



REPORT FROM

BOC *and* BOD

LAPORAN DEWAN KOMISARIS
LAPORAN DIREKSI

REPORT FROM
THE BOARD OF
COMMISSIONERS
LAPORAN DEWAN KOMISARIS

Dear Shareholders,

Throughout 2017, the BOC continued to perform its supervisory role in guiding and advising the BOD in strategic directions, corporate actions and the strengthening of good corporate governance at MAP.

We applaud the BOD for taking bold steps to respond to the disruption in retail (full details are listed in the BOD report).

MAP has further sharpened its competitive edge and made great strides in our vision to become the leading omni-channel retailer in Indonesia. Special mention must also be made about our growing presence in Vietnam, a crucial part of our Indochina strategy.

Despite continued global uncertainties, we are pleased to announce that 2017 was another year of great progress for MAP: all-time record net revenue of Rp 16.3 trillion (15.2% increase) and a substantial jump in net profit to Rp 350 billion (67.9% increase).

Considering the sterling result of MAP, the BOC is generally satisfied with the performance of the BOD in 2017. The BOC is also pleased with the performance of various committees under its supervision including the audit and nomination & remuneration committees for their role in ensuring good corporate governance at MAP. In 2017, the BOC conducted 3 joint meetings with the BOD to maintain constructive communication, and to actively monitor and provide guidance on Company's policies and strategies.

Going forward, the BOC concur with the view of the BOD on our business prospect for the year ahead. The stronger MAP (after Transformational Agenda 2014 – 2016) is entering a new phase of dynamic growth. Appetite for our brands is unrelenting and growing by the day in tandem with the surge of the middle class. We are also energized by our initial success in Vietnam as we look for meaningful markets outside Indonesia to make the next quantum leap.



Stradivarius store in Ho Chi Minh City, Vietnam

By any measure it has been a most remarkable journey for MAP thus far. Our DNA of “never embracing status quo, constantly evolving with keen sense of entrepreneurship and ability to anticipate change in consumer behaviour and innovate ahead of the curve” has served us well since our incorporation. MAP pioneered modern retailing in Indonesia in the 1990s. We pushed boundaries, blazed new trails and set new standards to become the leading lifestyle retailer in the country today. MAP will always stay true to our heritage and core, but to forge ahead in this era of disruption, we need to step up and raise the bar again. We must change our mindset, think bolder and continue to invest in our brands, people and technologies to become the leader in the new economy.

In closing, the BOC would like to thank the BOD for their vision and crucial role in steering MAP towards omni-channel retailing. We would also like to thank our valued customers, strategic partners and shareholders for their continued trust and support. The stage is now set for MAP to make history again. We have all the ingredients to succeed including the brands, people and strategic partners. Together, we can power ahead to make MAP the most respected company in Indonesia!

For and on behalf of the Board of Commissioners



Mien Sugandhi

President Commissioner | Independent Commissioner

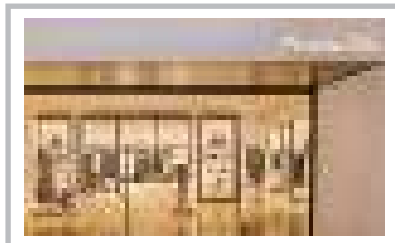




Sepanjang tahun 2017, Dewan Komisaris melakukan peran pengawasannya dalam memberikan pengarah dan nasehat kepada Direksi terkait arahan strategis, inisiatif Perusahaan dan penguatan Tata Kelola Perusahaan di MAP. Dewan Komisaris memberikan apresiasi kepada Direksi atas langkah-langkah yang telah dilakukan untuk merespon disrupsi di industri ritel (penjelasan lengkap tertera dalam Laporan Direksi).

MAP terus mempertajam daya saingnya dan mengimplementasikan sejumlah inisiatif untuk mewujudkan visi Perusahaan untuk menjadi peritel omni-channel terdepan di Indonesia. Perhatian khusus juga perlu diberikan pada kehadiran MAP yang terus berkembang di Vietnam, bagian penting dari strategi Indochina Perusahaan.

Kendati terus dipengaruhi oleh ketidakpastian global, Perusahaan dapat menyampaikan bahwa tahun 2017 merupakan tahun penuh dengan berbagai kemajuan MAP: Pendapatan bersih tertinggi sepanjang sejarah Perusahaan sebesar Rp 16,3 triliun (meningkat 15,2%) dan meningkatnya laba bersih secara signifikan tercatat Rp 350 milyar (naik 67,9%). Sehubungan dengan pencapaian MAP yang luar biasa, Dewan Komisaris menyatakan puas dengan kinerja Direksi selama 2017. Dewan Komisaris juga berterima kasih kepada berbagai komite di bawah supervisinya, termasuk Komite Audit dan Komite Nominasi dan Remunerasi atas peran mereka dalam memastikan penerapan tata kelola perusahaan telah diimplementasikan dengan baik di MAP. Pada tahun 2017, Dewan Komisaris menghadiri 3 rapat gabungan dengan Direksi untuk menjaga komunikasi yang konstruktif, dan secara aktif mengawasi dan memberikan masukan terhadap kebijakan dan strategi yang diimplementasikan Perusahaan.



Our ZARA store in Ho Chi Minh, Vietnam

Menatap ke depan, Dewan Komisaris setuju dengan pandangan Direksi terhadap prospek bisnis MAP selama setahun ke depan. MAP yang lebih kuat (setelah Agenda Transformasi 2014 – 2016) saat ini tengah memasuki fase perkembangan yang dinamis yang baru. Antusiasme yang tinggi untuk merek-merek Perusahaan tak terkalahkan dan terus tumbuh seiring dengan meningkatnya jumlah konsumen kelas menengah. Perusahaan turut optimis dengan sukses awal yang diraih di Vietnam di saat MAP mencari pasar-pasar menarik di luar Indonesia untuk melakukan lompatan strategis berikutnya.

Dilihat dari berbagai pencapaiannya, hingga saat ini MAP telah melewati perjalanan yang luar biasa. Prinsip Perusahaan yang percaya untuk “tidak pernah puas dengan hasil yang diraih, terus berevolusi dengan semangat entrepreneurship, dan kemampuan untuk mengantisipasi perubahan dalam perilaku konsumen dan mengedepankan inovasi” telah berdampak positif sejak pendirian Perusahaan. MAP memelopori ritel modern di Indonesia pada tahun 1990-an. Kami melintasi batas, membuka jalur, dan menciptakan standar untuk menjadi peritel gaya hidup terdepan di Indonesia dewasa ini. MAP akan terus berpegang teguh pada ‘warisan’ dan prinsip-prinsipnya, namun untuk melaju ke depan di tengah era disrupsi, kami perlu bangkit dan menembus batas. Kami perlu mengubah pola pikir, berpikir lebih berani dan terus berinvestasi dalam merek-merek, karyawan dan teknologi Perusahaan untuk menjadi yang terdepan di era ekonomi yang baru.

Akhir kata, Dewan Komisaris ingin mengucapkan terima kasih kepada Direksi atas visi dan perannya yang sangat penting dalam mengarahkan MAP mencapai visi omni-channel. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada para pelanggan, mitra strategis dan pemegang saham Perusahaan untuk kepercayaan dan dukungan mereka. Perusahaan kini sudah siap untuk kembali mencatat sejarah. Kami memiliki segala yang dibutuhkan untuk berhasil termasuk merek-merek, karyawan dan mitra strategis. Bersama, kami melaju ke depan untuk membuat MAP menjadi Perusahaan yang dihargai di Indonesia!

Untuk dan atas nama Dewan Komisaris



Mien Sugandhi

Presiden Komisaris | Komisaris Independen

REPORT FROM THE BOARD OF DIRECTORS

LAPORAN DIREKSI



ZARA store in Hanoi, Vietnam

Dear Shareholders,

Over the past decade, MAP's journey has been one of prudent recovery, rebuilding and transformation. A defining moment was the implementation of Transformational Agenda 2014 – 2016 to accelerate the reshaping of MAP. We reset and implemented new ways of working, declared “war on waste” and build a more agile and efficient MAP.

Growth of e-Commerce has posed serious threats to brick-and-mortar retailers in recent years. We realized that across all industries, digital disruption is no longer a hypothetical – it's the new normal. So we wasted no time in crafting a new vision, launched our flagship MAPeMall and stepped up digitalization at MAP.

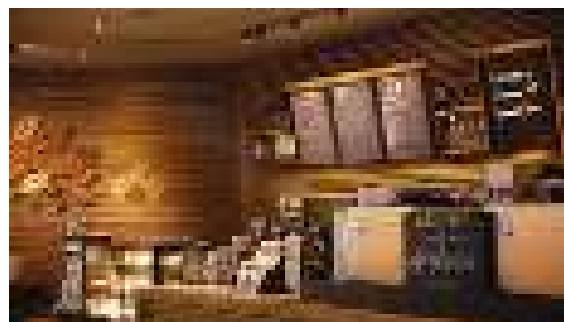
To further strengthen MAP, we started the MAP Retail School and launched MAP Club (loyalty program). Today, we have more than 2 million members in our database – an invaluable asset which enables us to cross sell and execute targeted marketing campaigns. Over 478 students have since graduated from MAP Retail School. Another 56 have qualified as certified competency assessors. We also signed MOU with P4TK to offer our programs to Vocational Schools. Preparation is now underway to launch the MAP Retail College. This college will offer the first-ever higher retail education in Indonesia – another trailblazing feat by MAP!

A critical part of MAP corporate strategy is our strategic partnership with CVC, Everstone and General Atlantic. This has yielded significant value and enabled us to leverage on their financial power and retail expertise to unlock full potential of our brands. On this note, we are proud to announce the successful IPO of MBA (our JV with General Atlantic) in 2017. The year also marked the 15th anniversary of Starbucks and the opening of our 300th Starbucks store in Indonesia.

As we continued to reinvent retail in Indonesia, we were also making waves in Vietnam in 2017. As part of our ambitious Indochina strategy, we launched Zara in Hanoi, and Massimo Dutti, Pull & Bear and Stradivarius in HCM city (to add to our flagship Zara store in HCM city). Sales has been nothing short of spectacular. Our two Zara stores in Vietnam were ranked among the world's top stores in terms of sales achievement in 2017.



IPO of MBA in June 2017

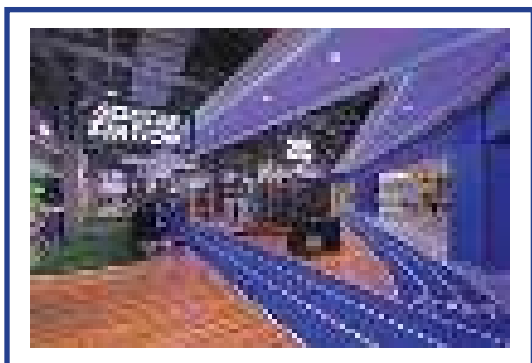


Starbucks 300th Store in Indonesia at Bali Ngurah Rai Airport

To keep MAP on the offensive, we did a strategic review of our brands in 2017. A major outcome was the restructuring of our department stores and the closure of Debenhams and Lotus - a decision we took very reluctantly but a crucial one which allowed us to focus on our flagship SOGO, SEIBU and GALERIES LAFAYETTE stores.

Momentum has picked up across MAP. The Group is now reaping the full benefits of our game-changing Transformational Agenda 2014-2016. We are driving synergy and capturing higher value from all parts of MAP. The stronger MAP (after 2016) is performing better – and this was most evident in our full year 2017 results:

- All-time high record net revenue of Rp 16.3 trillion (up 15.2% compared to FY 2016)
- Best-ever operating profit of Rp 1.1 trillion (up 26.2% compared to FY 2016)
- Significant improvement in net profit to Rp 350 billion (up from Rp 208 billion in FY 2016)





At MAP, a robust governance structure underpins the delivery of our group's strategy. The BOD is pleased to report that good corporate governance practices were well implemented at MAP in 2017. MAP continues to operate to the highest standards of corporate governance, adhering to a set of well defined corporate governance principles and maintaining effective structure and process within the company and its subsidiaries.

MAP is no stranger to awards. As testament to our unparalleled commitment to excellence, we received more awards and accolades in 2017, including:

- "Best Mid Cap Companies in Indonesia" (3rd) - FinanceAsia
- "Best Loyalty Program for MAP Club" (3rd) - Marketing Magazine
- "Marketer of the Year, Asia-Pacific" Award for Burger King
- "Distributor of the Year" Award for Skechers
- "Best in Social Media" Award for SOGO - Tempo Media Group
- "Best in Corporate Image" Award for SOGO - Marketing Magazine
- "Best CEO in Indonesia" Award - Obsession Media Group
- "Top 3 Fashion Brands" for Zara (Brand Asia Award) - Mark Plus Inc.
- "Highest Retail & Store Growth 2017" for Domino's Pizza
- "Best Italian Restaurant" for Pizza Express - NOW! Jakarta Magazine

Looking ahead, we expect global uncertainties to continue. But given the resilience of our brands, the strong purchasing power of the middle class in Indonesia and Vietnam, and the efficiency of the stronger MAP (after 2014 - 2016 Transformational Agenda), we are cautiously optimistic about our business prospect for 2018. The BOD will work closely with the BOC to execute our 2018 strategy for MAP (please see next page).

In closing, the BOD would like to thank the BOC for their continued counsel and guidance. Our appreciation also goes to our valued customers, strategic business partners, principals and shareholders for their support. Last but not least, we would like to thank all the people of MAP for their hardwork and commitment.

At MAP, we see great opportunities in Indonesia and Vietnam. Both countries combine sheer power and potential. With the stronger MAP firing on all cylinders and powering ahead, the future of MAP looks very promising indeed.

For and on behalf of the Board of Directors

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'H.B.L. Mantiri', is written over a horizontal line.

H.B.L. Mantiri
President Director

POWERING AHEAD

MAP 2018 STRATEGY



+ Build on 2017 momentum

+ Continue to....

- Harness group synergy to strengthen business across group
- Improve efficiency, productivity and operational excellence
- Accelerate growth agenda with focus on key brands
- Leverage on MAP Retail School to improve customer service and sales
- Step up emphasis on digitalization/ eCommerce
- Sharpening of supply chain (to optimize inventory and cash flow management)
- Work closely/tap on expertise of our strategic partners (CVC, Everstone, General Atlantic and all brand partners)
- Watch our expenses closely (war on waste/reduction of store expenses)
- Optimize headcount across MAP

+ Indochina Strategy – new territories for growth (with focus on Vietnam)

Selama satu dekade terakhir, MAP melewati perjalanan penuh perbaikan, penataan kembali dan transformasi Perusahaan. Sebuah titik penentuan ketika Perusahaan melakukan implementasi Agenda Transformasi 2014 – 2016 untuk mempercepat pembentukan ulang MAP. Kami melakukan restrukturisasi Perusahaan dan menerapkan cara-cara kerja baru, mendeklarasi “war on waste”, dan membangun MAP yang lebih andal dan efisien.

Perkembangan e-Commerce telah menimbulkan ancaman yang serius bagi peritel offline selama beberapa tahun terakhir. Kami menyadari bahwa hal yang tengah terjadi di seluruh industri, disrupsi digital bukan lagi hanya hipotesis – ini adalah hal normal yang baru. Perusahaan tidak membuang waktu untuk membentuk visi baru, meluncurkan MAPeMall dan meningkatkan usaha digitalisasi MAP.

Untuk memperkuat MAP, Perusahaan membuka MAP Retail School dan meluncurkan MAP Club (loyalty program) untuk menarik dan mempertahankan lebih banyak pelanggan. Saat ini, MAP Club memiliki lebih dari 2 juta anggota dalam database-nya – aset yang tak ternilai, memungkinkan MAP untuk melakukan cross-sell dan mengimplementasi kampanye pemasaran yang ditargetkan. Lebih dari 478 siswa telah lulus dari MAP Retail School. 56 siswa lainnya memenuhi syarat sebagai asesor berwenang. MAP juga telah menandatangani MOU dengan P4TK untuk menawarkan program Perusahaan kepada SMK. MAP sudah mulai melakukan persiapan untuk meluncurkan MAP Retail College. Retail College ini akan menyediakan pendidikan ritel yang pertama di Indonesia – hal ini kembali menjadi sebuah pencapaian inovatif bagi MAP!

Sebuah bagian penting dari strategi Perusahaan adalah jalinan kemitraan strategis dengan CVC, Everstone dan General Atlantic. Jalinan kerjasama ini menghasilkan nilai yang signifikan dan memungkinkan Perusahaan untuk menguatkan kekuatan finansial dan keahlian di bidang ritel untuk mencapai potensi penuh merek-merek Perusahaan. Terkait hal ini, kami bangga mengumumkan Penawaran Saham Perdana yang sukses dilakukan untuk MBA (jalinan kerja sama Perusahaan dengan General Atlantic) di tahun 2017. Di tahun ini Perusahaan juga mencatat ulang tahun ke-15 Starbucks Indonesia dan pembukaan gerai Starbucks yang ke-300 di Indonesia.

Sebagaimana senantiasa kami lakukan dalam hal merevolusi ritel di Indonesia, MAP pun melakukan ekspansi di Vietnam pada tahun 2017. Menjadi bagian dari strategi Indochina Perusahaan yang ambisius, MAP membuka gerai Zara di Hanoi, Massimo Dutti, Pull & Bear dan Stradivarius di Ho Chi Minh (sebagai tambahan dari gerai utama Zara yang dimiliki oleh MAP di Ho Chi Minh). Perusahaan mencatat hasil penjualan yang luar biasa. Dua gerai Zara yang dimiliki MAP di Vietnam termasuk dalam gerai Zara tertinggi di seluruh dunia dalam pencapaian penjualan di 2017.

Untuk memastikan Perusahaan tetap kompetitif, kami melakukan peninjauan strategis atas merek-merek Perusahaan di 2017. Hasil utama dari peninjauan tersebut adalah perlunya restrukturisasi bisnis department store dan penutupan gerai Debenhams dan Lotus. Sebuah keputusan yang sangat berat namun penting untuk lebih fokus pada merek Department Store lainnya: SOGO, SEIBU dan GALERIES LAFAYETTE.

Momentum Perusahaan kini meningkat. MAP saat ini menuai manfaat sepenuhnya dari Agenda Transformasi 2014 – 2016. Perusahaan tengah membangun sinergi dan mencatat nilai yang lebih tinggi dari seluruh lini. MAP yang lebih kuat (pasca 2016) mencatat hasil kinerja yang lebih bagus – dan hal ini terbukti dalam pencapaian selama tahun 2017:

- Pendapatan bersih tertinggi sepanjang sejarah Perusahaan sebesar Rp 16,3 triliun (meningkat 15,2% dari 2016)
- Laba usaha tertinggi sepanjang sejarah Perusahaan sebesar Rp 1,1 triliun (meningkat 26,2% dari 2016)
- Peningkatan signifikan untuk laba bersih menjadi sebesar Rp 350 milyar (meningkat dari Rp 208 milyar di tahun 2016)

Di MAP, struktur tata kelola perusahaan yang tangguh merupakan dasar keberhasilan strategi Grup Perusahaan. Direksi mencatat bahwa praktik-praktik tata kelola perusahaan telah diterapkan dengan baik selama 2017. MAP terus beroperasi dengan standar tertinggi tata kelola perusahaan, mengikuti prinsip-prinsip tata kelola yang telah dirumuskan dan menjunjung struktur dan proses yang efektif dalam operasional Perusahaan dan Anak Perusahaan.

Beragam penghargaan telah diraih oleh MAP selama ini. Sebagai bukti dari komitmen MAP yang tak terkalahkan terhadap kesempurnaan di bidang ritel, di tahun 2017 MAP telah menerima sejumlah penghargaan, yakni:

- “Best Mid Cap Companies in Indonesia” (peringkat ke-3) – FinanceAsia
- “Best Loyalty Program for MAP Club” (peringkat ke-3) – Marketing Magazine
- “Marketer of the Year, Asia-Pacific” Award untuk Burger King
- “Distributor of the Year” Award untuk Skechers
- “Best in Social Media” Award untuk SOGO – Marketing Magazine
- “Best in Corporate Image” Award untuk SOGO – Marketing Magazine
- “Best CEO in Indonesia” Award – Obsession Media Group
- “Top 3 Fashion Brands” untuk Zara (Brand Asia Award) - Mark Plus Inc.
- “Highest Retail & Store Growth 2017” untuk Domino’s Pizza
- “Best Italian Restaurant” untuk Pizza Express - NOW! Jakarta Magazine



Menatap ke depan, Perusahaan memperkirakan berlanjutnya ketidakpastian global. Namun melihat kemapanan merek-merek Perusahaan, kuatnya daya beli kelas menengah di Indonesia dan di Vietnam, serta efisiensi dari MAP yang lebih kuat (setelah Agenda Transformasi 2014 - 2016), Perusahaan optimis namun tetap berhati-hati terhadap prospek bisnis di tahun 2018. Direksi akan terus bekerjasama dengan Dewan Komisaris untuk menerapkan strategi Perusahaan di tahun 2018 (silakan merujuk ke akhir halaman).

Sebagai penutup, Direksi mengucapkan terima kasih kepada Dewan Komisaris atas nasihat serta bimbingan yang senantiasa diberikan. Rasa terima kasih yang mendalam juga kami sampaikan terhadap para pelanggan, mitra strategis, pemilik merek dan pemegang saham atas dukungan yang senantiasa diberikan kepada Perusahaan. Terakhir, kami mengucapkan terima kasih banyak kepada seluruh karyawan MAP untuk kerja keras dan komitmennya.

MAP melihat peluang yang besar di Indonesia dan Vietnam. Dua negara dengan kekuatan dan potensi yang begitu luar biasa. Dengan MAP yang lebih kuat bekerja secara optimal dan terus melaju, masa depan MAP terlihat menjanjikan.

Terus Melaju: Strategi Perusahaan di Tahun 2018

+ Membangun momentum di tahun 2017

+ Melanjutkan untuk :

- Memanfaatkan sinergi Perusahaan untuk memperkuat bisnis di seluruh Grup
- Meningkatkan efisiensi, produktivitas dan kesempurnaan operasional
- Mempercepat agenda pertumbuhan dengan fokus pada merek-merek utama
- Menggunakan MAP Retail School untuk meningkatkan standar pelayanan pelanggan dan penjualan
- Meningkatkan penekanan terhadap digitalisasi/eCommerce
- Mempertajam rantai pasokan (optimalisasi inventarisasi dan manajemen arus kas)
- Bekerja lebih dekat dengan mitra strategis (CVC, Everstone, General Atlantic dan mitra merek lainnya)
- Memperhatikan pengeluaran Perusahaan (war on waste/pengurangan biaya gerai)
- Optimalisasi jumlah karyawan di seluruh MAP

+ Strategi Indochina – pertumbuhan area baru Perusahaan (dengan fokus pada Vietnam)

Untuk dan atas nama Direksi

H.B.L. Mantiri
Presiden Direktur



MANAGEMENT
DISCUSSION
and ANALYSIS

Pembahasan dan Analisa Manajemen



MANAGEMENT DISCUSSION *and* ANALYSIS

REVIEW — In 2017, the Company and its subsidiaries recorded net revenue of Rp 16.3 trillion, or 15.2% increase compared to 2016. Gross profit and operating profit grew by 14.3% and 26.2% respectively. EBITDA and net income also showed positive growth of 19.1% and 67.9% respectively.

Specialty stores remained the key contributor to the Company's net sales with contribution of 70.2%, followed by sales from Department Stores at 15.5%, and Food and Beverage at 13%, while Manufacturing, Book Outlets and other Businesses contributed 1.3%.

Apart from being the leading contributor to the Company's net sales, Specialty Stores was also the major contributor to the Company's operating profit at 80.9%, with the remainder coming from Food & Beverage, Department Stores, and Manufacturing, Book Outlets and Others.

On 21st June 2017, MBA, a subsidiary of the Company, listed all its shares on the Indonesian Stock Exchange. With its IPO, Company's ownership of MBA shares stands at 79.1%.

At end of 2017, the Company undertook further expansion in Vietnam with store openings for numerous brands, including Massimo Dutti, Pull&Bear, and Stradivarius in Ho Chi Minh City in September 2017, as well as the opening of the second Zara store in Hanoi on 8 November 2017.



In Indonesia, the Company also fortified its existing business portfolio by opening new stores for Sogo, Foodhall, Zara, Mark&Spencer, Pull&Bear, Massimo Dutti, Berskha, Stradivarius, Cotton On, Oysho, Sephora, Payless, Sports Station, Planet Sports, Converse, Footgear, Skechers, Starbucks Coffee, Pizza Express, Cold Stone Creamery, Krispy Kreme,

Genki Sushi and other Specialty Stores. Aside from opening new stores, the Company also closed several stores, including Debenhams and Lotus, due to changing market trends in modern global retail. Going forward, the Company will focus on its flagship SOGO, SEIBU and Galeries Lafayette stores.



In 2017, the Company divested partial ownership of Burger King. After divestment, the Company's ownership stands at 33.52%.

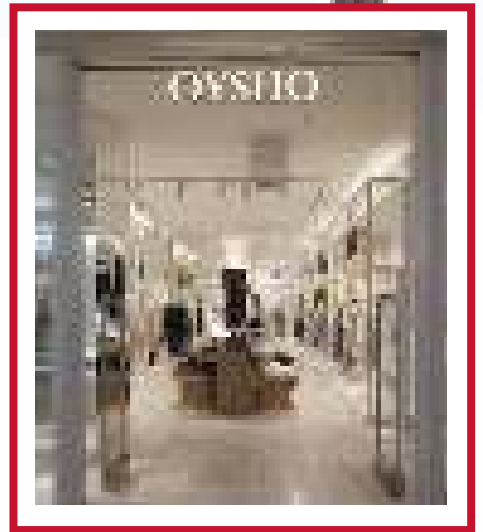
TINJAUAN Tahun 2017, pendapatan bersih Perusahaan dan entitas anak mengalami pertumbuhan sebesar 15,2% dibandingkan dengan tahun lalu, dengan membukukan pendapatan bersih Rp 16,3 triliun. Laba kotor dan laba usaha masing-masing juga mengalami pertumbuhan sebesar 14,3% dan 26,2%, serta EBITDA dan laba bersih masing-masing juga mengalami pertumbuhan sebesar 19,1% dan 67,9%.

Segmen penjualan ritel tetap menjadi penyumbang utama penjualan bersih Perusahaan, dengan memberikan kontribusi sebesar 70,2%, dan diikuti oleh segmen departement stores yang memberikan kontribusi sebesar 15,5%, serta segmen food & beverage dan segmen manufaktur, gerai buku dan lainnya masing-masing sebesar 13% dan 1,3%.

Segmen penjualan ritel tetap menjadi kontribusi terbesar bagi laba usaha Perusahaan, sebesar 80,9% diikuti segmen food & beverage, segmen departement stores serta dari manufaktur, gerai buku dan lainnya.

Pada tanggal 21 Juni 2017, MBA, entitas anak telah mencatatkan seluruh sahamnya di Bursa Efek Indonesia. Dengan dilakukannya Penawaran Umum Perdana Saham MBA tersebut, maka kepemilikan Perusahaan atas saham MBA turun menjadi 79,1%.

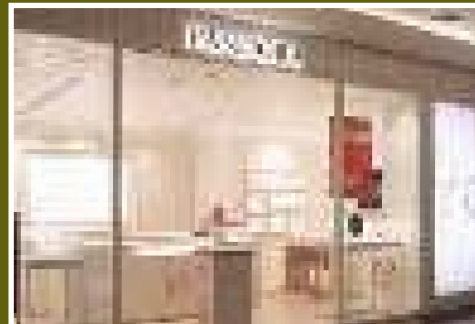




Di penghujung tahun 2017, perusahaan kembali melakukan ekspansi di Vietnam dengan membuka gerai beberapa merek, seperti Massimo Dutti, Pull&Bear dan Stradivarius di Ho Chi Minh City, Vietnam pada bulan September 2017, serta membuka gerai Zara yang kedua di Hanoi, Vietnam pada tanggal 8 November 2017.

Untuk ekspansi di dalam negeri, Perusahaan membuka gerai-gerai baru untuk Sogo, Foodhall, Zara, Mark&Spencer, Pull&Bear, Massimo Dutti, Berskha, Stradivarius, Cotton On, Oysho, Sephora, Payless, Sports Station, Planet Sports, Converse, Footgear, Skechers, Starbucks Coffee, Pizza Express, Cold Stone Creamery, Krispy Kreme, Genki Sushi dan sejumlah gerai ritel lainnya. Selain membuka gerai-gerai baru, tahun ini Perusahaan juga melakukan penutupan gerai beberapa merek serta penutupan gerai Debenhams dan Lotus, dengan pertimbangan adanya perubahan tren belanja ritel secara global dan Perusahaan akan lebih berfokus pada gerai department store SOGO, SEIBU dan Galeries Lafayette.

Perusahaan kembali melakukan divestasi atas Burger King di tahun 2017 ini, sehingga kepemilikan Perusahaan atas usaha ini turun menjadi 33,52%.





PROFIT & LOSS

The Company posted net revenue of Rp 16.3 trillion in 2017, of which Specialty Stores, Department Stores, and Food & Beverage were the key performers. Specialty Stores contributed Rp 11.4 trillion (70.2%), while Department Stores contributed Rp 2.5 trillion (15.5%). Contribution from Food & Beverage segment was Rp 2.1 trillion (13%), while Manufacturing, Book Outlets and Others made up the remaining Rp 216 billion.

Compared to last year, there was a 20.7% or Rp 363.6 billion increase in net revenue for Food & Beverage, as well as increase of 17.9% or Rp 1.7 trillion for Specialty Stores, and 2.4% or Rp 59 billion increase for Department Stores. However, there was 1.2% decrease for Manufacturing, Book Outlets and Others.

Sales from existing stores (same store sales growth) increased by 3.7%, materially contributing to the overall increase in the Company's sales. Another contributing factor to the Company's sales was additional new stores (with new net area of 15,223 sqm) – bringing total revenue-generating area of the Company to 723,349 sqm by end 2017.

The year also witnessed the Company's gross profit increased by 14.3% or Rp 983.1 billion to Rp 7.9 trillion compared to 6.9 trillion in 2016. Gross profit margin decreased 0.4% from 48.6% in 2016 to 48.2%.

In line with our growth strategy (area expansions and addition of new outlets), the Company saw a 12.5% rise in operating expenses to Rp 6.7 trillion in 2017. The increase was mainly from increase in salaries and allowances, rental and service charges, royalty and technical assistance fees, depreciation, marketing and promotion as well as credit card administration fees.





As a result, the Company posted Rp 232.6 billion increase in operating profit to 1.1 trillion or 26.2% compared to previous year. Biggest contributor to the operating profit was Specialty Stores at 906.7 billion (80.9%)

In 2017, the Company incurred lower interest expense of Rp 17.1 billion from 420.7 billion in 2016 to Rp 403.6 billion. Approximately Rp 147 billion was amortized discount on non-interest bearing bond.

Due to closure of Debenhams, Lotus, and several other brands, loss on disposal/sales of property, plant and equipment, as well as provision for decline in value involving inventories was Rp 36.2 billion and Rp 34.2 billion respectively.

Adding up the impact of the factors mentioned above, the Company posted Rp 350 billion in net income, a 67.9% increase compared to the previous year. Net income for the year attributable to the Owners of the Company is Rp 334.6 billion. Net basic earnings per share of the Company was Rp 202.



LABA & RUGI

Perusahaan berhasil membukukan pendapatan bersih sebesar Rp 16,3 triliun, keberhasilan ini didukung oleh penjualan dari segmen ritel, department stores serta food & beverage. Kontribusi sebesar Rp 11,4 triliun (70,2%) diberikan oleh segmen penjualan ritel, dan Rp 2,5 triliun (15,5%) diberikan oleh segmen department stores, dari segmen food & beverage sebesar Rp 2,1 triliun (13%) serta segmen manufaktur, gerai buku dan lainnya sebesar Rp 216 milyar.

Penjualan bersih tahun ini mengalami kenaikan pada segmen food & beverage sebesar 20,7% (Rp 363,6 milyar), diikuti dengan penjualan ritel, naik sebesar 17,9% (Rp 1,7 triliun), serta segmen department stores naik sebesar 2,4% (Rp 59 milyar). Untuk manufaktur, gerai buku dan lainnya mengalami penurunan sebesar 1,2%, dibandingkan dengan tahun lalu.

Pertumbuhan penjualan dari gerai yang sama tahun ini naik sebesar 3,7%, kenaikan ini menjadi salah satu faktor pendukung pencapaian pertumbuhan penjualan Perusahaan secara keseluruhan. Pada tahun ini Perusahaan tetap melakukan ekspansi dengan menambah jumlah gerai baru dan luas area. Akhir tahun 2017 total luas area gerai Perusahaan mencapai 723.349 m², dengan penambahan bersih hingga 15.223 m² dari luas area gerai tahun lalu.

Untuk Laba kotor Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 14,3% dibandingkan tahun 2016 lalu, atau naik sebesar Rp 983,1 milyar menjadi Rp 7,9 triliun dibandingkan tahun lalu sebesar Rp 6,9 triliun, tetapi margin laba kotor Perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,4% dari 48,6% di tahun 2016 menjadi sebesar 48,2%.

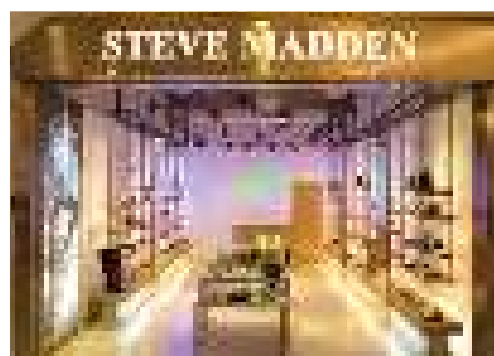
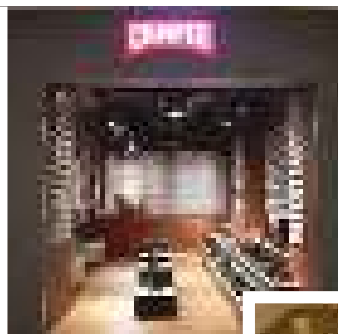
Sehubungan dengan ekspansi usaha yang dilakukan Perusahaan dengan perluasan area dan penambahan gerai-gerai baru, tahun ini beban usaha Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 12,5% menjadi Rp 6,7 triliun. Kenaikan beban usaha yang utama berasal dari kenaikan beban gaji dan tunjangan, beban sewa gerai, royalti dan biaya technical assistance, beban penyusutan, pemasaran dan promosi serta administrasi kartu kredit.

Laba usaha Perusahaan tahun 2017 ini mengalami kenaikan sebesar Rp 232,6 milyar menjadi Rp 1,1 triliun atau naik 26,2% jika dibandingkan dengan tahun lalu. Kontribusi laba usaha terbesar diberikan dari segmen penjualan ritel yaitu sebesar Rp 906,7 milyar (80,9%).

Beban keuangan Perusahaan mengalami penurunan sebesar Rp 17,1 milyar dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 420,7 milyar menjadi Rp 403,6 milyar. Sekitar Rp 147 milyar dari beban bunga Perusahaan merupakan amortisasi diskonto dari obligasi tanpa bunga.

Sehubungan dengan penutupan gerai department store Debenhams dan Lotus serta beberapa gerai merek lainnya, kerugian penghapusan/ penjualan asset tetap dan property investasi serta penyisihan penurunan nilai persediaan masing-masing naik sebesar Rp 36,2 milyar dan Rp 34,2 milyar dibandingkan tahun lalu.

Akhirnya pada tahun buku 2017 ini, Perusahaan membukukan laba bersih sebesar Rp 350 milyar, atau naik sebesar 67,9% bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Laba bersih yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk adalah sebesar Rp 334,6 milyar dan Laba bersih per saham dasar Perusahaan sebesar Rp 202.



BALANCE SHEET



ASSETS

In 2017, the total current assets of the Company increased by Rp 182.3 billion to Rp 6.8 trillion. This surge was attributed mainly to the increase in Prepaid Expenses of Rp 142 billion, and Trade Account Receivables of Rp 126.2 billion. However there was a Rp 239.3 billion decrease for cash and cash equivalents.

Total non-current assets also increased by Rp 559.7 billion to Rp 4.6 trillion. A large portion of this increase was due to increase in property, plant and equipment for business development amounting to Rp 466.3 billion as well as investment properties amounting to Rp 91.9 billion.

As a result of the above mentioned, total Company's assets increased by Rp 741.9 billion to Rp 11.4 trillion in 2017.

ASET

Pada tahun 2017 ini, jumlah aset lancar Perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp 182,3 milyar menjadi Rp 6,8 triliun. Kenaikan ini terutama disebabkan karena adanya peningkatan biaya dibayar dimuka sebesar Rp 142 milyar, serta piutang dagang sebesar Rp 126,2 milyar, namun mengalami penurunan pada kas dan setara kas sebesar Rp 239,3 milyar.

Jumlah aset tidak lancar Perusahaan juga mengalami peningkatan sebesar Rp 559,7 milyar menjadi Rp 4,6 triliun. Kenaikan ini terutama disebabkan oleh peningkatan aset tetap Perusahaan untuk pengembangan usaha sebesar Rp 466,3 milyar serta properti investasi sebesar Rp 91,9 milyar.

Secara keseluruhan, jumlah aset mengalami peningkatan sebesar Rp 741,9 milyar dibandingkan tahun sebelumnya menjadi Rp 11,4 triliun di tahun 2017.

LIABILITIES

In 2017, the Company's liabilities decreased by Rp 297 billion to Rp 7.2 trillion, due mainly to Repayment of Mitra Adiperkasa Sustainable Bonds I (amounting to Rp 967 billion), conversion of Map Boga Adiperkasa Bonds (amounting to Rp 725 billion) to 431,548,900 MBA shares, as well as increase in Trade Account Payable amounting to Rp 196.6 billion, and increases in Other Account Payable amounting to Rp 155.5 billion.

DIVIDEND

In 2017, the Company distributed dividend of Rp 41.3 billion or Rp 25 per share, as well as appropriated general reserve of Rp 5 billion.

LIABILITAS

Liabilitas Perusahaan mengalami penurunan sebesar Rp 297 milyar menjadi Rp 7,2 triliun. Penurunan liabilitas ini terutama karena adanya pelunasan Obligasi Berkelanjutan I Mitra Adiperkasa sebesar Rp 967 milyar, konversi utang Obligasi Map Boga Adiperkasa sebesar Rp 725 milyar menjadi 431.548.900 lembar saham MBA, serta adanya penambahan utang bank jangka pendek sebesar Rp 711 milyar, kenaikan utang usaha sebesar Rp 196,6 milyar dan kenaikan utang lain-lain sebesar Rp 155,5 milyar.

DIVIDEN

Pada tahun 2017 ini, Perusahaan membagikan dividen atas laba bersih Perusahaan tahun 2016 sebesar Rp 41,3 milyar atau Rp 25 per lembar saham, serta pembentukan dana cadangan umum sebesar Rp 5 milyar.

CASH FLOW

OPERATING ACTIVITIES

In 2017, the amount of total net cash provided by operating activities was Rp 1.4 trillion. Total cash generated from Company's operations increased by Rp 131.8 billion.

INVESTING ACTIVITIES

In 2017, the amount of total net cash used for investing activities of the Company was Rp 1 trillion whereby almost entirely was allocated for capital expenditure.

FINANCING ACTIVITIES

In 2017, net cash used by the Company was Rp 523.7 billion which was used to pay off Company's Bonds.

END OF THE YEAR

Total cash and cash equivalents at the end of the year 2017 was Rp 1.3 trillion and Rp 239.3 billion, or 15.7% decrease from the Rp 1.5 trillion posted in 2016.

OTHER ANALYSES

In 2017, the Company's gross profit margin decreased by 0.4%, from the 48.6% posted in 2016 to 48.2%. The Company's 2017 net income margin of 2.1% showed an increase compared to the 1.5% in 2016. The same trend was reflected in the return on equity ratio from 6.5% to 8.3% in 2017. The Company's posted net debt to equity ratio decreased to 21.3% in 2017, compared to 29.4% in 2016.

The Company is in the retail industry, and most transactions were settled using cash and credit cards. This minimized the Company's exposure to unpaid trade account receivables.

In 2017, there were no transactions carrying conflict of interests with affiliated parties.

The implementation of new accounting standards (amendments to standards as well as interpretation in 2017) has not resulted in material impact to disclosure or on the amounts recognized in the current and previous year's consolidated financial statement of the Company.



ARUS KAS



AKTIVITAS OPERASI

Jumlah kas bersih yang diperoleh Perusahaan dari aktivitas operasi sebesar Rp 1,4 triliun. Jumlah kas yang dihasilkan dari operasi Perusahaan mengalami kenaikan sebesar Rp 131,8 milyar.

AKHIR TAHUN

Tahun buku 2017 ditutup oleh Perusahaan dengan jumlah kas dan setara kas sebesar Rp 1,3 triliun, mengalami penurunan kas dan setara kas sebesar Rp 239,3 milyar, sekitar 15,7% bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar Rp 1,5 triliun.

Perusahaan memiliki tingkat risiko piutang tak tertagih Perusahaan relatif minim, hal ini terkait dengan sebagian besar transaksi penjualan dilakukan dengan pembayaran tunai dan kartu kredit.

Selama tahun 2017, Perusahaan tidak melakukan transaksi yang mengandung benturan kepentingan dengan pihak yang berafiliasi.

AKTIVITAS INVESTASI

Jumlah kas bersih yang digunakan oleh Perusahaan untuk aktivitas investasi adalah sebesar Rp 1 triliun, dimana hampir seluruhnya digunakan untuk perolehan aset tetap untuk pengembangan usaha (capital expenditure).

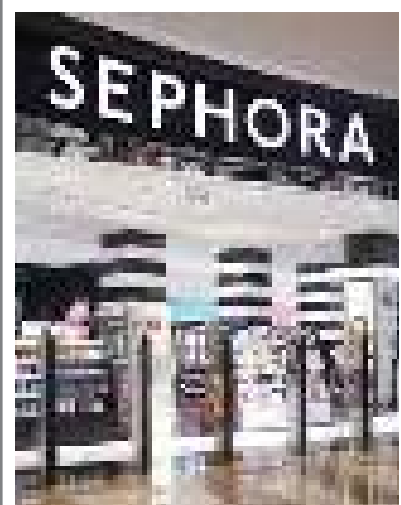
ANALISA LAINNYA

Pada tahun 2017, terjadi penurunan margin laba kotor Perusahaan sebesar 0,4% dibandingkan dengan tahun 2016 lalu sebesar 48,6% menjadi sebesar 48,2%. Rasio laba bersih terhadap pendapatan bersih Perusahaan naik menjadi 2,1%, dibandingkan dengan rasio yang sama pada tahun 2016 sebesar 1,5%. Rasio laba terhadap ekuitas juga naik menjadi 8,3% dibandingkan tahun 2016 sebesar 6,5%. Serta rasio utang bersih terhadap ekuitas turun menjadi 21,3% di tahun 2017 dibandingkan dengan tahun 2016 yang sebesar 29,4%.

Adanya penerapan beberapa standar baru, serta perubahan standar dan interpretasi di tahun 2017, tidak ada yang berpengaruh signifikan atas pengungkapan atau jumlah yang dicatat dalam laporan keuangan konsolidasian Perusahaan.

AKTIVITAS PENDANAAN

Jumlah kas bersih yang digunakan oleh Perusahaan adalah sebesar Rp 523,7 milyar, dimana sebagian besar dipergunakan untuk melunasi utang obligasi.





BUSINESS PROSPECT

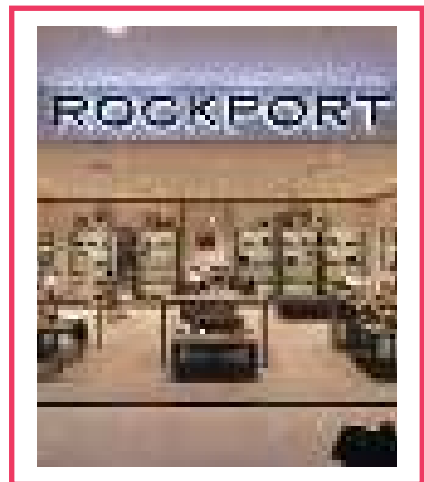
GDP growth for Indonesia was 5.07% in 2017 – highest since 2013. Many indicators, like foreign direct investments, continuous bureaucratic reforms, low inflation, strong forex reserves and increase in foreign tourist arrivals, are pointing towards a positive trend in economic growth. As a result, the Indonesian Government has projected higher GDP growth of 5.4% for 2018.

While Indonesia's economic fundamentals remain strong, we are wary about rising external pressures, particularly the threat of global trade war and its impact on world economy resulting from President Trump's "America First" Policy. In its annual review of Indonesia's economic policies, IMF warned that "risks to outlook for Indonesia remain tilted to the downside, including spikes in global financial volatility, uncertainty around USA economic policies, lower growth in China and geopolitical tensions". These factors could have a negative impact on Indonesia and MAP.

On the positive side, the main engine of Indonesia's economic growth is consumer spending which stood at 56% of economic growth in 2017 – and is still growing at a rate of around 5%. MAP is now a much stronger company after completion of Transformation Agenda 2014-2016. Our strong 2017 result is a solid testament to the resilience of our brands and customers. We will continue to monitor external risks closely as we execute our 2018 strategy.

Taking everything into consideration, we are cautiously optimistic about our business prospect for year 2018.

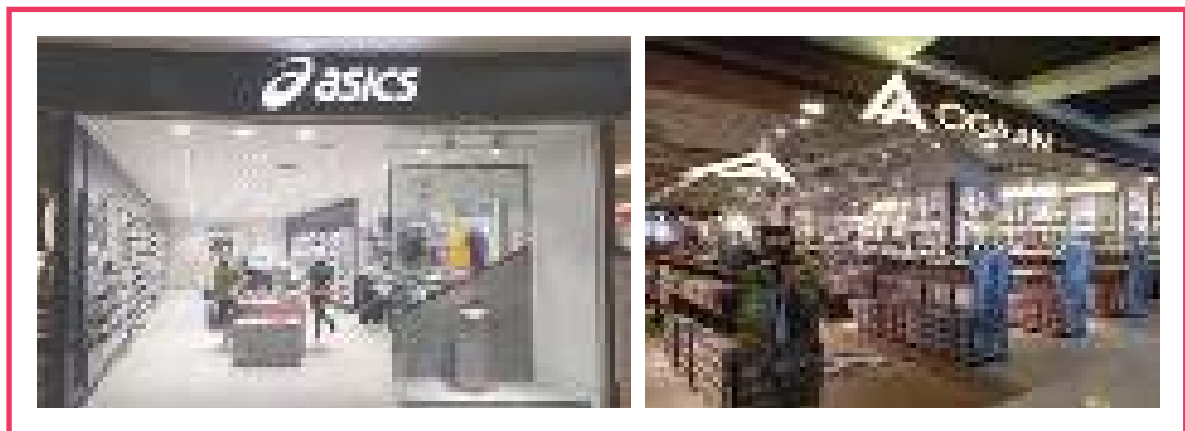
PROSPEK USAHA — PDB Indonesia mencapai 5,07% pada tahun 2017, pencapaian tertinggi sejak 2013. Banyak indikator, seperti investasi langsung luar negeri, reformasi birokrasi yang terus-menerus, tingkat inflasi yang rendah, kuatnya cadangan valuta asing dan meningkatnya kedatangan wisatawan, menunjukkan tren yang positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sebagai dampaknya, Pemerintah Indonesia telah memproyeksikan pertumbuhan PDB Indonesia mencapai 5,4% untuk 2018.




Meskipun fundamental ekonomi Indonesia dalam kondisi kuat, Perusahaan tetap waspada terhadap meningkatnya tekanan eksternal, terutama dari ancaman persaingan perdagangan global dan dampaknya terhadap ekonomi dunia yang dihasilkan oleh kebijakan “America First” dari Presiden Trump. Dalam tinjauan tahunan kebijakan ekonomi Indonesia, IMF memperingatkan bahwa “risiko terhadap prospek bagi Indonesia tetap mengacu ke sisi bawah, termasuk meningkatnya ketidakstabilan ekonomi global, ketidakpastian kebijakan ekonomi Amerika Serikat, pertumbuhan yang rendah di Cina dan ketegangan geopolitik”. Faktor-faktor tersebut dapat berdampak negatif bagi Indonesia dan MAP.

Di sisi yang positif, mesin utama pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah pengeluaran konsumen dengan kontribusi 56% terhadap pertumbuhan ekonomi di tahun 2017 – dan terus meningkat dengan tarif sekitar 5%. MAP kini adalah perusahaan yang lebih kuat setelah Agenda Transformasi 2014 – 2016. Pencapaian Perusahaan di tahun 2017 merupakan bukti ketahanan merek dan pelanggan kami. Perusahaan akan terus memantau risiko eksternal secara seksama seiring dengan implementasi strategi Perusahaan di tahun 2018.

Mempertimbangkan seluruh faktor di atas, MAP optimis namun tetap berhati-hati menghadapi prospek usaha di tahun 2018.





MANAGEMENT DISCUSSION & ANALYSIS



AUDIT COMITTEE REPORT



—In compliance with regulations pertaining to the Audit Committee - and in consideration of the Audit Committee's role in supporting the Board of Commissioners' oversight functions, the following is a report on the activities of the Audit Committee for year ending 31st December 2017.

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 and LK, the Indonesia Stocks Exchange (PT Bursa Efek Indonesia) and the National Committee on Good Corporate Governance Polivies (KNKCG) and OJK Regulation No. 55/POJK.04/2015, dated December 29, 2015, regarding the Establishment and Guidelines for the Work of Audit Committees, as well as regulations of Indonesia Stock Exchange No. Kep-305/BEJ/2004 dated July 19, 2004, on the Establishment and Working Guidelines for the Audit Committee.

As at 31st December 2017, the members of the Audit Committee were GBPH H. Prabukusumo (Chairman), Imam Sugiarto (member) and Riono Trisongko (member).

In support of the Board of Commissioners' oversight functions, the duties and responsibilities of the Audit Committee include:

1. To support the implementation of an effective internal control system.
2. To conduct an evaluation of the 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 fulfillment of its responsibility to disclose its examination of the Company's Annual Report, the Audit Committee herewith concluded that:

1. The consolidated financial statement for the year ended 31st December 2017 has been structured in accordance with standard accounting practices in Indonesia.
2. The Company has complied with capital market and all other rules and regulations of the Government of Indonesia. The Company is also continually looking for ways to strengthen its good corporate governance policies.
3. The Company has executed its operational activities with continuous improvement under the guidance of the Directors and Commissioners.
4. The Public Accountant for 2017 has completed their duties according to professional standards, particularly in their independence as External Audit.



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



LAPORAN KOMITE AUDIT

Dalam melaksanakan tugasnya, Komite Audit Perusahaan melakukan komunikasi yang intensif dengan Direksi, Manajemen termasuk juga Auditor Internal serta Auditor Eksternal. Namun demikian, Komite Audit melaksanakan fungsinya secara independen.

Memenuhi sejumlah peraturan dan ketentuan yang berlaku sehubungan dengan Komite Audit - dan dengan mempertimbangkan peran Komite Audit dalam mendukung Dewan Komisaris menjalankan fungsi kepengawasannya, berikut adalah laporan kegiatan Komite Audit untuk periode yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2017.

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) dan Lembaga Keuangan (LK), PT Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Komite Nasional Kebijakan Good Corporate Governance (KNKCG) serta Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.04/2015 tanggal 29 Desember 2015 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit, dan peraturan Bursa Efek Indonesia No. Kep-305/BEJ/2004 tertanggal 19 Juli 2004 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit.

Adapun keanggotaan Komite Audit per 31 Desember 2017 terdiri dari GPBH H. Prabukusumo (Ketua), Imam Sugiarto (anggota) dan Riono Trisongko (anggota).

Sesuai dengan fungsi Komite Audit yang mendampingi 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 teraudit berdasarkan peraturan dan prinsip akuntansi 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 dengan kebutuhan auditor eksternal.



Dalam memenuhi tanggung jawabnya untuk menyampaikan hasil Laporan Tahunan Perusahaan, Komite Audit dengan ini menyimpulkan bahwa:

1. Laporan Keuangan untuk tahun buku yang berakhir pada 31 Desember 2017 telah disusun dan disajikan berdasarkan standar akuntansi yang berlaku di Indonesia.
2. Perusahaan telah mematuhi peraturan-peraturan Pasar Modal dan peraturan perundangan lainnya yang berlaku di Indonesia. Perusahaan melanjutkan upayanya untuk menerapkan kebijakan tata kelola perusahaan yang baik.
3. Perusahaan telah melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan melakukan peningkatan secara berkesinambungan di berbagai aspek sesuai dengan pengarahan dari Direksi dan Dewan Komisaris.
4. Akuntan Publik untuk tahun 2017 yang ditunjuk telah menyelesaikan tugas mereka dengan memenuhi standar profesional, khususnya dalam hal independensinya sebagai Audit Eksternal.

GPBH H. Prabukusumo, S. Psi
Chairman of the Audit Committee
Ketua Komite Audit









RISKS A N D HOW WE MANAGE

R I S I K O & P E N A N G A N A N N Y A





R I S K S & H O W W E M A N A G E R I S I K O P E R U S A H A A N & P E N A N G A N A N N Y A

MAP is subject to variety of risks. It is crucial for the company to identify and control these risks to optimize shareholder value and ensure that a proper system of checks and balances is in place to effectively manage the risks without inhibiting business flexibility and operation.

Set forth below are some of the major risk factors associated with the Company. Additional risks not presently known to the Company, or currently deemed less material, may also have an adverse effect on the business



Economic Risks

MAP's operation is highly susceptible to the state of domestic, regional and global economic conditions. Changes in consumer confidence and the health of the economy may have a material adverse effect on our business in many ways, including slowing demand for our products and ultimately, our financial performance. To mitigate exposures to such risks, external economic outlook is carefully considered and continuously monitored when developing strategies. We have a planning and management review process (including periodic monitoring of budgets and expenditures) to respond to changes in economic conditions.

Political & Social Risks

MAP may be impacted by political and social changes, increased scrutiny by authorities and political developments relevant to the retail sector. The Company tries to anticipate and has specified insurance policies as well as crisis management processes involving our CEO and senior management team to respond to emergencies and/or catastrophic events. Apart from covering operational risks pertaining to health and safety of employees and customers, the company is also protected by public liability insurance coverage. The Company is also covered up to a certain limit for possible business interruption.

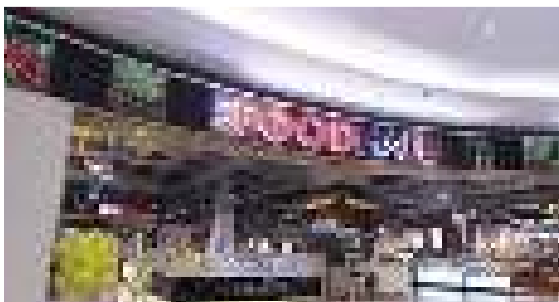
Regulatory Risks

Our business and the retail sector as a whole are subject to a wide array of laws and regulations. Significant legislative changes and failure to comply with applicable laws and regulations could adversely affect our financial performance and operations.

However, the Company continuously monitors legal and regulatory compliance. We also regularly participate in discussions with regulatory authorities as well as the industry to provide feedback on regulatory reforms and developments in the retail industry.

Competitive Risks

The Company engages in intense competition with other retail companies. If we are unable to positively differentiate ourselves from other retailers, our results could be adversely affected. To circumvent competition, we create an attractive value proposition through a careful combination of price, product assortment, convenience, customer service and marketing efforts. We also continue to invest heavily in innovation and technologies to build customer satisfaction and loyalty, providing many compelling reasons to shop with MAP.





New Business Risks

As part of our aggressive growth strategy, a substantial part of our business is dependent on our ability to invest in new growth areas to create new revenue streams, and make trend-right decisions. Failure to predict constantly changing consumer preferences, spending patterns and other lifestyle decisions may lead to deterioration in our financial results.

There is no guarantee that the Company will achieve success in all new ventures. However, to mitigate risks, we conduct market feasibility studies before acquiring new brands or venturing into new cities or malls.

Financial Risks

The principal financial risks faced by the Company include changes in foreign currency, interest rate, market liquidity/funding, and access to financing resources. To hedge exposure to these risks, the Company established policies, guidelines and control procedures to manage and report exposure to such risks.



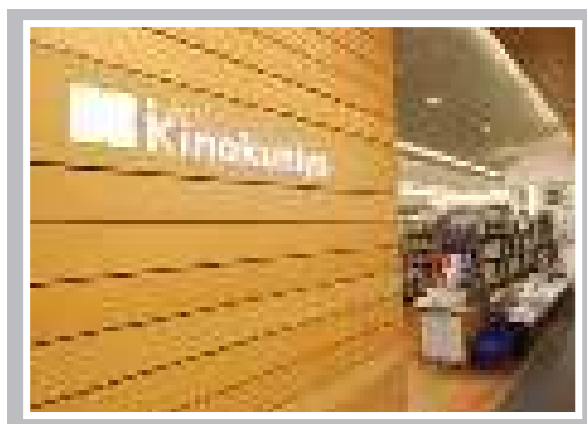
Partnership Relations Risks

While we do not own many of the brands in our portfolio, MAP plays a highly significant role and much of our success depends on the relationship we uphold with principals as well as the strength and popularity of the respective brands.

Either with the brand, or with its principal, there is no assurance that the Company will be able to maintain these relationships. To address the possible risks of principal's termination or failure to renew existing contracts, we set out a clearly defined partnership strategy – while improving relationships with our brands' principals.

Litigation

We face risks of litigations, regulatory investigations and actions by regulators or private parties in connection with our operations. Any substantial legal liability or regulatory action could have a material adverse effect on our business, results of operations, financial condition, cash flows, reputation and credibility. To protect the Company from these risks, MAP takes great care in complying with regulations. The Company has also put in place contract policies to manage contractual agreements with principals, vendors, third party strategic partners and customers.





Usaha MAP berhadapan dengan sejumlah risiko. Oleh karena itu sangatlah penting bagi Perusahaan melakukan identifikasi dan mengendalikan risiko ini untuk mengoptimalkan nilai pemegang saham dan memastikan bahwa sebuah sistem evaluasi tersedia untuk secara efektif mengatasi risiko tanpa menghambat fleksibilitas dan operasi bisnis —

Berikut adalah faktor risiko utama yang terkait dengan Perusahaan. Risiko-risiko tambahan yang saat ini belum diketahui Perusahaan, atau saat ini dianggap kurang berpengaruh, kemungkinan juga memiliki efek yang tidak mendukung usaha Perusahaan.

Risiko Ekonomi

Operasi MAP rentan terhadap kondisi ekonomi domestik, regional dan global. Perubahan tingkat kepercayaan konsumen dan kesehatan ekonomi dapat memiliki pengaruh merugikan terhadap bisnis dalam banyak cara, termasuk melemahnya permintaan untuk produk kami, dan akhirnya, melemahnya kinerja keuangan Perusahaan.

Untuk mengurangi terjadinya risiko tersebut, Perusahaan mempertimbangkan dengan hati-hati dan memantau secara terus menerus perkembangan kondisi ekonomi eksternal pada saat mengembangkan strategi. Kami memiliki perencanaan dan proses manajemen (termasuk pemantauan periodik anggaran dan pengeluaran) untuk mengantisipasi perubahan dalam kondisi ekonomi.

Risiko Politik & Sosial

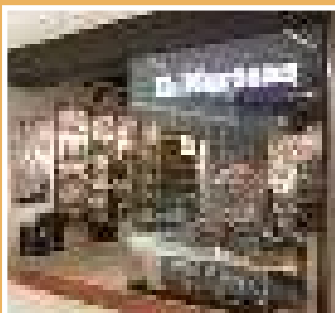
MAP dapat terpengaruh oleh perubahan politik dan sosial, meningkatnya pengawasan oleh otoritas dan perkembangan politik yang berkaitan dengan sektor ritel. Perusahaan berusaha mengantisipasi dan telah menetapkan kebijakan asuransi serta proses manajemen krisis dengan melibatkan CEO dan tim manajemen senior untuk mengantisipasi keadaan darurat dan/atau peristiwa bencana. Di samping mencakup risiko operasional yang berkaitan dengan kesehatan dan keselamatan karyawan dan pelanggan, Perusahaan juga dilindungi oleh asuransi public liability. Selain itu Perusahaan juga mengantisipasi terhentinya aktivitas usaha dengan menetapkan batas saat terjadinya gangguan pada kegiatan usaha Perusahaan..

Risiko Regulasi

Bisnis kami dan sektor ritel secara keseluruhan terkait dengan sejumlah hukum dan peraturan. Perubahan legislatif yang signifikan dan kegagalan untuk mematuhi peraturan hukum dan regulasi dapat mempengaruhi kinerja keuangan dan operasi Perusahaan. Namun, Perusahaan terus-menerus memonitor kepatuhan terhadap hukum dan peraturan. Kami juga secara teratur berpartisipasi dalam diskusi dengan pihak berwenang serta pemegang andil dalam industri untuk memberikan umpan balik mengenai reformasi regulasi dan perkembangan dalam industri ritel.

Risiko Kompetisi / Persaingan Usaha

Perusahaan terlibat dalam persaingan yang ketat dengan perusahaan ritel lainnya. Jika kita tidak mampu membedakan diri dari peritel lainnya secara positif, dapat berpengaruh pada hasil Perusahaan. Untuk menghindari persaingan, kami membuat proposisi nilai yang menarik melalui kombinasi yang cermat atas harga, penawaran produk, kenyamanan, layanan pelanggan dan upaya pemasaran. Kami juga terus berinvestasi dalam inovasi dan teknologi untuk membangun kepuasan pelanggan dan loyalitas, memberikan alasan yang tepat untuk berbelanja dengan MAP.





Risiko Bisnis Baru

Sebagai bagian dari strategi pertumbuhan Perusahaan yang agresif, bagian penting dari bisnis kami bergantung pada kemampuan untuk berinvestasi dalam area pertumbuhan baru untuk membuat aliran pendapatan baru, dan membuat keputusan yang benar berdasarkan tren. Kegagalan untuk memprediksi preferensi konsumen yang terus berubah, pola pengeluaran dan keputusan gaya hidup lainnya dapat menyebabkan memburuknya hasil keuangan Perusahaan.

Tidak ada jaminan bahwa Perusahaan akan mencapai kesuksesan dalam semua usaha baru. Namun, untuk mengurangi risiko, kami melakukan studi kelayakan pasar sebelum mengakuisisi merek baru atau membuka gerai di kota-kota atau mal-mal baru.

Risiko Keuangan

Risiko utama keuangan yang dihadapi oleh Perusahaan termasuk perubahan dalam nilai tukar mata uang asing, suku bunga, likuiditas/pendanaan pasar, dan akses pada sumber-sumber pembiayaan. Untuk menghindari kerentanan terhadap risiko-risiko tersebut, Perusahaan menerapkan kebijakan, pedoman dan prosedur kontrol untuk mengelola dan melaporkan eksposur terhadap risiko-risiko tersebut.

Risiko Hubungan Kemitraan

MAP bukanlah pemilik dari sebagian besar merek dalam portofolio Perusahaan, namun MAP memainkan peran yang sangat penting dan keberhasilan Perusahaan bergantung pada hubungan kami dengan pemilik merek, serta berdasarkan kekuatan dan popularitas dari merek terkait.

Baik dengan merek, ataupun berdasarkan pemiliknya, tidak ada jaminan bahwa Perusahaan akan mampu mempertahankan hubungan ini. Untuk mengatasi kemungkinan pemutusan hubungan dengan pemilik merek atau kegagalan untuk memperpanjang kontrak yang ada, kami menerapkan strategi kemitraan yang jelas – sementara meningkatkan hubungan dengan para pemilik merek.

Litigasi

Perusahaan menghadapi risiko litigasi dan penyelidikan peraturan serta tindakan oleh penindak peraturan atau pihak swasta sehubungan dengan operasi Perusahaan. Kewajiban hukum dan tindakan peraturan yang sangat penting tersebut dapat memberikan dampak buruk pada bisnis, hasil operasi, kondisi keuangan, arus kas, reputasi dan kredibilitas Perusahaan. Untuk melindungi Perusahaan dari risiko-risiko tersebut, MAP mematuhi kebijakan yang ada. Perusahaan juga telah menempatkan kebijakan-kebijakan kontrak dengan pemilik merek, penyalur jasa atau barang, pihak ketiga, mitra-mitra strategis dan para pelanggan.

