaluate effectiveness of internal control.

Audit Committee members are:

Mr. G.B.P.H. H. Prabukusumo, S.Psi (Chairman)

Born on 27 December 1954. He earned his Bachelor's Degree in Psychology from Universitas Gajah Mada, Yogyakarta in 1996. He has served as Independent Commissioner of the Company since June 2009.

Mr. Marcello Theodore Taufik (Member)

Born on 7 December 1968. He earned his Master of Business Administration - Finance from New Hampshire University, United States, in 1995. He has served as a member of Audit Committee of the Company since 2008.

Mr. Riono Trisongko, Ak (Member)

Born on 16 January 1959. He earned his Diploma in Accountancy in 1988. He has served as a member of Audit Committee of the Company since 2010.

Komite Audit

Peran Komite Audit adalah untuk mendukung kinerja Dewan Komisaris dalam melaksanakan fungsi pengawasan atas pengelolaan Perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dari Bapepam dan LK serta Bursa Efek Indonesia berkenaan dengan integritas laporan keuangan, manajemen risiko dan pengendalian internal, kepatuhan kepada hukum dan pengaturan ketetapan; kinerja, kualifikasi, serta independensi akuntan publik dan kinerja fungsi audit internal.

Anggota Komite Audit Perusahaan dipilih oleh Dewan Komisaris. Salah satu anggotanya adalah Komisaris Independen Perusahaan dan bertanggungjawab secara langsung kepada Dewan Komisaris. Seluruh anggota Komite Audit secara intensif menghadiri pertemuan yang dijadwalkan sekali setiap kwartal (4 kali setahun) untuk mengkaji keefektifan fungsi audit internal, penerapan audit oleh auditor eksternal, mengkaji seluruh laporan keuangan serta melakukan evaluasi efektivitas pengendalian internal.

Para anggota Komite Audit adalah:

Bapak G.B.P.H. H. Prabukusumo, S.Psi (Ketua)

Lahir pada 27 Desember 1954, beliau memperoleh gelar sarjana Psikologi dari Universitas Gajah Mada, Yogyakarta pada tahun 1996. Sejak bulan Juni 2009, menjabat sebagai Komisaris Independen Perusahaan.

Bapak Marcello Theodore Taufik (Anggota)

Lahir pada 7 Desember 1968, beliau meraih gelar Master of Business Administration - Finance dari New Hampshire University, Amerika Serikat, pada tahun 1995. Sejak tahun 2008 menjabat sebagai anggota Komite Audit Perusahaan.

Bapak Riono Trisongko, Ak (Anggota)

Lahir pada 16 Januari 1959, beliau meraih Diploma di bidang Akuntansi pada tahun 1988. Sejak tahun 2010 menjabat sebagai anggota Komite Audit Perusahaan.

Access to Information

For more information on the Company, please contact us at:

Corporate Secretary
PT Mitra Adiperkasa Tbk
Telephone : 62-21-574 5808
Facsimile : 62-21-574 0150
E-mail : corporate.secretary@map.co.id
or visit our website at www.map-indonesia.com

General Meeting of Shareholders

In 2011, MAP held its Annual General Meetings of Shareholders (AGMS) at Grand Hyatt Jakarta Hotel, on June 10.

Akses Informasi

Untuk informasi lebih lanjut tentang Perusahaan, silakan menghubungi:

Sekretaris Perusahaan
PT Mitra Adiperkasa Tbk
Telefon : 62-21-574 5808
Faksimili : 62-21-574 0150
E-mail : corporate.secretary@map.co.id
atau kunjungi situs Perusahaan di www.map-indonesia.com

Rapat Umum Pemegang Saham

Di tahun 2011, MAP menyelenggarakan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST), bertempat di Hotel Grand Hyatt Jakarta, pada tanggal 10 Juni.

Announcement

May 11, 2011
in two Indonesian newspapers

Invitation

May 26, 2011
in two Indonesian newspapers

Date of AGMS

10th June 2011

Pemberitahuan

11 Mei 2011
di dua harian berbahasa Indonesia

Undangan

26 Mei 2011
di dua harian berbahasa Indonesia

Tanggal Acara RUPST

10 Juni 2011

Agenda of the AGMS

First Agenda

To approve the annual report and to ratify financial statements of the Company for the financial year ended 31st December 2010, and to approve the allocations of net profit for reserve funds, dividends and other purposes and to approve the determinations of the amount, time and manner of dividends for the financial year ended 31st December 2010.

Second Agenda

To approve the appointment of the Company's Independent Auditor for the financial year ended December 31, 2011.

Third Agenda

To approve the changes of the composition of the Board of Directors and the Board of Commissioners and to determine the remuneration as well as other facilities for members of the Board of Directors and the Board of Commissioners.

Agenda RUPST

Agenda Pertama

Menyetujui laporan tahunan dan mengesahkan laporan keuangan Perusahaan untuk tahun fiskal yang berakhir 31 Desember 2010, serta menyetujui alokasi keuntungan bersih untuk dana cadangan, dividen dan keperluan lain, juga untuk menyetujui jumlah, waktu dan kebijakan dividen untuk tahun fiskal yang berakhir 31 Desember 2010.

Agenda Kedua

Menyetujui penunjukan Auditor Independen untuk tahun fiskal yang berakhir 31 Desember 2011.

Agenda Ketiga

Menyetujui perubahan susunan Direksi dan Dewan Komisaris dan untuk menentukan besarnya remunerasi serta fasilitas lainnya untuk anggota Direksi dan Dewan Komisaris.



IT

INFORMATION TECHNOLOGY

TEKNOLOGI INFORMATIKA

In line with our fast pace of growth, MAP requires an equally capable and scalable information management capability. We have put in place a strategy that will create a superior consumer experience and higher levels of operational efficiency through the deployment of a new set of IT strategies and capabilities.

With a substantial number of new stores and brands planned for the future, MAP has accelerated its focus on information system and technology. Over the coming years, we expect our new IT strategy to deliver a succession of best in class capabilities.

Our goals:

- To create a superior in-store consumer experience - as well as increasing use of fresh data in planning for our customers' needs.
- To equip our operational management team with faster and richer level of data for more targeted planning of stocks and operations.
- To ensure that there will be a renewed and sharper focus on consumer insights and enhanced customer relationships,

We will explore innovative ways of introducing internationally proven solutions for more enhanced ways of engaging our core loyal customers e.g revitalizing our gift voucher operations and introducing digital cards and group loyalty programs. These initiatives will make a significant difference to MAP Customers and take our store productivity and competitiveness to a whole new level.

This significant upgrade of our IT infrastructure will have to be carefully planned, designed and executed over an appropriate period of time to ensure success. We have established the IT management team and roadmap - along with a comprehensive plan for an integrated approach to introducing new capabilities.

Beginning with the up-skilling of our IT team, adopting agile control methodologies, upgrading our underlying technology in computing capacity, connectivity and reliability of our networks, we will have a solid platform on which to deliver a succession of sustainable capabilities. More importantly, we will have a robust and flexible IT infrastructure that responds to changing market dynamics and ensures that MAP stays ahead of the competition.

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan Perusahaan, MAP membutuhkan manajemen informasi dengan kapabilitas dan skala yang setara kemampuannya. Strategi yang telah ditempatkan akan menciptakan pengalaman berbelanja yang berbeda, serta tingkat efisiensi operasional yang lebih tinggi melalui penggunaan serangkaian strategi dan kapabilitas Teknologi Informasi (TI) baru.

Dengan banyaknya jumlah gerai dan merek-merek baru yang ada dalam rencana pengembangan MAP di masa mendatang, Perusahaan telah mempercepat fokusnya terhadap sistem informasi dan teknologi. Di tahun-tahun mendatang, kami berharap strategi TI Perusahaan yang baru akan meraih keberhasilan dalam memberikan kemampuan-kemampuan terbaik secara berkesinambungan.

Tujuan kami:

- Untuk menciptakan pengalaman belanja yang tak tertandingi bagi pelanggan, sebagaimana juga meningkatkan penggunaan data-data baru dalam merencanakan kebutuhan pelanggan kami.
- Untuk melengkapi tim operasional manajemen kami dengan tingkatan data yang lebih cepat diperoleh dan lebih kaya untuk target perencanaan persediaan dan operasional.
- Untuk memastikan bahwa akan ada pembaharuan dan penajaman fokus terhadap pengetahuan pelanggan dan peningkatan hubungan pelanggan.

Kami akan menggali cara-cara yang inovatif untuk memperkenalkan solusi-solusi yang telah teruji secara internasional untuk lebih dekat dengan para pelanggan yang setia, seperti meningkatkan kualitas operasional Gift Voucher, memperkenalkan kartu digital, serta program-program *loyalty* grup kami. Semua inisiatif ini akan membawa perubahan yang signifikan pada pelanggan MAP dan akan membawa produktivitas serta daya saing gerai-gerai kami ke tingkat yang baru.

Peningkatan signifikan pada infrastruktur TI ini harus direncanakan, dirancang dan dilakukan dengan hati-hati dalam periode waktu yang memadai untuk memastikan keberhasilan yang akan dicapai. Kami telah membentuk tim manajemen TI dan pedomannya serta rencana komprehensif untuk pendekatan yang terintegrasi dalam memperkenalkan kapabilitas-kapabilitas baru.

Dimulai dengan meningkatkan kemampuan tim TI kami, mengadopsi metode-metode pengaturan yang tepat, meningkatkan metodologi dasar dalam kapasitas komputerisasi, koneksi dan keandalan jaringan, kami akan memiliki sebuah landasan yang kuat untuk meraih keberhasilan atas serangkaian kemampuan yang berkelanjutan. Lebih penting lagi, kami akan memiliki infrastruktur TI yang kuat dan fleksibel yang mampu mengantisipasi dinamika perubahan pasar dan memastikan MAP tetap menjadi yang terdepan diantara para pesaingnya.





CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY