MAP active

# Sustaining Health
# for Brighter Future



**Sustainability Report**
Laporan Keberlanjutan | **2022**

# Table of Content

## Daftar Isi


2 **Sustainability Performance Highlight**
Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan

8 **Message From The Board of Directors**
Pesan Direksi

12 **Company Profile**
Profil Perusahaan

20 **Sustainability Governance**
Tata Kelola Keberlanjutan

22 **Sustainability Governance**
Tata Kelola Keberlanjutan

23 **Sustainability Strategy**
Strategi Keberlanjutan

25 **Material Topics and Significant Issues**
Topik Material dan Isu Signifikan

28 **Stakeholder Approach**
Pendekatan pada Pemangku Kepentingan

33 **About The Report**
Tentang Laporan

34 **Sustainability Report Overview**
Sekilas Laporan Keberlanjutan

36 **Sustainability Impact on Economic Aspects**
Dampak Keberlanjutan pada Aspek Ekonomi

38 **Economic Performance**
Kinerja Ekonomi

41 **Fair Competition Practices**
Praktik Persaingan Usaha yang Sehat

42 **Responsible Supply Chain**
*Supply Chain* yang Bertanggung Jawab

44 **Creating Shared Value**
Menciptakan Nilai Bersama

46 **Employment Practices**
Praktik Ketenagakerjaan

49 **Respect for Human Rights**
Menghormati Hak Asasi Manusia

54 **Employee Training and Education**
Pelatihan dan Pendidikan Karyawan

56 **Decent and Safe Work Environment**
Lingkungan Kerja yang Layak dan Aman

58 **Responsibility to Customers**
Tanggung Jawab kepada Pelanggan

61 **Community Empowerment**
Pemberdayaan Masyarakat

64 **A Greener Future**
Masa Depan yang Lebih Hijau

66 **Energy and Emission Management**
Pengelolaan Energi dan Emisi

69 **Waste Management**
Pengelolaan Limbah

73 **Our Support on SDGs**
Dukungan Kami pada TPB

78 **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

82 **GRI Content Index**
Indeks Isi GRI

87 **World Economic Forum Coremetrics and Disclosures**
Ikhtisar Risalah Metrik Inti WEF dan Pengungkapannya


**Andy Sugiyanto**
Head Coach HOKA Running Club Indonesia

Sustaining Health for Brighter Future

Sustainability Performance Highlights
Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan

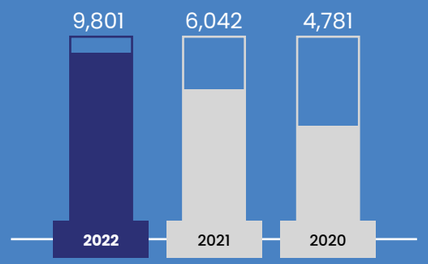
# Sustainability Performance Highlight

## Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan

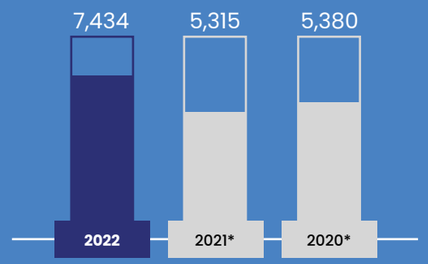
# Highlight
## Ikhtisar

## Economic Performance | Kinerja Ekonomi

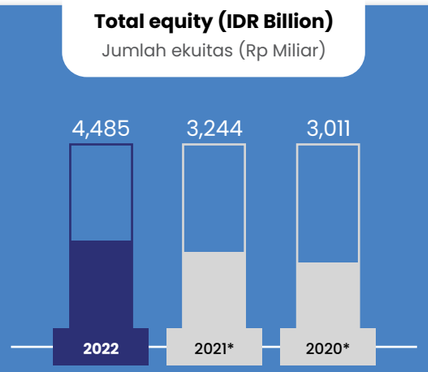
**Net revenues (IDR Billion)**
Pendapatan Bersih (Rp miliar)



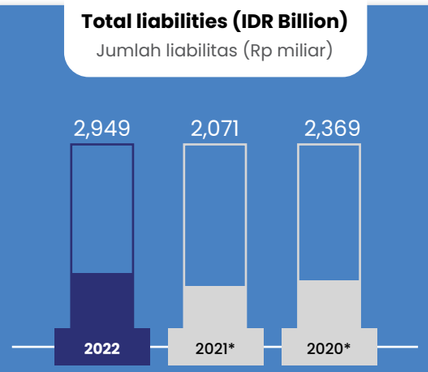

**Total assets (IDR Billion)**
Jumlah Aset (Rp miliar)




**Total equity (IDR Billion)**
Jumlah ekuitas (Rp Miliar)




**Total liabilities (IDR Billion)**
Jumlah liabilitas (Rp miliar)

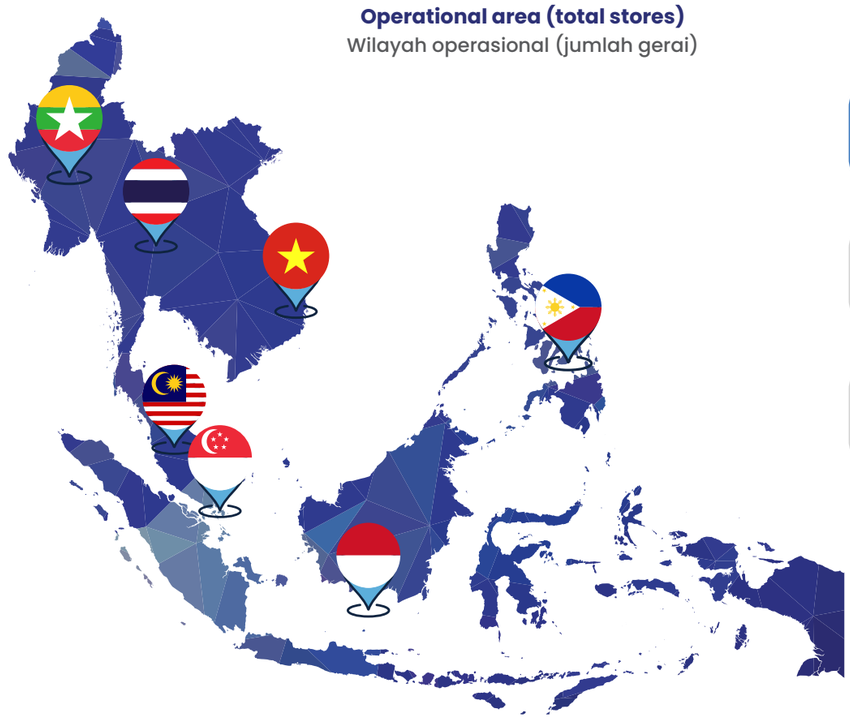



*As restated | Disajikan kembali





**Operational area (total stores)**
Wilayah operasional (jumlah gerai)

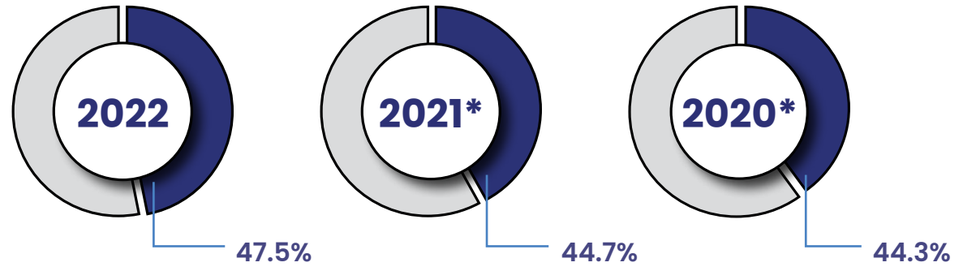


| 2022 | 2021 | 2020 |
|---|---|---|
| 1,327 | 1,195 | 1,186 |

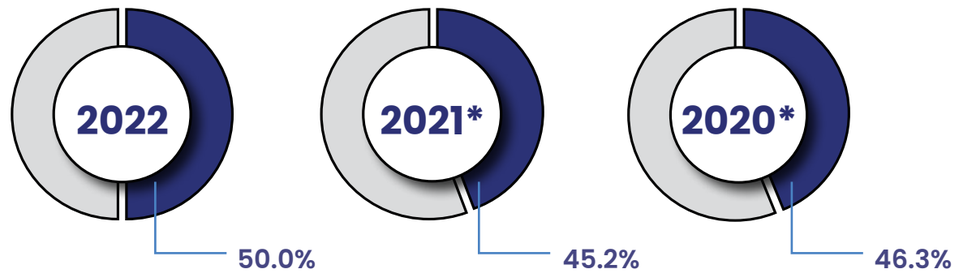
## Social Performance | Kinerja Sosial

**Percentage of female employees**
Persentase karyawan perempuan

**Male |** Laki - Laki
**Female |** Perempuan




**Percentage woman at senior management level (General Manager - Group Chief)**
Persentase perempuan di level General Manajer – Group Chief

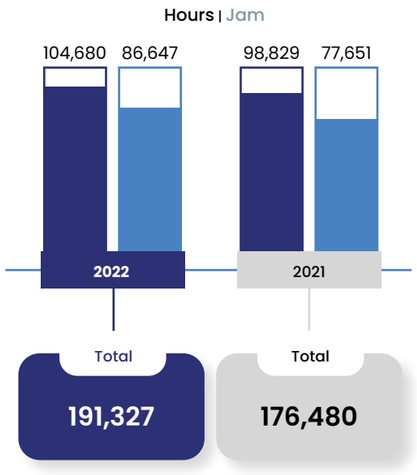



*Percentage of Indonesian employess only
*Persentase dari karyawan Indonesia saja

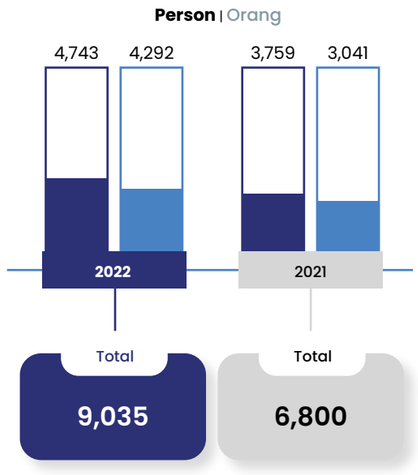
## Employee Training Hours
Waktu Pelatihan Karyawan

**Male |** Laki - Laki
**Female |** Perempuan

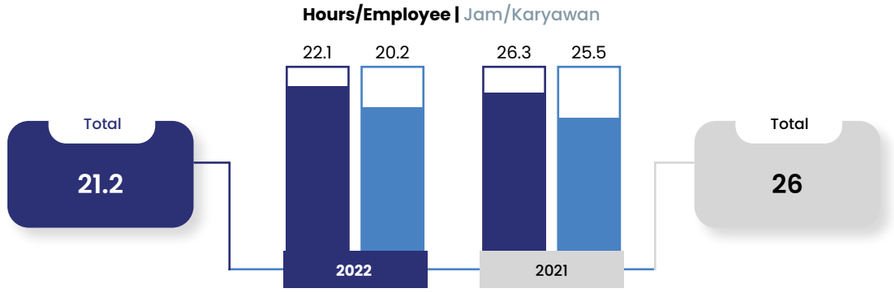
### Total training hours
Jumlah jam pelatihan




### Number of employees
Jumlah karyawan

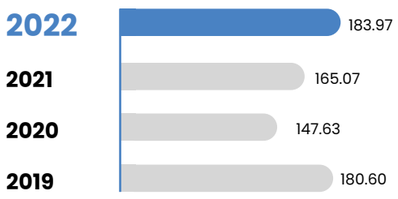



### Average training time
Waktu pelatihan rata-rata

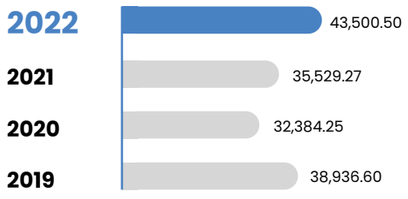



## Environment Performance | Kinerja Lingkungan

### Store Energy Intensity
Intensitas Energi Gerai (KWh/m²)




### Total Emissions
Jumlah Emisi (Ton $CO_2$)

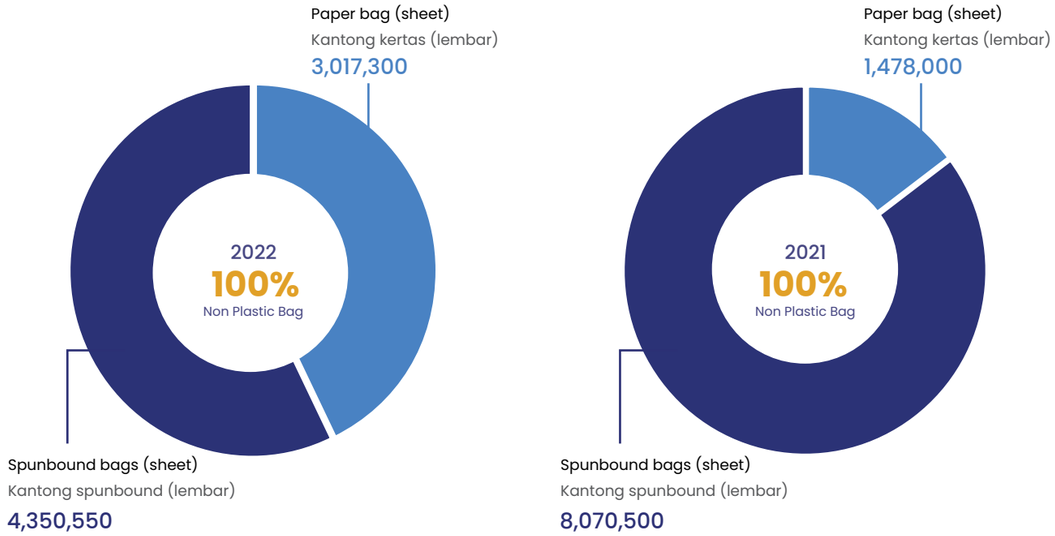


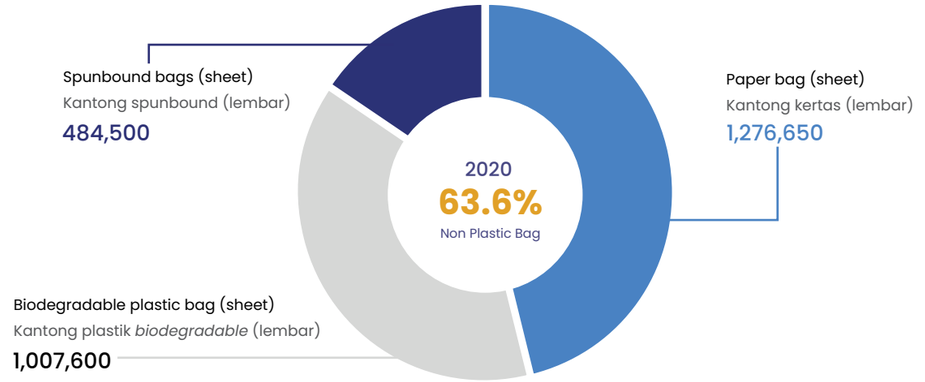

Increase in total emissions due to additional number of stores
Penambahan total emisi karena adanya penambahan jumlah gerai





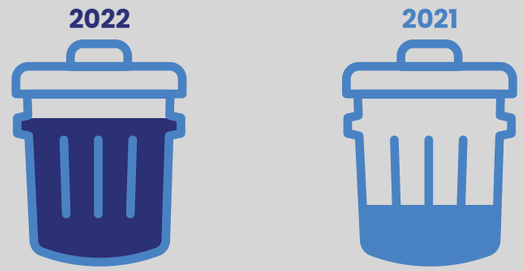
## Use of Shopping Bags
Penggunaan Kantong Belanja




## Waste Management Program
Program Pengelolaan Limbah

**Total amount of waste collected and recycled (Kg)**
Jumlah sampah terkumpul dan didaur ulang (Kg)






**Michael David Capper**
President Director | Direktur Utama

# Message from The Board of Directors [2-11, 2-12, 2-14, 2-22]

## Penjelasan Direksi [2-11, 2-12, 2-14, 2-22]





**Respected stakeholders,**
Para pemangku kepentingan yang kami hormati,

The Company is grateful that the COVID-19 pandemic had been gradually stabilized and people's mobility were returning to normal in 2022. The increase of customer traffic at the malls as well as initiatives implemented by PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA), enabled us to achieve significant growth this year. MAPA was also awarded "Rise in the Year of Change" award, of retail category from Bisnis Indonesia, due to the company's ability to survive and adapt amidst various challenges.

Support and cooperation from all stakeholders assisted us to achieve extraordinary performance. The Company will continue to do its best in the incoming years, which will contribute to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs).

### Sustainability Strategy and Performance

The government has successfully mitigate the pandemics through vaccines distribution, however various global issues brought challenges throughout 2022. Several key factors that guide us in facing those challenges include maximizing sales performance in all channels, increasing operating efficiencies, as well as implementing environment, social, and governance (ESG) in our business.

MAPA implements multi-tiered online and offline marketing strategies. Online channels continue to support our offline stores, in spite of the increase of customer traffic at the malls.

The company also continues the digital growth acceleration in our business, such as monitoring our inventory in real time, providing endless aisles as well as the utilization of data analytics, to improve our merchandize forecast strategy.

Perusahaan bersyukur bahwa pandemi COVID-19 berangsur pulih dan mobilitas masyarakat kembali normal pada tahun 2022. Pulihnya aktivitas masyarakat serta berbagai inisiatif yang dilakukan PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA) membuat kami mampu melewati tahun ini dengan baik. Pada tahun ini Perusahaan bahkan mendapatkan penghargaan "Bangkit di Tahun Perubahan", kategori ritel dari Harian Bisnis Indonesia, karena perusahaan menunjukkan kemampuan untuk bertahan dan beradaptasi di tengah berbagai perubahan.

Pencapaian ini tentunya tidak lepas dari kerja sama dan dukungan dari seluruh pemangku kepentingan. Perusahaan akan terus berupaya melakukan yang terbaik pada tahun-tahun mendatang, yang akan turut mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB).

### Strategi dan Kinerja Keberlanjutan

Pemerintah telah berhasil memitigasi pandemi melalui distribusi vaksin, namun berbagai isu global menimbulkan tantangan sepanjang tahun 2022. Beberapa faktor kunci yang memandu kami dalam menghadapi tantangan tersebut antara lain memaksimalkan kinerja penjualan di semua kanal, meningkatkan efisiensi operasi, serta melakukan integrasi aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) dalam bisnis kami.

MAPA menerapkan strategi pemasaran *multi-tier online* dan *offline.* Meskipun lalu lintas mal telah kembali, kanal *online* terus mendukung gerai *offline* kami.

Perusahaan akan terus melakukan *digital growth acceleration,* seperti melakukan *monitoring inventory* secara *real time*, menghadirkan *endless aisles* dan melakukan analisa data, untuk meingkatkan strategi *merchandize forecast* kami.

During 2022, we achieve great economic performance. Net revenue grew by 62.2% to IDR9.8 trillion, while Net profit surged to IDR1.2 trillion. This year, aside of operating in Indonesia, Vietnam, Thailand and Philippines, we have expanded our business in Singapore and Malaysia this year. In total, the company has 1,327 stores including overseas. The company also adding Foot Locker to our brand portfolio, throughout 2022, the company opened 10 Foot Locker stores.

We have applied various initiatives to instill a culture of sustainability, to contribute in preserving the environment. Since 2021 we have been using eco-friendly shopping bags to reduce the use of single use plastics, encourage consumers to bring their own shopping bags, and collaborate with local startup company to help us recycle paper waste from our stores. Furthermore, we reduced electricity consumption and planted mangrove trees in Pantai Indah Kapuk, Jakarta, to create greener environment and also reducing emissions.

On the social aspect, we comply with all labor regulations. MAPA also provides training to our employees through various activities organized by internal trainers in collaboration with brand principals, along with training delivered by the MAP Retail Academy. The training program covers product knowledge, soft skills, technical skills, and mastery of new systems. Our social responsibility program is in line with the Company's vision, which is to support healthy lifestyle of all society. As for CSR activities this year, we conducted coaching clinics for children and teenagers to instill an active and healthy lifestyle from the early age. The coaching clinic covered three popular sports, which was badminton, running and swimming.

Pada tahun 2022, kami mencatat capaian kinerja ekonomi yang cukup menggembirakan. Pendapatan bersih meningkat 62,2% menjadi Rp9,8 triliun, sedangkan laba bersih melonjak ke Rp1,2 triliun. Pada tahun ini, selain beroperasi di Indonesia, Vietnam, Thailand, dan Filipina, perusahaan juga melakukan ekspansi ke Singapura dan Malaysia. Secara total, Perusahaan memiliki sebanyak 1.327 gerai termasuk *overseas*. Perusahaan juga menghadirkan *brand* Foot Locker pada tahun ini, sepanjang tahun 2022, perusahaan membuka 10 gerai Foot Locker.

Untuk berkontribusi terhadap kelestarian lingkungan, kami memaksimalkan inisiatif-inisiatif yang bertujuan dalam menanamkan budaya keberlanjutan. Sejak 2021 kami telah menggunakan kantong belanja dari bahan yang ramah lingkungan untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, mengingatkan pelanggan membawa kantong belanja sendiri, serta berkolaborasi dengan perusahaan *startup* lokal yang membantu kami untuk mendaur ulang limbah kardus dari gerai-gerai kami. Selain itu, kami mengurangi konsumsi energi dan melakukan penanaman pohon bakau di Hutan Ekowisata Mangrove, Pantai Indah Kapuk, Jakarta, untuk menciptakan lingkungan hidup yang lebih asri sekaligus mengurangi emisi.

Pada aspek sosial, selain mengikuti seluruh peraturan tenaga kerja, kami mengedepankan pengembangan kapasitas karyawan. Kami melatih para karyawan melalui sejumlah kegiatan yang diadakan oleh tim *trainer* internal yang bekerja sama dengan *brand principals*, maupun pelatihan dari MAP Retail Academy. Pelatihan yang diberikan mencakup pengetahuan produk, *soft skills, technical skills*, dan penguasaan sistem-sistem baru. Program tanggung jawab sosial kami sejalan dengan visi Perusahaan, yakni mendukung gaya hidup sehat untuk semua lapisan masyarakat. Pada tahun ini kami menyelenggarakan kegiatan *coaching clinic* untuk anak-anak dan remaja dengan tujuan menanamkan gaya hidup aktif sejak dini. *Coaching clinic* mencakup tiga bidang olah raga populer yaitu badminton, lari, dan renang.





**Appreciation**

MAPA takes the sustainability values by conducting fair business competition, fair labor practices, community empowerment activities, and eco-friendly initiatives. These initiatives are also our way in contributing to the climate change and supporting the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs).

The impressive performance recorded in 2022 was a testament to all of our efforts. The Company cannot function well without the support and trust of its stakeholders. Our inspiring teamwork has resulted in encouraging achievements that we must build upon. For this reason, we wish to express our gratitude and appreciation for all the support from our stakeholders. Together, we aim to record a stronger performance and build healthier lives.

**Apresiasi**

MAPA memaknai nilai-nilai keberlanjutan dengan menjalankan praktik persaingan usaha yang sehat, praktik ketenagakerjaan yang baik, kegiatan tanggung jawab sosial, dan perilaku ramah lingkungan. Inisiatif-inisiatif ini juga merupakan cara kami untuk merespons tantangan perubahan iklim dan mendukung tercapainya Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB).

Kinerja yang membanggakan di sepanjang 2022 menjadi prestasi bagi kita semua. Perusahaan tidak dapat berjalan sendiri tanpa dukungan dan kepercayaan para pemangku kepentingan. Kolaborasi yang baik telah berbuah pada pencapaian yang menggembirakan dan harus kami tingkatkan. Untuk itu, kami mengucapkan terima kasih serta apresiasi yang tinggi atas dukungan pemangku kepentingan selama ini. Bersama, kami ingin mencatat kinerja yang lebih baik, serta membangun kehidupan yang lebih sehat.

Jakarta, April 2023



**Michael David Capper**
**President Director** | Direktur Utama

Sustaining Health for Brighter Future



# Company Profile

## Profil Perusahaan

Planet Sports - Grand Indonesia




Company Profile
Profil Perusahaan

# About Us
## Tentang Kami




Sustaining Health for Brighter Future

## Vision and Mission
Visi dan Misi

**Bringing Sports and Healthy Living to All**

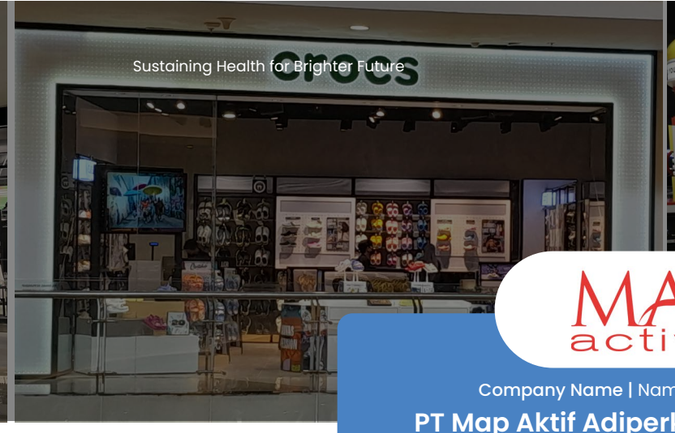
## Corporate Culture and Values
Budaya dan Nilai Perusahaan

We embrace a people-oriented corporate culture and values through the acronym **P.E.O.P.L.E** as described below:

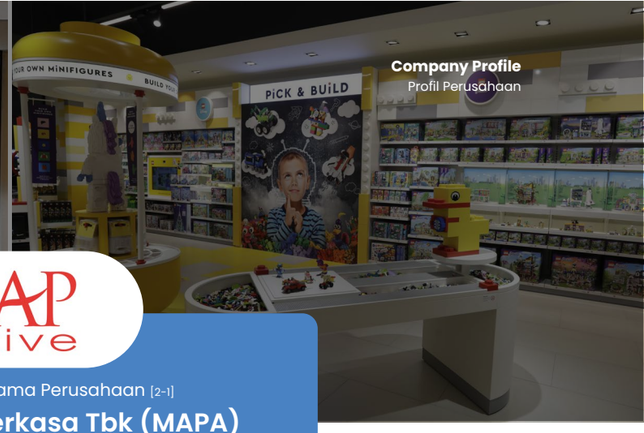
Kami menganut budaya dan nilai perusahaan yang berorientasi kepada manusia melalui akronim **P.E.O.P.L.E** dengan penjabaran sebagai berikut:

| | | |
|---|---|---|
| ***People Centered Approach*** (pendekatan berfokus kepada manusia) | We put our customers, employees and the community at the heart of all our business decisions. | Kami selalu memperhatikan kepentingan pelanggan, karyawan, dan masyarakat dalam seluruh pengambilan keputusan. |
| ***Empowerment*** (pemberdayaan) | We empower our people to promote entrepreneurship and develop sense of belonging. | Kami memberdayakan staf kami untuk mendorong prinsip kewirausahaan dan mengembangkan rasa memiliki. |
| ***Originality*** (Keaslian) | We pioneer new concepts and ideas in retail and marketing. | Kami mempelopori konsep dan gagasan baru dalam bidang ritel dan pemasaran. |
| ***Principles*** (Prinsip-Prinsip) | We adopt the principles of integrity and honesty. | Kami mengadopsi prinsip integritas dan kejujuran. |
| ***Loyalty*** (Kesetiaan) | We cultivate long-term relationships with employees, customers and strategic partners. | Kami mengembangkan hubungan jangka panjang dengan karyawan, pelanggan, dan mitra strategis. |
| ***Earnings*** (Keuntungan) | Earnings must be achieved without compromising our core values. | Pendapatan dicapai tanpa harus mengorbankan nilai-nilai utama kami. |






Sustaining Health for Brighter Future




Company Profile
Profil Perusahaan

MAP active

Company Name | Nama Perusahaan [2-1]

**PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA)**

Legal Form | Bentuk Legal [2-1]

**Public Limited Liability Company**
Perusahaan Terbuka

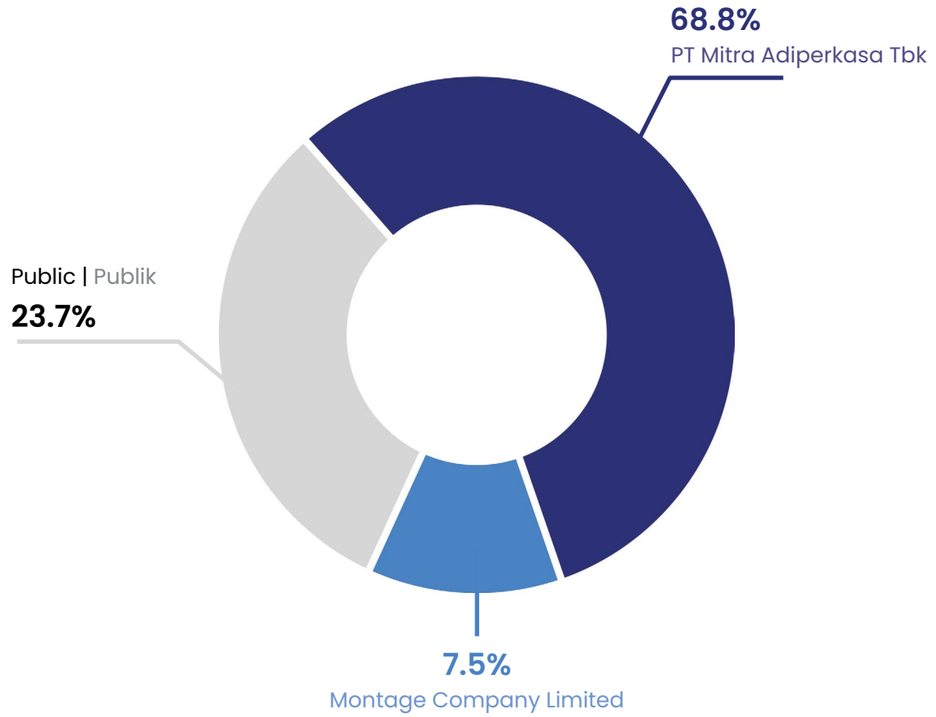
Business Field | Bidang Usaha

**Small and Large Scale Trade**
Perdagangan Skala Kecil dan Besar

Head Office | Kantor Pusat [2-1]

Sahid Sudirman Center, Lantai 26
Jl. Jend. Sudirman Kav. 86
Jakarta Pusat, 10220

## Shareholding Percentage [2-1]
Persentase Kepemilikan Saham [2-1]




(+62-21) 8064 8488 www.mapactive.id corpsec@mapactive.id

# Organization Scale
## Skala Organisasi

| Description | Unit<br>Satuan | 2022 | 2021 | 2020 | Uraian |
|---|---|---|---|---|---|
| Net revenues | IDR billion<br>Rp miliar | 9,801 | 6,042 | 4,781 | Pendapatan bersih |
| Total assets | | 7,434 | 5,315* | 5,380* | Jumlah aset |
| Total liabilities | | 2,949 | 2,071* | 2,369* | Jumlah liabilitas |
| Total equity | | 4,485 | 3,244* | 3,011* | Jumlah ekuitas |
| Total employees | Persons<br>Orang | 9,035 | 7,430 | 7,290 | Jumlah karyawan |
| Total stores | Stores<br>Gerai | 1,327 | 1,195 | 1,186 | Jumlah gerai |
| Total brands | Brands<br>Merk | >40 | >40 | >40 | Jumlah *brand* |

*As restated | Disajikan kembali

# Value Chain and Business Relationships [2-6]
## Rantai Nilai dan Hubungan Bisnis [2-6]

As a retail company, MAPA works closely with brand principals. We have a portfolio of more than 150 international brands, including more than 40 exclusive brands. In developing our business, we adopt a unique multi-tier strategy and currently manage 1,327 stores in Indonesia, Vietnam, Thailand, Filipina, Singapore, and Malaysia through our three main business lines, sports, leisure and kids. Our inventory is mostly obtained from international brand owners, while a small portion is supplied by our subsidiary PT Mitra Garindo Perkasa that operates a garment factory in Bogor.

Furthermore, MAPA has now grown and expanded to several Asian countries besides Indonesia. Under our expansion stragegy, we now own subsidiaries in Vietnam, Thailand, Philippines, Singapore and Malaysia. MAPA endeavors to build synergies to fully utilize our partners' expertise in brand and product marketing, to achieve excellence in our unified retail strategy.

Sebagai perusahaan ritel, MAPA bekerja sama dengan para pemilik *brand* (*brand principals*). Kami memiliki portofolio lebih dari 150 *brand* internasional, termasuk di antaranya lebih dari 40 *brand* eksklusif. Dalam mengembangkan bisnis, kami mengadopsi strategi *unique multi-tier* hingga saat ini berhasil mengelola 1.327 gerai di Indonesia, Vietnam, Thailand, Filipina, Singapura, dan Malaysia melalui tiga lini bisnis utama kami, yaitu *Sports, Leisure,* dan *Kids. Inventory* kami berasal dari para pemilik *brand* internasional dan sebagian kecil juga dipasok oleh PT Mitra Garindo Perkasa selaku anak perusahaan MAPA yang menjalankan usaha pabrik garmen di Bogor.

Tidak hanya di Indonesia, MAPA juga telah berkembang dan melebarkan sayap ke beberapa negara Asia. Perusahaan terus berekspansi dan hingga saat ini memiliki anak perusahaan di Vietnam, Thailand, Filipina, Singapura, dan Malaysia. MAPA berupaya membangun sinergi untuk sepenuhnya memanfaatkan keahlian mitra kami dalam pemasaran *brand* dan produk, sehinga menyempurnakan strategi *unified retail* kami.





# Business Activities [2-6]
## Aktivitas Bisnis [2-6]

As a subsidiary of PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI), MAPA manages three main business lines, which are sports, leisure, and kids. While our main operations are in Indonesia, we have subsidiaries in Vietnam, Thailand, Philippines, Singapore, and Malaysia. By the end-2022, we own 1,184 stores in 78 Indonesian cities, 26 in Vietnam, 4 in Thailand, 83 in Philippines, 13 in Singapore, and 17 in Malaysia. Our retail strength is also supported by 6 multi-brand propriatery and 5 mono-brand online stores.

MAPA merupakan anak perusahaan PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) yang mengelola tiga lini bisnis utama, yakni olah raga (*sports*), hiburan (*leisure*), dan produk untuk anak (*kids*). Kami beroperasi di dalam negeri dan memiliki anak perusahaan di Vietnam, Thailand, Filipina, Singapura, dan Malaysia. Sampai dengan akhir 2022, jumlah gerai yang kami miliki adalah 1.184 di 78 kota di Indonesia, 26 di Vietnam, 4 di Thailand, 83 di Filipina, 13 di Singapura, dan 17 di Malaysia. Gerai kami juga didukung oleh 6 gerai daring *propriatery multi-brand* dan 5 gerai daring *mono-brand*.




## Sports

The sports segment includes sportswear, athletic shoes, and sports equipment with a portfolio of brands including Skechers, New Balance, Reebok, and Converse. The multi-brand retail network includes Planet Sports and Sports Station.

Segmen bisnis di bidang olah raga ini mencakup produk pakaian olahraga, sepatu atletik, dan peralatan olah raga dengan portofolio *brand* di antaranya Skechers, New Balance, Reebok, Converse, serta melalui jaringan ritel yang menaungi beragam *brand* (*multi-brand*), Planet Sports dan Sports Station.




## Leisure

In the leisure segment, MAPA manages leisure footwear, apparel, or accessories from a portfolio of leading brands such as Birkenstock, Clarks, Nina West, Onitsuka Tiger, Dr. Martens, and Staccato. This segment also includes multi-brand retail chains Payless ShoeSource and Linea, and brand-specific monobrand stores.

Pada segmen *leisure,* MAPA mengelola produk berupa alas kaki santai, pakaian, ataupun aksesoris dari portofolio *brand* terkemuka seperti Birkenstock, Clarks, Nina West, Onitsuka Tiger, Dr. Martens, dan Staccato. Segmen ini juga mencakup jaringan ritel multi-*brand,* Payless ShoeSource dan Linea, serta gerai *mono-brand* untuk *brand* tertentu.




## Kids

Kids' products include apparel, toys and educational tools from a portfolio of brands including Hasbro, Lego, Smiggle OshKosh B'Gosh and Crocs. The retail network for children's products includes Kidz Station and a number of single brand stores for select brands that we make available online and offline.

Produk untuk anak yang meliputi pakaian, mainan, serta alat pendidikan dari portofolio *brand* mencakup Hasbro, Lego, Smiggle OshKosh B'Gosh, dan Crocs. Jaringan ritel produk untuk anak adalah Kidz Station serta sejumlah gerai *brand* tunggal untuk beberapa *brand* terpilih yang kami sediakan secara daring maupun luring.

Detailed information on our products and business activities can be accessed in our Annual Report 2022.

Informasi selengkapnya mengenai produk dan aktivitas bisnis dapat diakses pada Laporan Tahunan 2022.

## Significant Changes [2-6]
### Perubahan Signifikan [2-6]

A significant change in 2022 was the opening of additional stores, which in turn impacted in the expansion of our operational areas and supply chain. During 2022, we have 1,327 stores including overseas.

Perubahan signifikan di tahun 2022 adalah bertambahnya gerai kami, yang kemudian akan berpengaruh pada perluasan wilayah operasional dan rantai pasokan. Sepanjang 2022, kami memiliki jumlah gerai sebanyak 1.327 termasuk *overseas*.

## Association Memberships and External Initiatives [2-28]
### Keanggotaan Asosiasi dan Inisiatif Eksternal [2-28]

MAPA's membership in associations is represented by our parent company PT Mitra Adiperkasa Tbk, as follows:

Keanggotaan asosiasi MAPA diwakili oleh keanggotaan induk perusahaan, yaitu PT Mitra Adiperkasa Tbk, sebagai berikut:

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

MAPA actively supports the application of external principles and initiatives on sustainability, such as the 'National Plastic Action Plan' and 'Indonesian Business Coalition for Women Empowerment' initiatives.

MAPA juga aktif turut serta dalam menjalankan prinsip-prinsip maupun inisiatif dari pihak eksternal yang mendukung aspek keberlanjutan seperti insiatif 'National Plastic Action Plan' dan 'Indonesian Business Coalition for Women Empowerment'.

| **No** | **Abbreviation**<br>Singkatan | **External Initiative**<br>Inisiatif external | **Status** |
|---|---|---|---|
| 1 | NPAP | National Plastic Action Plan | Steering Board Member<br>Anggota Dewan Pengarah |
| 2 | IBCWE | Indonesian Business Coalition for Woman Empowerment | Founding Member<br>Anggota Pendiri |








Hoka Run Club

Sustaining Health for Brighter Future

Sustainability Governance
Tata Kelola Keberlanjutan




# Sustainability Governance

## Tata Kelola Keberlanjutan

# Sustainability Governance [2-9][2-12]

## Tata Kelola Keberlanjutan [2-9][2-12]

Corporate governance is conducted in accordance with Law No. 40 of 2007 which regulates Limited Liability Companies. Our corporate governance consists of the General Meeting of Shareholders (GMS), Board of Directors, and Board of Commissioners. The Board of Directors is tasked with leading the company's business, with the support of other important governance functions. On the other hand, the Board of Commissioners supervises the company's leadership performed by the Board of Directors. The Company strives to implement the best practices of good corporate governance (GCG). More information on governance structure and GCG implementation can be found in the Annual Report 2022.

Tata kelola perusahaan dijalankan sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Direksi, dan Dewan Komisaris. Direksi bertugas untuk memimpin jalannya bisnis perusahaan, dengan didukung oleh fungsi-fungsi penting lainnya dalam tata kelola. Sementara itu Dewan Komisaris melaksanakan fungsi pengawasan terhadap kepemimpinan perusahaan oleh Direksi. Dalam pelaksanaan tata kelola, Perusahaan berkomitmen untuk menerapkan praktik terbaik *good corporate governance* (GCG). Informasi mengenai komposisi tata kelola dan implementasi GCG yang lebih lengkap dapat diakses pada Laporan Tahunan 2022.

### Responsibility for Implementing Sustainable Business Activities [2-13]

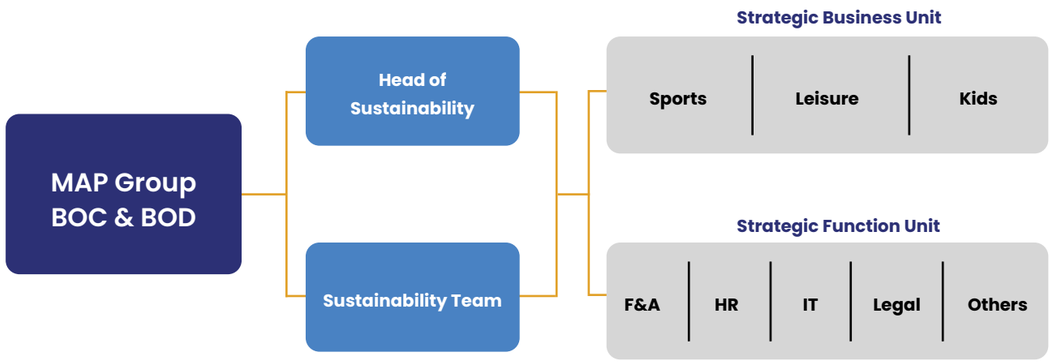
Delegasi Penanggung Jawab Penerapan Kegiatan Usaha Berkelanjutan [2-13]

Implementing sustainability principles in the organization is a collective responsibility. The Board of Commissioners and Board of Directors, as the highest management body, are responsible for overseeing the application of sustainability practices. In performing this duties, the Boards is assisted by the Sustainability Team, led by a Head of Sustainability to coordinate implementation of sustainable practices, monitor and manage data traffic on sustainability, preparing sustainability reports, as well as evaluating sustainability initiatives.

Penerapan prinsip keberlanjutan dalam kegiatan usaha MAPA menjadi tanggung jawab bersama secara kolaboratif. Dewan Komisaris dan Direksi yang merupakan penanggung jawab tertinggi manajemen memiliki tugas untuk mengawasi pelaksanaan praktik keberlanjutan di Perusahaan. Untuk mendukung pelaksanaan praktik keberlanjutan, Perusahaan telah membentuk *Sustainability Team* yang dipimpin oleh seorang Head of Sustainability, yang berperan membantu Komisaris dan Direksi untuk mengoordinir praktik keberlanjutan yang dilaksanakan oleh divisi terkait, memantau dan mengelola lalu lintas data tentang keberlanjutan, serta menyiapkan laporan keberlanjutan dan evaluasi dari penerapan inisiatif keberlanjutan.

### Position of Sustainability Team in the Organizational Structure [2-13]

Posisi Sustainability Team dalam Struktur Organisasi [2-13]








### Risk Management for Sustainability Processes [2-11][2-12][2-13][2-16][2-25][2-26]

Pengelolaan Risiko atas Penerapan Keberlanjutan [2-11][2-12][2-13][2-16][2-25][2-26]

Besides overseeing business risks, the Company also needs to manage environmental and social risks. Risk management process covers all aspects of MAPA's activities, including economic, environmental, and social risks. In this regard, risk mitigation measures were implemented to minimize detrimental impacts, create value for stakeholders and the environment in the future.

Dalam menerapkan praktik keberlanjutan, Perusahaan tidak hanya akan mengelola risiko bisnis, namun perlu mengelola risiko lingkungan dan sosial. Proses manajemen risiko merupakan proses pengelolaan risiko dalam konteks seluruh kegiatan usaha MAPA, termasuk risiko ekonomi, lingkungan, dan sosial dengan tujuan keberlanjutan. Oleh sebab itu, mitigasi terhadap risiko perlu untuk diterapkan guna memperkecil dampak di masa depan, serta dapat menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan dan lingkungan hidup ke depannya.

This risk is also a challenge and problem in implementing sustainability. Risk management has been integrated into MAPA's business activities. The company identifies risks, measures the magnitude of risks, analyzes and evaluates risks, mitigates risks, and conduct risk monitoring on an ongoing basis. Detailed information on risk management is presented in our Annual Report 2022.

Risiko in juga merupakan tantangan dan permasalahan dalam penerapan keberlanjutan. Selama ini, manajemen risiko telah diintegrasikan dalam aktivitas bisnis MAPA. Perusahaan mengidentifikasi risiko, mengukur tingkat/besaran risiko, analisis dan evaluasi risiko, mitigasi risiko, dan melakukan pemantauan risiko secara berkelanjutan. Informasi mengenai pengelolaan terhadap risiko bisnis disampaikan secara lengkap dalam Laporan Tahunan 2022.

### Sustainability Competency Development [2-9][2-17]

Pengembangan Kompetensi terkait Keberlanjutan [2-9][2-17]

In managing ESG risks, the Company prioritizes the development of employee competencies to enable detailed study and application of sustainability practices as relevant to the business. 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 (i.e. Green Taxonomy).

Untuk dapat menerapkan praktik keberlanjutan dan mengelola risiko ESG, Perusahaan mendukung program pengembangan kompetensi karyawan untuk dapat lebih mendalami penerapan praktik keberlanjutan yang relevan dengan bisnis yang dijalankan MAPA. 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 pelatihan yang diikuti adalah:

- Pelatihan peta jalan pengurangan sampah;
- Sosialisasi peraturan baru (i.e. Taksonomi Hijau).

# Sustainability Strategy [2-22]

## Strategi Keberlanjutan [2-22]

MAPA strives to create shared value through implementing sustainable business activities which emphasize on environmental, social, and governance (ESG) aspects. By integrating ESG in our business activities, would help us to achieve the best possible economic outcomes without neglecting the needs of our stakeholders or causing negative impacts to the environment. In addition, ESG implementation will also enable us to provide contribution to the achievement of SDGs.

MAPA berupaya untuk menciptakan nilai bersama *(shared value)* melalui penerapan kegiatan usaha berkelanjutan yang menitikberatkan pada aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG). Penyertaan aspek ESG dalam aktivitas bisnis dapat membantu kami untuk mencapai kinerja ekonomi yang optimal tanpa mengesampingkan kebutuhan pemangku kepentingan maupun mengorbankan lingkungan. Kegiatan usaha berbasis ESG juga merupakan cara kami untuk dapat senantiasa mendukung TPB.

Our sustainability strategy is supported by various guidelines, which were embedded in the Company's Code of Conduct, such as: [2-23] [2-24]

1. **Culture of Respect and Equal Opportunity**
   Everyone deserves an equal opportunity to receive employment and develop their potential. In making decisions relating to recruitment, promotion or employee transfers, MAPA upholds the nondiscriminatory principle, gender, religion, ethnicity, race, nationality, marital status, or age will never be factored in our decision.

2. **Confidentiality**
   We constantly safeguard confidential data and information of the Company and our customers. Efforts to safeguard data and information are a manifestation of our commitment to ensure customer convenience and satisfaction, as well as to avoid improper disclosure of information that may disturb the Company's business continuity.

3. **Safe and Healthy Environment**
   We strive to create a safe, healthy, and decent workplace for our employees to work energetically with positive thinking. We also encourage our employees to take responsibility in keeping the work environment clean and comfortable.

4. **Integrity**
   We uphold the integrity and transparency in corporate governance. All MAPA personnel must comply with the applicable regulations and conduct ethical business practices, in order to to protect our stakeholders.

5. **Environmental Preservation**
   As a retail company, we strive to run an ethical business that does not harm the environmen through several initiatives such as waste management and the allocation of funds for social and environmental responsibility (CSR) activities. We encourage our employees to be responsible for protecting the environment within their daily activities.

Strategi keberlanjutan kami turut ditunjang oleh beberapa pedoman bisnis dalam Kode Etik Perusahaan yang dijabarkan sebagai berikut: [2-23] [2-24]

1. **Budaya Saling Menghormati dan Kesempatan yang Setara**
   Kami percaya bahwa setiap individu berhak mendapat kesempatan yang sama untuk mendapatkan pekerjaan serta mengembangkan potensi dirinya. Dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perekrutan, promosi, ataupun mutasi karyawan, MAPA senantiasa bersikap nondiskriminatif tanpa memandang gender, agama, latar belakang suku, ras, maupun kewarganegaraan, status perkawinan, ataupun usia.
2. **Kerahasiaan**
   Kami selalu menjaga data dan informasi rahasia tentang Perusahaan maupun pelanggan kami. Upaya untuk menjaga data dan informasi rahasia merupakan wujud komitmen kami untuk memastikan kenyamanan dan kepuasan pelanggan serta menghindari pengungkapan informasi yang tidak tepat yang dapat membahayakan kelangsungan bisnis Perusahaan.
3. **Lingkungan yang Aman dan Sehat**
   Kami berupaya untuk senantiasa menciptakan tempat kerja yang aman, sehat, dan layak bagi karyawan kami agar dapat bekerja penuh semangat dengan pemikiran yang positif. Kami juga menghimbau karyawan untuk bertanggung jawab dalam menjaga agar lingkungan kerja tetap bersih dan nyaman.
4. **Integritas**
   Kami menjunjung tinggi aspek integritas dan transparansi dalam tata kelola perusahaan. Oleh karena itu, kami mewajibkan seluruh insan MAPA untuk mematuhi peraturan yang berlaku dan menjalankan praktik bisnis yang etis agar tidak merugikan para pemangku kepentingan Perusahaan.
5. **Tanggung Jawab Lingkungan**
   Sebagai perusahaan ritel, kami berupaya untuk menjalankan bisnis yang etis dan tidak merusak lingkungan melalui sejumlah inisiatif seperti pengolahan limbah maupun alokasi dana dan pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL). Dalam konteks budaya kerja, kami juga mendorong para karyawan untuk memiliki sikap bertanggung jawab menjaga lingkungan dalam aktivitas sehari-hari.





## Embedding a Sustainability Culture
### Menanamkan Budaya Keberlanjutan

Achieving sustainability targets in the future requires consistent drive and collaboration between various parties. Therefore, we strive to instill a culture of sustainability, not only towards our employees but also to all stakeholders. A common understanding of sustainability values is required to maintain sustainable practices.

Since 2019, we have established a Sustainability Team that is responsible for the implementation, monitoring and evaluation of sustainable business activities. However, all work units are also have responsibility in ensuring sustainability performance within their fields.

We hope that all employees are aware of MAPA's sustainability values and implent it to their lifestyle. We have a Green Champion program in which several employees volunteer to implement and campaign for a sustainable lifestyle in their daily activities. Together with MAPA's Green Champions, we aim to create an environmentally friendly culture. We also building a culture of sustainability regarding anti-corruption, so the company's business is free from Corruption, Collusion, and Nepotism (KKN). In addition, we also socialize sustainable lifestyles through e-mail blasts, as well as our social media.

Untuk mencapai target keberlanjutan di masa depan, diperlukan pergerakan yang konsisten dan kolaborasi dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, kami berupaya untuk menanamkan budaya keberlanjutan, tidak hanya kepada karyawan di internal namun juga kepada seluruh pemangku kepentingan di berbagai kesempatan. Diperlukan pemahaman yang sama tentang nilai-nilai keberlanjutan untuk menjaga pelaksanaan praktik yang berkesinambungan.

Sejak tahun 2019, kami memiliki *Sustainability Team* yang bertanggung jawab atas implementasi, pemantauan, dan evaluasi kegiatan usaha berkelanjutan. Walaupun demikian, pada dasarnya seluruh unit kerja Perusahaan turut bertanggung jawab atas kinerja keberlanjutan sesuai dengan kapasitas unit masing-masing.

Kami berharap agar seluruh karyawan tidak hanya mengetahui nilai-nilai keberlanjutan yang berlaku di MAPA tetapi juga menjadikannya sebagai bagian dari gaya hidup. Kami memiliki program *Green Champion* yang diikuti oleh sejumlah karyawan yang secara sukarela mengajukan diri untuk menerapkan dan mengampanyekan gaya hidup berkelanjutan dalam aktivitas sehari-hari. Bersama dengan *Green Champion* MAPA, kami berupaya untuk mewujudkan budaya ramah lingkungan. Kami juga menerapkan budaya keberlanjutan mengenai antikorupsi, sehingga bisnis perusahaan terbebas dari Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN). Selain itu, kami turut mensosialisasikan gaya hidup berkelanjutan melalui *e-mail blast,* maupun media sosial kami.

## Material Topics and Significant Issues [3-1]
### Topik Material dan Isu Signifikan [3-1]

Taking account of stakeholders' expectations and aspirations are significant factors to enhance business growth and sustainability performance. The Company has identified significant stakeholders concern to identify material topics to be disclosed in the sustainability report. The identified material topics have been reviewed internally by considering human rights issues and business relationships, along with their positive and negative impacts towards community and the environment.

MAPA percaya bahwa harapan dan aspirasi para pemangku kepentingan merupakan faktor signifikan dalam upaya Perusahaan mencapai pertumbuhan usaha maupun perbaikan kualitas kinerja keberlanjutan. Oleh sebab itu, Perusahaan mengidentifikasi isu signifikan yang selama ini menjadi perhatian pemangku, untuk menentukan topik-topik material yang akan dilaporkan pada laporan keberlanjutan. Topik material yang dikelola telah dikaji secara internal dengan mempertimbangkan isu HAM, hubungan bisnis, serta dampaknya, baik positif maupun negatif bagi masyarakat maupun lingkungan hidup.

# Material Topics [3-1][3-2]

## Topik Material [3-1][3-2]

There were no material topic changes from the previous report. The report contain 7 material topics, which include: Economic Performance; Employment; Employee Training and Development; Social and Community; Customer Satisfaction; Energy Use; and waste Management.

Tidak terdapat perubahan topik material dari laporan sebelumnya. Terdapat 7 topik material yang meliputi: Kinerja Ekonomi; Ketenagakerjaan; Pelatihan dan Pengembangan Karyawan; Kepuasan Pelanggan; Sosial dan Kemasyarakatan; Konsumsi Energi; dan Pengelolaan Limbah.

### List of Material Topics
Daftar Topik Material

| **Material Topics** Topik Material | **Significant Issues** Isu Signifikan | **Impact** Dampak | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Internal** Internal | **Government** Pemerintah | **Partners** Mitra | **Community** Masyarakat | **Media** Media | **Customer** Pelanggan |
| **Economy \|** Ekonomi | | | | | | | |
| **Economic Performance** Kinerja Ekonomi | • Direct economic value generated and distributed.<br>• Value creation for stakeholders.<br>• Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.<br>• Penciptaan nilai bagi pemangku kepentingan. | ● | ● | ● | ● | | |
| **Social \|** Sosial | | | | | | | |
| **Employment** Ketenagakerjaan | • Diversity and equal opportunity.<br>• Keberagaman dan kesetaraan kesempatan. | ● | ● | | | | |
| **Employee Training and Development** Pelatihan dan Pengembangan Karyawan | • Quality training towards customer satisfaction and opening career advancement opportunities.<br>• Pelatihan berkualitas untuk menunjang kepuasan pelanggan dan membuka jalur karir karyawan. | ● | | | | | ● |





| **Material Topics** Topik Material | **Significant Issues** Isu Signifikan | **Impact** Dampak | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Internal** Internal | **Government** Pemerintah | **Partners** Mitra | **Community** Masyarakat | **Media** Media | **Customer** Pelanggan |
| **Social \|** Sosial | | | | | | | |
| **Customer Satisfaction** Kepuasan Pelanggan | • Safe and comfortable stores<br>• Fulfillment of customer rights to ensure customer satisfaction.<br>• Fasilitas gerai yang aman dan nyaman.<br>• Pemenuhan hak pelanggan untuk menjamin kepuasan pelanggan. | ● | ● | | | | ● |
| **Social Issues and the Community** Sosial dan Kemasyarakatan | • Playing a real role for the surrounding community.<br>• Running programs that deliver a positive impact on the community.<br>• Peran nyata perusahaan bagi masyarakat sekitar.<br>• Pelaksanaan program yang berdampak positif bagi masyarakat. | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| **Environment \|** Lingkungan | | | | | | | |
| **Energy Use** Konsumsi Energi | Responsible use of energy towards environmental preservation.<br>Penggunaan energi secara bertanggung jawab untuk mendukung kelestarian alam. | ● | | | | | |
| **Waste Management** Pengelolaan Limbah | Efforts to keep the environment clean and healthy.<br>Upaya untuk menjaga agar lingkungan tetap bersih dan sehat. | ● | ● | | | | |

# Stakeholder Approach [2-29]

## Pendekatan pada Pemangku Kepentingan [2-29]

In this report, we have identified nine key stakeholders with whom we frequently interact and may influence the sustainability of our business, they are: investors and shareholders; customers; government and regulatory bodies; employees; suppliers; principals; community/society; landlords; and media.

Dalam laporan ini kami mengidentifikasi sembilan pemangku kepentingan utama yang sering berinteraksi dengan kami dan dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha kami, yaitu: Investor dan pemegang saham; pelanggan; pemerintah dan badan regulasi; karyawan; pemasok; pemilik *brand* (*principal*); komunitas/masyarakat; pemilik bangunan; dan media.

This year we also mapped the concern of each stakeholder, MAPA's response to meeting those needs, and stakeholder engagement means and frequency. The mapping outcomes are outlined in the following tables:

Pada 2022, kami telah memetakan kebutuhan dan harapan masing-masing pemangku kepentingan, respons MAPA dalam memenuhi kebutuhan tersebut, serta sarana dan frekuensi pelibatan pemangku kepentingan. Hasil pemetaan tersebut dijabarkan dalam tabel-tabel berikut:

### Investors and Shareholders
Investor dan Pemegang Saham

Investors and shareholders are the highest body in the corporate governance structure and have an interest in obtaining returns from their investments.

Investor dan pemegang saham merupakan organ tertinggi dalam struktur tata kelola perusahaan punya kepentingan untuk memperoleh hasil dari investasinya.

| Topics of Concern<br>Topik yang Menjadi Perhatian | Company Response<br>Respons Perusahaan | Means of Engagement and Frequency<br>Sarana Pelibatan dan Frekuensinya |
|---|---|---|
| • Provision of information on sustainable economic performance.<br>• Regulatory compliance.<br>• Increased diversity of products and services. | • Regular reporting of sustainable economic performance.<br>• Innovation to increase the variety of products and services. | • General Meeting of Shareholders (at least once a year).<br>• Annual Report (published once a year).<br>• Sustainability Report (published once a year).<br>• Financial Report (published four times a year).<br>• Organize analyst meetings and conferences (as needed). |
| • Penyampaian informasi tentang kinerja ekonomi berkelanjutan.<br>• Kepatuhan pada regulasi.<br>• Peningkatan keragaman produk dan layanan. | • Pelaporan kinerja ekonomi berkelanjutan secara berkala.<br>• Inovasi untuk meningkatkan ragam produk dan layanan. | • Rapat Umum Pemegang Saham (minimal satu tahun sekali).<br>• Laporan Tahunan (diterbitkan setahun sekali).<br>• Laporan Keberlanjutan (diterbitkan setahun sekali).<br>• Laporan Keuangan (diterbitkan empat kali setahun).<br>• Melakukan *analyst meeting* dan *conference* (dilakukan sesuai kebutuhan). |





### Customers
Pelanggan

Customers are important for the growth and sustainability of the business.

Pelanggan merupakan sosok yang penting kehadirannya bagi pertumbuhan dan untuk menjaga keberlangsungan usaha.

| Topics of Concern<br>Topik yang Menjadi Perhatian | Company Response<br>Respons Perusahaan | Means of Engagement and Frequency<br>Sarana Pelibatan dan Frekuensinya |
|---|---|---|
| • Diverse and high quality products and services.<br>• Clear labeling.<br>• Product safety assurance.<br>• Customer data privacy and security. | • Increased diversity and quality assurance of products and services.<br>• Product and service information through websites, social media, and marketing networks.<br>• Policy to safeguard customer privacy and data. | • Customer Service Center.<br>• Call Center services.<br>• Friendly service at stores.<br>• Discounts and loyalty programs.<br>• All customer engagement methods are conducted continuously. |
| • Produk dan layanan yang beragam dan berkualitas.<br>• Informasi pelabelan yang jelas.<br>• Jaminan keamanan produk.<br>• Privasi dan keamanan data pelanggan. | • Peningkatan keragaman serta jaminan kualitas produk dan layanan.<br>• Sarana informasi produk dan layanan melalui situs web, sosial media, dan jaringan pemasaran.<br>• Kebijakan menjaga privasi dan data pelanggan. | • Penyediaan Pusat Layanan Pelanggan *(Customer Service Center).*<br>• Penyediaan layanan *Call Center.*<br>• Pelayanan yang ramah di gerai.<br>• Diskon dan loyalty program.<br>• Seluruh metoda diatas dilakukan secara terus-menerus. |

### Government and Regulatory Institutions
Pemerintah dan Badan Regulasi

The government and regulatory bodies have the authority to issue regulations related to business sector, taxation, and CSR provisions.

Pemerintah dan badan regulasi berwenang dalam menerbitkan peraturan terkait dengan bidang usaha, perpajakan, serta ketentuan tentang TJSL.

| Topics of Concern<br>Topik yang Menjadi Perhatian | Company Response<br>Respons Perusahaan | Means of Engagement and Frequency<br>Sarana Pelibatan dan Frekuensinya |
|---|---|---|
| • Compliance with applicable regulations.<br>• Tax compliance.<br>• Response to audits and surveys.<br>• Provision of information on sustainable economic performance. | • Compliance with all applicable regulations.<br>• To fulfill all tax obligations and to run CSR programs. | • Consult, coordinate, and respond to any matters related to applicable regulations (as needed).<br>• Payment of taxes and non-tax state revenues (as per applicable tax regulations).<br>• Financing of CSR programs (as needed).<br>• Annual Report and Sustainability Report (published once a year). |
| • Kepatuhan pada peraturan yang berlaku.<br>• Kepatuhan membayar pajak.<br>• Tanggap terhadap audit dan survei.<br>• Penyampaian informasi tentang kinerja ekonomi berkelanjutan. | • Mematuhi setiap peraturan yang berlaku.<br>• Memenuhi kewajiban terkait perpajakan dan pelaksanakan kegiatan TJSL. | • Berkonsultasi, berkoordinasi, dan merespons setiap hal terkait peraturan yang diberlakukan (sesuai kebutuhan).<br>• Pembayaran pajak dan penerimaan negara bukan pajak (Sesuai ketentukan perpajakan yang berlaku).<br>• Pembiayaan kegiatan TJSL (sesuai kebutuhan).<br>• Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan (diterbitkan setahun sekali). |

## Employees
Karyawan

Employees are company assets that need to be managed properly for business sustainability.

Karyawan merupakan aset perusahaan yang perlu dikelola secara baik demi keberlanjutan usaha.

| Topics of Concern<br>Topik yang Menjadi Perhatian | Company Response<br>Respons Perusahaan | Means of Engagement and Frequency<br>Sarana Pelibatan dan Frekuensinya |
|---|---|---|
| • Employment practices as per applicable regulations.<br>• Employee welfare assurance.<br>• Occupational health and safety.<br>• Training and capacity building.<br><br>• Praktik ketenagakerjaan sesuai dengan peraturan yang berlaku.<br>• Jaminan kesejahteraan karyawan.<br>• Kesehatan dan keselamatan kerja.<br>• Pelatihan dan pengembangan kapasitas. | • Ethical labor practices, zero forced labor and child labor.<br>• Health insurance for employees, a healthy and safe work environment, and access to health services.<br><br>• Menjalankan praktik ketenagakerjaan yang etis, nihil tenaga kerja paksa dan tenaga kerja anak.<br>• Memfasilitasi karyawan dengan asuransi kesehatan, lingkungan kerja yang sehat dan aman, dan akses kepada layanan kesehatan. | • Periodic meetings to discuss the Collective Labor Agreement (CLA) (twice a year).<br>• Employee development discussion (once a year).<br>• Townhall Meeting (once a year).<br>• Online appraisal system (as needed).<br>• Whistle-blowing system (all the time).<br>• Informal employee meetings to maintain intimacy, including Staff Day, sports clubs, etc. (once a year).<br><br>• Pertemuan berkala untuk membahas Perjanjian Kerja Bersama (PKB) (dilaksanakan dua kali setahun).<br>• Diskusi pengembangan karyawan (setahun sekali)<br>• *Townhall Meeting* (setahun sekali).<br>• *Online appraisal system* (sesuai kebutuhan).<br>• *Whistle-blowing system* (setiap saat).<br>• Pertemuan informal karyawan untuk menjaga keakraban, antara lain *Staff Day*, klub olah raga, dan lain-lain (setahun sekali). |

## Brand Principals
Pemilik Brand

The brand owner/principal is an important component in supporting the smooth running of the business.

Pemilik *brand* merupakan unsur yang penting dalam mendukung kelancaran usaha.

| Topics of Concern<br>Topik yang Menjadi Perhatian | Company Response<br>Respons Perusahaan | Means of Engagement and Frequency<br>Sarana Pelibatan dan Frekuensinya |
|---|---|---|
| • Good sustainable economic performance<br>• Compliance with regulations<br>• Sustainable cooperation program<br><br>• Kinerja ekonomi berkelanjutan yang baik<br>• Kepatuhan pada regulasi<br>• Program kerja sama yang berkelanjutan | • Improving sustainable economic performance<br>• Compliance with applicable regulations<br>• Managing good relations for sustainability cooperation<br><br>• Peningkatan kinerja ekonomi berkelanjutan<br>• Mematuhi peraturan yang berlaku<br>• Mengelola hubungan baik untuk kerja sama yang berkelanjutan | • Periodic coordination and evaluation (as needed)<br>• To upload Annual Report and Sustainability Report to the Company website (published once a year)<br><br>• Koordinasi dan evaluasi berkala (sesuai kebutuhan)<br>• Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan yang diunggah ke situs web Perusahaan (diterbitkan setahun sekali) |





## Suppliers
Pemasok

Good partnerships with suppliers are important to support the smooth running and sustainability of the business.

Kemitraan yang baik dengan pemasok penting untuk mendukung kelancaran dan keberlangsungan usaha.

| Topics of Concern<br>Topik yang Menjadi Perhatian | Company Response<br>Respons Perusahaan | Means of Engagement and Frequency<br>Sarana Pelibatan dan Frekuensinya |
|---|---|---|
| • Open and transparent information on tenders.<br>• On time payments.<br>• Good partnerships.<br><br>• Informasi tender yang terbuka dan transparan.<br>• Ketepatan pembayaran.<br>• Kemitraan yang baik. | • Transparency of cooperation procedures, equal and nondiscriminatory cooperation opportunities.<br>• Clear work agreement including payment procedures.<br><br>• Transparansi prosedur kerja sama, peluang kerja sama yang setara dan nondiskriminatif.<br>• Kesepakatan kerja yang jelas mencakup tata cara pembayaran. | Contract coordination and evaluation on a periodic basis.<br><br>Koordinasi dan evaluasi kontrak berkala . |

## Landlord
Pemilik Bangunan

As a retail company, we rely on shopping center owners to provide space for our stores. Therefore, the landlord is an important element in supporting the smooth running of the business.

Sebagai perusahaan ritel, Perusahaan bergantung pada pemilik bangunan pusat perbelanjaan dalam penyediaan tempat untuk gerai. Oleh karena itu, pemilik bangunan merupakan unsur penting dalam mendukung kelancaran usaha.

| Topics of Concern<br>Topik yang Menjadi Perhatian | Company Response<br>Respons Perusahaan | Means of Engagement and Frequency<br>Sarana Pelibatan dan Frekuensinya |
|---|---|---|
| • Compliance with applicable regulations.<br>• On time payments.<br>• Attracting customers (Traffic generation).<br><br>• Kepatuhan pada peraturan yang berlaku.<br>• Ketepatan pembayaran<br>• Daya tarik pelanggan *(Traffic generation).* | • Compliance with applicable regulations.<br>• Paying bills on time.<br>• Conduct business in an ethical and responsible manner.<br><br>• Mematuhi peraturan yang berlaku.<br>• Membayar tagihan tepat waktu.<br>• Menjalankan usaha secara etis dan bertanggung jawab. | Periodic coordination and evaluation (as needed).<br><br>Koordinasi dan evaluasi berkala (sesuai kebutuhan). |

## Community/Society
Komunitas/Masyarakat

Our presence should deliver benefits and positive impacts to the surrounding communities, thereby creating harmonious relationships between the business world and the community. The community also has the right to obtain accurate information about our activities.

Keberadaan Perusahaan hendaknya memberikan manfaat dan dampak positif bagi komunitas di sekitar lingkungan usaha agar tercipta hubungan yang baik antara dunia usaha dan masyarakat. Masyarakat juga berhak mendapatkan informasi yang transparan tentang kegiatan Perusahaan.

| Topics of Concern<br>Topik yang Menjadi Perhatian | Company Response<br>Respons Perusahaan | Means of Engagement and Frequency<br>Sarana Pelibatan dan Frekuensinya |
|---|---|---|
| • Ethical business practices.<br>• Community empowerment and development programs.<br>• Environmental preservation program.<br><br>• Praktik bisnis yang etis.<br>• Program pemberdayaan dan pengembangan masyarakat.<br>• Program pelestarian lingkungan. | • To conduct business ethically and in line with applicable regulations.<br>• To conduct CSR programs, especially in terms of education, health and community empowerment and environmental preservation.<br>• Direct interaction with beneficiaries.<br><br>• Menjalankan kegiatan usaha secara etis dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.<br>• Mengadakan kegiatan TJSL terutama dari sisi pendidikan, kesehatan dan pemberdayaan masyarakat serta pelestarian lingkungan.<br>• Interaksi langsung dengan penerima manfaat. | • Regular updates to the Company website.<br>• To upload the Annual Report and Sustainability Report to the Company website.<br>• CSR Program to implement as needed.<br><br>• Situs web Perusahaan yang senantiasa dimutakhirkan *(updated)*.<br>• Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan yang diunggah ke situs web Perusahaan.<br>• Program TJSL dilaksanakan sesuai kebutuhan. |

## Media
Media

The media plays an important role in communicating and publishing the Company's activities. The media also has the right to obtain accurate information our performance.

Media berperan penting dalam berkomunikasi dan melakukan publikasi kegiatan Perusahaan. Media juga berhak mendapatkan informasi yang transparan tentang kinerja Perusahaan.

| Topics of Concern<br>Topik yang Menjadi Perhatian | Company Response<br>Respons Perusahaan | Means of Engagement and Frequency<br>Sarana Pelibatan dan Frekuensinya |
|---|---|---|
| Disclosure of information on the Company's activities and performance.<br><br>Keterbukaan informasi atas kegiatan dan kinerja Perusahaan. | Provision of clear, open, and transparent information on the Company's activities and performance.<br><br>Penyediaan informasi yang jelas, terbuka, dan transparan atas kegiatan dan kinerja Perusahaan. | • Press releases on every company action, regular updates to the Company website, press gathering (as needed).<br>• Annual Report and Sustainability Report (published once a year).<br>• To upload financial statements to the Company website (issued four times a year).<br><br>• Siaran pers atas setiap aksi perusahaan, situs *web* Perusahaan yang senantiasa dimutakhirkan *(updated)*, *press gathering* (sesuai kebutuhan).<br>• Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan (diterbitkan setahun sekali).<br>• Laporan Keuangan yang diunggah ke situs web Perusahaan (diterbitkan empat kali setahun). |








# Sustaining Health for Brighter Future

# About The Report
## Tentang Laporan

### Theme Explanation
Penjelasan Tema

PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA) business activities seek to bring sports and building healthy habits to all levels of society. In line with the vision and mission, every product we offer aims to promote a healthy and quality lifestyle.

Even though the COVID-19 pandemic has passed and people's conditions are recovering, that doesn't mean that health isn't a priority anymore. MAPA invites all people to sustaining health for a brighter future. Together with MAPA, let's implement a healthy lifestyle, as an investment in health in the future.

Kegiatan usaha PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA) berupaya untuk menghadirkan olahraga dan menanamkan kebiasaan yang sehat kepada semua lapisan masyarakat. Sejalan dengan visi dan misi, maka setiap produk yang kami tawarkan bertujuan untuk mempromosikan gaya hidup yang sehat dan berkualitas.

Meskipun pandemi COVID-19 telah berlalu dan kondisi masyarakat kembali pulih, bukan berarti kesehatan tidak menjadi prioritas lagi. MAPA mengajak seluruh masyarakat agar tetap mempertahankan kesehatan untuk masa depan yang lebih cerah. Bersama MAPA, mari kita menerapkan gaya hidup yang sehat, sebagai investasi kesehatan di masa depan.

# Sustainability Report Overview
## Sekilas Laporan Keberlanjutan

The PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA) Sustainability Report is created annualy to complement our Annual Report. This Sustainability Report 2022 is a continuation to the Sustainability Report 2021 published on May 31, 2022. This report conveys sustainability performance covering economic, social, and environmental aspects for the period January 1 to December 31, 2022. The data and information presented are consolidated from all stores and subsidiaries unless otherwise stated. Some restatements of data and information have been made to align with the reporting period.

Laporan Keberlanjutan PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA) tahun 2022 merupakan laporan yang disusun dalam periode tahunan secara terpisah dari Laporan Tahunan tetapi sifatnya saling melengkapi. Laporan Keberlanjutan ini merupakan kesinambungan dari Laporan Keberlanjutan 2021 yang terbit pada 31 Mei 2022. Laporan ini menyampaikan kinerja keberlanjutan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam periode 1 Januari—31 Desember 2022. Data dan informasi yang disajikan dalam laporan ini merupakan konsolidasi dari seluruh gerai dan anak perusahaan kecuali dinyatakan lain. Laporan ini mengungkapkan kembali *(restated)* sejumlah data dan informasi guna menyesuaikan dengan periode laporan. [2-2][2-3][2-4]

We have prepared this Sustainability Report in accordance with the following references:

- Financial Services Authority Regulation (POJK) No. 51/POJK.03/2017 concerning Sustainable Finance;
- Circular Letter of the Financial Services Authority (SEOJK) Number 16/POJK.04/2021 on Technical Guidelines for the Preparation of Sustainability Reports for Issuers and Public Companies;
- With reference to the Global Reporting Initiatives (GRI) Standards 2021;
- The World Economic Forum's International Business Council (WEF IBC) Metrics.

Kami menyusun Laporan Keberlanjutan ini dengan berpedoman pada:

- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 51/POJK.03/2017 tentang Keuangan Berkelanjutan;
- Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK) Nomor 16/POJK.04/2021 bagian Pedoman Teknis Penyusunan Laporan Keberlanjutan Bagi Emiten dan Perusahaan Publik;
- Mengacu pada *(With reference to)* Standar Global Reporting Initiatives (GRI) Standards 2021;
- The World Economic Forum's Internasional Business Council (WEF IBC) Metrics.

This report has not been assured by an external party. However, management has validated the report contents and ensured the accuracy of the data and information presented. [2-5][2-14]

Belum dilakukan verifikasi oleh pihak indenpenden atas laporan ini. Namun demikian, manajemen telah melakukan validasi terhadap isi laporan dan memastikan keakuratan data dan informasi yang disajikan. [2-5][2-14]

MAPA welcomes all suggestions, criticisms, and input from stakeholders. We have provided a feedback form for readers to submit their responses. Feedback from readers will be utilized as our reference to improve the quality of the next sustainability report.

MAPA bersikap terbuka terhadap segala bentuk saran, kritik, dan masukan dari pemangku kepentingan. Untuk itu, kami menyediakan lembar umpan balik bagi pembaca untuk menyampaikan saran, kritik, dan masukan kepada kami. Umpan balik dari pembaca akan menjadi acuan kami untuk meningkatkan kualitas laporan keberlanjutan periode berikutnya.

## Feedback on the Previous Report
### Tanggapan Umpan Balik Laporan Tahun Sebelumnya

The Company greatly appreciates stakeholders' attention to MAPA's ESG and sustainability performance. In 2022, MAPA did not receive any feedback from stakeholders.

Perusahaan sangat mengapresiasi perhatian pemangku kepentingan terhadap kinerja ESG dan keberlanjutan MAPA. Pada tahun 2022, MAPA tidak menerima lembar umpan balik yang dikirimkan oleh para pemangku kepentingan.





## Forward-Looking Statements
### Pernyataan Pandangan Masa Depan

The contents of this report may contain forward-looking statements based on assumptions and expectations, including statements about our ESG targets, objectives, initiatives, commitments, and programs. These statements are typically accompanied by the words "aim", "expect", "believe", "estimate", "plan", or similar words. Actual future outcomes are subject to change which include the achievement of targets, objectives or commitments that may differ materially from our projected results as a result of changes in circumstances, assumptions not materializing, other risks and uncertainty factors.

Isi laporan ini memuat beberapa pandangan ke depan berdasarkan asumsi dan harapan, termasuk pernyataan tentang target, tujuan, inisiatif, komitmen, dan program ESG kami. Pernyataan-pernyataan ini biasanya disertai dengan kata-kata "bertujuan", "berharap", "percaya", "memperkirakan", "merencanakan", atau kata-kata serupa. Hasil aktual di masa depan dapat berubah termasuk pencapaian target, tujuan atau komitmen kami dapat berbeda secara material dari hasil yang kami proyeksikan, sebagai dampak dari perubahan keadaan, asumsi tidak terwujud, risiko lain, serta faktor ketidakpastian.

In consideration of all the risks, uncertainties and factors identified above or discussed in this report, stakeholders and readers of the report should exercise caution in evaluating any forward-looking statements. MAPA cannot assure that the results reflected or implied by forward-looking statements will be realized or even if substantially realized, that such results will have the expected consequences and effects.

Atas pertimbangan semua risiko, ketidakpastian, dan faktor-faktor yang diidentifikasi di atas atau dibahas dalam laporan ini, pemangku kepentingan dan pembaca laporan perlu berhati-hati dalam mengevaluasi pernyataan berwawasan ke depan dalam laporan ini. MAPA tidak dapat memastikan bahwa hasil tersebut tercermin atau tersirat dengan pernyataan berwawasan ke depan akan terwujud atau bahkan jika disadari secara substansial, bahwa hasil tersebut akan memiliki perkiraan atau konsekuensi dan efek yang diharapkan.

## Report-related Contact:
### Kontak Laporan [2-3]

Corporate Secretary I Sekretaris Perusahaan
**PT Map Aktif Adiperkasa Tbk**

**Sahid Sudirman Center, 26th Floor**
**Jl. Jend. Sudirman Kav. 86**
**Central Jakarta, 10220**

**Ph. : (+62-21) 80648488**

**Email: corpsec@mapactive.id**

**Website : www.mapactive.id**

Sustaining Health for Brighter Future

**Sustainability Impact on Economic Aspects**
Dampak Keberlanjutan pada Aspek Ekonomi

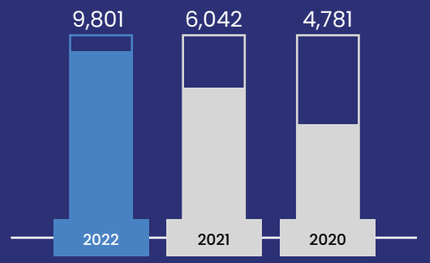
**Economy |** Ekonomi

# Sustainability Impact on Economic Aspects

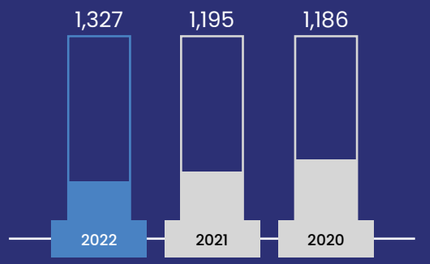
## Dampak Keberlanjutan pada Aspek Ekonomi

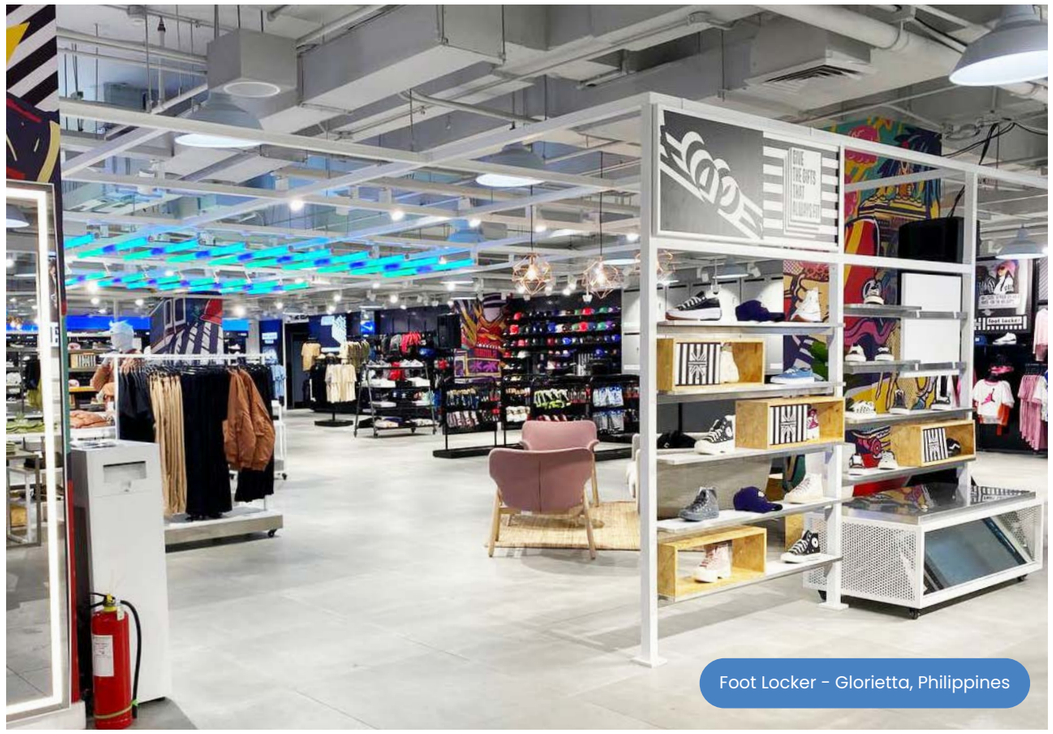



**Net Revenues (IDR Billion)**
Pendapatan Bersih (Rp miliar)




**Total Stores**
Jumlah Gerai





Foot Locker - Glorietta, Philippines

We strive to maintain economic performance, to enable the Company in providing positive social and environmental impacts. We continue our strategy, which includes unified retail strategy, which integrates offline, online, and social media channels, partnering with well renowed brands, implementing digital and technology transformations, as well as identifying and executing strategic acquisitions. In 2022, our economic performance was better compared to 2021. MAPA was awarded"Rise in the Year of Change Award", Retail category from Bisnis Indonesia, due to the Company's ability to survive and adapt amidst various challenges. [3-3]

Kami berupaya menjaga kinerja ekonomi agar Perusahaan mampu memberikan dampak positif kepada lingkungan dan masyarakat sekitar. Kami melanjutkan strategi Perusahaan, yang mencakup strategi *unified retail*, yakni mengintegrasikan saluran *offline, online,* dan media sosial, bermitra dengan *brand* terkemuka, menerapkan transformasi digital, serta mengidentifikasi dan melaksanakan akuisisi strategis. Pada tahun 2022, kinerja ekonomi kami lebih baik dibandingkan tahun 2021. MAPA mendapatkan penghargaan "Rise in the Year of Change Award", kategori Ritel dari Bisnis Indonesia, karena kemampuan Perseroan untuk bertahan dan beradaptasi di tengah berbagai tantangan. [3-3]

# Economic Performance

## Kinerja Ekonomi

Among our efforts to improve performance is the branded commerce strategy, which is a one-stop shopping concept for sports, leisure, and children's products from the various exclusive brands that we work with. This exclusive brands are facilitated by our unified retail strategy, to facilitate customer access by integrating various marketing channels, namely stores or various online channels that include monobrand, multi-brand, marketplace, social media, as well as chat and buy platforms.

Salah satu upaya kami untuk meningkatkan kinerja adalah strategi *branded commerce*, yaitu menyediakan konsep *one-stop shopping* untuk produk *sports*, *leisure*, dan *kids* dari berbagai *brand* eksklusif yang bekerja sama dengan kami. *Brand* eksklusif ini difasilitasi oleh strategi *unified retail*, yaitu meningkatkan akses pelanggan dengan mengintegrasikan berbagai saluran pemasaran, baik gerai *offline*, kanal *online* yang mencakup *platform monobrand, multi-brand, marketplace*, media sosial, serta kanal *chat and buy*.





By the end of 2022, to facilitate access to our products, our stores had increased to 1,327 stores, which was supported by 5 monobrand sites and 6 multi-brand sites, in addition we also work together with 3 e-commerce sites.

Furthermore, MAPA also increase our data analytics capabilities. Data analytics can provide an insight to our customer preferences, which help us to improve our merchandize forecast strategy. This strategy is also supported by the growing number of MAPCLUB member. Through MAPCLUB, the Company can provide personalized attractive offers that matches customer age, gender and favourite brands. In 2022, the total number of MAPCLUB members reached 6.2 million, representing an increase from 2021 at 4.8 million. The Company also implement various technology to increase customer shopping experience, such as providing mobile Point of Sales, to reduce queuing in the cashier.

Pada akhir tahun 2022, untuk memudahkan akses pelanggan, gerai MAPA telah bertambah menjadi 1.327 yang didukung oleh 5 situs *monobrand* dan 6 situs *multi-brand*, selain itu kami juga bekerja sama dengan 3 situs *e-commerce*.

Selain itu, MAPA juga meningkatkan kemampuan analisa data. Kemampuan tersebut dapat memberikan informasi mengenai preferensi para pelanggan, sehinga membantu kami untuk menyempurnakan strategi *merchandize forecast*. Strategi ini juga didukung dengan bertambahnya jumlah anggota MAPCLUB. Melalui MAPCLUB, Perusahaan dapat memberikan penawaran menarik yang dipersonalisasi sesuai dengan usia, *gender*, dan *brand* favorit pelanggan. Pada tahun 2022, jumlah anggota MAPCLUB mencapai 6,2 juta mengalami peningkatan dari tahun 2021 sebesar 4,8 juta. Perusahaan juga mengimplementasikan berbagai teknologi untuk meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan, seperti penyediaan *mobile Point of Sales*, yang dapat mengurangi antrian di kasir.




Skechers, Paris Van Java, Bandung

The Company constantly analyze any strategic acquisition or partnership opportunities, and prudently seize those chances. This year the Company added Foot Locker in our brand portfolio, in total MAPA had opened 10 Foot Locker stores. In addition, the company also expand our operation to Singapore and Malaysia this year. Overall we are operating in Indonesia, Thailand, Vietnam, Philippines, Singapore, and Malaysia.

Perusahaan senantiasa melakukan analisis terhadap peluang akuisisi atau kemitraan strategis, dan dengan hati-hati memanfaatkan peluang tersebut. Tahun ini Perusahaan menambahkan Foot Locker dalam portofolio *brand* kami, secara total MAPA telah membuka 10 gerai Foot Locker. Selain itu, perusahaan juga memperluas operasi kami ke Singapura dan Malaysia pada tahun ini. Secara keseluruhan kami beroperasi di Indonesia, Thailand, Vietnam, Filipina, Singapura, dan Malaysia.

In general, MAPA has recorded positive financial and operational performance. The consolidated financial statements have been audited by KAP Imelda & Rekan, with a fair opinion in all material respects. This encouraging performance has allowed the Company to positively impact all stakeholders and the environment with due regard to sustainability.

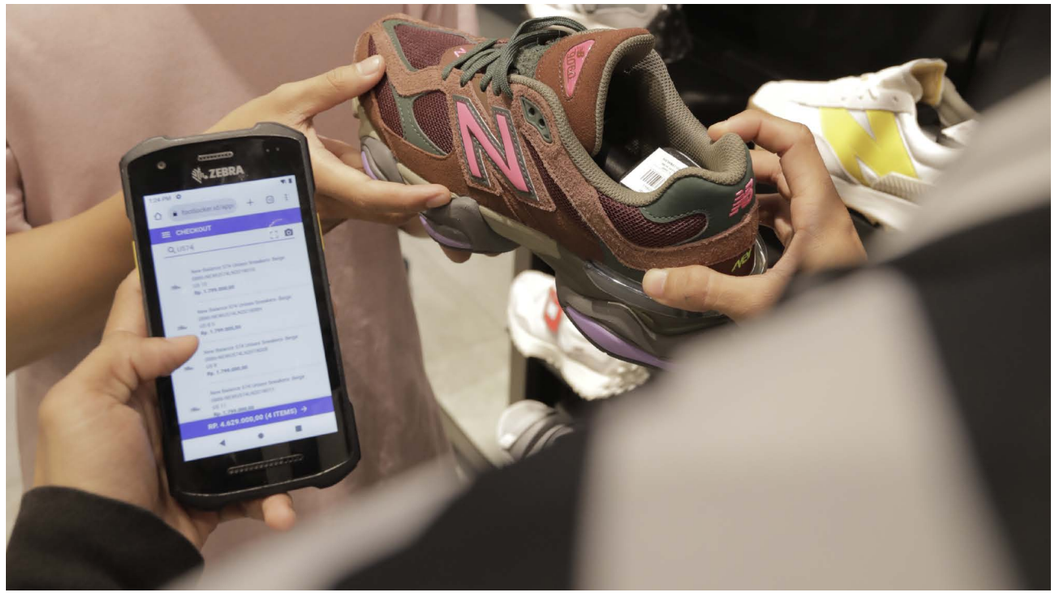
In 2022, net revenue was recorded at IDR9,801 billion, signifying an increase of 62.2% from 2021 at IDR6,042 billion. As of end-2022, the number of stores totaled reached 1,327, or an increase from the previous year. Operating profit in 2022 was recorded at IDR1,574 billion, an increase from 2021 of IDR475 billion. EBITDA increased to IDR2,253 billion, while net profit surged to IDR 1,173 billion.

Those good result was also supported by the successful vaccine roll out which ease the impact of COVID-19 pandemic and increase public activity. There was mall and shopping center closures in July and August 2021, which was not the case in 2022. [3-3]

Secara umum, MAPA mencatat kinerja keuangan dan operasional yang positif. Laporan keuangan konsolidasi telah diaudit oleh KAP Imelda & Rekan, dengan opini wajar dalam semua hal yang material. Melalui kinerja ekonomi yang positif ini, Perusahaan telah memberikan dampak kepada seluruh pemangku kepentingan dan lingkungan secara berkelanjutan.

Pendapatan bersih pada 2022 sebesar Rp9.801 miliar, meningkat 62,2% dibandingkan capaian tahun 2021 yang sebesar Rp6.042 miliar. Pada akhir 2022, total gerai mencapai 1.327 meningkat dari tahun sebelumnya. Laba usaha pada tahun 2022 tercatat sebesar Rp1.574 miliar, meningkat dari Rp475 miliar pada tahun 2021. EBITDA meningkat menjadi Rp2.253 miliar, sedangkan laba bersih melonjak ke Rp1.173 miliar.

Hasil yang baik tersebut juga didukung oleh keberhasilan distribusi vaksin yang meringankan dampak pandemi COVID-19, serta meningkatkan aktivitas masyarakat. Terdapat penutupan mal dan pusat perbelanjaan pada bulan Juli dan Agustus 2021, namun tidak demikian pada tahun 2022.




## Economic Value Generated and Distributed
### Nilai Ekonomi yang Dihasilkan dan Didistribusikan

The economic value we generate is used to deliver benefits to shareholders, support development through tax payments, promote welfare of the employees provide payments to brand principals and mall owners, or used for other operating expenses. [201-4] [207-1]

Kami mendistribusikan sebagian dari nilai ekonomi yang kami hasilkan untuk memberikan manfaat ekonomi bagi pemegang saham, mendukung pembangunan melalui pembayaran pajak, mendorong kesejahteraan karyawan, serta melakukan pembayaran kepada *brand principal,* pemilik mal, atau untuk beban operasional lainnya. [201-1] [201-4] [207-1]





**Economic Value Generated and Distributed (IDR billion)**
Nilai Ekonomi yang Dihasilkan dan Didistribusikan (Rp miliar) [201-1]

| Description | 2022 | 2021 | 2020 | Uraian |
|---|---|---|---|---|
| **Economic Value Generated (IDR billion)** | | | | Nilai Ekonomi yang Dihasilkan (Rp miliar) |
| Net revenues | 9,801 | 6,402 | 4,781 | Pendapatan bersih |
| **Economic Value Distributed (IDR billion)** | | | | Nilai Ekonomi yang Didistribusikan (Rp miliar) |
| Payments to suppliers and other operating expenses | 6,775 | 4,394 | 3,866 | Pembayaran kepada pemasok dan beban operasional lainnya |
| Payments to employees | 980 | 711 | 705 | Pembayaran kepada karyawan |
| Income tax payments<br>Income tax restitution received | 409<br>(109) | 52<br>(21) | 110<br>(8) | Pembayaran pajak penghasilan<br>Penerimaan restitusi pajak penghasilan |

# Fair Competition Practices
## Praktik Persaingan Usaha yang Sehat

MAPA and its subsidiaries avoids unfair competition practices, through compliance with the Law No. 5 of 1999 which bans Monopolistic Practices and Unfair Business Competition ("Business Competition Law"). This Law prohibits unfair business competition practices such as trade monopoly, territorial division, and price fixing. During 2022, no fines or sanctions were imposed on MAPA related to unfair competition. [2-27]

Selama ini MAPA dan anak perusahaan telah menghindari monopoli maupun praktik persaingan yang tidak sehat. Kepatuhan terhadap hal ini mengacu pada Undang-Undang No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ("UU Persaingan Usaha") yang melarang praktik persaingan usaha tidak sehat seperti monopoli, pembagian wilayah, dan penetapan harga. Sepanjang 2022, tidak terdapat denda maupun sanksi yang dikenakan kepada MAPA terkait persaingan tidak sehat. [2-27]



This year, MAPA was awarded "Rise in the Year of Change" award, retail category from Bisnis Indonesia, due to the company's ability to survive and adapt amidst various challenges.

Pada tahun ini MAPA mendapatkan penghargaan "Bangkit di Tahun Perubahan", kategori ritel dari Bisnis Indonesia, karena perusahaan menunjukkan kemampuan untuk bertahan dan beradaptasi di tengah berbagai perubahan.

# Responsible Supply Chain

## *Supply Chain* yang Bertanggung Jawab

Most of our inventory originates from brand principals, who also handle the product manufacturing. However, a small portion of inventory is supplied the MAPA subsidiary PT Mitra Garindo Perkasa, which operates a garment factory in Bogor. To ensure sustainability in the supply chain, it is important for MAPA to work with responsible brand principals. In this regard, the company has a strict due diligence process before deciding to work with a brand principal.

Dalam pengelolaan *inventory,* sebagian besar merupakan barang jadi yang diproduksi oleh pemilik *brand (brand principals)*. Sementara itu, terdapat sebagian kecil *inventory* yang dipasok dari anak perusahaan MAPA yaitu PT Mitra Garindo Perkasa yang menjalankan usaha pabrik garmen di Bogor. Pembuatan produk sebagian besar berada di ranah *brand principal,* oleh karena itu, untuk memastikan keberlanjutan pada rantai pasok, menjalin kerja sama dengan *brand principal* yang bertanggung jawab adalah hal yang penting untuk MAPA. Perusahaan melakukan proses *due diligence* yang ketat sebelum memutuskan untuk bekerjasama dengan suatu *brand principal*.

## Application of Human Rights, Social and Environmental Aspects in the Supply Chain

### Penerapan Prinsip HAM, Aspek Sosial dan Lingkungan dalam *Supply Chain*

MAPA respects and strives to apply human rights practices in the supply chain. Currently, the majority of our brand principals such as New Balance, Skechers, and Diadora have their own supplier code of conduct which contain specific social standards that their suppliers must comply with, namely labor, occupational health and safety, and environmental protection. [308-1]

For example, New Balance, one of our brand principals, has adopted a Supplier Standards Manual. This document describes labor provisions that must be complied by suppiers, such as non-discrimination, no forced and child labor, freedom of association, Collective Labor Agreement (CLA), working hours, and so on. The standards also regulats occupational health and safety, such as injury prevention, first aid, safety from machinery and electrical hazards, work environment conditions, and fire safety. As for the environmental aspect, several standards must be met by New Balance partner factories, such as having an environmental management system and avoiding the use of prohibited chemicals. [414-1][414-2]

MAPA menghormati dan berupaya untuk menerapkan praktik HAM dalam *supply chain*. Saat ini, mayoritas *brand principal* MAPA seperti New Balance, Skechers, dan Diadora telah memiliki *supplier code of conduct*. Dokumen ini berisi mengenai standar khusus yang wajib dipatuhi oleh para *supplier brand principal* mengenai aspek sosial yaitu ketenagakerjaan, kesehatan dan keselamatan kerja, maupun aspek lingkungan. [308-1]

Sebagai contoh, salah satu *brand principal* kami, yaitu New Balance memiliki *Supplier Standards Manual*. Dokumen ini menjelaskan mengenai aturan ketenagakerjaan yang wajib dipatuhi, seperti non-diskriminasi, tidak ada kerja paksa, tidak ada pekerja anak, kebebasan untuk berserikat dan berkumpul, Perjanjian Kerja Bersama (PKB), *working hours*, dan sebagainya. Pada aspek kesehatan dan keselamatan kerja juga diatur mengenai pencegahan cedera dan pertolongan pertama, keselamatan dari bahaya mesin dan listrik, kondisi lingkungan kerja, dan keamanan kebakaran. Sementara itu untuk aspek lingkungan, terdapat beberapa standar yang wajib dipenuhi oleh pabrik rekanan New Balance, seperti memiliki sistem manajemen lingkungan dan tidak menggunakan bahan kimia yang dilarang. [414-1][414-2]





Some of our brand principals utilize environmentally friendly materials. For example, New Balance uses eco-friendly or recycled materials, along with responsibly sourced materials such as certified leather. 92% of New Balance's leather is certified by the Leather Working Group, 30.9% of polyester material is recycled and 1.8% of cotton is certified as organic cotton. [301-2]

Furthermore, Diadora also uses select materials to reduce environmental impact, with 42.5% of apparel materials being certified by the Global Organic Textile Standard. About 8% of the raw materials used for insole production are recycled materials, while 14% of the materials for shoe upper production also use recycled materials.

Sebagian *brand principal* kami juga telah menggunakan bahan-bahan/material pilihan yang bertanggung jawab dan mendukung keberlanjutan. Sebagai contoh, New Balance menggunakan bahan yang ramah lingkungan seperti bahan yang didaur ulang, serta bahan yang bersumber dari sumber bertanggung jawab, seperti kulit yang mendapatkan sertifikasi dari Leather Working Group. Sebanyak 92% kulit yang digunakan New balance telah tersertifikasi oleh Leather Working Group, 30,9% material *polyester* berasal dari daur ulang dan sebanyak 1,8% katun tersertifikasi sebagai *organic cotton*. [301-2]

Diadora juga telah menggunakan bahan-bahan pilihan untuk mengurangi dampak lingkungan. 42,5% bahan yang digunakan untuk pakaian jadi telah mendapatkan sertifikasi dari Global Organic Textile Standard. Sekitar 8% bahan baku yang digunakan untuk produksi sol merupakan bahan daur ulang, sedangkan 14% dari material untuk produksi sepatu bagian atas juga menggunakan bahan daur ulang.




Hoka Run Club

Sustaining Health for Brighter Future

**Creating Shared Value**
Menciptakan Nilai Bersama

**Social |** Sosial

# Creating Shared Value

## Menciptakan Nilai Bersama




### Coaching Clinic

**100 Participants |** Peserta

### Average Training Time (hours)

Rata-rata Waktu Pelatihan (Jam)

**21.2**

### Percentage of Female Employees

Persentase Karyawan Perempuan

**47.5%**

Capable and motivated employees are an important aspect of our business. The company grows and develops along with its employees, therefore MAPA believe that paying attention to employee welfare, providing quality training, respecting human rights, providing a safe workplace, and providing a forum where employees can express their aspirations will deliver a positive impact on the company. [3-3]

Furthermore, capable and motivated employees will also increase customer satisfaction, which is also a great importance for our business sustainability. Therefore, the Company believes that delivering a positive impact on stakeholders and creating shared value help us to achieve a sustainable growth.

Karyawan yang handal dan bermotivasi merupakan aspek penting dalam bisnis kami. Perusahaan tumbuh dan berkembang bersama karyawan, oleh karena itu MAPA percaya bahwa memperhatikan kesejahteraan karyawan, memberikan pelatihan berkualitas, menghargai hak asasi manusia, menyediakan tempat bekerja yang aman, serta menyediakan forum dimana para karyawan dapat menyampaikan aspirasinya, akan memberikan dampak positif terhadap perusahaan. [3-3]

Selain itu, karyawan yang andal dan bermotivasi juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, salah satu aspek lain yang amat penting untuk keberlanjutan bisnis kami. Oleh karenanya, Perusahaan percaya bahwa dengan menciptakan dampak positif kepada para pemangku kepentingan dan menciptakan nilai bersama, perusahaan juga dapat menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan.

# Employment Practices

## Praktik Ketenagakerjaan



### Policy and Commitment

Kebijakan dan Komitmen

One of the Company's top priorities is the fulfillment of labor rights. The company will constantly ensure compliance to the exisiting labor regulations such as Law No. 13 of 2013 which known as Indonesian Labor Law, Government Regulation in Lieu of Law (Perppu) No. 2 of 2022 of Job Creation, which amends Law No. 11 of 2020, and other regulations at our operating locations. All labor regulations are recorded either in the Collective Labor Agreement or Company Regulations that can be accessed by all employees, so that everyone can understand the rights, obligations and rules of the Company. [2-27]

Pemenuhan hak-hak ketenagakerjaan merupakan prioritas utama Perusahaan. Oleh karena itu Perusahaan akan senantiasa memenuhi ketentuan-ketentuan ketenagakerjaan seperti Undang-Undang (UU) No.13 Tahun 2013 tentang Ketenagakerjaan, Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja, yang menggantikan UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, atau peraturan-peraturan lain di lokasi operasi MAPA. Seluruh peraturan ketenagakerjaan dibukukan baik dalam Perjanjian Kerja Bersama atau Peraturan Perusahaan yang dapat diakses oleh semua karyawan, sehingga semua karyawan memahami hak, kewajiban, dan aturan-aturan dari Perusahaan. [2-27]





### Industrial Relations Management

Pengelolaan Hubungan Industrial

The Company strives to maintain harmonious industrial relations with employees so that our steps are aligned in achieving business goals and mutual welfare. We demonstrate this commitment through opportunities to express opinions in forums such as the Labor Union of PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (SP-FKKMAA), as well as Bipartite Cooperation Body of PT Mitra Garindo Perkasa. [407-1]

The Collective Labor Agreement (CLA) regulates labor relations, work rules, wages and benefits, health and social security, and dispute resolution mechanisms. The CLA allows the Company and employees to understand their respective duties and responsibilities. Moreover, the CLA is discussed at the Company and employee forum for review every 2 years. [2-30]

Specifically for our subsidiary PT Mitra Garindo Perkasa (Garindo), labor relations are regulated in the Company Regulations. While the Company Regulations are formulated by the Company, Garindo has a bipartite cooperation body that can provide input or suggestions during the drafting of the regulations. Similar to the CLA, the Company Regulations are also updated every 2 years.

This year we also implemented the Integrated Human Capital System, which handles all labor administration tasks such as attendance, claims submission, leave applications, overtime, employee appraisals, and online training. Furthermore, through MAP Retail Academy all employees have received instruction and training on the use of the system. [402-1]

Our efforts to maintain harmonious industrial relations with our employees is also manifested through employee recreational activities such as such as Independence Day, New Year's Day, and Halloween celebration. In addition, the Company also organizes regular sports activities such as soccer and yoga. During the year, most of the recreational activities have been carried out offline.

Perusahaan berupaya untuk menjaga hubungan industrial yang harmonis dengan karyawan kami agar langkah kami senantiasa selaras dalam mencapai tujuan bisnis dan kesejahteraan bersama. Komitmen tersebut kami perlihatkan melalui kesempatan menyampaikan pendapat melalui sarna seperti Serikat Pekerja Forum Komunikasi Karyawan/ti PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (SP-FKKMAA) atau Lembaga Kerjasama Bipartit PT Mitra Garindo Perkasa. [407-1]

MAPA memiliki Perjanjian Kerja Bersama (PKB) yang mengatur tentang hubungan kerja, tata tertib kerja, upah dan tunjangan, jaminan kesehatan dan sosial, hingga mekanisme penyelesaian perselisihan. Tujuan adanya PKB adalah agar Perusahaan dan karyawan dapat memahami tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Perusahaan dan forum karyawan akan membahas dan mengkaji PKB setiap 2 tahun sekali. [2-30]

Khusus untuk PT Mitra Garindo Perkasa (Garindo), selaku anak perusahaan kami, hubungan ketenagakerjaan diatur dalam Peraturan Perusahaan (PP). Walaupun PP dikeluarkan oleh Perusahaan, Garindo memiliki lembaga kerja sama bipartit yang dapat memberikan masukan atau saran kepada Perusahaan pada saat proses perancangan PP dilaksanakan. Sama halnya dengan PKB, PP juga akan diperbaharui setiap 2 tahun sekali.

Pada tahun ini kami juga menerapkan Sistem Human Capital Terintegrasi, seluruh pengurusan administrasi ketenagakerjaan seperti absen, pengajuan klaim, permohonan cuti, pengajuan lembur, penilaian karyawan, serta *online training* dapat dilakukan melalui sistem tersebut. Selain itu, seluruh karyawan juga telah mendapatkan sosialisasi dan *training* megenai pemanfaatan sistem ini melalui MAP Retail Academy. [402-1]

Wujud lain dari upaya kami dalam menjaga hubungan industrial yang baik dengan karyawan adalah melalui kegiatan kebersamaan. Kami melaksanakan kegiatan pada perayaan hari besar, seperti Perayaan Hari Kemerdekaan, Perayaan Tutup Tahun, serta *Hallowen Day*. Selain itu, Perusahaan juga mengadakan kegiatan olah raga rutin seperti sepak bola dan yoga. Kegiatan ini dilaksanakan dalam tujuan mempererat hubungan antar karyawan, sebagian besar kegiatan-kegiatan rekreasi pada tahun ini telah dilaksanakan secara *offline*.

## Employee Benefits [401-2]

### Benefit untuk Pekerja [401-2]

The remuneration that we provide is intended to motivate employees to improve their performance. We comply with applicable remuneration regulations, no MAPA employee is paid below the minimum wages set by the government. During the year, we received an award from the Social Security Administration (BPJS) for carrying out the Company's obligations in a timely manner. [202-1]

Kami memberikan remunerasi sebagai penghargaan agar para karyawan termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya. Kami memberikan gaji sesuai dengan regulasi yang berlaku. Oleh karena itu, tidak ada karyawan MAPA yang digaji di bawah standar minimum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Pada tahun ini, Perusahaan juga mendapatkan penghargaan dari Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) atas ketepatan kami melaksanakan kewajiban-kewajiban Perusahaan. [202-1]

**Besides remuneration, the Company also provides the following benefits:**
Selain remunerasi, Perusahaan juga memberikan fasilitas yang lain, yaitu sebagai berikut:

- BPJS Health
- BPJS Employment
- Health Insurance
- Holiday Allowance
- Employee Discount

- BPJS Kesehatan
- BPJS Ketenagakerjaan
- Asuransi Kesehatan
- Tunjangan Hari Raya
- Diskon Karyawan

Anually, performance appraisals that influenced employee remuneration were conducted. This year, all employees (100%) have received performance evaluations from their respective leaders. [404-3]

Setiap tahun, kami juga melakukan penilaian kinerja yang berpengaruh terhadap remunerasi. Seluruh karyawan (100%) telah mendapat evaluasi kinerja dari pimpinan masing-masing. [404-3]

The Company also showed its appreciation by giving awards to outstanding employees during the annual Townhall Meeting event. The various award categories included MAP Active Heroes (awards for the best stores, Area Managers & Region Heads) and MAP Active Super Awards (employees who always give their best to create an impact within the company, both in Indonesia and regionally).

Perusahaan juga memberikan apresiasi dengan memberikan penghargaan kepada karyawan berprestasi dalam acara *Townhall Meeting* yang diadakan setahun sekali. Kategori penghargaan yang diberikan dalam *Townhall Meeting* tersebut adalah MAP Active Heroes (Penghargaan untuk gerai-gerai terbaik, Area Manager & Region Head) dan MAP Active Super Awards (Karyawan yang selalu memberikan yang terbaik untuk menciptakan dampak di dalam perusahaan, baik di Indonesia maupun kawasan regional).




This year the Company obtain The Best Company Award from BPJS, as a result from the Company's timely manner of payment.

Pada tahun ini Perusahaan mendapatkan penghargaan Perusahaan Terbaik dari BPJS, karena ketepatan waktu pembayaran.





MAPA also announce 2022 employee satisfaction survey results during townhall meeting, which revealed that 81.2% of employees are happy working at PT Map Aktif Adiperkasa Tbk. During 2022 there were no sanction related to industrial relations. [2-27]

Pada acara *Townhall meeting* juga diumumkan hasil dari survei kepuasan karyawan, yang menyatakan bahwa 81,2% karyawan senang bekerja di PT Map Aktif Adiperkasa Tbk. Sepanjang tahun 2022 tidak terdapat permasalahan hubungan industrial yang dilaporkan. [2-27]



Town Hall Meeting

# Respect for Human Rights

## Menghormati Hak Asasi Manusia

Consistent with our code of conduct which stated "A Culture of Respect and Equal Opportunity", we have the utmost respect for human rights and strive to conduct ethical employment practices.

Sejalan dengan kode etik kami yang mencakup "Budaya Menghormati dan Kesempatan yang Setara", Perusahaan menghormati hak asasi manusia (HAM) dan senantiasi berupaya untuk menjalankan praktik ketenagakerjaan yang etis dengan mengedepankan HAM.

### No Child and Forced Labor [408-1][409-1]

### Nihil Tenaga Kerja Anak dan Tenaga Kerja Paksa [408-1][409-1]

The Company ensures no underage workers are employed and that no forced labor occurs throughout our operations. During recruitment, we ask prospective employees to verify their personal identity through Identity Cards (KTP) to ensure that they are of legal age. Furthermore, the number of working hours per week as well as compensation for overtime work are clearly stated in the CLA.

Salah satu wujud penghormatan terhadap HAM dalam praktik ketenagakerjaan yang MAPA lakukan adalah memastikan bahwa Perusahaan tidak mempekerjakan tenaga kerja di bawah umur dan tidak melakukan kegiatan kerja paksa di lingkungan Perusahaan. Saat rekrutmen kami selalu meminta data identitas karyawan berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP) untuk memastikan bahwa karyawan yang akan direkrut sudah cukup umur. Kami juga mencantumkan secara jelas jumlah jam kerja dalam satu minggu serta kompensasi kerja lembur dalam PKB.

## Anti-discrimination and Anti-harassment [406-1]

### Antidiskriminasi dan Antipelecehan [406-1]

The Company consistently strives to create a safe, comfortable working environment that is free from discrimination and harassment. Anti-discrimination and anti-harassment measures are also covered in our code of conduct. During 2022, no incidents related to discrimination or harassment were reported that were material or affected our business continuity.

Perusahaan senantiasa berupaya untuk mewujudkan lingkungan kerja yang aman, nyaman, bebas dari tindakan diskriminasi dan pelecehan di kalangan pekerja kami. Antidiskriminasi dan antipelecehan juga sudah tercakup di dalam kode etik kami. Selama 2022, tidak ada insiden terkait diskriminasi ataupun pelecehan yang bersifat material ataupun mempengaruhi kelangsungan usaha kami.

Furthermore, MAPA encourages its employees to report any misconduct through the Whistleblowing System. Further discussion on the WBS can be seen in the Annual Report 2022.

MAPA juga mendorong agar pekerja kami tidak takut untuk melaporkan apabila mengalami perbuatan tidak menyenangkan melalui Sistem Pelaporan Pelanggaran (*Whistleblowing System*). Pembahasan lebih lanjut mengenai WBS dapat merujuk kepada Laporan Tahunan Perusahaan tahun 2022.

## Diversity and Equal Employment Opportunity

### Keberagaman dan Kesempatan Bekerja yang Setara

We offer employment opportunities for all individuals. Gender, ethnicity, religion, race or educational background will never be a factor in employment decisions. MAPA endeavors to maintain a balanced mix of male and female employees at various levels, including staff, managers, and general managers. The following is our employee composition by the end of 2022: [405-1]

Kami membuka kesempatan bekerja bagi semua individu tanpa membeda-bedakannya dari segi gender, suku, agama, ras, ataupun latar belakang pendidikan. MAPA juga berupaya untuk mempertahankan komposisi karyawan antara laki-laki dan perempuan dalam berbagai jenjang karir, baik staf, jajaran manajer, maupun general manager. Berikut ini adalah komposisi karyawan kami pada akhir tahun 2022: [405-1]



Independence Day Celebration



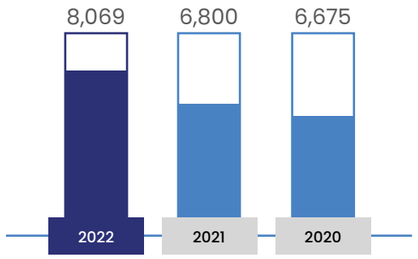




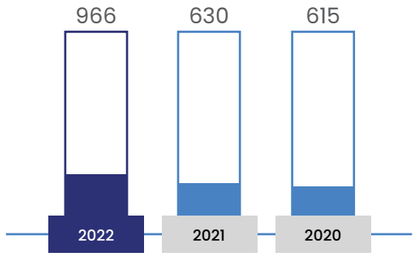
Training from SBU

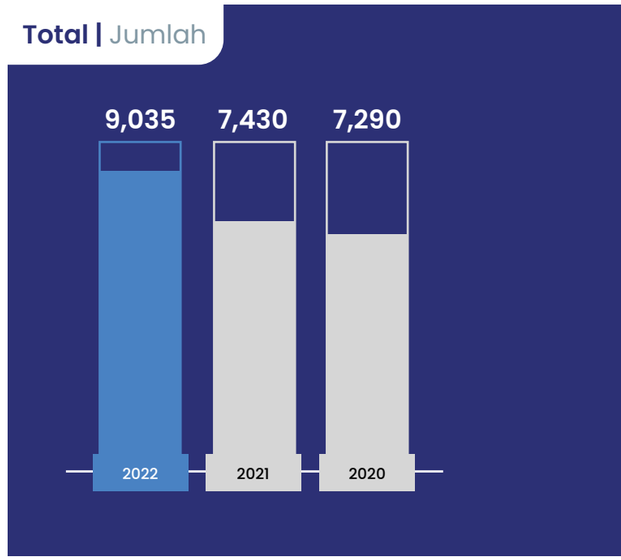
**Overseas Employee Data**
Data Karyawan *Overseas*

**Indonesian Employees**
Karyawan Indonesia




**Overseas Employees**
Karyawan *Overseas*




**Employee Composition by Gender**
Komposisi Karyawan Berdasarkan Gender

| Gender | 2022 Total Jumlah | 2022 % | 2021* Total Jumlah | 2021* % | 2020* Total Jumlah | 2020* % | Jenis kelamin |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Male | 4,743 | 52.5 | 3,759 | 55.3 | 3,723 | 55.8 | Laki-laki |
| Female | 4,292 | 47.5 | 3,041 | 44.7 | 2,952 | 44.2 | Perempuan |
| **Total** | **9,035** | **100** | **6,800** | **100** | **6,675** | **100** | **Jumlah** |

*Breakdown from Indonesian employees only
*Rincian dari karyawan Indonesia saja

### Composition of the Board of Commissioners and Board of Directors by Gender

Komposisi Dewan Komisaris dan Direksi Berdasarkan Gender

| Gender | 2022 | | 2021 | | 2020 | | Jenis kelamin |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Total Jumlah | % | Total Jumlah | % | Total Jumlah | % | |
| Male | 7 | 87,5 | 7 | 87.5 | 9 | 90 | Laki-laki |
| Female | 1 | 12,5 | 1 | 12.5 | 1 | 10 | Perempuan |
| **Total** | **8** | **100** | **8** | **100** | **10** | **100** | **Jumlah** |

### Total Employees by Gender and Position

Jumlah Karyawan Berdasarkan Gender dan Jenjang Jabatan

| Position | 2022 | | 2021* | | 2020* | | Jenjang Jabatan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Male Laki-laki | Female Perempuan | Male Laki-laki | Female Perempuan | Male Laki-laki | Female Perempuan | |
| Staff—Assistant Manager | 4,587 | 4,110 | 3,671 | 2,938 | 3,634 | 2,851 | Staff—Assistant Manager |
| Manager—Senior Division Manager | 125 | 151 | 65 | 84 | 67 | 82 | Manager—Senior Division Manager |
| General Manager—Group Chief/Head | 31 | 31 | 23 | 19 | 22 | 19 | General Manager—Group Chief/Head |
| **Total by Gender** | **4,743** | **4,292** | **3,759** | **3,041** | **3,723** | **2,952** | **Jumlah Berdasarkan *Gender*** |
| **Grand Total** | **9,035** | | **6,800** | | **6,675** | | **Jumlah Keseluruhan** |

*Indonesian employees only
*Hanya karyawan Indonesia saja

### Employee Composition by Gender and Age Group

Komposisi Karyawan Berdasarkan Gender dan Rentang Usia

| Age Group | 2022 | | 2021 | | 2020 | | Rentang Usia |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Male Laki-laki | Female Perempuan | Male Laki-laki | Female Perempuan | Male Laki-laki | Female Perempuan | |
| < 21 Years | 322 | 335 | 211 | 204 | 336 | 324 | < 21 Tahun |
| 21–30 Years | 3,067 | 2,522 | 2,613 | 1,904 | 2,520 | 1,751 | 21–30 Tahun |
| 31–40 Years | 1,017 | 972 | 677 | 614 | 614 | 613 | 31–40 Tahun |
| 41–50 Years | 263 | 401 | 203 | 275 | 201 | 223 | 41–50 Tahun |
| 51–56 Years | 60 | 53 | 43 | 37 | 45 | 37 | 51–56 Tahun |
| > 56 Years | 14 | 9 | 12 | 7 | 7 | 4 | > 56 Tahun |
| **Total by Gender** | **4,743** | **4,292** | **3,759** | **3,041** | **3,723** | **2,952** | **Jumlah Berdasarkan *Gender*** |
| **Grand Total** | **9,035** | | **6,800** | | **6,675** | | **Jumlah Keseluruhan** |

*Breakdown only from Indonesia
**Breakdown* hanya dari Indonesia saja





### Employee Composition by Employment Status

Komposisi Karyawan Berdasarkan Status Kepegawaian

| Employment Status | 2022 | | 2021 | | 2020 | | Status Karyawan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Male Laki-laki | Female Perempuan | Male Laki-laki | Female Perempuan | Male Laki-laki | Female Perempuan | |
| Permanent Employees | 1,634 | 1,851 | 1,333 | 1,300 | 1,432 | 1,380 | Karyawan Tetap |
| Non-Permanent Employees | 3,109 | 2,441 | 2,459 | 1,708 | 2,291 | 1,572 | Karyawan Non-Tetap |
| **Total by Gender** | **4,743** | **4,292** | **3,759** | **3,041** | **3,723** | **2,952** | **Jumlah Berdasarkan *Gender*** |
| **Grand Total** | **9,035** | | **6,800** | | **6,675** | | **Jumlah Keseluruhan** |

### Employee Composition by Education

Komposisi Karyawan Berdasarkan Jenjang Pendidikan

| Education | 2022 | 2021 | 2020 | Jenjang Pendidikan |
|---|---|---|---|---|
| Elementary, Junior High, Senior High School | 7,329 | 5,999 | 5,886 | SD, SMP, SMA |
| Diploma | 384 | 178 | 179 | Diploma |
| Bachelors | 1,253 | 580 | 577 | Sarjana |
| Masters | 69 | 43 | 33 | Pascasarjana |
| **Grand Total** | **9,035** | **6,800** | **6,675** | **Jumlah Keseluruhan** |

As a retail company, MAPA is a labor-intensive organization that can employ workers from diverse educational backgrounds. In 2022, MAPA recruited 2,328 new employees, while employee turnover for the year was 13.74%. [401-1]

Sebagai perusahaan ritel, MAPA merupakan perusahaan padat karya yang dapat menyerap tenaga kerja dari berbagai latar pendidikan. Pada tahun 2022, MAPA merekrut 2.328 karyawan baru, sedangkan *turnover* karyawan pada tahun 2022 adalah 13,74%. [401-1]




New Balance Run Club Activities

# Employee Training and Education
## Pelatihan dan Pendidikan Karyawan



Training from SBU

Retail industry can be an entry point for workforce from diverse educational backgrounds. Within MAPA, approximately 86% of employees are high, secondary and elementary school graduates. Therefore, quality training for our employees will help them advance in their careers within the organization, and also improve the quality of our service.

Employees can participate in hybrid training (offline and online) delivered by internal trainers or MAP Retail Academy. Our employees may also do self-learning through 182 training modules uploaded in our Learning Experience Platform which has been upgraded and is now integrated with the Human Capital system.

The internal trainers provide hybrid training on product knowledge, such as brand history, basic golf, sneakers anatomy, and customer experience. The internal training team would often collaborate with brand principals to deliver the hybrid training to motivate employees. Furthermore, the internal training also provides updates on utilization/implementation of new systems, such as 'WA Chat and Buy' and 'endless aisle'. The internal training is conducted both in stores and at the head office.

Industri ritel dapat menjadi pintu masuk ke dunia kerja bagi banyak latar belakang pendidikan. Dalam lingkungan MAPA, terdapat sekitar 86% karyawan yang merupakan lulusan sekolah tinggi, menengah, dan dasar, penyediaan pelatihan berkualitas untuk karyawan kami akan membantu karyawan meniti karier di Perusahaan, serta meningkatkan kualitas layanan perusahaan.

Karyawan dapat mengikuti pelatihan *hybrid* (*offline* dan *online*) yang diadakan oleh *trainer* internal maupun oleh MAP Retail Academy. Karyawan kami juga dapat melakukan pembelajaran mandiri melalui 182 modul pelatihan yang telah diunggah di sistem *Learning Experience Platform* kami yang telah diperbaharui dan diintegrasikan dengan sistem *Human Capital.*

*Training* secara *hybrid* yang dilaksanakan oleh *trainer* internal fokus pada *product knowledge*, seperti sejarah *brand, basic golf, sneakers anatomy*, dan *customer experience.* Untuk memberikan pelatihan yang berkualitas, serta menambah motivasi para karyawan-karyawan, tim *training* internal juga sering bekerja sama dengan *brand principals* untuk melaksanakan *training* secara *hybrid* ini. Selain itu, *training* internal juga memberikan pengetahuan mengenai sistem-sistem baru yang diterapkan oleh perusahaan, seperti *WA Chat and Buy* dan *endless aisle. Training* oleh tim internal ini dilaksanakan baik di gerai maupun di kantor pusat.





MAP Retail Academy is a retail training center managed by our parent company PT Mitra Adiperkasa Tbk. The Academy's curriculum is based on international standards, such as the Australian Retailers Association. The Academy offers the MAP Learning Pathway program, which is a continuous and comprehensive training for operational teams. In 2022, the Academy launched the MAP Internal Development Program (MIND), which aims to provide our prospective Store Supervisors and Area Managers, with additional knowledge and skills to handle a wider scope of responsibilities, in order to make them ready in handling new assignments when they are promoted.

MAP Retail Academy adalah pusat pelatihan ritel yang dikelola oleh induk Perusahaan, PT Mitra Adiperkasa Tbk. Kurikulum MAP Retail Academy dikembangkan berdasarkan standar kurikulum internasional, seperti Australian Retailers Association. MAP Retail Academy menyediakan program MAP *Learning Pathway*, yakni pelatihan berkelanjutan dan komprehensif bagi tim operasional. Pada tahun 2022, MAP Retail Academy meluncurkan MAP *Internal Development Program* (MIND). Program ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan tambahan kepada *Store Supervisor* dan *Area Manager* potensial kami, agar mereka siap untuk menangani lingkup tanggung jawab yang lebih luas, sehingga apabila mereka mendapatkan promosi, mereka siap untuk mengemban tugas baru ini.

**Employee Training Hours** [404-1]
Waktu Pelatihan Karyawan [404-1]

| Description | 2022 | | | 2021 | | | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Male** Laki-laki | **Female** Perempuan | **Total** Jumlah | **Male** Laki-laki | **Female** Perempuan | **Total** Jumlah | |
| Total Training Hours | 104,680 | 86,647 | 191,327 | 98,829 | 77,651 | 176,480 | Jumlah Jam Pelatihan |
| Total Employee | 4,743 | 4,292 | 9,035 | 3,759 | 3,041 | 6,800 | Jumlah Karyawan |
| Average Training Hours per Employee | 22.1 | 20.2 | 21.2 | 26.3 | 25.5 | 25.95 | Rata-rata Jam Pelatihan per Karyawan |

**Training Participants** [404-2]
Peserta Training [404-2]

| | | |
|---|---|---|
| Hybrid Sessions Internal Trainer | **Total Participants** Jumlah Peserta | = 22,788 |
| Hybrid Sessions MAP Retail Academy | **Total Participants** Jumlah Peserta | = 1,960 |
| MAP Internal Development (MIND) | **Total Participants** Jumlah Peserta | = 80 |

**Total Access to Learning Experience Platform**
Jumlah Akses *Learning Experience Platform*

**20,007**



Employee's Futsal Club

# Decent and Safe Working Environment

## Lingkungan Kerja yang Layak dan Aman

As a retail company, MAPA has very low risk of occupational accidents. Nevertheless, we are committed to provide a decent and safe working environment for employees to work comfortably and productively. This commitment is actualized through the occupational health and safety (OHS) system. Building where our head office is located, equipped with facilities such as medical and treatment room, dining room (pantry), prayer room, running track in the office, nursery room, and library. We ensure that these spaces are cleaned on a regular basis. [403-1]

MAPA act as a tenant, this made the Head Office and store OHS system is integrated with the building management system. We always ensure that the building or shopping center has adequate OHS infrastructure, such as smoke detection devices, light fire extinguishers (APAR), sprinklers, evacuation routes, and muster points. The company and building managment also conduct OHS training such as fire and earthquake evacuation drills on a regular basis. [403-7]

MAPA sebagai perusahaan ritel memiliki risiko kecelakaan kerja yang sangat kecil. Meskipun demikian, kami berkomitmen untuk menyediakan lingkungan kerja yang layak dan aman bagi para karyawan agar dapat bekerja dengan nyaman dan produktif. Komitmen tersebut kami wujudkan melalui implementasi sistem kesehatan dan keselamatan kerja (K3). Di kantor pusat, kami melengkapi gedung kantor dengan fasilitas berupa ruang pengobatan dan perawatan, ruang makan (*pantry*), ruang ibadah, lintasan lari di kantor, ruang menyusui, dan perpustakaan. Kami memastikan bahwa ruangan tersebut dibersihkan secara berkala. [403-1]

Karena MAPA bertindak sebagai *tenant*, sistem K3 di Kantor Pusat telah terintegrasi dengan pemilik gedung, sama halnya dengan kegiatan usaha MAPA di gerai. Kami memastikan bahwa gedung/pusat perbelanjaan yang akan kami tempati memiliki infrastruktur K3 yang memadai, seperti terdapat alat deteksi asap, alat pemadam api ringan (APAR) atau *sprinkler*, jalur evakuasi, dan *muster point*. Secara berkala, kami juga mengikuti arahan dari pengelola gedung atau pusat perbelanjaan untuk melakukan pelatihan K3 seperti Latihan evakuasi kebakaran dan gempa bumi. [403-7]




Safe and Healthy Working Environment
Lingkungan Kerja yang Aman dan Sehat

We encourage all employees to comply with OHS practices as stated in the CLA, which has the following salient provisions: [403-2][403-8]

1. Every employee is obliged to safeguard their personal safety and other employees. All employees must wear safety equipment provided by the Company, as well as comply with all provisions regarding work safety.
2. Employees must report all safety hazards discovered to the Head of the Work Unit or superiors for immediate follow-up.
3. Safety tools or work equipment are the Company's inventory. Employees who intentionally or carelessly lose or damage them are subject to being fined or sanctioned.
4. Outside of the working time specified by the Company, employees are prohibited from using tools/equipment belonging to the Company for personal purposes.
5. Each employee shall maintain and care for the Company's tools/work equipment properly and thoroughly.

Our subsidiary PT Mitra Garindo Perkasa (MGP) operates a 33,000 $m^2$ garment factory in Gunung Putri, Bogor. Therefore, it has higher safety and security risks than our head office and stores. MGP have established an Occupational Safety Committee and developed strict Occupational Health and Safety procedures and operational standards (SOPs). Our various efforts in safeguarding occupational health and safety at MGP include the following: [403-2][403-4]

1. Implementing hazard identification, risk assessment and risk control (HIRAC);
2. Establishing an Occupational Safety Committee;
3. Formulating clear work safety regulations, SOPs and warning signs at the work sites;
4. Providing personal protective equipment;
5. Conducting work safety training.

During 2022, no incidents were reported of work accidents at the head office, stores or at the PT Mitra Garindo Perkasa factory.

Kami juga mendorong seluruh karyawan kami untuk mematuhi implementasi K3 sebagaimana yang tercantum di dalam PKB dengan rincian sebagai berikut: [403-2][403-8]

1. 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.
2. Apabila karyawan menemukan hal-hal yang dapat membahayakan keselamatan, karyawan harus segera melaporkan kepada Pimpinan Unit Kerja atau atasannya untuk menindaklanjuti secepatnya.
3. Alat-alat keselamatan atau perlengkapan kerja yang disediakan merupakan inventaris Perusahaan. Karyawan yang dengan sengaja atau kecerobohannya menghilangkan atau merusaknya, akan dapat dikenakan denda ganti rugi atau sanksi.
4. Di luar waktu kerja yang telah ditentukan Perusahaan, setiap karyawan tidak diperbolehkan memakai atau menggunakan alat-alat/ perlengkapan kerja milik Perusahaan untuk kepentingan pribadi.
5. Setiap karyawan wajib memelihara dan merawat alat-alat/perlengkapan kerja milik Perusahaan dengan baik dan teliti.

PT Mitra Garindo Perkasa (MGP) selaku anak perusahaan kami, yang mengoperasikan pabrik garmen seluas 33.000 $m^2$ di Gunung Putri, Bogor, memiliki risiko keamanan dan keselamatan yang lebih tinggi dibandingkan kantor pusat dan gerai kami. Perusahaan membentuk Panitia Pembina Keselamatan Kerja (P2K3) dan menyusun Prosedur Kesehatan dan Keselamatan Kerja dan standar operasional (SOP) yang ketat dalam menerapkan kesehatan dan keselamatan kerja di lingkungan PT Mitra Garindo Perkasa. Beberapa upaya-upaya kami dalam menjaga kesehatan dan keselamatan kerja di MGP adalah: [403-2][403-4]

1. Melaksanakan identifikasi bahaya, penilaian risiko dan pengendalian risiko (HIRAC);
2. Membentuk Komite Keselamatan Kerja;
3. Menyediakan peraturan, SOP, dan rambu peringatan keamanan kerja yang jelas di lokasi kerja;
4. Menyediakan alat pelindung diri;
5. Melakukan pelatihan keselamatan kerja.

Selama tahun 2022 tidak ada insiden kecelakaan kerja di kantor pusat, gerai maupun di pabrik PT Mitra Garindo Perkasa.

# Responsibility to Customers

## Tanggung Jawab kepada Pelanggan



Customers are very important to our business continuity. We strive to provide the best products and services to satisfy our customers. We work with brand principals who produce quality and responsible products, and strive to carry out product development, which have strict quality control processes, to guarantee safety of the products. In addition, we ensure that all products fulfill local standards and regulations such as having SNI certificates for all mandatory products, such as children's toys. Furthemore, to safeguard customer health we implemented strict health protocols, in coordination with building management during the pandemic. [416-1] [416-2]

Bagi MAPA, pelanggan merupakan bagian yang sangat penting untuk keberlangsungan usaha Perusahaan. Kami berupaya untuk memberikan produk dan pelayanan terbaik untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dalam memberikan produk yang bermutu, kami bekerja sama dengan *brand principal* yang memiliki produk berkualitas dan bertanggung jawab, serta berupaya untuk melakukan pengembangan produk. *Brand Principal* kami memiliki proses *quality control* yang ketat, serta keamanan produk kami terjamin. Selain itu, MAPA juga memastikan bahwa produk-produk yang diterima dari *brand principal* tersebut memenuhi standar dan ketentuan yang berlaku seperti mendapatkan sertifikat SNI untuk seluruh produk wajib SNI, seperti mainan anak-anak. Selain itu untuk menjaga kesehatan pelanggan, selama masa pandemi berlangsung kami menjalankan protokol kesehatan yang ketat dengan pihak mal. [416-1] [416-2]





To maintain customer satisfaction, MAPA implement several initiatives as follows:

- Working with well renowned brands;
- Provide training and improving employees' product knowledge;
- Implementing new systems such as Endless Aisle to improve customer service;
- Strengthening data analysis to have a deeper understanding of customer preference;
- Integrating offline and online shopping experience, enabling our customers to shop anytime and anywhere;
- Provide contact center, to convey the customer's suggestions and feedback.

Untuk menjaga kepuasan pelanggan, MAPA menjalankan beberapa inisiatif, di antaranya:

- Bekerja sama dengan *brand-brand* terkemuka yang diminati pelanggan;
- Memberikan pelatihan dan meningkatkan *product knowledge* untuk para karyawan;
- Menerapkan sistem baru seperti *Endless Aisle* yang dapat membantu meningkatkan kualitas *customer service;*
- Memperkuat analisa data sehingga dapat mengetahui kebutuhan pelanggan;
- Memberikan pengalaman belanja *offline* dan *online* yang terintegrasi, sehingga dapat memudahkan pelanggan untuk berbelanja, kapan pun dan di mana pun;
- Menyiapkan sarana dalam menyampaikan saran dan masukan, kami juga menyiapkan *contact center* untuk masing-masing *brand*.

### Effectiveness of Customer Satisfaction Management

Efektivitas Pengelolaan Kepuasan Pelanggan

We believe that our customers were pleased with the Company brand and services, which reflected from our increasing sales figures. The customer service channel has been running well and any incoming complaints have been followed up. During 2022, MAPA was not involved in legal cases or received sanctions and fines related to customer complaints. We also provide equal service to customers regardless of their background. [2-27]

Kami menilai bahwa kepercayaan pelanggan terhadap Perusahaan masih sangat baik, hal ini terlihat dari jumlah penjualan yang semakin meningkat. Saluran layanan konsumen telah berjalan dengan baik dan setiap pengaduan masuk telah ditindaklanjuti. Sepanjang 2022, MAPA tidak terlibat perkara hukum maupun mendapatkan sanksi dan denda berkaitan dengan pengaduan pelanggan. Kami juga memberikan pelayanan yang setara kepada pelanggan tanpa membeda-bedakan latar belakangnya. [2-27]

## Marketing and Labeling

Pemasaran dan Pelabelan

We respect our customers' right to clear product information for their health and safety. Information on the product ingredients, uses, styles and sizes can be easily seen on product labels, whether in stores, websites, online sites or the marketplace. We also ensure that our employees have sufficient product knowledge to be able to provide additional information to the customers if required. [417-1]

Kami menghormati hak pelanggan untuk mendapatkan informasi produk yang jelas dan transparan demi kesehatan dan keselamatannya. Kami memastikan bahwa informasi mengenai jenis bahan yang digunakan, kegunaan, model, dan ukuran produk dapat dilihat dengan mudah pada label produk, baik di gerai, situs web, *situs online* maupun *marketplace*. Kami juga memastikan agar karyawan kami memiliki pengetahuan tentang produk (*product knowledge*) yang cukup agar dapat membantu pelanggan yang membutuhkan informasi tambahan mengenai produk. [417-1]

None of our products have been withdrawn from circulation. The Company did not receive any complaints or grievances caused by misinformation on products, nor did we receive any complaints or grievances related to our marketing activities during 2022. [417-2][417-3]

Tidak ada produk kami yang ditarik dari peredaran. Perusahaan tidak menerima pengaduan ataupun keluhan yang disebabkan oleh kesalahan informasi pada produk sepanjang tahun 2022. Kami juga tidak menerima pengaduan ataupun keluhan berkaitan dengan sistem pemasaran yang kami terapkan. [417-2][417-3]

## Customer Privacy
### Privasi Pelanggan

MAPA upholds the “Confidentiality” clause in the Company Code of Conduct and complies with Law No. 27 of 2022 concerning Personal Data Protection. The Company has commitment to respect the privacy and confidentiality of customers’ personal data. We do not use customers’ personal data for any purpose other than those stated in our privacy policy, which is posted on our Company website and online shopping sites.

We prohibit our employees from trading or disseminating customer data to outside parties. MAPA regularly reviews its Information Technology (IT) vulnerability to identify potential intrusions and personal data breaches. During the reporting period, we did not receive any complaints or sanctions relating to breaches of customer privacy and personal data. [418-1] [2-27]

MAPA menjunjung butir “Kerahasiaan” dalam Kode Etik Perusahaan dan mematuhi UU No. 27/2022 tentang Perlindungan Data Pribadi sebagai bentuk komitmen kami untuk menghormati hak asasi pelanggan atas privasi dan kerahasiaan data pribadinya. Data pribadi pelanggan tidak kami gunakan untuk tujuan apa pun selain yang sudah disepakati pada kebijakan privasi, yang dicantumkan pada situs web Perusahaan dan situs belanja daring yang kami miliki.

Kami melarang karyawan kami untuk memperjualbelikan atau menyebarluaskan data pelanggan kepada pihak luar. MAPA senantiasa meninjau risiko kerentanan Teknologi Informasi (TI) secara berkala guna mengidentifikasi potensi gangguan dan pelanggaran data pribadi. Sepanjang periode pelaporan, kami tidak menerima pengaduan atau sanksi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi dan data pribadi pelanggan. [418-1] [2-27]

## Handling Customer Complaints
### Penanganan Keluhan Pelanggan

We encourage customers to report complaints or grievances related to product information. We provide various customer service channels that are easily accessible to customers, as follows:

Kami mendorong pelanggan untuk melaporkan aduan ataupun keluhan berkaitan dengan informasi produk kepada kami. Kami menyediakan beragam saluran *customer service* yang mudah diakses oleh pelanggan yaitu:

+62-21-80648488

corpsec@mapactive.id

**Website/customer service of individual brands**
Situs web/*customer service* masing-masing *brand*

### Customer Service
Layanan Konsumen

PLANET SPORTS.ASIA
connect@planetsports.asia
+62 815-1700-0111

KIDZ STATION
contact@kidzstation.asia
+62 815-7430-4559

SPORTS STATION
+62 815 7427 7716
connect@sportsstation.id

MAPCLUB
hello@mapclub.com
1500627





# Community Empowerment
## Pemberdayaan Masyarakat

### Management Approach [3-3]
#### Pendekatan Manajemen [3-3]

The company aims to provide positive contribution to society, through conducting responsible business. MAPA community development programs (CSR) are aligned with our Company vision, mission, and goals to spreading the value of sports and healthy lifestyles in the community. Furthermore, we organize CSR programs through collaboration with various stakeholders.

MAPA tidak hanya berfokus pada aktivitas usaha yang dilakukannya saja, tetapi juga berupaya untuk memberikan nilai tambah kepada masyarakat secara umum. Kami menjalankan kegiatan yang telah diselaraskan dengan visi, misi, maupun tujuan MAPA dalam menyebarkan olahraga dan gaya hidup yang sehat kepada masyarakat. Oleh karena itu, kami menyelenggarakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan.

### Policy and Commitment
#### Kebijakan dan Komitmen

We committed to deliver added value to society in accordance with our capacity. Our CSR activities are consistent with the commitment to bring a healthy lifestyle to all.

MAPA berkomitmen untuk dapat memberikan nilai tambah kepada masyarakat sesuai dengan kapasitas kami. Pelaksanaan kegiatan CSR yang kami lakukan sejalan dengan komitmen MAPA untuk menghadirkan gaya hidup sehat bagi semua kalangan.

### Sharing Social Value [413-1]
#### Berbagi Nilai Sosial [413-1]

MAPA’s presence in the community is not only to be a business venture, but also to share social values and positive impacts for a better life. In running social programs, the Company partners with non-profit organizations or foundations. In 2022, we spend more than IDR1.5 billion for social and community activities.

Keberadaan MAPA di tengah masyarakat tidak hanya dalam rangka menjalankan bisnisnya, namun juga ingin berbagi nilai-nilai sosial dan dampak positif untuk kehidupan yang lebih baik. Dalam menjalankan program sosial, Perusahaan bermitra dengan organisasi nirlaba atau yayasan. Pada 2022, kami menggunakan dana lebih dari Rp1,5 miliar untuk kegiatan sosial dan kemasyarakatan.

### Community Grievances
#### Pengaduan Masyarakat

The community can submit their compaints or grievances through customer service contact, which has been conveyed in the section on handling customer complaints.

MAPA membuka saluran komunikasi bagi masyarakat yang ingin menyampaikan keluhan atau pengaduan, apabila kegiatan operasional kami menyebabkan dampak atau gangguan terhadap masyarakat sekitar. Keluhan dan pengaduan tersebut dapat disampaikan melalui *customer service*, yang telah kami sampaikan pada bagian penanganan keluhan pelanggan.

# Coaching Clinic

In line with the Company vision and mission to promote healthy lifestyles to all society, we focus on community program (CSR) activities that contribute to the health and welfare of the communities, by instilling an active and healthy lifestyle from an early age. We have partnered with Sekolah Relawan Foundation in coordinating the beneficiaries of this program. In 2022, MAPA's CSR activities executed through coaching clinics of various sports types, namely badminton, swimming, and running.

Selaras dengan visi dan misi Perusahaan untuk mengampanyekan gaya hidup sehat kepada masyarakat, kami menjalankan program pemberdayaan masyarakat yang dapat berkontribusi pada kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, serta kegiatan yang diarahkan untuk menanamkan gaya hidup aktif dan sehat sejak dini. Bermitra dengan Yayasan Sekolah Relawan dalam hal koordinasi penerima manfaat program ini, kegiatan CSR MAPA pada tahun 2022 difokuskan pada pengembangan kesehatan masyarakat melalui aktivitas olahraga, yaitu *coaching clinic*. Program ini memiliki 3 kegiatan utama, yaitu pada olah raga *Badminton, Swimming, dan Running.*

***Badminton Coaching Clinic***



As part of the sports training, we organized a Badminton Coaching Clinic which was attended by 40 children. We invited top coaches Susi Susanti and Alan Budikusuma as gold medalists at the 1992 Barcelona Olympics. It is our hope that this coaching clinic would have encouraged the youngsters to develop a keen interest in exercising, maintaining their health, and further developed their skills as athletes.

Kami menyelenggarakan *Badminton Coaching Clinic* yang diikuti oleh 40 anak. Dalam memberikan pelatihan, MAPA mengajak pelatih andal Indonesia yaitu Susy Susanti dan Alan Budikusuma sebagai mantan atlet olimpiade yang terkenal. Melalui kegiatan *Badminton Coaching Clinic,* kami berharap bahwa anak-anak muda kini memiliki minat yang tinggi untuk berolahraga, meningkatkan kesehatan, sekaligus mengembangkan kemampuan sebagai seorang atlet.





***Swimming Coaching Clinic***



There were 30 participants at the Swimming Coaching Clinic, carried out by Albert Sutanto, a national athlete that obtained gold medal at the 2004 Sea Games, and now act as the coach of National Swimming Team. This clinic was met with high enthusiasm, and the children displayed their eagerness in following every instruction from the coach. At this coaching clinic, the children were taught various techniques such as warming up, breathing technique, breaststroke, and freestyle swimming basics.

Kegiatan *Swimming Coaching Clinic* ini diikuti oleh sebanyak 30 peserta. Pelatihan diberikan oleh Albert Sutanto, atlit nasional peraih medali emas pada Sea Games 2004 yang kini telah menjadi Pelatih Timnas Renang. Kegiatan ini mendapatkan antusiasme yang tinggi, sehingga anak-anak semakin semangat dalam mengikuti rangkaian pelatihan. Pada *coaching clinic* ini, anak-anak diajarkan pemanasan sebelum berenang, teknik bernafas saat berenang, dasar-dasar berenang gaya dada dan gaya bebas.

***Running Coaching Clinic***




The running coaching clinic had 30 participants, where we invited the Youth National Team obstacle running instructor, coach Wardoyo to deliver the training. The children were trained on various running techniques, with the objective of enhancing their skills and interest in athletics.

Pelatihan dalam bidang olahraga lari ini diikuti oleh sebanyak 30 peserta. Kami mengajak Pelatih Timnas Remaja, untuk cabang olahraga lari halang rintang yaitu *coach* Wardoyo. Melalui kegiatan ini, anak-anak diberikan pelatihan mengenai berbagai macam teknik dalam berlari, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan minat dalam bidang olahraga lari.

Sustaining Health for Brighter Future

Sustaining Health for Brighter Future

**A Greener Future**
Masa Depan yang Lebih Hijau

**Environment |** Lingkungan

# A Greener Future

## Masa Depan yang Lebih Hijau




| | | |
|---|---|---|
| **Energy intensity of stores (KWh/m²)**<br>Intensitas energi gerai (KWh/m²) | 2022 | 183.97 |
| | 2021 | 165.07 |
| **Total emissions (Ton $CO_2$)**<br>Jumlah emisi (Ton $CO_2$) | 2022 | 43,500.50 |
| | 2021 | 35,529.27 |
| **Total waste collected**<br>Jumlah sampah terkumpul | 2022 | 5,816 kg |
| | 2021 | 950.13 kg |

**Total Mangrove Trees Planted**
Jumlah Penanaman Pohon Mangrove

**353**
**Trees |** Pohon

Electricity consumption in our operations represent one of the sources that have an impact on the environment. As a retail company, our emissions mostly originate from electricity consumption (scope 2), thus we strive to contribute to environmental conservation in accordance with our abilities. The company has various energy saving initiatives such as applying a sustainable lifestyle, adopted eco-friendly technologies, as well as turning off head office air conditioner during lunch and after office hours. In terms of waste, even though most of the waste generated is managed by the building management, MAPA was partnering with local start up company to implement circular economy waste management. In addition, we also use water wisely. During 2022, the Company did not face any environment-related violations or sanctions. [3-3]

Salah satu dampak lingkungan dari kegiatan usaha MAPA yaitu emisi yang dihasilkan dari konsumsi listrik. Sebagai perusahaan ritel, kami menghasilkan emisi *(scope 2)*, tetapi kami berusaha untuk berkontribusi dalam pelestarian lingkungan sesuai dengan kapasitas kami sebagai perusahaan ritel. Kami berupaya untuk mengurangi dampak yang ditimbulkan dengan melakukan pengelolaan kinerja lingkungan secara bijak. MAPA memiliki berbagai inisiatif pengurangan energi, yakni melakukan penerapan gaya hidup yang berkelanjutan di lingkungan kerja, menggunakan teknologi yang ramah lingkungan, serta mematikan AC di kantor pusat pada saat jam istirahat dan seusai jam kerja. Sementara terkait limbah, sebagian besar limbah yang kami hasilkan telah dikelola oleh pihak gedung. Meskipun demikian, MAPA bekerja sama dengan perusahaan *start up* lokal juga memiliki program pengelolaan limbah berbasis ekonomi sirkuler. Selain itu, kami juga menggunakan air secara bijak. Selama tahun 2022, tidak ada pelanggaran pengelolaan lingkungan yang dilakukan oleh MAPA. [3-3]

# Energy and Emissions Management
## Pengelolaan Energi dan Emisi

### Electricity Consumption
#### Konsumsi Energi Listrik

The Company runs various initiatives to minimize its electricity consumption. Reducing energy use is a simple yet significant way to reduce our greenhouse gas (GHG) emissions footprint. To that end, we endeavor to use electricity wisely and efficiently in our operations through initiatives such as turning off the power during lunch breaks and using more energy-efficient LED lights and LED TVs.

Perusahaan menjalankan berbagai inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi listrik. Pengurangan konsumsi energi merupakan salah satu cara yang sederhana namun signifikan dalam mengurangi jejak emisi gas rumah kaca (GRK) yang dihasilkan. Kami senantiasa berupaya untuk menggunakan listrik secara bijak dan efisien dalam kegiatan operasional kami melalui sejumlah inisiatif seperti mematikan listrik saat istirahat siang dan penggunaan lampu LED maupun TV LED yang lebih hemat energi.

Our electricity supply is provided by PT PLN Persero, therefore we are unable to differentiate between renewable and non-renewable energy sources. Furthermore, the electricity supply for our head office and stores is regulated by the building management of our office and shopping centers. [302-1]

MAPA menggunakan pasokan listrik dari PT PLN Persero sehingga listrik yang kami gunakan tidak dibedakan atas sumber energi terbarukan dan tidak terbarukan. Pasokan listrik untuk kantor pusat maupun gerai-gerai kami diatur oleh pihak pengelola gedung kantor dan pusat perbelanjaan. [302-1]





Besides minimizing energy use, we encourage virtual meetings, utilizing Robotic Process Automation (RPA) and other digital technologies to improve the accuracy and efficiency of employees, while the Integrated Human Capital System allows for paperless execution of all labor management processes such as attendance, claim submission, leave application, overtime, employee appraisal, and online training.

Selain pengurangan energi, perusahaan juga mendorong penggunaan rapat *virtual* sebagai medium komunikasi dan koordinasi setiap unit kerja. Kami juga sudah memanfaatkan *Robotic Process Automation* (RPA) dan teknologi digital lainnya, yang dapat meningkatkan akurasi dan efisiensi karyawan dalam proses pengadaan barang dan jasa. Sistem *Human Capital* Terintegrasi yang telah kami terapkan juga membuat semua pengurusan ketenagakerjaan seperti absen, pengajuan *claim*, permohonan cuti, pengajuan lembur, penilaian karyawan, serta *online training,* dapat dilakukan secara *paperless*.

### Energy and Emissions Data [302-1] [302-3] [305-1]
#### Data Energi dan Emisi [302-1] [302-3] [305-1]

| Item | 2022* | 2021 | 2020 | Uraian |
|---|---|---|---|---|
| Electricity Consumption at Stores (KWh) | 49,696,476 | 40,589,999 | 36,952,241 | Konsumsi Listrik Gerai (KWh) |
| Stores Area ($m^2$) | 270,129 | 245,900 | 250,300 | Luas Gerai ($m^2$) |
| **Energy Intensity of Stores (KWh/$m^2$)** | **183.97** | **165.07** | **147.63** | Intensitas Energi Gerai (KWh/$m^2$) |
| Electricity Consumption of Stores (MWh) | 49,696.48 | 40,590.00 | 36,952.24 | Konsumsi Listrik Gerai (MWh) |
| Electricity Consumption at Offices (MWh) | 304.10 | 248.24 | 271.03 | Konsumsi Listrik Kantor (MWh) |
| **Total Electricity Consumption (MWh)** | **50,000.58** | **40,838.24** | **37,223.27** | Jumlah Konsumsi Listrik (MWh) |
| **Total Emissions (Ton $CO_2$)** | **43,500.50** | **35,529.27** | **32,384.25** | Jumlah Emisi (Ton $CO_2$) |

*The increase occurred due to the closure of malls in 2021 and 2020
*Peningkatan terjadi karena ada penutupan mal di 2021 dan 2020

## Support for Biodiversity
### Dukungan terhadap Keanekaragaman Hayati



MAPA's head office and stores are located in buildings and shopping centers located in urban or commercial areas. Our subsidiary PT Mitra Garindo Perkasa is not located in the vicinity of conservation areas. Even so, the Company continues to contribute to environmental preservation.

Lokasi kantor pusat maupun gerai MAPA menempati gedung dan pusat perbelanjaan yang berlokasi di perkotaan. Adapun lingkungan sekitar kantor pusat maupun gerai kami termasuk ke dalam kawasan komersial. Sementara itu, PT Mitra Garindo Perkasa selaku anak perusahaan kami juga tidak berlokasi di wilayah konservasi. Akan tetapi, Perusahaan tetap berupaya untuk turut serta melestarikan alam.

MAPA planted 353 trees in Pantai Indah Kapuk Mangrove Ecotourism Forest, through 'planting a better future' campaign. The activity took place on September 9, 2022 in collaboration with Yayasan Lindungi Hutan. The following are the first monitoring outcomes form this activity.

MAPA melakukan sebuah inisiatif untuk menanam sebanyak 353 pohon di Ekowisata Hutan Mangrove PIK, melalui kampanye *planting a better future*. Kampanye ini dilakukan di Pantai Indah Kapuk, Jakarta pada tanggal 9 September 2022 dan bekerja sama dengan Yayasan Lindungi Hutan. Berikut adalah hasil monitoring pertama dari kegiatan ini.

As part of its 2022 CSR program, PT Mitra Garindo Perkasa also planted 50 fruit trees at Situ Citongtut, Cicadas Village, Gunung Putri District, Bogor. This activity took place on January 19, 2023, coinciding with the thousand tree movement day.

PT Mitra Garindo Perkasa, sebagai bagian dari program CSR tahun 2022, juga menanam 50 pohon buah di Situ Citongtut, Desa Cicadas, Kecamatan Gunung Putri, Bogor. Penanaman ini dilaksanakan pada 19 Januari 2023, bertepatan dengan hari gerakan seribu pohon.

**PIK mangrove planting monitoring**
Monitoring penanaman mangrove PIK

**Number of Plantings (Trees)**
Jumlah Penanaman (Pohon)
**353**

**Tree Age (Days)**
Umur Pohon (Hari)
**94**

**Live Trees (Trees)**
Pohon Hidup (Pohon)
**327**

**Average Tree Diameter (Cm)**
Rerata Diameter Pohon (Cm)
**1.62**

**Average Tree Height (Cm)**
Rerata Tinggi Pohon (Cm)
**83.4**

**Average $CO_2$ Emissions Sequestered (Kg)**
Rerata Emisi $CO_2$ Terserap (Kg)
**74.51**





# Waste Management
## Pengelolaan Limbah

**Waste Management Effectiveness**
Efektivitas Pengelolaan Limbah

During 2022, we implemented various initiatives to reduce paper and plastic waste. In this context, our waste handling efforts realized several achievements, namely, not using disposable shopping bags, increasing the number of stores that implement waste management program, and proper handling of hazardous waste.

Selama 2022, kami telah menjalankan berbagai insiatif untuk mengurangi limbah kertas dan plastik. Upaya yang dilakukan MAPA dalam menangani limbah diwujudkan dengan beberapa capaian yaitu, tidak menggunakan kantong belanja sekali pakai, bertambahnya gerai yang menerapkan pengelolaan limbah, dan seluruh limbah B3 telah diolah dengan baik.

## Reduction of Single-Use Plastics
### Pengurangan Plastik Sekali Pakai




As a retail company, shopping bags are an important part of our business. However, we do recognize the potential for environmental pollution caused by the use of single-use plastics. We hope to mitigate the negative impacts by minimizing the use of single-use plastics and replacing them with more eco-friendly shopping bags. In order to drive changes in customer behavior, we constantly remind the customers to bring their own shopping bags at checkout counters. In fact, we are proud that for two consecutive years, 2021 and 2022, we have been using 100% non single-use plastic shopping bags.

Sebagai perusahaan ritel, penggunaan kantong belanja merupakan salah satu bagian penting dalam kegiatan usaha kami. Akan tetapi, kami juga menyadari potensi pencemaran lingkungan yang ditimbulkan melalui penggunaan plastik sekali pakai. Kami berupaya untuk mengurangi dampak negatif tersebut melalui pengurangan penggunaan plastik sekali pakai dan menggantinya dengan jenis kantong belanja yang lebih ramah lingkungan. Untuk mendorong perubahan perilaku pelanggan, kami juga senantiasa menanyakan kepada pelanggan kami, apakah mereka telah membawa kantong belanjanya sendiri. Kami bangga karena selama dua tahun berturut-turut, yakni 2021 dan 2022, penggunaan kantong belanja jenis non-plastik sekali pakai telah mencapai 100%. Angka ini konsisten dengan tahun sebelumnya.

## Shopping Bag Types Used in 2022
### Penggunaan Jenis Kantong Belanja pada Tahun 2022

| Item<br>Uraian | Unit<br>Satuan | 2022 | 2021 | 2020 |
|---|---|---|---|---|
| Paper Bag | Pieces<br>Lembar | 3,017,300 | 1,478,000 | 1,276,650 |
| Spun Bonded Bag | | 4,350,550 | 8,070,500 | 484,500 |
| Biodegradable Plastic Shopping Bag | | 0 | 0 | 1,007,600 |
| Total Shopping Bag | | 7,367,850 | 9,548,500 | 2,768,750 |
| Non-Single Use Plastic Shopping Bags | | 7,367,850 | 9,548,500 | 1,761,150 |
| Non-Single Use Plastic Shopping Bag | (%) | 100 | 100 | 63.6 |

## Waste Management
### Pengelolaan Limbah



Recyclable Waste Collection

Since 2021 we have been partnering with PT Tjatra Yasa who manage the DUITIN app on waste management services. DUITIN pick ups recyclable waste from several of our outlets and distribute them to recycling factories to be processed. The Company is able to monitor the amount of waste recycled through DUITIN application in real time.

Sejak tahun 2021 kami bekerja sama dengan PT Tjatra Yasa selaku pengelola aplikasi DUITIN yang memberikan layanan pengelolaan sampah. DUITIN akan mengambil sampah yang bisa didaur ulang dari sejumlah gerai kami untuk kemudian disalurkan kepada industri daur ulang yang dapat mengolah sampah tersebut. Karena berbasis aplikasi, kami dapat memantau jumlah sampah yang diambil oleh DUITIN secara *real time*. Program ini terutama akan berdampak pada berkurangnya jumlah timbunan sampah di Tempat Pembuangan Akhir (TPA/ *landfill*).

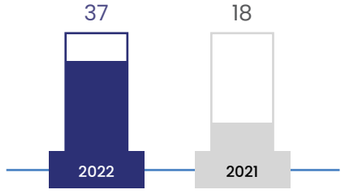




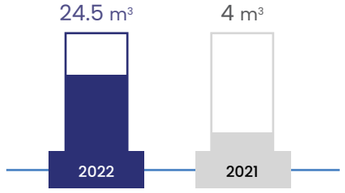
Aside of reducing the volume of waste sent to landfills, the recycling process helps to save trees, energy, and reduce the amount of methane gas entering the atmosphere. As of 2022, the number of our stores implementing waste management processes were 37, an increase from 18 in 2021. [306-2] [306-4]

Selain itu, program ini secara tidak langsung akan membantu menyelamatkan pohon, menghemat energi, dan mengurangi jumlah gas metana yang masuk ke atmosfer. Pada tahun 2022, jumlah gerai kami yang mengimplementasikan pengelolaan sampah sebanyak 37 meningkat jika dibandingkan 2021 yang sebanyak 18 gerai. [306-2] [306-4]

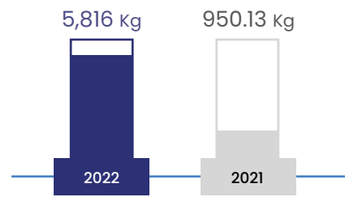
**Total stores applying waste management processes**
Total gerai yang mengimplementasikan pengelolaan sampah



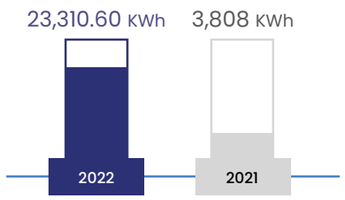

**Landfill space saved**
Luas TPA yang bisa dihemat



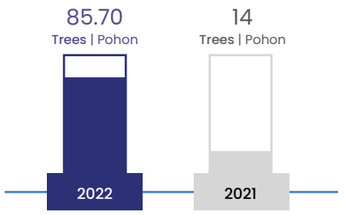

**Total waste collected** [306-3]
Total sampah terkumpul [306-3]



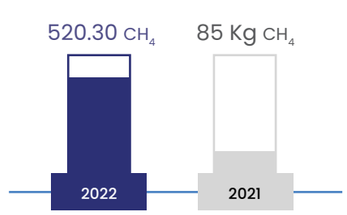

**Total energy savings**
Total energi yang dihemat




**Total trees saved**
Total pohon yang terselamatkan




**Methane gas volume prevented from entering the atmosphere**
Jumlah gas metana yang dapat dicegah masuk ke atmosfer



## Hazardous and Toxic Waste Management
### Pengelolaan Limbah Berbahaya dan Beracun (B3)

As a retail company we do not generate hazardous and toxic waste. However, the operations of our subsidiary PT Mitra Garindo Perkasa (MGP) can potentially emit hazardous waste from its management of a 33,000 $m^2$ garment factory in Gunung Putri. In this regard, we partner with PT Prasadha Pamunah Limbah Industri (PPLI) which is licensed to dispose hazardous waste. The hazardous waste is stored at temporary storage that has acquired the Hazardous Waste Storage Permit from the local Environmental Agency, before collected by our partner. MGP submitted report of its environmental management (UKL) and environmental monitoring (UPL) processes to the Bogor Regency Environmental Agency every six months. [306-5]

Sebagai perusahaan ritel kami tidak menghasilkan limbah B3. Akan tetapi, aktivitas anak perusahaan kami, PT Mitra Garindo Perkasa (Garindo) berpotensi mengeluarkan limbah B3 sebab kegiatan utamanya adalah mengelola pabrik garmen seluas 33.000 $m^2$ yang berlokasi di Gunung Putri. Kami bermitra dengan PT Prasadha Pamunah Limbah Industri (PPLI) yang memiliki lisensi untuk pembuangan limbah B3. Sebelum limbah diambil, Garindo menyimpan limbah tersebut di tempat yang sudah mendapatkan Izin Penyimpanan Sementara Limbah B3 dari Dinas Lingkungan Hidup. Anak perusahaan kami juga melaporkan Upaya Pengelolaan Lingkungan (UKL) dan Upaya Pemantauan Lingkungan (UPL) ke Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor secara rutin enam bulan sekali. [306-5]

**Hazardous Waste Generated**
Limbah B3 yang Dihasilkan

| Item | Unit<br>Satuan | 2022 | 2021 | 2020 | Uraian |
|---|---|---|---|---|---|
| Oil contaminated dustcloth-white oil | Kg | 32 | 3 | 5 | Majun-*white oil* |
| Used fluorescent lamps | Pieces/Buah | 0 | 15 | 40 | Lampu TL |
| Used white oil | Liters/Liter | 51 | 23 | 20 | *White oil* bekas |
| Used genset oil | | 38 | 10 | 17 | Oli bekas genset |
| Spot lifter (clothes stain remover) | Cans/Kaleng | 21 | 5 | 8 | *Spot lifter* (Pembersih noda baju) |
| Paint cans | | 5 | 11 | 20 | Kaleng cat |
| Empty jerrycans of used white oil and lubricants | Jerrycans/Jerigen | 0 | 2 | 4 | Jerigen kosong bekas *white oil* dan oli |





# Our Support on SDGs
## Dukungan Kami pada TPB

MAPA consistently strives to align all its operations to support achievement of the SDGs. The alignment between our sustainability activities and 2022 initiatives towards the SDGs is summarized in the following table:

MAPA senantiasa berupaya untuk menyelaraskan segala bentuk kegiatan operasional kami dengan TPB. Bentuk penyelarasan antara aktivitas maupun inisiatif keberlanjutan yang kami laksanakan pada 2022 dengan wujud dukungan pada TPB kami rangkum dalam tabel berikut:




**Initiative | Inisiatif**

- MAPA employeed 9,035 employees, 81.11% of which came from under graduates background (elementary school, junior high school, senior high school).
- MAPA provides all employee with socia protection, as regulated by the government.

- MAPA mempekerjakan 9.035 karyawan, 81,11% berasal dari latar belakang pendidikan (SD, SMP, dan SMA).
- MAPA memberikan perlindungan sosial kepada seluruh karyawan sesuai peraturan pemerintah.




**Initiative | Inisiatif**

- MAPA provides decent employment opportunities, which are expected to help provide quality food for their families, and prevent hunger.

- MAPA memberikan kesempatan kerja yang layak, sehingga diharapkan dapat membantu untuk menyediakan makanan yang berkualitas bagi keluarganya, dan mencegah kelaparan.




**Initiative | Inisiatif**

- Involve all MAPA employees in the BPJS Kesehatan program.
- MAPA products aim to promote a healthy and active lifestyle, and reduce mortality from non-communicable diseases.
- The safety of products launched has been ensured according to safety regulations, such as SNI certificates for children's toys.

- Mengikutsertakan seluruh karyawan MAPA dalam program BPJS Kesehatan.
- Produk-produk MAPA bertujuan untuk mempromosikan gaya hidup sehat dan aktif, serta mengurangi angka kematian akibat penyakit tidak menular.
- Produk yang diluncurkan telah dipastikan keamanannya sesuai dengan peraturan keselamatan, seperti sertifikat SNI pada produk mainan anak-anak.

## Initiative | Inisiatif

- MAPA organizes training for employees to improve skills that support employment. The average training hours for male employees is 22.1 hours and for female employees 20.2 hours.
- MAPA menyelenggarakan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan yang menunjang pekerjaan. Rata-rata jam pelatihan karyawan laki-laki yaitu 22,1 jam dan karyawan perempuan 20,2 jam.

## Initiative | Inisiatif

- MAPA provides equal opportunities for male and female employees. In 2022, the number of female employees are 4,291 or 47.5% of the total employees.
- MAPA memberikan kesempatan yang setara kepada karyawan laki-laki maupun perempuan. Pada tahun 2022, jumlah karyawan perempuan sebanyak 4.291 atau 47,5% dari total karyawan.

## Initiative | Inisiatif

- The use of water is done wisely and promote more sustainable sanitation.
- Penggunaan air dilakukan secara bijak dan meningkatkan sanitasi yang lebih berkelanjutan.

## Initiative | Inisiatif

- Several initiatives to reduce electricity consumption include using LED bulbs and LED TVs, turning off lights and air conditioning in the office during lunch breaks and after office hours, and holding meetings virtually.
- Beberapa inisiatif untuk mengurangi konsumsi listrik yaitu menggunakan bohlam LED dan TV LED, mematikan lampu dan AC di kantor saat istirahat makan siang dan setelah jam kantor selesai, serta menyelenggarakan rapat secara *virtual.*





## Initiative | Inisiatif

- MAPA manages more than 40 exclusive brands and operates 1,327 stores spread across more than 78 cities in Indonesia and ASEAN region.
- In 2022, MAPA recorded a net income of IDR9,801 billion, increased 62.21% from the previous year.
- All employees receive remuneration according to applicable standards.
- MAPA mengelola lebih dari 40 merek eksklusif dan mengoperasikan 1.327 gerai yang tersebar di lebih dari 78 kota di Indonesia dan wilayah ASEAN.
- Pada tahun 2022, MAPA mencatatkan pendapatan bersih sebesar Rp9.801 miliar, meningkat 62,21% dari tahun sebelumnya.
- Seluruh karyawan mendapatkan remunerasi sesuai standar yang berlaku.

## Initiative | Inisiatif

- Implement Robotic Process Automation to reduce paper usage, simplify work processes, increase accuracy, productivity, and efficiency.
- Implementing an integrated Human Capital (HC) system, which allows leave, overtime, absences or other HC procedures to be carried out digitally.
- Integrating online and offline marketing channels, providing portable data terminals, so that products are more accessible to customers.
- Menerapkan *Robotic Process Automation* untuk mengurangi pemakaian kertas, menyederhanakan proses kerja, meningkatkan akurasi, produktivitas, dan efisiensi.
- Menerapkan sistem *Human Capital* (HC) terintegrasi, yang memungkinkan cuti, lembur, absen atau prosedur HC lainnya dilakukan secara digital.
- Mengintegrasikan saluran pemasaran *online* dan *offline,* menyediakan terminal data portabel, agar produk lebih mudah diakses oleh pelanggan.

## Initiative | Inisiatif

- No reports of human rights violations in the work place.
- MAPA employs 7,329 employees with educational background such as elementary, junior school, and senior high school.
- No reported employee cases of discrimination.
- Tidak adanya laporan terkait pelanggaran Hak Asasi Manusia di lingkungan kerja.
- MAPA mempekerjakan sebanyak 7.329 karyawan dengan latar belakang pendidikan yaitu lulusan SD/SMP/SMA.
- Tidak ada laporan adanya kasus diskriminasi pada karyawan.

## Initiative | Inisiatif

- We operate in 78 cities in Indonesia, embracing community empowerment in our work, and providing jobs for local people to increase the resilience of these cities.
- All employees in each city can take advantage of the online platform to participate in employee training.

- Kami beroperasi di 78 kota di Indonesia, melakukan pemberdayaan masyarakat dalam pekerjaan kami, dan menyediakan pekerjaan bagi masyarakat setempat untuk meningkatkan ketahanan kota-kota tersebut.
- Semua karyawan di setiap kota dapat memanfaatkan *platform online* untuk berpartisipasi dalam pelatihan karyawan.

## Initiative | Inisiatif

- Carrying out waste management as an initiative to encourage sustainable consumption.
- Before launching a product, we comply with all safety regulations, such as SNI certificates for all children's toy products.

- Melakukan pengelolaan limbah sebagai inisiatif untuk mendorong konsumsi yang berkelanjutan.
- Sebelum meluncurkan produk, kami mematuhi semua peraturan keselamatan, seperti sertifikat SNI untuk semua produk mainan anak-anak.

## Initiative | Inisiatif

- Undertake initiatives to reduce electrical energy consumption such as using LED bulbs and LED TVs, turning off lights and air conditioners when not in use, etc.
- Carry out environmental management initiatives such as processing waste and protecting biodiversity.

- Melakukan inisiatif pengurangan konsumsi energi listrik seperti penggunaan bohlam LED dan TV LED, mematikan lampu dan AC apabila tidak digunakan, dll.
- Melakukan inisiatif pengelolaan lingkungan seperti mengolah limbah dan menjaga keanekaragaman hayati.

## Initiative | Inisiatif

- Use of 100% non-plastic materials for shopping bags.
- Have employees who become Green Champions to implement sustainable practices in their daily activities.

- 100% kantong belanja non-plastik pada kantong belanja.
- Memiliki karyawan yang menjadi Green Champion untuk menerapkan praktik berkelanjutan dalam kegiatan sehari-hari.





## Initiative | Inisiatif

- Planted 353 mangrove trees at Pantai Indah Kapuk, Jakarta.
- Implement digital systems to reduce paper usage such as the use of Robotic Process Automation, online training, and employee activities which are also carried out online.
- Carry out waste management responsibly by recycling it.

- Melakukan penanaman 353 pohon mangrove di Pantai Indah Kapuk, Jakarta.
- Menerapkan sistem digital untuk mengurangi pemakaian kertas seperti penggunaan *Robotic Process Automation*, pelatihan secara *online*, dan aktivitas kekaryawanan yang juga dilakukan secara *online*.
- Melakukan pengelolaan limbah secara bertanggung jawab dengan melakukan daur ulang.

## Initiative | Inisiatif

- MAPA implement good corporate governance and adhere to all relevant government/ authorities regulation.

- MAPA menerapkan tata kelola Perusahaan yang baik dan mematuhi semua peraturan pemerintah maupun otoritas terkait.

## Initiative | Inisiatif

MAPA partners with brand principals who apply the principles of sustainability:

- **New Balance:** has an environmental management system (EMS), uses recycled materials, and is certified by the Leather Working Group;
- **Diadora:** using materials that have been certified by the Global Organic Textile Standard.

MAPA collaborates with start up company, such as DUITIN, to carry out waste management services.

MAPA bermitra dengan pemilik *brand* yang menerapkan prinsip keberlanjutan:

- **New Balance:** memiliki sistem manajemen lingkungan (SML), menggunakan bahan yang didaur ulang, dan telah tersertifikasi oleh Leather Working Group;
- **Diadora:** menggunakan bahan yang telah tersertifikasi dari Global Organic Textile Standard.

MAPA berkolaborasi dengan Perusahaan *Startup* untuk melakukan pengelolaan limbah, yaitu dengan DUITIN yang menyediakan jasa daur ulang limbah

# 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<br>Indikator | Page(s)<br>Halaman |
|---|---|---|
| **Sustainability Strategy**<br>Strategi Keberlanjutan | | |
| A.1 | Elaboration on Sustainability Strategy<br>Penjelasan Strategi Keberlanjutan | 23-25 |
| **Summary of Sustainability Aspect Performance**<br>Ikhtisar Kinerja Aspek Keberlanjutan | | |
| B.1 | Economic Aspects<br>Aspek Ekonomi | 4 |
| B.2 | Environmental Aspects<br>Aspek Lingkungan Hidup | 6-7 |
| B.3 | Social Aspects<br>Aspek Sosial | 5-6 |
| **Company Profile**<br>Profil Perusahaan | | |
| C.1 | Vision, Mission, and Values of Sustainability<br>Visi, Misi, dan Nilai Keberlanjutan | 14 |
| C.2 | Company's Address<br>Alamat Perusahaan | 15 |
| C.3 | Enterprise Scale<br>Skala Usaha | 16 |
| C.4 | Products, Services, and Business Activities<br>Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha yang Dijalankan | 17 |
| C.5 | Membership in Association<br>Keanggotaan pada Asosiasi | 18 |
| C.6 | Significant Changes in Issuers and Public Companies<br>Perubahan Emiten dan Perusahaan Publik yang Bersifat Signifikan | 18 |
| **The Board of Directors' Explanation**<br>Penjelasan Direksi | | |
| D.1 | The Board of Directors' Explanation<br>Penjelasan Direksi | 8-11 |
| **Sustainability Governance**<br>Tata Kelola Keberlanjutan | | |
| E.1 | Responsible for Implementing Sustainable Finance<br>Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan | 22 |
| E.2 | Competency Development Related to Sustainable Finance<br>Pengembangan Kompetensi Terkait Keuangan Berkelanjutan | 23 |
| E.3 | Risk Assessment of the Implementation of Sustainable Finance<br>Penilaian Risiko atas Penerapan Keuangan Berkelanjutan | 23 |
| E.4 | Relations with Stakeholders<br>Hubungan dengan Pemangku Kepentingan | 28-31 |
| E.5 | Problems with the Implementation of Sustainable Finance<br>Permasalahan terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan | 23 |
| **Sustainability Performance**<br>Kinerja Keberlanjutan | | |
| F.1 | Sustainable Culture Development Activities<br>Kegiatan Membangun Budaya Keberlanjutan | 25 |
| **Economic Performance**<br>Kinerja Ekonomi | | |
| F.2 | Comparison of targets to performance of production, portfolio, financing targets, or investments, revenue as well as profit and loss<br>Perbandingan Target dan Kinerja Produksi, Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi, Pendapatan dan Laba Rugi | 38-41 |
| 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<br>Perbandingan Target dan Kinerja Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi pada Instrumen Keuangan atau Proyek yang Sejalan dengan Keuangan Berkelanjutan | N/R |
| **Environmental Performance**<br>Kinerja Lingkungan Hidup | | |
| **General Aspect**<br>Aspek Umum | | |
| F.4 | Environmental Costs<br>Biaya Lingkungan Hidup | - |
| **Material Aspect**<br>Aspek Material | | |
| F.5 | Use of Environmentally Friendly Materials<br>Penggunaan Material yang Ramah Lingkungan | 69-70 |
| **Energy Aspect**<br>Aspek Energi | | |
| F.6 | Amount and Intensity of Energy Used<br>Jumlah dan Intensitas Energi yang Digunakan | 67 |
| F.7 | Efforts and Achievements of Energy Efficiency and Use of Renewable Energy<br>Upaya dan Pencapaian Efisiensi Energi dan Penggunaan Energi Terbarukan | 66-67 |
| **Water Aspect**<br>Aspek Air | | |
| F.8 | Water Usage<br>Penggunaan Air | 66 |
| **Aspects of Biodiversity**<br>Aspek Keanekaragaman Hayati | | |
| F.9 | Impacts from Operational Areas that are Near or Located in Conservation Areas or Have Biodiversity<br>Dampak dari Wilayah Operasional yang Dekat atau Berada di Daerah Konservasi atau Memiliki Keanekaragaman Hayati | 68 |

| No. | Indicators<br>Indikator | Page(s)<br>Halaman |
|---|---|---|
| F.10 | Biodiversity Conservation Efforts<br>Usaha Konservasi Keanekaragaman Hayati | 68 |
| **Emission Aspect**<br>Aspek Emisi | | |
| F.11 | Total and Intensity of Emissions Generated by Type<br>Jumlah dan Intensitas Emisi yang Dihasilkan Berdasarkan Jenisnya | 67 |
| F.12 | Efforts and Achievements of Emission Reduction Made<br>Upaya dan Pencapaian Pengurangan Emisi yang Dilakukan | 66-67 |
| **Waste and Effluent Aspects**<br>Aspek Limbah dan Efluen | | |
| F.13 | Amount of Waste and Effluent Generated by Type<br>Jumlah Limbah dan Efluen yang Dihasilkan Berdasarkan Jenis | 71 |
| F.14 | Waste and Effluent Management Mechanism<br>Mekanisme Pengelolaan Limbah dan Efluen | 70 |
| F.15 | Occurring Spills (if any)<br>Tumpahan yang Terjadi (jika ada) | N/R |
| **Aspek Pengaduan Terkait Lingkungan Hidup**<br>Complaint Aspects Related to the Environment | | |
| F.16 | Number and Material of Environmental Complaints Received and Resolved<br>Jumlah dan Materi Pengaduan Lingkungan Hidup yang Diterima dan Diselesaikan | 66 |
| **Social Performance**<br>Kinerja Sosial | | |
| F.17 | Commitment to Provide Services on Equal Products and/or Services to Consumers<br>Komitmen untuk Memberikan Layanan atas Produk dan/atau Jasa yang Setara kepada Pelanggan | 59 |
| **Employment Aspect**<br>Aspek Ketenagakerjaan | | |
| F.18 | Equal Employment Opportunity<br>Kesetaraan Kesempatan Bekerja | 50 |
| F.19 | Child Labor and Forced Labor<br>Tenaga Kerja Anak dan Tenaga Kerja Paksa | 49 |
| F.20 | Regional Minimum Wage<br>Upah Minimum Regional | 48 |
| F.21 | Decent and Safe Work Environment<br>Lingkungan Bekerja yang Layak dan Aman | 56-57 |
| F.22 | Employee Capability Training and Development<br>Pelatihan dan Pengembangan Kemampuan Karyawan | 54-55 |
| **Community Aspect**<br>Aspek Masyarakat | | |
| F.23 | Impact of Operations on Surrounding Communities<br>Dampak Operasi terhadap Masyarakat Sekitar | 61-63 |
| F.24 | Community Complaints<br>Pengaduan Masyarakat | 61 |
| F.25 | Corporate Social Responsibility (CSR)<br>Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) | 62-77 |





| No. | Indicators<br>Indikator | Page(s)<br>Halaman |
|---|---|---|
| **Responsibility for Sustainable Product/Service Development**<br>Tanggung Jawab Pengembangan Produk/Jasa Berkelanjutan | | |
| F.26 | Innovation and Development of Sustainable Financial Products/Services<br>Inovasi dan Pengembangan Produk/Jasa Keuangan Berkelanjutan | 58 |
| F.27 | Products/Services That Have Been Evaluated for Safety for Customers<br>Produk/Jasa yang Sudah Dievaluasi Keamanannya bagi Pelanggan | 58 |
| F.28 | Product/Service Impact<br>Dampak Produk/Jasa | 58 |
| F.29 | Number of Product Recalls<br>Jumlah Produk yang Ditarik Kembali | 59 |
| F.30 | Customer Satisfaction Survey on Sustainable Financial Products and/or Services<br>Survei Kepuasan Pelanggan terhadap Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan | - |
| **Others**<br>Lain-lain | | |
| G.1 | Written Verification from Independent Party (if any)<br>Verifikasi Tertulis dari Pihak Independen (jika ada) | - |
| G.2 | Feedback Sheet<br>Lembar Umpan Balik | 89 |
| G.3 | Responses to Feedback on the Previous Year's Sustainability Report<br>Tanggapan terhadap Umpan Balik Laporan Keberlanjutan Tahun Sebelumnya | 34 |
| 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<br>Daftar Pengungkapan Sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik | 78 |

# GRI Content Index

## Indeks Isi GRI

| | |
|---|---|
| **Statement of use**<br>Pernyataan Penggunaan | PT Map Aktif 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.<br>PT Map Aktif 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**<br>GRI 1 yang digunakan | GRI 1: Foundation 2021<br>GRI 1: Fondasi 2021 |

| GRI Standard<br>Standar GRI | Indicators<br>Indikator | Disclosure<br>Pengungkapan | Location<br>Lokasi |
|---|---|---|---|
| GRI 2: General Disclosures 2021<br>Pengungkapan Umum 2021 | 2-1 | Organizational details<br>Detail organisasi | 14-19 |
| | 2-2 | Entities included in the organization's sustainability reporting<br>Entitas yang termasuk dalam laporan keberlanjutan | 34 |
| | 2-3 | Reporting period, frequency and contact point<br>Periode laporan, frekuensi, dan kontak | 34, 35 |
| | 2-4 | Restatements of information<br>Informasi yang dinyatakan kembali | 34 |
| | 2-5 | External assurance<br>Penjaminan eksternal | 34 |
| | 2-6 | Activities, value chain and other business relationships<br>Kegiatan, rantai nilai, dan hubungan bisnis lainnya | 16 |
| | 2-7 | Employees<br>Karyawan | 50-53 |
| | 2-9 | Governance structure and composition<br>Struktur dan komposisi tata kelola | 22 |
| | 2-11 | Chair of the highest governance body<br>Ketua badan tata kelola tertinggi | 8, 23 |
| | 2-12 | Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts<br>Peran pejabat tata kelola tertinggi dalam memantau dampak manajemen | 8-11, 22-23 |
| | 2-13 | Delegation of responsibility for managing impacts<br>Delegasi tanggung jawab dalam mengelola dampak | 22-23 |
| | 2-14 | Role of the highest governance body in sustainability reporting<br>Peran pejabat tata kelola tertinggi dalam pelaporan keberlanjutan | 8-11, 34 |
| | 2-16 | Communication of critical concerns<br>Komunikasi terkait perhatian yang bersifat kritis | 23, 50 |
| | 2-17 | Collective knowledge of the highest governance body<br>Pengetahuan kolektif pejabat tata kelola tertinggi | 23 |
| | 2-22 | Statement on sustainable development strategy<br>Pernyataan pada strategi pembangunan berkelanjutan | 9, 23-24 |
| | 2-23 | Policy commitments<br>Komitmen kebijakan | 24 |
| | 2-24 | Embedding policy commitments<br>Menanamkan komitmen kebijakan | 24 |
| | 2-25 | Processes to remediate negative impacts<br>Proses remediasi dampak negatif | 23 |
| | 2-26 | Mechanisms for seeking advice and raising concerns<br>Mekanisme pemberian nasihat dan meningkatkan perhatian | 23 |
| | 2-27 | Compliance with laws and regulations<br>Kepatuhan dalam undang-undang dan peraturan | 41, 46 |
| | 2-28 | Membership associations<br>Keanggotaan asosiasi | 18 |
| | 2-29 | Approach to stakeholder engagement<br>Pendekatan pada pelibatan pemangku kepentingan | 28-32 |
| | 2-30 | Collective bargaining agreements<br>Perjanjian perundingan kolektif | 47 |
| GRI 3: Material Topic 2021<br>Topik Material 2021 | 3-1 | Process to determine material topics<br>Proses menentukan topik material | 25-26 |
| | 3-2 | List of material topics<br>Daftar topik material | 26 |
| | 3-3 | Management of material topics<br>Manajemen topik material | 38, 40, 46, 61, 66 |
| GRI 201: Economic Performance 2016<br>Kinerja Ekonomi 2016 | 201-1 | Direct economic value generated and distributed<br>Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan | 40-41 |
| | 201-4 | Financial assistance received from government<br>Bantuan finansial dari pemerintah | 40 |
| GRI 202: Market Presence 2016<br>Keberadaan pasar 2016 | 202-1 | Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage<br>Rasio standar upah karyawan *entry-level* berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional | 48 |
| GRI 207: Tax 2019<br>Pajak 2019 | 207-1 | Approach to tax<br>Pendekatan terhadap pajak | 40 |
| GRI 301: Material 2016<br>Material 2016 | 301-2 | Recycled input materials used<br>Bahan daur ulang yang digunakan | 43 |
| GRI 302: Energy 2016<br>Energi 2016 | 302-1 | Energy consumption within the organization<br>Konsumsi energi dalam organisasi | 66-67 |
| | 302-3 | Energy intensity<br>Intensitas energi | 67 |
| GRI 305: Emission 2016<br>Emisi 2016 | 305-1 | Direct (Scope 1) GHG emissions<br>Emisi GRK (Cakupan 1) langsung | 67 |

| GRI Standard<br>Standar GRI | Indicators<br>Indikator | Disclosure<br>Pengungkapan | Location<br>Lokasi |
|---|---|---|---|
| GRI 306: Waste 2020<br>Limbah 2020 | 306-2 | Waste generation and significant waste-related impacts<br>Pengelolaan dampak yang signifikan terkait limbah | 71 |
| | 306-3 | Waste generated<br>Timbulan limbah | 71 |
| | 306-4 | Waste diverted from disposal<br>Pengangkutan limbah berbahaya | 71 |
| | 306-5 | Waste directed to disposal<br>Limbah yang dikirimkan ke pembuangan akhir | 72 |
| GRI 308:<br>Supplier Environmental Assessment 2016<br>Penilaian Lingkungan Pemasok 2016 | 308-1 | New suppliers that were screened using environmental criteria<br>Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan | 42 |
| GRI 401:<br>Employement 2016<br>Kepegawaian 2016 | 401-1 | New employee hires and employee turnover<br>Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan | 53 |
| | 401-2 | Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees<br>Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu | 48 |
| GRI 403:<br>Occupational Health and Safety 2018<br>Kesehatan dan Keselamatan Kerja 2018 | 403-1 | Occupational health and safety management system<br>Sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja | 56 |
| | 403-2 | Hazard identification, risk assessment and incident investigation<br>Identifikasi bahaya, penilaian risiko, dan investigasi kecelakaan | 57 |
| | 403-4 | Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety<br>Partisipasi, konsultasi, dan komunikasi pekerja terkait keselamatan dan kesehatan kerja | 57 |
| | 403-7 | Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships<br>Pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis | 56 |
| | 403-8 | Workers covered by an occupational health and safety management system<br>Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja | 57 |





| GRI Standard<br>Standar GRI | Indicators<br>Indikator | Disclosure<br>Pengungkapan | Location<br>Lokasi |
|---|---|---|---|
| GRI 404:<br>Training and Education 2016<br>Pelatihan dan Pendidikan 2016 | 404-1 | Average hours of training per year per employee<br>Rata-rata jam pelatihan pertahun perkaryawan | 55 |
| | 404-2 | Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs<br>Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan | 55 |
| | 404-3 | Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews<br>Persentase karyawan yang menerima ulasan kinerja dan pengembangan karir | 48 |
| GRI 405:<br>Diversity and Equal Opportunity 2016<br>Keanekaragaman dan Kesempatan Setara 2016 | 405-1 | Diversity of governance bodies and employees<br>Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan | 50 |
| GRI 406:<br>Non-discrimination 2016<br>Antidiskriminasi 2016 | 406-1 | Incidents of discrimination and corrective actions taken<br>Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan | 50 |
| GRI 407:<br>Freedom of Association and Collective Bargaining 2016<br>Kebebasan Berasosiasi dan Berserikat 2016 | 407-1 | Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk<br>Operasi dan pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko | 47 |
| GRI 408:<br>Child Labor 2016<br>Pekerja Anak | 408-1 | Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor<br>Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak | 49 |
| GRI 409:<br>Forced or Compulsory Labor 2016<br>Kerja Paksa atau Wajib Kerja | 409-1 | Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor<br>Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja | 49 |
| GRI 413:<br>Local Communities 2016<br>Masyarakat Lokal 2018 | 413-1 | Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs<br>Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan | 61 |

| GRI Standard<br>Standar GRI | Indicators<br>Indikator | Disclosure<br>Pengungkapan | Location<br>Lokasi |
|---|---|---|---|
| GRI 414:<br>Supplier Social Assessment 2016<br>Penilaian Sosial Pemasok 2016 | 414-1 | New suppliers that were screened using social criteria<br>Pemasok baru yang disaring menggunakan kriteria sosial | 42 |
| | 414-2 | Negative social impacts in the supply chain and actions taken<br>Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil | 42 |
| GRI 416:<br>Customer Health and Safety 2016<br>Kesehatan dan Keselamatan Kerja Pelanggan 2016 | 416-1 | Assessment of the health and safety impacts of product and service categories<br>Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa | 58 |
| | 416-2 | Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services<br>Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa | 58 |
| GRI 417:<br>Marketing and Labeling 2016<br>Pemasaran dan Pelabelan 2016 | 417-1 | Requirements for product and service information and labelling<br>Persyaratan untuk informasi dan pelabelan produk dan layanan | 59 |
| | 417-2 | Incidents of non-compliance concerning product and service information and labelling<br>Insiden ketidakpatuhan terkait informasi dan pelabelan produk dan layanan | 59 |
| | 417-3 | Incidents of non-compliance concerning marketing communications<br>Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran | 59 |
| GRI 418:<br>Customer Privacy 2016<br>Privasi Pelanggan 2016 | 418-1 | Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data<br>Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan | 60 |





# World Economic Forum Coremetrics and Disclosures

## Ikhtisar Risalah Metrik Inti WEF dan Pengungkapannya

| Pillar<br>Pilar | Theme<br>Tema | Sub-themes<br>Sub-tema | Page<br>Halaman |
|---|---|---|---|
| Principles of Governance<br>Prinsip Tata Kelola | Governing purpose<br>Tujuan Tata Kelola | Setting purpose<br>Menetapkan tujuan | 22 |
| | Quality of governing body<br>Kualitas Badan Pengelola | Governance body composition<br>Komposisi organ tata kelola | 22 |
| | Stakeholder engagement<br>Pelibatan Pemangku Kepentingan | Material issues impacting stakeholders<br>Isu-isu material yang berdampak pada pemangku kepentingan | 25 |
| | Ethical behaviour<br>Perilaku Beretika | Anti-corruption<br>Antikorupsi | 25 |
| | | Protected ethics advice and reporting mechanisms<br>Perlindungan pada masukan etika dan mekanisme pelaporan | 50 |
| | Risk and opportunity oversight<br>Tinjauan Risiko dan Peluang | Integrating risk and opportunity into business process<br>Mengintegrasi risiko dan peluang pada proses bisnis | 23 |
| Planet<br>Bumi | Climate change<br>Perubahan Iklim | Greenhouse gas (GHG) emissions<br>Emisi gas rumah kaca | 67 |
| | | Task Force onClimate-related Financial Disclosures (TCFD) implementation<br>Gugus Tugas Penerapan Keterbukaan Keuangan terkait Iklim (TCFD) | - |
| | Nature loss<br>Kerusakan Alam | Land use and ecological sensitivity<br>Penggunaan lahan dan sensitivitas ekologi | - |
| | Freshwater availability<br>Ketersediaan Air Bersih | Fresh water consumption and withdrawal in water-stressed areas<br>Konsumsi air bersih dan pengambilan air pada daerah yang kekurangan air | 66 |
| People<br>Manusia | Dignity and equality<br>Kehormatan dan Kesetaraan | Diversity and inclusion<br>Keberagaman dan inklusi | 50 |
| | | Pay equality<br>Kesetaraan upah | 48 |
| | | Wage level<br>Tingkat gaji | 48 |
| | | Risk for incidents of child, forced or compulsory labour<br>Risiko insiden pekerja anak dan kerja paksa | 49 |
| | Health and well-being<br>Kesehatan dan Kesejahteraan | Health and safety<br>Kesehatan dan keamanan | 56 |
| | Skills for the future<br>Keterampilan untuk Masa Depan | Training provided<br>Memberikan pelatihan | 54 |

| Pillar<br>Pilar | Theme<br>Tema | Sub-themes<br>Sub-tema | Page<br>Halaman |
|---|---|---|---|
| Prosperity<br>Kesejahteraan | Employment and wealth generation<br>Pekerjaan dan Generasi yang Sejahtera | Absolute number and rate of employment<br>Jumlah dan tingkat perputaran karyawan | 53 |
| | | Economic contribution<br>Kontribusi ekonomi | 40 |
| | | Financial investment contribution<br>Kontribusi pada investasi keuangan | - |
| | Innovation of better products and services<br>Inovasi Produk dan Jasa yang Lebih Baik | Total R&D expenses<br>Jumlah biaya R&D | - |
| | Community and social vitality<br>Daya Tahan Masyarakat dan Sosial | Community investment<br>Investasi pada masyarakat | 61 |
| | | Total tax paid<br>Jumlah pembayaran pajak | 41 |





# Feedback Sheet

## Lembar Umpan Balik

The Sustainability Report of PT Map Aktif Adiperkasa Tbk provides an overview of the Company's sustainability performance. We thank you for reading this report. We look forward to your feedback and input as reference for improving the quality of future reports.

Laporan Keberlanjutan PT Map Aktif Adiperkasa Tbk memberikan gambaran tentang kinerja keberlanjutan Perusahaan. Kami berterima kasih kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah membaca laporan ini. Kami mengharapkan tanggapan dan masukan Bapak/Ibu/Saudara terkait dengan Laporan Keberlanjutan kami sebagai salah satu acuan perbaikan kualitas laporan di masa mendatang.

| Report Clarity | Ya | Tidak | Kejelasan Laporan |
|---|---|---|---|
| This report provides useful information | ☐ | ☐ | Laporan ini memberi informasi yang bermanfaat |
| The report is easy to understand | ☐ | ☐ | Laporan ini mudah dimengerti |
| This report encourages you to contribute to sustainability measures | ☐ | ☐ | Laporan ini mendorong Bapak/Ibu/Saudara untuk berkontribusi dalam keberlanjutan |

| Prioritas Topik Material bagi Anda (Urutkan) | | |
|---|---|---|
| Economic Performance | [ ] | Kinerja Ekonomi |
| Employment | [ ] | Ketenagakerjaan |
| Customer Satisfaction | [ ] | Kepuasan Pelanggan |
| Employee Training dan Development | [ ] | Pelatihan dan Pengembangan Karyawan |
| Social and Community Issues | [ ] | Sosial dan Kemasyarakatan |
| Energy Consumption | [ ] | Konsumsi Energi |
| Waste Management | [ ] | Pengelolaan Limbah |

### Questions for Improving the Report Quality

Pertanyaan tentang Perbaikan Kualitas Laporan

What information do you feel needs to be added to the report?
Informasi apa yang Bapak/Ibu/Saudara rasa perlu ditambahkan dalam laporan?

---

What contributions do you feel the Company needs to improve?
Kontribusi apa yang Bapak/Ibu/Saudara rasa perlu Perusahaan tingkatkan?

---

Saran dan masukan lain:
Other suggestions and feedback:

---

### Stakeholder Profile

Profil Pemangku Kepentingan

- Shareholders | Pemegang Saham
- Customers | Pelanggan
- Employees | Karyawan
- Government | Pemerintah
- Business Partners | Mitra Kerja
- Society | Masyarakat
- Non-Governmental Organizations (NGOs) | Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)
- Media | Media
- Others | Lain-lain: .....

Thank you for your participation.
Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara.

Please email this feedback sheet to
Mohon kembalikan lembar umpan balik ini ke alamat surel:

corpsec@mapactive.id



**PT Map Aktif Adiperkasa Tbk**

26th Floor, Sahid Sudirman Center
Jl. Jend. Sudirman Kav. 86
Jakarta 10220
T. +62-21 8064 8488
E. corpsec@mapactive.id
W. mapactive.id