




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 2018 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 2018 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 total reward kepada karyawan atas kontribusinya kepada 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

L A P O R A N D E W A N K O M I S A R I S

Dear Shareholders,

The Indonesian economy grew 5.17% in 2018, better than the 5.07% posted in 2017, driven largely by domestic consumption. This improvement in GDP growth was achieved despite global uncertainties including trade tensions, slowdown in China, BREXIT and threats of FED rate hikes. Against this macroeconomic backdrop, MBA performed well with net revenue growing by 22.9% to Rp 2.5 trillion, and net profit of Rp 120.5 billion for 2018.






Throughout 2018, the Board of Commissioners (BOC) continued to oversee and advise the Board of Directors (BOD) in the implementation of strategic directions, policy formulations and corporate actions as well as the strengthening of corporate governance. Considering the performance of MBA for full year 2018, the BOC is generally satisfied with the performance of the BOD.

Decision-making processes for current and new initiatives, and the implementation of these initiatives, have been undertaken in a prudent manner, and in adherence to clearly established mechanism and procedures. This reflects well on the quality of Good Corporate Governance ("GCG") practices at MBA.

We would like to thank the Audit Committee, Internal Audit Unit and the Nomination & Remuneration Committee for their review of MBA's business, internal and external audits, as well as compliance with regulations on corporate governance and internal controls. The BOC also conducted 3 joint meetings with the BOD to maintain constructive communication, and to actively monitor and provide guidance on company's policies and strategies.

Increasing urbanization combined with a surging middle-income class and higher per capita income, are positive trends for the Indonesian Food & Beverage industry. Still, competition will remain intense in 2019, as other major industry players will also up their ante. Notwithstanding this, our strong fundamentals will position MBA well for future growth and challenges – a good business model, strong portfolio of 7 premium F&B brands, an extensive retail network of over 450 stores in 31 cities and over 5,000 passionate employees.





We are confident that under the BOD's effective leadership, together with the dedication and hard work of all our employees, MBA will be able to ride on the momentum of its strong performance in 2018 to achieve greater success in 2019 and the years ahead. Going forward, the BOC concur with the view of the BOD on MBA's business prospect for the year ahead.

The BOC would like to recognize the sterling contribution of Mr. Agus Gozali who stepped down as President Commissioner of MBA. Replacing him is Mr. Handaka Santosa, who was formerly a Commissioner of the Company. We would also like to welcome Mr. Ravi Kumar Sreeramulu who joined as Commissioner of MBA. Changes in the Board of Commissioners' composition were effective immediately upon the closing of the Company's Extraordinary General Meeting of Shareholders (EGMS) held on 14 December 2018.

In closing, the BOC would like to thank the BOD for working tirelessly in steering MBA through the challenging year in 2018. 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 support and immeasurable contribution were crucial to the success of MBA in 2018.

For and on behalf of the Board of Commissioners



Handaka Santosa
President Commissioner



Pemegang saham yang terhormat,

Perekonomian Indonesia tumbuh sebesar 5,17% pada tahun 2018, lebih baik dibandingkan pencapaian pertumbuhan sebesar 5,07% pada tahun 2017, yang sebagian besar didorong oleh konsumsi domestik. Pertumbuhan PDB ini tercapai meski di tengah berlanjutnya ketidakpastian global, termasuk ketegangan pasar perdagangan, melemahnya ekonomi Cina, BREXIT dan ancaman dari kenaikan suku bunga. Di tengah situasi makroekonomi ini, MBA mencatat kinerja Perusahaan yang baik dengan pencapaian bersih meningkat 22,9% menjadi Rp 2,5 trilyun, dan laba bersih sebesar Rp 120,5 milyar untuk tahun 2018.

Sepanjang 2018, Dewan Komisaris senantiasa melakukan pengawasan dan pengarahan kepada Direksi dalam penerapan arahan strategis, membentuk kebijaksanaan dan menjalankan aksi korporasi sebagaimana juga meningkatkan pelaksanaan tata kelola perusahaan. Melihat pencapaian kinerja Perusahaan pada tahun 2018, Dewan Komisaris merasa puas dengan kinerja Direksi.

Proses pengambilan keputusan untuk inisiatif-inisiatif yang sedang berjalan dan yang baru, serta implementasi sejumlah inisiatif tersebut telah dilakukan secara bijaksana dan sesuai dengan mekanisme dan peraturan yang ada. Hal ini mencerminkan kualitas praktik-praktik Tata Kelola Perusahaan di MBA.

Dewan Komisaris mengucapkan terima kasih kepada Komite Audit, Unit Audit Internal, Komite Nominasi dan Remunerasi atas tinjauannya terhadap bisnis MBA, audit internal dan eksternal, dan juga kepatuhan terhadap regulasi tata kelola perusahaan dan pengendalian internal.

Dewan Komisaris juga menyelenggarakan 3 rapat gabungan dengan Direksi untuk menjaga komunikasi yang konstruktif, dan untuk secara aktif memantau serta memberikan pengarahan terhadap peraturan dan strategi Perusahaan.

Meningkatnya urbanisasi dan segmen ekonomi kelas menengah serta pendapatan per kapita yang meningkat, merupakan tren yang positif untuk industri Food & Beverage di Indonesia. Namun, kompetisi akan tetap sangat ketat di tahun 2019, sebagaimana pemain industri besar lainnya juga akan meningkatkan usaha mereka. Meski demikian, fundamental MBA yang kuat akan

menempatkan MBA dengan baik untuk pertumbuhan di masa depan dan menghadapi tantangan - dengan model bisnis yang baik, portofolio yang kuat atas 7 merek F&B premium, jaringan ritel yang luas atas lebih dari 450 gerai di 31 kota dan memiliki lebih dari 5.000 karyawan.

Kami percaya bahwa di bawah kepemimpinan Direksi yang efektif, bersama dengan dedikasi dan kerja keras seluruh karyawan, MBA berada pada momentum kinerja Perusahaan yang kuat di 2018, dan meraih kesuksesan di tahun 2019 hingga pada tahun-tahun yang akan datang. Menatap ke depan, Dewan Komisaris menyetujui pandangan Direksi terkait prospek usaha di tahun mendatang.

Perusahaan juga mencatat kontribusi luar biasa yang diberikan oleh Bapak Agus Gozali yang mengundurkan diri dari posisinya sebagai Komisaris Utama MBA. Sebagai penggantinya adalah Bapak Handaka Santosa, yang sebelumnya menjabat sebagai Komisaris Perusahaan. Kami pun mengucapkan selamat datang untuk Bapak Ravi Kumar Sreeramulu yang bergabung dalam Dewan Komisaris Perusahaan. Perubahan komposisi pada Dewan Komisaris MBA ini efektif mulai berlaku setelah penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa MBA yang diadakan pada 14 Desember 2018.

Sebagai penutup, Dewan Komisaris mengucapkan terima kasih kepada Direksi atas kerja kerasnya mengarahkan MBA melalui tahun yang penuh tantangan pada 2018. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada para pelanggan, karyawan dan pemegang saham. Dan tak ketinggalan, terima kasih kepada para pemilik merek dan mitra strategis termasuk General Atlantic. Dukungan dan kontribusi dari mereka sangat penting bagi kesuksesan MBA di tahun 2018.

Untuk dan atas nama Dewan Komisaris



Handaka Santosa
Komisaris Utama





Report from BOD

Laporan Direksi



Report from the Board of Directors


L A P O R A N D E W A N D I R E K S I

Dear Shareholders,

2018 was an eventful year with many positive turns but also unexpected hurdles. Despite macroeconomic challenges, shift in consumer behavior, and market surprises, MBA is pleased to report that we posted strong results in 2018 – recording a 22.9% growth in net revenue to Rp 2.5 trillion, with operating profit and gross profit of Rp 172 billion and Rp 1.8 trillion, respectively. The Company's performance in 2018 had shown satisfactory result, and MBA was able to achieve the performance targets that was set throughout 2018.

Crucially, we continued to innovate and invest in our brands as we further strengthened our market position in Indonesia.





Some of our key initiatives in 2018 include:

Opening of 68 new stores to bring our net total to 460 stores by end 2018.

Venturing into 2 new cities to widen our penetration to 31 cities.

Acquisition of Genki Sushi (and PAUL Bakery in January 2019) to strengthen our brand portfolio

Acquisition of 170,000 new Starbucks Rewards members to bring total membership to over 1.5 million – our invaluable database for more effective targeted marketing

Strategic tie-up with GOJEK to increase sales and convenience for our customers

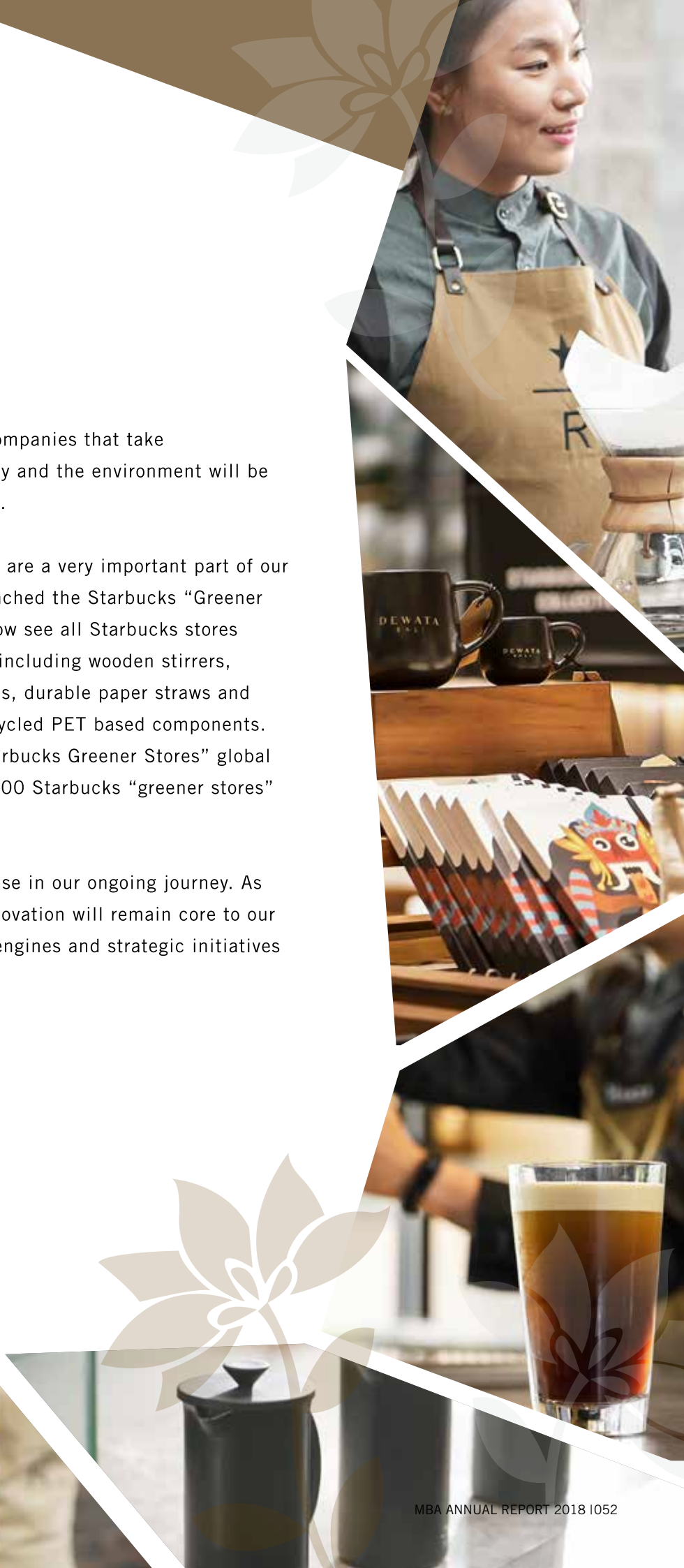
Construction of Starbucks DEWATA Bali – the biggest Starbucks Reserve in South East Asia (official opening in January 2019). This is a one-of-a-kind coffee sanctuary that features a working farm, designed to take guests on a holistic seed-to-cup experience.

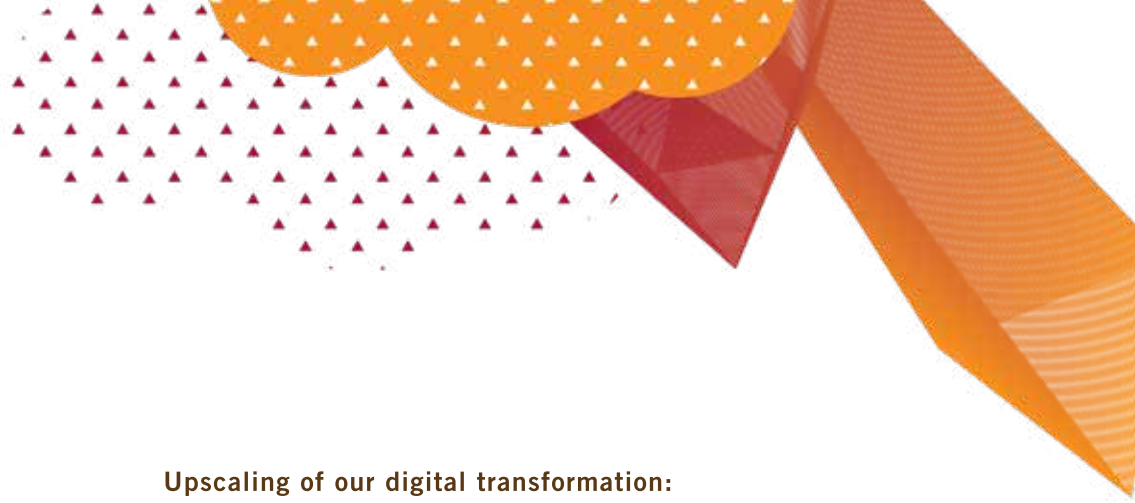
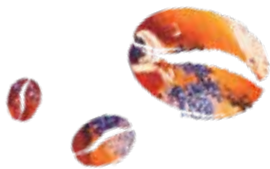


At MBA, we strongly believe that companies that take responsibility for people, community and the environment will be the most successful in the long run.

As such, community-based projects are a very important part of our daily life at MBA. In 2018, we launched the Starbucks “Greener Nusantara” movement, where we now see all Starbucks stores in Bali carrying ‘greener’ material, including wooden stirrers, recyclable paper bags, strawless lids, durable paper straws and cups made from post-consumer recycled PET based components. This movement is aligned with “Starbucks Greener Stores” global campaign – with plan to build 10,000 Starbucks “greener stores” worldwide by 2025.

Today MBA is at a very exciting phase in our ongoing journey. As we move into 2019, continuous innovation will remain core to our strategy as we explore new growth engines and strategic initiatives for the year ahead. These include:



**Upscaling of our digital transformation:**

Adding more digital features to our stores, including more payment options.

New exciting locations and stores:

Scouring the country for new locations to build more exciting stores and make our brands more accessible to more customers!

Training and People Development:

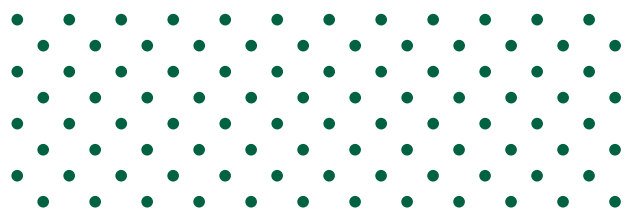
Continuous development of our people through internal and external coaching to maintain our best-in-class customer service.

Going deeper with the community:

Leveraging on our scale (brands and retail network) to drive more positive changes and make a difference in the communities we operate in.

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 were well implemented in 2018.

At the end of 2018, MBA saw a change in the Board of Directors' composition with the appointment of Mr. Ravi Kumar Sreeramulu as a Commissioner of the Company, made effective upon the closing of 2018 EGMS held on 14 December 2018.



Going forward, we know that challenges, shifts, and surprises will persist in 2019. But we are not resting on our laurels. We will continue to venture out of our comfort zone to drive growth and profitability for MBA – exploring new menus, locations, marketing initiatives, and strategic tie-ups with third-party delivery aggregators to stay relevant to our customers. Given our exciting plans ahead, we are cautiously optimistic about our business prospect for 2019.

In closing, the Board would like to express our deepest gratitude to our Board of Commissioners, strategic partners, shareholders, customers and the employees for their trust, support and commitment as we navigate these exciting, unprecedented times.

For and on behalf of the Board of Directors

Anthony Cottan
President Director



Laporan Direksi




Pemegang saham yang terhormat,

2018 merupakan tahun yang sarat dengan peristiwa positif, namun juga terdapat sejumlah rintangan tidak terduga. Meski berhadapan dengan tantangan kondisi makroekonomi, perubahan perilaku konsumen, dan sejumlah kejutan di industri ritel, MBA mencatat kinerja Perusahaan yang kuat di tahun 2018 – pendapatan bersih meningkat sebanyak 22,9% menjadi Rp 2,5 triliun, dengan laba usaha dan laba kotor masing-masing mencatat Rp 172 milyar dan Rp 1,8 triliun. Kinerja Perusahaan di 2018 telah menunjukkan hasil yang memuaskan. MBA mampu mencapai target kinerja Perusahaan yang telah ditetapkan di sepanjang tahun 2018.

Perusahaan terus berinovasi dan berinvestasi pada merek-merek kami, dan pada saat yang bersamaan semakin memperkuat posisi pangsa pasar Perusahaan di Indonesia.

Sejumlah inisiatif penting yang dijalankan Perusahaan selama 2018 mencakup:

- Pembukaan 68 gerai baru, Perusahaan kini memiliki total 460 gerai pada akhir 2018.
- Memasuki 2 kota baru, penetrasi Perusahaan kini mencapai 31 kota.
- Akuisisi Genki Sushi (dan PAUL Bakery pada Januari 2019) untuk memperkuat portofolio merek
- Akuisisi 170.000 anggota baru Starbucks Rewards - kini anggota Starbucks Rewards mencapai lebih dari 1,5 juta – merupakan basis data yang tak ternilai untuk target pemasaran yang lebih efektif
- Kerjasama strategis dengan GOJEK untuk meningkatkan penjualan dan kenyamanan bagi pelanggan
- Konstruksi Starbucks DEWATA Bali – Starbucks Reserve terbesar di Asia Tenggara (dibuka resmi pada Januari 2019). Starbucks DEWATA merupakan coffee sanctuary yang tak ada duanya, yang menampilkan kebun kopi, dan dirancang untuk memberikan pengalaman holistik bagi penikmat kopi mulai dari biji kopinya hingga menjadi sajian dalam secangkir kopi.



Di MBA, kami meyakini bahwa Perusahaan yang bertanggung jawab terhadap masyarakat sekitar, komunitas dan lingkungan hidup akan menjadi Perusahaan yang paling berhasil untuk jangka panjang.

Sehubungan dengan hal tersebut, proyek berbasis komunitas adalah bagian yang sangat penting dalam keseharian MBA. Di tahun 2018, Starbucks meluncurkan gerakan “Green Nusantara”, yang menjadikan seluruh gerai Starbucks di Bali saat ini menggunakan material yang lebih ramah lingkungan, termasuk pengaduk berbahan kayu, tutup gelas tanpa sedotan, sedotan dengan bahan kertas, dan gelas yang terbuat dari post-consumer recycled PET based components (komponen berbasis bahan daur ulang). Gerakan ini selaras dengan kampanye global “Starbucks Greener Stores” - Starbucks berencana untuk membangun 10.000 gerai “greener stores” di seluruh dunia hingga tahun 2025.

Kini, MBA tengah berada di periode yang menarik dalam perjalanannya yang tengah berlangsung. Memasuki tahun 2019, inovasi yang berkelanjutan akan terus menjadi inti strategi MBA dan kami melakukan eksplorasi mesin pertumbuhan dan inisiatif strategis baru untuk tahun yang akan datang. Hal-hal ini termasuk:



Meningkatkan transformasi digital Perusahaan:

Menambahkan fitur-fitur digital ke dalam gerai-gerai Perusahaan, termasuk lebih banyak bentuk opsi pembayaran.

Lokasi dan gerai-gerai baru yang menarik:

Mencari lokas-lokasi baru untuk membangun gerai-gerai menarik dan membuat merek-merek MBA lebih mudah dijangkau oleh lebih banyak pelanggan!



Pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Manusia:

Pengembangan sumber daya manusia Perusahaan secara terus menerus melalui pelatihan internal dan eksternal untuk menjaga agar tetap memberikan pelayanan pelanggan yang terbaik.



Lebih dekat dengan komunitas:

Memanfaatkan skala Perusahaan (merek dan jaringan ritel) untuk mendorong lebih banyak perubahan positif dan membuat perubahan di komunitas-komunitas di wilayah Perusahaan beroperasi.

Direksi memahami pentingnya tata kelola perusahaan untuk memastikan agar kepentingan Perusahaan dan para pemegang saham terlindungi. Hingga saat ini, Direksi melaporkan bahwa tata kelola perusahaan telah diterapkan dengan baik selama tahun 2018.



Di akhir tahun 2018, MBA melihat adanya perubahan pada komposisi Direksi dengan penunjukan Bapak Ravi Kumar Sreeramulu sebagai Komisaris Perusahaan, yang mulai efektif dijabat setelah penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa yang diadakan pada tanggal 14 Desember 2018.

Menatap ke depan, kami menyadari berbagai tantangan, perubahan dan kejutan akan terus ada di tahun 2019. Namun MBA tidak akan berhenti berinovasi. Kami akan keluar dari zona nyaman Perusahaan untuk mendorong pertumbuhan dan keuntungan untuk MBA – melakukan eksplorasi terhadap menu, lokasi, inisiatif pemasaran baru, dan kerjasama strategis dengan pihak ketiga jasa penyedia delivery, untuk tetap relevan dengan para pelanggan kami. Dengan banyaknya rencana menarik Perusahaan, kami optimis namun tetap berhati-hati terhadap propek usaha MBA untuk tahun 2019.

Sebagai penutup, Direksi mengucapkan rasa terima kasih kepada Dewan Komisaris, mitra strategis, pemegang saham, pelanggan dan para karyawan Perusahaan atas kepercayaan, dukungan dan komitmen yang diberikan selagi kami melalui perjalanan yang menarik dan berharga ini.

Untuk dan atas nama Direksi

Anthony Cottan
Direktur Utama





Management Discussion & Analysis

Pembahasan dan Analisa Manajemen



Management Discussion & Analysis

Pembahasan dan Analisa Manajemen



REVIEW — In 2018, the Company and its subsidiaries recorded net revenue of Rp 2.5 trillion, or 22.9% increase as compared to 2017. Gross profit and operating profit grew by 21.8% and 1.1% respectively. EBITDA and net income also showed positive growth of 14.3% and 13.7%, respectively.

Beverage remained the key contributor to the Company's net sales with contribution of 66.9%, followed by Food at 26.9% and Others at 6.2%.

In 2018, the Company acquired ownership interest in PT Agung Mandiri Lestari from PT Panen Lestari Internusa, a related party with the same majority shareholder as the Company.



TINJAUAN Sepanjang tahun 2018 ini, Perusahaan dan Entitas anak membukukan pendapatan bersih sebesar Rp 2,5 triliun, mengalami pertumbuhan sebesar 22,9% dibandingkan dengan tahun 2017. Laba kotor mengalami pertumbuhan sebesar 21,8% dan laba usaha mengalami pertumbuhan sebesar 1,1%. EBITDA mengalami pertumbuhan sebesar 14,3% sedangkan laba bersih mengalami pertumbuhan sebesar 13,7%.

Pada tahun ini, segmen minuman tetap menjadi penyumbang utama penjualan bersih Perusahaan, dengan memberikan kontribusi sebesar 66,9%, kemudian diikuti dengan segmen makanan sebesar 26,9% dan segmen lain-lain sebesar 6,2%.

Pada tahun 2018, Perusahaan memperoleh kepemilikan saham PT Agung Mandiri Lestari dari PT Panen Lestari Internusa, pihak berelasi yang pemegang saham utamanya sama dengan Perusahaan.





Profit & Loss

The Company and its Subsidiaries posted net revenue of Rp 2.5 trillion in 2018. Contribution from Beverage segment was Rp 1.7 trillion (66.9%), while contribution from Food segment was Rp 0.7 trillion (26.9%) and Other segment was Rp 0.1 trillion (6.2%).

Sales from existing stores (same store sales growth) increased by 6.4%. Another contributing factor to the Company sales was additional new stores and new net area. By the end of 2018, number of stores was 460, compared with 399 stores by end of 2017.

The year also witnessed the Company's gross profit increased by 21.8% as compared to 2017, or increase from 1.5 trillion to Rp 1.8 trillion. Gross profit margin was 71.5% in 2018 and 72.2% in 2017.

In view of our growth strategy (area expansions and addition of new outlets), the Company saw a 24.5% rise in operating expenses to Rp 1.6 trillion. The increase was mainly from salaries, rentals, depreciation and royalties.



As a result, operating income increased from Rp 170 billion to Rp 172 billion.

The Company recognized lower interest expense by Rp 25.3 billion from Rp 25.6 billion in 2017 to Rp 0.3 billion in 2018, accounted for mainly by amortized discount on non-interest bearing bond in 2017.

Adding up the impact of the factors mentioned above, the Company posted Rp 120.5 billion in net income, a 13.7% increase compared to the previous year. Net basic earnings per share of the Company was Rp 56.

Laba & Rugi

Di tahun 2018 Perusahaan dan Entitas Anak berhasil membukukan pendapatan bersih sebesar Rp 2,5 trilyun. Kontribusi sebesar 1,7 trilyun (66,9%) diberikan oleh segmen minuman, Rp 0,7 trilyun (26,9%) diberikan oleh segmen makanan dan 0,1 trilyun (6,2%) diberikan oleh segmen penjualan lain-lain.

Untuk pertumbuhan penjualan dari gerai yang sama tahun ini naik sebesar 6,4%, Pada tahun ini Perusahaan tetap melakukan ekspansi dengan menambah jumlah gerai baru dan luas area. Akhir tahun 2018 jumlah gerai Perusahaan mencapai 460 gerai, dibandingkan dengan 399 gerai pada akhir tahun 2017.

Laba kotor Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 21,8% dibandingkan tahun 2017 lalu, meningkat dari Rp 1,5 trilyun menjadi Rp 1,8 trilyun. Marjin laba kotor Perusahaan adalah sebesar 71,5% di tahun 2018 dan sebesar 72,2% di tahun 2017.

Sehubungan dengan ekspansi usaha yang dilakukan Perusahaan dengan perluasan area dan penambahan gerai-gerai baru, tahun ini beban usaha Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 24,5% menjadi Rp 1,6 trilyun. Kenaikan beban usaha yang utama berasal dari kenaikan beban gaji dan tunjangan, sewa gerai, penyusutan dan royalty.

Laba usaha Perusahaan tahun 2018 ini mengalami kenaikan dari Rp 170 milyar menjadi Rp 172 milyar.

Beban bunga Perusahaan mengalami penurunan sebesar Rp 25,3 milyar menjadi Rp 0,3 milyar dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 25,6 milyar yang terutama berasal dari amortisasi diskonto obligasi tanpa bunga di tahun 2017.

Akhirnya pada tahun buku 2018 ini, Perusahaan membukukan laba bersih sebesar Rp 120,5 milyar, atau naik sebesar 13,7% bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Laba bersih per saham dasar Perusahaan sebesar Rp 56.



Balance Sheet

ASSETS The Company assets increased by Rp 80 billion to Rp 1.7 trillion in 2018. Total current assets of the Company decreased by Rp 102.9 billion to Rp 593.9 billion, due mainly to decrease in cash and cash equivalents of Rp 92 billion, decrease in trade account receivables of Rp 47.8 billion as well as increase in prepaid expenses of Rp 25.9 billion and increase in inventories of Rp 17 billion.

Total non-current assets increased by Rp 183.1 billion to Rp 1.1 trillion. A large portion of this increase was from permanent assets of the Company for business development amounting to Rp 164.5 billion.



LIABILITIES The Company's liabilities increased by Rp 15.2 billion to Rp 642.5 billion due mainly to increase to accrual of expenses.

DIVIDEND The Company did not make any dividend payment in 2018.



ASET Jumlah aset Perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp 80 milyar dibandingkan tahun sebelumnya menjadi Rp 1,7 trilyun di tahun 2018. Jumlah aset lancar Perusahaan mengalami penurunan sebesar Rp 102,9 milyar menjadi Rp 593,9 milyar. Penurunan ini terutama disebabkan karena adanya penurunan kas dan setara kas sebesar Rp 92 milyar, penurunan piutang usaha sebesar Rp 47,8 milyar, namun mengalami kenaikan pada biaya dibayar dimuka sebesar Rp 25,9 milyar dan kenaikan di persediaan sebesar Rp 17 milyar.

Jumlah aset tidak lancar Perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp 183,1 milyar menjadi Rp 1,1 trilyun. Kenaikan ini terutama disebabkan oleh peningkatan aset tetap Perusahaan untuk pengembangan usaha sebesar Rp 164,5 milyar.



LIABILITAS Liabilitas Perusahaan mengalami kenaikan sebesar Rp 15,2 milyar menjadi Rp 642,5 milyar yang terutama disebabkan kenaikan biaya masih harus dibayar.

DIVIDEN Perusahaan tidak melakukan pembayaran dividen pada tahun 2018.



Cash Flow



OPERATING ACTIVITIES In 2018, the amount of total net cash provided by operating activities was Rp 380.8 billion. Total cash generated from Company's operations increased by Rp 79.3 billion.

INVESTMENT ACTIVITIES In 2018, the amount of total net cash used for investment activities of the Company was Rp 441.5 billion, of which Rp 275.9 billion was allocated for capital expenditure.

FINANCING ACTIVITIES In 2018, net cash used by the Company was Rp 31.3 billion.

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

In 2018, there were no transactions carrying conflict of interests with affiliated parties.

The implementation of new accounting standard (new improvement as well as interpretation in 2018) has no significant influence on statement or recorded amount in the consolidated financial report of the Company.





Aruw Kas

AKTIVITAS OPERASI Jumlah kas bersih yang diperoleh Perusahaan dari aktivitas operasi sebesar Rp 380,8 milyar. Jumlah kas yang dihasilkan dari operasi Perusahaan mengalami kenaikan sebesar Rp 79,3 milyar.

AKTIVITAS INVESTASI Jumlah kas bersih yang digunakan oleh Perusahaan untuk aktivitas investasi adalah sebesar Rp 441,5 milyar, dimana sebesar Rp 275,9 milyar digunakan untuk perolehan aset tetap.

AKTIVITAS PENDANAAN Jumlah kas bersih yang digunakan Perusahaan untuk tahun ini adalah sebesar Rp 31,3 milyar.

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

Atas transaksi yang dilakukan Perusahaan selama tahun 2018 tidak terdapat transaksi yang mengandung benturan kepentingan dengan pihak yang berafiliasi.





Business Prospect

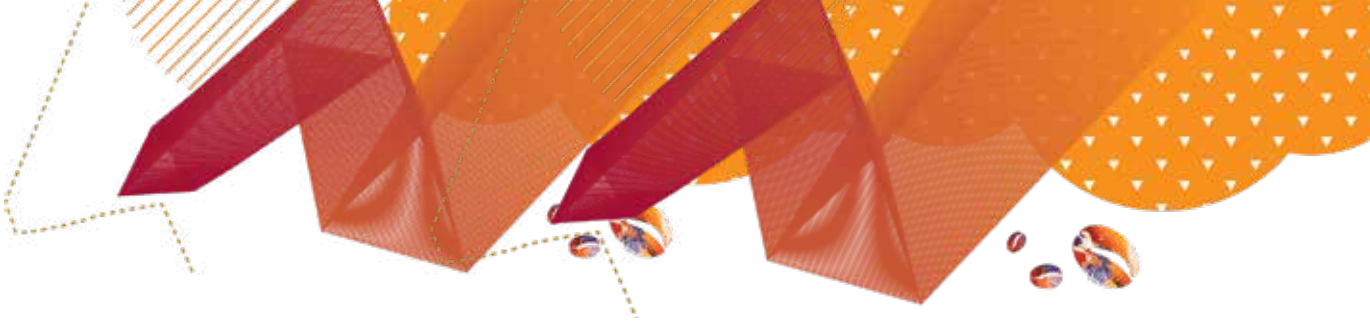
Indonesia's growth momentum is likely to continue into 2019. GDP is projected to grow by 5.3% on the back of higher domestic private consumption, while inflation is expected to maintain at manageable level of 3.5%. However, concerns around uncertain global economic trends and Indonesia's economic conditions post Presidential Election may impact the Company's outlook in 2019. We will continue to pay close attention to domestic and global conditions and adjust our strategy accordingly.

According to data from market research firm Statista, projected revenue in the Food & Beverage segment will amount to US\$793m in 2019. Revenue is expected to show an annual growth rate (CAGR 2019-2023) of 16.9%, resulting in a market volume of US\$1,482m by 2023. Parallel to increase in disposable income and growing aspirations, the Company expects competition in the Food & Beverage landscape to further intensify.

In an effort to defend its position in the market, MBA intends to be more responsive to consumption trends, constantly invigorating its product portfolio, maximizing potential of key brands, thoughtfully addressing underperforming stores, executing aggressive marketing strategies, as well as keeping tabs on new opportunities. Following the launch of Starbucks Dewata in January 2019, MBA will also continue to introduce experiential features in our stores.

In the area of Customer Relationship Management ("CRM"), MBA has relaunched and revamped its Starbucks Rewards loyalty program to improve brand relationships with customers. The new updated CRM database system will allow the Group to track customer details and products sold. These initiatives will underscore the objectives to increase sales and strengthen customer loyalty.

The diversity of our premium products and wide store footprint is one of our greatest competitive advantages. In an effort to prudently widen Company's distribution network and reach, MBA will continue to scour for the best locations to open new stores. Productivity will be stepped up through improved operational control, cost efficiency and better inventory management. The Company will also put a stronger emphasis in providing highest standard of customer service. We are cautiously optimistic in our plans and targets for full year 2019 and we are committed to delivering them.



Momentum pertumbuhan Indonesia sepertinya akan berlanjut ke dalam 2019. PDB diproyeksikan akan tumbuh sebanyak 5,3% didukung oleh konsumsi domestik, sementara inflasi diperkirakan akan bertahan di tingkat 3,5%. Namun, kekawatiran sekitar tren ekonomi global yang tidak pasti dan kondisi ekonomi Indonesia setelah Eleksi Presiden dapat berdampak pada prospek Perusahaan di 2019. Kami akan terus memperhatikan kondisi domestik maupun global, dan menyesuaikan strategi Perusahaan.

Menurut data dari perusahaan riset pasar Statista, proyeksi penjualan untuk segmen Food & Beverage mencapai US\$793 juta di 2019. Penjualan tersebut diperkirakan akan menunjukan Pertumbuhan Majemuk Tahunan (CAGR 2019 – 2023) sebanyak 16,9%, membuat volume pasar mencapai US\$1.482 juta pada 2023. Paralel terhadap meningkatnya pendapatan dan aspirasi konsumen yang meningkat, Perusahaan memperkirakan kompetisi di pasar Food & Beverage turut akan bertambah ketat.

Dalam upaya untuk mempertahankan posisi Perusahaan di pasar, MBA berencana untuk menjadi lebih responsif terhadap tren konsumsi, terus-menerus memperkuat portofolio produk, memaksimalkan potensi merek-merek kunci, mengawasi gerai-gerai yang kurang produktif, mengeksekusi strategi marketing yang agresif, serta memperhatikan peluang-peluang baru bagi Perusahaan. Mengikuti peluncuran Starbucks Dewata di Januari 2019, MBA juga akan terus memperkenalkan fitur-fitur eksperensial di gerai-gerai Perusahaan.

Di bidang Manajemen Hubungan Pelanggan (“CRM”), MBA telah melakukan peluncuran ulang dan mengubah konsep program loyalty Starbucks Rewards untuk meningkatkan hubungan merek dengan pelanggan. Sistem database CRM yang baru akan memungkinkan Perusahaan untuk melacak ditel preferensi pelanggan dan produk yang terjual. Inisiatif-inisiatif ini akan menunjukkan objektif Perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Beragamnya produk premium dan jumlah gerai adalah salah satu keuntungan kompetitif terbesar yang dimiliki Perusahaan. Dalam upaya untuk meningkatkan jaringan distribusi Perusahaan secara selektif, MBA akan terus menjelajahi lokasi-lokasi terbaik untuk membuka gerai-gerai baru. Produktivitas akan ditingkatkan melalui control operasional, efisiensi biaya dan manajemen persediaan yang lebih baik. Perusahaan turut akan menaruh penekanan yang lebih kuat dalam menyediakan pelayanan pelanggan dengan standard tertinggi. Kami optimis namun tetap berhati-hati dalam rencana dan target Perusahaan untuk tahun buku 2019, dan kami berkomitmen untuk menjalaninya.





Management Discussion Analysis





Audit Committee Report

Laporan Komite Audit



— *In compliance with regulations pertaining to the Audit Committee - and in consideration of the Audit Committee's role in supporting the Board of Commissioners' oversight functions, the following is a report on the activities of the Audit Committee for year ending 31 December 2018.*

The Audit Committee was formed based on Law No. 40 Year 2007 on Limited Liability Companies, rules and regulations on Good Corporate Governance issued by BAPEPAM and LK, the Indonesia Stocks Exchange (PT Bursa Efek Indonesia) and the National Committee on Good Corporate Governance Policies (KNKCG) and OJK Regulation No. 55/POJK.04/2015, dated December 29, 2015, regarding the Establishment and Guidelines for the Work of Audit Committees, as well as regulations of Indonesia Stock Exchange No. Kep-205/BEJ/2004 dated July 19, 2004, on the Establishment and Working Guidelines for the Audit Committee.



As at 31 December 2018, the members of the Audit Committee were Sean Gustav Standish Hughes (Chairman), Riono Trisongko (member) and Imam Sugiarto (member).

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

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



~

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

~

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

1. The consolidated financial statement for the year ended 31 December 2018 has been structured in accordance with standard accounting practices in Indonesia.
2. The Company has complied with capital market and all other rules and regulations of the Government of Indonesia. The Company is also continually looking for ways to strengthen its good corporate governance policies.
3. The Company has executed its operational activities with continuous improvement under the guidance of the Directors and Commissioners.
4. The Public Accountant for 2018 has completed their duties according to professional standards, particularly in their independence as External Audit.



Memenuhi sejumlah peraturan dan ketentuan yang berlaku sehubungan dengan Komite Audit - dan dengan mempertimbangkan peran Komite Audit dalam mendukung Dewan Komisaris menjalankan fungsi kepengawasannya, berikut adalah laporan kegiatan Komite Audit untuk periode yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2018.

Pembentukan Komite Audit ini didasarkan pada Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, peraturan-peraturan mengenai Tata Kelola Perusahaan yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) dan Lembaga Keuangan (LK), PT Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Komite Nasional Kebijakan Good Corporate Governance (KNKCG) serta Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.04/2015 tanggal 29 Desember 2015 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit, dan peraturan Bursa Efek Indonesia No. Kep-305/BEJ/2004 tertanggal 19 Juli 2004 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit.

Adapun keanggotaan Komite Audit per 31 Desember 2018 terdiri dari Sean Gustav Standish Hughes (Ketua), Riono Trisongko (anggota) dan Imam Sugiarto (anggota).

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

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





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

1. Laporan Keuangan untuk tahun buku yang berakhir pada 31 Desember 2018 telah disusun dan disajikan berdasarkan standar akuntansi yang berlaku di Indonesia.
2. Perusahaan telah mematuhi peraturan-peraturan Pasar Modal dan peraturan perundangan lainnya yang berlaku di Indonesia. Perusahaan melanjutkan upayanya untuk menerapkan kebijakan tata kelola perusahaan yang baik.
3. Perusahaan telah melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan melakukan peningkatan secara berkesinambungan di berbagai aspek sesuai dengan pengarahannya dari Direksi dan Dewan Komisaris.
4. Akuntan Publik untuk tahun 2018 yang ditunjuk telah menyelesaikan tugas mereka dengan memenuhi standar profesional, khususnya dalam hal independensinya sebagai Audit Eksternal.

~

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

~

Sean Gustav Standish Hughes
Chairman of Audit Committee
Ketua Komite Audit





Risks & How We Manage

Risiko dan Penanganannya







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

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

Economic Risks

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

Political & Social Risks

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



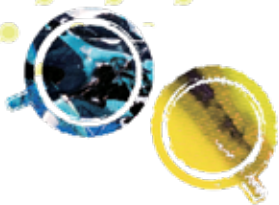
Regulatory Risks

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

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

Competitive Risks

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



New Business Risks

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

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

Financial Risks

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

Partnership Relations Risks

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

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




Natural Disasters Risks

Severe weather or other natural disasters, including storms, floods, fires, earthquakes or terrorist attacks, could adversely affect our business. Any such event affecting one of our major stores or facilities could result in significant interruption and disruption of our business. Mitigating the risks and challenges of disasters takes extensive planning. It is critical for MBA to ensure there are crisis management plans and experienced real-time crisis response personnel in place to mitigate the potential impacts of a natural disaster and return to normal operations as quickly as possible. In relation to the safeguarding of Company's assets, the Company has a comprehensive insurance coverage for risks or perils that could damage any of the Company's assets or facilities.

Litigation

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



A close-up photograph showing a hand holding a blowtorch, applying a blue flame to a row of golden-brown donuts arranged on a light-colored wooden tray. The donuts are arranged in two rows, and the focus is sharp on the ones being torched, with others slightly blurred in the foreground and background. The background is warm and out of focus, suggesting a kitchen or bakery setting.

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



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

Risiko Ekonomi

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

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

Risiko Politik & Sosial

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

Risiko Regulasi

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

Risiko Kompetisi / Persaingan Usaha

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

Risiko Bisnis Baru

Sebagai bagian dari strategi pertumbuhan Perusahaan yang agresif, bagian penting dari bisnis kami bergantung pada kemampuan untuk berinvestasi dalam area pertumbuhan baru untuk membuat aliran pendapatan baru, dan membuat keputusan yang benar berdasarkan tren. Kegagalan untuk memprediksi preferensi konsumen yang terus berubah, pola pengeluaran dan keputusan gaya hidup lainnya dapat menyebabkan memburuknya hasil keuangan Perusahaan. Tidak ada jaminan bahwa Perusahaan akan mencapai kesuksesan dalam semua usaha baru. Namun, untuk mengurangi risiko, kami melakukan studi kelayakan pasar sebelum mengakuisisi merek baru atau membuka gerai di kota-kota atau mal-mal baru.



Risiko Keuangan

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

Risiko Hubungan Kemitraan

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

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



Risiko Bencana Alam

Cuaca buruk atau bencana alam lainnya, termasuk badai, banjir, kebakaran, gempa bumi atau serangan teroris, dapat mempengaruhi bisnis Perusahaan. Peristiwa apapun yang berdampak buruk pada gerai atau fasilitas Perusahaan dapat mengakibatkan gangguan dan hambatan terhadap usaha Perusahaan. Untuk mencegah risiko dan tantangan dari bencana tersebut, Perusahaan mengambil tindakan perencanaan yang ekstensif. Setiap lokasi dan fasilitas berbeda-beda dan memiliki kebutuhan yang berbeda. Merupakan hal yang sangat penting untuk MBA memastikan terdapat rencana manajemen krisis dan petugas penanggulangan krisis di tiap lokasi untuk mengurangi potensi dampak bencana alam dan kembali ke aktivitas operasi normal secepat mungkin. Terkait proteksi atas aset Perusahaan, MBA memiliki asuransi komprehensif yang memberikan perlindungan terhadap risiko atau bahaya yang dapat merusak salah satu aset atau fasilitas Perusahaan.

Litigasi

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





Evaluation on Risk Management Effectiveness

EVALUASI EFEKTIVITAS MANAJEMEN RISIKO



MBA manages risks in a structured, controlled and effective way. Our risk management approach is embedded in the normal course of business. Internal assurance and compliance monitoring are in place to review the risks in our strategy.

Our Internal Audit Unit plays a key role in ensuring that operational risks and business execution risks are properly addressed and managed.

In 2018, the Internal Audit Unit together with the Board of Commissioners undertook on-going risk assessments to identify and consider major internal and external risks to the business model of the Company. No significant changes were noted in the recent risk environment and the Directors concerned were assigned to manage the risks within their respective streams.





MBA mengelola risiko dengan cara yang terstruktur, terkendali dan efektif. Pendekatan manajemen risiko Perusahaan telah tertanam dalam kegiatan operasional sehari-hari Perusahaan. Jaminan kepatuhan dan pemantauan internal telah ditempatkan untuk menelaah pengaturan strategi risiko Perusahaan. Unit Audit Internal Perusahaan memainkan peran penting dalam memastikan risiko operasional dan eksekusi bisnis Perusahaan telah ditangani dan dikelola dengan tepat.

Pada tahun 2018, Unit Internal Audit bersama dengan Dewan Komisaris melakukan kajian risiko secara berkelanjutan untuk mengidentifikasi dan mempertimbangkan risiko-risiko utama internal dan eksternal yang berdampak pada model bisnis Perusahaan. Tidak ada perubahan signifikan yang dicatat dalam ruang lingkup risiko, dan anggota Direksi yang bersangkutan telah ditunjuk untuk mengelola risiko di areanya masing-masing.

