

2022

Sustainability Report
Laporan Keberlanjutan

MAP
Mitra Adiperkasa



Walking Our
Sustainability
Pathway

Table of Contents

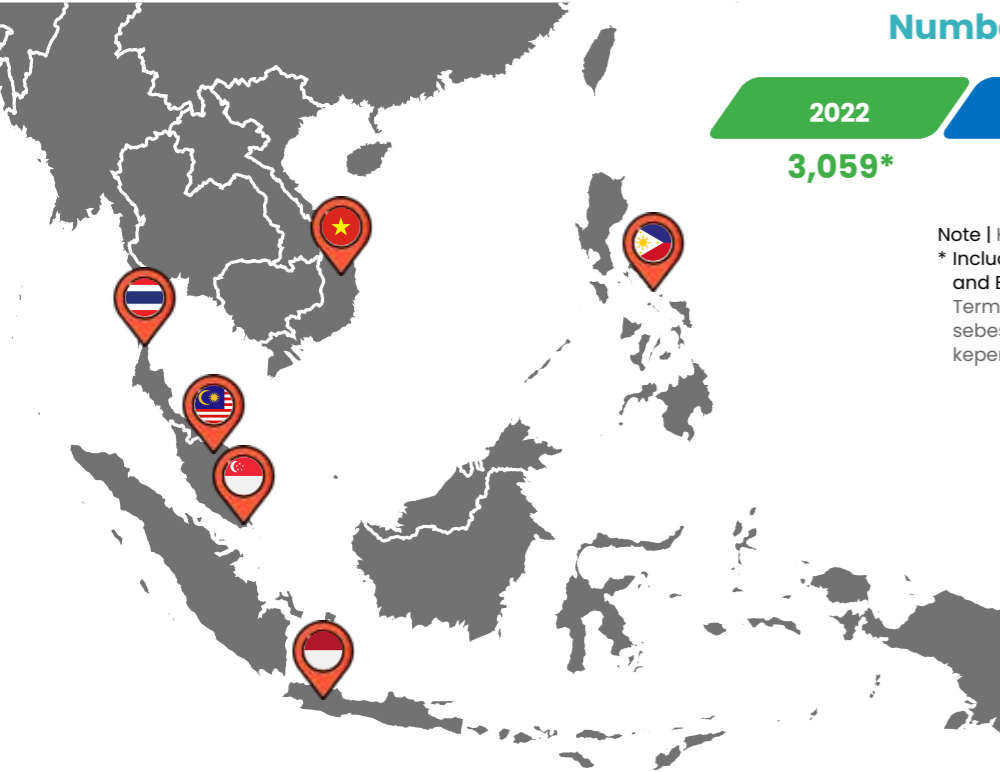
Daftar Isi

Sustainability Performance Highlight Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan	4	Economic Performance Kinerja Ekonomi	54
Message from the Board of Directors Penjelasan Direksi	18	Economic Achievements of the Company Pencapaian Kinerja Ekonomi Perusahaan	56
About Us Tentang Kami	24	Economic Value Generated and Distributed Nilai Ekonomi Dihasilkan dan Didistribusikan	57
Sustainability Governance Tata Kelola Keberlanjutan	32	Social Performance Kinerja Sosial	60
Sustainability Governance Structure Struktur Tata Kelola Keberlanjutan	34	Employment Practices Praktik-Praktik Ketenagakerjaan	62
Sustainability Strategy Strategi Keberlanjutan	36	Responsibility for Products Tanggung Jawab Produk	72
Management of Conflict of Interest Pengelolaan Benturan Kepentingan	38	Equal Service to Consumers Layanan Setara Kepada Konsumen	74
Sustainability Competency Development and Knowledge Sharing Sessions Pengembangan Kompetensi Keberlanjutan dan Kegiatan Berbagi Pengetahuan	38	Information Security and Customer Privacy Keamanan Informasi dan Privasi Pelanggan	74
Performance Evaluation of Highest Governance Body Members Evaluasi Kinerja Pejabat Badan Tertinggi Tata Kelola	39	Delivering Value to the Community Memberi Nilai Bagi Masyarakat	75
Board of Commissioners and Board of Directors Remuneration Policy Kebijakan Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi	39	Environmental Performance Kinerja Lingkungan	90
Commitment to be a Responsible Business Komitmen Pada Bisnis yang Bertanggung Jawab	40	Energy Use and Emissions Control Pemanfaatan Energi dan Pengendalian Emisi	92
Recovering from Adverse Impacts and Risk Management Processes Proses Untuk Pemulihan Dampak Negatif dan Pengelolaan Risiko	40	Waste Management Pengelolaan Limbah	96
Mechanism to Enhance Compliance Mekanisme Meningkatkan Kepatuhan	43	Information on Impacts to the Ecosystem and Biodiversity Informasi Dampak Terhadap Ekosistem dan Keanekaragaman Hayati	102
About the Report Tentang Laporan	44	Fulfilling CSR Obligations and Support for the Sustainable Development Goals Pemenuhan TJSI dan Dukungan Terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan	105
About the Sustainability Report Tentang Laporan Keberlanjutan	44	POJK No. 51/POJK.04/2017 References Referensi POJK No. 51/POJK.04/2017	112
Material Topics Topik Material	46	GRI Content Index Indeks Isi GRI	116
Stakeholder Engagement Pelibatan Pemangku Kepentingan	48	World Economic Forum Coremetrics and Disclosures Metrik Inti WEF dan Pengungkapannya	119



Sustainability Performance Highlight Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan

Economic Aspect [POJK51-2.a] Aspek Ekonomi



Number of Stores | Jumlah Gerai



Note | Keterangan:
* Including Domino's pizza stores with 34% ownership and Burger King stores with 12.24% ownership. Termasuk gerai Domino's Pizza dengan kepemilikan sebesar 34% dan gerai Burger King dengan kepemilikan sebesar 12,24%

Total Capitalization (In IDR Billion)

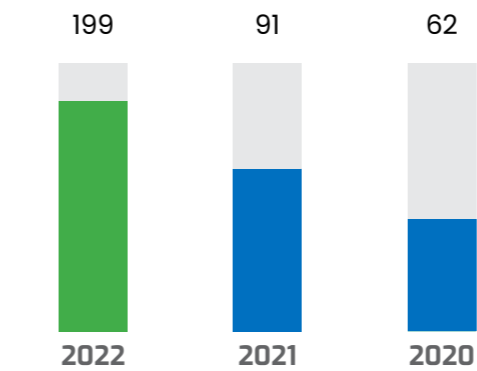
Total Kapitalisasi (Dalam Miliar Rupiah)

Item Keterangan	2022	2021**	2020
Liabilities Liabilitas	11,240	9,618	11,073
Equity Ekuitas	9,728	7,150	6,574
Total Assets Jumlah Aset	20,968	16,768	17,647

**As restated | Disajikan kembali

Number of collaborations with MSMEs

Jumlah kerja sama dengan UMKM

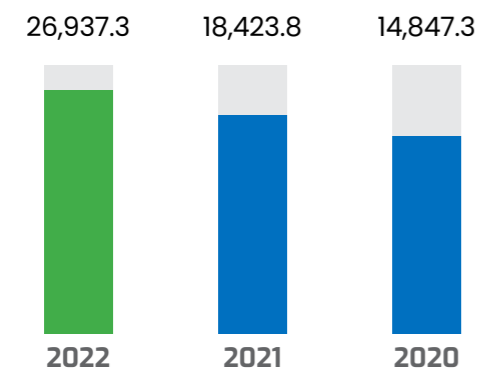


Number of collaborations with MSMEs

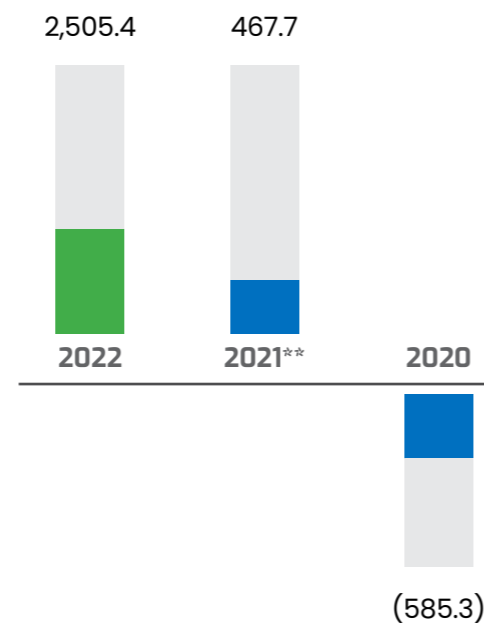
Jumlah kerja sama dengan UMKM

Besides partnering with MSMEs, approximately **50%** of the products in the Department Store Segment originate from local brands. Selain bekerja sama dengan UMKM, sekitar **50%** dari produk di Segmen *Department Store* berasal dari *brand local*.

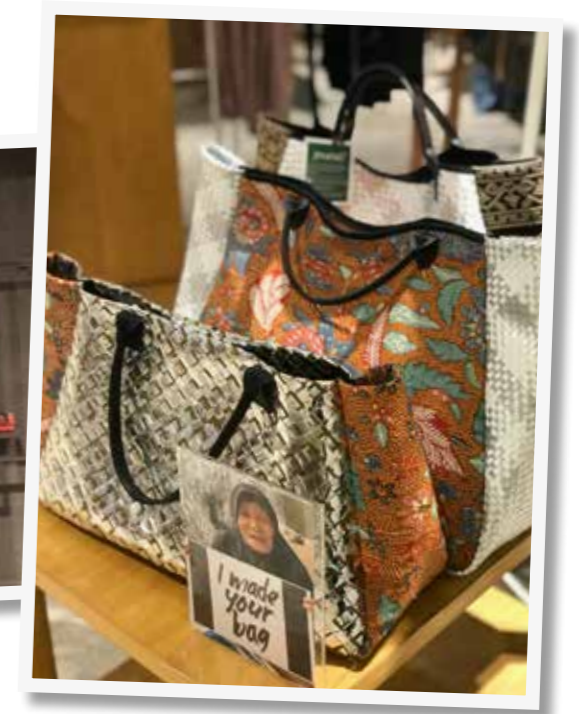
Net Revenues (In IDR Billion) [POJK51-2.a.2] Pendapatan Bersih (Dalam Miliar Rupiah)



Net Income (Loss) (In IDR Billion) [POJK51-2.a.3] Laba (Rugi) Bersih (Dalam Miliar Rupiah)



**As restated | Disajikan kembali



Social Aspect [POJK51-2.c] Aspek Sosial

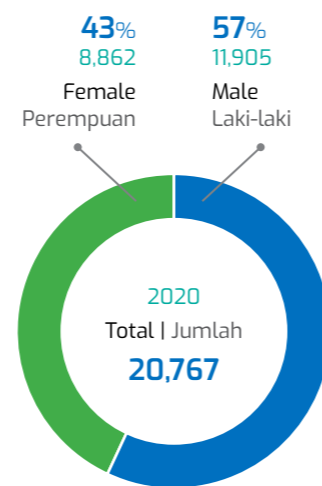
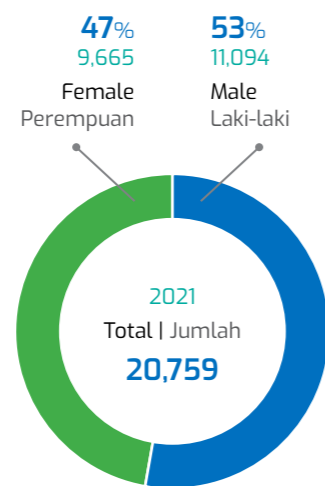
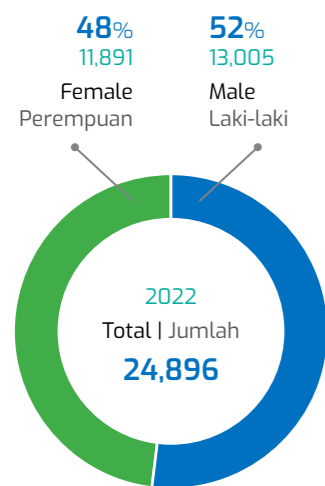


First Starbucks Signing Store in Indonesia

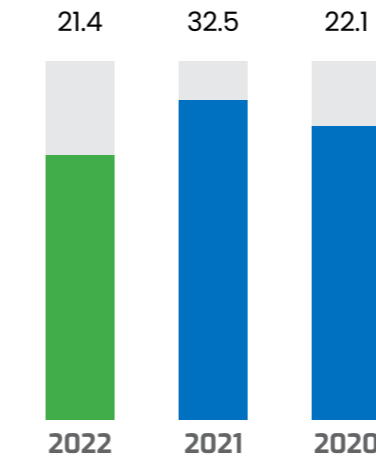
On December 3, 2022, the company opened the first Starbucks Signing Store in Indonesia. Two thirds of the signing store employees comes from hearing and speech impaired.

Perusahaan membuka Starbucks *Signing Store* pertama di Indonesia pada 3 Desember 2022. 2/3 dari karyawan *signing store* berasal dari komunitas tuna rungu dan tuna wicara.

Total Employees by Gender Komposisi Gender karyawan



Training Duration per Employee Durasi pelatihan/Karyawan



Average Training Time per Employee (Hours/Employee)
Rerata Waktu Pelatihan Per Karyawan (Jam/Karyawan)



MAP Retail Academy Training 2022 Pelatihan MAP Retail Academy 2022

Total Participation at Hybrid Session Jumlah Partisipasi Pelatihan Sesi Hybrid

Segment / Segmen	Participants / Peserta
Specialty Stores (Fashion, Active, and Digital)	2,791
Department Stores	2,243
Food and Beverage	594
Others	212
Strategic Function Unit (SFU)	539
Total	6,379

Total Access of Learning Experience Platform jumlah Akses Learning Experience Platform

Segment / Segmen	Participants / Peserta
Specialty Stores (Fashion, Active, and Digital)	30,171
Department Stores	7,685
Food and Beverage	34,157
Others	6,082
Strategic Function Unit (SFU)	1,157
Total	79,252

Rumah Belajar Anak Bintang (RAJAB)

No	Item Uraian	2022	2021	2020
1	Number of RAJAB Jumlah RAJAB	7	7	7
2	Number of Students Jumlah Siswa	386	345	316
3	Number of Mentors Jumlah Mentor	23	22	23

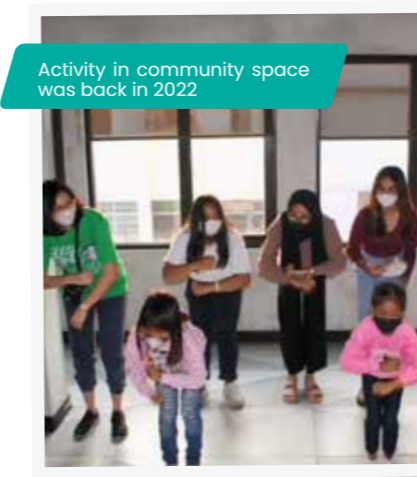


Youth Entrepreneurship Program



MAP Retail Academy Kampus Merdeka Program Program Kampus Merdeka MAP Retail Academy

Period Periode	Batch 3	Batch 2	Batch 1
	Aug-22	Jan-22	Aug-21
Certified Internship Magang Bersertifikat	149	95	41
Independent Study Studi Independen	0	0	52
Total / Jumlah	149	95	93



Activities at Starbucks Community Center Tanah Abang Kegiatan di Starbucks Community Center Tanah Abang

No	Activity Kegiatan	Total Participants Jumlah Peserta
1	Gathering to Celebrate Community Space Reopening: Pembukaan Kembali <i>Community Space</i> : Dancing, singing, and listen to Panca and Syila story to learn the philosophy of Pancasila Bermain bersama, menari, menyanyi, menggambar dan mendengarkan cerita Panca dan Syila yang sarat dengan filosofi Pancasila	20
2	Volunteer and internal ISCO employee workshops <i>Workshop volunteer dan internal pegawai ISCO</i>	40



MAP Retail Academy External Training Pelatihan Eksternal MAP Retail Academy

Item Deskripsi	2022	2021
Number of External Training Participants Jumlah Peserta Pelatihan Eksternal	381	238

Youniversity Program Participants Peserta Program Youniversity

Item Uraian	Participants Partisipan	
Youniversity	55	employees Karyawan

Brewing Change Women's Empowerment BENTANI (with Mercy Corps Indonesia Foundation) Brewing Change Women's Empowerment BENTANI (Bersama Yayasan Mercy Corps Indonesia)

New program that aims to Improved access to hygiene, health, leadership skills and economic welfare of women in coffee farming communities in Bandung and Garut Regencies.

Kegiatan baru yang bertujuan untuk Peningkatan akses kebersihan, kesehatan, kemampuan kepemimpinan dan kesejahteraan ekonomi perempuan di komunitas petani kopi Kabupaten Bandung dan Garut.

No	Activities Kegiatan	Total of Participants Jumlah Peserta
1	Financial Literacy Literasi Keuangan.	300
2	Business Motivation Program Program Motivasi Bisnis	300



Coaching Clinic



100 Total Participants
Jumlah Peserta

Donation and Voluntary Program Program Donasi dan Volunteer



7,995

package of drink
paket minuman

1,346

package of food
paket makanan

MSCI ESG Rating

In 2022, MAPI increased its MSCI ESG Rating from BB to BBB, which is indicative of the success of our sustainability efforts. Nevertheless, we don't want to be complacent with the results achieved this year. In the future, MAPI will endeavor to improve its sustainability performance. Furthermore, during 2022 the Company did not face any sanctions related to good corporate governance.

Tahun 2022, MAPI berhasil meningkatkan skornya pada MSCI ESG Rating dari BB menjadi BBB. Hal ini menunjukkan bahwa serangkaian upaya keberlanjutan MAPI telah membuahkan hasil. Meskipun demikian, kami tidak hanya puas pada hasil yang telah dicapai tahun ini. Di masa yang akan datang, MAPI akan senantiasa berupaya untuk meningkatkan kinerja keberlanjutannya. Selain itu, sepanjang 2022, Perusahaan juga tidak pernah mendapatkan sanksi terkait penerapan tata kelola perusahaan yang baik.

MSCI
ESG RATINGS

CCC

B

BB

BBB

A

AA

AAA

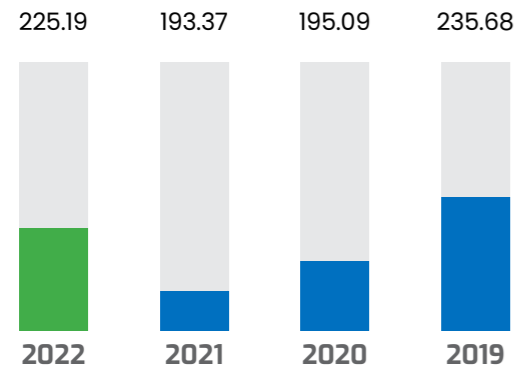
RATING ACTION DATE: December 05, 2022
LAST REPORT UPDATE: February 21, 2023

*THE USE BY PT MITRA ADIPERKASA TBK OF ANY MSCI ESG RESEARCH LLC OR ITS AFFILIATES ("MSCI") DATA, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT, RECOMMENDATION, OR PROMOTION OF PT MITRA ADIPERKASA BY MSCI. MSCI SERVICES AND DATA ARE THE PROPERTY OF MSCI OR ITS INFORMATION PROVIDERS, AND ARE PROVIDED 'AS-IS' AND WITHOUT WARRANTY. MSCI NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI.

Environmental Performance

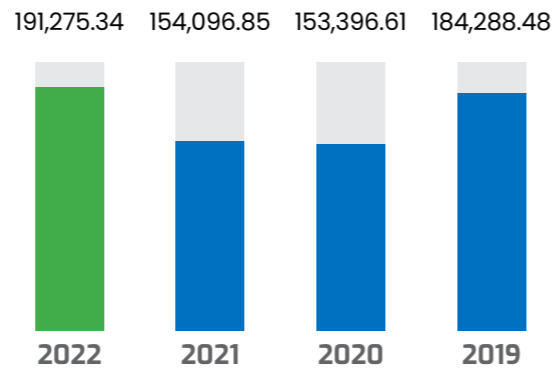
Performa Ekonomi

Energy Intensity of Stores (KWh/m²) Intensitas Energi Gerai (KWh/m²)



Increase of emission due to additional stores
Peningkatan emisi disebabkan oleh penambahan gerai

Total emissions (CO₂ Tons) Jumlah emisi (Ton CO₂)



Emission Reduction (POJK51-2.b.2) Pengurangan Emisi



Store | Gerai: **Starbucks**
Cipondoh, Tangerang

Capacity | Kapasitas:
10,120 Watt peak

Estimated Emission Reduction
Estimasi pengurangan emisi:
5,750 kgCO₂/tahun



Mangrove Planting Penanaman Mangrove



353 Trees | Pohon
Total Planted at Pantai Indah Kapuk, Jakarta
Jumlah Penanaman di Pantai Indah Kapuk, Jakarta



1,000 Trees | Pohon
Total Planted at Pantai Bahagia Bekasi
Jumlah Penanaman di Pantai Bahagia Bekasi

261.2 kgCO₂ The Amount of Emissions Absorbed
jumlah emisi yang diserap

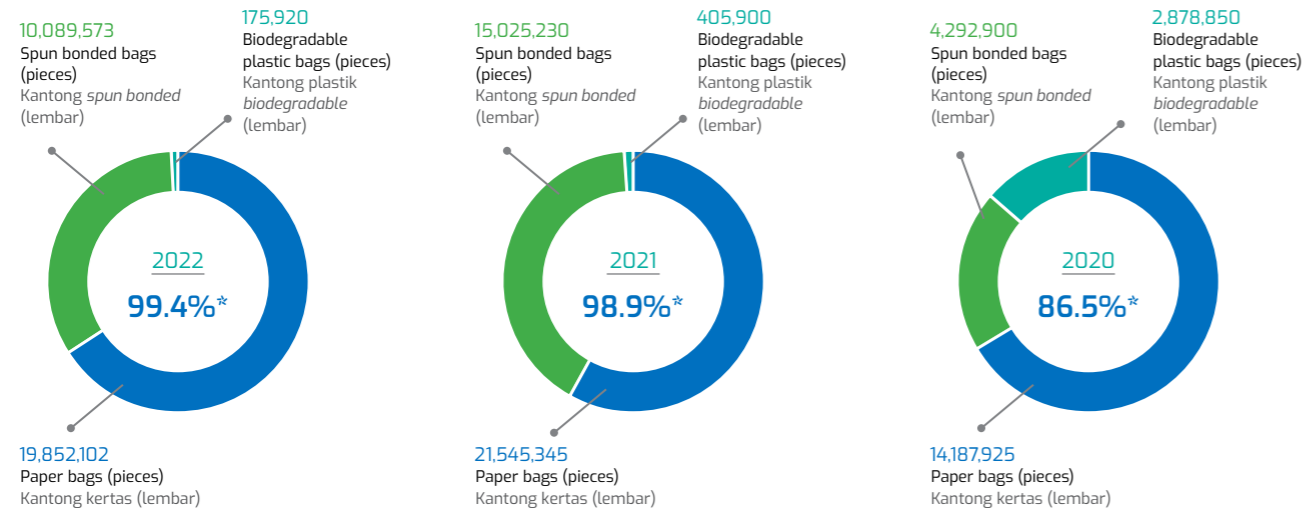
Other Trees Planted (POJK51-2.b.4) Penanaman Pohon lainnya

Tree Type Jenis Pohon	Date of Seeding Delivery Tanggal Penanaman/ Penyerahan Bibit	Planting Location Lokasi Penanaman	Total Jumlah
Coffee Seeds Benih Kopi	12 October 2022 12 Oktober 2022	Lebak Muncang Village, Ciwidey, East Java Desa Lebak Muncang, Ciwidey, Jawa Barat	48,000
Fruit Trees Pohon Buah	19 January 2023 19 Januari 2023	Situ Citongtut, Cicadas Village, Gunung Putri Situ Citongtut, Desa Cicadas, Gunung Putri	50



Plant Based Option
The company provides plant-based options in its F&B menu as an eco-friendlier choice
Perusahaan menyediakan plant based option di menu F&B perusahaan, sebagai pilihan yang lebih ramah lingkungan

Shopping Bags Composition (POJK51-2.b.3) Komposisi Kantong Belanja



Note | Keterangan: Percentage of non single use plastic shopping bags. | Persentase dari kantong belanja bukan plastik sekali pakai.

Greener Nusantara Program

Greener Nusantara Program Program Greener Nusantara	2022	2021	2020
Use of paper straws instead of plastic straws (units) Penggunaan sedotan kertas pengganti sedotan plastik (unit)	29,700,000	22,600,000	14,000,000
Use of wooden stirrers instead of plastic stirrers (units) Penggunaan pengaduk kayu pengganti pengaduk plastik (unit)	184,000	125,000	140,000
Use of biodegradable tableware instead of plastic tableware (units) Penggunaan peralatan makan <i>biodegradable</i> pengganti Peralatan makan plastik (unit)	1,100	36,700	120,000
Use of glass bottles instead of plastic bottles (units) Penggunaan botol kaca pengganti botol plastik (unit)	1,300,000	730,000	290,000
Use of recycled PET glass (units) Penggunaan gelas daur ulang PET (unit)	28,700,000	23,500,000	3,400,000
Use of tissues from recycled materials (sheets) Penggunaan tisu dari bahan daur ulang (lembar)	63,100,000	37,500,000	33,000,000

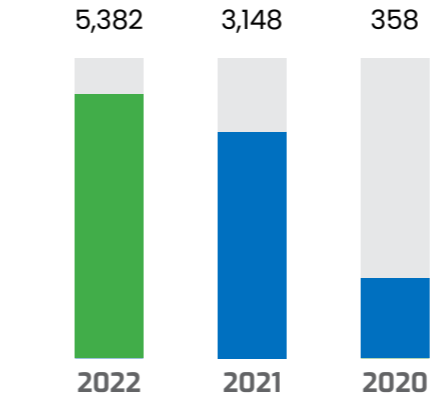


Waste Management Program (Kg) Program Pengelolaan Sampah (Kg)



Take Back Program

Number of clothes collected (kg) Jumlah pakaian terkumpul (kg)



Clean Water Supply Penyediaan Air Bersih



Water tower construction
Pembangunan menara air

One water tower was built at SDN 263 Rancaloea, Bandung City, West Java. Since 2011, in total 15 water towers have been constructed.

During the earthquake in Cianjur, we collaborated with Planet Water to provide 1 Aquablock units that produce 1,500 liters of clean water/hour to meet the drinking water requirement of 10,000 people.

Pembangunan 1 menara air di SDN 263 Rancaloea, Kota Bandung, Jawa Barat. Jumlah menara air yang dibangun dari tahun 2011 adalah 15 menara air.



1 unit of Aquablock donated to Cianjur
1 unit Aquablock disumbangkan untuk Cianjur

Pada saat terjadi musibah gempa di Cianjur, bersama dengan Planet Water kami juga menghadirkan 1 unit Aquablock yang dapat menghasilkan 1.500 liter air bersih/jam dan dapat memenuhi kebutuhan hairan air minum dari 10.000 orang.



**Herman Bernhard
Leopold Mantiri**

President Director
Direktur Utama

PT Mitra Adiperkasa Tbk

Penjelasan Direksi ^[D.1] [2-22]

Message from the Board of Directors

Respected stakeholders,

Awareness on sustainability grew continuously, thus the retail industry must also start to manage its environmental, social, and governance (ESG) aspects to improve sustainability performance. PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) consider ESG as an inseparable aspect from our business, it must be managed in a holistic and integrated manner throughout the organization. Furthermore, the Company views sustainability as a journey that needs to be continuously improved, we endeavor to apply better policies and practices over time. MAPI's initiatives in managing sustainability performance during 2022 has resulted in an improvement of MSCI ESG Rating, from BB to BBB. We will consistently strives to contribute in the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs).

Sustainability Implementation and Achievements ^[D.1.b]

COVID-19 pandemic gradually subsided over the year. The Company ongoing strategy in implementing multi-tier online and offline marketing strategies, accelerating digital growth, and data analytics to enhance the merchandize forecasting strategy, supported us to fully utilized opportunities from the increase of consumer spending and community activities.

Para pemangku kepentingan yang terhormat,

Kesadaran akan aspek keberlanjutan terus bertumbuh, sehingga industri ritel juga harus semakin mengelola aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) untuk meningkatkan kinerja keberlanjutan. PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) menganggap ESG sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari bisnis, sehingga perlu dikelola secara holistik dan terintegrasi di seluruh bagian Perusahaan. MAPI juga memaknai keberlanjutan sebagai sebuah perjalanan yang perlu terus ditingkatkan, kami berupaya menerapkan kebijakan dan praktik keberlanjutan yang lebih baik dari waktu ke waktu. Inisiatif MAPI dalam mengelola kinerja keberlanjutan selama tahun 2022 telah menghasilkan peningkatan ESG Rating MSCI, dari BB menjadi BBB. Perusahaan akan senantiasa berupaya untuk memberikan kontribusi terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs).

Penerapan dan Pencapaian Kinerja Keberlanjutan ^[D.1.b]

Pandemi COVID-19 semakin terkendali pada tahun ini. Perusahaan melanjutkan penerapan strategi pemasaran multi-tier *online* dan *offline*, *digital growth acceleration*, serta analisa data untuk meningkatkan strategi *merchandize forecasting*, dalam memanfaatkan peluang-peluang dari peningkatan belanja konsumen dan aktivitas masyarakat.

In spite of various global and macroeconomic issues which created turbulence in the global economy, we have successfully increased our sales and operating profit in 2022. Total sales amounted to IDR26.9 trillion, recording a 46.2% growth from 2021 at IDR18.4 trillion. Similarly, operating profit totaled IDR3,069.5 billion, an increase from 2021 at IDR1,221.7 billion. During the year, the Company expanded operations into Singapore and Malaysia, thereby covering 6 countries in South East Asia, namely Indonesia, Vietnam, Thailand, the Philippines, Singapore and Malaysia.

Achieving good economic performance enabled MAPI to provide positive contribution to the achievement of the SDGs. In terms of social performance, MAPI provides a safe and conducive workplace for its employees, a great shopping experience to customers, and deliver positive contributions to surrounding communities. Our employees are one of the key factors that enable us to deliver a positive impact on our customers and the surrounding communities. Therefore, we are committed to comply with all labor regulations, providing an inclusive, safe and comfortable working environment, and promoting employee capacity building.

We have established the MAP Retail Academy to support our employees to perform their jobs well, provide exceptional service to customers, and open up career opportunities. This year, the Company also opened the first Starbucks Signing Store where two-thirds of employees comes from the hearing-impaired community.

Walaupun terdapat berbagai isu yang menimbulkan gejolak pada perekonomian global, kami berhasil meningkatkan penjualan dan laba usaha di tahun 2022. Total penjualan tahun 2022 mencapai Rp26,9 triliun, tumbuh 46,2% dari penjualan tahun 2021 sebesar Rp18,4 triliun. Adapun laba usaha tahun 2022 mencapai Rp3.069,5 miliar, meningkat dari laba usaha tahun 2021 sebesar Rp1.221,7 miliar. Perusahaan melakukan ekspansi ke Singapura dan Malaysia, sehingga pada akhir tahun 2022, MAPI beroperasi di 6 negara, yaitu Indonesia, Vietnam, Thailand, Filipina, Singapura, dan Malaysia.

Memiliki kinerja ekonomi yang baik, memungkinkan MAPI untuk memberikan kontribusi terhadap tercapainya SDGs. Dalam pengelolaan kinerja sosial, MAPI memiliki tanggung jawab untuk menghadirkan lingkungan kerja yang aman dan kondusif kepada para karyawannya, pengalaman berbelanja yang luar biasa kepada pelanggan, dan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar. Karyawan kami adalah salah satu faktor utama yang membuat kami mampu menghadirkan dampak positif kepada pelanggan dan masyarakat sekitar. Oleh karena itu, kami berkomitmen untuk memenuhi seluruh peraturan ketenagakerjaan, memberikan lingkungan kerja yang inklusif, aman dan nyaman, serta mengedepankan pengembangan kapasitas karyawan.

Kami mendirikan MAP Retail Academy yang dapat membantu karyawan untuk menjalankan pekerjaannya dengan baik, memberikan layanan luar biasa kepada para pelanggan, dan membuka kesempatan berkarir. Pada tahun ini, Perusahaan juga membuka Starbucks Signing Store pertama yang 2/3 karyawannya berasal dari komunitas tuna rungu.

MAPI aims to run an inclusive business through partnership with local micro, small and medium enterprises (MSMEs). We have a dedicated space within the Seibu Department Store, 'Alun Alun Indonesia', to support the development and marketing of Indonesia's local handicraft products and souvenirs. Furthermore, our subsidiary Out of Asia works with thousands of local artists and distribute their exquisite craftsmanship to more than 20 countries.

Our community development programs include high-quality education to the community through Rumah Belajar Anak Bintang (RAJAB), MAPI Retail Academy External Training, and Youth Entrepreneurship. Furthermore, several programs aimed to support community health and welfare such as coaching clinics, F&B donations, and various collaborative initiatives. We partner with various non-governmental organizations to run these programs.

In terms of environmental management, MAPI has identify the sources and calculate our greenhouse gas (GHG) emissions. Through this identification, MAPI is aware that our emissions mainly comes from electricity consumption (scope 2), therefore the mitigation efforts include energy efficiency measures, continuing the use of renewable energy from solar panels, as well as planting mangrove trees at Pantai Indah Kapuk, Jakarta and Pantai Bahagia, Bekasi.

MAPI bertujuan untuk menjalankan bisnis yang inklusif melalui kerja sama dengan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) lokal. Kami memiliki area di dalam Seibu Department Store, bernama 'Alun Alun Indonesia', untuk mendukung pengembangan dan pemasaran produk kerajinan dan suvenir asli Indonesia. Perusahaan juga memiliki anak perusahaan bernama Out of Asia, yang bekerja bersama ribuan seniman lokal, dan mendistribusikan hasil karya mereka ke lebih dari 20 negara.

Program pengembangan masyarakat kami meliputi pendidikan berkualitas kepada masyarakat melalui program-program seperti Rumah Belajar Anak Bintang (RAJAB), pelatihan eksternal MAP Retail Academy, dan Youth Entrepreneurship. Selain itu, MAPI juga menghadirkan program-program yang mendukung kesehatan dan kesejahteraan masyarakat seperti *coaching clinic*, donasi F&B, dan berbagai program kolaborasi lainnya. Perusahaan bekerja sama dengan berbagai lembaga swadaya masyarakat untuk menjalankan program-program ini.

Untuk pengelolaan lingkungan, MAPI melakukan identifikasi sumber emisi gas rumah kaca (GRK) dan menghitung emisi GRK yang dihasilkan. Dari identifikasi tersebut, sumber emisi MAPI sebagian besar berasal dari pemakaian listrik (*scope 2*), sehingga langkah kami mengurangi emisi GRK adalah dengan melakukan efisiensi energi, melanjutkan penggunaan panel surya sebagai sumber energi terbarukan, serta melakukan penanaman pohon mangrove di Pantai Indah Kapuk, Jakarta dan Pantai Bahagia, Bekasi.

The Company has contributed to the National Plastic Action Plan (NPAP) through our single-use plastic reduction initiative, which supports the enforcement of anti-plastic regulations in several regions. The Company has utilized paper and spun-bonded shopping bags, and implementing the Greener Nusantara program to reduce single-use plastics at F&B stores. In addition, we encourage customers to stop using single-use plastics through various initiatives in our business unit, such as offering attractive offer to customer buying drinks with their own tumblers, during 'tumbler day' at Starbucks outlets. MAPI also runs waste management and take back programs to implement circular economy.

Since 2011 the Company has built 14 water towers to provide clean water to the surrounding communities. This year, the company added one more water tower at SDN 263 Rancaloea, Bandung City, West Java. The aftermath of Cianjur earthquake in West Java, the Company, in collaboration with Planet Water and Starbucks Foundation donated an Aquablock unit, a water system that produces 1,500 liters of potable water per hour, to meet the daily drinking water needs of 10,000 people.

MAPI is committed to improve ESG performance in all business activities. We also work with brand principals who implement good ESG practices. A shared commitment to ESG management will promote better working partnerships and support all potential aspects of sustainability performance. We belief that long-term cooperation is required to respond to the more promising business prospects of the retail industry.

Perusahaan juga meneruskan inisiatif pengurangan plastik sekali pakai, sebagai bentuk kontribusi kami kepada National Plastic Action Plan (NPAP), serta mendukung pemberlakuan peraturan pengurangan plastik sekali pakai di sejumlah daerah. Perusahaan telah menggunakan kantong belanja dari kertas dan bahan spun-bonded, serta menerapkan program Greener Nusantara untuk mengurangi plastik sekali pakai di gerai F&B kami. Perusahaan juga mendorong pelanggan untuk mengurangi plastik melalui beberapa inisiatif, seperti memberikan penawaran menarik bagi pelanggan yang membeli minuman menggunakan *tumbler*, saat *tumbler day* di gerai Starbucks. MAPI juga menjalankan program *waste management* dan *take back program* sebagai bagian dalam upaya penerapan ekonomi sirkuler.

Sejak tahun 2011 Perusahaan telah membangun 14 menara air untuk menyediakan air bersih bagi masyarakat sekitar. Tahun ini, Perusahaan menambah satu menara air baru di SDN 263 Rancaloea, Kota Bandung, Jawa Barat. Pasca gempa Cianjur di Jawa Barat, MAPI bekerja sama dengan Planet Water dan Starbucks Foundation untuk menghadirkan 1 unit Aquablock, yang dapat menghasilkan 1.500 liter air minum per jam, untuk memenuhi kebutuhan air minum harian 10.000 orang.

MAPI berkomitmen meningkatkan pengelolaan kinerja ESG pada seluruh kegiatan bisnis. Kami juga bekerja bersama *brand principal* yang telah menjalankan pengelolaan ESG dengan baik. Komitmen yang sama pada pengelolaan ESG akan meningkatkan hubungan kerja sama dan memperkuat setiap potensi yang mendukung kinerja keberlanjutan. Kerja sama jangka panjang sangat dibutuhkan untuk merespon prospek usaha industri ritel yang lebih menjanjikan.

Appreciation

We hope that what have been initiated in ESG contribution will continue for many years to come. MAPI appreciates all the support that has been given by our stakeholders, and we are deeply grateful for every effort to create sustainability, creating a better future for the next generation.

Apresiasi

MAPI berharap bahwa kontribusi ESG yang telah dimulai ini, akan terus berlanjut di tahun-tahun mendatang. MAPI memberikan apresiasi kepada semua dukungan yang telah diberikan oleh para pemangku kepentingan kami, dan Perusahaan sangat berterima kasih atas setiap upaya untuk menciptakan keberlanjutan, sehingga menciptakan masa depan yang lebih baik untuk generasi mendatang.

Jakarta, April 2023
Respectfully | Hormat kami,

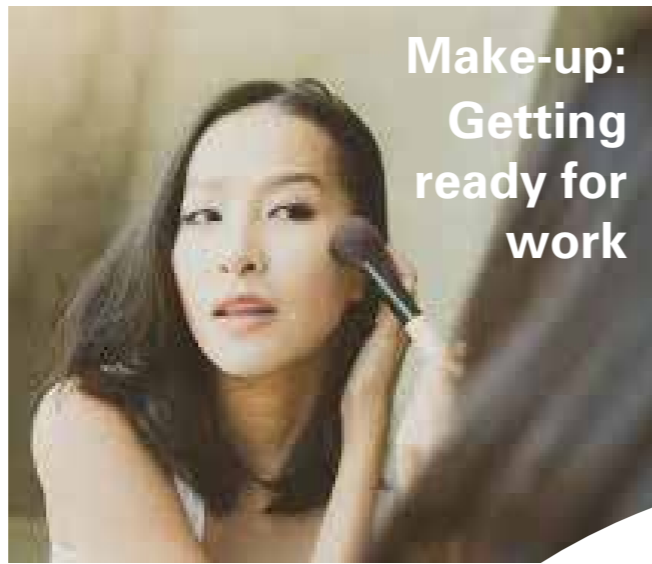


Herman Bernhard Leopold Mantiri

President Director | Direktur Utama



Morning coffee



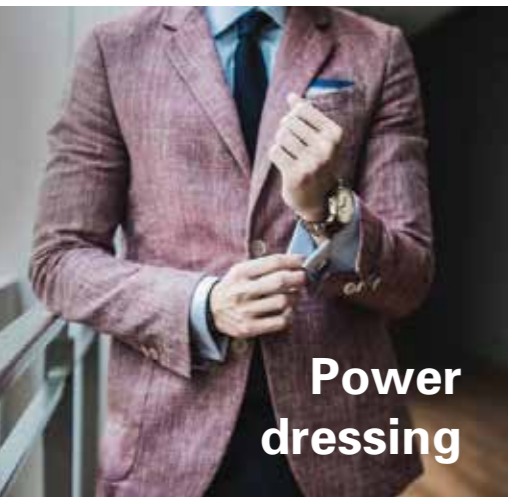
Make-up: Getting ready for work



Which clothes to wear today?



Busy at work



Power dressing



Online shopping?



After work



Grocery shopping



My birthday gift



Passion for sports



Dining in



Back to school shopping



Travelling in-style



My favorite hobby: shopping!

About Us
Tentang Kami

Our Vision, Mission, and Culture [POJK51-3.a]

Visi, Misi, dan Budaya Kami

VISI Vision

To be the leading omni-channel retailer in Indonesia.

Untuk menjadi peritel *omni-channel* terkemuka di Indonesia.

MISI Mission

To bring health, happiness, and a more fulfilling lifestyle to our valued customers through portfolio of world-class brands and omni-channel retail network.

Untuk mendukung kesehatan, kebahagiaan, dan gaya hidup yang lebih memuaskan bagi para pelanggan kami melalui portofolio merek kelas dunia dan jaringan ritel *omni-channel*.

Business Philosophy: PEOPLE

Filosofi Bisnis: PEOPLE

P

People Centered Approach

We put our customers, employees, and the community at the heart of all our business decisions.

Pendekatan Berfokus kepada Manusia

Kami selalu memperhatikan kepentingan pelanggan, karyawan, dan masyarakat dalam seluruh pengambilan keputusan.

E

Empowerment

We empower our people with authority. We believe that delegation of power and autonomy promoted contribution, accountability, and entrepreneurship. Entrepreneurship is key for retailing, and it helps the employees in developing themselves.

Pemberdayaan

Kami memberdayakan karyawan dengan memberikan kewenangan. Kami percaya bahwa pendelegasian kekuasaan dan wewenang dapat meningkatkan kontribusi, membentuk akuntabilitas, dan kewirausahaan. Kewirausahaan merupakan kunci dari bisnis ritel yang dapat membantu karyawan dalam pengembangan dirinya.

O

Originality

We pioneer new concepts and ideas in all our endeavors – be it retailing, distribution, manufacturing or food and beverage.

Keaslian

Kami adalah pencetus konsep dan ide baru dalam seluruh kegiatan Perusahaan di bidang ritel, distribusi dan manufaktur atau makanan dan minuman.

P

Principles

We subscribe to the highest principles of integrity and honesty.

Prinsip-Prinsip

Kami menjunjung tinggi integritas dan kejujuran.

L

Loyalty

We cultivate strong employee and customer loyalty and long term relationships with principals, partners, landlords, and suppliers.

Kesetiaan

Kami membangun kesetiaan karyawan dan pelanggan serta memiliki hubungan jangka panjang dengan pemilik merek, mitra usaha, pemilik properti, dan pemasok.

E

Earnings

Earnings must be achieved without compromising our core values.

Keuntungan

Kami berusaha meraih keuntungan berdasarkan nilai-nilai utama Perusahaan.

Company Profile

Profil Perusahaan

Company Name and Head Office Address [POJK51-3.b] Nama Perusahaan dan Alamat Kantor Pusat



Company Name as per Deed:
Nama Perusahaan sesuai
Akta:
PT Mitra Adiperkasa Tbk
[2-1]

Date of Establishment:
Tanggal Pendirian:
January 23, 1995
23 Januari 1995

Head office: [2-1]
Kantor Pusat:

29th Floor, Sahid Sudirman Center
Jalan Jenderal Sudirman Kav.86. Jakarta 10220
Telephone/Telepon: (62-21) 574 5808
Email/Surel: corporate.secretary@map.co.id
Web: www.map.co.id

Legal Entity Status, Share Ownership and Operating Area [POJK51-3.c] Status Badan Hukum, Kepemilikan Saham, dan Wilayah Operasional

Legal Entity Status: [2-1]
Status Badan Hukum:

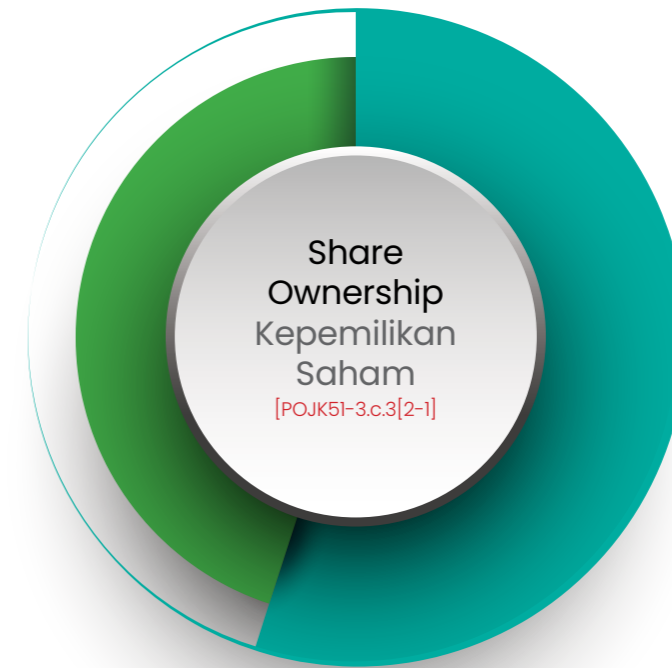
Public Limited Liability Company
Perseroan Terbuka

Stock Code | Kode Saham

MAPI

Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) on November 10, 2004
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 10 November 2004

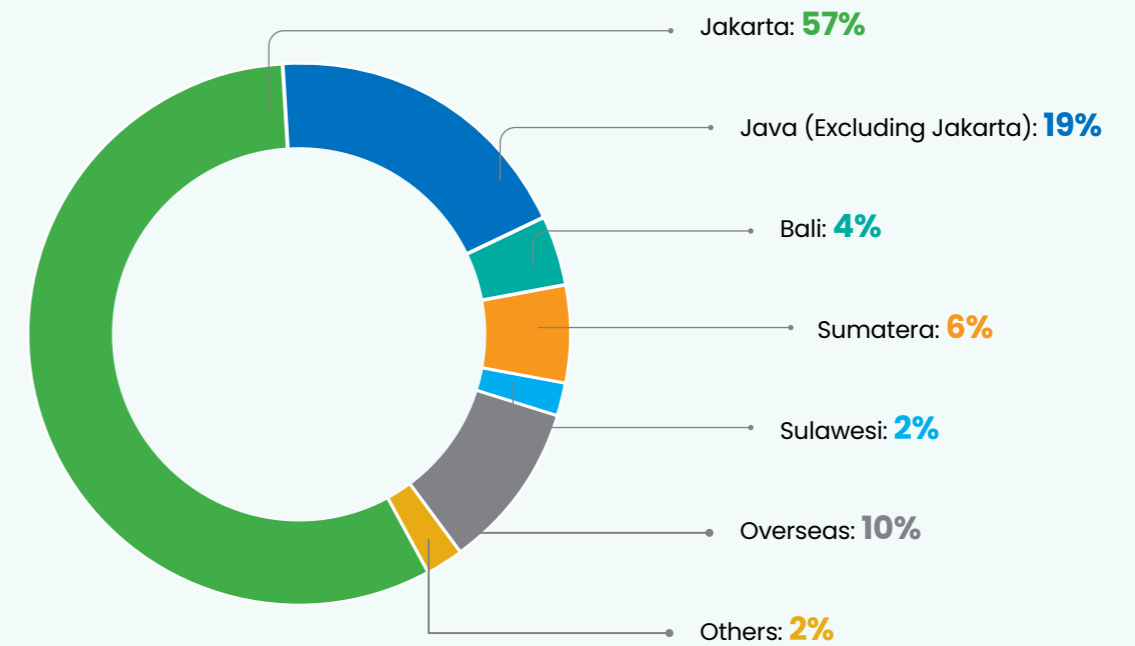
49.00%
Public | Publik



51.00%
PT Satya Mulia
Gema Gemilang

Net Sales Contribution by Geography (%)

Kontribusi Penjualan Bersih Berdasarkan Wilayah Geografi (%)



Significant Changes

Some of the significant changes taking place in 2022 are as follows:

Perubahan yang Bersifat Signifikan

Beberapa perubahan signifikan yang terjadi di 2022, yaitu:

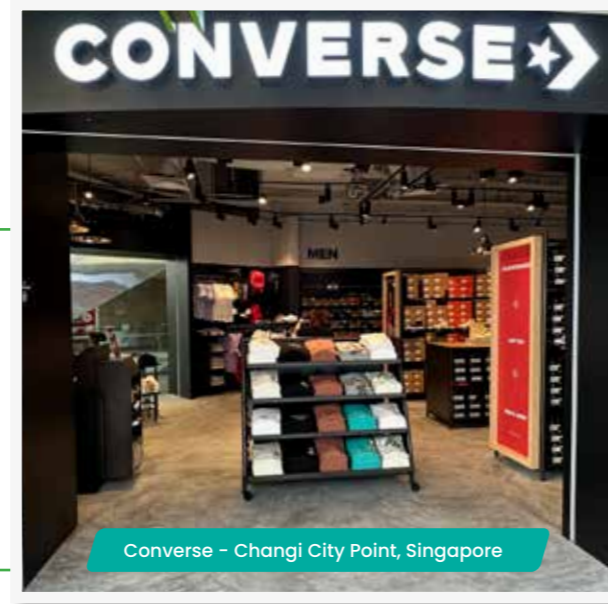
The company's total outlets are 3,059*.

The company is expanding to Singapore and Malaysia

Total gerai perusahaan menjadi 3.059*.

Perusahaan melakukan ekspansi ke Singapura dan Malaysia

* Including Burger King, Domino's Pizza and Asean Stores
Termasuk Burger King, Domino's Pizza dan gerai di ASEAN



Converse - Changi City Point, Singapore

Business Scale

Skala Usaha

Item Keterangan	Unit Satuan	2022	2021	2020
Number of Employees [POJK51-3.c.2] Jumlah Karyawan				
Permanent Employees Karyawan Permanen		9,594	8,381	8,727
Non-permanent Employees Karyawan Tidak Permanen	Persons Orang	15,302	12,378	12,040
Total of Employees Jumlah karyawan		24,896	20,759	20,767
Business Income Pendapatan Usaha				
Total Net Sales Jumlah Penjualan Bersih	IDR Trillion Rp Triliun	26.9	18.4	14.8
Total Capitalization [POJK51-3.c.1] Jumlah Kapitalisasi				
Liabilities Liabilitas		11.2	9.6**	11.1
Equity Ekuitas	IDR Trillion Rp Triliun	9.7	7.2**	6.6
Total Assets Jumlah Aset		20.9	16.8**	17.7
Operating Area [POJK51-3.c.4] Wilayah Operasi				
Total Stores Jumlah Gerai	Outlets* Gerai*	3,059	2,745	2,658
Total of Cities in Indonesia Jumlah Kota di Indonesia	Number of Cities Jumlah Kota	88	78	81

Notes | Keterangan:

*Including Burger King, Domino's Pizza and ASEAN Stores | Termasuk Burger King, Domino's Pizza, dan gerai ASEAN

**As restated | Disajikan kembali

Products and Services, Business Activities, Supply Chain, and Other Relevant Business Relationships

 [POJK51-3.d]

MAPI is a leading lifestyle retailer in Indonesia with more than 2,500 retail stores and a portfolio of more than 150 exclusive brands spanning from sports, fashion, department stores, kids, food & beverage, and lifestyle products.

Business activities during FY 2022 include the following: [2-6]

- Department Stores (including supermarkets);
- Specialty Stores:
 1. Active (sports, leisure & kids);
 2. Fashion (including cosmetics and beauty);
 3. Digital;
- Food & Beverage; and
- Others (including bookstores, handicrafts & souvenirs, travel & lifestyle, beauty & health).

Produk dan Jasa, Kegiatan Usaha, Rantai Pasok, serta Hubungan Bisnis Lain yang Relevan

 [POJK51-3.d]

MAPI adalah peritel gaya hidup terkemuka di Indonesia dengan lebih dari 2.500 gerai ritel dan portofolio lebih dari 150 brand eksklusif yang mencakup *sports, fashion, department stores, kids, food & beverage* serta produk-produk *lifestyle*.

Kegiatan pada tahun buku 2022: [2-6]

- *Department Stores* (termasuk supermarket);
- *Specialty Stores*:
 1. *Active (sports, leisure & kids)*;
 2. *Fashion (including cosmetics and beauty)*;
 3. *Digital*;
- *Food & Beverage*; dan
- *Lain-lain* (termasuk gerai buku, kerajinan tangan & cinderamata, *travel & lifestyle, beauty & health*).

Industry Association Memberships

 [POJK51-3.e][2-28]

No	Abbreviation Singkatan	Association Asosiasi
1	APINDO	Indonesian Employers Association Asosiasi Pengusaha Indonesia
2	APRINDO	Indonesian Retailers Association Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia
3	HIPPINDO	Association of Indonesian Retail Shopping Center Tenants Himpunan Peritel dan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia
4	KADIN	Indonesian Chambers of Commerce Kamar Dagang dan Industri Indonesia
5	GINSI	Indonesian National Importers Association Gabungan Importir Nasional Seluruh Indonesia
6	APREGINDO	Indonesian Global Brand Retailers Association Asosiasi Pengusaha Ritel Brand Global Indonesia

Keanggotaan Asosiasi

 [POJK51-3.e][2-28]

Inisiatif Eksternal

External Initiatives

Initiative Name Nama Inisiatif	MAPI Role Peran MAPI
National Plastic Action Plan	Steering Member Anggota Badan Pengarah
Indonesian Business Coalition for Women Empowerment	Founding Member Anggota Pendiri



MAP
Mitra Adiperkasa

Sustainability
Governance [POJK51-5]
Tata Kelola Keberlanjutan

RUPS TAHUNAN & PAPARAN PUB

JAKARTA, 27-28 Juli 2022





PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) implement good corporate governance, prioritize legal compliance, as well as conducting our business with integrity and fair business competition practices. Our sustainability practices are intended to enhance the trust of stakeholders and ensure that the business remains sustainable.

PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) menerapkan tata kelola perusahaan yang baik, mengedepankan kepatuhan hukum, serta menjalankan bisnis yang berintegritas dan persaingan usaha yang sehat. Penerapan praktik-praktik keberlanjutan akan meningkatkan kepercayaan seluruh pemangku kepentingan, dan memastikan kegiatan usaha yang dijalankan terus berkelanjutan.

Sustainability Governance Structure [POJK51-5.a]

Struktur Tata Kelola Keberlanjutan

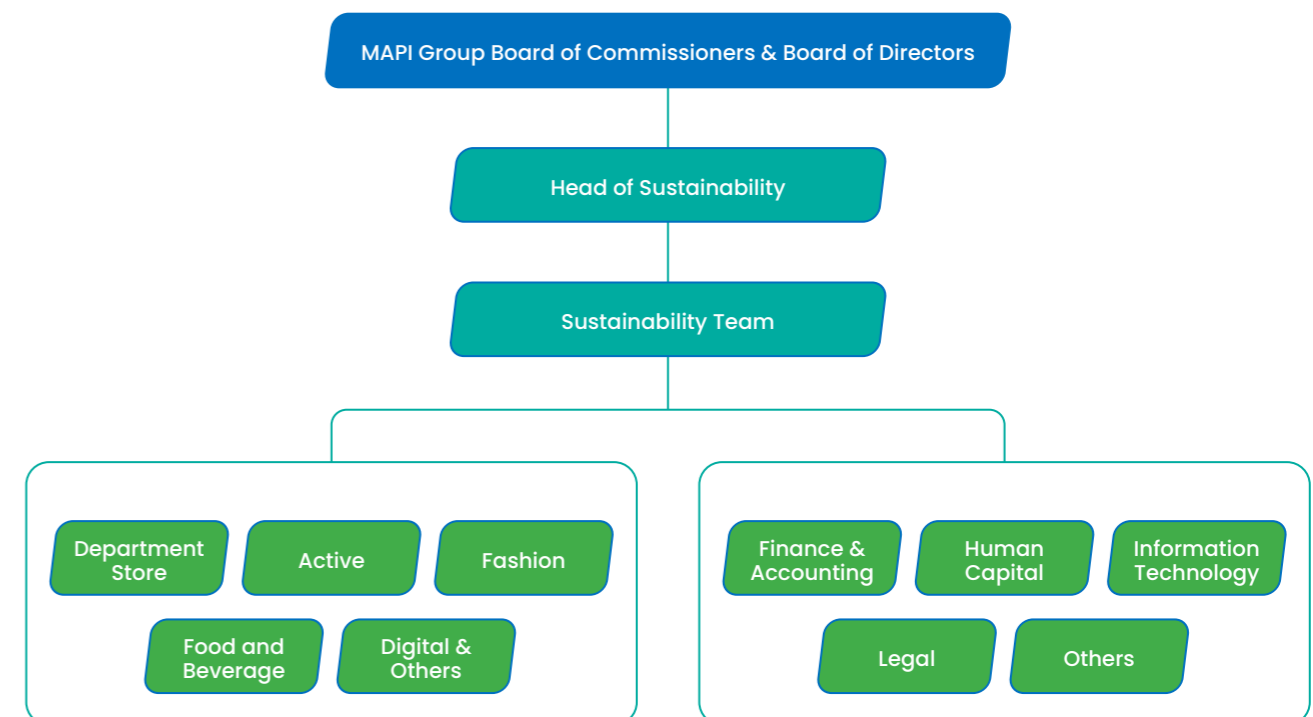
In adherence to Law No. 40 of 2007 on Limited Liability Companies, the Company's governance structure consists of the General Meeting of Shareholders (GMS), the Board of Directors and the Board of Commissioners. Detailed information of GCG information can be found in the 2022 Annual Report.

Sesuai Undang-Undang (UU) No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, struktur tata kelola Perusahaan terdiri atas Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Direksi dan Dewan Komisaris. Informasi mengenai tata kelola dan implementasi GCG yang lebih lengkap disajikan dalam Laporan Tahunan 2022.

The Board of Commissioners and Directors are responsible for implementing sustainability practices. In carrying out their roles, the Board of Commissioners and the Board of Directors are assisted by the Head of Sustainability to assist the implementation of sustainability initiatives, monitor sustainability initiatives carried out by business units, and preparing reports for the Board of Directors and Commissioners. [POJK51-5.a][2-9]

Dewan Komisaris dan Direksi menjadi penanggung jawab penerapan praktik-praktik keberlanjutan. Dalam menjalankan perannya, Dewan Komisaris dan Direksi dibantu oleh *Head of Sustainability* yang bertugas untuk membantu implementasi inisiatif keberlanjutan, memantau praktik keberlanjutan yang dilaksanakan oleh business unit, serta menyiapkan laporan untuk Direksi dan Dewan Komisaris. [POJK51-5.a][2-9]

PT Mitra Adiperkasa Tbk Sustainability Governance Structure
Struktur Organisasi Keberlanjutan PT Mitra Adiperkasa Tbk



Sustainability performance is discussed during the BOC and BOD meeting. Furthermore, the Board of Directors plays a strategic role in the preparation of the Sustainability Report by approving the reporting references and standards, material topics and authorization for the report. [2-12][2-13][2-14]

Topik keberlanjutan dibahas di dalam rapat gabungan Dewan Komisaris dan Direksi. Dalam penyusunan Laporan Keberlanjutan, Direksi berperan strategis dengan memberikan persetujuan atas penetapan acuan dan standar pelaporan, topik material serta memberikan pengesahan pelaporan. [2-12][2-13][2-14]

Sustainability Strategy [POJK51-A.1] Strategi Keberlanjutan

MAPI implements sustainability in a holistic manner, integrated with the Company business process. All divisions are responsible to implement sustainable business activities and fulfill sustainability principles.

MAPI personnel are all aware of the importance of sustainable business activities, which is realized by good corporate governance through the principles of transparency, accountability, responsibility, independence, fairness, and equality. Further, one of the main pillars of our sustainability strategy is to conduct business with integrity. Each MAPI individual acts ethically and professionally in carrying out his/her duties. To support the effectiveness of an ethical business, we encourage all parties to play an active role and contribute to creating a business with integrity.

To strengthen its sustainability strategy, the Company has established a Sustainability Division that is specifically tasked with assisting the Board of Directors in monitoring and implementing the sustainability policy.

Building a Culture of Sustainability and Challenges faced [POJK51-5.e]

MAPI considers it important to instill a culture of sustainability within all ranks of the organization. Each employee is required to behave as per the Code of Ethics and Business Philosophy, which we consider to encompass sustainability values, including respecting and upholding equality and anti-discrimination, paying attention to occupational health and safety practices, environmentally friendly behavior, providing the best service to customers, and conducting business ethically and with integrity, and upholding human rights.

MAPI menerapkan keberlanjutan secara holistik, meliputi seluruh bagian dalam Perusahaan. Semua divisi dalam Perusahaan memiliki tanggung jawab dalam menerapkan kegiatan usaha yang berkelanjutan, dan memenuhi prinsip-prinsip keberlanjutan.

Kesadaran seluruh insan MAPI akan pentingnya kegiatan usaha yang berkelanjutan diwujudkan dengan pelaksanaan tata kelola Perusahaan yang baik melalui prinsip-prinsip: transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, serta keadilan dan kesetaraan. Menjalankan bisnis yang berintegritas merupakan salah satu pilar utama dalam strategi keberlanjutan MAPI. Setiap insan MAPI bertindak secara etis dan profesional dalam menjalankan tugasnya. Guna mendukung efektivitas operasional bisnis yang etis dan berintegritas kami mendorong semua pihak untuk berperan aktif dan berkontribusi dalam menciptakan bisnis yang berintegritas.

Untuk memperkuat strategi keberlanjutan, Perusahaan membentuk Divisi Keberlanjutan yang secara khusus bertugas membantu Direksi dalam memantau dan menerapkan kebijakan keberlanjutan Perusahaan.

Membangun Budaya Keberlanjutan dan Tantangan yang dihadapi [POJK51-5.e]

MAPI menilai penting untuk menanamkan budaya keberlanjutan di seluruh elemen Perusahaan. Dalam pelaksanaannya setiap karyawan dituntut berperilaku selaras dengan Kode Etik, dan Filosofi Bisnis, yang kami anggap memiliki nilai-nilai keberlanjutan, di antaranya menghormati dan menjunjung tinggi kesetaraan dan anti diskriminasi, memperhatikan praktik keselamatan dan kesehatan kerja, perilaku ramah lingkungan, memberi pelayanan terbaik kepada pelanggan, serta menjalankan bisnis secara etis dan berintegritas, serta menjunjung tinggi hak asasi manusia (*human rights*).



Among the activities conducted to build a culture of sustainability is the "Green Champions" program, where its members are tasked with implementing and propagating a sustainable lifestyle in their daily activities. Furthermore, the Company regularly provide reminders on sustainable lifestyles through various media such as email blasts, social media channels, conducting waste management training, and many more.

Amid the ongoing COVID-19 pandemic, MAPI continues to face certain challenges. Nonetheless, our sustainability initiatives have resulted in better performance. Surely, our activities will continue to create more value for all stakeholders.

Salah satu kegiatan yang dilakukan MAPI guna membangun budaya keberlanjutan adalah melalui program "Green Champions", yaitu melatih para karyawan yang bertugas untuk menerapkan dan menyebarkan gaya hidup yang berkelanjutan dalam aktivitas sehari-hari. Secara berkala dan berkesinambungan, Perusahaan juga terus mengingatkan gaya hidup berkelanjutan melalui berbagai media seperti *email blast*, media sosial Perusahaan, melakukan *waste management training*, dan lain-lain.

Di tengah pandemi yang belum sepenuhnya usai, beberapa tantangan akibat pandemi masih dihadapi MAPI. Meskipun demikian, inisiatif-inisiatif keberlanjutan kami dapat menghasilkan performa yang lebih baik. Akan tetapi tentunya perjuangan kami akan terus berlanjut demi menciptakan nilai lebih bagi seluruh pemangku kepentingan.

Management of Conflict of Interest

Pengelolaan Benturan Kepentingan

During 2022, there were no incidents related to conflicts of interest among members of the Board of Directors or Board of Commissioners. The Company has complied all regulations related to conflict of interest guidelines contained in POJK No. 42 of 2020 and the Company Code of Conduct is ensured. [2-15]

Selama tahun 2022 tidak terjadi peristiwa terkait benturan kepentingan di antara anggota Direksi maupun dengan anggota Dewan Komisaris. Perusahaan mematuhi seluruh peraturan terkait benturan kepentingan POJK No. 42 Tahun 2020 dan larangan benturan kepentingan yang terdapat pada kode etik perusahaan. [2-15]

Sustainability Competency Development and Knowledge Sharing Sessions

Pengembangan Kompetensi Keberlanjutan dan Kegiatan Berbagi Pengetahuan [POJK51-5.b]

The Company supports the development of employee competencies in sustainability practices. In 2022, the Head of Sustainability and her team participated in various training or dissemination sessions organized by the Financial Services Authority, Indonesia Stock Exchange, Indonesian Issuers Association, and the National Plastic Action Plan. Some of the topics discussed in these sessions are listed below:

- Waste reduction roadmap
- Dissemination of new regulations

Perusahaan mendukung program pengembangan kompetensi karyawan di bidang keberlanjutan. Pada tahun 2022, Head of Sustainability, bersama timnya mengikuti sejumlah pelatihan atau sesi sosialisasi dari Otoritas Jasa Keuangan, Bursa Efek Indonesia, Asosiasi Emiten Indonesia, dan National Plastic Action Plan. Beberapa topik training yang diikuti adalah:

- Pelatihan peta jalan pengurangan sampah
- Sosialisasi peraturan baru

Performance Evaluation of Highest Governance Body Members

Evaluasi Kinerja Pejabat Badan Tertinggi Tata Kelola

Performance evaluation and assessment of members of the Board of Directors as the highest sustainability governance body in managing the Company's ESG impacts is conducted by the Nomination and Remuneration Committee. The performance assessment includes both collective and individual performance based on criteria set by the management. The assessment outcomes are reported by the Board of Commissioners to the Shareholders in the GMS, to be approved. [2-18]

Evaluasi dan penilaian kinerja Direksi sebagai pejabat dari badan tertinggi tata kelola keberlanjutan dalam mengelola dampak Perusahaan terhadap ekonomi, dan LST/ESG dilakukan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi. Penilaian kinerja meliputi kinerja kolektif maupun individual, berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan manajemen. Hasil penilaian dilaporkan Dewan Komisaris kepada Pemegang Saham dalam RUPS, untuk disepakati bersama. [2-18]

Board of Commissioners and Board of Directors Remuneration Policy

Kebijakan Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

The remuneration of the Board of Commissioners and Board of Directors is determined by the Shareholders in the GMS, which is based on the proposal of the Board of Commissioners and the recommendation of the Nomination and Remuneration Committee. Shareholders are the only stakeholders who can determine the remuneration of the Board of Commissioners and Board of Directors. In 2022, the remuneration for the Board of Commissioners and the Board of Directors is IDR11,284 million and IDR352,569 million. [2-19][2-20] [2-21]

Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi ditentukan Pemegang Saham dalam RUPS, berdasarkan usulan Dewan Komisaris serta rekomendasi Komite Nominasi dan Remunerasi. Pemegang Saham menjadi satu-satunya pemangku kepentingan yang turut menentukan remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi. Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi pada tahun 2022 masing-masing sebesar Rp11.284 juta dan Rp352.569 juta. [2-19][2-20] [2-21]

Commitment to be a Responsible Business

Komitmen Pada Bisnis yang Bertanggung Jawab [2-23][2-24]

MAPI is committed to build a responsible and ethical business. The Company's Code of Conduct act as a guideline for the management and employees in behaving, interacting, and acting towards the stakeholders, including in providing service to the customers. All MAPI employees must follow the regulations, implement reasonable business practices, and act according to fairness principles, with reference to the highest standards of integrity and transparency.

The Company respects and upholds human rights, a culture of respect and equal opportunities were also embedded in our Code of Conduct . We do not discriminate based on gender, religion, race, nationality or ethnicity, cultural background, social group, disability, marital status, age, or political opinion. MAPI is committed to promoting and nurturing a culture of mutual respect, and maintaining diversity.

MAPI berkomitmen membangun bisnis yang bertanggung jawab dan berintegritas. Kami memiliki Kode Etik yang digunakan sebagai pedoman seluruh jajaran manajemen dan karyawan dalam berperilaku, berinteraksi, dan bertindak sesuai hak dan kewajibannya terhadap pemangku kepentingan, termasuk dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Seluruh karyawan di MAPI harus mengikuti peraturan maupun praktik usaha yang wajar, serta bertindak sesuai standar kewajaran, dengan mengacu pada standar tertinggi integritas dan transparansi.

Perusahaan menghormati dan menjunjung tinggi hak asasi manusia (HAM). Budaya menghormati dan peluang kerja yang setara tercakup di dalam Kode Etik. Kami tidak melakukan diskriminasi berdasarkan gender, agama, ras, kebangsaan atau suku, latar belakang budaya, kelompok sosial, keterbatasan, status perkawinan, usia, ataupun opini politik. MAPI memiliki komitmen untuk mempromosikan dan memelihara budaya saling menghormati, dan menjaga keberagaman.

Recovering from Adverse Impacts and Risk Management Processes

Proses Untuk Pemulihan Dampak Negatif dan Pengelolaan Risiko [POJK51-5.c]

MAPI's business is exposed to a number of risks that must be properly managed. Risk management is conducted to ensure that an evaluation system is in place to effectively address risks without impeding flexibility and business operations. [2-25]

Usaha MAPI berhadapan dengan sejumlah risiko, yang harus dikelola dengan baik untuk mengoptimalkan nilai pemegang saham, dan memastikan kesinambungan usaha. Pengelolaan risiko dilakukan untuk memastikan bahwa sebuah sistem evaluasi tersedia secara efektif mengatasi risiko tanpa menghambat fleksibilitas dan operasi bisnis. [2-25]

Key Risks and Sustainability Aspect Affected of PT Mitra Adiperkasa Tbk

Risiko Utama, Pengaruh Terhadap Kinerja Keberlanjutan PT Mitra Adiperkasa Tbk

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Keberlanjutan yang Terpengaruh
<ul style="list-style-type: none"> Economic risk Financial risk Risiko ekonomi. Risiko keuangan. 	Financial performance Kinerja keuangan.
Mitigation Measures Mitigasi	

Prepare plans and management processes to anticipate changes in economic conditions.
MAPI memiliki perencanaan dan proses manajemen untuk mengantisipasi perubahan dalam kondisi ekonomi.

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Keberlanjutan yang Terpengaruh
Political and social risk Risiko politik dan sosial.	Social management Pengelolaan sosial.
Mitigation Measures Mitigasi	

Creation of an insurance policy and crisis management process to anticipate emergencies and/or catastrophic events.
Perusahaan menetapkan kebijakan asuransi serta proses manajemen krisis untuk mengantisipasi keadaan darurat dan/atau peristiwa bencana.

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Keberlanjutan yang Terpengaruh
Regulatory risk Risiko regulasi.	Economic, environmental management, social and sustainability governance performance. Kinerja ekonomi, pengelolaan lingkungan, sosial, dan tata kelola keberlanjutan.
Mitigation Measures Mitigasi	

Participate in discussions with authorities and industry peers to provide feedback on regulatory reforms and developments in the retail industry on a regular basis
Secara teratur berpartisipasi dalam diskusi dengan pihak berwenang serta rekan-rekan sesama industri, untuk memberikan umpan balik mengenai regulasi dan perkembangan dalam industri ritel.

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Keberlanjutan yang Terpengaruh
Competition risk. Risiko kompetisi/persaingan.	Build healthy competition, customer satisfaction and loyalty. Membangun persaingan usaha sehat, kepuasan dan loyalitas pelanggan.
Mitigation Measures Mitigasi	

Create a competitive advantage, through a compelling value proposition by combining pricing, product offerings, convenience, customer service, marketing, and investing in innovation and technology.
Untuk menciptakan keunggulan persaingan, kami membuat proposisi nilai yang menarik melalui kombinasi harga, penawaran produk, kenyamanan, layanan pelanggan upaya pemasaran, serta berinvestasi dalam inovasi dan teknologi.

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Keberlanjutan yang Terpengaruh
New business risk Risiko bisnis baru	Economic performance, environmental management, social and sustainability governance. Kinerja ekonomi, pengelolaan lingkungan, sosial, dan tata kelola keberlanjutan.
Mitigation Measures Mitigasi	

Conduct market feasibility studies before acquiring a new brand or opening a new store.
Melakukan studi kelayakan pasar sebelum mengakuisisi brand baru atau membuka gerai baru.

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Keberlanjutan yang Terpengaruh
--------------------------	---

Partnership risk Risiko hubungan kemitraan	Economic performance and sustainability governance. Kinerja ekonomi, dan tata kelola keberlanjutan.
---	--

Mitigation Measures | Mitigasi

Implement a clear partnership strategy while enhancing relationships with brand owners.
Kami menerapkan strategi kemitraan yang jelas sekaligus meningkatkan hubungan dengan para pemilik merek.

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Keberlanjutan yang Terpengaruh
--------------------------	---

Risk of natural disasters and disease outbreaks Risiko bencana alam dan wabah penyakit.	Economic performance and social management Kinerja ekonomi, dan pengelolaan sosial.
--	--

Mitigation Measures | Mitigasi

Establish crisis management plans and crisis response officers at all sites to mitigate the potential impact of natural disasters and pandemics, in order to bring back normal operating conditions as quickly as possible. The Company also has comprehensive insurance that provides protection against the risk of damage to assets or facilities.
Memastikan rencana manajemen krisis dan petugas penanggulangan krisis di tiap lokasi, untuk mengurangi potensi dampak bencana alam dan pandemi serta secepat mungkin kembali ke aktivitas dengan kondisi operasi normal. Perusahaan juga memiliki asuransi komprehensif yang memberikan perlindungan terhadap risiko kerusakan aset atau fasilitas perusahaan.

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Keberlanjutan yang Terpengaruh
--------------------------	---

Data security risk Risiko keamanan data.	Information security and customer data privacy Keamanan informasi dan privasi data pelanggan.
---	--

Mitigation Measures | Mitigasi

MAPI has an information technology infrastructure that is supported by networks, servers and ISO 27001:2013 certified tier-3 data storage, as well as secondary data center to back up during any Disaster. Periodically, we carry out vulnerability test to detect any potential disruptions and security threats.
MAPI memiliki sistem teknologi informasi yang didukung jaringan, server, dan infrastruktur penyimpanan data bersertifikat tier-3 ISO 27001:2013, serta pusat data sekunder khusus untuk Pusat Pemulihan Bencana. Secara berkala, kami melaksanakan peninjauan kerapuhan sistem TI untuk mendeteksi potensi gangguan pada sistem dan ancaman keamanan.

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Keberlanjutan yang Terpengaruh
--------------------------	---

Food safety risk Risiko Keamanan Pangan	Customer health and safety Kesehatan dan keselamatan pelanggan.
--	--

Mitigation Measures | Mitigasi

Implement specific controls at all stages in the retail process, from ingredient collection, storage, food preparation, service and storage cleanliness. To apply the ISO 22000:2018 Food Safety Management System for the central kitchen of Cold Stone Creamery, Krispy Kreme, and Domino's Pizza products. In addition, all products delivered by brand principals have passed strict health and safety standards.
Menerapkan kendali khusus di semua tahap dalam proses ritel, mulai dari pengumpulan bahan-bahan, penyimpanan, persiapan pangan, pelayanan dan kebersihan gerai. MAPI telah memiliki ISO 22000:2018 Sistem Manajemen Keamanan Pangan untuk pusat produksi dari produk Cold Stone Creamery, Krispy Kreme, dan Domino's Pizza. Selain itu, seluruh produk yang dikirimkan oleh brand principal telah melewati standar kesehatan dan keamanan produk yang ketat.

Mechanism to Enhance Compliance

Mekanisme Meningkatkan Kepatuhan [2-26] [2-27]

The Company did not receive any fines or legal sanctions for alleged non-compliance with applicable laws and regulations during 2022. In order to ensure compliance, the Company has a Whistleblowing System (WBS) in place to report any actions that violate the Code of Conduct or other regulations. We guarantee the confidentiality and protection of the party submitting the report and ensure that all reports submitted through the WBS are thoroughly investigated. Complete information on our WBS system can be seen in our annual report.

Selama tahun 2022 Perusahaan tidak pernah menerima denda maupun sanksi hukum lain, karena dugaan ketidakpatuhan terhadap hukum dan regulasi yang berlaku. Untuk menjaga kepatuhan, Perusahaan memiliki Sistem Pelaporan Pelanggaran (*Whistleblowing System* atau WBS) yang dapat digunakan oleh semua pihak di lingkungan MAPI untuk melaporkan suatu tindakan yang dianggap melanggar Kode Etik atau peraturan Perusahaan lainnya. Kami menjamin kerahasiaan pihak yang menyampaikan laporan, serta memastikan perlindungan terhadap pelapor. Perusahaan menghargai setiap laporan yang disampaikan melalui WBS dan akan menyelidiki setiap laporan yang disampaikan. Informasi lengkap terkait sistem WBS dapat dibaca dalam Laporan Tahunan.

Code of Conduct and Anti-Corruption Measures

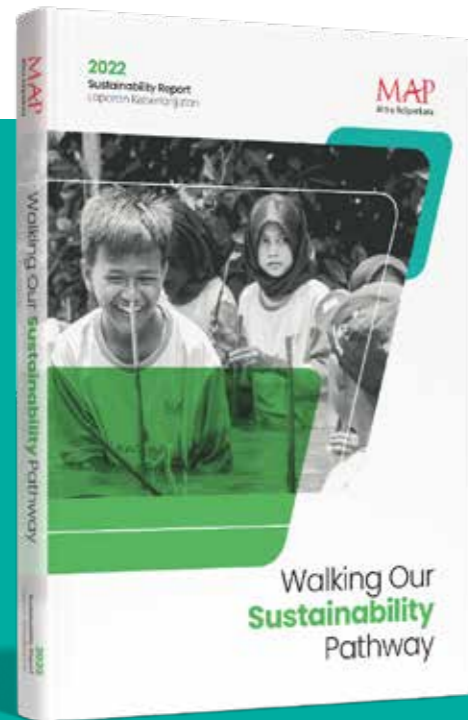
There were no fine or legal sanction related to bribery or corruption in 2022. The Company has strong commitment on preventing the practices of corruption, collusion and nepotism (KKN) as well as bribery.

Code of Conduct and Anti-Corruption Measures

Selama tahun 2022 tidak ada perbuatan yang termasuk tindakan suap maupun korupsi. Perusahaan berkomitmen menolak praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN) serta gratifikasi.

We support anti-corruption practices and continue to instill an anti-corruption culture on an ongoing basis by disseminating information to all employees and business partners. A specific example involves the dissemination of the Company Code of Conduct and the anti-corruption policies contained to new employees. Furthermore, the anti-corruption policy is also included in the Collective Labor Agreement (CLA), where each business partner is obligated to fill out the 'Statement Letter A' stating the commitment of not offering gifts/bribes and to report on Company employees who ask for gifts/bribes.

Kami mendukung penerapan antikorupsi dan secara berkesinambungan terus menanamkan budaya antikorupsi, dengan melakukan sosialisasi kepada seluruh karyawan dan mitra bisnisnya. Hal ini ditandai dengan sosialisasi kode etik kepada karyawan baru yang memuat kebijakan antikorupsi di dalamnya. Kebijakan antikorupsi juga terdapat dalam klausul Perjanjian Kerja Bersama (PKB) dan kewajiban setiap mitra bisnis yang wajib mengisi *Statement Letter A* yang menyatakan komitmen para mitra bisnis untuk tidak memberikan hadiah/suap dan akan melaporkan apabila ada karyawan Perusahaan yang meminta hadiah/suap kepada mitra bisnis.



Theme Explanation Penjelasan Tema

Support from employees, communities and other stakeholders are crucial to the Company's growth. Therefore, PT Mitra Adiperkasa Tbk will always strive to improve environmental, social and governance (ESG) performance. So that the Company's activities will create a positive impact to the stakeholders, and support the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs).

Perusahaan tidak dapat bertumbuh tanpa dukungan karyawan, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, PT Mitra Adiperkasa Tbk akan senantiasa berupaya untuk meningkatkan kinerja lingkungan, sosial dan tata Kelola (ESG). Sehingga kinerja Perusahaan juga akan memberikan dampak positif kepada para pemangku kepentingan, serta mendukung tercapainya Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB).

About the Report Tentang Laporan

About the Sustainability Report Tentang Laporan Keberlanjutan

Reference for the Issuance of Sustainability Report

Acuan Penerbitan Laporan Keberlanjutan

1

Financial Services Authority Regulation (POJK) No.51/POJK.03/2017 concerning Implementation of Sustainable Finance for Financial Services Institutions, Issuers, and Public Companies

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No.51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik

2

Global Reporting Initiative (GRI) Standards 2021, with reference to the GRI Standards

Standar Global Reporting Initiative (GRI) 2021, dengan kesesuaian: *with reference to the GRI Standards*;

3

World Economic Forum (WEF) ESG disclosure matrix

Matriks pengungkapan ESG World Economic Forum (WEF)

Reporting Period, Scope, and Limits

This sustainability report is published annually. The previous report was published on May 31, 2022 (in compliance to relaxation provided by where the Financial Services Authority). This report contains information and data on sustainability performance for the period January 1, 2022 - December 31, 2022. In addition, this report presents consolidated data on the Company's Financial Statements, which have been audited by a Public Accounting Firm. Information on the sustainability performance scope covers all of MAPI's operations, with impact limitations presented in the discussion of each material topic. [2-2][2-3]

Periode, Cakupan dan Batasan Pelaporan

Laporan keberlanjutan ini diterbitkan setiap tahun. Laporan keberlanjutan sebelumnya diterbitkan pada 31 Mei 2022 (mengikuti ketentuan relaksasi dari Otoritas Jasa Keuangan yang berlaku saat itu). Laporan ini memuat informasi dan data kinerja keberlanjutan periode 1 Januari 2022 - 31 Desember 2022. Data yang berkaitan dengan Laporan Keuangan Perusahaan disampaikan sebagai konsolidasian, dan telah diaudit Kantor Akuntan Publik. Cakupan informasi kinerja keberlanjutan meliputi seluruh kegiatan operasi MAPI, dengan batasan dampak yang disampaikan dalam pembahasan masing-masing topik material. [2-2][2-3]

Report-Related Contact [2-3]
Kontak Terkait Laporan
Corporate Secretary

29th Floor, Sahid Sudirman Center
Jl. Jendral Sudirman Kav 86, Jakarta 10220
Telp: 021 5745908
Surel/Email: corporate.secretary@map.co.id

Feedback Form

We have included a Feedback Form at the end of the report, to accommodate readers in providing opinions, suggestions, and criticisms on this Report. The Company will follow up on any matters raised in the feedback form to improve the next report.

Lembar Umpan Balik

Kami menyertakan Lembaran Umpan Balik di bagian akhir Laporan untuk menyampaikan pendapat, saran maupun kritik atas Laporan ini. Perusahaan akan menindaklanjuti setiap hal yang disampaikan dalam lembar umpan balik, guna perbaikan laporan berikutnya.

Restatement and Independent Party Verification [POJK51-7]

This Report has not been verified by an independent party (external assurance), but all information and data contained have been authorized for release by the Board of Directors as the highest body of the Company's sustainability governance. Some restatements have been made in relation to the previous report as an adjustment to fulfill the provisions of POJK No.51/POJK.03/2017 and GRI Standards 2021. Further, we have included information on the Company's sustainability performance towards achieving the Sustainable Development Goals (SDGs), in accordance with the SDG Indicator Metadata of the Ministry of National Development Planning. [2-4][2-14][2-5]

Pernyataan Kembali (Restatement) dan Verifikasi Pihak Independen [POJK51-7]

Kami belum melakukan verifikasi pihak independen (*external assurance*) atas Laporan ini, namun seluruh informasi dan data dalam Laporan telah mendapatkan pengesahan Direksi sebagai badan tertinggi tata kelola keberlanjutan Perusahaan. Beberapa informasi dalam laporan periode sebelumnya telah dinyatakan kembali, sebagai penyesuaian atas pemenuhan ketentuan dalam POJK No.51/POJK.03/2017 dan GRI Standard 2021. Kami menyertakan informasi dukungan kinerja keberlanjutan Perusahaan pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB), sesuai Metadata Indikator TPB Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional. [2-4][2-14][2-5]

Material Topics

Topik Material

We continue to adjust material topics from our previous reports. The determination of material topics considers the results of discussions with internal and external stakeholders. These discussions were facilitated by an independent party acting as an expert team. Following from this, we have determined nine material topics according to the sustainability context. [3-1][3-2]

Kami melakukan penyesuaian topik material dari pelaporan sebelumnya. Penetapan topik material mempertimbangkan hasil diskusi dengan pemangku kepentingan internal maupun eksternal. Diskusi difasilitasi pihak independen yang bertindak sebagai tim ahli. Kami menetapkan sembilan topik material sesuai konteks keberlanjutan. [3-1][3-2]

Material Topic

Topik Material Pelaporan

Aspect	Material Topic	Importance of Material Topic
Economic Ekonomi	Economic performance	Kinerja ekonomi
	Direct economic value generated and distributed	Nilai ekonomi langsung diperoleh dan didistribusikan
Environmental Lingkungan	Energy consumption	Konsumsi energi
	Waste management	Pengelolaan limbah
Social Sosial	Training and HR Development	Pelatihan dan Pengembangan SDM
	Employee diversity	Keberagaman karyawan
	Social and community	Sosial dan kemasyarakatan
	Customer Health and Safety	Kesehatan dan keselamatan pelanggan

Material Topics, Scope of Impact, and Management [3-3]

Topik Material, Cakupan Dampak, dan Pengelolaan

Aspect Aspek	Material Topic Topik Material	Importance of Material Topic Pentingnya Topik Material	Impact Dampak					
			Internal	Eksternal				
				Government Pemerintah	Brand Principal	Community and Customers Masyarakat dan Pelanggan	Media	Shareholders and Investors Pemegang Saham dan Investor
Economic Ekonomi	Economic performance Kinerja ekonomi	Achievement of company financial performance Pencapaian kinerja keuangan perusahaan	•	•	•	•	•	•
Economic Ekonomi	Direct economic value generated and distributed. Nilai ekonomi dihasilkan dan Didistribusikan.	Value creation for stakeholders. Penciptaan nilai bagi pemangku kepentingan	•	•	•	•	•	•

Aspect Aspek	Material Topic Topik Material	Importance of Material Topic Pentingnya Topik Material	Impact Dampak					
			Internal	Eksternal				
				Government Pemerintah	Brand Principal	Community and Customers Masyarakat dan Pelanggan	Media	Shareholders and Investors Pemegang Saham dan Investor
Environmental Lingkungan	Energy consumption. Konsumsi energi.	Responsible use of natural resources promotes environmental sustainability. Penggunaan sumber daya alam yang bertanggung jawab mendukung keberlanjutan lingkungan.	•	•	•	•	•	
	Waste management. Pengelolaan limbah.	Waste management also maintains a clean and healthy environment. Pengelolaan limbah juga akan menjaga lingkungan tetap sehat dan bersih.	•	•	•	•	•	
Social Sosial	Training and HR development. Pelatihan dan Pengembangan SDM.	Employees are great asset that continue to be developed to ensure business continuity. Karyawan adalah aset besar yang terus dikembangkan untuk memastikan kesinambungan usaha.	•	•	•	•	•	
	Employee diversity. Keberagaman Karyawan.	Provide equal and nondiscriminatory opportunities. Menciptakan peluang yang setara dan tidak diskriminatif.	•	•	•	•	•	
	Social and community. Sosial dan Kemasyarakatan.	Contribute to the surrounding Community. Berkontribusi terhadap masyarakat sekitar.	•	•	•	•	•	
	Customer health and safety. Kesehatan dan keselamatan pelanggan.	An important factor in achieving the customer satisfaction. Faktor penting untuk meraih kepuasan Pelanggan.	•	•	•	•	•	

Stakeholder Engagement [POJK51-5.d] Pelibatan Pemangku Kepentingan

Good relationship and support from all stakeholders are needed to achieve sustainability. Therefore, all strategies and policies must be oriented to fulfilling the expectations and needs of respective stakeholders.

We have identified our main stakeholders by analyzing patterns of interaction and engagement with the Company's operational activities. We use various communication channels to interact with stakeholders and take in their aspirations, both formal and non-formal. This engagement process is essential to obtain feedback on the extent to which the Company has met the expectations of its stakeholders and created mutually beneficial relationships in the long term. [POJK51-5.d.1][2-29]

Keberlanjutan usaha Perusahaan tidak bisa dipisahkan dari hubungan baik dan dukungan seluruh pemangku kepentingan. Untuk menciptakan hal tersebut, setiap strategi dan kebijakan Perusahaan harus berorientasi kepada harapan dan kebutuhan masing-masing pemangku kepentingan.

Kami telah mengidentifikasi para pemangku kepentingan MAPI. Proses identifikasi dilakukan melalui analisis pola interaksi dan keterlibatan dengan kegiatan operasional dan Perusahaan. MAPI menggunakan beragam saluran komunikasi untuk berinteraksi dengan pemangku kepentingan dan menyerap aspirasi yang berkembang baik formal maupun non-formal. Proses pelibatan ini sangat penting untuk mendapatkan umpan balik sejauh mana Perusahaan telah memenuhi harapan para pemangku kepentingannya dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dalam jangka panjang. [POJK51-5.d.1][2-29]

Stakeholders, Key Topics, and Stakeholder Engagement Approach [POJK51-5.d.2][2-29]

Pemangku Kepentingan, Topik Utama dan Pendekatan Pelibatan Pemangku Kepentingan

Basis for Selection Dasar Pemilihan	Main Topics Topik Utama	Company Response Respon Perusahaan	Approach Pendekatan	
			Method Metode	Frequency Frekuensi
Shareholders and Investors Pemegang Saham dan Investor				
Highest body in the governance structure, who has the right and interest of obtaining returns from their investments. Bagian tertinggi dalam struktur tata kelola yang memiliki hak dan pihak yang berkepentingan mendapatkan hasil dari investasinya.	<ul style="list-style-type: none"> Compliance. Economic performance. Environmental, social and governance (ESG) management performance Kepatuhan. Kinerja ekonomi. Kinerja pengelolaan lingkungan, sosial, dan tata kelola (LST/ESG). 	Periodic reporting of Company performance. Pelaporan berkala kinerja Perusahaan.	General Meetings of Shareholders Rapat Umum Pemegang Saham	At least once a year or as needed Minimal satu tahun sekali, atau jika diperlukan
			Financial Report Laporan Keuangan	Quarterly; 1 st Semester; 9 Month; Annually Triwulan; Semester Pertama; 9 Bulan; Tahunan
			Annual Report Laporan Tahunan	Once a year Satu kali setiap tahun.
			Sustainability Report Laporan Keberlanjutan	
			Investor/Analyst Meeting Conference	As needed Sesuai kebutuhan
Customers and Consumers Pelanggan dan Konsumen				
Important for business growth. Penting bagi pertumbuhan Usaha.	<ul style="list-style-type: none"> Product quality. Brand, labeling, and product safety. Availability and price of products. Customer service Privacy policy and data security. Continuity of the products/stores. Kualitas produk. Merek, pelabelan, dan keamanan produk. Ketersediaan dan harga produk. Layanan pelanggan. Kebijakan privasi dan keamanan data. Keberlangsungan dari produk/gerai. 	<ul style="list-style-type: none"> Guaranteed product quality. Call Centre service. Provision of information via websites, social media, and online shopping services. Garansi terhadap kualitas produk. Layanan Call Centre. Menyediakan sarana informasi via website, media sosial, dan layanan belanja online. 	Establishing a customer service center Menyediakan customer service center.	Ongoing basis Terus menerus
			Interaction through our store employees. Interaksi melalui karyawan di gerai kami.	
			Offering attractive offers and loyalty programs. Menyediakan penawaran menarik dan loyalty program.	Ongoing basis Terus menerus

Basis for Selection Dasar Pemilihan	Main Topics Topik Utama	Company Response Respon Perusahaan	Approach Pendekatan	
			Method Metode	Frequency Frekuensi
Government and Regulatory Bodies Pemerintah dan Badan Regulasi				
Having the authority to issue regulations on the Company's field of business, taxation, and social and environmental responsibility (CSR) provisions. Sebagai yang berwenang menerbitkan regulasi terkait bidang usaha yang dijalankan Perusahaan, perpajakan, serta ketentuan terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL).	Compliance and fulfillment of obligations in keeping with applicable regulations. Kepatuhan dan pemenuhan kewajiban sesuai regulasi yang berlaku.	Complying with all regulations of the Government and regulatory bodies. Mematuhi setiap regulasi yang diberlakukan Pemerintah dan regulator.	Consult, coordinate or respond to relevant regulations. Melakukan konsultasi, koordinasi, dan respon untuk setiap hal terkait regulasi yang diberlakukan.	As needed Sesuai kebutuhan.
		Fulfilling obligations related to taxation, and corporate social responsibility (CSR). Pemenuhan kewajiban terkait perpajakan, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).	Payment of taxes Pembayaran pajak	Conduct payments in accordance with applicable tax provisions. Dilaksanakan sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku.
		Funding CSR activities Pembiayaan kegiatan CSR.	As needed Sesuai kebutuhan.	
Landlord Pemilik Bangunan				
Important in supporting the smooth running of the business as a store location provider. Penting dalam mendukung kelancaran usaha sebagai penyedia lokasi gerai.	Mutually beneficial store location/lease contract. Kontrak kerja sama / sewa menyewa lokasi gerai yang saling menguntungkan.	Ethical and responsible store management, and complying with the terms of the contract including prompt payment. Pengelolaan gerai secara etis dan bertanggung jawab, dan menaati ketentuan dalam kontrak termasuk ketepatan pembayaran.	Regular coordination meetings. Rapat koordinasi berkala.	As needed. Sesuai kebutuhan.

Basis for Selection Dasar Pemilihan	Main Topics Topik Utama	Company Response Respon Perusahaan	Approach Pendekatan	
			Method Metode	Frequency Frekuensi
Employees Pekerja				
Assets of the Company must be managed for the business sustainability. Aset Perusahaan yang harus dikelola demi keberlanjutan usaha.	Employment practices. Praktik ketenagakerjaan.	Implementing labor regulations. Menjalankan peraturan ketenagakerjaan.	Formulation of Collective Labor Agreement (CLA) or Company Regulation as a guideline in industrial relations between employees and management. Penyusunan Perjanjian Kerja Bersama (PKB) atau Peraturan Perusahaan sebagai pedoman bersama dalam hubungan industrial antara karyawan dan manajemen.	Renewed every two years Diperbaharui setiap dua tahun
	Employee welfare. Kesejahteraan karyawan.	Fulfillment of normative rights. Pemenuhan hak-hak normatif.	Providing a decent and safe workplace, and OHS facilities and infrastructure. Menyediakan tempat kerja layak dan aman, serta kelengkapan sarana dan prasarana K3.	
	Occupational health and safety. Kesehatan dan keselamatan kerja (K3).			
	Training and career development. Pelatihan dan pengembangan karir.	Competency development through regular education and training and performance appraisal as the basis for employee career development. Peningkatan kompetensi melalui pendidikan dan pelatihan regular serta Penilaian kinerja sebagai dasar pengembangan karir karyawan.	Internal and external training. Pelatihan secara internal maupun eksternal.	Ongoing basis Terus menerus
			Key Performance Indicator (KPI) based assessment. Penilaian berbasis Indikator Kinerja Utama (KPI).	Conducted periodically every mid and end of the year. Dilaksanakan berkala setiap pertengahan dan akhir tahun.

Basis for Selection Dasar Pemilihan	Main Topics Topik Utama	Company Response Respon Perusahaan	Approach Pendekatan	
			Method Metode	Frequency Frekuensi
Suppliers Pemasok				
Important in ensuring a smooth Business. Penting dalam mendukung kelancaran usaha.	Transparency of tenders and contracts. Transparansi tender dan kontrak kerja.	<ul style="list-style-type: none"> • Disclosure of information and tender process. • Timely payment according to the work contract. • Performance evaluation. • Keterbukaan informasi dan proses tender. • Pembayaran tepat waktu sesuai kontrak kerja. • Evaluasi kinerja. 	Periodic coordination and evaluation meetings. Rapat koordinasi dan evaluasi berkala.	As needed. Sesuai kebutuhan.
Principal (Brand Owner) Principal (Pemilik Merek)				
Important in ensuring a smooth Business. Penting dalam mendukung kelancaran usaha.	Long-term and sustainable cooperation, according to mutually agreed terms. Kerja sama jangka panjang dan berkelanjutan, sesuai ketentuan yang telah disepakati bersama.	Maintain superior performance and implement all cooperation agreements. Menjaga kinerja unggul dan menjalankan seluruh kesepakatan kerja sama.	To hold regular coordination meetings. Pertemuan dan koordinasi berkala.	As needed. Sesuai kebutuhan.
Community Komunitas/Masyarakat				
Community support, especially around store locations is one of the factors that contribute to the sustainability of the Company's business. Dukungan masyarakat terutama di sekitar gerai menjadi salah satu faktor yang turut mempengaruhi kesinambungan bisnis Perusahaan.	Building harmonious relationships with local communities and providing benefits to them. Membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat setempat, dan memberikan manfaat bagi mereka.	CSR activities include education, health, community empowerment, and environment. Kegiatan CSR meliputi pendidikan, kesehatan, pemberdayaan masyarakat, dan lingkungan.	Direct interactions with beneficiaries. Interaksi langsung dengan penerima manfaat.	As needed. Sesuai kebutuhan.
Media				
As a means of communication and information transparency. Sebagai sarana komunikasi, publikasi/ keterbukaan informasi.	Information transparency. Keterbukaan informasi.	Conveying information on economic performance and ESG management. Menyampaikan informasi terkait kinerja ekonomi dan pengelolaan LST/ESG.	Press releases. Siaran Pers. Media visits, public expose and press gatherings Kunjungan media, public expose, dan press gathering.	As needed. Sesuai kebutuhan.



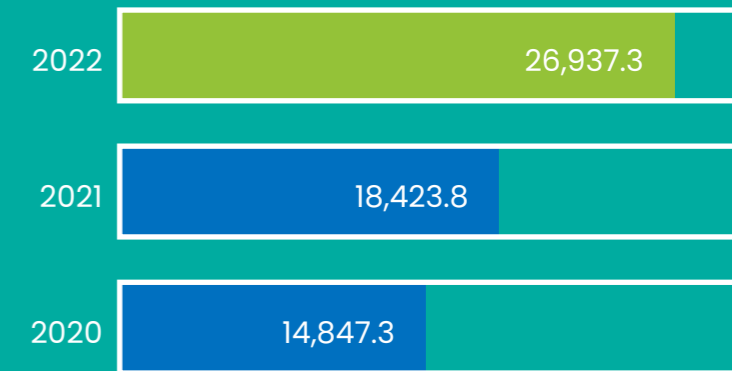


Economic Performance [POJK51-6.b]

Kinerja Ekonomi

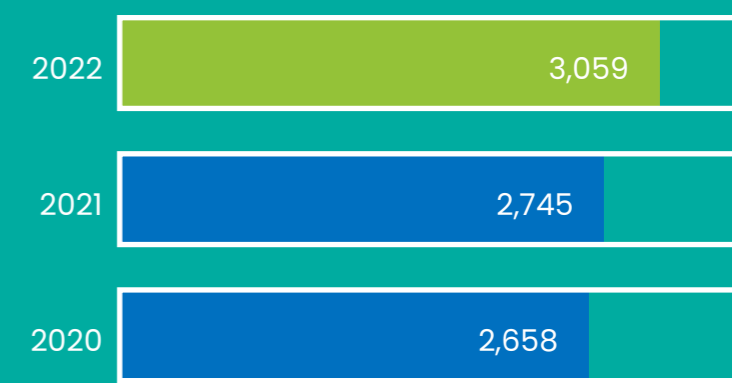
Net Revenues (In IDR Billion)

Pendapatan Bersih (Dalam Miliar Rupiah)



Number of Stores*

Jumlah Gerai



* Including Burger King, Domino's Pizza, and Asean Stores
Termasuk Burger King, Domino's Pizza, dan Gerai Asean

As the spread of COVID-19 came under control and the national economy recovered, PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) was also able to grow its economic performance. During 2022, the Company enhanced its operating income, thereby optimizing the economic value generated. In line with sustainability principles, we have distributed a portion of the economic value generated to stakeholders in accordance with their rights.

Sejalan dengan pulihnya ekonomi nasional dan terkendalinya pandemi COVID-19, PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI), mampu meningkatkan kinerja ekonominya. Selama tahun 2022 Perusahaan dapat meningkatkan pendapatan usahanya, sehingga mampu mengoptimalkan nilai ekonomi yang dihasilkan. Sejalan dengan penerapan keberlanjutan, kami mendistribusikan sebagian dari nilai ekonomi yang diperoleh kepada para pemangku kepentingan sesuai dengan hak mereka.

Economic Achievements of the Company [POJK51-6.b.1]

Pencapaian Kinerja Ekonomi Perusahaan



During 2022, we were able to record a positive performance. This outcome was the result of implementing several strategies to maintain our economic performance, including by using enhanced data analysis techniques on customer preferences to provide the most appropriate products. This in turn has increased net profit margins and optimized inventory movements. In addition, MAPI uses omni-channel marketing methods, where offline stores and online channels can be integrated. We constantly invest in technology to provide a better

Selama tahun 2022 kami mampu mencatatkan kinerja positif. Kondisi ini tidak terlepas dari upaya Perusahaan dalam menerapkan beberapa strategi untuk menjaga kinerja ekonomi, diantaranya dengan meningkatkan kemampuan dalam melakukan analisa data untuk mendapatkan preferensi pelanggan sehingga dapat menyediakan produk yang sesuai, sehingga dapat meningkatkan *margin* laba bersih serta mengoptimalkan pergerakan *inventory*. Di samping itu, MAPI menggunakan metode pemasaran *omni-channel*, dimana gerai

shopping experience for customers. Through this method, we provide one-stop shopping for a variety of lifestyle needs from world-renowned brands. This service makes it easier for customers to reach our products whenever and wherever they are.

offline dan kanal *online* dapat terintegrasi. MAPI senantiasa berinvestasi pada teknologi, sehingga dapat memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi para pelanggan. Melalui metode ini, kami menghadirkan *one-stop shopping* untuk beragam kebutuhan gaya hidup dari *brand* ternama dunia. Layanan ini mempermudah pelanggan untuk menjangkau produk kami kapanpun dan di manapun mereka berada.

In 2022, we managed to increase sales and grow operating profit despite the continuing enforcement of social distancing (PPKM) measures, even though no malls were closed as had happened in July and August 2021. In 2022, net revenue reached IDR26.9 trillion, recording a growth of 46.2% from 2021 of IDR18.4 trillion. Meanwhile, operating profit in 2022 reached IDR3,069.5 billion, an increase from 2021 of IDR1,221.7 billion. [201-2]

Kami berhasil meningkatkan penjualan, serta meningkatkan laba usaha meskipun pada tahun 2022 penerapan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) masih diberlakukan walaupun tidak terjadi penutupan mal seperti yang pernah terjadi pada bulan Juli dan Agustus 2021. Pendapatan bersih tahun 2022 mencapai Rp 26,9 triliun, tumbuh 46,2% dari tahun 2021 sebesar Rp18,4 triliun. Sedangkan laba usaha tahun 2022 mencapai Rp 3.069,5 miliar, meningkat dari tahun 2021 sebesar Rp1.221,7 miliar. [201-2]

In March 2022, the Company released 16.76% ownership in its associate entity, PT Sari Burger Indonesia to a third party with a selling price of Rp282.8 billion, so that the remaining 12.24% ownership of the Company was recorded as a financial asset of FVTOCI of which fair value on the date of disposal was Rp99 billion.

Di bulan Maret 2022, Perusahaan melepaskan 16,76% kepemilikan pada entitas asosiasi PT Sari Burger Indonesia kepada pihak ketiga dengan harga jual sebesar Rp282,8 miliar, sehingga sisa kepemilikan Perusahaan sebesar 12,24% dicatat sebagai aset keuangan pada FVTOCI yang nilai wajarnya pada tanggal pelepasan sebesar Rp99 miliar.

Economic Value Generated and Distributed Nilai Ekonomi Dihasilkan dan Didistribusikan

MAPI has distributed a portion of the economic value generated to stakeholders in keeping with their respective rights. During 2022, the Company was able to boost the consolidated economic value from operating revenues and operating profits that were entirely generated by sales. In this aspect, we did not receive any financial assistance from the Government. [20-1][201-4]

MAPI mendistribusikan sebagian dari nilai ekonomi yang dihasilkan, kepada para pemangku kepentingan sesuai dengan haknya masing-masing. Selama tahun 2022 Perusahaan mampu mengoptimalkan nilai ekonomi konsolidasian dari perolehan Pendapatan Usaha serta Laba Usaha yang seluruhnya berasal dari hasil penjualan. Kami tidak menerima bantuan finansial dari Pemerintah. [20-1][201-4]

Economic Value Generated and Distributed (IDR Million) [201-1]
Nilai Ekonomi Dihasilkan dan Didistribusikan (Rp Juta)

Item Uraian	2022	2021	2020
Economic Value Generated Nilai Ekonomi yang Dihasilkan			
Net Revenues Pendapatan Bersih	26,937,340	18,423,803	14,847,398
Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Economic Value Distributed			
Distributed to vendor, suppliers, and other operating expenses Didistribusikan kepada vendor, pemasok, dan untuk beban operasional lainnya	19,240,421	13,286,615	10,923,368
Distributed to employees as personnel costs Didistribusikan kepada karyawan sebagai biaya pegawai	2,871,890	2,142,758	2,451,731
Payment to Government (tax) Pembayaran kepada Pemerintah (pajak)	896,210	195,138	319,292
Income tax resitution received Penerimaan restitusi pajak penghasilan	(339,931)	(204,401)	(199,540)

Collaboration with MSMEs

MAPI's presence as an inclusive business also creates economic value to its business partners, including micro, small and medium enterprises (MSMEs). We have developed 'Alun Alun Indonesia' within the Seibu Department Store, as a retail concept to support the development and marketing of Indonesia's varied regional handicraft products and souvenirs. Each product in Alun Alun Indonesia has its own story. With this concept, the store is not only a shopping destination, but also a place to get to know Indonesian culture, reminisce, and recreate. In 2022, we collaborated with 119 MSMEs, representing an increase from 91 MSMEs in 2021.

Besides working with MSMEs, the Company's Department Store segment, which comprising of SOGO, Seibu, Galeries Lafayette, and TheFoodhall also worked closely with local brands. Overall, around 50% of the products in the Department Store segment originate from local brands.

Kerja Sama dengan UMKM

Keberadaan MAPI dengan inklusif bisnis yang dijalankan juga menciptakan nilai ekonomi kepada mitra usahanya yang di antaranya juga terhadap pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Kami mengembangkan 'Alun Alun Indonesia' di dalam konsep *Department Store* Seibu, sebagai konsep ritel yang dibuat untuk mendukung pengembangan dan pemasaran produk-produk cinderamata hasil kerajinan daerah di Indonesia. Setiap produk di Alun Alun Indonesia memiliki cerita masing-masing. Dengan konsep ini, keberadaan gerai tersebut tak hanya menjadi tujuan berbelanja, tapi juga merupakan tempat untuk mengenal budaya Indonesia, bernostalgia, dan berekreasi. Pada tahun 2022 kami bekerja sama dengan 119 UMKM, bertambah dari tahun 2021 sebanyak 91 UMKM.

Selain bekerja sama dengan UMKM, segmen *Department Store* Perusahaan, yakni SOGO, Seibu, Galeries Lafayette, dan TheFoodhall juga banyak bekerja sama dengan *brand* lokal. Secara keseluruhan, sekitar 50% dari produk di segmen *Department Store* berasal dari *brand* lokal.



The company also owns a subsidiary called Out Of Asia. This organization employs more than 3,000 artists from 4 regions (Bali, Java, Lombok, and Sumatra) and ships their products to more than 20 countries.

In 2022, the Company opened Coffee Experience Center at Starbucks Dewata in Bali. Our customers can experience coffee journey from fresh coffee beans, roasting, brewing and serving process which can be enjoyed immediately in one place. Coffee farmers around the Coffee Experience Center, who receive guidance from the Starbucks Farmer Support Center, can supply the coffee beans they harvest directly to Starbucks Dewata store. The fresh coffee beans will be roasted by one of the 8 baristas who have received a Coffee Roaster certificate from Starbucks, which can only be obtained after participation in rigorous 2-month training program. The roasted beans are immediately grounded, brewed and served to the customer.

Perusahaan juga memiliki anak perusahaan bernama Out Of Asia. Perusahaan ini mempekerjakan lebih dari 3.000 seniman dari 4 daerah (Bali, Jawa, Lombok, dan Sumatera) dan mengirimkan produk-produk mereka ke lebih dari 20 negara.

Pada tahun 2022, Perusahaan juga membuka *Coffee Experience Center* pada Starbucks Dewata di Bali. Pelanggan kami dapat menyaksikan perjalanan kopi dari biji kopi yang masih segar, proses penyangraian, penyeduhan dan penyajian yang dapat segera dinikmati dalam satu tempat. Petani kopi di sekitar *Coffee Experience Center*, yang mendapat panduan dari Starbucks *Farmer Support Center*, dapat menjual biji kopi yang mereka panen langsung ke gerai Starbucks Dewata. Biji kopi segar tersebut akan disangrai oleh salah satu dari 8 orang barista yang telah mendapatkan sertifikat *Coffee Roaster* dari Starbucks, dibutuhkan program pelatihan ketat selama 2 bulan untuk mendapatkan sertifikat ini. Biji yang sudah di sangrai tersebut akan segera ditumbuk, diseduh, dan disajikan kepada pelanggan.



Social Performance

[POJK51-6.c]

Kinerja Sosial

48%

Percentage Female Employee
Persentase Karyawan Perempuan

21.4 Hours/Employee
Jam/Karyawan

Average Training Hours
Rerata Jam Pelatihan

7

Rumah Belajar Anak Bintang
(RAJAB)

PT Mitra Adiperkasa Tbk's social management commitment is realized through the support provided to stakeholders, especially employees, customers and the community. This is translated to a number of programs and activities that are carried out sustainably, including social responsibility (CSR).

Komitmen pengelolaan sosial PT Mitra Adiperkasa Tbk diwujudkan melalui dukungan yang diberikan kepada para pemangku kepentingan, terutama karyawan, pelanggan, serta masyarakat. Hal tersebut direalisasikan dalam sejumlah program dan kegiatan yang dijalankan berkelanjutan, termasuk tanggung jawab sosial (CSR)

Employment Practices [POJK51-6.c.2]

Praktik-Praktik Ketenagakerjaan

The Company's employment practices adhere to applicable regulations, including Law (UU) Number 13 of 2013 concerning Manpower, as well as Government Regulation in Lieu of Law (Perppu) Number 2 of 2022 Job Creation, which revised Law Number 11 of 2020 Job Creation.

Perusahaan menerapkan praktik-praktik ketenagakerjaan dengan mengacu pada regulasi yang berlaku, di antaranya Undang-Undang (UU) No.13 Tahun 2013 tentang Ketenagakerjaan, serta Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja, pengganti UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.



Information on Employees [POJK51-3.c.2]

As of 2022, in total there were 24,896 employees, consisting of 52% male and 48% female, which include permanent worker and non-permanent worker. [2-7] [2-8]

Informasi Mengenai Karyawan [POJK51-3.c.2]

Pada tahun 2022 jumlah karyawan terdiri dari 24.896 orang, terdiri dari 52% laki-laki dan 48% perempuan yang di dalamnya terbagi menjadi karyawan permanen dan tidak permanen. [2-7] [2-8]

Total Employees by Gender [POJK51-3.c.2][2-7]

Jumlah Karyawan Berdasar Gender

Year Tahun	Male Laki-laki		Female Perempuan		Total Jumlah	
	Total Jumlah	%	Total Jumlah	%	Total Jumlah	%
2022	13,005	52	11,891	48	24,896	100
2021	11,094	53	9,665	47	20,759	100
2020	11,905	57	8,862	43	20,767	100

Total Employees by Gender and Employment Status [POJK51-3.c.2][2-7]

Jumlah Karyawan Berdasar Gender dan Status Kepegawaian

Employment Status Status Kepegawaian	2022			2021			2020		
	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah
Permanent Employees Karyawan Tetap	4,946	4,648	9,594	4,428	3,953	8,381	4,941	3,786	8,727
Non-permanent Employees Karyawan Tidak Tetap	8,059	7,243	15,302	6,666	5,712	12,378	6,964	5,076	12,040
Total Jumlah	13,005	11,891	24,896	11,094	9,665	20,759	11,905	8,862	20,767

Total Employees by Age Group and Gender [POJK51-3.c.2]

Jumlah Karyawan Berdasarkan Kelompok Usia dan Gender

Age Group Kelompok Usia	2022			2021			2020		
	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah
< 21	851	988	1,839	590	622	1,212	983	968	1,950
21 – 30	8,663	7,848	16,511	7,474	6,607	14,081	8,317	6,063	14,379
31 – 40	2,440	2,065	4,505	2,066	1,608	3,674	1,828	1,255	3,083
41 – 50	804	818	1,622	765	680	1,445	618	460	1,078
51 – 56	209	141	350	173	127	300	142	97	239
> 56	38	31	69	26	20	46	19	19	37
Total Jumlah	13,005	11,891	24,896	11,094	9,665	20,759	11,905	8,862	20,767

Total Employees by Education [POJK51-3.c.2][2-4]

Jumlah Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Education Tingkat Pendidikan	2022	2021	2020
Elementary, Middle or High School SD, SMP atau SMA	20,350	17,192	17,664
Diploma	952	1,036	944
Graduate Sarjana	3,453	2,398	2,056
Postgraduate Pascasarjana	141	132	103
Total Jumlah	24,896	20,759	20,767

Total Employees by Gender and Position [POJK51-3.c.2]

Jumlah Karyawan Berdasarkan Gender dan Tingkat Jabatan

Position Tingkat Jabatan	2022			2021			2020		
	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah
Staff – Assistant Manager	12,574	11,358	23,932	10,742	9,246	19,988	11,578	8,512	12,090
Manager – Sr. Division Manager	353	441	794	278	341	619	267	284	551
General Manager – Group Chief Head	77	91	168	74	76	150	59	66	125
Group CEO – Group CFO	1	1	2	1	1	2	1	1	2
Total Jumlah	13,005	11,891	24,896	11,094	9,665	20,759	11,905	8,862	20,767

For certain positions of employees, we prioritize the recruitment of local workers in the city where the stores are located. In 2022 the company hired 9,992 new employees, while the turnover rate for the year was 13.95%

Equal Employment Opportunity and Prevention of Forced and Child Labor [POJK51-6.c.2a]

The Company provides equal opportunity for anyone to join the organization through transparent recruitment process with respect to diversity: regardless of gender, religion, race, nationality or ethnicity, cultural background, social group, disability, marital status, age, or political opinion. Decisions related to hiring, promotion and other matters are based solely on employee qualifications and eligibility. [405-1]

Moreover, the Starbucks Signing Store provides opportunities for the hearing and speech-impaired to develop their potential. The Tata Puri Starbucks store, located in Kebon Melati, Tanah Abang, Central Jakarta, is designed with inclusivity and accessibility in mind, with two-thirds of its employees, including 6 baristas, coming from the hearing and speech-impaired community. In this regard, Starbucks Tata Puri customers can be served using sign language. For customers who cannot use sign language can still order their favorite F&B products at the store through writing tablets provided.

MAPI endeavors to create an inclusive work environment, and provide the best possible opportunity for employees to develop their potential, which will also create improvement to the Company. Furthermore, women also fill senior and important roles in the Company, including the Board of Commissioners and Board of Directors.

Untuk karyawan pada level tertentu, kami mengutamakan penyerapan penduduk lokal dari kota di mana tempat gerai kami berada. Pada tahun 2022 perusahaan merekrut 9.992 karyawan baru, sedangkan tingkat *turnover* pada tahun 2022 adalah 13,95%

Kesetaraan Kesempatan Bekerja serta Pencegahan Pekerja Paksa dan Pekerja Anak [POJK51-6.c.2a]

Perusahaan memberikan kesempatan setara kepada setiap individu untuk bekerja di MAPI dengan menjalani proses rekrutmen yang terbuka dan memperlihatkan keberagaman: tanpa membedakan latar belakang, gender, agama, ras, kebangsaan atau suku, latar belakang budaya, kelompok sosial, keterbatasan, status perkawinan, usia, ataupun opini politik. Keputusan terkait dengan perekrutan, promosi dan hal lainnya semata-mata berdasarkan kualifikasi dan kelayakan karyawan. [405-1]

Selain itu, melalui Starbucks *Signing Store* kami memberikan kesempatan kepada masyarakat tuna rungu dan tuna wicara untuk mengembangkan potensi dirinya. Gerai Starbucks Tata Puri yang terletak di kawasan Kebon Melati, Tanah Abang, Jakarta Pusat ini dirancang dengan menitikberatkan pada inklusivitas serta aksesibilitas, di mana 2/3 karyawannya, termasuk 6 orang barista berasal dari komunitas tuna rungu dan tuna wicara. Dengan demikian para pelanggan di Starbucks Tata Puri akan dilayani menggunakan bahasa isyarat oleh para barista tuna rungu dan barista tuna wicara. Bagi para pelanggan yang tidak dapat menggunakan bahasa isyarat tetap dapat memesan produk F&B favoritnya di *Signing Store* menggunakan perangkat tablet menulis yang telah disediakan.

MAPI menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, memberi kesempatan seluas-luasnya bagi seluruh karyawan untuk terus mengembangkan potensi yang dimiliki demi kemajuan Perusahaan. Komitmen tersebut ditunjukkan melalui keberadaan perempuan yang mengisi posisi-posisi tinggi dan penting dalam Perusahaan seperti di jajaran Dewan Komisaris maupun Direksi.

In compliance to the Labor Law, the minimum age of employees is 17 years old, therefore there is no child labor in the Company. Implementation of working hours in the company is also in line with the Labor Law, where compensation is given for excess working hours (overtime pay) and no forced labor practices are tolerated. Furthermore, employees may also refuse to work beyond the specified hours by submitting valid reasons to management.

All work regulations are available in written documents, namely the collective labor agreement (CLA) or Company Regulations (PP) for some subsidiaries. The CLA and PP are renewed every 2 years, with the current documents which will be expired in 2023. CLA renewal is discussed between Company and employee representatives (Employee Forum). On the other hand, PP formulation is discussed by each subsidiary that utilize PP, such as Garindo, it has a bipartite cooperation body to provide inputs and/or suggestions to the Company. [2-30]

Percentage of Employee Remuneration to Minimum Wage [POJK51-6.c.2.b]

The Company has internal provisions governing employee remuneration. There were no employees paid below the minimum wage set by the government. Every year, all employees undergo performance appraisal that determine their future remuneration. The appraisals were executed through an integrated Human Capital system, employees conduct a self-assessment for the first stage, which is later calibrated with the assessment of their leaders. Furthermore, adjustments to employee remuneration are made by taking into account changes in the prescribed minimum wage and the outcomes of individual performance appraisals. [405-2][404-3]

The remuneration is composed of various elements such as basic salary and allowances that are

Sesuai UU Ketenagakerjaan, batas minimal usia karyawan adalah 17 tahun, sehingga tidak ada karyawan yang merupakan pekerja anak. Perusahaan memberlakukan jam kerja sesuai UU Ketenagakerjaan, dan memberikan kompensasi imbal jasa pekerjaan untuk setiap kelebihan jam kerja (upah lembur), sehingga tidak ada praktik-praktik kerja paksa maupun pemaksaan kerja. Karyawan juga dapat menolak bekerja melebihi jam kerja yang ditetapkan, dengan menyampaikan alasan kepada manajemen.

Seluruh peraturan kerja tertuang pada dokumen tertulis yaitu perjanjian kerja bersama (PKB) atau Peraturan Perusahaan (PP) untuk beberapa anak perusahaan. PKB dan PP diperbaharui setiap 2 tahun sekali, dimana PKB dan PP yang berlaku saat ini akan berakhir pada tahun 2023. Perpanjangan PKB didiskusikan bersama antara perwakilan perusahaan dan perwakilan karyawan (Forum Karyawan). Walaupun, perancangan PP tidak dilakukan diskusi bersama, namun masing-masing anak perusahaan yang menggunakan PP seperti Garindo memiliki lembaga kerja sama bipartit yang dapat memberikan masukan dan/atau saran kepada perusahaan pada saat perancangan PP. [2-30]

Persentase Remunerasi Karyawan Terhadap Upah Minimum [POJK51-6.c.2.b]

Perusahaan memiliki ketentuan internal yang mengatur imbal jasa pekerjaan (remunerasi) karyawan. Tidak ada karyawan yang dibayar dibawah upah minimum yang ditetapkan pemerintah. Setiap tahun, seluruh karyawan mendapat evaluasi kinerja yang akan berpengaruh terhadap remunerasi masing-masing karyawan. Penilaian ini dilakukan melalui sistem *Human Capital* yang terintegrasi, masing-masing karyawan akan melakukan penilaian pribadi, yang nantinya akan dikalibrasi dengan penilaian pimpinan masing-masing. Kami melakukan penyesuaian remunerasi karyawan, dengan mempertimbangkan perubahan upah minimum yang ditetapkan pemerintah daerah dan hasil penilaian kinerja masing-masing karyawan. [405-2][404-3]

Komponen remunerasi karyawan terdiri atas gaji pokok dan tunjangan yang dibedakan sesuai

differentiated according to the position level. Benefits offered to employees include *BPJS Kesehatan*, *BPJS Ketenagakerjaan*, health insurance, holiday allowance (THR), and employee discounts. [401-2]

Decent and Safe Working Environment [POJK51-6.c.2.c]

As a retail company, MAPI has a low risk of occupational accidents. Most of our stores are located in commercial buildings and shopping centers, therefore the application of Occupational Health and Safety (OHS) and a proper and safe working environment is integrated with the building management. In this regard, we conduct OHS readiness checks and inspect the supporting equipment regularly together with the building management. This also covers OHS-related training such as fire and earthquake evacuation drills.

dengan tingkat jabatannya. Tunjangan yang diberikan kepada seluruh karyawan meliputi BPJS Kesehatan, BPJS Ketenagakerjaan, asuransi kesehatan, Tunjangan Hari Raya (THR), serta diskon karyawan. [401-2]

Lingkungan Bekerja yang Layak dan Aman [POJK51-6.c.2.c]

Sebagai perusahaan ritel, MAPI memiliki risiko kecelakaan kerja yang rendah. Sebagian besar gerai kami berlokasi di gedung komersial maupun pusat perbelanjaan, sehingga penerapan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3), serta lingkungan kerja yang layak dan aman, dilaksanakan terintegrasi dengan pengelola gedung. Secara berkala kami bersama pengelola gedung melakukan pemeriksaan kesiapan K3, termasuk peralatan pendukung. Selain itu, bersama pengelola gedung kami juga melakukan pelatihan terkait K3 seperti Latihan evakuasi kebakaran dan gempa bumi.



MAPI is committed to maintain employee health and safety. The OHS policy is regulated in the CLA, which has the following provisions:

- Every employee is obliged to safeguard their personal safety and other employees and must wear safety equipment provided by the Company, as well as comply with all provisions regarding work safety.

MAPI juga berkomitmen menjaga kesehatan dan keselamatan karyawan. Kebijakan Perusahaan terkait K3 diatur dalam PKB. Ketentuan terkait K3 yang diatur dalam PKB, antara lain:

- Setiap karyawan wajib menjaga keselamatan dirinya dan karyawan lainnya dan wajib memakai alat-alat keselamatan yang telah disediakan oleh Perusahaan, serta mematuhi ketentuan-ketentuan mengenai keselamatan kerja dan perlindungan kerja yang berlaku.

- Employees must report all safety hazards discovered to the Head of the Working Unit or superiors for immediate follow-up. During 2022, there were no reports of potential safety hazards by employees.
- Furthermore, the company ensures that all outlets have fire extinguishers, evacuation routes and assembly points, as well as access to toilets and clean water.

The work environment is equipped with various facilities to ensure employee safety and security, such as clinic, training rooms, pantry, prayer rooms, meeting rooms, running tracks in the office for health purposes; breastfeeding rooms, and libraries. For higher risk operations such as our manufacturing company PT Mitra Garindo Perkasa, a more stringent health and safety SOPs were prepared:

1. Implementing HIRAC (hazard identification, risk analysis, and risk control);
2. Establishing an occupational safety committee;
3. Providing personal protective equipment;
4. Providing occupational safety training;
5. Creating work safety regulations, standard operating procedures (SOPs), and warning signs.

Overall, during 2022 OHS has been implemented well, with no work accidents being recorded throughout the year.

Employee Training and Development [POJK51-6.c.2.d]

More than 80% of MAPI employees have elementary/middle/high school diplomas. Providing training can help our employees to become experts in their work, enhancing the customer's shopping experience, as well as opening our employees' career opportunities. In 2022 we organized the following training programs:

- Apabila karyawan menemukan hal-hal yang dapat membahayakan keselamatan, karyawan harus melaporkan kepada Pimpinan Unit Kerja atau atasannya untuk ditindaklanjuti secepatnya. Selama tahun 2022 tidak ada laporan yang disampaikan karyawan terkait hal-hal yang dapat membahayakan keselamatan.
- Selain itu, perusahaan juga memastikan seluruh gerai memiliki alat pemadam kebakaran, rute evakuasi dan titik kumpul, serta akses terhadap toilet dan air bersih.

Perusahaan melengkapi lingkungan kerja dengan berbagai fasilitas yang ditujukan untuk mendukung rasa aman, dan keselamatan karyawan, di antaranya ruang klinik; ruang pelatihan; ruang makan; ruang ibadah; ruang rapat; lintasan lari di kantor untuk menjaga kesehatan karyawan; ruang menyusui; dan perpustakaan. Untuk operasi yang memiliki risiko kerja yang lebih tinggi seperti perusahaan manufaktur kami yaitu PT Mitra Garindo Perkasa, dibutuhkan SOP kesehatan dan keselamatan kerja yang lebih ketat seperti:

1. Melaksanakan HIRAC (*hazard identification, risk analysis, and risk control*);
2. Membentuk komite keselamatan kerja;
3. Menyediakan alat pelindung diri;
4. Menyediakan pelatihan keselamatan kerja;
5. Menyediakan peraturan, standar operasional prosedur (SOP), dan rambu peringatan keamanan kerja.

Secara keseluruhan, Perusahaan telah dapat menerapkan K3 dengan baik selama tahun 2022. Tidak ada peristiwa kecelakaan kerja yang tercatat sepanjang tahun 2022.

Pelatihan dan Pengembangan Kompetensi Karyawan [POJK51-6.c.2.d]

Lebih dari 80% karyawan MAPI merupakan lulusan SD/SMP/SMA. Memberikan pelatihan berkualitas dapat membantu karyawan kami untuk menjadi ahli di bidang pekerjaannya, sehingga meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan, sekaligus membuka jalur karir karyawan. Pada tahun 2022 kami menyelenggarakan program pelatihan melalui:

- MAP Retail Academy, focusing on soft skills and certification preparation.
- Online training platform.
- Training from SBU.

- MAP Retail Academy, yang berfokus pada *soft skill* dan persiapan sertifikasi.
- *Online training platform*.
- Pelatihan dari SBU.



MAP Retail Academy was established as a retail training center in Indonesia based on international curriculum standards, such as the Australian Retailers Association which has also been registered with the National Professional Certification Agency (BNSP). The Academy offers various training programs for the organization's human capital needs. For example, in 2022 the Academy launched the MAP Internal Development Program (MIND), which aims to provide additional knowledge and skills to potential Store Supervisors and Area Managers, so that they are prepared to handle a wider scope of responsibilities. Therefore, in case of promotions, these individuals would be ready to take on their new roles. The MAP Retail Academy also provides training on new systems and technologies at the company, such as Microsoft 365 training and use of the integrated Human Capital system.

MAP Retail Academy dibentuk sebagai pusat pelatihan ritel di Indonesia berdasarkan standar kurikulum internasional, seperti Australian Retailers Association yang juga telah terdaftar di Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). MAP Retail Academy menyediakan berbagai program pelatihan yang dapat menunjang kebutuhan *Human Capital* dari Perusahaan. Sebagai contoh, pada tahun 2022, MAP Retail Academy meluncurkan MAP Internal Development Program (MIND). Program ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan tambahan kepada para *Store Supervisor* dan *Area Manager* potensial, agar mereka siap untuk menangani lingkup tanggung jawab yang lebih luas, sehingga apabila mereka mendapatkan promosi, mereka akan siap untuk mengemban tugas baru ini. MAP Retail Academy juga memberikan pelatihan mengenai sistem dan teknologi baru yang diterapkan oleh perusahaan, seperti pelatihan Microsoft 365 dan pelatihan penggunaan sistem *Human Capital* terintegrasi.



Our employees are expected to have sufficient knowledge and skills to serve customers. SBU trainings conducted online and offline (hybrid) ensure that employees have sufficient product knowledge and communication skills, and are able to operate the various store systems or respective point of sales. Internal training can be conducted in the head office training room, or in stores. Internal trainer team frequently collaborates with brand principals or with 3rd parties in carrying out the training. For example, to meet the human capital needs of Signing Store Tata Puri, we collaborate with Pusbisindo (Indonesian Sign Language Center) and Gerkatin (*Gerakan Untuk Kesejahteraan Tuna Rungu Indonesia*) to translate Starbucks Experience training modules into Sign Language, so that materials such as coffee communication, coffee brewing, and other technical training materials can be delivered to hearing and speech-impaired colleagues. It takes approximately 2.5 months of intensive training from recruitment until the new employee is deemed ready to serve customers at the Signing Store, Tata Puri, Central Jakarta.

Perusahaan memastikan bahwa para karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk melayani pelanggan. Pelatihan-pelatihan dari SBU yang dilaksanakan secara *online* dan *offline* (*Hybrid*) memastikan karyawan kami memiliki *product knowledge* dan kemampuan berkomunikasi yang cukup, serta dapat mengoperasikan sistem-sistem di gerai atau masing-masing *point of sales* kami. *Training* internal dapat dilakukan di ruang training kantor pusat, maupun di gerai. *Training* ini juga sering dilaksanakan bekerja sama dengan *brand principals* atau bekerja sama dengan pihak ke-3. Sebagai contoh, untuk memenuhi kebutuhan *human capital* di gerai *Signing Store* Tata Putri, kami bekerja sama dengan Pusbisindo (Pusat Bahasa Isyarat Indonesia) dan Gerkatin (*Gerakan Untuk Kesejahteraan Tuna Rungu Indonesia*) untuk menerjemahkan modul-modul pelatihan Starbucks Experience ke dalam Bahasa Isyarat, agar materi-materi seperti *coffee communication*, *coffee brewing*, dan materi pelatihan-pelatihan teknis lainnya bisa disampaikan kepada rekan-rekan tuna rungu dan tuna wicara. Dibutuhkan pelatihan intensif selama kurang lebih 2,5 bulan dari perekrutan, sampai karyawan baru tersebut kami anggap siap untuk melayani pelanggan di gerai *Signing Store*, Tata Puri, Jakarta Pusat.



This year, we also launched a Learning Experience Platform that is integrated with the Human Capital system. All training modules delivered by the MAP Retail Academy or Internal Team (as per SBU) can be accessed and relearned by each employee.

Pada tahun ini, kami juga meluncurkan *Learning Experience Platform* yang terintegrasi dengan sistem *Human Capital*. Seluruh modul pelatihan yang telah dibawakan oleh MAP Retail Academy atau Tim Internal (sesuai SBU), dapat diakses dan dipelajari kembali oleh masing-masing karyawan.

During 2022, the total training hours were 533,508 hours, and total employees were 24,896. Average training time per employee was 21.4 hours. [404-1]

Secara total, durasi pelatihan pada tahun 2022 adalah 533.508 jam pelatihan, dengan jumlah karyawan sebagai total adalah 24.896 orang, sehingga rata-rata waktu pelatihan total per karyawan adalah 21,4 jam. [404-1]

Average Training Hours of PT Mitra Adiperkasa Tbk Employees
Rerata Pelatihan Karyawan PT Mitra Adiperkasa Tbk

Item Keterangan	2022			2021			2020		
	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Laki-laki	Female Perempuan	Total Jumlah
Total Training Hours Jumlah Jam Pelatihan	322,009	211,499	533,508	384,149	289,796	673,945	265,851	192,513	458,364
Total Employees Jumlah Karyawan	13,005	11,891	24,896	11,094	9,665	20,759	11,905	8,862	20,767
Average Training Hours Per Employee Rerata Jam Pelatihan Per Karyawan	24.8	17.7	21.4	34.6	30.0	32.5	22.3	21.7	22.1

Total Participation at Hybrid Session

Jumlah Partisipasi Pelatihan Sesi Hybrid

Segment Segmen	Participants Peserta
Specialty Stores (Fashion, Active, and Digital)	2,791
Department Stores	2,243
Food and Beverage	594
Others	212
Strategic Function Unit (SFU)	539
Total	6,379

Total Access of Learning Experience Platform

Jumlah Akses Learning Experience Platform

Segment Segmen	Participants Peserta
Specialty Stores (Fashion, Active, and Digital)	30,171
Department Stores	7,685
Food and Beverage	34,157
Others	6,082
Strategic Function Unit (SFU)	1,157
Total	79,252



Responsibility for Products [POJK51-6.f]

Tanggung Jawab Produk

Evaluation of Customer Health and Safety [POJK51-6.f.2]

Ensuring product safety is crucial to ensure customers' satisfaction. MAPI sources its products from world-renowned brand principals who have a strict quality control (QC) process that enforces the health and safety of the products, such as:

1. INDITEX "Clear to Wear" that regulates the use of chemical compounds in products;
2. INDITEX "Safe to Wear" that regulates product safety standards.
3. ISO 9001, ISO 9004, and ISO 19011 owned by Diadora to regulate product safety.

Evaluasi Keselamatan dan Kesehatan Pelanggan [POJK51-6.f.2]

Salah satu faktor penting yang kami ingin pastikan untuk mencapai pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan adalah melindungi kesehatan dan keselamatan pelanggan. MAPI mendapatkan seluruh produknya dari *brand principal* ternama dunia yang memiliki proses *quality control* (QC) yang ketat sebelum mengirimkan produk-produknya kepada kami untuk memastikan keamanan produknya dengan memberlakukan standar-standar seperti:

1. INDITEX "Clear to Wear" yaitu menentukan penggunaan senyawa kimia dalam produknya;
2. INDITEX "Safe to Wear" yang mengatur standar keamanan produk.
3. ISO 9001, ISO 9004, dan ISO 19011 yang dimiliki oleh Diadora untuk mengatur keamanan produknya.

Furthermore, MAPI ensures that the products or services comply with local standards and regulations which include:

1. Owning certificate of standards for all our F&B stores
2. Owning the processed food safety management system certificate at F&B stores
3. ISO 22000:2018 Food Safety Management System for Krispy Kreme, Cold Stone, and Domino's Pizza
4. Acquiring BPOM distribution license for all cosmetics, food, and beverage products.
5. Acquiring the SNI certificate for all mandatory products, such as children's toys.
6. Applying strict health protocols with the shopping center management, when social distancing measures are in place

The fulfillment of these standards is evaluated on a periodic basis and conducted in cooperation with independent parties and standard-assessing institutions. Based on the evaluation in 2022, we have met all requirements of all relevant regulations. All policies implemented by MAPI to ensure customer health and safety have worked well. During 2022, we did not receive any reports of incidents that endanger customer health and safety.

Managing Impacts of Products [POJK51-6.f.3]

MAPI sources its products from responsible entities. The majority of our brand principals have a supplier code of conduct that must be fulfilled by their suppliers or third party factories. The code contains social standards such as zero forced or child labor, as well as environmental standards such as compliance to environmental regulations.

MAPI plays a role in distributing products through its retail network. Partnering with brand principals that value the importance of sustainability is important for us.

Selain itu, MAPI memastikan bahwa produk-produk tersebut telah memenuhi standar dan ketentuan yang berlaku seperti:

1. Memiliki sertifikat standar untuk seluruh gerai F&B kami
2. Memiliki sertifikat pemenuhan standar sistem manajemen keamanan pangan olahan di sarana peredaran
3. Memiliki ISO 22000:2018, Manajemen Keamanan Pangan untuk *central kitchen* Krispy Kreme, Cold Stone dan Domino's Pizza
4. Mendapatkan izin edar dari BPOM untuk seluruh produk kosmetik, makanan, dan minuman
5. Mendapatkan sertifikat SNI untuk seluruh produk wajib SNI, seperti mainan anak-anak
6. Menjalankan protokol kesehatan yang ketat bersama dengan pihak mall selama pemberlakuan PPKM

Secara berkala kami melakukan evaluasi terhadap pemenuhan standar yang berlaku. Evaluasi dilakukan bersama pihak independen maupun lembaga penerbit standar. Dari evaluasi yang dilakukan pada tahun 2022, kami telah memenuhi persyaratan standar yang berlaku. Kebijakan yang diambil MAPI untuk memastikan kesehatan dan keselamatan pelanggan telah berjalan baik. Sepanjang tahun 2022, kami tidak menerima laporan adanya insiden yang berdampak pada kesehatan dan keselamatan pelanggan.

Pengelolaan Dampak dari Produk [POJK51-6.f.3]

MAPI mendapatkan produknya dari sumber yang bertanggung jawab. Mayoritas dari *brand principal* memiliki *supplier code of conduct* yang harus dipenuhi oleh seluruh pemasok dan pabrik rekanan mereka. Dokumen tersebut memiliki standar sosial seperti tidak ada pekerja paksa dan pekerja anak, serta standar sosial seperti mematuhi seluruh peraturan-peraturan lingkungan yang berlaku di lokasi mereka beroperasi.

MAPI berperan dalam mendistribusikan produk secara melalui jaringan ritelnya. Bermitra dengan *brand principal* yang menghargai aspek keberlanjutan sangat penting bagi kami.

Equal Service to Consumers

Layanan Setara Kepada Konsumen [POJK51-6.c.1]



We treat all our customers equally. Our store employees will serve all visitors, including those with special needs. The company opened Starbucks signing store, in Tata Puri building, Kebon Melati, Tanah Abang, Central Jakarta. The store provides hearing-impaired community space to gather, socialize, and connect with each other. Customers at this Starbucks Community Store are served by hearing-impaired baristas, however for customers who are unfamiliar with sign language can use writing tablets to order food and beverage. During 2022, we did not receive any complaints or grievances related to discrimination against customers and shoppers.

Kami memperlakukan semua pelanggan secara setara. Karyawan gerai kami akan melayani semua pengunjung, termasuk mereka yang berkebutuhan khusus. Perseroan membuka Signing Store Starbucks, di gedung Tata Puri, Kebon Melati, Tanah Abang, Jakarta Pusat. Gerai tersebut juga menyediakan ruang kepada komunitas tuna rungu untuk berkumpul, bersosialisasi, dan terhubung satu sama lain. Pelanggan di Starbucks Community Store ini dilayani oleh barista dengan gangguan pendengaran, namun pelanggan yang tidak terbiasa dengan bahasa isyarat dapat menggunakan tablet tulis untuk memesan makanan dan minuman. Selama tahun 2022, kami tidak menerima keluhan atau pengaduan terkait diskriminasi terhadap pelanggan dan pembeli.

Information Security and Customer Privacy

Keamanan Informasi dan Privasi Pelanggan

The Company has built an extensive network, therefore most of its communications, data storage, and transactions are controlled by information technology (IT) systems. MAPI's IT system consists of secure networks, servers, and data storage infrastructure that is certified as an ISO 27001:2013 Information Security Management System tier-3 data center, and has a dedicated secondary data center for the Disaster Recovery. We conduct IT vulnerability test on a regular basis to detect any potential system disruptions and security threats in

Perusahaan memiliki jaringan yang luas, sehingga sebagian besar dari komunikasi, penyimpanan data, dan transaksi yang kami lakukan dikendalikan melalui sistem teknologi informasi (TI). MAPI memiliki sistem TI yang luas, terdiri dari jaringan, peladen (*server*), dan infrastruktur penyimpanan data yang aman di sebuah pusat data bersertifikat tier-3 ISO 27001:2013 Sistem Manajemen Keamanan Informasi, serta pusat data sekunder khusus untuk Pusat Pemulihan Bencana. Secara berkala, kami melaksanakan peninjauan kerapuhan sistem TI

real time. All incidents experienced by the system are investigated through root cause analysis to prevent similar incidents from occurring in the future.

All business units that collect customer personal information are subject to privacy rules that are aligned with government regulations on personal data protection. MAPI respects and is committed to protecting the privacy and confidentiality of customer data.

We will take all necessary steps to ensure the security of customer personal data. The data will not be used for any purpose other than mentioned in the privacy policy, as disclosed on the Company's websites and e-commerce platforms. During 2022, we did not receive any complaints, grievances or sanctions related to leaks or misuse of customer data. [418-1]

untuk mendeteksi potensi gangguan pada sistem dan ancaman keamanan secara *real time*. Semua insiden yang dialami sistem akan diselidiki melalui *root cause analysis* untuk mencegah terjadinya insiden serupa di kemudian hari.

Untuk semua unit bisnis yang mengumpulkan informasi pribadi pelanggan, kami memiliki aturan kebijakan privasi yang disesuaikan dengan peraturan pemerintah tentang perlindungan data pribadi. MAPI menghormati dan berkomitmen melindungi privasi dan kerahasiaan data pelanggan.

Kami akan mengambil langkah yang diperlukan untuk memastikan keamanan data pribadi pelanggan tidak digunakan untuk tujuan apapun selain dari yang sudah disetujui pada kebijakan privasi pada *website* maupun *platform e-commerce* Perusahaan. Selama 2022, kami tidak menerima keluhan, pengaduan atau sanksi terkait kebocoran maupun penyalahgunaan data pelanggan. [418-1]

Delivering Value to the Community

Memberi Nilai Bagi Masyarakat [POJK51-6.c.3]

MAPI believe that business cannot thrive in a failing society. Therefore, we are committed to improving the community's quality of life through providing quality education initiatives. We believe that education is the key factor for people to escape of poverty. MAPI also would like to share its experience and knowledge on retail with the community to stimulate a higher interest in this line of business.

MAPI partners with non-profit organizations or foundations to carry out community empowerment programs. Our partners assist in identifying the needs of local communities and plan, implement, monitor, and evaluate the activities implemented.

MAPI percaya bahwa bisnis tidak dapat berkembang tanpa dukungan komunitas yang baik. Oleh karena itu, kami berkomitmen untuk memberikan kontribusi dalam mendorong peningkatan kualitas hidup masyarakat. Fokus Perusahaan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat adalah memberikan pendidikan yang berkualitas. Kami berpendapat pendidikan merupakan kunci utama yang dapat membantu masyarakat keluar dari kemiskinan. MAPI juga ingin untuk membagikan pengalaman dan pengetahuan mengenai ritel kepada masyarakat, sehingga semakin tinggi minat masyarakat pada dunia ritel.

MAPI bermitra dengan organisasi nirlaba atau yayasan dalam mengelola program pemberdayaan masyarakat. Mitra tersebut yang menjalin kerja sama untuk membantu Perusahaan mengidentifikasi kebutuhan dari masyarakat

Throughout the year, The company spend more than IDR3.9 billion for social and community activities. [413-1][413-2]

High Quality Education Programs

• Rumah Belajar Anak Bintang (RAJAB)

RAJAB is a community development program that provides character building education for children aged 10-15 years old from underprivileged families. Initiated in 2014, this program continues to this day. We collaborate with Karang Taruna of West Java Province in implementing this program and have been executed in 7 villages in the province. Villages which become beneficiaries of the program were selected based on discussions with Karang Taruna and local stakeholders such as village officials, and schools in the neighborhoods by considering the number of 10-15 year old students in the location.

setempat; merencanakan, melaksanakan, memantau, dan mengevaluasi kegiatan yang dilaksanakan. Sepanjang tahun, Perusahaan mengeluarkan dana lebih dari Rp3,9 miliar untuk kegiatan sosial dan kemasyarakatan. [413-1][413-2]

Program Pendidikan yang Berkualitas

• Rumah Belajar Anak Bintang (RAJAB)

RAJAB adalah program pengembangan masyarakat dengan memberikan pendidikan karakter untuk anak-anak usia 10-15 tahun yang berasal dari keluarga prasejahtera. Program ini dirintis sejak tahun 2014, dan terus berkelanjutan hingga kini. Kami bekerja sama dengan Karang Taruna Provinsi Jawa Barat dalam menjalankan program ini, dan telah dilaksanakan di 7 desa di Jawa Barat. Pemilihan desa yang menjadi penerima manfaat didasarkan pada diskusi dengan Karang Taruna dan para pemangku kepentingan setempat seperti perangkat desa, dan sekolah-sekolah sekitar dengan mempertimbangkan jumlah siswa yang berusia 10-15 tahun di lokasi tersebut.

This character building program is delivered through proficiency in school subjects (math, science, and English), cultural education, field trips, and inspiration classes. Besides interacting with students, to ensure effectiveness of the program, RAJAB also involves parents, the surrounding community, and provides capacity building to mentors. Some of the basic character traits taught and developed at RAJAB include: respect not only to themselves, but also to others, parents, and the environment; honesty; independency; cooperation; empathy; perseverance; diligence; discipline; and self-confidence, and more.

Program pendidikan pembentukan karakter ini diberikan melalui penguasaan mata pelajaran sekolah (matematika, sains, dan bahasa Inggris), pendidikan budaya, karya wisata, dan kelas inspirasi. Selain berinteraksi dengan siswa RAJAB, untuk memastikan efektivitas pendidikan karakter, RAJAB juga melibatkan orang tua siswa, masyarakat sekitar, serta memberikan peningkatan kapasitas kepada para pembimbingnya. Sejumlah karakter dasar yang diajarkan dan dibentuk pada RAJAB, antara lain: rasa hormat bukan hanya kepada diri sendiri, namun juga sesama, orang tua, dan lingkungan; jujur; mandiri; kerja sama; empati; pantang menyerah; rajin; disiplin; dan percaya diri, dan masih banyak lagi

As part of character building development, we introduce the importance of sustainability to RAJAB students. Several activities to increase awareness on sustainability were:

Sebagai bagian dari pembentukan karakter, dalam program RAJAB kami juga telah melakukan kegiatan yang bertujuan memperkenalkan siswa terhadap pentingnya aspek Keberlanjutan. Berikut adalah beberapa kegiatan yang mendorong pengetahuan terhadap keberlanjutan:

RAJAB Program Developments

Realisasi dan Perkembangan Program RAJAB

Item Uraian	2022	2021	2020
Total RAJAB schemes Jumlah RAJAB	7	7	7
Total students Jumlah siswa	386	345	316
Total mentors Jumlah mentor	23	22	23

Social Related Activities

Kegiatan yang Berhubungan dengan Lingkungan



Creating Reusable Bags from Single Used Plastics

Membuat *Reusable Bags* menggunakan kantong belanja plastik sekali pakai



Creating Toyes Bags from Used Paper

Membuat mainan dari kardus bekas

Social Related Activities
Kegiatan yang Berhubungan dengan Sosial



Create Ecoprint Batik
Pembuatan Batik Ecoprint



Angklung and Martial Arts Education
Pendidikan Angklung dan Pencak Silat

RAJAB students obtain a boost in confident, discipline, creativity, and socialization.

Para siswa dan siswi RAJAB menjadi lebih percaya diri, disiplin, kreatifitas, dan berani berinteraksi setelah mengikuti program ini



NURAINI – RAJAB KAMOJING

RAJAB boost my confident and made me less anxious when interacting with my friends. Now I can play angklung and perform with my friends. Hopefully, after the pandemic, edutrip activities can be resumed.

RAJAB membuat saya lebih percaya diri dan berani berinteraksi dengan teman-teman. Sekarang saya bisa bermain angklung dan tampil bersama teman-teman. Semoga setelah pandemi ini kegiatan edutrip bisa dijalankan kembali.



ARIS APRIANSYAH – RAJAB MUARAGEMBONG

RAJAB made me more disciplined. In the past, I often played until I forgot the time, now I spend my spare time by studying at RAJAB. This made my grades better.

RAJAB membuat saya lebih disiplin. Dulu saya sering main sampai lupa waktu, sekarang saya mengisi waktu luang saya untuk belajar di RAJAB. Hal ini membuat nilai saya menjadi lebih baik.



MUHAMMAD DAFFA MUZAKKI – ALUMNI RAJAB

RAJAB helped me to acquire skills that are not taught in formal schools. In RAJAB, I experience an interesting and engaging learning activities, together with amazing friends and mentors. RAJAB helped me to increase my self-confidence, arouse my interest in reading, and many other benefits.

RAJAB membantu saya untuk mendapatkan keterampilan-keterampilan yang tidak diajarkan di sekolah formal. Di rumah belajar ini, saya menjalani kegiatan belajar yang menarik dan tidak membosankan, bersama dengan teman-teman dan mentor-mentor yang luar biasa. RAJAB membantu saya untuk meningkatkan rasa percaya diri, membangkitkan minat membaca, dan masih banyak lagi manfaat lainnya.

• **MAP Retail Academy – Official Partner of Kampus Merdeka Program**

The Kampus Merdeka Program was launched by the Ministry of Education, Culture, Research and Technology (Kemendikbudristek), which aims to encourage students to learn skills or knowledge that can be directly applied in the workplace. MAP Retail Academy was appointed by the said Ministry to be a partner in the following two programs:

1. Certified Internship Program;
Under this program, participating students can gain experience of working in a company, according to their majors.
2. Certified Independent Study Program.
In this program, participating students receive instruction under the ASL method (asynchronous/ not with mentor).

• **MAP Retail Academy – Mitra Resmi Program Kampus Merdeka**

Program Kampus Merdeka adalah program yang digagas oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek). Program ini bertujuan mendorong mahasiswa/i untuk mempelajari keahlian atau ilmu yang dapat langsung diterapkan pada dunia kerja. MAP Retail Academy ditunjuk oleh Kemendikbudristek untuk menjadi mitra dalam dua program sebagai berikut:

1. Program Magang Bersertifikat;
Pada program ini, mahasiswa/i yang berpartisipasi dapat mendapatkan pengalaman bekerja di Perusahaan, sesuai dengan jurusan yang mereka ambil.
2. Program Studi Independen Bersertifikat.
Pada program ini, mahasiswa/i yang berpartisipasi akan mendapatkan pembelajaran dengan metode ASL (*asynchronous*/tidak bersama mentor and *synchronous*/bersama mentor *learning*).

Program developments in 2022

Realisasi program pada tahun 2022

Kampus Merdeka Program Type Jenis Program Kampus Merdeka	Total Participants Jumlah Peserta	
	2022	2021
Certified Internship Magang Bersertifikat.	244	41
Certified Independent Study Studi Independen Bersertifikat.	-	58

Below are some testimony of certified internship participants:

Berikut adalah testimoni dari peserta program Magang Bersertifikat:



SINDY SUNTAMI EFFENDY, UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
Magang di MAP Retail Academy – Graphic Designer

Kampus Merdeka program at MAPI is a golden opportunity for me. During the program, I gained knowledge and work experience that are beneficial for my professional career. Before joining this program I felt insecure about my own abilities. Through this program I can develop into a better version of myself through the support provided by various parties.

Program Kampus Merdeka di MAPI adalah kesempatan emas yg berharga bagi saya untuk tumbuh. Selama melaksanakan program tersebut saya telah mendapatkan pengetahuan dan pengalaman kerja yang bermanfaat bagi persiapan dan kematangan karir saya secara profesional di bidang yang saya tekuni. Sebelum mengikuti program ini saya merasa tidak percaya diri dengan kemampuan saya sendiri. Melalui program ini saya bisa berkembang menjadi versi diri saya yg lebih baik melalui support yang diberikan oleh berbagai pihak.



ADAM RAIHAN AULIA, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
Magang di MAP Retail Academy – Human Capital Training

Kampus Merdeka program at MAPI is an opportunity for students to gain experience before graduating and enter the workforce. The program provides a lot of technical knowledge and various soft skills that cannot be obtained from lectures.

The program provided me an insight into the professional world, because MAPI really trusted me to carry out duties and responsibilities like their employees. MAPI provided me challenge to grew, a true deadline to deliver and provide enough guidance for me to be able to provide maximum results.

Program Kampus Merdeka di MAPI merupakan kesempatan bagi mahasiswa, untuk mendapatkan pengalaman dan belajar banyak hal sebelum lulus dan terjun di dunia kerja. Program banyak memberikan pengetahuan teknis dan berbagai softskill yang tidak dapat didapatkan dari dunia perkuliahan.

Saya disini belajar untuk menjadi seseorang yang sangat profesional dalam hal bekerja, karena MAPI benar-benar memberikan saya kepercayaan untuk mengemban tugas dan tanggung jawab seperti karyawan mereka. Saya mendapatkan tantangan untuk berkembang, benar-benar harus menyelesaikan tugas sesuai tenggat waktu serta diberikan kesempatan dan dituntun untuk dapat memberikan hasil kerja yang maksimal.

• **MAP Retail Academy – External Training Program**
Besides internal training, MAP Retail Academy also provides training to external parties, either other retail companies or educational institutions. In 2022 we provided external training to 381 participants.

• **MAP Retail Academy – Program Pelatihan Eksternal**

Selain memberikan pelatihan untuk pihak internal, MAP Retail Academy juga memberikan pelatihan kepada pihak eksternal, baik Perusahaan ritel lainnya, maupun institusi pendidikan. Pada tahun 2022 kami memberikan pelatihan eksternal kepada 381 peserta.



• **Youniversity Program**

MAP Retail Academy is partnering with Universitas Terbuka to implement this program. Our employees or their families can join bachelor degree program with flexible cost and schedule. Employee cooperative is also ready to provide student loans for employees/families who wish to participate in this program.

• **Starbucks Youth Entrepreneurships Program**

The Starbucks Creative Youth Entrepreneurship Program aims to equip the young with entrepreneurial knowledge and skills. Launched in 2019, this program continues to the present day. This year, participants establish and operate a student company for 6 months within their respective schools. Within each student company, members are divided into five divisions like a real organization, namely Production, Marketing, Finance, Human Resources, and Public Relations. In addition, they take on the roles and responsibilities of positions such as President Director, Vice President, Manager, and Staff.

• **Youniversity Program**

Program ini adalah hasil Kerjasama antara MAP Retail Academy dengan Universitas Terbuka. Karyawan atau keluarga karyawan dapat mengambil program SI dengan biaya dan waktu studi yang fleksibel. Koperasi karyawan juga siap memberikan student loan untuk karyawan/keluarga yang ingin berpartisipasi pada program ini.

• **Starbucks Youth Entrepreneurships Program**

Program Kewirausahaan Pemuda Kreatif Starbucks bertujuan untuk membekali kaum muda dengan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan. Kegiatan ini dimulai sejak 2019, dan berkelanjutan hingga kini. Pada tahun ini, para peserta mendirikan dan mengoperasikan sebuah perusahaan siswa selama 6 bulan di sekolahnya masing-masing. Di dalam setiap *student company* yang dibentuk, para siswa dibagi menjadi lima divisi layaknya sebuah perusahaan di dunia nyata, yaitu Production, Marketing, Finance, Human Resources, dan Public Relations. Selain itu, mereka juga diberikan tanggung jawab dan jabatan, antara lain President Director, Vice President, Manager, hingga Staff.

No	Description Deskripsi	Total Participants Jumlah Peserta		
		2022	2021	2020
1	Number of MBA employees as coaches Jumlah karyawan MBA yang menjadi <i>coach</i>	180	60	200
2	Number of vocational/high school students participating Jumlah pelajar SMK/SMA yang berpartisipasi	140	140	1251
3	Number of participating cities Jumlah kota yang berpartisipasi	6 cities / 6 kota Jakarta, Semarang, Bandung, Jogjakarta, Surabaya, Denpasar	6 cities / 6 kota Jakarta, Semarang, Bandung, Jogjakarta, Surabaya, Denpasar	6 cities / 6 kota Denpasar, Bandung, Batam, Jakarta, Surabaya, Jogjakarta

Below are the product of each student company:

Berikut adalah masing-masing produk dari perusahaan siswa:



Kolibrates
SMA Karangturi Semarang

Clay Fee –
Cutleries made from used coffee grounds. The safety of the product have been tested by University Soegijopranoto laboraturium
Sendok dari ampas kopi. Keamanan produk ini telah lulus uji dari lab Universitas Soegijopranoto



Thera
SMAN 2 Denpasar

Wander Tumbler –
Tumbler that is equipped with a barcode which contain tourist information from an area, when scanned.
Tumbler yang dilengkapi dengan *barcode* yang bila di *scan* akan memberikan informasi wisata dari masing-masing daerah yang tertera di *tumbler*.



Adhinata
SMAN 16 Surabaya

Torredu –
Stacko made from recycled plastic caps
Stacko dari tutup botol plastik

• Starbucks Community Store

• Starbucks Community Store



In 2020, Starbucks established its first Community Store in Tanah Abang, Jakarta. We chose the Tanah Abang area, known as one of Asia's largest textile markets, because there are thousands of young people living in this area who have limited access to education and employment.

The Community Store is not just an ordinary coffee shop, but offers a special space that can be utilized by the local Tanah Abang community for running personal development activities. Starbucks collaborates with Indonesian Street Children Organization (ISCO) and Sahabat Anak Tanah Abang (SATA) to hold workshops or classes in that space. Some of the revenues of the Community Store is set aside to fund activities with ISCO and SATA. In

Pada tahun 2020, Starbucks mendirikan gerai komunitas (*community store*) pertama di Tanah Abang, Jakarta Kami memilih daerah Tanah Abang yang dikenal sebagai salah satu pasar tekstil terbesar di Asia, mengingat di wilayah ini terdapat ribuan anak muda yang memiliki keterbatasan akses terhadap pendidikan dan pekerjaan.

Community Store bukanlah sekedar kedai kopi biasa, karena di tempat tersebut disediakan ruangan khusus ataupun kelas yang dapat dimanfaatkan oleh komunitas Tanah Abang setempat untuk mengembangkan dirinya. Starbucks bekerja sama dengan Indonesian Street Children Organization (ISCO) dan Sahabat Anak Tanah Abang (SATA) mengadakan *workshop* ataupun kelas di ruangan khusus tersebut. Sebagian pendapatan *Community*

addition, most of the workers in this store also come from the Tanah Abang community.

Store disisihkan untuk membiayai kegiatan bersama ISCO dan SATA. Di samping itu, sebagian besar pekerja di gerai komunitas ini juga berasal dari komunitas Tanah Abang.

Another form of the Community Store is the Starbucks Signing Store. Overall our community store are:

Selain itu, terdapat bentuk lain *community store* yaitu Starbucks *Signing Store*. Secara keseluruhan, *community store* kita:

No	Location Lokasi	NGO Partner Partner LSM	Activity Focus Fokus Kegiatan
1	Community Store Tanah Abang	<ul style="list-style-type: none"> Indonesia Street Children Organization Sahabat Anak Tanah Abang 	Quality education for children Pendidikan berkualitas untuk anak-anak
2	Signing Store Tata Puri	<ul style="list-style-type: none"> Pusat Bahasa Isyarat Indonesia Gerakan Untuk Kesejahteraan Tunarungu Indonesia 	Sign language training Pelatihan bahasa isyarat dan pelatihan menggunakan bahasa isyarat

Community Store in Tanah Abang was able to resume activities in 2022, which program as follows:

Pada tahun 2022, kegiatan di *Community Store* Tanah Abang sudah dapat berjalan kembali. Terdapat 2 kegiatan sepanjang tahun ini, yaitu:

No	Activity Kegiatan	Total Participants Jumlah Peserta
1	Community Space Reopening Playing together, dancing, singing, drawing and listening to Panca and Syila stories that are replete with Pancasila philosophy Pembukaan Kembali <i>Community Space</i> Bermain bersama, menari, menyanyi, menggambar dan mendengarkan cerita Panca dan Syila yang sarat dengan filosofi Pancasila	20
2	Volunteer and internal ISCO employee workshops <i>Workshop volunteer</i> dan internal pegawai ISCO	40

Brewing Change: Women Empowerment in Coffee Origin Communities in Indonesia (BENTANI)

This program provides training to women in coffee farming communities in the West Java area, which aims for the following outcomes:

- Improved access to hygiene
- Health improvement
- Leadership training
- Economic well-being

Brewing Change: Women Empowerment in Coffee Origin Communities in Indonesia (BENTANI)

Program ini memberikan pelatihan kepada wanita di komunitas petani kopi di daerah Jawa Barat, yang bertujuan untuk:

- Peningkatan akses kebersihan
- Peningkatan Kesehatan
- Pelatihan kepemimpinan
- Kesejahteraan ekonomi



The requirement to implement this program was based on the fact that Indonesia has the 3rd largest number of coffee farmers in the world, and this sector continues to be dominated by men. This is in stark contrast to the global trend where 70% of the coffee industry workforce are women. Limited training opportunities for women can limit their capabilities, as well as prevent them from gaining the confidence to contribute significantly to coffee farming and increase their household income. The company has seen the extraordinary involvement of women in the coffee farming industry around Starbucks Farmer Support Center, which is located in Berastagi, North Sumatra, therefore we implemented this program in West Java.

Throughout 2022, Yayasan Mercy Corps Indonesia (YMCI) in collaboration with Starbucks Foundation and Bank BJB conducted the following program:

No	Activity Kegiatan	Total Participants Jumlah Peserta
1	Financial Literacy Literasi Keuangan	300
2	Business Motivation Program Program Motivasi Bisnis	300

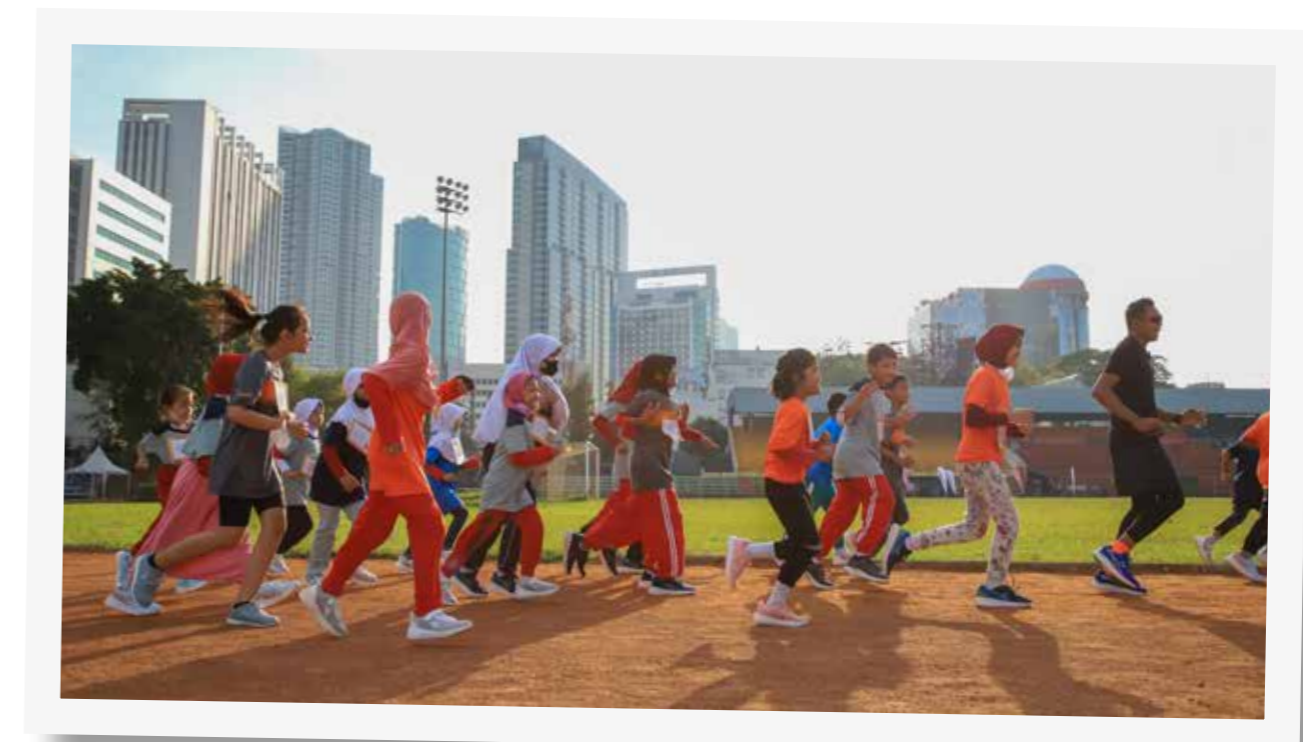
Program ini dibutuhkan karena walaupun Indonesia memiliki jumlah petani kopi terbesar ke-3 di dunia, sektor ini masih didominasi oleh pria di Indonesia. Hal ini sangat berbeda dengan tren global dimana 70% dari tenaga kerja industri kopi adalah wanita. Kesempatan yang terbatas bagi wanita untuk mendapatkan pelatihan, dapat membatasi kemampuan wanita, sekaligus menghalangi timbulnya kepercayaan diri untuk dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pertanian kopi, serta meningkatkan pendapatan rumah tangga mereka. Perusahaan telah melihat keterlibatan wanita yang luar biasa pada industri petani kopi di sekitar *Farmer Support Center* Starbucks, yang berlokasi di Berastagi, Sumatera Utara, oleh karena itu program ini kami laksanakan di Jawa Barat.

Sepanjang tahun 2022, Yayasan Mercy Corps Indonesia (YMCI) bekerja sama dengan Starbucks Foundation dan Bank BJB melaksanakan program:

Health and Wellbeing for Neighboring Communities

• Coaching Clinic

In the endeavor to encourage a healthy and active lifestyle within the community, MAPI through its subsidiary PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA) continued in 2022 its collaboration with the Sekolah Relawan Foundation in conducting various activities, as follows:



Kesehatan dan Kesejahteraan Untuk Masyarakat Sekitar

• Coaching Clinic

Untuk menyebarkan gaya hidup sehat dan aktif kepada masyarakat, pada tahun 2022 MAPI melalui anak perusahaan: PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA) melanjutkan kerja sama dengan Yayasan Sekolah Relawan dalam melaksanakan sejumlah kegiatan:

Achievements of the Health and Welfare Program in 2022

Realisasi dan Pencapaian Program Kesehatan dan Kesejahteraan Untuk Masyarakat Tahun 2022

Activity Name Nama Kegiatan	Total Participants (Children) Jumlah Partisipan (Anak)	Trainer Pelatih
Running Coaching Clinic	30	Coach Wardoyo – Youth National Team Coach for Obstacle Course Pelatih Timnas Remaja, Lari Halang Rintang
Badminton Coaching Clinic	40	Susi Susanti dan Alan Budikusuma – Former Olympians Mantan Atlet Olimpiade
Swimming Coaching Clinic	30	Albert Sutanto – National Team Swimming Coach Pelatih Timnas Renang

• **Working with Key Opinion Leaders (KOL) to Promote/Introduce Active Lifestyle**

The Company supports national athletes to promote an active and healthy lifestyle. In this regard, MAPI collaborates with KOLs in campaigning for an active lifestyle.



Andy Sugiyanto Head Coach
Hoka Running Club

• **Bekerja sama dengan Key Opinion Leaders (KOL) untuk Mengampanyekan/ Memperkenalkan Gaya Hidup Aktif**

Perusahaan mendukung atlet-atlet nasional untuk mempromosikan gaya hidup aktif dan sehat. MAPI bekerja sama dengan KOL dalam mengkampanyekan gaya hidup aktif.

• **Donation and Volunteer Program**

The company also conduct various donation programs in collaboration with several non-governmental organizations. For example, our department store cooperates with several non-governmental organizations, such as the BenihBaik Foundation which manage BenihBaik.com website. This site has permission from the Ministry of Social Affairs and the Ministry of Communication and Information to become crowdfunding which can help companies/individuals raise funds for social activities.

• **Program Donasi dan Volunteer**

Perusahaan juga memiliki berbagai program donasi yang bekerja sama dengan beberapa lembaga swadaya masyarakat. Sebagai contoh, *department store* kami bekerja sama dengan beberapa lembaga swadaya masyarakat, seperti Yayasan BenihBaik yang merupakan pengelola dari situs BenihBaik.com. Situs ini telah memiliki izin dari Kementerian Sosial dan Kementerian Komunikasi dan Informasi untuk menjadi *crowd funding* yang dapat membantu Perusahaan/perorangan mengumpulkan dana untuk kegiatan sosial.



In addition, we also have a food and beverage package donation program, where we distributed 1,346 food packages and 7,995 beverage packages to health workers, teachers, or other figures who had a positive impact on the community.

Selain itu kami juga memiliki program donasi paket makanan dan minuman, sebanyak 1.346 paket makanan dan 7.995 paket minuman kami bagikan kepada tenaga Kesehatan, guru, atau tokoh lain yang memberikan dampak positif kepada masyarakat.

The company also encourages employees who want to be involved with the volunteer program. More than 900 hours were used by our employees to participate in programs to improve community sanitation facilities, teach English to underprivileged children, and volunteer in disaster areas.

Perusahaan juga mendorong karyawan yang ingin terlibat dengan program *volunteer*. Lebih dari 900 jam digunakan karyawan kami untuk mengikuti program perbaikan fasilitas sanitasi warga, mengajar Bahasa Inggris ke anak-anak pra sejahtera, dan menjadi relawan di daerah bencana.

Public Complaints Mechanism [POJK51-6.c.3.b]

MAPI is open to receiving feedback or complaints caused by its operations that disrupt or impact the surrounding community. Complaints or grievances can be submitted through the contact center as conveyed in the Customer Complaint Handling section. During 2022, we did not receive any complaints from the community in terms of social issues.

Mekanisme Pengaduan Masyarakat serta Jumlah yang Diterima [POJK51-6.c.3.b]

MAPI terbuka terhadap masukan atau pengaduan yang disebabkan oleh operasional yang mengganggu atau berdampak terhadap masyarakat sekitar. Pengaduan atau keluhan dapat disampaikan melalui *contact center* yang telah kami sampaikan pada bagian Penanganan Keluhan Pelanggan. Sepanjang tahun 2022, kami tidak menerima pengaduan dari masyarakat terkait permasalahan sosial.



Environmental Performance [POJK51-6.d]

Kinerja Lingkungan

225.19 kWh/m²
Stores Energy Intensity
Intensitas Energi Gerai

5,382 Kg
Total clothing collected from
Take Back Program
Jumlah pakaian terkumpul dari
Take Back Program

99.4%
Percentage of single use non-
plastic shopping bags
Persentase kantong belanja
bukan plastik sekali pakai

PT Mitra Adiperkasa Tbk or MAPI plays a real role in preserving the environment through its contribution on energy efficiency measures and reducing the use of single-use plastics, both of which indirectly reduce greenhouse gas (GHG) emissions. Furthermore, our employees are constantly reminded to use energy efficiently and we have begun to utilize solar panels as a renewable energy source in one of our stores. To support the National Plastic Action Plan, besides various plastic reduction initiatives such as reducing the use of single-use plastic bags, MAPI also hopes to change customer behavior through several programs such as tumbler day, which provides attractive offers for customers who buy drinks using tumblers, every Thursday and every 22nd of the month at Starbucks. Furthermore, MAPI also conducts waste management program and take back program as part of efforts to implement circular economy.

During the reporting period, the Company did not receive any reports/complaints related to its environmental management. Besides, we have never been cited for non-compliance, nor received fines or other legal sanctions, which relates to environmental regulations. [POJK51-6.e.6][2-27]

Energy Use and Emissions Control [POJK51-6.d.3] Pemanfaatan Energi dan Pengendalian Emisi

Energy use contributes to GHG emissions as the energy production generates waste and pollutants, through the combustion of fossil fuels in power generation units, motor vehicles and other generation engines. As a retail company, MAPI does not burn fossil fuels directly. Therefore, MAPI emissions are mainly scope 2, which came from

PT Mitra Adiperkasa Tbk atau MAPI berperan nyata menjaga kelestarian lingkungan dengan melakukan efisiensi energi dan berkontribusi pada mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Kedua hal tersebut secara tak langsung mengurangi emisi gas rumah kaca (GRK). Perusahaan senantiasa mengedukasi para karyawan untuk menggunakan energi secara efisien, dan memulai penggunaan panel surya sebagai sumber energi terbarukan di salah satu gerai. Untuk mendukung inisiatif National Plastic Action Plan, selain melaksanakan berbagai inisiatif pengurangan plastik seperti mengurangi penggunaan tas plastik sekali pakai, MAPI juga mendorong perubahan perilaku pelanggan dengan program-program seperti memberikan penawaran menarik untuk pelanggan yang membeli minuman menggunakan tumbler, saat tumbler day yang dilaksanakan pada hari Kamis dan setiap tanggal 22 setiap bulannya di gerai Starbucks. Selanjutnya, MAPI juga menjalankan program waste management dan take back program sebagai bagian dalam upaya penerapan ekonomi sirkuler.

Selama periode pelaporan, Perusahaan tidak pernah menerima laporan/pengaduan terkait pengelolaan lingkungan. Kami juga tidak pernah mendapat sangkaan terhadap ketidakpatuhan pengelolaan lingkungan, maupun menerima denda dan sanksi hukum lainnya. [POJK51-6.e.6][2-27]

Penggunaan energi turut mempengaruhi emisi GRK karena proses untuk menghasilkan energi menimbulkan limbah dan polutan dari pembakaran bahan bakar fosil pada unit pembangkit listrik, mesin kendaraan maupun mesin-mesin penggerak lain. Sebagai perusahaan ritel, MAPI tidak melakukan pembakaran bahan bakar fosil secara

energy use for day-to-day operations at the head office and stores, which are supplied from PT PLN (Persero), thus the distinction of non-renewable and renewable energy sources cannot be discerned. Electricity distribution is handled by the building/shopping center management where the head office and stores are located. [302-1]

Electricity consumption was calculated from total electricity cost the reporting period, which are divided by basic electricity tariff to obtain the total power usage and converted to GigaJoule (GJ) units, where 1 GWh is equivalent to 3,600 GJ. This report does not cover energy use from operational vehicle fuels as well as energy use outside of MAPI. [302-1][302-2]

Total Energy Use, Energy Use Intensity, and Total Emissions [POJK51-6.d.3.a][POJK51-6.e.4.a][POJK51-6.e.4.b]

in 2022, electricity consumption at the MAPI Head Office and retail stores in total was 219,856.71 MWh or equivalent to 791,484.15 GJ. This figure signifies an increase of 153,842 GJ or 24.13% from 2021 at 177,122.82 MWh or 637,642.15 GJ. This outcome was due to MAPI offices and outlets resuming full operations following the COVID-19 pandemic in previous years.

We have made calculations on the Company's GHG emissions (Scope 2) until the end of 2022. This considers MAPI's line of business as a retailer, which does not directly emit GHG emissions. Based on the identifications made, the main source of GHG emissions within the Company is electricity consumption that is sourced from third parties. [305-1][305-2][306-6][306-7]

langsung. Emisi MAPI sebagian besar adalah Scope 2 emission, yang berasal dari pemanfaatan energi untuk mendukung kegiatan operasional di kantor pusat dan seluruh gerai menggunakan pasokan listrik berasal dari PT PLN (Persero), sehingga tak dibedakan atas sumber energi tidak terbarukan maupun energi terbarukan. Penyaluran listrik diatur pihak pengelola gedung/pusat perbelanjaan di tempat kantor pusat dan gerai berada. [302-1]

Pemakaian listrik dihitung dari besaran biaya yang dibayarkan pada periode pelaporan, kemudian dihitung sesuai tarif dasar listrik yang berlaku untuk mendapatkan total daya pemakaian, dan dikonversi kepada satuan GigaJoule (GJ) dengan penghitungan 1 GWh setara 3.600 GJ. Pada laporan ini kami tidak menyertakan penghitungan pemakaian energi dari bahan bakar untuk kendaraan operasional, dan pemakaian energi di luar MAPI. [302-1][302-2]

Total Pemakaian Energi, Intensitas Konsumsi Energi, dan Jumlah Emisi [POJK51-6.d.3.a][POJK51-6.e.4.a][POJK51-6.e.4.b]

Total volume pemakaian listrik di Kantor Pusat dan gerai MAPI pada tahun 2022 mencapai 219.856,71 MWh atau setara dengan 791.484,15 GJ. Jumlah tersebut bertambah 153.842 GJ atau 24,13% dari tahun 2021 sebesar 177.122,82 MWh atau 637.642,15 GJ. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh kegiatan operasional kantor dan gerai MAPI secara penuh seiring dengan pulihnya kondisi akibat pandemi COVID-19 pada tahun-tahun sebelumnya. [302-1]

Sampai dengan akhir tahun 2022 kami telah melakukan penghitungan jumlah emisi GRK yang berasal dari kegiatan operasi Perusahaan (Scope 2). Hal ini didasarkan pertimbangan pada bidang usaha MAPI yakni ritel modern, sehingga tidak secara langsung melepaskan emisi GRK. Berdasarkan identifikasi yang dilakukan, sumber utama emisi GRK di dalam Perusahaan berasal dari pemakaian listrik yang dibeli dari pihak ketiga. [305-1][305-2][306-6][306-7]

Energy Use Intensity and Emissions [POJK51-6.d.3.a][POJK51-6.e.4.a][302-1][305-2]

Jumlah dan Intensitas Energi dan Emisi

Item Keterangan	Unit Satuan	2022	2021	2020	2019
Electricity Consumption at Stores Konsumsi Listrik Gerai	kWh	217,817,310	175,543,499	174,627,146	209,351,037
Total Stores Area Luas Gerai	m ²	967,259	907,800	895,100	888,300
Stores Energy Intensity Intensitas Energi Gerai	kWh/m ²	225.19	193.37	195.09	235.68
Stores Energy Consumption Konsumsi Listrik Gerai	MWh	217,817.31	175,543.50	174,627.15	209,351.04
Office Electricity Consumption Konsumsi Listrik Kantor	MWh	2,039.40	1,579.32	1,690.80	2,474.80
Total Electricity Consumption Total Konsumsi Listrik	MWh	219,856.71	177,122.82	176,317.95	211,825.84
Total Emissions Total Emisi	Ton CO ₂	191,275.34	154,096.85	153,396.61	184,288.48

The year 2022 saw an increase in energy consumption as all MAPI stores and offices became fully operational following the relaxation Covid-19 social distancing norms. Whereas in 2021, shopping centers were shut down in July and August during the spread of COVID-19 delta variance, which resulted to lower electricity consumption as compared to 2022. Electricity intensity in 2022 was 225.19 kWh/m², if compared to 2019 where MAPI stores operated normally, our energy intensity in 2022 was lower. [302-1] [302-3]

Pada tahun 2022 terdapat kenaikan konsumsi energi yang terjadi karena seluruh gerai dan kantor MAPI beroperasi secara penuh seiring dengan berakhirnya pandemi COVID-19. Pada tahun 2021, terjadi penutupan pusat perbelanjaan di bulan Juli dan Agustus yang berdampak pada tutupnya gerai-gerai MAPI sehingga konsumsi listrik pada tahun 2021 lebih rendah jika dibandingkan dengan tahun 2022. Intensitas listrik tahun 2022 sebesar 225,19 kWh/m², bila dibandingkan dengan tahun 2019 dimana gerai MAPI beroperasi secara normal, intensitas energi tahun 2022 masih lebih rendah. [302-1] [302-3]

Energy Efficiency, Renewable Energy Development and Emissions Reduction [POJK51-6.d.3.b]

Efisiensi Energi, Pengembangan Energi Terbarukan, dan Reduksi Emisi [POJK51-6.d.3.b]



MAPI's energy efficiency measures include the use of LED lights and monitors in the head office and retail stores, as well as robotic process automation to improve efficiency. Other energy-saving behaviors involve switching off lights and room temperature control during lunch hours and after office hours. Furthermore, integration of offline and online channels also enable customers to make online purchases, thereby reducing emissions from having to physically come to shopping centers. [302-4] [302-5]

Dalam melakukan efisiensi energi, MAPI menggunakan lampu dan monitor LED baik pada gerai maupun kantor pusat, serta menggunakan robotic process automation untuk meningkatkan efisiensi. Selain itu, MAPI juga menerapkan perilaku hemat energi seperti mematikan lampu dan pengatur suhu ruangan pada jam makan siang dan after office hours. Integrasi gerai fisik (offline) dan kanal digital juga membuat para pelanggan dapat membeli produk kami tanpa perlu mengeluarkan emisi untuk perjalanan ke pusat perbelanjaan. [302-4] [302-5]

Through 2022, MAPI continued the use of renewable energy from solar panels installed at the Starbucks Cipondoh outlet in Tangerang City. In total, the 23 solar panels have a capacity of 440 watts peak or equivalent to producing 10,120 watts under optimal sunlight conditions, which can fulfill 13% of the total

Sepanjang tahun 2022, MAPI melanjutkan penggunaan panel surya sebagai sumber energi terbarukan, yang dipasang di gerai Starbucks Cipondoh di Kota Tangerang. Secara keseluruhan terdapat 23 buah panel surya berkapasitas 440 watt peak atau setara 10.120 watt pada kondisi sinar

electricity requirement of the store. In this regard, the use of solar panels can reduce 5,769 kgCO₂ of emissions per year. [305-5]

Another emissions reduction initiative in 2022 was the planting of 353 trees at Pantai Indah Kapuk and 1,000 trees at Bahagia Beach Bekasi. The planting of the 1,353 trees has the potential to sequester 261.2 kg of CO₂. MAPI also donated 48,000 coffee saplings and 50 fruit tree during the year.

Waste Management [POJK51-6.e.4] Pengelolaan Limbah

Waste Management and Circular Economy Initiative [POJK51-6.e.5]

As a modern retail business that offers a range of consumer products, MAPI generates various types of waste from its operations. The waste management at retail stores is integrated with the processes of the building or shopping center administrators. However, we also independently carry out waste management initiatives through a circular economy approach based on waste type and form.

Through the circular economy initiative, the generated waste can be turned into raw materials through recycling, thereby minimizing waste, emissions and energy. In our opinion, the circular economy initiative provides two added values, namely a reduction in disposed waste, and a reduction in consumed resources. As of end-2022, several waste management measures were carried out under the circular economy approach. Furthermore, the Company has ensured that no waste and effluent spills causing environmental pollution occurred during the year. [306-1][POJK51-6.e.5.c]

matahari optimal, dan mampu memenuhi 13% dari total kebutuhan listrik gerai. Pemanfaatan panel surya tersebut dapat mengurangi 5.769 kgCO₂ per tahun. [305-5]

Tahun 2022 kami juga melakukan penanaman pohon di Pantai Indah Kapuk sebanyak 353 pohon dan Pantai Bahagia Bekasi sebanyak 1.000 pohon sebagai upaya Perusahaan dalam mengurangi emisi. Penanaman 1.353 pohon tersebut berpotensi untuk menyerap 261,2 kgCO₂. MAPI juga menyumbang 48.000 benih kopi dan 50 pohon buah pada tahun ini.

Pengelolaan Limbah dan Inisiatif Ekonomi Sirkuler [POJK51-6.e.5]

Bergerak di bidang usaha ritel modern dengan berbagai produk termasuk produk konsumsi, menjadikan MAPI memiliki beragam timbulan limbah dari kegiatan operasi yang dijalankan. Pengelolaan limbah dari gerai-gerai MAPI terintegrasi dengan pihak pengelola gedung atau pusat perbelanjaan. Namun demikian secara mandiri kami juga melakukan pengelolaan limbah, dengan pendekatan inisiatif ekonomi sirkuler sesuai jenis dan bentuk limbah.

Melalui inisiatif ekonomi sirkuler maka timbulan limbah akan dimanfaatkan sebagai bahan baku melalui daur ulang, sehingga sampah, emisi, dan energi yang terbuang dapat diminimalisasi. Menurut kami, inisiatif ekonomi sirkuler memberikan dua nilai tambah, yakni pengurangan limbah yang dibuang, dan pengurangan konsumsi sumber daya. Sampai dengan akhir tahun 2022 ada beberapa upaya pengelolaan limbah yang dijalankan dengan pendekatan ekonomi sirkuler. Perusahaan memastikan selama tahun 2022 tidak ada tumpahan limbah dan efluen yang terjadi hingga mencemari lingkungan. [306-1][POJK51-6.e.5.c]

Waste Management Program [POJK51-6.e.5.b][306-3]

Program Pengelolaan Limbah [POJK51-6.e.5.b][306-3]



This program is run in collaboration with PT Tjatra Yasa as the operator of a waste management application called DUITIN, and PT Wahana Anugerah Energi as the operator of Rapel. Under this scheme, our partners collected recyclable waste from MAPI stores and distributed it to recycling factories that can process the waste. MAPI monitors the volume of waste through reports provided by our partners on a regular basis. The program's outputs in 2022 is presented in the following table. [306-2][306-4]

Program ini dijalankan bekerja sama dengan PT Tjatra Yasa yang merupakan operator aplikasi pengelolaan sampah bernama DUITIN dan PT Wahana Anugerah Energi yang merupakan operator dari Rapel. Pada inisiatif ini, mitra kami bertugas mengambil limbah yang bisa didaur ulang dari gerai MAPI, dan menyalurkannya kepada industri daur ulang yang dapat mengolah limbah tersebut. MAPI memonitor jumlah limbah melalui laporan yang diberikan oleh mitra kami secara berkala. Realisasi program pada tahun 2022 disampaikan dalam tabulasi berikut. [306-2][306-4]

Waste Management Program Outputs Realisasi Program Pengelolaan Limbah [POJK51-6.e.5.b][306-3]	Unit Satuan	2022	2021
Implementing stores Gerai yang menerapkan		237	18
Waste collected Limbah yang terkumpul			
Paper Kertas	Kg	83,098	912
Plastic Plastik	Kg	36,867	38
Glass Kaca	Kg	479	-
Metal Logam	Kg	947	-
Electronic Elektronik	Kg	18	-
Total Jumlah	Kg	121,409	950

• **Take Back Program at Fashion Outlets** [POJK50-6.e.5.b][306-3]

• **Program Take Back pada Gerai Fashion** [POJK50-6.e.5.b][306-3]



We are working with *Sekolah Relawan*, a local NGO to run this program, where customers can donate used clothing from any brands in special boxes provided at fashion outlets. *Sekolah Relawan* will then collect, segregate, donate, downcycle and upcycle, or sell the clothes on the secondhand market. All income generated has been donated to *Sekolah Relawan* to support its programs. The following describes the progress of the Take Back program. [306-2][306-4]

Kami bekerja sama dengan organisasi Sekolah Relawan dalam menjalankan program ini. Pelanggan dapat mendonasikan baju merek apapun pada kotak-kotak khusus yang telah disediakan pada gerai-gerai *fashion*. Sekolah Relawan akan mengumpulkan pakaian-pakaian tersebut, melakukan segregasi, mendonasikan pakaian, melakukan *down cycle*, *up cycle*, atau menjualnya pada pasar *second hand*. Semua pemasukan disumbangkan kepada Sekolah Relawan untuk mendukung program-program lembaga tersebut. Berikut adalah progres dari program *Take Back*. [306-2][306-4]

Take Back Program at Fashion Outlets Progres Program Take Back pada Gerai Fashion [POJK51-6.e.5.b][306-3]	Unit Satuan	2022	2021	2020
Number of participating stores Jumlah gerai yang menerapkan		66	66	17
Total clothing collected Jumlah pakaian terkumpul	Kg	5,382	3,148	358
Total clothing donated Jumlah pakaian didonasikan	Kg	1,531	407	57
Total clothing sold on the secondhand market Jumlah pakaian dijual pada pasar <i>second hand</i>	Kg	2,273	871	38
Downcycled (turned into cushions or sofas) <i>Down cycled</i> (isi bantal atau sofa)	Kg	924	1,246	76
Upcycled (turned into tote bags/bandanas) <i>Up cycled</i> (menjadi tote bag/bandana)	Kg	654	624	187

Hazardous and Toxic Waste Management [POJK51-6.e.5.b]

Most of the waste generated from head office and retail outlet operations do not fall under the category of hazardous waste. Nevertheless, MAPI owns a garment factory that produces a small amount of hazardous waste. This garment factory is located in Gunung Putri Bogor and managed by PT Mitra Garindo Perkasa (MGP). The hazardous waste is managed through storage at a duly registered temporary disposal site (TPS). From this site, the waste is then handed over to a licensed third party or PT Prasadha Pamunah Limbah Industri (PPLI) for further processing such as destruction and incineration. PT MGP periodically reports its waste management activities to the Bogor Regency Environment Agency. [306-5]

Pengelolaan Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) [POJK51-6.e.5.b]

Sebagian besar limbah yang dihasilkan dari operasional kantor pusat dan gerai bukanlah limbah golongan B3, akan tetapi MAPI memiliki satu pabrik garmen yang menghasilkan sedikit limbah B3. Pabrik garmen tersebut berlokasi di Gunung Putri Bogor, dan dikelola PT Mitra Garindo Perkasa (MGP). Pengelolaan limbah B3 dilakukan dengan cara disimpan di tempat penampungan sementara (TPS) berizin dari pihak berwenang. Dari TPS limbah B3 diserahkan kepada pihak ketiga berizin, yakni PT Prasadha Pamunah Limbah Industri (PPLI) untuk pengolahan lebih lanjut termasuk pemusnahan dan insinerasi. Secara berkala PT MGP melaporkan pengelolaan limbah kepada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor. [306-5]

Hazardous Waste Management by Type Realisasi Pengelolaan Limbah B3 Berdasar Jenis [POJK51-6.e.5.b][306-5]	Unit Satuan	2022	2021	2020
Oil contaminated dust cloth Lap debu yang terkontaminasi minyak	Kg	32	3	5
Used fluorescent lamps Lampu TL	Unit	0	15	40
Used white oils White oli bekas	Liter	51	23	20
Used genset oil Oli bekas genset.	Liter	38	10	17
Spot lifter (clothes stain remover) Spot lifter (pembersih noda baju)	Unit	21	5	8
Paint cans Kaleng cat.	Unit	5	11	20
Empty jerry cans of used white oil and lubricants Jerigen kosong bekas <i>white oil</i> dan pelumas	Unit	0	2	4

Reduction of Single-Use Plastics [POJK51-6.d.2]

As a modern retailer, MAPI is faced with waste from packaging and other plastic items. Based on the World Leaders Summit on Climate Change (COP26) in 2021 at Glasgow, Scotland, one of the efforts encouraged to reduce GHG emissions is to minimize plastic waste. Production of plastics, its disposal and waste management of plastic waste emits GHG. Plastic is made from petroleum through a combustion process that releases GHG

Pengurangan Plastik Sekali Pakai [POJK51-6.d.2]

Sebagai pengelola ritel modern, MAPI dihadapkan pada limbah bekas kemasan maupun barang lain dari bahan plastik. Sesuai dengan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Pemimpin Dunia tentang Perubahan Iklim COP26 di Glasgow, Skotlandia, pada tahun 2021, salah satu upaya mengurangi emisi GRK adalah meminimalkan sampah plastik. Hal ini tidak terlepas dari proses produksi plastik hingga tahap pembuangan dan pengelolaan sampah

emissions, which converts the raw material into small monomer molecules. During final disposal in landfills, plastic waste is difficult to decompose naturally, thus is destroyed by burning, which also releases GHG emissions. Throughout 2022, we have continuously strive to reduce plastic use through various programs.

plastik menghasilkan emisi GRK. Plastik terbuat dari minyak bumi dengan proses pembakaran yang melepaskan emisi GRK, untuk mengubah komponen minyak bumi menjadi molekul kecil monomer. Pada tahap pembuangan di tempat pembuangan akhir (TPA), sampah plastik sulit diurai alami, sehingga pemusnahannya dilakukan dengan cara dibakar yang melepaskan emisi GRK. Sampai dengan akhir tahun 2022, kami terus berupaya mengurangi pemakaian plastik melalui beberapa program.

• **Reducing the Use of Single-Use Plastic Bags**

• **Mengurangi Pemakaian Kantong Plastik Sekali Pakai**



In line with the Government's directive to reduce the use of single-use plastics, as stated in Jakarta Governor Regulation No. 142 of 2019, Bali Governor Regulation No. 97 of 2018, Bandung Regional Regulation No. 17 of 2012, and other local regulations, MAPI has sought to increase the use of bags made from eco-friendly materials. The Company is an active participants of National Plastic Action Plan (NPAP) forum and has taken the initiative to reducing the use of single-use plastics. Based on 2022 data, 29,941,675 of 30,117,595 shopping bags, or 99.4%, were non-woven or paper bags.

Sesuai dengan arahan Pemerintah untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, seperti yang tertera pada Peraturan Gubernur DKI Jakarta No. 142 tahun 2019, Peraturan Gubernur Bali No. 97 tahun 2018, Peraturan Daerah Bandung No. 17 tahun 2012, dan berbagai peraturan daerah lainnya, MAPI terus meningkatkan pemakaian tas dari bahan ramah lingkungan. Perusahaan juga aktif berkontribusi dalam forum National Plastic Action Plan (NPAP) serta berinisiatif mengambil peran dalam mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Berdasarkan data tahun 2022 diketahui bahwa sebanyak 29.941.675 lembar, atau 99,4% dari total pemakaian 30.117.595 tas belanja merupakan tas kertas, atau *non-woven*.

Use of Eco-friendly Shopping Bags by Type Tingkat Pemakaian Tas Belanja Ramah Lingkungan Berdasarkan Jenis	Unit Satuan	2022	2021	2020
Paper bags Kantong kertas.	Bags Lembar	19,852,102	21,545,345	14,187,925
Spun bonded bag	Bags Lembar	10,089,573	15,025,230	4,292,900
Biodegradable plastic Plastik <i>biodegradable</i>	Bags Lembar	175,920	405,900	2,878,850
Total shopping bags used Total kantong belanja digunakan	Bags Lembar	30,117,595	36,976,475	21,359,675
Single-use non-plastic shopping bags Kantong belanja bukan plastik plastik sekali pakai	Bags Lembar	29,941,675	36,570,575	18,480,825
Percentage of single use non-plastic shopping bags Persentase kantong belanja bukan plastik sekali pakai	%	99.4	98.9	86.5

• **Greener Nusantara Program**

• **Program Greener Nusantara**



The Greener Nusantara Program aims to replace several types of materials used in the F&B segment with a more eco-friendlier and more sustainable alternative. Based on the program outputs during 2022, there has been a significant increase in the use of eco-friendly materials from 2021.

Greener Nusantara adalah program untuk mengganti beberapa jenis material yang digunakan pada segmen F&B, ke material yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan. Berdasarkan realisasi program selama tahun 2022 diketahui jumlah material ramah lingkungan yang digunakan memperlihatkan peningkatan signifikan dari tahun 2021.

Greener Nusantara Program Outputs by Type Realisasi Program Greener Nusantara Berdasar Jenis	Unit Satuan	2022	2021	2020
Paper straws in place of plastic straws Sedotan kertas pengganti sedotan plastik.	Unit	29,700,000	22,600,000	14,000,000
Paper stirrers in place of plastic stirrers Pengaduk dari kertas pengganti pengaduk dari plastik.		184,000	125,000	140,000
Biodegradable utensils in place of plastic utensils. Perkakas biodegradable pengganti perkakas dari plastik.		1,100	36,700	120,000
Glass bottles in place of plastic bottles Botol/kaca pengganti botol plastik.		1,300,000	730,000	290,000
Use of rPET glasses Penggunaan gelas rPET.		28,700,000	23,500,000	3,400,000
Use of tissues from recycled materials Penggunaan tisu berbahan dasar daur ulang.		63,100,000	37,500,000	33,000,000

Information on Impacts to the Ecosystem and Biodiversity

Informasi Dampak Terhadap Ekosistem dan Keanekaragaman Hayati

Effect on the Ecosystem and Biodiversity

[POJK51-6.e.2] [POJK51-6.e.3]

MAPI's headquarters and retail stores are located in already established buildings and shopping centers in commercial zones, which may also be in suburban areas. Our headquarters and stores are surrounded by commercial and residential areas and are not located or adjacent to areas with high biodiversity value. As such, there is no significant impact on the ecosystem and protected species in the vicinity of MAPI's operational areas.

However, MAPI intends to contribute to environmental conservation, which has resulted in the following initiatives:

Pengaruh Terhadap Daya Dukung Ekosistem dan Keanekaragaman Hayati

[POJK51-6.e.2] [POJK51-6.e.3]

Lokasi kantor pusat dan gerai MAPI menempati gedung maupun pusat perbelanjaan serta kawasan komersial lain, yang berlokasi di wilayah sub-urban. Kawasan di sekitar kantor pusat dan gerai-gerai kami merupakan kawasan niaga, komersial maupun permukiman warga yang tidak berada dan/atau berdekatan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi. Dengan demikian tidak ada pengaruh signifikan terhadap ekosistem dan spesies-spesies yang dilindungi di sekitar kantor pusat dan gerai-gerai MAPI. [POJK51-6.e.3.a][304-1][304-2][304-4]

Namun demikian, MAPI tetap ingin untuk berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan. Capaian dari program penanaman tersebut adalah sebagai berikut:



Mangrove Planting

Penanaman Mangrove

No	Location Lokasi	Planting Date Tanggal Penanaman	Total Planted Jumlah Penanaman (Trees) (Pohon)	Tree Age Umur Pohon (Days) (Hari)	Average Sequestered CO ₂ Emissions Rataan Emisi CO ₂ Terserap (kg) (kg)
1	Pantai Indah Kapuk, Jakarta	09 Sep. 2022	353	94	74.51
2	Pantai Bahagia Bekasi	22 Oct. 2022	1000	109	186.69

Other Tree Donations

[POJK51-2.b.4]
Sumbangan Pohon lainnya

Tree Type Jenis Pohon	Date of Seedling Planting/Donation Tanggal Penanaman/Penyerahan Bibit	Planting Location Lokasi Penanaman	Total Jumlah
Coffee Seeds Benih Kopi	12 October 2022 12 Oktober 2022	Lebak Muncang Village, Ciwidey, West Java Desa Lebak Muncang, Ciwidey, Jawa Barat	48,000
Fruit Trees Pohon Buah	19 January 2023* 19 Januari 2023	Situ Citongtut, Cicadas Village, Gunung Putri Situ Citongtut, Desa Cicadas, Gunung Putri	50

Notes | Keterangan:

* Part of the 2022 program, however implemented in January 2023.

Bagian dari program tahun 2022, namun pelaksanaannya dilakukan pada Januari 2023.

Clean Water Supply

The company also contributed to the provision of clean water. In 2022, the company built a water tower at SDN 263 Rancalooa, Bandung City, West Java. As a result, since 2011, there are 15 water towers have been built to date.

Furthermore, during the earthquake disaster in Cianjur, we collaborated with Planet Water to deliver 1 Aquablock units that can produce 1,500 liters of clean water per hour to meet requirement of the daily drinking water of 10,000 people.

Penyediaan Air Bersih

Perusahaan juga berkontribusi pada penyediaan air bersih. Pada tahun 2022, perusahaan membangun 1 menara air di SDN 263 Rancalooa, Kota Bandung, Jawa Barat. Jumlah menara air yang dibangun dari tahun 2011 adalah 15 menara air.

Pada saat terjadi musibah gempa di Cianjur, bersama dengan Planet Water kami juga menghadirkan 1 unit Aquablock yang dapat menghasilkan 1.500 liter air bersih /jam dan dapat memenuhi kebutuhan harian air minum dari 10.000 orang.





Fulfilling CSR Obligations and Support for the Sustainable Development Goals [POJK51-6.c.3.c]


Fulfillment of our CSR obligations is intended as our support towards achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs). This involves the mapping of activities through a risk mitigation approach, creating shared value, and considering sustainability aspects. In this regard, support for SDGs refers to the Indonesia Sustainable Development Goals Indicator Metadata of the Ministry of National Development Planning/National Development Planning Agency (Bappenas), 2020 edition.


Pemenuhan TJSJ dan Dukungan Terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan [POJK51-6.c.3.c]


Pemenuhan TJSJ juga ditujukan untuk mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB/SDGs), dengan cara memetakan kegiatan melalui pendekatan mitigasi risiko, nilai yang dibagikan, dan aspek keberlanjutan. Dukungan pada TPB mengacu pada Metadata Indikator Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Indonesia, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), edisi Tahun 2020.

TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 1 NO POVERTY	BPJS Kesehatan membership for all MAPI employees. Kepesertaan BPJS Kesehatan untuk seluruh karyawan MAPI.	Mandatory BPJS Kesehatan and BPJS Ketenagakerjaan membership for MAPI employees. Mewajibkan kepesertaan BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan untuk karyawan MAPI.	In 2022, BPJS Kesehatan membership of MAPI employees was 100% Realisasi kepesertaan BPJS Kesehatan untuk karyawan MAPI pada tahun 2022 mencapai 100%
			In 2022, BPJS Ketenagakerjaan membership of MAPI employees was 100% Realisasi kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan untuk karyawan MAPI pada tahun 2022 mencapai 100%
	Cooperation and support for MSME actors. Bekerja sama dan memberi dukungan bagi pelaku UMKM.	<ul style="list-style-type: none"> Opening the Alun Alun Indonesia store. Partnering with MSMEs to supply products to MAPI stores. Membuat gerai Alun Alun Indonesia. Menjadikan pelaku UMKM sebagai mitra untuk memasok produk-produk ke gerai MAPI. 	In 2022, cooperation with MSME actors was 199 Realisasi kerja sama dengan pelaku UMKM pada tahun 2022 mencapai 199

TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	Help campaign for an active and healthy lifestyle to the community. Membantu mengkampanyekan gaya hidup aktif dan sehat kepada masyarakat.	Organizing health programs in collaboration with various parties. Menyelenggarakan program-program Kesehatan melalui kerja sama dengan berbagai pihak.	In 2022, the coaching clinic program was attended by 100 participants. Program coaching clinic tahun 2022 diikuti oleh 100 peserta.

TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>4 QUALITY EDUCATION</p>	<p>Help provide character education for children aged 10-15 years old who come from underprivileged families.</p> <p>Membantu memberikan pendidikan karakter untuk anak-anak usia 10-15 tahun yang berasal dari keluarga prasejahtera.</p>	<p>Organizing the Rumah Belajar Anak Bintang (RAJAB) program in seven underprivileged villages in West Java Province. This character building education program is provided through proficiency in school subjects (math, science, and English), cultural education, field trips, and inspiration classes.</p> <p>Menyelenggarakan Rumah Belajar Anak Bintang (RAJAB) di tujuh desa prasejahtera di Provinsi Jawa Barat. Program pendidikan pembentukan karakter ini diberikan melalui penguasaan mata pelajaran sekolah (matematika, sains, dan bahasa Inggris), pendidikan budaya, karya wisata, dan kelas inspirasi.</p>	<p>7 RAJAB were held throughout 2022 with a total of 386 students participated.</p> <p>Sebanyak 7 RAJAB dilaksanakan sepanjang tahun 2022 dengan jumlah peserta mencapai 386 siswa.</p>


TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>5 GENDER EQUALITY</p>	<p>Eliminate discriminatory practices against female employees in the recruitment process, and career development in the Company.</p> <p>Menghilangkan praktik diskriminasi terhadap karyawan perempuan dalam proses rekrutmen, dan pengembangan karir di Perusahaan.</p>	<p>Formulate provisions prohibiting discrimination in the Collective Labor Agreement.</p> <p>Mengatur ketentuan larangan diskriminasi dalam Perjanjian Kerja Bersama.</p>	<p>No reports were received related to discrimination at work.</p> <p>Tidak ada laporan terkait diskriminasi dalam bekerja.</p>
	<p>Provide opportunities for female employees to develop their careers in the Company.</p> <p>Memberikan kesempatan kepada karyawan perempuan untuk mengembangkan karir setinggi-tingginya di Perusahaan.</p>	<p>Conducting performance appraisals against every employee as a consideration for promotion.</p> <p>Melakukan penilaian kinerja kepada setiap karyawan sebagai pertimbangan dalam promosi jabatan.</p>	<p>54.2% of employees in management positions are female employees.</p> <p>54,2% karyawan yang ada di tingkatan manajemen adalah karyawan perempuan.</p>


TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>6 CLEAN WATER AND SANITATION</p>	<p>Provide access to clean water in a number of areas.</p> <p>Memberikan akses air bersih di sejumlah daerah.</p>	<p>Building water towers in areas of need</p> <p>Membangun menara air di daerah-daerah yang membutuhkan</p>	<p>Construction of an additional water tower at SDN 263 Rancaloea, Bandung City, with overall 15 water towers being constructed since 2011.</p> <p>Penambahan pembangunan 1 menara air di SDN 263 Rancaloea, Kota Bandung, sehingga total 15 menara air telah dibangun sejak tahun 2011.</p>
			<p>Provide 1 Aquablock unit through collaboration with Planet Water that produce 1,500 liters of clean water/hour to meet the drinking water requirement of 10,000 people affected by the earthquake in Cianjur.</p> <p>Menyediakan 1 unit Aquablock melalui kerja sama dengan Planet Water yang dapat menghasilkan 1.500 liter air/jam untuk memenuhi kebutuhan air minum 10.000 orang yang terdampak gempa bumi di Cianjur.</p>


TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY</p>	<p>Utilization of new and renewable energy (EBT) sources.</p> <p>Mengembangkan pemanfaatan energi baru dan terbarukan (EBT).</p>	<p>Installation of solar panels at stores.</p> <p>Pemasangan panel surya di gerai.</p>	<p>Installation of 23 solar panels at Starbucks Cipondoh, Tangerang City, with a power rating of 10,120 watts, or 13% of the store's electricity needs.</p> <p>Pemasangan 23 panel surya di Gerai Starbuck, Cipondoh, Kota Tangerang, dengan daya 10.120 watt, atau 13% dari kebutuhan listrik gerai.</p>
			<p>Replacing straws and stirrers made from plastic with paper with the total of 29.7 million straws and 184 thousand stirrers in 2022.</p> <p>Mengganti sedotan dan pengaduk berbahan plastik menjadi berbahan kertas masing-masing sebanyak 29,7 juta sedotan, dan 184 ribu pengaduk di tahun 2022.</p>
			<p>Using more environmentally friendly materials such as biodegradable utensils, glass bottles, and rPET cups, totaling 1.1 thousand utensils, 1.3 million bottles, and 28.7 million bottles, respectively in 2022.</p> <p>Menggunakan material yang lebih ramah lingkungan seperti alat makan biodegradable, botol kaca, dan gelas rPET masing-masing sebanyak 1,1 ribu alat makan, 1,3 juta botol, dan 28,7 juta gelas di tahun 2022.</p>


TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p>	<p>Provide decent compensation (wages) to employees in accordance with applicable regulations.</p> <p>Memberikan imbal jasa pekerjaan (upah) layak kepada karyawan, sesuai ketentuan yang berlaku.</p>	<p>Adjustment to the minimum wage provisions set by the Government every year.</p> <p>Penyesuaian dengan ketentuan upah minimum yang ditetapkan Pemerintah setiap tahun.</p>	<p>The lowest wage received by MAPI employees is consistent with the minimum wage applicable in the region where the head office and stores are located.</p> <p>Besaran upah terendah yang diterima karyawan MAPI telah sesuai dengan upah minimum yang berlaku pada masing-masing wilayah yang menjadi lokasi kantor pusat dan gerai.</p>
	<p>Prevention of child labor.</p> <p>Mencegah pekerja anak.</p>	<p>Set a minimum age limit of 17 years in accordance with applicable Labour Law.</p> <p>Menetapkan batas usia minimum 17 tahun sesuai Undang-Undang Ketenagakerjaan yang berlaku.</p>	<p>None of MAPI employees are child laborers.</p> <p>Tidak ada karyawan MAPI yang merupakan pekerja anak.</p>
	<p>Preventing incidents of work accidents and occupational diseases.</p> <p>Mencegah insiden kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja (PAK).</p>	<p>OHS implementation in all aspects of MAPI's operational activities.</p> <p>Penerapan K3 pada seluruh aspek kegiatan operasional MAPI.</p>	<p>Zero incidents of workplace accidents and occupational diseases with fatal consequences.</p> <p>Tidak ada insiden kecelakaan kerja dan PAK yang berakibat fatal.</p>
	<p>Support for the formation of labor unions and the drafting of Collective Labor Agreements (CLAs).</p> <p>Mendukung pembentukan serikat pekerja dan penyusunan Perjanjian Kerja Bersama (PKB).</p>	<p>Free trade union membership to every employee, and together with the trade union develop a CLA that is renewed every 2 years.</p> <p>Membebasikan keanggotaan serikat pekerja kepada setiap karyawan, dan bersama serikat pekerja menyusun PKB yang diperbaharui setiap 2 tahun.</p>	<p>The current CLA is valid until 2023.</p> <p>PKB yang berlaku saat ini sampai dengan tahun 2023.</p>


TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>9 INDUSTRY INNOVATION AND INFRASTRUCTURE</p>	<p>Develop MSMEs and make them part of the MAPI supply chain.</p> <p>Mengembangkan UMKM dan menjadikan mereka bagian dari rantai pasok MAPI.</p>	<p>Launch of 'Alun Alun Indonesia' stores with a special concept for superior MSME products.</p> <p>Menyediakan gerai 'Alun Alun Indonesia', dengan konsep khusus untuk produk-produk UMKM unggulan.</p>	<p>By 2022, MAPI has worked with 199 MSMEs that place their products in 'Alun Alun Indonesia' stores, as well as other stores. Around 50% of Department Stores products are from local companies.</p> <p>Pada tahun 2022 MAPI telah bekerja sama dengan 199 UMKM yang menempatkan produk mereka di gerai 'Alun Alun Indonesia', dan gerai lainnya. Sekitar 50% dari produk yang ada pada Department Store berasal dari perusahaan lokal.</p>

TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>10 REDUCED INEQUALITIES</p>	<p>Create an inclusive work environment and open opportunities to develop potential without discrimination.</p> <p>Menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan membuka kesempatan untuk mengembangkan potensi tanpa adanya diskriminasi.</p>	<p>Providing equal opportunities to all employees regardless of background, gender, religion, race, nationality or ethnicity, disability, age, or political opinion.</p> <p>Memberikan kesempatan yang setara kepada seluruh karyawan tanpa membedakan latar belakang, gender, agama, ras, kebangsaan atau suku, keterbatasan, usia, maupun opini politik.</p>	<ul style="list-style-type: none"> The proportion of male and female employees is 52% and 48% respectively. Two-thirds of Starbucks Signing Store employees are people with disabilities. Jumlah karyawan laki-laki dan perempuan masing-masing 52% dan 48%. 2/3 dari karyawan Starbucks Signing Store merupakan penyandang disabilitas.
	<p>Shaping the character of children aged 10-15 years who come from underprivileged families.</p> <p>Membentuk karakter anak-anak usia 10-15 tahun yang berasal dari keluarga prasejahtera.</p>	<p>Implementing the RAJAB program for character building through proficiency in school subjects (mathematics, science, and English), cultural education, travel, and inspiration classes.</p> <p>Menyelenggarakan program RAJAB untuk pembentukan karakter melalui penguasaan mata pelajaran sekolah (matematika, sains, dan bahasa Inggris), pendidikan budaya, karya wisata, dan kelas inspirasi.</p>	<p>In 2022, the number of RAJAB participants is 386 students.</p> <p>Jumlah peserta RAJAB tahun 2022 sebanyak 386 siswa.</p>

TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p>	<p>Reducing plastic use and waste from plastics.</p> <p>Mengurangi penggunaan plastik dan limbah dari plastik.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Waste management program. Recycling of plastic cups (rPET). Reduction of single-use plastic shopping bags. Greener Nusantara Program. Program pengelolaan sampah. Daur ulang gelas plastik (rPET). Pengurangan kantong belanja plastik sekali pakai. Program Greener Nusantara. 	<p>28.7 rPET glasses and 1.3 million glass bottles used in 2022 to reduce plastic use.</p> <p>28,7 gelas rPET dan 1,3 juta botol kaca digunakan sepanjang tahun 2022 untuk mengurangi penggunaan plastik.</p> <p>99.4% of shopping bags used in 2022 were not single-use plastics.</p> <p>99,4% tas belanja yang digunakan sepanjang tahun 2022 bukan merupakan plastik sekali pakai.</p>
	<p>Issuance of Sustainability Report.</p> <p>Penerbitan Laporan Keberlanjutan.</p>	<p>Preparation of Sustainability Report in accordance with POJK No.51/POJK.03/2017.</p> <p>Penyusunan Laporan Keberlanjutan sesuai POJK No.51/POJK.03/2017.</p>	<p>The Company publishes the Sustainability Report every year since the publication of the first Sustainability Report in 2022.</p> <p>Perusahaan menerbitkan Laporan Keberlanjutan setiap tahun sejak dipublikasikannya Laporan Keberlanjutan yang pertama di tahun 2022.</p>

TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>13 CLIMATE ACTION</p>	<p>Improving energy efficiency and emission control. Meningkatkan efisiensi energi dan pengendalian emisi.</p>	<p>Using clean energy from solar panels towards energy efficiency and emission control. Menggunakan energi bersih berupa panel surya sebagai upaya dalam efisiensi energi dan pengendalian emisi.</p>	<p>Utilization of solar panels can reduce 5,769 kgCO₂ of emissions per year. Pemanfaatan panel surya dapat mengurangi 5.769 kgCO₂ per tahun.</p>

TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>14 LIFE BELOW WATER</p>	<p>Reduce the use of single-use plastic bags. Mengurangi pemakaian kantong plastik sekali pakai.</p>	<p>Shopping bags used are paper bags, or non-woven. Tas belanja yang digunakan merupakan tas kertas, atau non-woven.</p>	<p>99.4% of shopping bags used in 2022 were not single-use plastics. 99,4% tas belanja yang digunakan sepanjang tahun 2022 bukan merupakan plastik sekali pakai.</p>

TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>15 LIFE ON LAND</p>	<p>Enhance biodiversity conservation program. Meningkatkan program pelestarian keanekaragaman hayati.</p>	<p>Organize tree planting program to improve the ecosystem and maintain biodiversity. Melakukan program penanaman pohon untuk memperbaiki ekosistem dan menjaga keanekaragaman hayati.</p>	<p>More than 1,300 mangrove trees were planted during 2022. Lebih dari 1.300 pohon mangrove ditanam sepanjang tahun 2022.</p>

TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS</p>	<p>Implementing a business with integrity and free from fraud and corruption. Menerapkan bisnis yang berintegritas dan bebas dari praktik kecurangan dan korupsi.</p>	<p>Dissemination of the Company Code of Conduct and anti-corruption policies. Implementation of whistleblowing system (WBS) Sosialisasi Kode Etik Perusahaan, dan kebijakan anti-korupsi. Penerapan sistem pelaporan pelanggaran (WBS)</p>	<p>No complaints or reports of suspected corruption were reported. Tidak ada pengaduan dan tindakan yang patut diduga sebagai perbuatan korupsi.</p>
	<p>Establish international cooperation with independent institutions in ESG management. Menjalin kerja sama internasional dengan lembaga-lembaga independent dalam pengelolaan LST/ESG.</p>	<p>Joining international forums and organizations. Mengikuti keanggotaan forum dan organisasi internasional.</p>	<p>As of 2022, MAPI has joined 6 associations. Sampai dengan tahun 2022, MAPI telah bergabung dengan 6 asosiasi.</p>

TPB	PT Mitra Adiperkasa Tbk Support Dukungan PT Mitra Adiperkasa Tbk		
	Target	Strategy Strategi	Achievements Pencapaian
 <p>17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS</p>	<p>Expand cooperation with various NGOs and MSMES in efforts to protect the environment and empower communities. Memperluas kerja sama dengan berbagai LSM dan UMKM dalam upaya menjaga lingkungan dan pemberdayaan masyarakat.</p>	<p>Running programs in collaboration with related foundations and MSMES. Menjalankan program yang bekerja sama dengan Yayasan dan UMKM terkait.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Partnered with various NGO/start up company such as GerkatIn, Sekolah Relawan, Pusbisindo, Duitin, Rapel, etc to run various programs in 2022. Collaborating with 119 MSMEs, an increase of 31% compared to 91 MSMEs in 2021. Menjalin kemitraan dengan berbagai yayasan/perusahaan rintisan seperti GerkatIn, Sekolah Relawan, Pusbisindo, Duitin, Rapel, dll dalam menjalankan berbagai program di tahun 2022. Menjalin kerja sama dengan 119 UMKM, meningkat 31% jika dibandingkan dengan tahun 2021 sebanyak 91 UMKM.

POJK No.51/POJK/03/2017 and SEOJK No. 16/SEOJK/04/2021 References

Referensi POJK No.51/POJK/03/2017 dan SEOJK No. 16/SEOJK/04/2021

No.	Indicators Indikator	Page(s) Halaman
Sustainability Strategy Strategi Keberlanjutan		
A.1	Elaboration on Sustainability Strategy Penjelasan Strategi Keberlanjutan	36
Summary of Sustainability Aspect Performance Ikhtisar Kinerja Aspek Keberlanjutan		
B.1	Economic Aspects Aspek Ekonomi	6-7
B.2	Environmental Aspects Aspek Lingkungan Hidup	14-17
B.3	Social Aspects Aspek Sosial	8-13
Company Profile Profil Perusahaan		
C.1	Vision, Mission, and Values of Sustainability Visi, Misi, dan Nilai Keberlanjutan	26-27
C.2	Company's Address Alamat Perusahaan	28
C.3	Enterprise Scale Skala Usaha	30
C.4	Products, Services, and Business Activities Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha yang Dijalankan	31
C.5	Membership in Association Keanggotaan pada Asosiasi	31
C.6	Significant Changes in Issuers and Public Companies Perubahan Emiten dan Perusahaan Publik yang Bersifat Signifikan	30
The Board of Directors' Explanation Penjelasan Direksi		
D.1	The Board of Directors' Explanation Penjelasan Direksi	19-23
Sustainability Governance Tata Kelola Keberlanjutan		
E.1	Responsible for Implementing Sustainable Finance Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan	35
E.2	Competency Development Related to Sustainable Finance Pengembangan Kompetensi Terkait Keuangan Berkelanjutan	38
E.3	Risk Assessment of the Implementation of Sustainable Finance Penilaian Risiko atas Penerapan Keuangan Berkelanjutan	40-42
E.4	Relations with Stakeholders Hubungan dengan Pemangku Kepentingan	48-52

No.	Indicators Indikator	Page(s) Halaman
E.5	Problems with the Implementation of Sustainable Finance Permasalahan terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan	36-37
Sustainability Performance Kinerja Keberlanjutan		
F.1	Sustainable Culture Development Activities Kegiatan Membangun Budaya Keberlanjutan	36-37
Economic Performance Kinerja Ekonomi		
F.2	Comparison of targets to performance of production, portfolio, financing targets, or investments, revenue as well as profit and loss Perbandingan Target dan Kinerja Produksi, Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi, Pendapatan dan Laba Rugi	56-57
F.3	Comparison of target to performance of portfolio, financing target, or investments in financial instruments or projects in line with the implementation of Sustainable Finance Perbandingan Target dan Kinerja Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi pada Instrumen Keuangan atau Proyek yang Sejalan dengan Keuangan Berkelanjutan	-
Environmental Performance Kinerja Lingkungan Hidup		
General Aspect Aspek Umum		
F.4	Environmental Costs That Incur Biaya Lingkungan Hidup	-
Material Aspect Aspek Material		
F.5	Use of Environmentally Friendly Materials Penggunaan Material yang Ramah Lingkungan	100-101
Energy Aspect Aspek Energi		
F.6	Amount and Intensity of Energy Used Jumlah dan Intensitas Energi yang Digunakan	93-94
F.7	Efforts and Achievements of Energy Efficiency and Use of Renewable Energy Upaya dan Pencapaian Efisiensi Energi dan Penggunaan Energi Terbarukan	95-96
Water Aspect Aspek Air		
F.8	Water Usage Penggunaan Air	-
Aspects of Biodiversity Aspek Keanekaragaman Hayati		
F.9	Impacts from Operational Areas that are Near or Located in Conservation Areas or Have Biodiversity Dampak dari Wilayah Operasional yang Dekat atau Berada di Daerah Konservasi atau Memiliki Keanekaragaman Hayati	102
F.10	Biodiversity Conservation Efforts Usaha Konservasi Keanekaragaman Hayati	103
Emission Aspect Aspek Emisi		
F.11	Total and Intensity of Emissions Generated by Type Jumlah dan Intensitas Emisi yang Dihasilkan Berdasarkan Jenisnya	94
F.12	Efforts and Achievements of Emission Reduction Made Upaya dan Pencapaian Pengurangan Emisi yang Dilakukan	95

No.	Indicators Indikator	Page(s) Halaman
Waste and Effluent Aspects Aspek Limbah dan Efluen		
F.13	Amount of Waste and Effluent Generated by Type Jumlah Limbah dan Efluen yang Dihasilkan Berdasarkan Jenis	96-99
F.14	Waste and Effluent Management Mechanism Mekanisme Pengelolaan Limbah dan Efluen	96-99
F.15	Occurring Spills (if any) Tumpahan yang Terjadi (jika ada)	-
Aspek Pengaduan Terkait Lingkungan Hidup Complaint Aspects Related to the Environment		
F.16	Number and Material of Environmental Complaints Received and Resolved Jumlah dan Materi Pengaduan Lingkungan Hidup yang Diterima dan Diselesaikan	92
Social Performance Kinerja Sosial		
F.17	Commitment to Provide Services on Equal Products and/or Services to Consumers Komitmen untuk Memberikan Layanan atas Produk dan/atau Jasa yang Setara kepada Konsumen	74
Employment Aspect Aspek Ketenagakerjaan		
F.18	Equal Employment Opportunity Kesetaraan Kesempatan Bekerja	65
F.19	Child Labor and Forced Labor Tenaga Kerja Anak dan Tenaga Kerja Paksa	66
F.20	Regional Minimum Wage Upah Minimum Regional	66
F.21	Decent and Safe Work Environment Lingkungan Bekerja yang Layak dan Aman	67-68
F.22	Employee Capability Training and Development Pelatihan dan Pengembangan Kemampuan Pegawai	68-72
Community Aspect Aspek Masyarakat		
F.23	Impact of Operations on Surrounding Communities Dampak Operasi terhadap Masyarakat Sekitar	75
F.24	Community Complaints Pengaduan Masyarakat	89
F.25	Corporate Social Responsibility (CSR) Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL)	76-89
Responsibility for Sustainable Product/Service Development Tanggung Jawab Pengembangan Produk/Jasa Berkelanjutan		
F.26	Innovation and Development of Sustainable Financial Products/Services Inovasi dan Pengembangan Produk/Jasa Keuangan Berkelanjutan	-
F.27	Products/Services That Have Been Evaluated for Safety for Customers Produk/Jasa yang Sudah Dievaluasi Keamanannya bagi Pelanggan	72-73
F.28	Product/Service Impact Dampak Produk/Jasa	73

No.	Indicators Indikator	Page(s) Halaman
F.29	Number of Product Recalls Jumlah Produk yang Ditarik Kembali	-
F.30	Customer Satisfaction Survey on Sustainable Financial Products and/or Services Survei Kepuasan Pelanggan terhadap Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan	-
Others Lain-lain		
G.1	Written Verification from Independent Party (if any) Verifikasi Tertulis dari Pihak Independen (jika ada)	-
G.2	Feedback Sheet Lembar Umpan Balik	121
G.3	Responses to Feedback on the Previous Year's Sustainability Report Tanggapan terhadap Umpan Balik Laporan Keberlanjutan Tahun Sebelumnya	-
G.4	List of Disclosures According to Financial Services Authority Regulation Number 51/POJK.03/2017 concerning Implementation of Sustainable Finance for Financial Services Institutions, Issuers, and Public Companies Daftar Pengungkapan Sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik	112-115

GRI Content Index

Indeks Isi GRI

Statement of use Pernyataan Penggunaan	PT Mitra Adiperkasa Tbk has reported the information cited in this GRI content index for the period January 1 to December 31 2022 with reference to the GRI Standards. PT Mitra Adiperkasa Tbk telah melaporkan informasi yang terdapat dalam indeks konten GRI ini untuk periode 1 Januari sampai dengan 31 Desember 2022 dengan mengacu pada Standar GRI.
GRI 1 used GRI 1 yang digunakan	GRI 1: Foundation 2021 GRI 1: Fondasi 2021

GRI Standard Standar GRI	Indicators Indikator	Disclosure Pengungkapan	Location Lokasi
GRI 2: General Disclosures 2021 Pengungkapan Umum 2021	2-1	Organizational details Detail organisasi	28
	2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting Entitas yang termasuk dalam laporan keberlanjutan	45
	2-3	Reporting period, frequency and contact point Periode laporan, frekuensi, dan kontak	45
	2-4	Restatements of information Informasi yang dinyatakan kembali	45
	2-5	External assurance Penjaminan eksternal	45
	2-6	Activities, value chain and other business relationships Kegiatan, rantai nilai, dan hubungan bisnis lainnya	31
	2-7	Employees Karyawan	63
	2-9	Governance structure and composition Struktur dan komposisi tata kelola	35
	2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts Peran pejabat tata kelola tertinggi dalam memantau dampak manajemen	35
	2-13	Delegation of responsibility for managing impacts Delegasi tanggung jawab dalam mengelola dampak	35
	2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting Peran pejabat tata kelola tertinggi dalam pelaporan keberlanjutan	35
	2-15	Conflicts of interest Benturan kepentingan	38
	2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body Evaluasi Kinerja Pejabat Badan Tertinggi Tata Kelola	39
	2-19	Remuneration policies Kebijakan Remunerasi	39
	2-20	Process to determine remuneration Proses penetapan remunerasi	39
	2-21	Annual total compensation ratio Rasio total kompensasi tahunan	39

GRI Standard Standar GRI	Indicators Indikator	Disclosure Pengungkapan	Location Lokasi
GRI 2: General Disclosures 2021 Pengungkapan Umum 2021	2-22	Statement on sustainable development strategy Pernyataan pada strategi pembangunan berkelanjutan	19
	2-23	Policy commitments Komitmen kebijakan	40
	2-24	Embedding policy commitments Menanamkan komitmen kebijakan	40
	2-25	Processes to remediate negative impacts Proses remediasi dampak negatif	40
	2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns Mekanisme pemberian nasihat dan meningkatkan perhatian	43
	2-27	Compliance with laws and regulations Kepatuhan dalam undang-undang dan peraturan	43
	2-28	Membership associations Keanggotaan asosiasi	31
	2-29	Approach to stakeholder engagement Pendekatan pada pelibatan pemangku kepentingan	48-52
	2-30	Collective bargaining agreements Perjanjian perundingan kolektif	66
	GRI 3: Material Topic 2021 Topik Material 2021	3-1	Process to determine material topics Proses menentukan topik material
3-2		List of material topics Daftar topik material	46
3-3		Management of material topics Manajemen topik material	46-47
GRI 201: Economic Performance 2016 Kinerja Ekonomi 2016	201-1	Direct economic value generated and distributed Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan	58
	201-4	Financial assistance received from government Bantuan finansial dari pemerintah	57
GRI 302: Energy 2016 Energi 2016	302-1	Energy consumption within the organization Konsumsi energi dalam organisasi	93-94
	302-2	Energy consumption outside of the organization Konsumsi energi di luar organisasi	93
	302-3	Energy intensity Intensitas energi	94
GRI 304: Biodiversity 2016 Keanekaragaman Hayati 2016	304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung	102
	304-2	Significant impacts of activities, products and services on biodiversity Dampak signifikan dari kegiatan, produk dan jasa terhadap keanekaragaman hayati	102
	304-4	IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations Spesies Daftar Merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat di area yang terkena dampak operasi	102

GRI Standard Standar GRI	Indicators Indikator	Disclosure Pengungkapan	Location Lokasi
GRI 305: Emission 2016 2016 Emisi	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions Emisi GRK (Cakupan 1) langsung	93
	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions Emisi energi GRK (Cakupan 2) tidak langsung	93-94
	305-5	Reduction of GHG emissions Pengurangan emisi GRK	96
GRI 306: Waste 2020 Limbah 2020	306-1	Waste generation and significant waste-related impacts Timbulan limbah dan dampak signifikan terkait limbah	96
	306-2	Management of significant waste-related impacts Pengelolaan dampak yang signifikan terkait limbah	97-98
	306-3	Waste generated Timbulan limbah	97-98
	306-4	Waste diverted from disposal Pengangkutan limbah berbahaya	97-98
	306-5	Waste directed to disposal Limbah yang dikirimkan ke pembuangan akhir	99
GRI 401: Employment 2016 Kepegawaian 2016	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu	67
GRI 404: Training and Education 2016 Pelatihan dan Pendidikan 2016	404-1	Average hours of training per year per employee Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan	71
	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews Persentase karyawan yang menerima ulasan kinerja dan pengembangan karir	66
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016 Keanekaragaman dan Kesempatan Setara 2016	405-1	Diversity of governance bodies and employees Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan	65
	405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan terhadap laki-laki	66
GRI 413: Local Communities 2016 Masyarakat Lokal 2018	413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan	75-89
	413-2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan pada komunitas lokal	75-89
GRI 418: Customer Privacy 2016 Privasi Pelanggan 2016	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan	75

World Economic Forum Coremetrics and Disclosures

Ikhtisar Risalah Metrik Inti WEF dan Pengungkapannya

Pillar Pilar	Theme Tema	Sub-themes Sub-tema	Page Halaman
Principles of Governance Prinsip Tata Kelola	Governing purpose Tujuan Tata Kelola	Setting purpose Menetapkan tujuan	40
	Quality of governing body Kualitas Badan Pengelola	Governance body composition Komposisi organ tata kelola	34-35
	Stakeholder engagement Pelibatan Pemangku Kepentingan	Material issues impacting stakeholders Isu-isu material yang berdampak pada pemangku kepentingan	48-52
	Ethical behaviour Perilaku Beretika	Anti-corruption Anti korupsi	43
		Protected ethics advice and reporting mechanisms Perlindungan pada masukan etika dan mekanisme pelaporan	43
	Risk and opportunity oversight Tinjauan Risiko dan Peluang	Integrating risk and opportunity into business process Mengintegrasikan risiko dan peluang pada proses bisnis	40-42
Planet Bumi	Climate change Perubahan Iklim	Greenhouse gas (GHG) emissions Emisi gas rumah kaca	93-94
		Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) implementation Gugus Tugas Penerapan Keterbukaan Keuangan terkait Iklim (TCFD)	-
	Nature loss Kerusakan Alam	Land use and ecological sensitivity Penggunaan lahan dan sensitivitas ekologi	102-103
	Freshwater availability Ketersediaan Air Bersih	Fresh water consumption and withdrawal in water-stressed areas Konsumsi air bersih dan pengambilan air pada daerah yang kekurangan air	-
People Manusia	Dignity and equality Kehormatan dan Kesetaraan	Diversity and inclusion Keberagaman dan inklusi	65
		Pay equality Kesetaraan gaji	66
		Wage level Tingkat gaji	66
		Risk for incidents of child, forced or compulsory labour Risiko insiden pekerja anak dan kerja paksa	65
	Health and well-being Kesehatan dan Kesejahteraan	Health and safety Kesehatan dan keamanan	67-68
Skills for the future Keterampilan untuk Masa Depan	Training provided Memberikan pelatihan	68-72	

Pillar Pilar	Theme Tema	Sub-themes Sub-tema	Page Halaman
Prosperity Kesejahteraan	Employment and wealth generation Pekerjaan dan Generasi yang Sejahtera	Absolute number and rate of employment Jumlah dan tingkat perputaran karyawan	65
		Economic contribution Kontribusi ekonomi	58
		Financial investment contribution Kontribusi pada investasi keuangan	-
	Innovation of better products and services Inovasi Produk dan Jasa yang Lebih Baik	Total R&D expenses Jumlah biaya R&D	-
	Community and social vitality Daya Tahan Masyarakat dan Sosial	Community investment Investasi pada masyarakat	75-88
		Total tax paid Jumlah pembayaran pajak	58

Feedback Form

Lembar Umpan Balik

The annually published PT Mitra Adiperkasa Tbk Sustainability Report has provided an overview of its sustainability and governance performance. PT Mitra Adiperkasa Tbk would like to receive your feedback on this report via e-mail or this sheet.

Laporan keberlanjutan PT Mitra Adiperkasa Tbk telah memberikan gambaran mengenai kinerja keberlanjutan dan tata kelola Perseroan. PT Mitra Adiperkasa Tbk mengharapkan masukan dari Bapak/Ibu/Saudara sekalian atas laporan keberlanjutan ini melalui e-mail atau formulir ini.

Your Profile/Profil Anda

Name (If you please) / Nama (bila berkenan):

.....

Institution/Company / Institusi/Perusahaan:

.....

E-mail / Surel:

.....

Telephone / Telepon:

.....

Stakeholders Group / Kelompok Pemangku Kepentingan

- Shareholders and Investors / Pemegang Saham dan Investor
- Community and Customers / Masyarakat dan Pelanggan
- Employees / Karyawan
- Government / Pemerintah
- Brand Principals / Brand Principals
- Media / Media
- Others, please specify / Lain-lain, mohon sebutkan:

.....

Please select the most appropriate answer below. / Mohon pilih jawaban berikut yang paling sesuai.

Description Keterangan	Yes Ya	No Tidak
1. The report is easy to understand. Laporan ini mudah dimengerti.	()	()
2. This report discloses positive and negative information on sustainability aspects in a balanced manner. Laporan ini mengungkapkan informasi positif dan negatif pada aspek keberlanjutan secara seimbang.	()	()
3. This report describes sustainability performance that is relevant to the Company's business field Laporan ini sudah menggambarkan kinerja keberlanjutan yang relevan bagi bidang usaha Perseroan	()	()

Please score the following material topics as per priority / Mohon dapat memberikan prioritas terhadap topik material berikut (1 = Least priority to 5=Highest priority) / (Nilai 1=Kurang prioritas s/d 5=Sangat Prioritas).

Economic performance Kinerja ekonomi	()
Direct economic value generated and distributed Nilai ekonomi langsung diperoleh dan didistribusikan	()
Waste management Pengelolaan limbah	()
Training and HR Development Pelatihan dan Pengembangan SDM	()
Employee diversity Keberagaman karyawan	()
Social and community Sosial dan kemasyarakatan	()
Customer Health and Safety Kesehatan dan keselamatan pelanggan	()

Thank you for your participation.
Please send this feedback sheet back to:

Terima kasih atas partisipasi anda.
Mohon agar lembar umpan balik ini dikirimkan kembali ke:

2022

Sustainability Report
Laporan Keberlanjutan



PT Mitra Adiperkasa Tbk

29th Floor, Sahid Sudirman Center
Jl. Jend. Sudirman Kav. 86
Jakarta 10220

Telp: (62-21) 5745808

Homepage: www.map.co.id