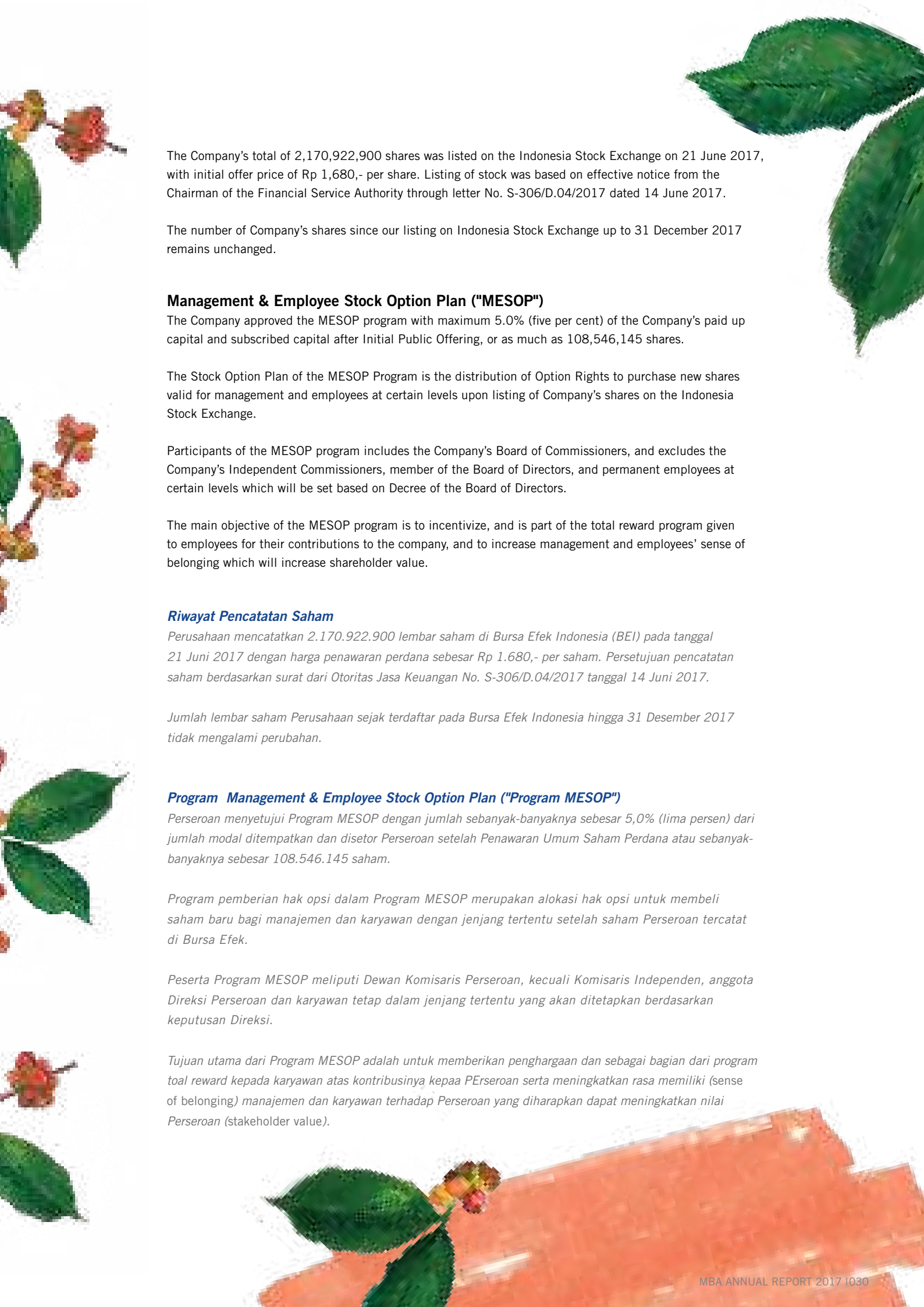




HISTORY OF *Share Listing*

Riwayat Pencatatan Saham





The Company's total of 2,170,922,900 shares was listed on the Indonesia Stock Exchange on 21 June 2017, with initial offer price of Rp 1,680,- per share. Listing of stock was based on effective notice from the Chairman of the Financial Service Authority through letter No. S-306/D.04/2017 dated 14 June 2017.

The number of Company's shares since our listing on Indonesia Stock Exchange up to 31 December 2017 remains unchanged.

Management & Employee Stock Option Plan ("MESOP")

The Company approved the MESOP program with maximum 5.0% (five per cent) of the Company's paid up capital and subscribed capital after Initial Public Offering, or as much as 108,546,145 shares.

The Stock Option Plan of the MESOP Program is the distribution of Option Rights to purchase new shares valid for management and employees at certain levels upon listing of Company's shares on the Indonesia Stock Exchange.

Participants of the MESOP program includes the Company's Board of Commissioners, and excludes the Company's Independent Commissioners, member of the Board of Directors, and permanent employees at certain levels which will be set based on Decree of the Board of Directors.

The main objective of the MESOP program is to incentivize, and is part of the total reward program given to employees for their contributions to the company, and to increase management and employees' sense of belonging which will increase shareholder value.

Riwayat Pencatatan Saham

Perusahaan mencatatkan 2.170.922.900 lembar saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 21 Juni 2017 dengan harga penawaran perdana sebesar Rp 1.680,- per saham. Persetujuan pencatatan saham berdasarkan surat dari Otoritas Jasa Keuangan No. S-306/D.04/2017 tanggal 14 Juni 2017.

Jumlah lembar saham Perusahaan sejak terdaftar pada Bursa Efek Indonesia hingga 31 Desember 2017 tidak mengalami perubahan.

Program Management & Employee Stock Option Plan ("Program MESOP")

Perseroan menyetujui Program MESOP dengan jumlah sebanyak-banyaknya sebesar 5,0% (lima persen) dari jumlah modal ditempatkan dan disetor Perseroan setelah Penawaran Umum Saham Perdana atau sebanyak-banyaknya sebesar 108.546.145 saham.

Program pemberian hak opsi dalam Program MESOP merupakan alokasi hak opsi untuk membeli saham baru bagi manajemen dan karyawan dengan jenjang tertentu setelah saham Perseroan tercatat di Bursa Efek.

Peserta Program MESOP meliputi Dewan Komisaris Perseroan, kecuali Komisaris Independen, anggota Direksi Perseroan dan karyawan tetap dalam jenjang tertentu yang akan ditetapkan berdasarkan keputusan Direksi.

Tujuan utama dari Program MESOP adalah untuk memberikan penghargaan dan sebagai bagian dari program toal reward kepada karyawan atas kontribusinya kepa Perseroan serta meningkatkan rasa memiliki (sense of belonging) manajemen dan karyawan terhadap Perseroan yang diharapkan dapat meningkatkan nilai Perseroan (stakeholder value).



Report from BOC

Laporan Dewan Komisaris





REPORT FROM THE BOARD OF COMMISSIONERS

LAPORAN DEWAN KOMISARIS

Dear Shareholders,

The first full year of the Board was concluded with a strong Q4 that helped to round off a challenging year when consumer spending was moderate and the value proposition was top of mind. Having a good breadth of experience on the Board helped guide our leadership team to utilize both short and medium term strategies to stay ahead of the pack.

The BOC is pleased to report that the BOD was able to adjust to these changing times and find suitable ways to win share of pocket. Not only from top line actions but careful modeling to ensure any pricing adaptations also safeguarded a workable gross margin. Excellent progress was made with new store expansion with over 70 new stores in 2017 and for Starbucks, new market entry into Jambi and Samarinda.

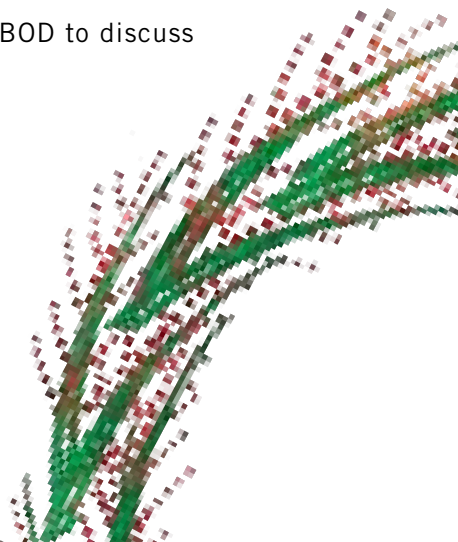




As we embark on 2018, the direction is to continue solid store expansion using more data-based systems for even higher success rates. In line with this, the focus to be market leader in the digital space is of highest priority and capital funds will be allocated to allow dynamic growth in this field. Service and people must always be top of how we distinguish ourselves from others, and to this end we will add resources in Learning and Development to ensure high retention and new levels of service.

Considering the achievements made in challenging business conditions, the BOC is generally satisfied with the performance of the BOD in 2017. The BOC is also pleased with the performance of various committees under its supervision, including the Audit and Nomination & Remuneration Committees for their role in ensuring good corporate governance at MBA.

In 2017, much of the supervisory role by the BOC took place through frequent meetings and monitoring with the Directors. Regular discussions were held to ascertain whether Company's strategic initiatives are on target with respect to their progress and goals. Throughout 2017, the BOC held a total of 3 joint meetings with the BOD to discuss issues concerning the company.



Looking forward, the BOC concur with the view of the BOD on our business prospect for the year ahead. Challenges from the Presidential election campaign, local provincial election, indecisive tariff regulation on electricity and the ongoing unrest over public transportation tax regulation, may impact our performance in 2018. But over the long term, we are positive about the ever-increasing middle class population of Indonesia.

With rapid urbanization, growing affluence and the phenomenal growth of its middle class, Indonesia is still potentially the biggest emerging market outside China and India. In Medan, Surabaya and Semarang, we are seeing potentials to grow our business by 15% based on our performance growth in 2017 in these cities. Collectively, together with Jakarta, these cities could allow MBA to maximize its growth potential for 2018 and beyond.

In closing, the BOC would like to thank the BOD for working tirelessly in steering MBA through the challenging year in 2017.

We would also like to extend our sincere appreciation to our valued customers, employees and shareholders. Last but not least, a special mention for all our principals and strategic partners including General Atlantic. Their unwavering commitment and immeasurable contribution are an essential part of making a good company great.

For and on behalf of the Board of Commissioners



Agus Gozali
President Commissioner

Para pemegang saham yang terhormat,


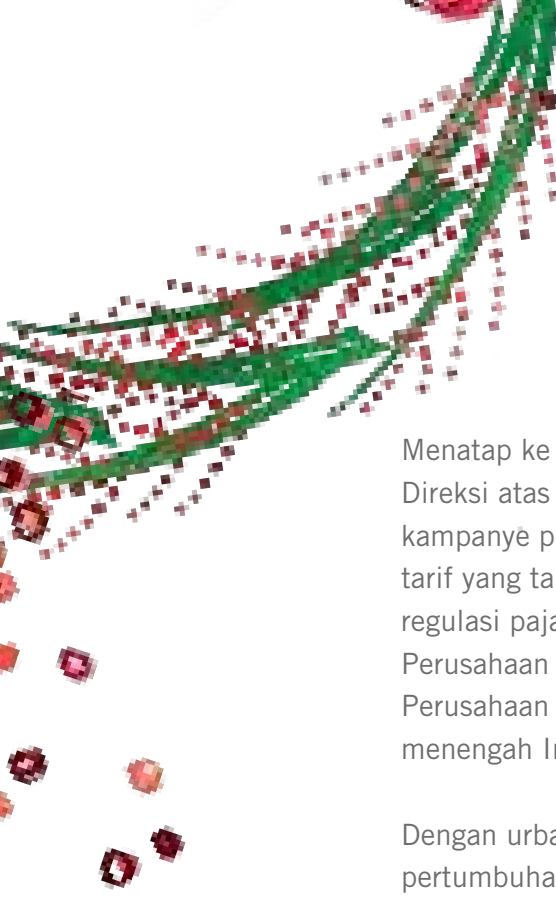
Dewan Komisaris melalui tahun pertama dengan pencapaian kuartal ke-4 yang kuat. Hal ini membantu keseluruhan pencapaian Perusahaan di tengah tahun yang penuh tantangan, ketika tingkat belanja konsumen yang moderat, dan nilai proposisi merupakan hal yang sangat penting. Dengan memiliki pengalaman yang baik, jajaran Dewan Komisaris Perusahaan membantu pemberian arahan kepada manajemen untuk memanfaatkan strategi jangka pendek dan menengah untuk tetap menjaga Perusahaan berada di posisi terdepan.

Dewan Komisaris merasa puas atas kinerja Direksi yang dapat menyesuaikan posisi Perusahaan di tengah banyaknya perubahan dan menemukan cara-cara terbaik untuk meningkatkan pencapaian Perusahaan. Tidak hanya dari langkah-langkah yang diambil di lini atas, namun juga strategi pembentukan yang berhati-hati untuk menghasilkan penyesuaian harga untuk menjamin hasil margin kotor yang tepat. Kemajuan yang luar biasa tercapai melalui ekspansi pembukaan sejumlah gerai baru dengan lebih dari 70 gerai di tahun 2017, dan ekspansi ke pasar baru di Jambi dan Samarinda untuk Starbucks.

Memasuki tahun 2018, strategi Perusahaan melanjutkan ekspansi gerai dengan menggunakan lebih banyak sistem berbasis data untuk mencapai tingkat keberhasilan yang lebih tinggi. Sejalan dengan hal ini, fokus untuk menjadi pemimpin pasar di tengah era digital menjadi prioritas tertinggi dan dana permodalan akan dialokasikan untuk memungkinkan pertumbuhan dinamis di sektor tersebut. Pelayanan dan sumber daya manusia harus tetap menjadi hal terpenting dalam membedakan Perusahaan dengan para pesaingnya. Terkait hal ini Perusahaan akan menambahkan sumber daya untuk divisi 'Pembelajaran dan Pengembangan' untuk memastikan retensi yang tinggi dan level baru untuk pelayanan.

Melihat pencapaian yang diraih dalam kondisi bisnis yang penuh tantangan, Dewan Komisaris merasa puas dengan kinerja Direksi di tahun 2017. Dewan Komisaris juga menerima dengan baik kinerja sejumlah komite di bawah pengawasannya, termasuk Komite Audit, dan Komite Nominasi & Remunerasi untuk perannya dalam memastikan Tata Kelola Perusahaan terlaksana dengan baik.


Di tahun 2017, fungsi pengawasan Dewan Komisaris berlangsung melalui sejumlah pertemuan dan monitoring dengan Direksi. Diskusi berkala dilakukan untuk memastikan strategi inisiatif Perusahaan telah sesuai dengan target terkait dengan kemajuan dan pencapaian akhir. Selama 2017, Dewan Komisaris menghadiri 3 Rapat Gabungan dengan Direksi untuk membahas isu terkait dengan Perusahaan.



Menatap ke depan, Dewan Komisaris setuju dengan pandangan Direksi atas prospek usaha di tahun mendatang. Tantangan dari kampanye pemilihan Presiden, pemilihan kepala daerah, regulasi tarif yang tak menentu atas listrik dan ketidakpastian atas regulasi pajak transportasi umum dapat mempengaruhi kinerja Perusahaan di tahun 2018. Namun dalam jangka panjang, Perusahaan optimis dikarenakan meningkatnya populasi kelas menengah Indonesia.

Dengan urbanisasi yang cepat, kemakmuran yang meningkat dan pertumbuhan fenomenal dari kelas menengah, Indonesia tetap memiliki potensi menjadi pasar berkembang terbesar di luar Cina dan India. Di Medan, Surabaya dan Semarang, kita dapat melihat potensi untuk mengembangkan usaha Perusahaan mencapai 15%, melihat pertumbuhan kinerja di tahun 2017 di kota-kota tersebut. Secara kolektif, bersama dengan Jakarta, kota-kota tersebut dapat membuka peluang MBA untuk memaksimalkan potensi pertumbuhannya di tahun 2018 dan seterusnya.

Sebagai penutup, Dewan Komisaris mengucapkan terima kasih kepada Direksi yang terus bekerja tanpa lelah mengemudikan MBA melalui tahun yang penuh tantangan.



Kami juga ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada para pelanggan, karyawan, dan para pemegang saham. Akhir kata, secara khusus penghargaan kami sampaikan kepada semua prinsipal kami dan mitra strategis Perusahaan, General Atlantic. Komitmen yang teguh serta kontribusi tak terhitung dari mereka merupakan bagian penting dalam membentuk sebuah Perusahaan yang bagus menjadi Perusahaan yang terdepan.

Untuk dan atas nama Dewan Komisaris



Agus Gozali
Presiden Komisaris

Report from BOD

Laporan Direksi



REPORT FROM THE BOARD OF DIRECTORS

LAPORAN DIREKSI

Dear Shareholders,

Whilst the Indonesian economy settles into a generally stable and steady economic period, the retail sector is still seeing lower levels of trading and cautious spending on discretionary goods including food and beverages. Many disruptive factors are making the market place quite a different arena for business notably with the curiosity and convenience of app-based services such as Go-jek and Grab which also offer every food and beverage operator a delivery option. Layered with this is the e-commerce fascination that has made mall shopping a more intermittent experience. However, malls remain a destination for more than shopping and a vital part of Indonesia's DNA.

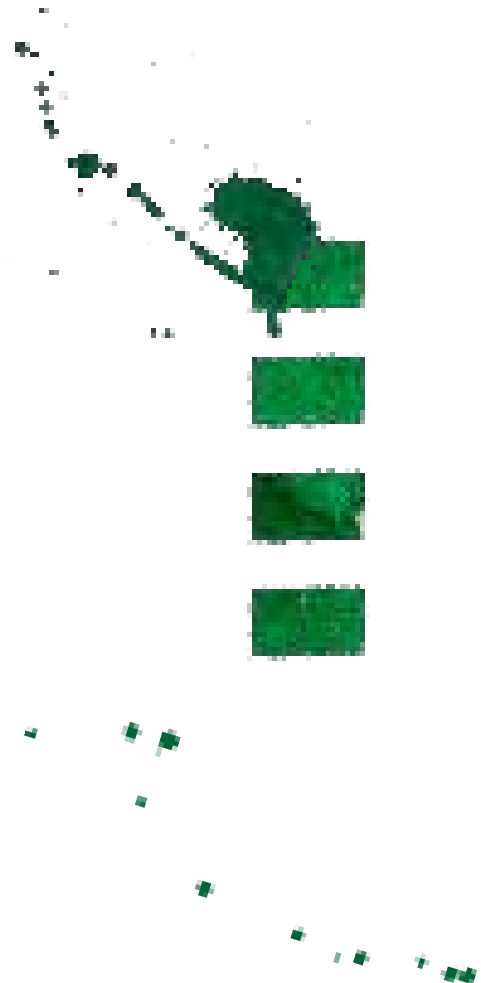


To react to these changing forces, MBA brands have seen the need to change and embrace these momentous times. Best practices from other countries have been adopted and new approaches tested to ensure all brands are seen as relevant in today's world. Some of the key initiatives that our brands initiated in 2017:

- **Intense focus on social media apps and Internet based companies.**

For example Starbucks LINE followers topped 7 million – the highest of all F&B brands in Indonesia.

- **Delivery made easy** by having a formal agreement with Go-Jek and specialized products that standup to the delivery environment, like the Indonesian Dolce Latte and the Pizza Marzano's Spicy Chicken Classic Pizza.



- 
- **Alliances with top companies.** The strong relationship between BCA and all F&B brands continues with added benefits, and with quality purveyors such as Greenfields Dairy and Kiat Ananda Storage. All offering the best quality and service to give a better experience to the customer.
 - **People-focus.** Our constant investment in good hiring and training are most critical. Having internal competitions for Coffee knowledge, Ice cream creations, Pizza making and Doughnut decorating, all make learning more fun and keep employees focused on constant improvement.
 - **Convenience.** With today's extreme traffic conditions, being accessible is key. We have F&B stores in over 25 airport locations, 20 toll road drive-thrus and 5 train stations, meaning we can be with Indonesians on their daily journey.

These initiatives are just some of the highlights but our approach to business is not only driving top line sales but we must respect and be part of the community we work. As such our community-based projects are a very important part of daily life in at MBA. In 2017, Starbucks Indonesia supported more efforts around coffee farmers in Sumatra with 10,000 coffee seedling donations, as well as working with Planet Water to erect a new clean water tower in Pulo Kukun District, Bekasi. In Q4 our biggest alliance was with the Breast Cancer organization of Yayasan Daya Dara Indonesia (Lovepink) where we supported the PINK campaign, helping to raise Rp 500 million towards this worthy cause.

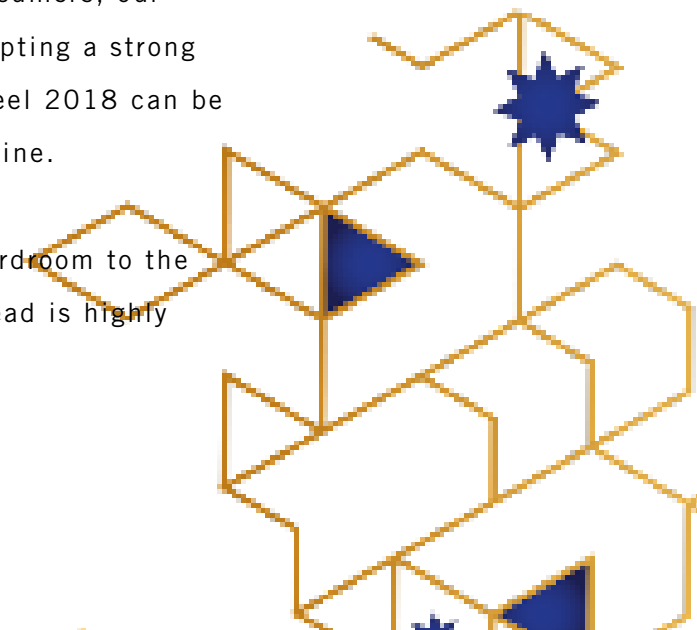
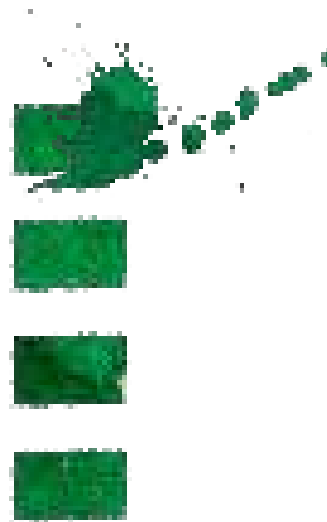


As we move into 2018, continuous “innovation” will be at the core of all our various approaches to grow the business. Having the best in category of selective F&B brands means we will need to be the leaders in change and to use all the Brand Licensor knowledge to impact change. Some of our key projects will be:

- **Lead in digital transformation.** Initially by upgrading frontline IT components such as POS and elevating the CRM platforms. Also providing management with better analytics tools to better run the business.
- **“Glocoalization”.** To better use the benefit of the international systems with more adjustment to local preferences and taste.
- **People development.** A continuous element must be the next stage development of our people through internal and external coaching to achieve new levels of service and consistency. Together with better communication through the WorldManager App to ensure all levels are connected fast and unfiltered to allow better reaction to business needs and employee satisfaction.
- **Scientific and profitable growth.** Using more research-based data to drive decisions and allow more precise new store openings with GeoMapping systems to determine success attributes for future sites.
- **Go deeper with the community.** Build on more community programs to help the middle class consumer see the brand’s concern for the community and the environment.

Whilst the F&B choices are getting wider for consumers, our brands need to stand out from the crowd. By adopting a strong adherence to the main drivers listed above, we feel 2018 can be a year of improved growth, both top and bottom line.

The team in place is laser-focused from ‘the Boardroom to the Showroom’ and an exciting and dynamic year ahead is highly anticipated.





The Board of Directors recognises the importance of good corporate governance in ensuring that the interest of the Company and shareholders are protected. To this end, the Board is pleased to report that good corporate governance practices are observed and practiced throughout the Company in 2017.

In closing, the Board wants to express our gratitude to our exceptional BOC leaders, all our strategic partners, shareholders, customers, and the more than 4,000 hard working MBA employees who proudly come to work everyday for their service and commitment to this truly unique company.

For and on behalf of the Board of Directors



Anthony Cottan
President Director



LAPORAN

DIREKSI



Para Pemegang Saham yang terhormat,

Meskipun ekonomi Indonesia relatif stabil dan terkendali, tingkat perdagangan di sektor ritel masih terlihat rendah, diiringi tingkat pengeluaran yang berhati-hati terhadap discretionary goods, termasuk produk makanan dan minuman. Banyak faktor disruptif yang berdampak pada berubahnya pasar menjadi arena usaha yang berbeda, terutama dengan timbulnya rasa ingin tahu dan ketertarikan terhadap servis berbasis aplikasi seperti Go-jek dan Grab yang kini memungkinkan semua operator food and beverage memiliki pilihan pesan antar. Selain itu, dengan ketertarikan terhadap e-commerce telah menimbulkan dampak sementara terhadap pengalaman aktivitas belanja di mal. Namun demikian mal tetap menjadi destinasi yang lebih dari sekadar tempat berbelanja, dan menjadi bagian penting dari DNA Indonesia.



Untuk menghadapi kekuatan perubahan ini, merek-merek MBA menyadari diperlukannya perubahan dan upaya merangkul era baru ini. Praktik-praktik terbaik dari negara-negara lain telah diadopsi dan pendekatan baru telah diuji coba untuk memastikan semua merek tetap relevan di era global ini. Beberapa gagasan utama yang menjadi inisiatif di tahun 2017:

- Fokus pada perusahaan-perusahaan yang berbasis aplikasi media sosial dan internet. Pengikut akun Starbucks LINE mencapai 7 juta orang, jumlah pengikut terbanyak untuk merek F&B di Indonesia.*
- Jasa pesan antar yang lebih mudah melalui kerjasama formal dengan Go-jek dan tawaran produk khusus yang sesuai untuk lingkungan pesan antar, seperti Indonesian Dolce Latte dan Spicy Chicken Classic Pizza dari Pizza Marzano.*
- Jalinan strategis dengan perusahaan-perusahaan terbaik. Hubungan kerjasama yang kuat antara Bank BCA dan seluruh merek F&B Perusahaan terus menghasilkan keuntungan tambahan, termasuk dengan penyedia produk berkualitas seperti Greenfields Dairy dan Kiat Ananda Storage. Semua pihak menawarkan kualitas dan pelayanan terbaik untuk menghasilkan pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan.*
- Fokus terhadap sumber daya manusia. Investasi tetap pada perekrutan dan pelatihan yang baik merupakan faktor penting. Kompetisi internal untuk pengetahuan tentang Kopi, pembuatan kreasi Es krim, pembuatan Pizza dan dekorasi Donat, semua adalah inisiatif yang membuat pelatihan lebih menyenangkan dan menghasilkan karyawan yang lebih fokus terhadap perkembangan yang tiada henti.*
- Kenyamanan. Dengan kondisi kemacetan lalu lintas yang ekstrim, memiliki akses gerai menjadi kunci penting. Gerai F&B Perusahaan hadir di lebih dari 25 lokasi bandara, 20 drive thru jalan tol, dan 5 stasiun kereta, membuat Perusahaan menjadi lebih dekat dengan pelanggan di kehidupan sehari-hari mereka.*


Sejumlah inisiatif ini hanya sebagian kecil dari keseluruhan pencapaian. Namun pendekatan Perusahaan terhadap bisnis tidak hanya fokus terhadap penjualan top line, Perusahaan juga menghormati dan menjadi bagian dari masyarakat dimana kami beroperasi. Hal ini termasuk program berbasis komunitas yang menjadi bagian penting dari operasional MBA. Pada tahun 2017, Starbucks Indonesia mendukung lebih banyak upaya menyangkut petani kopi di Sumatera dengan membuat donasi 10.000 bibit kopi, serta bekerjasama dengan Yayasan Planet Water untuk membangun menara air bersih di distrik Pulo Kukun, Bekasi. Pada kuartal ke-4, jalinan kerjasama terbesar dilakukan dengan organisasi Kanker Payudara, Yayasan Daya Dara Indonesia (Lovepink), dimana Perusahaan mendukung kampanye PINK, yang berhasil mengumpulkan dana mencapai Rp 500 juta untuk membantu upaya yang bermanfaat ini.

Memasuki tahun 2018, inovasi berkelanjutan menjadi inti dari beragam pendekatan yang dilakukan untuk pertumbuhan Perusahaan. Memiliki merek-merek terbaik di sektor F&B berarti pentingnya Perusahaan menjadi pemimpin perubahan, dan menggunakan pengetahuan dari lisensi merek untuk memberikan dampak perubahan. Sejumlah proyek utama Perusahaan termasuk:


- **Memimpin transformasi digital.** Di tahap awal memperbarui komponen Teknologi Informasi frontline seperti POS dan meningkatkan platform CRM. Termasuk menyediakan manajemen dengan perangkat analisis yang lebih baik untuk menjalankan usaha.
- **“Glocalization”.** Untuk penggunaan yang lebih baik atas manfaat sistem internasional yang menyesuaikan dengan preferensi lokal.
- **Pengembangan sumber daya manusia.** Unsur berkelanjutan adalah pengembangan di tahap lebih lanjut bagi sumber daya manusia melalui pelatihan internal dan eksternal untuk mencapai tingkatan pelayanan dan konsistensi yang lebih tinggi. Dengan komunikasi yang lebih baik melalui aplikasi WorldManager, memastikan seluruh level telah dihubungkan secara cepat dan tanpa filter untuk mendapatkan respon yang lebih baik terhadap kepentingan bisnis dan kepuasan karyawan.
- **Pertumbuhan ilmiah dan menguntungkan.** Menggunakan lebih banyak penemuan berbasis data untuk mengambil keputusan dan memungkinkan pembukaan gerai yang lebih tepat menggunakan sistem GeoMapping untuk menentukan faktor keberhasilan bagi gerai-gerai di lokasi yang akan datang.
- **Lebih dekat dengan komunitas.** Melakukan lebih banyak program komunitas untuk membantu pelanggan kelas menengah melihat kepedulian merek kepada masyarakat dan lingkungan.

Meskipun pilihan merek F&B makin bervariasi untuk pelanggan, merek-merek Perusahaan tetap harus menonjol di antara yang lain. Dengan mengadopsi sejumlah penggerak utama sebagaimana dijelaskan di atas, Perusahaan percaya 2018 akan menjadi tahun penuh pertumbuhan, baik untuk topline maupun bottom line.

Perusahaan memiliki tim yang sangat fokus mulai dari jajaran senior manajemen hingga karyawan di gerai, dan Perusahaan memperkirakan tahun mendatang akan menarik dan dinamis.




Direksi menyadari pentingnya Tata Kelola Perusahaan yang baik untuk memastikan kepentingan Perusahaan dan para pemegang saham tetap terjaga. Menanggapi hal ini, Direksi mencatat praktik Tata Kelola Perusahaan telah diobservasi dan diimplementasikan di seluruh bagian Perusahaan.



Sebagai penutup, Direksi ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada para pemimpin Dewan Komisaris, mitra strategis Perusahaan, para pemegang saham, pelanggan kami, dan lebih dari 4.000 karyawan MBA yang setiap hari dengan bangga bekerja, untuk pelayanan dan komitmen yang mereka berikan terhadap Perusahaan yang sangat unik ini.



Untuk dan atas nama Direksi



Anthony Cottan
Presiden Direktur