MBA
PT MAP BOGA ADIPERKASA TBK.

UNSHAKEABLE PASSION

2024

Sustainability Report
Laporan Keberlanjutan





Table of Contents

Daftar Isi

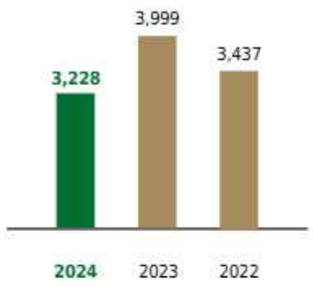
4	**Overview of Sustainability Performance**	Ikhtisar Kinerja Aspek Keberlanjutan
14	**Message from the Board of Directors**	Pesan Direksi
18	**Company Profile**	Profil Perusahaan
26	**Sustainability Governance**	Tata Kelola Keberlanjutan
33	**Material Topics**	Topik Material
34	**Stakeholder Engagement**	Pelibatan Pemangku Kepentingan
38	**About the Sustainability Report**	Tentang Laporan Keberlanjutan
42	**Economic Performance**	Kinerja Ekonomi
48	**Social Performance**	Kinerja Sosial
74	**Environmental Performance**	Kinerja Lingkungan
86	**Supporting the Achievement of Sustainable Development Goals (SDGs)**	Mendukung Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)
93	**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
97	**GRI Standards Content Index**	Indeks Isi Standar GRI

OVERVIEW OF SUSTAINABILITY PERFORMANCE

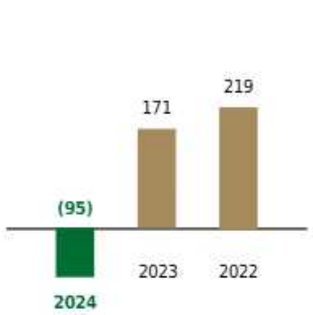
Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan

Economic Aspect
Aspek Ekonomi [B.1]

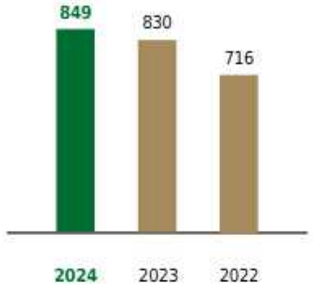
Net Revenues (Billion)
Pendapatan Bersih (Miliar)



Operating Profit (Loss)
Laba (Rugi) Usaha

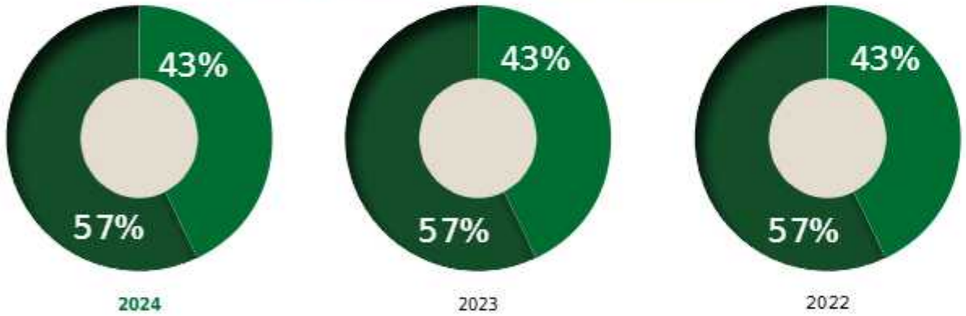


Total Stores
Jumlah Gerai



Social Aspect
Aspek Sosial [B.3]

Percentage of Female Employees | Persentase Pekerja Wanita



Average Training Hours per Employee | Rata-rata Jam Pelatihan per karyawan

2024	2023	2022
22.5	22.3	22.7

Hours/Employee | Jam/Karyawan

Volunteer Activity
Kegiatan Relawan



18,349	4,488
hours | jam	people | orang
total voluntary hours jumlah waktu kerelawanan	volunteers involved *volunteers* yang terlibat



Food donation Donasi makanan	Beverages donation Donasi minuman
3,295	26,692
packages distributed paket yang diberikan	packages distributed paket yang diberikan



Donation for Gaza | Donasi untuk Gaza

The Company and Starbucks Foundation donated Rp5 billion in humanitarian aid for Gaza.

Perusahaan dan Starbucks Foundation mendonasikan bantuan kemanusiaan sejumlah Rp5 miliar.

Book for the Future

8,769 books donated

8.769 buku didonasikan





Starbucks Creative Youth Entrepreneurship Program

199 partners participated in supporting 12 schools across Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, and Jayapura.

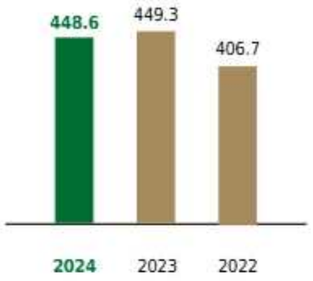
199 Mitra berpartisipasi untuk mendampingi 12 sekolah di Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, dan Jayapura.



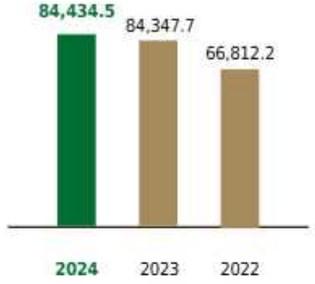
Environmental Aspect
Aspek Lingkungan [B.2]

Energy and Emissions
Energi dan Emisi

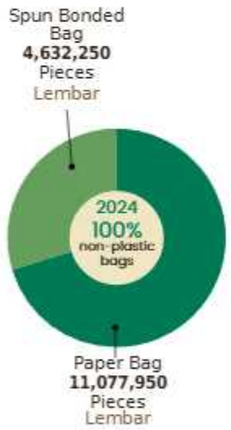
Energy Intensity of Stores (kWh/m²)
Intensitas Energi Gerai (kWh/m²)

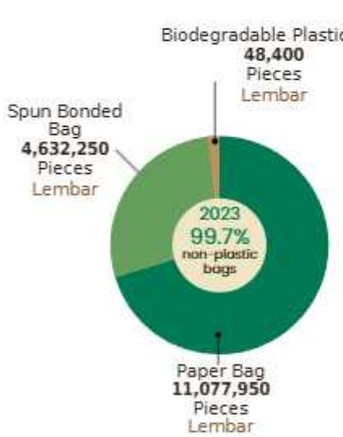


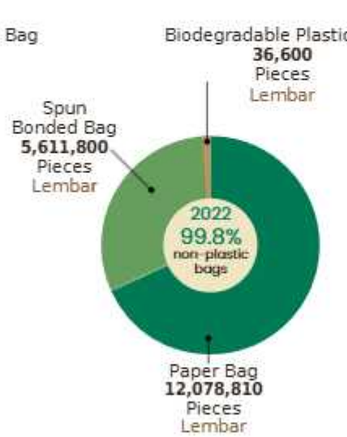
Total GHG Emissions (Tons of CO_2)
Jumlah Emisi GRK (Ton CO_2)



Single-Use Plastic Reduction Initiatives
Inisiatif Pengurangan Plastik Sekali Pakai







Greener Nusantara Program
Program Greener Nusantara

Programs Program	2024	2023	2022
The use of paper straws in place of plastic straws* Penggunaan sedotan kertas untuk menggantikan sedotan plastik*	16,900,000	37,300,000	29,700,000
The use of wooden stirrers in place of plastic stirrer Penggunaan *wooden wtirrer* untuk menggantikan *plastic stirrer*	337,000	381,000	184,000
The use of glass bottles in place of plastic bottles Penggunaan botol kaca untuk menggantikan botol plastik	1,200,000	1,400,000	1,300,000
The use of Recycled Polyethylene Terephthalate (rPET) glasses Penggunaan gelas *recycled Polyethylene Terephthalate* (rPET)	24,400,000	35,300,000	28,700,000
The use of tissues from Recycle Based Material Penggunaan tisu dari *Recycle Based Material*	52,400,000	75,400,000	63,100,000



Mangrove Planting
Penanaman Mangrove

The Company planted 660 mangrove trees in Pantai Indah Kapuk, Jayapura, and Riau in 2024.

Perusahaan melakukan penanaman 660 pohon bakau di Pantai Indah Kapuk, Jayapura, dan Riau di 2024.



Clean Water Tower
Menara Air Bersih

The Company constructed one water tower in SD Kamurung Subang, West Java.

Perusahaan membangun 1 menara air di SD Kamurung Subang, Jawa Barat.



Waste Cleanup

Pembersihan Sampah

Throughout 2024, the Company conducted several cleanup activities at beaches, parks, and other community areas. A total of 18,000 kg of waste was collected.

Sepanjang tahun 2024, Perusahaan melakukan beberapa kegiatan bersih-bersih di Pantai, Taman, dan area komunitas lainnya. Total sampah yang terkumpul sebanyak 18.000 kg.



Coffee Seed Donation

Donasi Biji Kopi

48,000

coffee seed | biji kopi

Awards and Recognition

Penghargaan dan Pengakuan



Indonesia World Record Museum

Museum Rekor Dunia Indonesia

Simultaneous Sumatra Coffee Tasting at the Most Outlets

Coffee Tasting Kopi Sumatra Secara Serentak di Gerai Terbanyak



MIX Marketing & Communication Magazine

Majalah MIX Marketing & Communication

Starbucks Indonesia won the Indonesia Brand Communication Excellence 2024 for the categories of Digital Brand Campaign, Digital Campaign, and Integrated Brand Campaign

Starbucks Indonesia meraih Indonesia Brand Communication Excellence 2024 Kategori *Digital Brand Campaign*, *Digital Campaign*, dan *Integrated Brand Campaign*



Marketing-Interactive.com

Marketing Excellence Award 2024



Employer Branding Award

PT Sari Coffee Indonesia won the Indonesia Best Employer Brand Award

PT Sari Coffee Indonesia meraih Indonesia Best Employer Brand Award



Anthony Valentine Mc Evoy
President Director
Direktur Utama

Message from the Board of Directors

Sambutan Direksi [D.1][2-12][2-22]

Our Respected Stakeholders

The year of 2024 had been a challenging year for The Company. Boycotting of Starbucks continued to impact the Company's financial performance throughout 2024. However, PT Map Boga Adiperkasa Tbk (MBA) remains steadfast in our commitment to the implementation of environmental, social, and governance (ESG) principles in our business. By integrating sustainability into every aspect of its operations, MBA continuously strives to deliver long-term value to its stakeholders, including customers, business partners, employees, and society at large.

Several initiatives had been conducted throughout 2024 to increase economic performance. The Company focused on what can be done internally, such as reassessing store expansion plans, ensuring that each store is managed optimally, providing a comfortable shopping experience, implementing efficiencies of operational expenses, and providing clear information that The Company does not support any political issues. The Company's net revenue was decreased by 19%, due to the impact of boycott. Despite our efforts in reducing operational expenses by 9.3%, the Company still recorded a net loss of Rp146 billion.

In line with our sustainability report 2024 theme: **Unshakable Passion**, our commitment to provide contribution to the Sustainable Development Goals (SDGs) remain strong. Thus, the implementation of good corporate governance (GCG) in our business practices is a must. The company remained dedicated to conducting transparent and responsible business practices, which ensured compliance with all relevant rules. The Company did not obtain any fine or litigation throughout the year. GCG implementation will foster accountability and trust among all stakeholders, enabling us to perform efficiently.

Pemangku Kepentingan yang Kami Hormati,

Tahun 2024 merupakan tahun yang penuh tantangan bagi Perusahaan. Aksi boikot terhadap Starbucks terus berdampak pada kinerja keuangan Perusahaan sepanjang tahun ini. Namun, PT Map Boga Adiperkasa Tbk (MBA) tetap teguh dalam komitmen kami untuk menerapkan prinsip lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) dalam bisnis kami. Dengan mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam setiap aspek operasinya, MBA akan mampu untuk memberikan nilai jangka panjang kepada para pemangku kepentingannya, yakni pelanggan, mitra bisnis, karyawan, dan masyarakat luas.

Beberapa inisiatif telah dilakukan sepanjang tahun ini, untuk meningkatkan kinerja ekonomi. Perusahaan berfokus terhadap hal-hal yang dapat diatur oleh internal Perusahaan, seperti meninjau kembali rencana pembukaan gerai, memastikan bahwa setiap gerai dikelola dengan optimal, memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman, melakukan efisiensi terhadap biaya operasional, dan menyampaikan pesan yang jelas bahwa Perusahaan tidak mendukung agenda politik atau operasi militer apa pun. Pendapatan bersih Perusahaan menurun sebesar 19%, karena boikot pada tahun ini. Meskipun kami berupaya mengurangi biaya operasional sebesar 9,3%, Perusahaan masih mencatat rugi bersih sebesar Rp146 miliar.

Sejalan dengan tema laporan keberlanjutan 2024: **Unshakable Passion,** komitmen kami untuk memberikan kontribusi terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) tetap kokoh. Oleh karena itu, penerapan tata kelola perusahaan yang baik (GCG) dalam praktik bisnis kami adalah sebuah keharusan. Perusahaan selalu berdedikasi untuk menjalankan praktik bisnis yang transparan dan bertanggung jawab, dengan menekankan kepatuhan terhadap semua aturan yang relevan. Perusahaan tidak mendapatkan denda atau litigasi apa pun sepanjang tahun. Penerapan GCG akan menumbuhkan akuntabilitas dan kepercayaan di antara semua pemangku kepentingan, yang memungkinkan kami untuk bekerja secara efisien.

Our Employee's passion to provide the best service to the customer will always remain the same. In order to help them realize that passion, the Company provided an average training hours of 22.5 hours/employee. We continued our commitment to implement good and fair labor practices, respect equality, and uphold human rights. The Company ensures compliance with all applicable labor regulations, including providing a safe, comfortable, and decent working environment for all employees.

Semangat Karyawan kami dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan akan selalu sama. Untuk membantu mereka mewujudkan semangat tersebut, Perusahaan menyediakan berbagai pelatihan untuk karyawan. Pada tahun ini, jam pelatihan rata-rata karyawan adalah 22,5 jam/karyawan. MBA melanjutkan komitmen kami untuk menerapkan praktik ketenagakerjaan yang baik, adil, menghormati kesetaraan, dan menjunjung tinggi hak asasi manusia. Perusahaan memastikan kepatuhan terhadap semua peraturan ketenagakerjaan yang berlaku, termasuk menyediakan lingkungan kerja yang aman, nyaman, dan layak bagi semua karyawan.

MBA total employees by the end of 2024 was 7,074 people, which consisted of 57% males and 43% females. We ensured that all employees receive wages in accordance with regulatory requirements. Furthermore, we made sure that there is no underage employees and no forced labor in the Company's operational areas.

Total karyawan MBA pada akhir tahun 2024 adalah 7.074 orang, yang terdiri dari 57% laki-laki dan 43% perempuan. Kami memastikan bahwa semua karyawan menerima upah sesuai dengan regulasi yang berlaku. Selain itu, Perusahaan memastikan tidak ada karyawan di bawah umur dan tidak ada kerja paksa di area operasional Perusahaan.

The Company also encouraged our employees to participate in voluntary activities, to provide a direct contribution to the community, by joining the activities of several NGO that the Company partnered with. Our employees recorded a total of 18,349 volunteering hours in 2024.

Perusahaan juga mendorong karyawan untuk berpartisipasi dalam kegiatan sukarela, untuk memberikan kontribusi langsung kepada masyarakat. Karyawan kami dapat mengikuti kegiatan di beberapa LSM yang menjadi mitra Perusahaan, seperti Yayasan Sahabat Anak, Ikatan Anak Jalanan Indonesia, Yayasan Planet Water, serta beberapa organisasi lainnya. Secara total, karyawan kami mencatat 18.349 jam kerja sukarela pada tahun 2024.

MBA also continue to carried out various social initiatives that have a tangible impact on the community. During 2024, we implemented programs such as donation to Gaza, various food and beverage donations, Books for the Future, Starbucks Creative Youth Entrepreneurship and many more initiatives.

Secara konsisten, MBA juga terus melaksanakan berbagai inisiatif sosial yang memberikan dampak positif bagi masyarakat. Selama tahun 2024, kami telah melaksanakan program-program seperti donasi untuk Gaza, donasi makanan dan minuman, *Books for the Future*, Starbucks *Creative Youth Entrepreneurship*, dan masih banyak lagi inisiatif lainnya.

MBA contributed to environmental preservation by implementing several eco-friendly initiatives in 2024. The Company did not utilize single use plastic shopping bags throughout 2024, continued to implement Greener Nusantara Initiatives to reduce single use plastic in our stores, build one water tower in Subang, West Java and planted 660 mangrove trees.

MBA memberikan kontribusi terhadap pelestarian lingkungan melalui berbagai inisiatif. Perusahaan tidak menggunakan kantong belanja plastik sekali pakai sepanjang tahun 2024, terus menerapkan Inisiatif Greener Nusantara untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai di gerai kami, membangun satu menara air di Subang, Jawa Barat, dan menanam 660 pohon bakau.

Since July 2024, the Boycott, Divestment, and Sanction (BDS) Movement, has removed Starbucks from the list of boycotted brands. Therefore, we hope that the Company can achieve better performance in 2025. However, operational efficiency, prudent expansion, existing store monitoring and enhanced customer experience will remain the key pillars of our sustainable business growth.

Sejak Juli 2024, Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) telah menghapus Starbucks dari daftar merek yang diboikot. Oleh karena itu, kami berharap Perusahaan dapat mencapai kinerja yang lebih baik pada tahun 2025. Akan tetapi, efisiensi biaya operasional, pembukaan gerai yang cermat, pengawasan kinerja gerai yang sudah beroperasi, dan peningkatan pengalaman pelanggan akan tetap menjadi pilar utama pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

The Board of Directors expresses its deepest gratitude to the Board of Commissioners for their guidance, advice, and direction. We would also like to extend our sincere appreciation to all employees for their dedication, hard work, and unshakable passion throughout the year. Furthermore, we extend our highest appreciation to all stakeholders who have supported the Company. We will continue to foster collaboration and synergy in implementing sustainable practices, with the hope of creating a lasting positive impact on the Company, society, and the environment.

Direksi menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dewan Komisaris atas bimbingan, nasihat, dan arahannya. Kami juga ini mengungkapkan apresiasi yang mendalam kepada seluruh karyawan atas dedikasi, kerja keras, serta semangat yang tidak pernah goyah sepanjang tahun ini. Tidak lupa, penghargaan yang setinggi-tingginya kami berikan kepada seluruh pemangku kepentingan yang telah memberikan dukungan kepada Perusahaan. Kami akan senantiasa melanjutkan kolaborasi dan sinergi dalam menerapkan praktik keberlanjutan, dengan harapan dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi perusahaan, masyarakat, dan lingkungan.

Jakarta, April 2025



Anthony Valentine Mc Evoy

President Director
Direktur Utama



Company Profile
Profil Perusahaan [C.1][2-1]

Vision | Visi

To create a portfolio of premium international food and beverage brands that are "top of the class" in their category, and appeal to the aspiring middle- and upper-income consumers.

Menciptakan portofolio *brand* makanan dan minuman internasional yang terbaik pada kategorinya, dan menarik bagi pelanggan dengan segmen konsumen menengah ke atas.

Mission | Misi

- **To deliver our food and beverage international brands to the level found in any major city in the world.**
- **To create demand by fun participation and "experiential" concepts.**
- **To establish new standards of service.**
- **To continually grow in shareholder value.**

- Menghadirkan *brand-brand* makanan Indonesia hingga sejajar dengan kota-kota besar di dunia.
- Menciptakan permintaan pasar melalui konsep interaksi, partisipasi yang menyenangkan, dan memberikan pengalaman.
- Menciptakan standar pelayanan yang baru.
- Senantiasa berkembang untuk menyejahterakan pemegang saham.

P	**People Centered Approach** We put our customers, employees, and the communities at the heart of all our business decisions.	**Pendekatan Berfokus kepada Manusia** Kami selalu memperhatikan kepentingan pelanggan, karyawan, dan masyarakat dalam seluruh pengambilan keputusan.
E	**Empowerment** We empower our people with authority. We believe that delegation of power and autonomy promoted contribution, accountability, and entrepreneurship. Entrepreneurship is key for retailing, and it helps in the personal development of staff.	**Pemberdayaan** Kami memberdayakan karyawan dengan memberikan kewenangan. Kami percaya bahwa pendelegasian kekuasaan dan wewenang dapat meningkatkan kontribusi, membentuk akuntabilitas, dan kewirausahaan. Kewirausahaan merupakan kunci dari bisnis ritel yang dapat membantu karyawan dalam pengembangan dirinya.
O	**Originality** We pioneer new concepts and ideas in all our endeavors – be it retailing, distribution, and manufacturing or food and beverage.	**Keaslian** Kami adalah pencetus konsep dan ide baru dalam seluruh kegiatan Perusahaan di bidang ritel, distribusi, dan manufaktur atau makanan dan minuman.
P	**Principles** We subscribe to the highest principles of integrity and honesty.	**Prinsip-prinsip** Kami menjunjung tinggi integritas dan kejujuran.
L	**Loyalty** We cultivate strong employee and customer loyalty and long-term relationships with principals, partners, landlords, and suppliers.	**Kesetiaan** Kami membangun kesetiaan karyawan dan pelanggan serta memiliki hubungan jangka panjang dengan pemilik *brand*, mitra usaha, pemilik properti, dan pemasok.
E	**Earnings** Earnings must be achieved without compromising our core values.	**Keuntungan** Kami berusaha meraih keuntungan berdasarkan nilai-nilai utama Perusahaan.

PT Map Boga Adiperkasa Tbk (MBA) also embraces the **L.O.V.E** culture as a complement to the PEOPLE culture of the MAP Group. The meaning of the **L.O.V.E**. culture is as follows:

- **Listen** - Listening means respecting each other, being 100% present, and caring for each other.
- be **Open** - Be open, honest, sincere, brave in giving and receive criticism.
- **Value** - Have values to act according to words, provide the best contribution to work, lead by example, and guide other employees to achieve success.
- **Exceed** - Go beyond limitations to be the best.

PT Map Boga Adiperkasa Tbk (MBA) juga memiliki budaya **L.O.V.E.** sebagai pelengkap dari budaya PEOPLE milik MAP Group. Arti dari budaya **L.O.V.E** yaitu:

- ***Listen*** - Mendengarkan berarti saling menghormati, hadir 100% peduli satu sama lain.
- *be* ***Open*** - Terbuka, jujur, tulus, berani memberi dan menerima kritik.
- ***Value*** - Mempunyai nilai untuk bertindak sesuai ucapan, memberikan kontribusi terbaik untuk pekerjaan, menjadi teladan dan membimbing karyawan lain untuk meraih sukses.
- ***Exceed*** - Melampaui keterbatasan untuk menjadi yang terbaik.

Sustainability Strategy

Strategi Keberlanjutan [A.1][2-22]

MBA supports the implementation of sustainable business practices aligned with environmental, social, and governance (ESG) aspects. We have consistently managed ESG impacts as part of our efforts to achieve sustainability for future generations. MBA remains attentive to the impact of the Company's operational activities on stakeholders and the environment.

MBA mendukung penerapan praktik usaha berkelanjutan yang sejalan dengan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG). Pengelolaan dampak ESG telah kami lakukan secara konsisten sebagai bagian dari upaya mewujudkan keberlanjutan yang dapat dinikmati oleh generasi mendatang. MBA senantiasa memperhatikan dampak dari kegiatan operasional Perusahaan terhadap para pemangku kepentingan serta lingkungan hidup.

The implementation of these sustainability practices is based on the Company's Vision, Mission, and Culture, supported by the enforcement of a strong code of ethics. Overall, MBA's sustainability strategy includes various initiatives aimed at creating long-term value for all involved parties. MBA's sustainability strategies include:

- Complying with all relevant laws and regulations, such as labor laws, good corporate governance regulations, and restaurant-specific regulations, including possessing an Environmental Management Statement (SPPL), Standard Certificates, and a Certificate of Compliance with the Processed Food Safety Management System Standards.
- Implementing strict food safety standard operating procedures (SOPs) to ensure customer health.
- Enhancing customer access to our services.
- Creating inclusive employment opportunities.
- Providing quality training for our employees so they can deliver excellent service to customers.
- Partnering with responsible brand principals.
- Reducing the use of single-use plastics in packaging and dining utensils.
- Generating a positive impact on society.

Penerapan praktik keberlanjutan ini didasarkan pada Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan yang didukung oleh implementasi kode etik yang kokoh. Secara keseluruhan, strategi keberlanjutan MBA mencakup berbagai inisiatif yang bertujuan untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat. Berikut adalah strategi keberlanjutan yang dijalankan oleh MBA:

- Memenuhi seluruh peraturan dan regulasi yang relevan, seperti peraturan ketenagakerjaan, peraturan tata kelola perusahaan yang baik, serta peraturan spesifik untuk restoran seperti memiliki SPPL, Sertifikat Standar, dan Sertifikat Pemenuhan Standar Sistem Manajemen Keamanan Pangan Olahan.
- Memiliki SOP keamanan pangan yang ketat untuk menjaga kesehatan pelanggan.
- Meningkatkan akses pelanggan kepada layanan kami.
- Membuka peluang kerja yang inklusif.
- Memberikan pelatihan berkualitas kepada karyawan kami, agar mereka dapat memberikan pelayanan berkualitas kepada para pelanggan.
- Melakukan kerja sama dengan *brand principal* yang bertanggung jawab.
- Mengurangi penggunaan plastik sekali pakai pada kemasan dan alat-alat makan.
- Memberikan dampak positif kepada masyarakat.

Company Overview

Sekilas Perusahaan

Company Name Nama Perusahaan	PT Map Boga Adiperkasa Tbk
Line of Business Bidang Usaha	Retail of Foods and Beverages Ritel Makanan dan Minuman
Date of Establishment Tanggal Pendirian	January | Januari 7, 2013
Ticker Code Kode Saham	MAPB

Shareholders (as of December 31, 2024)
Pemegang Saham (per 31 Desember 2024)

- PT Mitra Adiperkasa Tbk 71.95%
- Public/Masyarakat 7.91%
- GA ROBUSTA F&B COMPANY PTE. LTD. 20.14%

Address of Head Office [C.2] Alamat Kantor Pusat	Sahid Sudirman Center, 27th Floor Jl. Jend. Sudirman Kav. 86 Jakarta, 10220
Telephone Telepon	(+62-21) 8064 8567
Email Surel	corporatesecretary@mbai.co.id
Website Situs Web	www.mbai.co.id



Products, Services, Business Activities, and Operational Areas

Produk, Layanan, Kegiatan Usaha, serta Wilayah Operasional [C.4][2-6]

PT Map Boga Adiperkasa Tbk is a retail company in the food and beverage industry. Established in 2013, the Company has since operated 849 stores across 58 cities in Indonesia. MBA's portfolio includes eight iconic brands: Starbucks, Pizza Marzano, Krispy Kreme, Cold Stone Creamery, Godiva, Genki Sushi, Paul Bakery, and Subway.

PT Map Boga Adiperkasa Tbk merupakan perusahaan ritel yang bergerak di industri makanan dan minuman. Berdiri sejak tahun 2013, Hingga saat ini, Perusahaan telah mengoperasikan 849 gerai yang tersebar di 58 kota di seluruh Indonesia. Portofolio MBA mencakup delapan brand ikonik yakni Starbucks, Pizza Marzano, Krispy Kreme, Cold Stone Creamery, Godiva, Genki Sushi, Paul Bakery, dan Subway.

849 **Stores** | Gerai

58 **Cities** | Kota

Company Scale

Skala Usaha [C.3]

Description Uraian	Unit Satuan	2024	2023	2022*
Total Net Revenues Jumlah Pendapatan Bersih	Billion Rupiah Miliar Rupiah	3,228	3,999	3,437
Total Assets Jumlah Aset		2,965	3,245	2,558
Total Liabilities Jumlah Liabilitas		1,418	1,558	1,406
Total Equity Jumlah Ekuitas		1,547	1,687	1,152
Total Employees Jumlah Karyawan	People Orang	7,074	8,164	7,681
Operational Area Wilayah Operasional	Stores Gerai	849	830	716
Total Brands Jumlah Merek	Brands Merek	8	8	8

Significant Changes

Perubahan Signifikan [C.6]

This year, the Company manages 849 outlets. In 2025, there were several changes in the Company's Board of Directors and Board of Commissioners. Mr. Anthony Valentine McEvoy replaced Mr. Anthony Cottan as President Director, while Mr. Victor Setiawan Taslim replaced Mr. Alok Chandra Misra as Independent Commissioner. The complete composition of the Board of Commissioners and Directors can be found in the Company's 2024 Annual Report.

Perusahaan pada tahun ini mengelola 849 gerai. Jajaran Direksi dan Komisaris Perusahaan pada tahun 2025 juga mengalami beberapa perubahan. Bapak Anthony Valentine McEvoy menggantikan Bapak Anthony Cottan sebagai Direktur Utama, sedangkan Bapak Victor Setiawan Taslim menggantikan Bapak Alok Chandra Misra sebagai Komisaris Independen. Susunan lengkap dari jajaran Dewan Komisaris dan Direksi Perusahaan dapat ditemukan pada Laporan Tahunan 2024 Perusahaan.

Association Memberships

Keanggotaan Asosiasi [C.5][2-28]

PT Mitra Adiperkasa Tbk, MBA's parent company, is a member of several associations relevant to the Company's business activities, including:

PT Mitra Adiperkasa Tbk, perusahaan induk MBA turut bergabung dalam sejumlah asosiasi yang relevan dengan kegiatan bisnis Perusahaan, yakni:

Association Name Nama Asosiasi
Indonesian Employers Association (APINDO) Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO)
Indonesian Global Brand Retailers Association (APREGINDO) Asosiasi Pengusaha Ritel Merek Global Indonesia (APREGINDO)
Indonesian Issuers Association (AEI) Asosiasi Emiten Indonesia (AEI)
Indonesian Retailers Association (APRINDO) Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO)
Association of Indonesian Shopping Center Tenants (HIPPINDO) Himpunan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (HIPPINDO)
Indonesian Chamber of Commerce and Industry (KADIN) Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN)
Indonesian National Importers Association (GINSI) Gabungan Importir Nasional Seluruh Indonesia (GINSI)

External Initiatives

Inisiatif Eksternal [C.5][2-28]

PT Map Boga Adiperkasa Tbk consistently strives to play an active role in building a better future. We continuously apply sustainable business practices across all operational aspects, from environmental management to social responsibility and good corporate governance. With outlets operating across Indonesia, MBA is committed to conducting business responsibly, complying with applicable norms and regulations, managing resources efficiently, and creating a significant positive impact for all stakeholders.

PT Map Boga Adiperkasa Tbk secara konsisten berupaya untuk berperan aktif dalam membangun masa depan yang lebih baik. Kami senantiasa menerapkan praktik-praktik bisnis yang berkelanjutan dalam seluruh aspek operasional, mulai dari pengelolaan lingkungan, sosial, hingga tata kelola perusahaan yang baik. Dengan kehadiran gerai-gerai kami di seluruh Indonesia, MBA berupaya menjalankan operasi bisnis secara bertanggung jawab, mematuhi norma dan regulasi yang berlaku, mengelola sumber daya secara efisien, dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi seluruh pemangku kepentingan.

As part of its commitment to supporting sustainability practices and initiatives, MBA, through its parent company, PT Mitra Adiperkasa Tbk, actively participates in various external initiatives, including:

Sebagai wujud komitmen Perusahaan dalam mendukung praktik dan inisiatif keberlanjutan, MBA melalui induk perusahaannya, PT Mitra Adiperkasa Tbk secara aktif terlibat dalam berbagai inisiatif eksternal, antara lain:

Name of External Initiative Nama Inisiatif Eksternal	Membership Status Status Keanggotaan
National Plastic Action Plan	Steering Board Member Anggota Dewan Pengarah
Indonesian Business Coalition for Women Empowerment	Founding Member Anggota Pendiri





Sustainability Governance

Tata Kelola Keberlanjutan

Corporate Governance
Tata Kelola Perusahaan

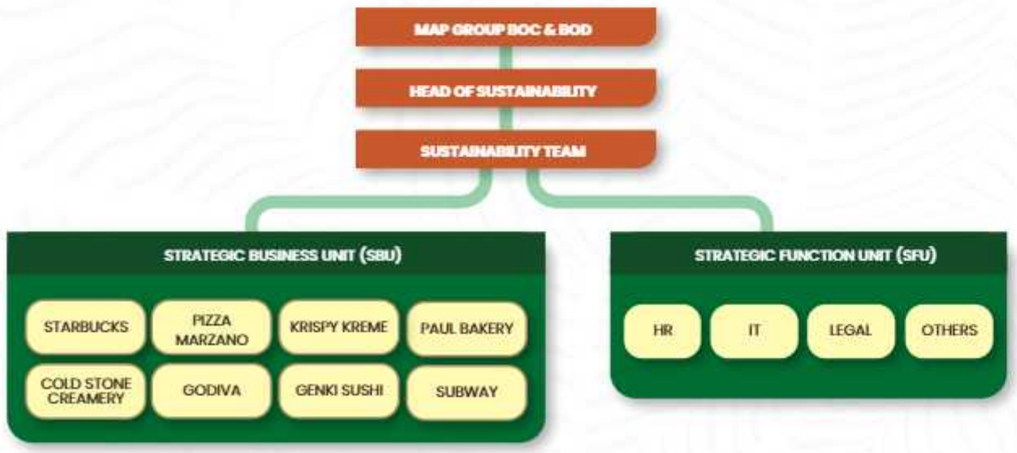
Sustainability governance is an integral part of implementing good governance practices. The Company's governance structure is established in accordance with Law No. 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies, which includes the General Meeting of Shareholders (GMS), Board of Directors, Board of Commissioners, Audit Committee, and Nomination and Remuneration Committee.

Tata kelola keberlanjutan merupakan bagian integral dari penerapan praktik tata kelola yang baik. Struktur tata kelola Perusahaan disusun sesuai dengan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mencakup Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Direksi, Dewan Komisaris, Komite Audit, serta Komite Nominasi dan Remunerasi.

Delegation of Duties and Responsibilities for Sustainability Management
Delegasi Tugas dan Tanggung Jawab Pengelolaan Aspek Keberlanjutan [E.1][2-9][2-10][2-11][2-12][2-13][2-14]

The discussion and implementation of the Company's sustainability practices fall under the responsibility of the Board of Commissioners and the Board of Directors, supported by the Sustainability Team. In this role, the Sustainability Team plays a crucial role in supporting the execution of various sustainability initiatives, overseeing the implementation of sustainability practices, and preparing reports for submission to the Board of Commissioners and the Board of Directors. These reports enable the Board to ensure that every sustainability initiative is well-coordinated and delivers lasting positive impacts for the Company, society, and the environment.

Pembahasan dan penerapan praktik keberlanjutan Perusahaan menjadi tanggung jawab Dewan Komisaris dan Direksi, dengan dukungan dari Tim Sustainability. Dalam peran ini, Tim Sustainability memiliki peran penting dalam mendukung implementasi berbagai inisiatif keberlanjutan, mengawasi pelaksanaan praktik keberlanjutan, serta menyusun laporan terkait untuk disampaikan kepada Dewan Komisaris dan Direksi. Dengan adanya laporan tersebut, Dewan Komisaris dan Direksi dapat memastikan bahwa setiap langkah keberlanjutan yang diambil telah terkoordinasi dengan baik, serta benar memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi Perusahaan, masyarakat, dan lingkungan.



Further information on organizational structure, governance performance, nomination and selection of governance bodies, evaluation, and remuneration policies for the Board of Directors and Board of Commissioners can be found in the MBA 2024 Annual Report. [2-11][2-18][2-19][2-20][2-21]

Informasi lebih lanjut mengenai struktur organisasi, kinerja tata kelola, proses nominasi dan seleksi organ tata kelola, evaluasi, serta kebijakan remunerasi untuk Direksi dan Dewan Komisaris dapat ditemukan dalam Laporan Tahunan MBA 2024.[2-11][2-18][2-19][2-20][2-21]

Sustainability Competency Development
Pengembangan Kompetensi Keberlanjutan [E.2][2-17]

In 2024, the Head of Sustainability, who also serves as a Director at MBA, along with the team, actively participated in a series of training and outreach programs organized by various institutions, including the National Plastic Action Plan, Financial Services Authority (OJK), Indonesia Stock Exchange (IDX), and the Indonesian Listed Companies Association. These initiatives reflect the Company's efforts to ensure that all members of the sustainability team possess up-to-date knowledge of regulatory developments and global sustainability trends. Topics covered in these training sessions included personal data protection, artificial intelligence, and new regulations from the IDX and OJK.

Pada tahun 2024, Head of Sustainability yang juga merangkap sebagai Direksi MBA, bersama dengan tim, telah aktif berpartisipasi dalam serangkaian pelatihan dan sosialisasi yang diselenggarakan oleh berbagai Lembaga, termasuk Nasional Plastic Action Plan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia (BEI), dan Asosiasi Emiten Indonesia. Rangkaian kegiatan ini merupakan bentuk upaya Perusahaan dalam memastikan seluruh anggota tim keberlanjutan memiliki pengetahuan yang mendalam dan terkini mengenai perkembangan regulasi dan tren global terkait keberlajutan. Beberapa topik yang dibahas dalam pelatihan dan sosialisasi tersebut meliputi pelindungan data pribadi, artificial intellegence, dan berbagai sosialisasi peraturan baru dari BEI dan OJK.

Risk Management in Sustainability Implementation
Pengelolaan Risiko atas Penerapan Keberlanjutan [E.3][2-16][2-25][2-26]

MBA faces various challenges and risks in implementing sustainability practices, which must be carefully managed. The Company's comprehensive risk management approach covers economic, social, and environmental aspects. The objective of risk management is to minimize potential negative impacts and ensure smooth and flexible business operations.

Dalam mengimplementasikan praktik keberlanjutan, MBA menghadapi berbagai tantangan dan risiko yang perlu dikelola dengan cermat. Secara menyeluruh, manajemen risiko yang diterapkan oleh MBA mencakup berbagai aspek, termasuk aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pengelolaan risiko bertujuan untuk meminimalkan potensi dampak negatif yang dapat timbul, serta menjaga kelancaran dan fleksibilitas operasional perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

Additionally, risk management practices are periodically reported to the Board of Directors to assess their effectiveness, ensuring that the measures taken align with the Company's sustainability objectives.

The implementation of risk management ensures that every decision made by the Company considers potential long-term sustainability impacts. The mitigation strategies adopted by the Company aim to reduce potential losses and maximize opportunities in managing risks.

Selain itu, pengelolaan risiko ini secara berkala dilaporkan kepada dewan direksi untuk meninjau efektivitas proses manajemen risiko, memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil sejalan dengan tujuan keberlanjutan Perusahaan.

Penerapan manajemen risiko memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil oleh Perusahaan mempertimbangkan berbagai kemungkinan dampak yang dapat memengaruhi keberlanjutan jangka panjang. Adapun langkah mitigasi yang dilakukan oleh Perusahaan dirancang untuk mengurangi potensi kerugian dan memaksimalkan peluang dalam menghadapi risiko yang ada.

Risk and Mitigation
Risiko dan Mitigasi

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Terpengaruh	Mitigation Measures Mitigasi
Economic Risk Risiko Ekonomi	Financial performance Kinerja keuangan	• To consider and monitor micro and macro-economic conditions when developing strategies. • To have management plans and processes in place (including periodic monitoring of budgets and expenditures) in anticipation of changes in economic conditions. • Mempertimbangkan dan memantau kondisi ekonomi mikro dan makro ketika mengembangkan strategi. • Memiliki perencanaan dan proses manajemen (termasuk pemantauan periodik anggaran dan pengeluaran) untuk mengantisipasi perubahan dalam kondisi ekonomi.
Financial Risk Risiko Keuangan	Financial performance Kinerja keuangan	• Financial risks faced by the Company include changes in foreign currency, interest rate, market liquidity/funding, and access to financing resources. • To hedge exposure to these risks, the Company established policies, guidelines, and control procedures to manage and report exposure to such risks. • Risiko utama keuangan yang dihadapi oleh Perusahaan termasuk perubahan dalam nilai tukar mata uang asing, suku bunga, likuiditas/pendanaan pasar, dan akses pada sumber-sumber pembiayaan. • Untuk menghindari kerentanan terhadap risiko-risiko tersebut, Perusahaan menerapkan kebijakan, pedoman dan prosedur pengendalian untuk mengelola dan melaporkan eksposur terhadap risiko-risiko tersebut.

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Terpengaruh	Mitigation Measures Mitigasi
Political and Social Risk Risiko Politik dan Sosial	Social management Pengelolaan sosial	• To anticipate key changes in public policy and the establishment of insurance policies and crisis management processes involving the CEO and senior management team in case of emergencies and/or catastrophic events. • Ensure coverage by public liability insurance. • To anticipate business interruptions by setting limits. • Mengantisipasi perubahan-perubahan penting dalam kebijakan publik dan telah menetapkan kebijakan asuransi serta proses manajemen krisis dengan melibatkan CEO dan tim manajemen senior untuk mengantisipasi keadaan darurat dan/atau peristiwa bencana. • Perusahaan juga dilindungi oleh asuransi *public liability*. • Mengantisipasi terhentinya aktivitas usaha dengan menetapkan batas saat terjadinya gangguan pada kegiatan usaha Perusahaan.
Regulatory Risk Risiko Regulasi	Economic, environmental management, social and sustainability governance performance Kinerja ekonomi, pengelolaan lingkungan, sosial, dan tata kelola keberlanjutan	• To monitor compliance with laws and regulations. • To participate in discussions with authorities and industry stakeholders to provide feedback on regulatory reforms and developments in the retail industry on a regular basis. • Memonitor kepatuhan terhadap hukum dan peraturan. • Berpartisipasi dalam diskusi dengan pihak berwenang serta pemegang andil dalam industri untuk memberikan umpan balik mengenai reformasi regulasi dan perkembangan dalam industri ritel secara teratur.
Competition Risk Risiko Kompetisi/ Persaingan	Build healthy competition, customer satisfaction, and loyalty Membangun persaingan usaha sehat, kepuasan, dan loyalitas pelanggan	• To create a compelling value proposition through a careful combination of price, product offering, convenience, customer service and marketing efforts. • To invest in innovation and technology to build customer satisfaction and loyalty, providing the right reasons to shop with MBA. • Membuat proposisi nilai yang menarik melalui kombinasi yang cermat atas harga, penawaran produk, kenyamanan, layanan pelanggan dan upaya pemasaran. • Berinvestasi dalam inovasi dan teknologi untuk membangun kepuasan pelanggan dan loyalitas, memberikan alasan yang tepat untuk berbelanja dengan MBA.
New Business Risk Risiko Bisnis Baru	Economic performance, environmental and social management, and sustainability governance Kinerja ekonomi, pengelolaan lingkungan, sosial, dan tata kelola keberlanjutan	To conduct market feasibility studies before acquiring new brands or opening stores in new cities or malls. Melakukan studi kelayakan pasar sebelum mengakuisisi merek baru atau membuka gerai di kota-kota atau mal-mal baru.

Risk Type Jenis Risiko	Sustainability Aspect Affected Aspek Terpengaruh	Mitigation Measures Mitigasi
Food Safety Risk Risiko Keamanan Pangan	Social management Pengelolaan sosial	• To implement specialized controls at all stages in the retail process. From ingredient collection, storage, food preparation, service and store cleanliness. • To implement clear SOPs, which outline standards in food handling, hygiene and sanitation. • To provide customer service support in each F&B business unit to receive and respond to customer feedback. • Menerapkan kendali khusus di semua tahap dalam proses ritel. Mulai dari pengumpulan bahan-bahan, penyimpanan, persiapan pangan, pelayanan dan kebersihan gerai. • Menerapkan SOP dengan jelas, yang secara garis besar menetapkan standar dalam penanganan pangan, kebersihan, dan sanitasi. • Menyediakan layanan customer service support di setiap unit bisnis F&B dalam rangka menerima dan menanggapi masukan dari pelanggan.
Litigation Risk Risiko Litigasi	Company business, operational outcomes, financial performance, cash flows, reputation and credibility Bisnis, hasil operasi, kondisi keuangan, arus kas, reputasi dan kredibilitas Perusahaan	• To comply with existing policies • To put in place contractual policies with brand owners, service or goods suppliers, third parties, strategic partners and customers. • Mematuhi kebijakan yang ada • Menempatkan kebijakan-kebijakan kontrak dengan pemilik brand, penyalur jasa atau barang, pihak ketiga, mitra-mitra strategis dan para pelanggan.
Natural Disasters & Disease Outbreak Risks Risiko Bencana Alam & Wabah Penyakit	Economic performance, environmental and social management, and sustainability governance Kinerja ekonomi, pengelolaan lingkungan, sosial, dan tata kelola keberlanjutan	• To the safeguard Company's assets, the Company has a comprehensive insurance coverage for risks or perils that could damage any of the Company's assets or facilities from natural disasters. • Ensure our crisis management plans and personnel are prepared to mitigate the impacts of a natural disaster or pandemic outbreak and return our operation as quickly as possible. • Untuk melindungi aset Perusahaan, Perusahaan memiliki perlindungan asuransi yang komprehensif terhadap kerusakan aset atau fasilitas Perusahaan akibat bencana alam. • Memastikan rencana manajemen krisis dan personel kami siap untuk memitigasi dampak dari bencana alam atau wabah pandemi dan mengembalikan operasi kami secepat mungkin.

One of the challenges the Company faces in implementing sustainability initiatives is the impact of boycotts, which can create negative perceptions of the Company. MBA does not support any political movements and remains fully committed to contributing to ESG aspects. **[E.5]**

Perusahaan juga menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat pelaksanaan inisiatif berkelanjutan, yaitu aksi boikot. Aksi boikot menimbulkan persepsi negatif terhadap Perusahaan. Perusahaan tidak mendukung aksi politik apapun, dan tetap memberikan kontribusi terhadap aspek ESG dengan sepenuh hati. **[E.5]**

Further details on the Company's risk management practices can be found in the MBA 2024 Annual Report. **[2-11][2-18][2-19][2-20][2-21]**

Informasi lebih lanjut mengenai manajemen risiko Perusahaan dapat dilihat pada Laporan Tahunan MBA 2024.**[2-11][2-18][2-19][2-20][2-21]**

Material Topics
Topik Material **[E.3][3-1][3-2][2-25][2-26]**

The material topic priorities in this sustainability report remain unchanged from the previous year. Management has reviewed and concluded that the material topics are still considered relevant. In determining material topics, the Company takes into account current issues related to our business, the sustainability context, stakeholder concerns, the impact of material topics on the Company and stakeholders, as well as their contribution to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs).

Prioritas topik material dalam laporan keberlanjutan ini tidak mengalami perubahan dari tahun sebelumnya. Manajemen menelaah bahwa topik material masih dianggap relevan. Dalam menentukan topik material, Perusahaan mempertimbangkan isu-isu terkini terkait bisnis kami, konteks keberlanjutan, perhatian pemangku kepentingan, dampak topik material bagi Perusahaan dan pemangku kepentingan, serta dukungan pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB).

List of Material Topics
Daftar Topik Material

No.	Material Topics Topik Material	Significant Issues Isu Penting
1	Sustainable Supply Chain Rantai Pasok Berkelanjutan	• Fulfillment of quality and certified raw material supply • ESG aspect assessment of suppliers • Pemenuhan pasokan bahan baku yang berkualitas dan tersertifikasi • Penilaian aspek ESG terhadap pemasok
2	Customer Health and Safety Keselamatan dan Kesehatan Pelanggan	• Innovation and development of healthier products • Quality control • Inovasi dan pengembangan produk yang lebih sehat • Kontrol mutu yang ketat
3	Human Resources Training and Development Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia	• Equal opportunity for employees to receive training • Enhancing employee skills • Kesempatan yang setara bagi setiap karyawan untuk mendapatkan pelatihan • Peningkatan keterampilan dan kompetensi karyawan
4	Strengthening Meaningful Contribution to Society Menguatkan Kontribusi Bermakna untuk Masyarakat	Contributing towards society Kontribusi terhadap kemajuan sosial masyarakat sekitar
5	Energy Management Pengelolaan Energi	• Energy consumption • Efforts to reduce energy consumption • Konsumsi energi • Upaya pengurangan konsumsi energi

No.	Material Topics Topik Material	Significant Issues Isu Penting
6	Waste Management Pengelolaan Limbah	• Waste reduction efforts • Waste management • Upaya pengurangan limbah • Pengelolaan limbah

Stakeholder Engagement

Pelibatan Pemangku Kepentingan [E.4][2-29]

MBA operates not only with a profit-driven approach but is also committed to fulfilling stakeholder expectations, particularly in ESG management. The Company consistently applies responsible business principles in alignment with its Corporate Code of Ethics, which serves as the main guideline for all business activities.

Dalam menjalankan operasional bisnisnya, MBA tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga berkomitmen untuk memenuhi harapan para pemangku kepentingan, terutama dalam pengelolaan aspek ESG. Perusahaan secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip usaha yang bertanggung jawab, sejalan dengan Kode Etik Perusahaan sebagai pedoman utama dalam menjalankan seluruh aktivitas bisnis.

We strive to build strong and lasting relationships with all stakeholders. Through our engagement approaches, we aim to create shared value that not only contributes to business success but also supports sustainability and the well-being of the communities and environments in which we operate.

Kami senantiasa berupaya untuk membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan seluruh pemangku kepentingan. Melalui pendekatan-pendekatan yang dilakukan, kami berupaya untuk menciptakan nilai bersama yang tidak hanya berkontribusi pada kesuksesan bisnis, tetapi juga mendukung keberlanjutan dan kesejahteraan bagi masyarakat dan lingkungan di sekitar kami.

Stakeholders Pemangku Kepentingan	Relationship with the Company Hubungan dengan Perusahaan	Approach Method and Frequency Metode Pendekatan dan Frekuensi	Significant Issues and Concerns Isu Signifikan dan Perhatian
Investor and Shareholders Investor dan Pemegang Saham	Highest position in governance structure that has the rights and is expecting benefits from the investment Bagian tertinggi dalam struktur tata kelola yang memiliki hak dan pihak yang berkepentingan mendapatkan hasil dari investasinya	• Organizing GMS, at least once a year year • Publishing annual report, once a year • Publishing sustainability report, once a year • Publishing financial statements, 4 times a year • Conducting public expose, once a year • Mengadakan RUPS, satu tahun sekali • Menerbitkan laporan tahunan, minimal satu tahun sekali • Menerbitkan laporan keberlanjutan, satu tahun sekali • Menerbitkan laporan keuangan, 4 kali setahun • Melaksanakan paparan publik, satu tahun sekali	• Compliance • Economic performance • Environmental, social and governance (ESG) performance • Kepatuhan • Kinerja ekonomi • Kinerja pengelolaan lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG)

Stakeholders Pemangku Kepentingan	Relationship with the Company Hubungan dengan Perusahaan	Approach Method and Frequency Metode Pendekatan dan Frekuensi	Significant Issues and Concerns Isu Signifikan dan Perhatian
Customers and Consumers Pelanggan dan Konsumen	Important drivers for business development Penunjang pertumbuhan usaha	• Providing customer service center • Interacting through employees in our stores • Interacting through website and social media • Provide exciting offer and loyalty program • Customer interaction was done in a continuous manner • Menyediakan *customer service center* • Interaksi melalui karyawan di gerai kami • Interaksi melalui *website* dan media sosial • Menyediakan diskon dan *loyalty program* • Interaksi dengan pelanggan dilakukan secara terus menerus	• Product quality • Brand, labeling, and product safety • Availability and price of the product • Customer service • Privacy policy and data security • Continuity of the products/stores. • Kualitas produk. • Merek, pelabelan, dan keamanan produk • Ketersediaan dan harga produk • Layanan pelanggan • Kebijakan privasi dan keamanan data • Keberlangsungan dari produk/gerai
Government and Regulator Pemerintah dan Badan Regulasi	The Company complies with every regulation issued by the government/ regulator and participates in developing the nation Perusahaan menaati setiap ketentuan yang dikeluarkan pemerintah/badan regulasi dan berperan dalam pembangunan bangsa	• Complying with the regulation • Paying taxes, in a timely manner • Responding to every mail, survey, or audit, based on request • Mematuhi peraturan • Membayar wajib pajak tepat waktu • Memberikan respons untuk setiap surat, survei, maupun audit sesuai permintaan	Compliance and fulfillment of obligations as per applicable regulations Kepatuhan dan pemenuhan kewajiban sesuai regulasi yang berlaku
Employees Karyawan	Company asset that must be managed for business continuity Aset perusahaan yang harus dikelola demi keberlanjutan usaha	• Renewal of company regulation every 2 years • Employee development discussion, at least once a year • Online appraisal system, at least once a year • Whistleblowing system, as needed • Facilitate informal employee meetings (Staff Day, sports club, etc.), at least once a year • Pembaharuan Peraturan Perusahaan setiap 2 tahun sekali • Diskusi pengembangan karyawan, minimal 1 kali setahun • *Online appraisal system*, minimal 1 kali setahun • *Whistleblowing system*, sesuai kebutuhan • Memfasilitasi pertemuan informal karyawan (*Staff Day*, klub olahraga, dan lain-lain), minimum sekali setahun	• Employment Practices • Employee welfare • Occupational Health and Safety (OHS) • Training and career development • Praktik Ketenagakerjaan • Kesejahteraan karyawan • Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) • Pelatihan dan pengembangan karier

Stakeholders Pemangku Kepentingan	Relationship with the Company Hubungan dengan Perusahaan	Approach Method and Frequency Metode Pendekatan dan Frekuensi	Significant Issues and Concerns Isu Signifikan dan Perhatian
Suppliers Pemasok	Important towards business continuity Penting dalam mendukung kelancaran usaha.	Organize coordination meetings based on request Rapat koordinasi sesuai kebutuhan	Transparency of tenders and contracts Transparansi tender dan kontrak kerja
Brand Principal Pemilik *Brand*		Organize coordination meetings based on request Rapat koordinasi sesuai kebutuhan	Long-term and sustainable cooperation, according to mutually agreed terms. Kerja sama jangka panjang dan berkelanjutan, sesuai ketentuan yang telah disepakati Bersama
Community/ Public Komunitas/ Masyarakat	The Company's existence in the community must provide positive impacts to establish a harmonious relationship. Keberadaan Perusahaan di tengah masyarakat harus memberi dampak positif untuk menciptakan hubungan yang harmonis.	• Publishing sustainability report, once a year • Carrying out social activities based on request • Menerbitkan laporan keberlanjutan, 1 kali setahun • Menjalankan program kegiatan sosial sesuai kebutuhan	Build harmonious relationships with local communities, and deliver benefits to them Membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat setempat, dan memberikan manfaat bagi mereka
Property Owner Pemilik Bangunan	Important towards business continuity Penting dalam mendukung kelancaran usaha.	Organize coordination meetings based on request Rapat koordinasi sesuai kebutuhan	Mutually beneficial cooperation contract/lease of stores Kontrak kerja sama/sewa menyewa lokasi gerai yang saling menguntungkan
Media	A means for disseminating information, publication/ disclosure Sebagai sarana komunikasi, publikasi/ keterbukaan informasi	Sending press releases to the media for each Corporate Action based on request Mengirimkan siaran pers kepada media untuk setiap Aksi Perusahaan sesuai kebutuhan	Information disclosure Keterbukaan informasi

Embedding Sustainability Principles Within the Company

Membudayakan Prinsip Keberlanjutan di Internal Perusahaan [F.1]

As a concrete step, MBA is committed to integrating sustainability principles into its corporate culture, ensuring that every employee at all organizational levels adopts these values. This approach includes continuous education, specialized training, and raising awareness about the importance of sustainability in every decision and action. MBA ensures that all employees comply with applicable regulations and adhere to ethical, fair, and responsible business practices. Employees' actions are consistently guided by the highest standards of integrity and transparency, as outlined in the Company's Code of Ethics.

Sebagai langkah nyata, MBA berkomitmen untuk menjadikan prinsip keberlanjutan sebagai bagian integral dari budaya kerja, yang diterapkan oleh setiap karyawan di semua level organisasi. Pendekatan ini mencakup edukasi berkelanjutan, pelatihan khusus, dan penguatan kesadaran tentang pentingnya keberlanjutan dalam setiap keputusan dan tindakan. MBA memastikan bahwa seluruh karyawan mematuhi peraturan yang berlaku serta menerapkan praktik usaha yang etis, adil, dan bertanggung jawab. Setiap tindakan yang dilakukan oleh karyawan senantiasa berpedoman pada standar tertinggi integritas dan transparansi sebagaimana yang diatur dalam Kode Etik Perusahaan.

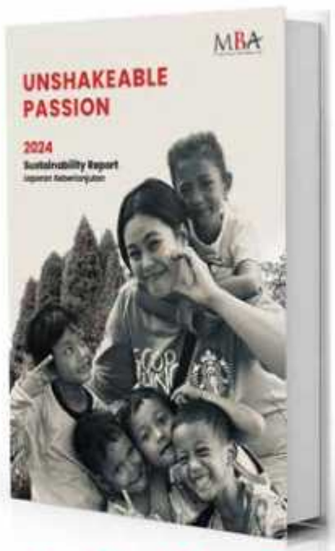
The Code of Ethics serves as a guideline for all management and employees in carrying out their responsibilities ethically and responsibly. It governs relationships between employees and all stakeholders, ensuring that every action aligns with the Company's values and shared interests. The primary objective of the Code of Ethics is to foster a work culture that upholds integrity, transparency, and accountability. The key principles of our Code of Ethics include:

- Respecting cultural diversity and equal employment opportunities;
- Maintaining Company confidentiality;
- Upholding integrity;
- Implementing workplace safety and health measures;
- Committing to environmental responsibility; and
- Proper utilization of Company assets.

Kode Etik merupakan pedoman bagi seluruh jajaran manajemen dan karyawan dalam menjalankan tugasnya secara etis dan bertanggung jawab. Kode Etik mengatur hubungan antara karyawan dengan seluruh pemangku kepentingan, memastikan bahwa setiap tindakan selaras dengan nilai-nilai perusahaan dan kepentingan bersama. Tujuan utama dari Kode Etik adalah untuk menciptakan budaya kerja yang menjunjung tinggi integritas, transparansi, dan akuntabilitas. Pokok-pokok Kode Etik yang kami terapkan adalah:

- Menghormati budaya dan peluang kerja yang setara;
- Menjaga kerahasiaan Perusahaan;
- Menjaga integritas;
- Menerapkan keselamatan dan kesehatan lingkungan kerja;
- Menerapkan komitmen tanggung jawab terhadap lingkungan; serta
- Penggunaan aset Perusahaan.

About the Sustainability Report
Tentang Laporan Keberlanjutan



Unshakable Passion

The year 2024 was a challenging period for PT Map Boga Adiperkasa Tbk (MBA) due to the boycott of one of our brands, which impacted the Company's performance. In the midst of this situation, MBA remained steadfast in conducting business responsibly by managing environmental, social, and governance (ESG) aspects and integrating sustainability principles in its operation activities to provide long-term value for stakeholders. MBA's unyielding spirit and strong commitment are reflected in various strategic steps taken, as well as manifested through ongoing contributions to social responsibility programs as part of its support for the Sustainable Development Goals (SDGs). By adhering to the principles of good corporate governance (GCG), MBA strives to overcome these challenges with an open attitude, continues to learn, and strives to have a positive impact on society and stakeholders. 'Unshakable Passion' emphasizes the resilience that not only survives, but also makes every challenge an opportunity to grow stronger and continue to move forward with unshakable conviction.

Tahun 2024 menjadi periode penuh tantangan bagi PT Map Boga Adiperkasa Tbk (MBA) akibat aksi boikot terhadap salah satu merek kami, yang berdampak pada kinerja Perusahaan. Di tengah situasi ini, MBA tetap teguh menjalankan bisnis secara bertanggung jawab dengan mengelola aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) serta mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam kegiatan operasionalnya, demi memberikan nilai jangka panjang bagi para pemangku kepentingan. Semangat pantang menyerah dan komitmen kuat MBA tercermin dalam berbagai langkah strategis yang diambil, sekaligus diwujudkan melalui kontribusi berkelanjutan dalam program tanggung jawab sosial sebagai bagian dari dukungan terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Dengan berpegang pada prinsip *good corporate governance* (GCG), MBA berusaha melewati tantangan ini dengan sikap terbuka, terus belajar, dan berupaya memberikan dampak positif bagi masyarakat serta pemangku kepentingan. '*Unshakable Passion*' menegaskan keteguhan yang tidak hanya sekadar bertahan, tetapi juga menjadikan setiap tantangan sebagai peluang untuk tumbuh lebih kuat dan terus melangkah maju dengan keyakinan yang tak tergoyahkan.

Forward Looking Statements

PT Map Boga Adiperkasa Tbk, hereinafter referred to as "MBA," "the Company," or "we," has prepared the 2024 Sustainability Report as a form of accountability for the Company's performance during the period from January 1 to December 31, 2024. This report contains information on the Company's performance, including plans, projections, strategies, and established objectives. It is important to understand that forward-looking statements in this Sustainability Report involve a degree of uncertainty and risk. Unpredictable internal and external factors may significantly impact the Company's actual performance. Therefore, the Company advises readers to recognize that the projections presented are speculative and should not be considered guarantees of the Company's future performance.

Pernyataan Pandangan Masa Depan

PT Map Boga Adiperkasa Tbk yang selanjutnya disebut "MBA", "Perusahaan", atau "kami" menyusun Laporan Keberlanjutan 2024 sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kinerja Perusahaan selama periode 1 Januari hingga 31 Desember 2024. Laporan ini memuat informasi mengenal kinerja Perusahaan termasuk rencana, proyeksi, strategi, dan tujuan yang telah ditetapkan. Perlu dipahami bahwa pernyataan mengenai masa depan yang sebagaimana tertuang dalam Laporan Keberlanjutan ini mengandung sejumlah risiko ketidakpastian. Faktor-faktor internal maupun eksternal yang tidak dapat diprediksi dapat berdampak signifikan terhadap kinerja aktual Perusahaan. Dengan demikian, Perusahaan menghimbau pembaca untuk memahami bahwa proyeksi yang disampaikan bersifat spekulatif dan tidak dapat dijadikan jaminan atas pencapaian kinerja Perusahaan di masa mendatang.

This Sustainability Report presents information on the management of environmental, social, and governance (ESG) aspects, as well as the economic performance of all entities within PT Map Boga Adiperkasa Tbk for the period from January 1 to December 31, 2024. The data in this report is consolidated from all outlets unless stated otherwise. This report is published annually and follows the previous report issued on April 30, 2024. The report is prepared in accordance with the Financial Services Authority (OJK) Regulation No. 51/POJK.03/2017 and OJK Circular Letter No. 16/SEOJK.04/2021, with reference to the Global Reporting Initiative (GRI) Standards and the World Economic Forum (WEF) framework. **[2-2]**

Laporan keberlanjutan ini menyajikan informasi terkait pengelolaan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG), serta kinerja ekonomi dari seluruh entitas PT Map Boga Adiperkasa Tbk untuk periode 1 Januari hingga 31 Desember 2024. Data yang dimuat dalam laporan ini diperoleh melalui konsolidasi seluruh gerai, kecuali dinyatakan lain. Laporan ini diterbitkan setiap tahunnya serta merupakan kelanjutan dari laporan tahun sebelumnya yang diterbitkan pada 30 April 2024. Penyusunan laporan dilakukan dengan mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 51/POJK.03/2017 dan Surat Edaran OJK (SEOJK) No. 16/SEOJK.04/2021, serta merujuk pada (*with reference to*) Standar Global Reporting Initiative (GRI) dan World Economic Forum (WEF). **[2-2]**

No information has been restated in this report. For this reporting period, MBA has not yet engaged external parties for assurance. All information contained in this report has undergone a rigorous validation process by management and has been approved by the Board of Commissioners and Directors. Meanwhile, the financial data presented is the result of a consolidated audit conducted by a Public Accounting Firm. **[G.1][2-4][2-5]**

Tidak ada informasi yang disajikan kembali dalam laporan ini. Pada periode laporan ini, MBA belum melibatkan pihak eksternal untuk melakukan penjaminan (*assurance*) atas laporan ini. Seluruh informasi yang tercantum dalam laporan ini telah melalui proses validasi yang ketat oleh manajemen dan telah mendapat persetujuan dari Dewan Komisaris serta Direksi. Sementara itu, data keuangan yang tercantum merupakan hasil konsolidasi yang telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik. **[G.1][2-4][2-5]**

Response to Feedback on the Previous Report

Tanggapan terhadap Umpan Balik Laporan Sebelumnya [G.3]

The Company provided a feedback form in the 2023 Sustainability Report. During 2024, the Company did not receive any completed feedback forms. In the 2024 Sustainability Report, the Company once again provides a feedback form to allow all stakeholders to share their input. The feedback form or any inquiries regarding the sustainability report can be directed to:

Perusahaan menyediakan lembar umpan balik pada Laporan Keberlanjutan tahun 2023. Sepanjang tahun 2024, Perusahaan tidak menerima formulir umpan balik yang dikirimkan kepada Perusahaan. Pada Laporan Keberlanjutan 2024, Perusahaan kembali menyediakan lembar umpan balik yang memberikan ruang bagi seluruh pemangku kepentingan untuk memberikan masukan. Lembar umpan balik tersebut atau pertanyaan mengenai laporan keberlanjutkan dapat ditujukan kepada:

Report-Related Contact
Kontak Laporan [2-3]

Corporate Secretary | Sekretaris Perusahaan
27th Floor, Sahid Sudirman Center,
Jl. Jend. Sudirman Kav. 86,
Jakarta 10220, Indonesia.
Email | Surel: corporatesecretary@mbai.co.id
Phone | Telepon: +62-21-8064 8567





ECONOMIC PERFORMANCE

KINERJA EKONOMI

Net Revenues
Laba Bersih

Rp3,228 billion | miliar



Sustainable Business Practices
Praktik Bisnis Berkelanjutan

MBA continues to strive for optimal achievement of economic performance targets. This effort is realized through financial gains that not only add value to the Company but also generate positive impacts on the surrounding community and environment, in line with the triple bottom line principle, which encompasses profit, people, and planet.

MBA terus berupaya mencapai target-target kinerja ekonomi secara optimal. Upaya ini diwujudkan melalui pencapaian keuntungan finansial yang tidak hanya memberikan nilai tambah bagi Perusahaan, namun juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar dan lingkungan, yang sejalan dengan prinsip *triple bottom line* yang mencakup *profit*, *people*, dan *planet*.

MBA's commitment to sustainability is evident through various forms of economic benefit distribution. The Company consistently provides incentives to employees as a form of appreciation for their contributions, distributes dividends to shareholders as part of its responsibility to investors, implements initiatives to support environmental preservation, and carries out social programs to improve the well-being of local communities.

Upaya MBA dalam mendukung keberlanjutan terlihat dari berbagai bentuk distribusi manfaat ekonomi. Perusahaan secara konsisten memberikan insentif kepada karyawan sebagai bentuk penghargaan atas kontribusi mereka, membagikan dividen kepada pemegang saham sebagai wujud tanggung jawab terhadap investor, mengimplementasikan berbagai inisiatif untuk mendukung pelestarian lingkungan, serta menjalankan berbagai program sosial untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas sekitar.

Moreover, MBA actively participates in national development efforts by ensuring compliance with tax obligations. Through these contributions, MBA focuses not only on financial profitability but also on creating long-term positive impacts for all stakeholders and the environment.

Selain itu, MBA juga secara aktif terlibat dalam aksi pembangunan nasional dengan memastikan kepatuhan dalam pembayaran pajak kepada pemerintah. Melalui kontribusi tersebut, MBA tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan semata, namun juga menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan dan lingkungan.

Economic Performance
Pencapaian Kinerja Ekonomi

In 2024, the Company faced challenges that led to a decline in revenue. Total Company revenue decreased by 19.3% to Rp3,228 billion, compared to the previous year's Rp3,999 billion. The primary factor contributing to this decline was the drop in sales of one of our managed beverage brands, Starbucks, due to the impact of a boycott movement.

Pada tahun 2024, Perusahaan menghadapi tantangan yang berdampak pada penurunan pendapatan. Total pendapatan Perusahaan tercatat mengalami penurunan sebesar 19,3% menjadi Rp3.228 miliar, dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai Rp3.999 miliar. Faktor utama yang mempengaruhi penurunan ini adalah berkurangnya penjualan pada salah satu *brand* minuman yang kami kelola, yakni Starbucks akibat dampak aksi boikot.

In response, the Company firmly states that we are not involved in any ongoing geopolitical tensions. Our main focus remains on delivering the best service to customers while prioritizing support for local communities and products.

Menyikapi kondisi tersebut, Perusahaan dengan tegas menyatakan bahwa kami tidak terlibat dalam ketegangan geopolitik yang sedang berlangsung. Fokus utama kami akan tetap diarahkan pada pelayanan terbaik kepada pelanggan, serta memberikan kontribusi kepada masyarakat dan produk lokal.

Economic Performance 2024 (Rp billion)
Kinerja Ekonomi Tahun 2024 (Rp miliar) **[F.2][F.3]**

Description Uraian	2024	2023	2022
Net Revenues | Laba Bersih	3,228	3,999	3,437
Gross Profit | Laba Kotor	2,252	2,760	2,352
Operating Income (Loss) Laba (Rugi) Usaha	(95)	171	219
EBITDA	496	751	729
Net Income (Loss) | Laba (Rugi) Bersih	(146)	105	135

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

Description Uraian	2024	2023	2022
Generated Economic Values | Nilai Ekonomi yang Dihasilkan			
Revenues Pendapatan	3,228.1	3,999.4	3,437.1
Distributed Economic Values | Nilai Ekonomi yang Didistribusikan			
Cash Paid to Suppliers and for Other Operating Expenses Pembayaran Kas kepada Pemasok dan untuk Beban Operasional Lainnya	2,309.4	2,921.9	2,418.9
Cash Paid to Employees Pembayaran Kas kepada Karyawan	677.1	732.2	604.6
Income Tax Paid | Pembayaran Pajak Penghasilan	27.9	39.5	9.2
Income Tax Restitution Received Penerimaan Restitusi Pajak Penghasilan	1.1	8.5	32.6

Further details regarding the Company's economic performance are available in the PT MAP Boga Perkasa Tbk 2024 Annual Report.

Informasi lebih lengkap terkait kinerja ekonomi Perusahaan disajikan pada Laporan Tahunan PT MAP Boga Perkasa Tbk 2024.

To restore economic performance, we have implemented various strategies, such as implementing cost efficiency measures by implementing operational expenses efficiencies, reevaluating new store openings, ensuring that only highly strategic locations are considered for expansion, and closely monitoring the performance of existing stores.

One of which is leveraging major holiday celebrations such as Christmas and New Year by offering special promotions, themed product packages, and festive hampers. Additionally, we continue the Company's initiatives by participating in entertainment events such as international artist concerts, where we provide mobile service outlets at event venues. Furthermore, the Company has collaborated with various thrid party to create exclusive menus or merchandise for our customers.

Untuk memulihkan kinerja ekonomi, kami telah melaksanakan berbagai strategi seperti melakukan efisiensi dari penggunaan biaya operasional, meninjau kembali pembukaan gerai-gerai baru dimana Perusahaan hanya akan membuka gerai baru di lokasi yang sangat strategis, serta secara cermat mengawasi performa dari gerai-gerai yang sudah beroperasi.

Langkah lainnya yang dilakukan, adalah memanfaatkan momen perayaan hari besar seperti momen perayaan Hari Raya Natal dan Tahun Baru (Nataru) dengan menawarkan berbagai program dan produk spesial, serta paket dan *hampers* tematik. Lebih lanjut, kami meneruskan inisiatif pendekatan pelanggan dengan hadir di berbagai aktivitas hiburan seperti konser artis mancanegara dengan menghadirkan layanan mobile service di lokasi acara. Selain itu, Perusahaan juga melakukan kolaborasi dengan berbagai pihak ketiga untuk menciptakan menu atau *merchandise* eksklusif untuk pelanggan kami.

Supply Chain Management
Manajemen Rantai Pasok

The supply chain plays a crucial role in ensuring the smooth provision of goods and services, such as raw materials for food and beverages, packaging, finished products, and merchandise. Supply chain management is also implemented by integrating sustainability principles into every aspect of its operations. Additionally, various services obtained through the supply chain—such as consulting, auditing, cleaning, and logistics—are also part of the process that supports operational efficiency. **[3-3]**

Rantai pasokan memiliki peran penting dalam mendukung penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan dengan lancar, seperti bahan baku untuk makanan dan minuman, kemasan, produk jadi, serta merchandise. Manajemen rantai pasokan juga diterapkan dengan mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam setiap aspek operasionalnya. Selain itu, berbagai jasa yang diperoleh melalui rantai pasokan, seperti konsultan, audit, kebersihan, dan logistik juga menjadi bagian dari proses yang mendukung kelancaran operasional. **[3-3]**

The Company ensures that all suppliers receive fair and equal treatment by enforcing compliance with applicable quality standards and other relevant criteria, including reasonable pricing, safety aspects, and timely delivery and task completion. The Company also requires all suppliers of raw materials or finished food products to hold two certifications:

1. ISO:22000 Food Safety Management, which includes the Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) system to ensure food safety at all times.
2. ISO:9001 Quality Management System, which guarantees that suppliers consistently provide products that meet established standards.

Perusahaan memastikan bahwa seluruh pemasok mendapatkan perlakuan adil dan setara, dengan menegakkan kepatuhan terhadap standar kualitas dan standar lainnya yang berlaku, kriteria harga yang wajar, aspek keamanan, serta ketepatan waktu pengiriman dan penyelesaian tugas. Perusahaan juga mewajibkan seluruh pemasok bahan baku atau makanan jadi untuk memiliki dua sertifikasi, yakni:

1. ISO:22000 Manajemen Keamanan Pangan yang di dalamnya mencakup *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP) untuk selalu menjamin keamanannya bahan pangan.
2. ISO:9001 Sistem Manajemen Mutu, yang menjamin pemasok kami untuk selalu memberikan produk yang sesuai standar.



SOCIAL PERFORMANCE

KINERJA SOSIAL

42.8%

Percentage of Female Employees
Persentase Karyawan Perempuan

30%

Percentage of Women in the Board of Directors and Board of Commissioners
Persentase Perempuan dalam Jajaran Direksi dan Dewan Komisaris

18,349 hours | jam

Total Voluntary Hours
Jumlah Waktu Kerelawanan





Employment Practices
Praktik Ketenagakerjaan

Employees are one of the key pillars supporting the Company's operations and business growth. Therefore, the Company strives to have a positive impact on all employees, both directly and indirectly. These efforts are realized through fair and effective human resource management, covering aspects of well-being, capacity development, and an inclusive work environment. We also ensure the maintenance of harmonious labor relations by complying with applicable regulations and implementing a fair management system.

Karyawan merupakan salah satu pilar yang mendukung keberlangsungan operasional dan pertumbuhan bisnis Perusahaan. Oleh karena itu, Perusahaan berupaya untuk memberikan dampak positif kepada seluruh karyawan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Upaya tersebut diwujudkan pengelolaan sumber daya manusia dengan baik dan adil, mencakup aspek kesejahteraan, pengembangan kapasitas, serta lingkungan kerja yang inklusif. Kami juga memastikan terjaganya hubungan kerja yang harmonis dengan mematuhi ketentuan yang berlaku serta menerapkan sistem manajemen yang adil.

Employee Composition
Komposisi Karyawan [2-7][2-8][405-1]

As of 2024, the Company has 7,074 employees, consisting of 4,044 male employees and 3,030 female employees.

Hingga tahun 2024, Perusahaan memiliki 7.074 karyawan, terdiri dari 4.044 karyawan pria dan 3.030 karyawan perempuan.

Number of Employees by Employment Status and Gender
Jumlah Karyawan Berdasarkan Status Kepegawaian dan Gender

Employment Status Status Kepegawaian	Gender	2024		2023		2022	
		Total Jumlah	%	Total Jumlah	%	Total Jumlah	%
Permanent Employees Karyawan Permanen	Male Pria	1,692	57	1,762	58	1,578	57
	Female Perempuan	1,259	43	1,297	42	1,169	43
	Total Jumlah	**2,951**	**100**	**3,059**	**100**	**2,747**	**100**
Non-Permanent Employees Karyawan Non-Permanen	Male Pria	2,352	57	2,901	57	2,788	57
	Female Perempuan	1,771	43	2,204	43	2,146	43
	Total Jumlah	**4,123**	**100**	**5,105**	**100**	**4,934**	**100**
Total Employees Jumlah Karyawan		**7,074**		**8,164**		**7,681**	

Number of Employees by Gender and Position Level [405-1]
Jumlah Karyawan Berdasarkan Gender dan Tingkat Jabatan

Position Level Tingkat Jabatan	2024				2023				2022			
	Male Pria	%	Female Perempuan	%	Male Pria	%	Female Perempuan	%	Male Pria	%	Female Perempuan	%
Staff – Assistant Manager	3,948	57	2,944	43	4,559	57	3,406	43	4,276	57	3,222	43
Manager – Sr. Division Manager	93	53	81	47	96	52	87	48	83	49	86	51
General Manager – Group Chief/ Head	3	38	5	62	8	50	8	50	7	50	7	50
Total Jumlah	**4,044**	**57**	**3,030**	**43**	**4,663**	**57**	**3,501**	**43**	**4,366**	**57**	**3,315**	**43**

Number of Employees by Gender and Age Group [405-1]
Jumlah Karyawan Berdasarkan Gender dan Kelompok Usia

Age Group (Years) Kelompok Usia (Tahun)	2024			2023			2022		
	Male Pria	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Pria	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Pria	Female Perempuan	Total Jumlah
<21	224	249	473	342	389	731	379	436	815
21 – 30	3,126	2,376	5,502	3,652	2,718	6,370	3,401	2,548	5,951
31 – 40	610	356	966	585	342	927	514	289	803
41 – 50	78	45	123	76	48	124	65	38	103
51 – 56	4	4	8	4	3	7	3	3	6
>56	2	0	2	4	1	5	2	1	3
Total Jumlah	**4,044**	**3,030**	**7,074**	**4,663**	**3,501**	**8,164**	**4,366**	**3,315**	**7,681**

Number of Employees by Education Level
Jumlah Karyawan Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Education Level Jenjang Pendidikan	2024	2023	2022
Elementary, Junior High, or Senior High SD, SMP, atau SMA	6,084	7,064	6,592
Diploma	319	391	421
Undergraduate Sarjana	664	697	650
Postgraduate Pascasarjana	7	12	18
Total Jumlah	**7,074**	**8,164**	**7,681**

Recruitment and Employee Turnover Rate

Rekrutmen dan Tingkat Perputaran Karyawan [401-1]

The Company conducts a fair, transparent, and non-discriminatory recruitment process. Job vacancy information is widely shared through official brand social media platforms, such as LinkedIn and job portal websites. We ensure equal access for all job candidates. During 2024, the 1,216 new employees were recruited. This recruitment effort has significantly contributed to reducing unemployment and fostering economic growth in areas near the Company's operational locations. As part of its hiring process, MBA prioritizes local community empowerment, particularly for positions directly related to store operations. However, in 2024, the Company recorded an employee turnover rate of 10.74%.

Perusahaan melaksanakan proses rekrutmen secara adil, transparan, dan bebas diskriminasi. Informasi lowongan pekerjaan disampaikan secara luas melalui media sosial resmi setiap brand, seperti LinkedIn dan situs lowongan kerja. Kami memastikan akses yang setara bagi semua calon karyawan. Sepanjang tahun 2024, Perusahaan telah merekrut 1.216 karyawan baru. Upaya perekrutan ini berkontribusi nyata dalam mengurangi tingkat pengangguran dan mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah sekitar operasional Perusahaan. Hal tersebut dikarenakan dalam proses rekrutmen tenaga kerja, MBA berupaya mengutamakan pemberdayaan masyarakat lokal, khususnya untuk posisi tertentu yang berhubungan langsung dengan operasional gerai. Namun demikian, pada tahun 2024, Perusahaan mencatat tingkat perputaran karyawan mencapai 10,74%.

Number of New Employees by Age Group and Gender
Jumlah Karyawan Baru Berdasarkan Kelompok Usia dan Gender

Age Group (Years) Kelompok Usia (Tahun)	2024		2023		2022	
	Male Pria	Female Perempuan	Male Pria	Female Perempuan	Male Pria	Female Perempuan
<21	151	166	277	331	303	361
21 – 30	485	398	1,301	953	1,365	951
31 – 40	8	3	22	9	44	13
41 – 50	2	1	2	2	2	-
>50	1	1	2	0	-	-
Total Jumlah	**647**	**569**	**1,604**	**1,295**	**2,008**	**1,583**

Diversity and Equal Employment Opportunities

Keberagaman dan Kesetaraan Kesempatan Kerja

We believe that diversity is a strength that enhances creativity, team dynamics, innovation, collaboration, and unique perspectives that drive the Company's progress. The Company upholds Human Rights (HR) principles and ensures equal opportunities for all employees by fostering an inclusive work environment where everyone is valued and treated fairly—regardless of physical attributes, gender, background, religion, ethnicity, race, age, education level, or other discriminatory factors. This commitment is reflected in the absence of any human rights violations or discrimination incidents in 2024. [F.18][406-1]

Kami meyakini bahwa keberagaman merupakan kekuatan yang dapat memperkaya kreativitas dan dinamika tim, mendorong inovasi, meningkatkan kolaborasi, serta menghasilkan pemikiran unik yang bermanfaat bagi kemajuan Perusahaan. Perusahaan menerapkan prinsip penghormatan terhadap Hak Asasi Manusia (HAM) serta memberikan kesempatan setara kepada seluruh karyawan dengan menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, di mana setiap individu dihargai dan diperlakukan secara adil tanpa memandang fisik, gender, latar belakang, agama, suku, ras, usia, tingkat pendidikan, maupun faktor diskriminasi lainnya. Hal ini dibuktikan dengan tidak terdapat sanksi terkait pelanggaran HAM maupun insiden diskriminasi yang terjadi pada tahun 2024. [F.18][406-1]

MBA has also established Company Regulations (PP) that govern various important aspects of employment relations, such as working hours, leave policies, occupational health and safety, medical treatment, and employee benefits. These regulations also cover policies on remuneration, allowances, social assistance, workplace discipline, and types of violations and sanctions that may be imposed. To ensure compliance with current laws, these regulations are updated every two years and approved by the Ministry of Manpower of the Republic of Indonesia. As a commitment to transparency, all employees are given access to these regulations, which clearly outline their rights and responsibilities.

MBA juga telah memiliki Peraturan Perusahaan (PP) yang mengatur berbagai aspek penting dalam hubungan kerja, seperti jam kerja, cuti, kesehatan dan keselamatan kerja, serta pengobatan dan perawatan. Selain itu, PP ini juga mencakup kebijakan mengenai remunerasi, tunjangan, bantuan sosial, tata tertib kerja, serta jenis pelanggaran dan sanksi yang dapat diterapkan. Untuk memastikan relevansi dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku, PP ini diperbaharui setiap dua tahun sekali dan disahkan oleh Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. Sebagai bentuk transparansi, seluruh karyawan Perusahaan diberikan akses terhadap PP yang memuat hak dan kewajibannya secara jelas dan transparan.

The Company strictly complies with labor regulations, including the prohibition of child labor, forced labor, and human trafficking. As part of its recruitment policy, MBA only employs individuals who have met the minimum legal working age of 17 years, in accordance with applicable laws. We firmly prohibit any restriction on employees' freedom or coercive actions, such as withholding passports, valuable belongings, or issuing threats that could impact individual rights. Any practice involving coercion, threats, or other legal violations will not be tolerated within the Company. [F.19][408-1][409-1]

Perusahaan juga telah mematuhi peraturan ketenagakerjaan yang berlaku, termasuk melarang secara tegas praktik eksploitasi atau pekerja anak, kerja paksa, serta perdagangan manusia. Sebagai bagian dari kebijakan rekrutmen, MBA hanya mempekerjakan individu yang telah memenuhi batas usia minimum, yakni 17 tahun, sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Kami menegaskan larangan terhadap segala bentuk pembatasan kebebasan karyawan atau mitra kerja, termasuk tidak melakukan tindakan seperti penahanan paspor, barang berharga, atau pemberian ancaman yang dapat memengaruhi hak kebebasan individu. Seluruh praktik yang melibatkan pemaksaan, ancaman, atau pelanggaran hukum lainnya tidak akan ditoleransi di lingkungan kerja Perusahaan. [F.19] [408-1][409-1]

Furthermore, the Company ensures that all individuals working at MBA, including foreign workers, possess official and complete documents such as passports, visas, and Temporary Stay Permits (KITAS) to verify that they are in the workplace legally and without coercion. MBA does not employ or harbor undocumented workers who lack proper legal documentation.

Selain itu, Perusahaan memastikan bahwa seluruh individu yang bekerja di MBA, termasuk warga negara asing, memiliki dokumen resmi dan lengkap seperti paspor, visa, serta Kartu Izin Tinggal Terbatas (KITAS) yang membuktikan bahwa mereka berada di wilayah kerja dengan cara yang sah dan tanpa paksaan. MBA tidak akan mempekerjakan atau menampung tenaga kerja ilegal yang tidak memiliki kelengkapan dokumen kewarganegaraan hukum.



Disabled Workers at Starbucks Indonesia Signing Store
Pekerja Disabilitas di Gerai *Signing Store* Starbucks Indonesia

As a tangible commitment to creating a diverse and inclusive work environment, since December 2022, the Company has established the Starbucks Signing Store located at Tata Puri Building, Tanah Abang, Jakarta. In its operations, two-thirds of the employees working at this store are individuals with disabilities, specifically from the deaf and mute community. Their presence in the workplace not only promotes inclusivity but also enriches social interactions through diverse communication methods used in customer service.

Sebagai wujud nyata dari komitmen Perusahaan dalam menciptakan lingkungan kerja yang beragam dan inklusif, sejak Desember 2022, Perusahaan telah menghadirkan gerai Starbucks *Signing Store* yang berlokasi di gedung Tata Puri, Tanah Abang, Jakarta. Dalam operasionalnya, sebanyak 2/3 dari karyawan yang bekerja di gerai ini merupakan penyandang disabilitas, khususnya bagi komunitas tunarungu dan tunawicara. Kehadiran mereka di lingkungan kerja ini tidak hanya menciptakan inklusivitas, namun demikian turut memperkaya interaksi sosial dengan beragam bentuk komunikasi yang digunakan dalam pelayanan pelanggan.



Employee Remuneration and Benefits
Remunerasi dan Tunjangan Karyawan [401-2]

As part of its compensation for employees, MBA provides remuneration, which consists of a base salary and additional benefits. The remuneration system is designed based on the principle of fairness, considering factors such as job level, educational background, and work experience, while ensuring zero discrimination. All employees receive wages that comply with the minimum wage regulations applicable in the respective cities or provinces where the Company operates. Thus, no employee receives a salary below the government-mandated minimum wage. Additionally, the Company ensures that both male and female employees receive remuneration that is not below the applicable Regional Minimum Wage (UMR). **[F.20] [202-1][405-2]**

Sebagai bagian dari imbal jasa kepada karyawan, MBA memberikan remunerasi yang terdiri dari gaji pokok dan tunjangan lainnya. Sistem remunerasi dirancang dengan prinsip keadilan dan didasarkan pada tingkat jabatan, latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, yang sepenuhnya bebas dari segala bentuk diskriminasi. Seluruh karyawan menerima remunerasi sesuai dengan ketentuan upah minimum yang berlaku di setiap kota atau provinsi tempat Perusahaan beroperasi. Dengan demikian, tidak ada karyawan yang menerima upah di bawah standar yang telah ditetapkan pemerintah. Lebih lanjut, Perusahaan memastikan bahwa tidak terdapat karyawan pria dan perempuan yang menerima remunerasi di bawah Upah Minimum Regional (UMR) yang berlaku. **[F.20][202-1][405-2]**

Furthermore, all MBA employees are enrolled in BPJS Kesehatan and BPJS Ketenagakerjaan programs, which cover Old Age Security (JHT) and Pension Security (JP). The Company fully covers the BPJS Kesehatan costs. Meanwhile, for JHT, the Company contributes 3.7%, while employees contribute 2%. For JP, the Company covers 2%, while employees contribute 1%. The Company also provides various additional benefits, including holiday allowances (THR), marriage allowances, and eyeglass allowances for permanent employees, among others. All remuneration and benefit provisions are comprehensively regulated in the Company Regulations and communicated transparently to all employees. **[201-3][401-2]**

Selain itu, seluruh karyawan MBA didaftarkan dalam program BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan, yang mencakup Jaminan Hari Tua (JHT) dan Jaminan Pensiun (JP). Untuk BPJS Kesehatan, biaya sepenuhnya ditanggung oleh Perusahaan. Sementara itu, dalam program JHT, kontribusi sebesar 3,7% ditanggung oleh Perusahaan dan 2% oleh karyawan. Untuk program JP, Perusahaan menanggung 2% sedangkan karyawan menanggung 1%. Perusahaan turut memberikan berbagai tunjangan tambahan di antaranya Tunjangan Hari Raya, serta Tunjangan Menikah dan Tunjangan Kacamata untuk karyawan tetap, dan lain sebagainya. Semua ketentuan remunerasi dan tunjangan ini telah diatur secara rinci dalam Peraturan Perusahaan dan disosialisasikan kepada seluruh karyawan. **[201-3][401-2]**



Employee Capacity Building

Peningkatan Kapasitas Karyawan [F.22][404-1][404-2]

Amidst the intense competition in the retail industry, gaining public trust by providing the best service and shopping experience is a key factor in achieving excellence. Therefore, employee capacity building plays a crucial role in creating a high-quality and skilled workforce. MBA ensures that all employees receive high-quality training focused on excellent service, strengthening customer loyalty to the brands managed by the Company. [3-3]

Di tengah ketatnya persaingan dalam industri ritel, peningkatan kepercayaan publik melalui pemberian pelayanan dan pengalaman berbelanja yang terbaik bagi konsumen menjadi faktor utama untuk mencapai keunggulan. Oleh sebab itu, peningkatan kapasitas karyawan memiliki peran krusial dalam menciptakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul dan berkualitas. MBA memastikan bahwa seluruh karyawan menerima pelatihan berkualitas yang berfokus pada pelayanan prima, sehingga dapat memperkuat loyalitas pelanggan terhadap *brand* yang dikelola Perusahaan. [3-3]

The Learning and Development Division is responsible for conducting training sessions to equip employees with both technical skills and interpersonal qualities to adapt to market dynamics. Training sessions are held both online and offline, focusing on the implementation of Standard Operating Procedures (SOPs) and the development of technical skills relevant to each brand's needs. Additionally, the Company collaborates with MAP Retail Academy to provide advanced training on soft skill development, professional certification, and the implementation of new operational systems, such as human capital systems and Microsoft 365.

Pelaksanaan pelatihan merupakan tanggung jawab Divisi Learning and Development, dengan tujuan agar karyawan memiliki keterampilan teknis maupun kualitas interpersonal untuk menghadapi dinamika pasar. Pelatihan dilaksanakan secara daring maupun luring yang berfokus pada penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan pengembangan keterampilan teknis yang relevan dengan kebutuhan masing-masing *brand*. Selain itu, kami juga bekerja sama dengan MAP Retail Academy untuk memberikan pelatihan yang lebih mendalam mengenai pengembangan *soft skills*, sertifikasi profesional, serta penerapan sistem baru yang mendukung operasional Perusahaan, seperti *human capital system* dan Microsoft 365.

The Company also has a Coffee and Partner Engagement Division, which aims to enhance employees' coffee industry expertise, particularly by helping employees obtain Starbucks Coffee Master certification or preparing them for Starbucks barista competitions. This year, two deaf baristas from Starbucks Tata Puri earned their Coffee Master certification. By the end of 2024, over 3,000 MBA employees will hold the Coffee Master title. In 2024, PT Sari Coffee Indonesia also sent a team to compete in the Regional Barista Championship in Asia. The competition resulted in Renauldy Darma Wijaya winning 1st place in the Asia Pacific Starbucks Latte Art Championship, Gorgeous Lord Wenno securing 2nd place in the Asia Pacific Starbucks Barista Championship.

Perusahaan juga memiliki Divisi Coffee and Partner Engagement, yang bertujuan memperkuat keterampilan karyawan dalam industri kopi, terutama dalam membantu karyawan mendapatkan sertifikasi *coffee master* dari Starbucks atau mempersiapkan karyawan saat mengikuti kompetisi barista Starbucks. Dua barista tuna rungu dari Starbucks Tata Puri berhasil mendapatkan sertifikasi *coffee master* pada tahun ini, sehingga pada akhir tahun 2024, terdapat lebih dari 3.000 karyawan MBA yang memiliki gelar *coffee master*. Pada tahun ini, PT Sari Coffee Indonesia juga mengirimkan tim untuk mengikuti kompetisi Regional Barista Championship 2024 di kancah Asia, dan mengasilkan Renauldy Darma Wijaya sebagai juara pertama Asia Pacific Starbucks Latte art Championship dan Georgeous Lord Wenno sebagai juara kedua Asia Pacific Starbucks Barista Championship.

Number and Average Employee Training Hours
Jumlah dan Rata-rata Jam Pelatihan Karyawan

Description Uraian	2024			2023			2022		
	Male Pria	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Pria	Female Perempuan	Total Jumlah	Male Pria	Female Perempuan	Total Jumlah
Training Duration (Hours) Waktu Pelatihan (Jam)	91,074	68,238	159,312	95,791	86,056	181,847	91,204	83,285	174,489
Total Employees (People) Jumlah Karyawan (Orang)	4,044	3,030	7,074	4,663	3,501	8,164	4,366	3,315	7,681
Average Training Hours (Hours/ Person) Rata-rata Jam Pelatihan (Jam/ Orang)	22.5	22.5	22.5	20.5	24.6	22.3	20.9	25.1	22.7



Employee Performance Evaluation

Evaluasi Kinerja Karyawan [404-3]

The employee performance evaluation process is conducted through a self-assessment method, which direct supervisors then calibrate. Assessments are conducted annually using an integrated system within the Human Capital Management System. In 2024, 100% of the Company's employees underwent the performance evaluation process. Additionally, the Learning and Development Team successfully developed 265 new Shift Supervisors, 129 new Store Managers, 9 new District Managers, and 4 new Operational Managers.

Proses evaluasi kinerja karyawan dilaksanakan melalui metode *self-assessment*, yang kemudian dikalibrasi dengan penilaian dari atasan langsung. Penilaian dilakukan setiap tahunnya dengan menggunakan sistem yang terintegrasi dalam Sistem Manajemen *Human Capital*. Pada tahun 2024, seluruh (100%) karyawan Perusahaan telah menjalani proses evaluasi kinerja. Secara keseluruhan, pada tahun 2024, Learning and Development Team berhasil mengembangkan secara internal 265 Shift Supervisor baru, 129 Store Manager baru, 9 District Manager baru, serta 4 Operational Manager baru.

Cinta Untuk Partner (CUP) Funds

Through the Cinta Untuk Partner (CUP) Funds Foundation, the Company strives to ease the financial burden of employees pursuing higher education at selected universities, including Universitas Pelita Harapan. In 2024, 27 employees participated in this program, enrolling in majors such as Accounting and Management.

Cinta Untuk Partner (CUP) Funds

Melalui Yayasan Cinta Untuk Partner (CUP) Funds, Perusahaan berupaya untuk meringankan beban finansial karyawan yang ingin melanjutkan pendidikan tinggi di universitas terpilih, yaitu Universitas Pelita Harapan. Sepanjang tahun 2024, terdapat 27 karyawan yang berpartisipasi dalam program ini, dengan jurusan yang diambil antara lain Akuntansi dan Manajemen.

Aside from supporting the College Achievement Plan, CUP Funds also provide financial assistance to MBA employees facing hardships. This program reflects the Company's commitment to employee welfare, particularly in handling unforeseen circumstances. During 2024, over Rp69 million was disbursed through CUP Funds to assist employees affected by natural disasters (such as floods, fires, and tornadoes) and urgent financial needs (such as medical expenses and disaster-related repairs). The Company hopes this initiative helps employees recover and refocus on their personal and professional growth.

Selain mendukung pendanaan Program *College Achievement Plan*, CUP Funds juga dirancang untuk memberikan bantuan finansial kepada karyawan MBA yang menghadapi situasi sulit. Program ini menjadi bentuk perhatian Perusahaan terhadap kesejahteraan karyawan terutama dalam menghadapi kondisi yang tidak terduga. Selama tahun 2024, melalui CUP Funds, lebih dari Rp69 juta telah disalurkan untuk membantu karyawan yang mengalami musibah, seperti banjir, kebakaran, angin puting beliung, serta kebutuhan mendesak lainnya seperti biaya pengobatan dan perbaikan kerusakan akibat bencana. Melalui program ini, Perusahaan berharap dapat meringankan beban karyawan serta membantu mereka untuk bangkit dan kembali fokus pada pengembangan diri.



Employee Grievance Handling Mechanism

Peningkatan Kapasitas Karyawan

The Company has established open communication channels for employees to submit any feedback or complaints related to employment matters. The Human Capital Division is the primary entity responsible for receiving and addressing reported concerns. A clear and systematic Complaint Handling Policy and Procedure has been implemented, aligning with Company Regulations and the Indonesian Labor Law. This process ensures a fair and efficient resolution for both parties, following legal provisions.

Perusahaan telah menyediakan saluran komunikasi yang terbuka bagi seluruh karyawan untuk menyampaikan segala bentuk masukan dan keluhan terkait aspek kepegawaian. Divisi Human Capital menjadi penanggung jawab utama dalam menerima dan menindaklanjuti setiap laporan yang masuk. Perusahaan memiliki prosedur yang jelas dan sistematis dalam menangani keluhan yang tertuang dalam Kebijakan dan Prosedur Penanganan Keluhan yang telah disesuaikan dengan Peraturan Perusahaan dan Undang-Undang Ketenagakerjaan. Proses ini dirancang untuk memberikan kesempatan bagi kedua belah pihak untuk menyampaikan dan menyelesaikan masalah dengan cara yang adil dan efisien, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

In the first stage, every complaint or dispute raised by an employee must be submitted in writing. The complaint will then be addressed by the employee's direct supervisor, who will provide guidance or a resolution within five working days from the date the complaint is submitted. If the issue cannot be resolved

Pada tahap pertama, setiap keluhan atau perselisihan yang diajukan oleh karyawan harus disampaikan secara tertulis. Selanjutnya keluhan tersebut akan disampaikan dengan atasan langsung karyawan yang bersangkutan untuk mendapatkan pengarahan atau penyelesaian dalam waktu lima hari kerja sejak

within this timeframe or if the employee is not satisfied with the resolution, the complaint can be escalated to a higher authority, namely the Unit Leader. The Unit Leader will then review the issue and seek a solution within five working days after receiving the complaint.

keluh kesah disampaikan. Jika keluhan tidak dapat diselesaikan dalam jangka waktu tersebut atau jika karyawan yang bersangkutan merasa belum puas dengan penyelesaiannya, keluhan dapat diteruskan kepada atasan yang lebih tinggi, yaitu Pimpinan Unit Kerja. Pimpinan Unit Kerja kemudian akan membahas permasalahan tersebut dan mencari solusi dalam waktu lima hari kerja setelah keluhan diterima.

In the second stage, if the resolution efforts remain unsuccessful, either one or both parties may escalate the matter to the local Labor Office for further resolution in accordance with applicable labor regulations.

Pada tahap kedua, jika upaya penyelesaian tidak membuahkan hasil, salah satu pihak atau kedua belah pihak dapat membawa permasalahan tersebut ke Dinas Tenaga Kerja setempat untuk diselesaikan lebih lanjut, sesuai dengan peraturan ketenagakerjaan yang berlaku.

In addition to this procedure, employees can also report grievances through the Company's whistleblower system. This system ensures confidentiality and allows employees to submit reports safely and anonymously. More details about the whistleblower system can be found in the 2024 Annual Report.

Selain itu, karyawan juga bisa menyampaikan laporan melalui sistem *whistleblower*. Sistem *whistleblower* menjamin kerahasiaan pelapor, sehingga karyawan dapat dengan aman memberikan laporan. Informasi lengkap mengenai sistem *whistleblower* dapat ditemukan di Laporan Tahunan 2024 Perusahaan.

Decent and Safe Work Environment

Lingkungan Kerja yang Layak dan Aman [F.21][403-1][403-3][403-4]

A conducive and supportive work environment is continuously developed to create a productive and comfortable atmosphere, enhancing employee retention, well-being, and productivity, as well as strengthening employee loyalty to the Company. The Company has implemented occupational health and safety (OHS) standards that comply with safety regulations. Since most stores are located in commercial buildings, OHS standards have been fully integrated with the building management's protocols, including in the head office. During 2024, no workplace accidents occurred in the Company's operations. [403-9]

Lingkungan kerja yang kondusif dan suportif terus dikembangkan untuk menciptakan suasana kerja yang produktif dan nyaman, sehingga mendukung peningkatan retensi, kesejahteraan, dan produktivitas karyawan, serta loyalitas karyawan terhadap Perusahaan. Perusahaan telah menerapkan keselamatan dan kesehatan kerja (K3) yang telah memenuhi standar keamanan. Dengan sebagian besar gerai berlokasi di gedung komersial, penerapan standar K3 telah terintegrasi secara menyeluruh dengan protokol yang diterapkan oleh pengelola gedung, termasuk di kantor pusat. Selama tahun 2024, tidak ada kecelakaan kerja yang terjadi di seluruh operasional Perusahaan. [403-9]

To further enhance employee health, the Company ensures that every store has access to essential needs such as clean water, proper ventilation, and adequate lighting. The head office is also equipped with facilities designed to

Untuk meningkatkan kualitas kesehatan karyawan, Perusahaan juga memastikan setiap gerai memiliki akses terhadap kebutuhan mendasar seperti air bersih, ventilasi, dan cahaya yang memadai. Kantor pusat juga telah

support a decent and safe working environment, including health facilities like first aid kits (P3K). Additionally, there are training rooms, dining areas, prayer rooms, meeting rooms, and a library to facilitate employees' work activities and development. Various recreational activities, such as Badminton Day, Barista Competitions, and Independence Day celebrations, are regularly organized to strengthen employee relationships and maintain their mental well-being.

dilengkapi dengan fasilitas yang dirancang untuk mendukung terwujudnya lingkungan kerja yang layak dan aman, meliputi fasilitas kesehatan seperti perlengkapan P3K. Selain itu, terdapat ruang pelatihan, ruang makan, ruang ibadah, ruang rapat, hingga perpustakaan yang telah disiapkan untuk menunjang kegiatan kerja dan pengembangan karyawan. Berbagai kegiatan rekreasi seperti *Badminton Day*, *Barista Competition*, serta Perayaan Hari Kemerdekaan juga diadakan secara rutin untuk mempererat hubungan antar karyawan dan menjaga keseimbangan mental mereka.

Providing the Best Service for Customers

Pelayanan Terbaik bagi Pelanggan



Engagement with Local Suppliers

Pelibatan Pemasok Lokal

As part of our commitment to sustainable operations, most of our suppliers are local suppliers. In 2024, 67% of our suppliers were local. Through this partnership, we not only secure high-quality raw materials but also play an active role in regional economic development. These partnerships provide opportunities to appreciate and showcase local cultural richness and product potential to customers. [204-1]

Sebagai bagian dari upaya kami untuk beroperasi secara berkelanjutan, mayoritas pemasok kami merupakan pemasok lokal. Pada tahun 2024, 67% pemasok kami merupakan pemasok lokal. Melalui kerja sama ini, kami tidak hanya mendapatkan pasokan bahan baku yang berkualitas, namun juga berperan aktif dalam pengembangan ekonomi daerah. Kemitraan ini memberikan kami peluang untuk lebih memahami dan menghargai kekayaan budaya serta potensi produk lokal yang dapat kami tawarkan kepada para pelanggan. [204-1]

Customer Safety and Health

Keselamatan dan Kesehatan Pelanggan

Managing a retail business in the food and beverage sector requires special attention to service quality, where customer safety and health are the top priorities in every decision made. As representatives of various international brand principals in Indonesia, maintaining global partner reputation is a key responsibility. In addition to ensuring product taste, all food and beverage products offered are designed to meet the highest quality and safety standards. The Company ensures that every customer receives equal, non-discriminatory, and high-quality service. **[F.17]**

Mengelola bisnis ritel di sektor makanan dan minuman memerlukan perhatian khusus terhadap kualitas pelayanan, di mana keselamatan dan kesehatan pelanggan menjadi prioritas utama dalam setiap keputusan yang diambil. Sebagai perpanjangan tangan dari berbagai *brand principal* internasional di Indonesia, menjaga reputasi mitra global menjadi tanggung jawab utama. Selain memastikan cita rasa produk, seluruh produk makanan dan minuman yang ditawarkan telah dirancang untuk memenuhi standar kualitas dan keamanan tertinggi. Perusahaan senantiasa memastikan setiap pelanggan mendapatkan layanan yang setara dan tanpa diskriminasi dan berkualitas tinggi. **[F.17]**

Product Safety Evaluation

Evaluasi atas Keamanan Produk **[F.27][416-1]**

Ensuring product quality and safety is a top priority, as poor-quality food and beverages could pose risks to customer safety and health. Therefore, MBA routinely evaluates 100% of its food and beverage products to ensure they meet customer expectations. The Company enforces strict quality control (QC) procedures for all raw materials, from selection and processing to final product presentation. Every raw material undergoes safety, hygiene, and health procedures designed according to internal Company standards. **[F.28]**

Memastikan kualitas dan keamanan produk menjadi prioritas utama Perusahaan, dikarenakan jika produk makanan dan minuman yang diberikan kepada pelanggan tidak berkualitas tentunya dapat berisiko membahayakan keselamatan dan kesehatan pelanggan. Oleh sebab itu, MBA telah mengevaluasi seluruh (100%) produk makanan dan minuman rutin dilakukan untuk memastikan produk yang disajikan tetap sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Perusahaan telah menerapkan proses *quality control* (QC) yang ketat pada setiap bahan baku yang digunakan, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan, hingga penyajian produk akhir. Setiap bahan baku yang digunakan telah melalui prosedur keamanan, kebersihan, dan kesehatan yang dirancang sesuai standar internal Perusahaan. **[F.28]**



To maintain product quality consistency, employees involved in product handling and customer service must comply with Standard Operating Procedures (SOPs). All products in our stores have obtained official permits from the Indonesian government. Furthermore, the Starbucks, Subway, Pizza Marzano, Krispy Kreme, Cold Stone Creamery, and Genki Sushi brands have successfully maintained Halal certification issued by the Indonesian Ulema Council (MUI).

Guna memastikan konsistensi kualitas produk, karyawan yang bertugas dalam pengelolaan maupun pelayanan pelanggan diwajibkan mematuhi Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan. Seluruh produk gerai kami telah memperoleh izin resmi dari Pemerintah Indonesia. Lebih lanjut, *brand* Starbucks, Subway, Pizza Marzano, Krispy Kreme, Cold Stone Creamery, dan Genki Sushi juga berhasil mempertahankan sertifikasi Halal yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

In alignment with Government Regulation (PP) No. 5 of 2021 concerning Risk-Based Business Licensing, all business entities under PT Map Boga Adiperkasa Tbk have obtained standard certification. To ensure the sustainability of these certifications, business operations adhere to the Minister of Tourism and Creative Economy Regulation No. 4 of 2021, which regulates risk-based tourism business standards.

Sejalan dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko, seluruh entitas usaha di bawah naungan PT Map Boga Adiperkasa Tbk telah memiliki sertifikat standar. Untuk menjaga keberlanjutan sertifikasi ini, kegiatan operasional dijalankan sesuai dengan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 4 Tahun 2021 yang mengatur standar usaha pada sektor pariwisata berbasis risiko.

Additionally, Starbucks, Krispy Kreme, PAUL Bakery, Cold Stone Creamery, Pizza Marzano, and Genki Sushi have obtained the Processed Food Safety Management System Compliance Certificate (SMKPO), recently introduced by the Indonesian Food and Drug Authority (BPOM). Subway follows the Restaurant Excellence Visit (REV) audit system, where evaluators visit Subway locations to conduct food safety and cleanliness assessments.

Lebih lanjut, Starbucks, Krispy Kreme, PAUL Bakery, Cold Stone Creamery, Pizza Marzano, dan Genki Sushi telah berhasil memperoleh Sertifikat Pemenuhan Standar Sistem Manajemen Keamanan Pangan Olahan di Sarana Peredaran (SMKPO), yang baru-baru ini diperkenalkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). *Brand* Subway menggunakan sistem audit *Restaurant Excellence Visit* (REV), di mana evaluator akan datang ke setiap *brand* Subway dan melakukan beberapa pengujian seperti keamanan pangan dan pemeliharaan

These initiatives reinforce our commitment to maintaining the quality, safety, and Halal compliance of our products. Information regarding product Halal certification is transparently and easily accessible to consumers. As a result of this strong commitment, in 2024, there were no complaints, fines, or sanctions related to customer health and safety, and no food or beverage product recalls occurred. **[F.29] [416-2]**

kebersihan. Langkah-langkah ini menegaskan upaya kami untuk terus menjaga kualitas, keamanan, dan kehalalan produk yang kami tawarkan kepada pelanggan. Informasi mengenai kehalalan produk juga disampaikan secara transparan dan mudah diakses oleh konsumen. Sebagai hasil dari komitmen yang konsisten ini, sepanjang tahun 2024, tidak terdapat pengaduan, denda, atau sanksi terkait kesehatan dan keselamatan pelanggan, serta tidak adanya produk makanan maupun minuman yang ditarik kembali. **[F.29][416-2]**

Sustainable Products
Produk yang Berkelanjutan **[F.26]**

The Company remains focused on improving the quality of the food and beverage brands we manage. Various innovations are introduced to create more appealing, healthier, and environmentally friendly products to support sustainable business practices. The Company collaborates with responsible brand principals and suppliers to ensure sustainability principles are upheld. MBA offers various products supporting sustainability initiatives, including:

1. 99.7% of coffee raw materials for Starbucks products are sourced from suppliers certified under CAFE Practices.
2. 99.7% of tea raw materials for Starbucks products are Rainforest Alliance certified.
3. 100% of tuna used in Genki Sushi products is certified by the Marine Stewardship Council (MSC).
4. 100% of paper straws used in our stores are certified by the Forest Stewardship Council (FSC).

Perusahaan terus berfokus pada peningkatan kualitas *brand* makanan dan minuman yang kami kelola. Kami melakukan berbagai inovasi untuk membuat produk yang lebih menarik, sehat, dan sesuai dengan tren ramah lingkungan untuk mendukung praktik bisnis yang berkelanjutan. Perusahaan menjalin kemitraan dengan *brand principal* atau pemasok yang bertanggung jawab untuk memastikan penerapan prinsip keberlanjutan. MBA menawarkan berbagai produk yang mendukung inisiatif keberlanjutan, antara lain:

1. 99,7% bahan baku kopi pada produk Starbucks berasal dari pemasok yang memiliki sertifikasi CAFE Practices.
2. 99,7% bahan baku teh pada produk Starbucks telah tersertifikasi oleh Rainforest Alliance.
3. 100% ikan tuna yang ada pada produk Genki Sushi telah mendapatkan sertifikasi dari Marine Stewardship Council (MSC).
4. 100% sedotan kertas yang dipakai pada gerai-gerai kami juga telah mendapatkan sertifikat dari Forest Stewardship Council.

Product Innovation
Inovasi Produk

To provide a more modern and efficient service, various technology-based innovations have been implemented. These include the operation of drive-thru stores, Mobile Stations, strategic partnerships with e-commerce platforms and delivery aggregators, as well as collaborations with third-party partners to create attractive merchandise and menu offerings. Additionally, signing stores continue to operate as part of an initiative to reach new communities, particularly the hearing impaired community.

Untuk menghadirkan layanan yang lebih modern dan efisien, berbagai inovasi berbasis teknologi telah diimplementasikan. Hal ini mencakup pengoperasian gerai *drive-thru*, *Mobile Station*, kerja sama strategis dengan platform *e-commerce* dan *delivery aggregator*, hingga kolaborasi dengan mitra pihak ketiga dalam menciptakan *merchandise* dan menu menarik. Selain itu, gerai *signing store* terus beroperasi hingga saat ini sebagai bagian dari inisiatif untuk menjangkau komunitas baru, yakni komunitas penyandang disabilitas.

The Company also strives to create personalized and innovative experiences by empowering employees in product development. Through the Barista Idol program initiated by Starbucks, baristas are given the opportunity to create and introduce their own menu creations to customers. This internal regional competition involves baristas from various Starbucks stores, fostering innovation and pride in their contributions.

Tidak hanya itu, Perusahaan turut berupaya untuk menciptakan pengalaman yang personal dan inovatif. Salah satu cara untuk mencapai hal tersebut adalah dengan memberdayakan karyawan dalam pengembangan produk. Melalui program Barista Idol yang diinisiasi oleh Starbucks, para barista diberikan kesempatan untuk menciptakan dan memperkenalkan menu hasil kreasi mereka kepada pelanggan. Program ini merupakan hasil kompetensi internal tingkat regional yang melibatkan barista dari berbagai gerai Starbucks, mendorong semangat inovasi dan kebanggan terhadap kontribusi mereka.

A similar approach is applied to other brands, such as PAUL Bakery, Pizza Marzano, and Genki Sushi, where chefs are encouraged to express their creativity in menu development, ensuring regular menu updates. This approach allows chefs to showcase their skills while keeping the customer experience fresh and exciting.

Pendekatan serupa juga diimplementasikan pada *brand* lain seperti PAUL Bakery, Pizza Marzano, dan Genki Sushi. Para *chef* diberikan kesempatan untuk menyalurkan kreativitas mereka dalam menciptakan menu. Dengan demikian, pembaruan menu rutin dilakukan. Langkah ini tidak hanya memberikan ruang bagi para *chef* untuk mengekspresikan kreativitas mereka, tetapi juga menjaga pengalaman pelanggan tetap segar dan menarik.

Meanwhile, Subway offers a customized dining experience, allowing customers to build their own sandwiches by selecting from a variety of bread, vegetables, and protein options, catering to individual tastes and dietary needs.

Sementara itu, gerai Subway menghadirkan pendekatan berbeda dengan memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk merancang *sandwich* sesuai preferensi mereka. Dengan berbagai pilihan roti, sayuran, dan protein, pelanggan dapat menciptakan hidangan yang sesuai dengan cita rasa dan kebutuhan masing-masing.

Customer Data Security

Keamanan Data Pelanggan

As the use of information technology and digital platforms in product marketing continues to grow, maintaining the confidentiality and privacy of customer data has become a crucial aspect. The Company complies with Law No. 27 of 2022 concerning Personal Data Protection. Employees are strictly prohibited from selling or distributing customer data to external parties. We only use customers' personal data for purposes agreed upon in the privacy policy. To ensure the protection of customer data, various strategic measures have been implemented, including regular vulnerability scans, periodic system updates, and access management, security information, and event management to detect unusual data patterns.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi informasi dan platform digital dalam pemasaran produk, menjaga kerahasiaan data serta privasi pelanggan menjadi aspek yang sangat penting. Perusahaan telah mematuhi UU No. 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi. Perusahaan juga melarang karyawan memperjualbelikan atau menyebarluaskan data pelanggan kepada pihak luar. Kami hanya menggunakan data pribadi pelanggan untuk tujuan yang telah disepakati pada kebijakan privasi. Dalam rangka memastikan pelindungan data pelanggan, berbagai langkah strategi telah diambil, seperti melakukan pemindaian kerentanan secara rutin, pembaharuan sistem proteksi secara berkala, serta manajemen akses, informasi keamanan, dan manajemen peristiwa guna mendeteksi pola data yang tidak biasa.

For protection against external attacks, the Company has a firewall to monitor networks, antivirus software on all employee computers, web application security tools, email gateways, internet connection settings, and a virtual private network (VPN). To oversee digital security, the Company also conducts mobile phone verification and penetration testing. Employees receive training on managing data in compliance with Law No. 27 of 2022. During 2024, the Company has not received any complaints, reports, or sanctions related to the misuse or leakage of customer data or violations of customer privacy. [418-1]

Sementara untuk pelindungan dari serangan eksternal, Perusahaan memiliki *firewall* untuk memonitor jaringan, antivirus di seluruh komputer karyawan, alat keamanan aplikasi web, *gateway email*, pengaturan koneksi internet, dan jaringan pribadi virtual (VPN). Adapun untuk mengawasi keamanan digital, Perusahaan juga melakukan verifikasi ponsel dan uji penetrasi. Perusahaan memberikan pelatihan kepada karyawan untuk mengelola data sesuai dengan UU No. 27 Tahun 2022. Pada tahun 2024, tidak ada keluhan, pengaduan, maupun sanksi yang diterima Perusahaan terkait penyalahgunaan dan kebocoran data pribadi pelanggan, maupun pelanggaran privasi pelanggan. [418-1]

Customer and Community Complaint Handling Mechanism

Mekanisme Penanganan Keluhan Pelanggan dan Masyarakat [F.16][F.24]

The Company provides communication channels designed to receive feedback, suggestions, and complaints related to operations, products, and services. These communication channels are available for each brand under our management, allowing customers and the public to easily submit their inquiries or concerns. During 2024, all feedback and complaints received have been addressed and resolved promptly. Additionally, the Company has successfully maintained a strong record, with no sanctions received related to social or environmental aspects during the reporting period.

Perusahaan menyediakan saluran komunikasi yang dirancang untuk menampung kritik, saran, dan pengaduan yang berkaitan dengan operasional, produk, maupun layanan. Saluran komunikasi ini tersedia untuk setiap *brand* yang kami kelola. Pelanggan dan masyarakat dapat dengan mudah menyampaikan pertanyaan atau keluhan mereka. Sepanjang tahun 2024, seluruh masukan dan pengaduan yang diterima telah ditindaklanjuti dan diselesaikan secara tepat waktu. Selain itu, Perusahaan berhasil mempertahankan catatan yang baik dengan tidak menerima sanksi apapun terkait aspek sosial maupun lingkungan selama periode pelaporan.

Corporate Secretary:
Ph. (+62 21) 574 6501
corporatesecretary@mbai.co.id

Starbucks
feedback@starbucks.co.id
1500078

Krispy Kreme
Krispykreme.indonesia@map.co.id

PAUL Bakery
Paulindonesia@map.co.id

Genki Sushi
genkisushi@map.co.id

Subway Indonesia
subway.feedback@subway.co.id

Cold Stone Creamery
Love.it@coldstonecreamery.co.id

Godiva
Godiva@map.co.id

Pizza Marzano
info@pizzamarzano.co.id

Strengthening Contributions to Society

Menguatkan Kontribusi untuk Masyarakat [F.25][413-1]

Operating in various regions across Indonesia, the Company inevitably has an impact on local communities. Through a series of social initiatives, MBA aims to create a positive impact and contribute meaningfully to social development. Every social program we implement is designed to align with our business sector and capabilities while considering the needs and conditions of the beneficiary communities. [3-3]

Kami telah beroperasi di berbagai wilayah di Indonesia, sehingga tentunya dapat berdampak bagi masyarakat sekitar. Melalui serangkaian kegiatan sosial yang dilakukan, MBA berharap dapat memberikan dampak positif dan memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan sosial masyarakat penerima manfaat. Setiap kegiatan sosial yang kami lakukan dirancang sesuai dengan bidang usaha dan kapasitas yang dimiliki, tanpa mengabaikan kebutuhan dan kondisi masyarakat penerima manfaat. [3-3]

Impact of Operations on Local Communities

Dampak Operasi terhadap Masyarakat Sekitar [F.23][F.28]

In 2024, the Company allocated over Rp1 billion for social and community empowerment initiatives. Beyond financial support, employees are encouraged to actively participate in social programs as volunteers. We believe that meaningful contributions extend beyond monetary aid and are enriched by tangible actions taken by individuals.

Selama tahun 2024, total dana yang dialokasikan untuk kegiatan sosial dan pemberdayaan masyarakat mencapai lebih dari Rp1 miliar. Selain memberikan dukungan finansial, Perusahaan juga mendorong karyawan untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosial dengan ikut serta menjadi relawan pada berbagai kegiatan sosial yang dilakukan. Kami meyakini bahwa kontribusi yang lebih bermakna datang tidak hanya dari sisi materi, tetapi juga melalui aksi nyata yang dilakukan oleh setiap individu.

However, we acknowledge certain negative impacts that require attention, such as the potential increase in packaging waste and operational waste. MBA seeks to minimize these negative impacts by implementing environmentally friendly practices and prioritizing sustainability. Further details on impact management can be found in the Environmental Performance chapter on page 74. [2-25][413-2]

Namun demikian, kami menyadari adanya dampak negatif yang perlu diwaspadai, seperti seperti potensi peningkatan sampah kemasan dan limbah yang dihasilkan dari kegiatan operasional. MBA berupaya meminimalkan dampak negatif ini dengan menerapkan praktik ramah lingkungan dan berfokus pada keberlanjutan. Rincian lebih lanjut mengenai pengelolaan dampak ini dapat ditemukan dalam Bab Kinerja Lingkungan pada halaman 74. [2-25] [413-2]

Corporate Social and Environmental Responsibility Activities in 2024

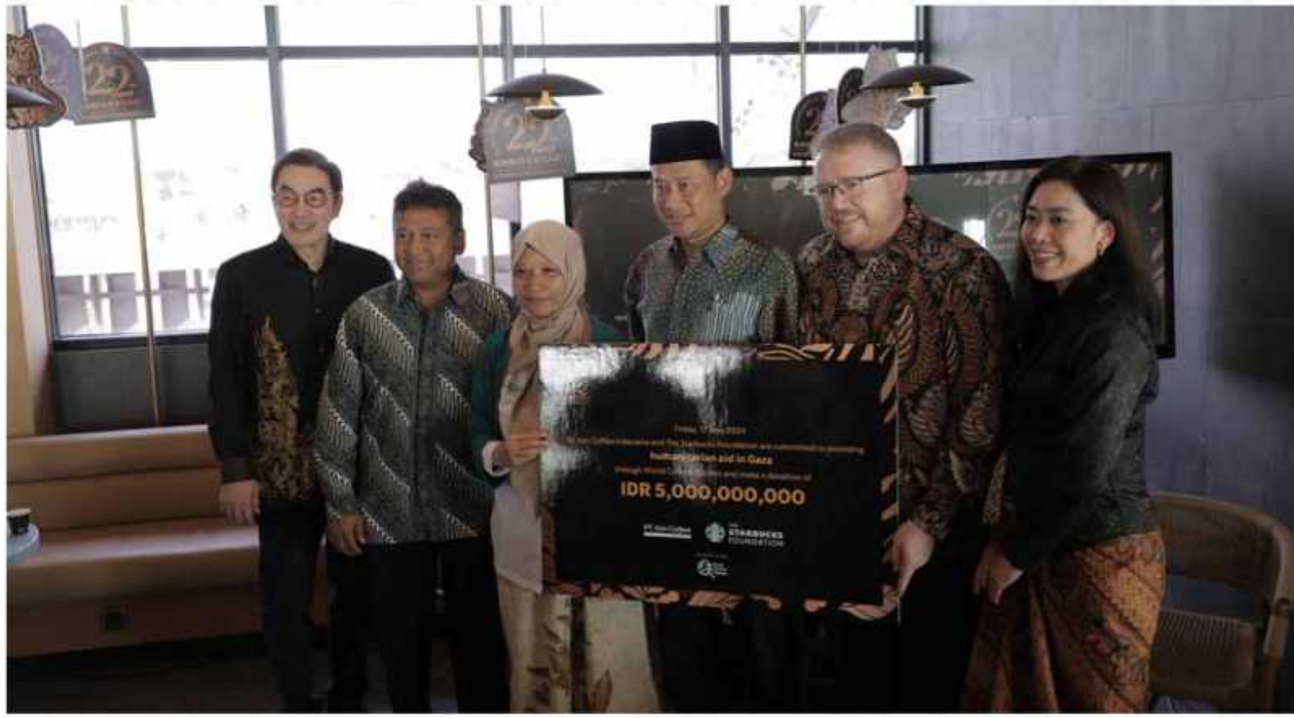
Kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Tahun 2024

Donation for Gaza

In celebration of Starbucks' 22nd anniversary in Indonesia on May 17, 2024, The Starbucks Foundation and PT Sari Coffee Indonesia jointly donated Rp5 billion to the World Central Kitchen. This contribution will provide over 100,000 meal packages to refugees in Gaza.

Donasi untuk Gaza

Pada perayaan hari jadi brand Starbucks di Indonesia ke-22 pada tanggal 17 Mei 2024, The Starbucks Foundation dan PT Sari Coffee Indonesia memberikan donasi gabungan sebesar Rp5 miliar kepada World Central Kitchen. Bantuan ini akan memberikan lebih dari 100.000 paket makanan kepada pengungsi di Gaza.



Volunteer Activities
Kegiatan *Volunteer*

The Company encourages employees to actively volunteer in community initiatives. Employees can participate in activities organized by foundations that collaborate with the Company, such as the Indonesia Street Children Organization, Yayasan Sahabat Anak, Habitat for Humanity, The Learning Farm, Prestasi Junior Indonesia, Planet Water Foundation, and various other organizations. In alignment with our commitment to delivering the best service to customers, contributing to the local community is also part of our service.

Perusahaan juga mendorong karyawan kami untuk berperan aktif menjadi relawan di masyarakat. Karyawan dapat berpartisipasi secara aktif pada kegiatan yayasan-yayasan yang bekerjasama dengan Perusahaan seperti Indonesia Street Children Organization, Yayasan Sahabat Anak, Habitat for Humanity, The Learning Farm, Prestasi Junior Indonesia, Planet Water Foundation, dan berbagai organisasi lainnya. Sejalan dengan semangat kami untuk memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan, memberikan kontribusi kepada masyarakat sekitar juga merupakan pelayanan kami.



18,349

Number of Volunteering Hours (Hours)
Jumlah Waktu Kerelawanan (Jam)

4,488

Number of Volunteers Involved (People)
Jumlah *Volunteers* Terlibat (Orang)

Books for The Future
Continuing last year's program, in celebration of World Book Day on April 23, 2024, the Company distributed 8,769 books collected from Starbucks customers and employees to selected non-governmental organizations, including the Indonesian Street Children Organization (ISCO), Yayasan Sahabat Anak Jakarta, Sanggar Alang-Alang Surabaya, and Sanggar Alusi Toa Toba, North Sumatra.

Books for The Future
Melanjutkan program tahun lalu, pada perayaan hari buku sedunia yang diperingati pada tanggal 23 April 2024, Perusahaan menyalurkan 8.769 buku yang dikumpulkan dari pelanggan atau karyawan Starbucks kepada Lembaga Swadaya Masyarakat terpilih, seperti Indonesian Street Children Organization (ISCO), Yayasan Sahabat Anak Jakarta, serta Sanggar Alang-Alang Surabaya dan Sanggar Alusi Toa Toba, Sumatra Utara.



Starbucks Creative Youth Entrepreneurship Program

This year, Starbucks collaborated once again with Prestasi Junior Indonesia to organize the Youth Entrepreneurship Program in 12 schools across seven cities: Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, Bekasi, and Jayapura. The program provided students with training on business planning, financing, product development, and marketing. A total of 199 employees participated as mentors in this initiative.

Starbucks Creative Youth Entrepreneurship Program

Pada tahun ini, Starbucks kembali bekerja sama dengan Prestasi Junior Indonesia dan menyelenggarakan Youth Entrepreneurship Program pada 12 sekolah di tujuh kota, yakni Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, Bekasi, dan Jayapura. Pada kegiatan ini, Perusahaan memberikan sejumlah materi seperti perencanaan bisnis, pembiayaan, pengembangan produk, dan pemasaran produk. Sejumlah 199 karyawan berpartisipasi menjadi mentor dalam program ini.

Donation of Food and Beverage Packages

Quality food and beverages can bring hope and happiness. The Company conducts various food and beverage donation activities. The total number of food and beverage donations in 2024 is as follows:

Donasi Paket Makanan dan Minuman

Makanan dan minuman yang berkualitas dapat menimbulkan harapan dan kebahagiaan. Perusahaan melakukan berbagai kegiatan donasi makanan dan minuman. Jumlah donasi makanan dan minuman tahun 2024 adalah sebagai berikut:

Description Uraian	2024
Number of Food Packets Jumlah Paket Makanan	3,295
Number of Beverage Packets Jumlah Paket Minuman	26,692













ENVIRONMENTAL PERFORMANCE

KINERJA LINGKUNGAN

660

Mangrove Trees Planted in Jakarta, Jayapura, and Riau
Pohon Mangroove Ditanam di Jakarta, Jayapura, dan Riau

18,000 kg

Waste Collected from the Neighborhood to be Managed by a Third Party
Sampah Diambil dari Lingkungan Sekitar untuk Dikelola oleh Pihak Ketiga



Environmental Responsibility

Tanggung Jawab Lingkungan

We consistently prioritize awareness of the importance of environmental preservation across all levels of the organization, including leadership, management, and employees. Various initiatives have been implemented to minimize the environmental impact of the Company's operations. These measures include reducing energy consumption, managing plastic waste, launching plastic reduction campaigns, and actively participating in various environmental conservation programs.

Kami secara konsisten mengedepankan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan di seluruh tingkat organisasi, termasuk pimpinan, manajemen, dan karyawan. Berbagai inisiatif telah dilakukan untuk mengurangi dampak lingkungan yang dihasilkan oleh operasional Perusahaan. Langkah-langkah tersebut meliputi pengurangan konsumsi energi, pengelolaan limbah plastik, kampanye pengurangan penggunaan plastik, serta berpartisipasi aktif dalam berbagai program pelestarian lingkungan lainnya.

MBA is committed to complying with applicable environmental regulations. Every store we operate meets the required standards, including obtaining the Environmental Commitment and Monitoring Statement (SPPL) and standard certificates issued through the Online Single Submission (OSS) system. As a result of this compliance, throughout 2024, MBA did not receive any reports or complaints regarding environmental management that resulted in fines or other sanctions. **[F.16][2-27]**

MBA berkomitmen untuk mematuhi regulasi lingkungan yang berlaku. Setiap gerai kami telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan, termasuk penerbitan Surat Pernyataan Kesanggupan dan Pemantauan Lingkungan Hidup (SPPL) serta sertifikat standar yang dikeluarkan melalui Sistem *Online Single Submission* (OSS). Melalui kepatuhan tersebut, sepanjang tahun 2024, MBA tidak menerima laporan atau pengaduan terkait pengelolaan lingkungan hidup yang mengakibatkan Perusahaan dikenakan denda atau sanksi lainnya. **[F.16][2-27]**

Energy and Emissions Management

Pengelolaan Energi dan Emisi **[F.6][F.11]**

As a retail company, we recognize that our largest source of greenhouse gas (GHG) emissions comes from Scope 2 emissions, primarily from electricity consumption. Given the growing trend of cafés being used as workspaces and gathering places, energy usage in our stores continues to rise. The Company has adopted an energy and emissions management policy that aligns with its Code of Ethics, covering both the headquarters and all managed stores. The goal of this policy is to reduce energy consumption while addressing the emissions generated from business operations. **[3-3]**

Sebagai perusahaan ritel, kami menyadari bahwa emisi gas rumah kaca (GRK) terbesar yang dihasilkan merupakan emisi GRK Cakupan 2 yang berasal dari penggunaan listrik. Seiring dengan tren gaya hidup yang menjadikan kafe sebagai ruang kerja dan tempat berkumpul, intensitas penggunaan energi di gerai-gerai kami terus meningkat. Perusahaan menerapkan kebijakan pengelolaan energi dan emisi yang merujuk pada Kode Etik. Kebijakan ini diberlakukan secara menyeluruh, mencakup kantor pusat maupun seluruh gerai yang dikelola Perusahaan. Implementasi kebijakan ini bertujuan untuk mengurangi konsumsi energi sekaligus menekankan tingkatkan emisi yang dihasilkan dari operasional bisnis. **[3-3]**

In 2024, the Company consumed 97,029.1 MWh of electricity or 349.3 GJ, an increased from 96,951 MWh from the previous year. Even though our total electricity consumption increased due to additional stores, our store electricity intensity were reduced from 449.3 KWh/m² to 448.6 KWh/m². This electricity consumption resulted in emissions of 84,434.5 tons of CO_2. By the end of 2024, MBA had not yet calculated energy consumption and emissions from external sources (Scope 3), non-GHG emissions, or other significant air pollutants. **[302-2][305-3][305-6][305-7]**

Pada tahun 2024, Perseroan mengkonsumsi listrik sebesar 97.029,1 MWh atau 349,3 GJ, meningkat dari 96.951 MWh dari tahun sebelumnya. Meskipun total konsumsi listrik kami meningkat karena adanya penambahan gerai, namun intensitas listrik gerai kami berkurang dari 449,3 KWh/m² menjadi 448,6 KWh/m². Konsumsi listrik ini menghasilkan emisi sebesar 84.434,5 ton CO_2. Sampai akhir tahun 2024, MBA belum melakukan perhitungan konsumsi energi dan emisi yang dihasilkan dari luar Perusahaan (Cakupan 3), emisi non-GRK, maupun emisi udara signifikan lainnya. **[302-2][305-3][305-6][305-7]**

Energy Use and GHG Emissions Generated

Penggunaan Energi dan Emisi GRK yang Dihasilkan **[302-1][302-3][305-1][305-2][305-4]**

Uraian Item	Satuan Unit	2024	2023	2022
Store Energy Consumption Konsumsi Energi Gerai	kWh	97,029,145	96,929,559	76,774,014
Stores Area Luas Gerai	M²	216,305	215,755	188,776
Store Emission Intensity Intensitas Emisi Gerai	kWh/m²	448.6	449.3	406.7
Electricity Consumption of Stores Konsumsi Listrik Gerai	MWh	97,029.1	96,929.6	76,774.0
Electricity Consumption at Offices Konsumsi Listrik Kantor	MWh	22.00	21.80	21.6
Total Electricity Consumption Total Konsumsi Listrik	MWh	97,051.1	96,951.4	76,795.6
Emissions (Scope 2) Emisi (Scope 2)	Ton CO_2	84,434.5	84,347.7	66,812.2
Total Emissions* **Total Emisi***	**Ton CO_2**	**84,434.5**	**84,347.7**	**66,812.2**

Notes | Keterangan:

- Electricity consumption of stores is obtained from the cost of electricity divided by Rp1,450 (Assumed cost of electricity/kWh).
- Head office electricity consumption is obtained from kWh meter measurement.
- Total emissions are obtained by multiplying the total electrical energy by 0.87 tons CO_2/MWh (Jamali plant emission factor) Reference: https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/96d7c-nilai-fe-grk-sistem-ketenagalistrikan-tahun-2019.pdf

- Konsumsi listrik gerai diperoleh dari biaya listrik yang dibagi dengan Rp1.450 (Biaya asumsi listrik/kWh)
- Konsumsi listrik kantor pusat diperoleh dari pengukuran kWh meter
- Total emisi diperoleh dengan mengalikan total energi listrik dengan 0,87 ton CO_2/MWh (Faktor emisi pembangkit Jamali) Ref: https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/96d7c-nilai-fe-grk-sistem-ketenagalistrikan-tahun-2019.pdf.

Energy Efficiency and Emission Reduction Initiatives [F.7][F.12][302-4][302-5][305-5]

To minimize electricity consumption and emissions, MBA has adopted several energy efficiency initiatives, including:

- Using more energy-efficient LED lights and display screens.
- Operating lights and air conditioning at the headquarters only during working hours.
- Encouraging virtual meetings to reduce energy use associated with transportation.
- Utilizing renewable energy sources.
- Providing plant-based menu options.
- Developing eco-friendly store designs.
- Reducing the use of single-use plastics.

Upaya Efisiensi Energi dan Pengurangan Emisi [F.7][F.12][302-4][302-5][305-5]

Untuk mengurangi konsumsi energi listrik dan emisi yang dihasilkan, MBA berupaya mengadopsi berbagi inisiatif untuk meningkatkan efisiensi energi, di antaranya:

- Menggunakan lampu dan layer LED yang lebih hemat energi.
- Menggunakan lampu dan AC pada kantor pusat sesuai dengan jam kerja.
- Mendorong pelaksanaan rapat secara daring, sehingga diharapkan mampu mengurangi pemakaian energi yang dikeluarkan akibat penggunaan transportasi.
- Memanfaatkan energi terbarukan.
- Menyediakan *plant-based* menu.
- Mengembangkan desain gerai yang lebih ramah lingkungan.
- Mengurangi penggunaan plastik sekali pakai.

Utilization of Renewable Energy

Pemanfaatan Energi Terbarukan

As part of its efforts to support climate change mitigation, MBA consistently integrates renewable energy sources into its operations. One key initiative has been the installation of solar panels at a Starbucks store in Cipondoh, Tangerang. This store is equipped with 23 solar panels, each with a capacity of 440 Watt peak, generating a total power output of 10,120 Watts.

The use of solar energy at this location has successfully covered approximately 13% of the store's total electricity needs. Additionally, this initiative significantly contributes to reducing carbon emissions. Based on calculations, the solar panels reduce emissions by up to 5,760 kg of CO_2 per year, directly supporting the Company's efforts to lower its carbon footprint. This step underscores MBA's commitment to adopting sustainable business practices and promoting cleaner energy transitions.

Sebagai bagian dari upaya mendukung mitigasi perubahan iklim, MBA secara konsisten telah memanfaatkan sumber energi terbarukan yang lebih ramah lingkungan dalam operasionalnya. Salah satu langkah yang telah dilakukan adalah pemasangan panel surya di salah satu gerai Starbucks yang berlokasi di Cipondoh, Tangerang. Gerai ini telah dilengkapi dengan 23 unit panel surya berkapasitas 440 *Watt peak per panel*, yang secara keseluruhan dapat menghasilkan daya hingga 10.120 Watt.

Pemanfaatan energi terbarukan melalui panel surya ini telah mampu memenuhi sekitar 13% dari total kebutuhan listrik di gerai tersebut. Selain itu, penggunaan panel surya ini memiliki potensi signifikan dalam mengurangi emisi karbon. Berdasarkan perhitungan, inisiatif ini dapat mengurangi emisi hingga 5.760 kg CO_2 per tahun, sehingga berkontribusi langsung pada penurunan jejak karbon yang dihasilkan dari operasional Perusahaan. Langkah ini menjadi implementasi komitmen MBA dalam mengadopsi praktik bisnis yang lebih berkelanjutan serta mendukung transisi energi yang lebih bersih.

Greener Store

The Greener Store Standard was developed by Starbucks in collaboration with the World Wildlife Fund (WWF) and SCS Global Services. This standard ensures that stores categorized as Greener Stores meet specific sustainability criteria and successfully pass independent third-party audits. In Indonesia, Starbucks Adhyaksa was the first store to receive Greener Store certification. This achievement highlights MBA's commitment to enhancing environmental conservation efforts while maintaining a high-quality customer experience.

Several aspects distinguish the Starbucks Adhyaksa store from other locations, including:

1. Providing plant-based food and milk options.
2. Reducing plastic waste by 75% by providing ceramic cups or plates for dine-in customers and encouraging customers to switch to reusable tumblers for takeaway orders.
3. Using a white roof to meet the Solar Reflectance Index (SRI), allowing heat from the sun to be reflected.
4. Paint, coatings, adhesives, sealants must meet certain volatile organic compound standards, thus emitting no harmful odors or gases to customers and the environment.
5. Decorating outlets with Special Artwork made from plastic waste materials by local artists.
6. Ceiling design must meet acoustic standards to ensure partner and customer comfort and reduce noise levels to standard decibel levels.
7. Windows are equipped with shades or curtains to control the amount of sunlight entering the store.

Greener Store

Standar *Greener Store* merupakan standar yang dikembangkan oleh Starbucks dan bekerja sama dengan World Wildlife Fund (WWF) serta SCS Global Services. Standar ini bertujuan untuk memastikan setiap gerai yang dikategorikan *Greener Store* telah memenuhi kriteria tertentu dan berhasil melalui proses audit pihak ketiga secara independen. Di Indonesia, Starbucks Adhyaksa menjadi gerai pertama yang berhasil memperoleh sertifikasi *Greener Store*. Melalui sertifikasi ini, MBA menunjukkan komitmen dalam memperkuat kontribusinya terhadap pelestarian lingkungan, sekaligus menciptakan pengalaman pelanggan yang tetap nyaman dan berkualitas.

Terdapat beberapa aspek yang membedakan gerai Starbucks Adhyaksa dengan gerai lainnya, meliputi:

1. Menyediakan pilihan menu makanan nabati dan susu nabati.
2. Mengurangi limbah plastik sebanyak 75% dengan menyediakan gelas atau piring keramik untuk pelanggan yang makan atau minum di tempat, serta mendorong pelanggan untuk beralih ke *tumbler* yang dapat digunakan kembali untuk pesanan yang dibawa pulang.
3. Menggunakan atap berwarna putih untuk memenuhi *Solar Reflectance Index* (SRI), sehingga panas dari matahari bisa dipantulkan.
4. Cat, pelapis, perekat, *sealant* harus memenuhi standar *volatile organic compound* tertentu, sehingga tidak mengeluarkan bau atau gas yang berbahaya untuk pelanggan dan lingkungan.
5. Gerai dihiasi dengan Karya Seni Khusus dari bahan limbah plastik dan dibuat oleh seniman lokal.
6. Desain langit-langit harus menghasilkan standar akustik/pantulan suara yang memastikan kenyamanan partner dan pelanggan, serta mengurangi tingkat kebisingan hingga tingkat desibel yang sesuai standar.
7. Jendela dilengkapi dengan peneduh atau tirai yang dapat digunakan untuk mengendalikan jumlah cahaya matahari yang masuk ke gerai.

8. Using 100% LED lighting.
9. Using energy-saving water filters, energysaving refrigerators, and AC with smart control availability.
10. Availability of Electric Vehicle charging stations

Plant-Based Menu Options

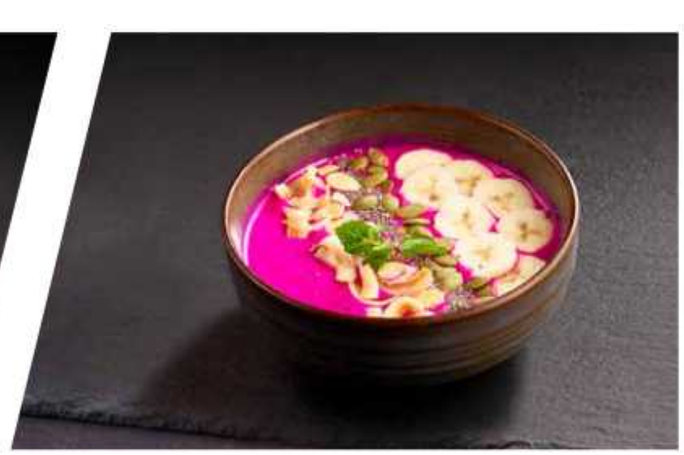
Global food production contributes 20-30% of the world's GHG emissions, with animal-based products accounting for 57% of global food-related emissions, according to the UK Climate Change Committee. In response to this issue, MBA has introduced initiatives to select and use more environmentally friendly ingredients. One such initiative is the availability of plant-based food options across several of our brands, including Starbucks, Genki Sushi, Pizza Marzano, PAUL, and Subway.

8. Menggunakan lampu LED 100%.
9. Menggunakan filter air hemat energi, lemari es hemat energi, dan AC dengan ketersediaan *smart control*.
10. Ketersediaan mesin pengisi baterai kendaraan listrik.

Pilihan Menu *Plant-Based*

Produksi pangan global saat ini berkontribusi sebesar 20-30% terhadap emisi GRK di dunia. Menurut laporan Komite Perubahan Iklim Inggris, produk hewani bertanggung jawab atas 57% emisi makanan global. Menyikapi isu tersebut, MBA telah melakukan inisiatif dengan memilih dan menggunakan bahan makanan yang lebih ramah lingkungan. Salah satu bentuk inisiatif tersebut adalah dengan menyediakan produk makanan berbasis nabati di berbagai gerai kami seperti Starbucks, Genki Sushi, Pizza Marzano, PAUL, dan Subway.





Reducing Plastic Footprint

Mengurangi Jejak Plastik [F.5][F.13][F.14][3-3][306-4]

As a retail and food and beverage company, MBA offers a diverse range of consumer products that can contribute to complex waste challenges. Acknowledging the environmental impact of plastic waste, the Company has developed a comprehensive waste management strategy. This approach includes circular economy initiatives, replacing conventional plastics with eco-friendly recycled materials. Waste management is integrated with building management.

MBA, sebagai perusahaan ritel dan layanan makan dan minuman, memiliki beragam produk konsumsi yang berpotensi menghasilkan limbah kompleks. Kami menyadari tantangan lingkungan, khususnya terkait limbah plastik, sehingga mengembangkan strategi pengelolaan limbah yang komprehensif. Pendekatan kami mencakup inisiatif ekonomi sirkuler dengan mengganti material plastik konvensional menjadi bahan daur ulang yang ramah lingkungan. Pengelolaan limbah dilakukan terintegrasi dengan pengelola gedung

Reduction of Single-Use Plastics

The initiative to reduce single-use plastics has been fully implemented across all MBA-managed stores. As part of this initiative, plastic shopping bags have been replaced with more eco-friendly paper bags and spun-bond reusable bags. By the end of 2024, we successfully maintained the usage rate of non single use shopping bags at 100%.

Pengurangan Plastik Sekali Pakai

Inisiatif pengurangan plastik sekali pakai telah diterapkan secara menyeluruh di seluruh gerai yang dikelola MBA. Sebagai bagian dari inisiatif ini, kantong belanja berbahan plastik digantikan dengan kantong berbahan kertas serta *spun bond* yang lebih ramah lingkungan dan dapat digunakan berulang kali. Hingga akhir tahun 2024, kami berhasil mempertahankan tingkat penggunaan kantong belanja non plastik sekali pakai sebesar 100%.

Replacement of Single-Use Shopping Bags

Penggantian Kantong Belanja Sekali Pakai

Description Uraian	Unit Satuan	2024	2023	2022
Paper Bag	Pieces Lembar	9,094,600	11,077,950	12,078,100
Biodegradable Plastic Bag		0	4,632,250	5,611,800
Spun Bonded Bag		2,791,100	48,400	36,000
Total Shopping Bags **Jumlah Kantong Belanja**		**11,885,700**	**15,758,600**	**17,726,500**
Non-Single Use Plastic Kantong Belanja yang Dapat Dipakai Berulang Kali		11,885,700	15,710,200	17,689,900
	%	100.0	99.7	99.8

Greener Nusantara

Since 2018, we have consistently replaced plastic straws with more sustainable paper straws. This initiative was first introduced at Starbucks stores in Bali and has now been fully implemented across all Starbucks stores in Indonesia. Building on this success, we have extended similar efforts to all the food and beverage brands we manage, including Subway, Godiva, Krispy Kreme, Cold Stone Creamery, and Paul. Additionally, we have replaced plastic coffee stirrers with wooden stirrers, and conventional plastic cups have been replaced with recycled polyethylene terephthalate (rPET) cups.

Greener Nusantara

Sejak tahun 2018, kami secara konsisten melakukan perubahan material sedotan plastik menjadi sedotan berbahan kertas yang lebih ramah lingkungan. Inisiatif ini pertama kali diterapkan pada gerai Starbucks di Bali dan kini telah diimplementasikan di seluruh gerai Starbucks di Indonesia. Seiring dengan keberhasilan inisiatif tersebut, langkah serupa diperluas ke seluruh *brand* makanan dan minuman yang kami kelola, termasuk Subway, Godiva, Krispy Kreme, Cold Stone Creamery, dan Paul. Selain itu, kami juga mengganti pengaduk kopi plastik dengan pengaduk berbahan kayu, dan penggunaan gelas plastik konvensional telah sepenuhnya beralih ke gelas daur ulang berbahan *recycled polyethylene terephthalate* (rPET).

Greener Nusantara Program Achievements
Capaian Program Greener Nusantara

Program	2024	2023	2022
The use of paper straw to replace plastic straw* Penggunaan sedotan kertas untuk menggantikan sedotan plastik*	16,900,000	37,300,000	29,700,000
The use of Wooden Stirrer to replace plastic stirrer Penggunaan Wooden Stirrer untuk menggantikan plastic stirrer	337,000	381,000	184,000
The use of Glass Bottle to replace plastic bottle Penggunaan Botol Kaca untuk menggantikan botol plastik	1,200,000	1,400,000	1,300,000
The use of recycled Polyethylene Terephthalate (rPET) glasses Penggunaan gelas *recycled Polyethylene Terephthalate* (rPET)	24,400,000	35,300,000	28,700,000
The use of tissues from recycling material Penggunaan tisu dari *recycling material*	52,400,000	75,400,000	63,100,000

Bring Your Own Tumbler (BYOT)
We have also introduced the Starbucks Tumbler Day program as part of our plastic reduction campaign, held regularly every Thursday or on the 22nd of each month. Through this program, customers are encouraged to bring and use reusable tumblers. This campaign not only aims to reduce single-use plastic packaging but also to educate and engage the public in actively supporting plastic waste reduction. MBA's initiatives align with the commitment of our parent company to support the National Plastic Action Plan, a national program dedicated to reducing plastic pollution in Indonesia.

Bring Your Own Tumbler (BYOT)
Kami juga memperkenalkan program Tumbler Day Starbucks sebagai bagian dari kampanye pengurangan plastik yang diadakan secara rutin setiap hari Kamis atau pada tanggal 22 setiap bulannya. Melalui program ini, pelanggan didorong untuk menggunakan tempat minum yang dapat digunakan kembali. Kampanye ini tidak hanya bertujuan untuk mengurangi penggunaan kemasan plastik sekali pakai, tetapi juga mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk berperan aktif dalam mendukung pengurangan limbah plastik. Inisiatif yang dilakukan MBA ini selaras dengan komitmen perusahaan induk dalam mendukung National Plastic Action Plan, sebuah program nasional yang bertujuan untuk mengurangi polusi plastik di Indonesia.



Operational Impact on Biodiversity
Dampak Operasional terhadap Keanekaragaman Hayati [F.9][F.10][304-1][304-2]

Currently, none of our cafés, restaurants, or offices are located in protected areas or regions with significant biodiversity value. As a result, the Company's operations do not directly impact biodiversity. However, we remain committed to minimizing any negative effects on biodiversity within our capacity and operational scope as a retail company.

Hingga saat ini, tidak ada gerai kafe, restoran, atau kantor kami yang terletak di sekitar kawasan yang dilindungi atau memiliki nilai ekosistem dan keanekaragaman hayati yang signifikan. Dengan demikian, kegiatan operasional Perusahaan tidak secara langsung berdampak pada keanekaragaman hayati. Namun demikian, kami tetap berkomitmen untuk secara aktif mengurangi dampak negatif terhadap keanekaragaman hayati. Komitmen ini disesuaikan dengan kapasitas dan lingkup operasional kami sebagai perusahaan ritel.

Mangrove Planting
The Company has carried out mangrove planting in various locations. Through this initiative, the Company aims to contribute to environmental conservation. In 2024, a total of 660 mangrove trees were planted, allocated as follows:

- 180 mangrove trees planted in Pantai Indah Kapuk, Jakarta.
- 300 mangrove trees planted in Pantai Ciberi Hamadi, Jayapura.
- 180 mangrove trees planted in Bandar Bakau Dumai, Riau.

Penanaman Mangrove
Perusahaan telah melakukan penanaman mangrove yang tersebar di berbagai lokasi. Melalui penanaman pohon ini, Perusahaan berharap dapat memberikan kontribusi terhadap pelestarian lingkungan. Pada tahun 2024, Perusahaan telah menanam 660 pohon mangrove dengan alokasi sebagai berikut:

- 180 pohon mangrove ditanam di Pantai Indah Kapuk, Jakarta.
- 300 pohon mangrove ditanam di Pantai Ciberi Hamadi, Jayapura.
- 180 pohon mangrove ditanam di Bandar Bakau Dumai, Riau.







Coffee Seed Donation

As part of a series of activities to commemorate its 22nd anniversary and coinciding with the celebration of International Coffee Day 2024, Starbucks Indonesia again donated 48,000 coffee seeds and seedlings to farming communities located in Sukasari Area, Sumedang, and within Gunung Manglayang Timur region.

Donasi Bibit Kopi

Sebagai bagian dari rangkaian kegiatan peringatan ulang tahun ke 22 dan bertepatan dengan perayaan International Coffee Day 2024, Starbukcks Indonesia kembali menghibahkan 48.000 benih dan bibit kopi kepada komunitas petani yang berlokasi di Kawasan Sukasari, Sumedang, dan di dalam wilayah Gunung Manglayang Timur.





Waste Clean Up

During 2024, the Company organized several clean-up operations at beaches, parks, and other communal areas near its operational sites. A total of 18,000 kg of waste was collected and handed over to third-party waste management services.

Waste Clean Up

Sepanjang tahun 2024, Perusahaan mengadakan beberapa operasi bersih-bersih di pantai, taman, dan area komunal lain di sekitar wilayah operasi Perusahaan. Total limbah yang dikumpulkan dan diserahkan kepada pihak ketiga mencapai 18.000 kg.

Water Tower Construction [F.8]

As part of its support for clean water access, in 2024, the Company collaborated with the Planet Water Foundation to construct one water tower at SD Kamarung Subang, West Java. The water tower has a capacity to produce 850–1,000 liters of clean water per hour. This marks the 18th water tower built as part of the Company's partnership with Planet Water Foundation since 2011.

Pembangunan Menara Air [F.8]

Sebagai dukungan terhadap penyediaan air bersih, pada tahun 2024, Perusahaan bekerja sama dengan Planet Water Foundation dalam melakukan pembangunan 1 (satu) menara air di SD Kamarung Subang, Jawa Barat. Menara air tersebut mampu menghasilkan air bersih sebanyak 850–1.000 liter/jam. Menara air merupakan Menara air ke-18 yang dibangun sepanjang kemitraan Perusahaan dengan Planet Water Foundation sejak tahun 2011.



Supporting the Achievement of Sustainable Development Goals (SDGs)

Mendukung Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)

Goal 1: End poverty in all its forms everywhere

Tujuan 1: Mengentaskan kemiskinan dalam segala bentuk di berbagai tempat

- Employ 7,074 employees with 86% are high school graduates.
- 57% of our workforce are male, while the remaining 43% are female.
- Provide social protection to all employees, as regulated by the government.
- Provide quality education to the community to help them achieve a better quality of life.

- Mempekerjakan 7.074 karyawan dengan 86% adalah lulusan SMA.
- 57% dari tenaga kerja kami adalah pria, 43% lainnya adalah perempuan.
- Memberikan perlindungan sosial kepada semua karyawan, sebagaimana diatur oleh pemerintah.
- Memberikan pendidikan berkualitas kepada masyarakat, untuk membantu mereka mendapatkan kualitas hidup yang lebih baik.

Goal 2: End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture

Tujuan 2: Menghapuskan kelaparan, mencapai ketahanan pangan dan meningkatkan nutrisi dan mendorong terlaksananya pertanian yang berkelanjutan

- Provide decent employment to ensure access to quality food for employees and their families.
- Support the Starbucks Farmer Support Center aimed at assisting coffee farmers in implementing sustainable farming methods and donating 48,000 coffee seedlings.
- During 2024, we distributed 3,295 food and 26,692 drink packages.

- Menyediakan pekerjaan yang layak guna memberikan akses terhadap makanan berkualitas bagi karyawan dan keluarga mereka.
- Mendukung Starbucks *Farmer Support Center* yang bertujuan untuk membantu petani kopi untuk menerapkan metode pertanian berkelanjutan, dengan menyumbangkan 48.000 bibit kopi.
- Sepanjang tahun 2024, menyumbangkan 3.295 paket makanan dan 26.692 paket minuman.

Goal 3: Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages

Tujuan 3: Memastikan terwujudnya hidup sehat dan meningkatkan kesejahteraan untuk semua orang dari segala usia

- Offering plant-based menu options.
- Compliance with health and safety regulations included in SOPs and Company Regulations.
- CUP Funds donated more than Rp69 million, which was used for 27 employees that experience hardships due to disasters including floods, fires, tornadoes, medical costs, or collapsing house.
- Adhering to safety regulations (BPOM certificate, SNI certificate, and SMKPO certificate) and clear labeling of our products.
- Provide social protection to all employees, as regulated by the government.

- Menyediakan *plant-based* menu.
- Mematuhi peraturan kesehatan dan keselamatan termasuk dalam SOP dan Peraturan Perusahaan.
- CUP Funds telah menyumbangkan lebih dari Rp69 juta yang digunakan untuk membantu 27 karyawan yang mengalami musibah banjir, kebakaran, angin puting beliung, biaya pengobatan, maupun bencana lainnya seperti atap rumah yang roboh.
- Mengikutisertakan semua peraturan keselamatan (sertifikat BPOM, sertifikat SNI, dan sertifikat SMKPO) dan pelabelan yang jelas dalam produk kami.
- Memberikan perlindungan sosial kepada seluruh karyawan, sebagaimana diatur oleh pemerintah.

Goal 4: Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

Tujuan 4: Memastikan pendidikan berkualitas yang inklusif dan merata dan mendorong pembelajaran seumur hidup untuk semua

- The average training time is 22.5 hours/employee.
- Conducted mini workshops for 12 high school/vocational schools spread across 7 cities.
- Establishing a Starbucks community store that provides space and classes for young people with a portion of the revenues used to support activities held in the store.

- Waktu pelatihan rata-rata karyawan adalah 22,5 jam/karyawan.
- Melaksanakan mini workshop untuk 12 sekolah SMA/SMK yang tersebar di 7 kota.
- Membangun Starbucks Community Store yang juga menyediakan ruang dan kelas bagi kawula muda yang sebagian penghasilan dari gerai ini digunakan untuk mendukung kegiatan-kegiatan yang diadakan di dalam gerai.

Goal 5: Achieve gender equality and empower all women and girls

Tujuan 5: Mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan semua wanita dan anak wanita

Instilling a culture of respect and equal opportunities as embedded in the Company's employee code of ethics. Female composition in our workforce is 43%.

Mengimplementasikan budaya menghormati dan terciptanya kesempatan yang sama tertanam dalam kode etik karyawan Perusahaan. Komposisi karyawan perempuan adalah 43%.

Goal 6: Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all

Tujuan 6: Memastikan ketersediaan dan pengelolaan air dan sanitasi yang berkelanjutan untuk semua

In collaboration with the Planet Water Foundation, 18 water towers have been constructed in eight areas: Denpasar, Bekasi, Lombok, Medan, Surabaya, and Tangerang, Bandung, and Subang.

Bekerja sama dengan Yayasan Planet Water, sejak tahun 2011, telah mendirikan 18 menara air di delapan wilayah yaitu Denpasar, Bekasi, Lombok, Medan, Surabaya, Tangerang, Bandung, dan Subang.

Goal 7-Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all

Tujuan 7 – Memastikan tersedianya akses terhadap energi yang terjangkau, andal, berkelanjutan, dan modern untuk semua

- Installation of 23 solar panels at the Starbucks Cipondoh outlet with a peak capacity of 440 Watt peak per panel.
- Implement initiatives to reduce electricity consumption.

- Memanfaatkan 23 unit panel surya di gerai Starbucks Cipondoh dengan kapasitas 440 *Watt peak per panel*.
- Melakukan inisiatif untuk mengurangi konsumsi listrik.

Goal 8: Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all

Tujuan 8: Mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, inklusif dan berkesinambungan, menjadi tenaga kerja penuh dan produktif serta pekerjaan yang layak untuk semua

- Own 8 brands with 849 outlets in 58 cities in Indonesia.
- Providing jobs and promoting sustainable economic growth for 23 years.
- Making an impact on the surrounding economy.
- No MBA employees receive substandard wages.

- Memiliki 8 *brand* dengan 849 gerai di 58 kota di Indonesia.
- Telah memberikan lapangan pekerjaan dan mempromosikan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan selama 23 tahun.
- Memberikan dampak pada perekonomian di sekitarnya.
- Tidak ada karyawan MBA yang memperoleh upah di bawah standar.

Goal 9: Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation

Tujuan 9: Membangun infrastruktur yang tangguh, mempromosikan industrialisasi yang inklusif dan berkelanjutan dan mendorong inovasi

- Provision of drive-thru and curb side pick up outlets for easy access for our customers and employees.
- Implementing digital and integrated systems to reduce paper consumption, simplify work processes, and improve accuracy, productivity, and efficiency.

- Utilizing the MAPCLUB database, combined with data analytics results, to determine customer preferences, thus enabling us to create targeted marketing programs, determine the right product mix, leading to reduced waste.

- Improving data security.

- Menyediakan gerai drive-thru untuk memudahkan akses bagi pelanggan dan karyawan kami.
- Menerapkan sistem digital dan terintegrasi untuk mengurangi konsumsi kertas, menyederhanakan proses kerja, dan meningkatkan akurasi, produktivitas, dan efisiensi.
- Memanfaatkan basis data MAPCLUB, dikombinasikan dengan hasil analitik data, untuk menentukan preferensi pelanggan, sehingga memungkinkan kami untuk membuat program pemasaran yang tepat sasaran, menentukan bauran produk yang tepat, yang mengarah pada pengurangan limbah.
- Meningkatkan keamanan data.

Goal 10: Reduce inequality within and among countries

Tujuan 10: Mengurangi ketidaksetaraan di dalam dan di antara negara-negara

Provision of quality education for internal or external party.

Menyediakan pendidikan berkualitas bagi pihak internal dan eksternal.

Goal 11: Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable

Tujuan 11: Membangun kota dan pemukiman yang inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan

- Prioritize hiring local labor. This will enhance economic resilience in each city.
- Provision of online learning platforms for employee training.

- Memprioritaskan perekrutan tenaga kerja dari masyarakat setempat. Hal ini akan meningkatkan ketahanan ekonomi di masing-masing kota tersebut.
- Menyediakan platform pembelajaran online untuk kegiatan pelatihan karyawan.

Goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns

Tujuan 12: Memastikan pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan

- Applying a circular economy policy to promote sustainable consumption.
- Having ISO 22000 certification in Food Safety Management Systems for central kitchens producing Cold Stone Creamery and Krispy Kreme products.
- All paper straws we use have been certified by the Forest Stewardship Council.
- 99.7% of our coffee is sourced responsibly.

- Menerapkan kebijakan ekonomi sirkular untuk mempromosikan konsumsi yang berkelanjutan.
- Telah memiliki sertifikasi ISO 22000 dalam Sistem Manajemen Keamanan Pangan untuk *central kitchen* dari produk Cold Stone Creamery dan Krispy Kreme.
- Semua sedotan kertas yang kami gunakan telah mendapatkan sertifikasi dari Forest Stewardship Council.
- 99,7% kopi kami yang berasal dari sumber yang bertanggung jawab.

Goal 13: Take urgent action to combat climate change and its impacts

Tujuan 13: Mengambil tindakan segera dan memerangi perubahan iklim dan dampaknya

- Commitment to environmental sustainability is embedded in the Company Code of Ethics.
- Initiating emission reduction schemes as described in this report.

- Komitmen terhadap kelestarian lingkungan tertanam dalam Kode Etik Perusahaan.
- Memiliki beberapa inisiatif pengurangan emisi yang bisa dilihat pada laporan ini.

Goal 14: Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development

Tujuan 14: Melestarikan dan menggunakan sumber daya laut dan laut secara berkesinambungan untuk pembangunan berkelanjutan

- Eliminating single-use plastics to reduce generation of plastic waste that are dumped in the ocean.
- Tuna used by Genki Sushi are Marine Stewardship Council certified.

- Menerapkan pengurangan penggunaan plastik sekali pakai untuk mengurangi sampah plastik di laut.
- Ikan tuna yang digunakan Genki Sushi telah tersertifikasi Marine Steward Council.

Goal 15: Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss

Tujuan 15: Melindungi, memulihkan dan mempromosikan penggunaan ekosistem terestrial yang berkelanjutan, mengelola hutan secara berkelanjutan, memerangi disertifikasi, dan menghentikan dan membalikkan degradasi lahan dan menghentikan kehilangan pada keanekaragaman hayati

- Some types of waste that we recycle include paper, thereby reducing the use of trees for paper production.
- The paper straws we use are certified by the Forest Stewardship Council.

- Beberapa jenis limbah yang kami daur ulang adalah kertas sehingga mengurangi penggunaan pohon dalam membuat kertas.
- Sedotan kertas yang kami gunakan telah mendapatkan sertifikat dari Forest Stewardship Council.

Goal 16: Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels

Tujuan 16: Mendorong terwujudnya masyarakat yang damai dan inklusif untuk pembangunan berkelanjutan, menyediakan akses ke bagi semua pihak untuk memperoleh perlindungan hukum dan membangun lembaga yang efektif, akuntabel dan inklusif di semua tingkatan

Implementation of good corporate governance and compliance with all relevant government regulations.

Kami menerapkan tata kelola perusahaan yang baik dan mematuhi semua peraturan pemerintah/otoritas yang relevan.

Goal 17-Strengthen the means of implementation and revitalize the Global Partnership for Sustainable Development

Tujuan 17 – Memperkuat cara penerapan dan merevitalisasi Kemitraan Global untuk Pembangunan Berkelanjutan

We partner with principals who apply sustainability principles in their businesses, including:

- Starbucks: 99.7% of coffee beans and 99.7% of tea have been certified as sustainably sourced.
- Collaborating with NGOs and SMEs to implement sustainability in our business, including:

  - Planet Water Foundation - We collaborate with this foundation to provide clean water to communities in areas where clean water is scarce.
  - Indonesia Street Children Organization and Yayasan Sahabat Anak - We work with them as partners who coordinate and act as intermediaries for beneficiaries, especially children from underprivileged families, to engage in activities together.

Bermitra dengan principal yang menerapkan prinsip- prinsip keberlanjutan dalam bisnis mereka, antara lain:

- Starbucks: 99,7% biji kopi, dan 99,7% teh, telah disertifikasi oleh sumber yang berkelanjutan.
- Berkolaborasi dengan LSM dan UKM untuk menerapkan keberlanjutan dalam usaha kami, beberapa kolaborasi tersebut adalah sebagai berikut:
  - Planet Water Foundation - Kami bekerja sama dengan yayasan ini untuk menyediakan air bersih bagi masyarakat di daerah dimana air bersih langka.
  - Indonesia Street Children *Organization* dan Yayasan Sahabat Anak - Kami bekerja sama dengan mereka sebagai mitra yang mengkoordinasikan dan menjadi kepanjangan tangan penerima manfaat, khususnya anak-anak dari keluarga prasejahtera untuk beraktivitas bersama.

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 [G.4]

Index Number No Indeks	Index Name Nama Indeks	Page(s) Halaman
	Sustainability Strategy Strategi Keberlanjutan	
A.1	Explanation of Sustainability Strategy Penjelasan Strategi Keberlanjutan	20
	Performance Overview on Sustainability Aspects Ikhtisar Kinerja Aspek Keberlanjutan	
B.1	Economic Aspects Aspek Ekonomi	6
B.2	Environmental Aspects Aspek Lingkungan Hidup	10
B.3	Social Aspects Aspek Sosial	6
	Company Profile Profil Perusahaan	
C.1	Vision, Mission and Values of Sustainability Visi, Misi, dan Nilai Keberlanjutan	18
C.2	Company Address Alamat Perusahaan	21
C.3	Business Scale Skala Usaha	23
C.4	Products, Services, and Business Activity Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha yang Dijalankan	22
C.5	Membership of Association Keanggotaan pada Asosiasi	24
C.6	Significant Changes Perubahan Emiten dan Perusahaan Publik yang Bersifat Signifikan	23
	Board of Directors Statement Penjelasan Direksi	
D.1	Board of Directors Statement Penjelasan Direksi	15
	Sustainability Governance Tata Kelola Keberlanjutan	
E.1	Responsible Party related to Sustainable Finance Implemention Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan	28
E.2	Competency Development related to Sustainable Finance Pengembangan Kompetensi terkait Keuangan Berkelanjutan	29

Index Number No Indeks	Index Name Nama Indeks	Page(s) Halaman
E.3	Risk Assessment for the Application of Sustainable Finance Penilaian Risiko atas Penerapan Keuangan Berkelanjutan	29
E.4	Stakeholder Engagement Hubungan dengan Pemangku Kepentingan	34
E.5	Problems Encountered on Sustainable Finance Permasalahan terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan	32
	Sustainability Performance Kinerja Keberlanjutan	
F.1	Building a Sustainability Culture Kegiatan Membangun Budaya Keberlanjutan	37
	Economic Performance Kinerja Ekonomi	
F.2	Comparison of Targets and Production Performance, Portfolio, Financing Targets, or Investments, Income as Well as Profit and Loss Perbandingan Target dan Kinerja Produksi, Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi, Pendapatan dan Laba Rugi	45
F.3	Comparison of Target and Portfolio Performance, Financing Targets, or Investments in Financial Instruments or Projects That are in Line with the Implementation of Sustainable Finance Perbandingan Target dan Kinerja Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi pada Instrumen Keuangan atau Proyek yang Sejalan dengan Keuangan Berkelanjutan	45
	Environmental Performance Kinerja Lingkungan Hidup	
	General Aspects Aspek Umum	
F.4	Environmental Costs Biaya Lingkungan Hidup	-
	Material Aspects Aspek Material	
F.5	Usage of Environmentally Friendly Materials Penggunaan Material yang Ramah Lingkungan	80
	Energy Aspects Aspek Energi	
F.6	Amount and Intensity of Energy Consumed Jumlah dan Intensitas Energi yang Digunakan	76
F.7	Efforts and Achievement for Energy Efficiency and Renewable Energy Usage Upaya dan Pencapaian Efisiensi Energi dan Penggunaan Energi Terbarukan	78

Index Number No Indeks	Index Name Nama Indeks	Page(s) Halaman
	Water Aspects Aspek Air	85
F.8	Water Usage Penggunaan Air	
	Biodiversity Aspects Aspek Keanekaragaman Hayati	
F.9	Impacts from Operational Areas that are Near or Located in Conservation Areas or Have Biodiversity Dampak dari Wilayah Operasional yang Dekat atau Berada di Daerah Konservasi atau Memiliki Keanekaragaman Hayati	83
F.10	Biodiversity Conservation Efforts Usaha Konservasi Keanekaragaman Hayati	83
	Emission Aspects Aspek Emisi	
F.11	Amount and Intensity of Emissions Generated by Type Jumlah dan Intensitas Emisi yang Dihasilkan Berdasarkan Jenisnya	76
F.12	Efforts and Achievements Made for Emission Reduction Upaya dan Pencapaian Pengurangan Emisi yang Dilakukan	78
	Waste and Effluent Aspects Aspek Limbah dan Efluen	
F.13	Amount of Waste and Effluent Generated by Type Jumlah Limbah dan Efluen yang Dihasilkan Berdasarkan Jenis	80
F.14	Waste and Effluent Management Mechanism Mekanisme Pengelolaan Limbah dan Efluen	80
F.15	Occurring Spills (if any) Tumpahan yang Terjadi (jika ada)	N/A
	Complaints Related to the Environment Aspects Aspek Pengaduan Terkait Lingkungan Hidup	
F.16	Amount and Material of Environmental Complaints Received and Resolved Jumlah dan Materi Pengaduan Lingkungan Hidup yang Diterima dan Diselesaikan	66, 76
	Social Performance Kinerja Sosial	
F.17	Commitment to Provide Services on Equal Products and/or Services to Consumers Komitmen untuk Memberikan Layanan atas Produk dan/ atau Jasa yang Setara kepada Konsumen	62
	Employment Aspects Aspek Ketenagakerjaan	
F.18	Equal Employment Opportunities Kesetaraan Kesempatan Bekerja	53
F.19	Child Labor and Forced Labor Tenaga Kerja Anak dan Tenaga Kerja Paksa	53

Index Number No Indeks	Index Name Nama Indeks	Page(s) Halaman
F.20	Regional Minimum Wage Upah Minimum Regional	55
F.21	A Decent and Safe Work Environment Lingkungan Bekerja yang Layak dan Aman	60
F.22	Training and Development of Employee Skills Pelatihan dan Pengembangan Kemampuan Pegawai	56
	Community Aspects Aspek Masyarakat	
F.23	Operations Impacts on Surrounding Communities Dampak Operasi terhadap Masyarakat Sekitar	68
F.24	Community Complaints Pengaduan Masyarakat	66
F.25	Corporate Social Responsibility (CSR) Activities Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL)	68
	Responsibility for Sustainable Product/Service Development Tanggung Jawab Pengembangan Produk/Jasa Berkelanjutan	
F.26	Innovation and Development of Sustainable Finance Products/Services Inovasi dan Pengembangan Produk/Jasa Keuangan Berkelanjutan	64
F.27	Products and Services that the Safety have been Evaluated for Customers Produk/Jasa Yang Sudah Dievaluasi Keamanannya Bagi Pelanggan	62
F.28	Products/Services Impacts Dampak Produk/Jasa	63, 68
F.29	The Number of Products Withdrawn Jumlah Produk yang Ditarik Kembali	64
F.30	Customer Satisfaction Survey of Sustainable Finance Products and/or Services Survei Kepuasan Pelanggan terhadap Produk dan atau Jasa Keuangan Berkelanjutan	-
	Others Lain-lain	
G.1	Written Verification from Independent Parties (if any) Verifikasi Tertulis dari Pihak Independen (jika ada)	40
G.2	Feedback Form Lembar Umpan Balik	103
G.3	Responses to Previous Year's Sustainability Report Feedback Tanggapan terhadap Umpan Balik Laporan Keberlanjutan Tahun Sebelumnya	40
G.4	List of Disclosures According to POJK Number 51/POJK.03/2017 concerning Implementation of Sustainable Finance for Financial Services Institutions, Issuers, and Public Companies Daftar Pengungkapan Sesuai POJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik	93

GRI Content Index

GRI Standards Content Index

Statement of use **Pernyataan** Penggunaan	**PT Map Boga Adiperkasa Tbk has reported the information cited in this GRI content index for the period January 1 to December 31 2024 with reference to the GRI Standards.** PT Map Boga Adiperkasa Tbk telah melaporkan informasi yang terdapat dalam indeks konten GRI ini untuk periode 1 Januari sampai dengan 31 Desember 2024 dengan mengacu pada Standar GRI.
GRI 1 used GRI 1 yang digunakan	**GRI 1: Foundation 2021** GRI 1: Fondasi 2021

Standar GRI GRI Standards	Indikator Indicator	Pengungkapan Disclosure	Lokasi Location
Pengungkapan Umum General Disclosures			
GRI 2: Pengungkapan Umum 2021 GRI 2: General Disclosures 2021	2-1	Organizational details Detail organisasi	18
	2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting Entitas yang Disertakan	39
	2-3	Reporting period, frequency, and contact point Periode pelaporan, frekuensi Dan kontak	40
	2-4	Restatements of information Pengungkapan kembali informasi	40
	2-5	External assurance Jaminan (assurance) Eksternal	40
	2-6	Activities, value chain and other business relationships Aktivitas, Rantai Nilai, dan Hubungan Bisnis Lainnya	22
	2-7	Employees Karyawan	50
	2-8	Workers who are not employees Pekerja bukan karyawan	50
	2-9	Governance structure and composition Nominasi dan Seleksi Badan Tata Kelola Tertinggi	28
	2-10	Nomination and selection of the highest governance body Nominasi dan Seleksi Badan Tata Kelola Tertinggi	28
	2-11	Chair of the highest governance body Kepala Badan Tata kelola Tertinggi	28, 33
	2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts Peran Badan Kelola Tertinggi dalam Mengawasi Dampak Manajemen	15, 28
	2-13	Delegation of responsibility for managing impacts Delegasi Tanggung Jawab untuk Pengelolaan Dampak	28
	2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting Peran Badan Tata Kelola Tertinggi dalam Pelaporan Keberlanjutan	28

Standar GRI GRI Standards	Indikator Indicator	Pengungkapan Disclosure	Lokasi Location
	2-16	Communication of critical concerns Penyampaian Kekhawatiran yang Penting	29
	2-17	Collective knowledge of the highest governance body Collective knowledge of the highest governance body	29
	2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body Evaluasi kinerja badan tata kelola tertinggi	29, 33
	2-19	Remuneration policies Kebijakan remunerasi	29, 33
	2-20	Process to determine remuneration Proses penetapan remunerasi	29, 33
	2-21	Annual total compensation ratio Rasio total kompensasi tahunan	29, 33
	2-22	Statement on sustainable development strategy Pernyataan strategi pengembangan keberlanjutan	15, 20
	2-25	Processes to remediate negative impacts Proses pemulihan dampak negatif	29, 33, 68
	2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns Mekanisme Pencarian Saran dan Penyampaian Kekhawatiran	29, 33
	2-27	Compliance with laws and regulations Kepatuhan pada Hukum dan Regulasi	76
	2-28	Membership associations Keanggotaan dalam Asosiasi	24
	2-29	Approach to stakeholder engagement Pelibatan pemangku kepentingan	34
Material Topics Topik Material			
GRI 3: Material Topics 2021 GRI 3: Topik Material 2021	3-1	Process to determine material topics Proses penentuan topik material	33
	3-2	List of material topics Daftar topik material	33
	3-3	Management of material topics Pengelolaan topik material	46, 56, 68, 76, 80
Standar Topik Topic Standards			
GRI 201: Economic Performance 2016 GRI 201: Kinerja Ekonomi 2016	201-1	Direct economic value generated and distributed Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan	45
	201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya	55

Standar GRI GRI Standards	Indikator Indicator	Pengungkapan Disclosure	Lokasi Location
GRI 202: Market Presence 2016 GRI 202: Keberadaan pasar 2016	202-1	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage Rasio standar upah karyawan entry-level berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional	55
GRI 204: Procurement Practice 2016 Praktik Pengadaan 2016	204-1	Proportion of spending on local suppliers Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal	61
GRI 302: Energy 2016 GRI 302: Energi 2016	302-1	Energy consumption in the organization Konsumsi Energi dalam Organisasi	77
	302-2	Energy consumption outside of the organization Konsumsi energi di luar organisasi	77
	302-3	Energy intensity Intensitas energi	77
	302-4	Reduction of energy consumption Pengurangan konsumsi energi	78
	302-5	Reductions in energy requirements of products and services Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa	78
GRI 304: Biodiversity 2016 GRI 304: Keanekaragaman Hayati 2016	304-1	Operation sites adjacent to protected areas and areas of high biodiversity value Lahan operasi berdekatan dengan kawasan lindung dan memiliki nilai keanekaragaman hayati tinggi	83
	304-2	Significant impacts of activities, products and services on biodiversity Dampak signifikan aktivitas, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati	83
GRI 305: Emission 2016 GRI 305: Emisi 2016	305-1	Direct (scope 1) GHG emissions Emisi GRK (cakupan 1) langsung	77
	305-2	Energy indirect (scope 2) GHG emissions Emisi energi GRK (cakupan 2) tidak langsung	77
	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions Emisi GRK (Cakupan 3) tidak langsung lainnya	77
	305-4	GHG emissions intensity Intensitas emisi GRK	77
	305-5	Reduction of GHG emissions Pengurangan emisi GRK	78
	305-6	Nitrogen oxides (NOx), sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions Nitrogen oksida (NOx), belerang oksida (SOx), dan emisi udara signifikan lainnya	77
	305-7	Nitrogen oxides (NOx), sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions Nitrogen oksida (NOx), belerang oksida (SOx), dan emisi udara signifikan lainnya	77

Standar GRI GRI Standards	Indikator Indicator	Pengungkapan Disclosure	Lokasi Location
GRI 306: Waste 2020 GRI 306 Limbah 2020	306-4	Waste diverted from disposal Limbah yang dialihkankan dari pembuangan akhir	80
GRI 403: Employment 2016 GRI 401: Kepegawaian 2016	401-1	New employee hires and employee turnover Perekrutan Karyawan Baru dan Pergantian Karyawan	52
	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees Tunjangan yang Diberikan kepada Karyawan Purnawaktu yang Tidak Diberikan kepada Karyawan pada Kurun Waktu Tertentu atau Paruh Waktu	54, 55
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018 GRI 403: Kesehatan dan Keselamatan Kerja 2018	403-1	Occupational health and safety management system Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja	60
	403-3	Occupational health services Layanan kesehatan kerja	60
	403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety Partisipasi, konsultasi, dan komunikasi pekerja tentang kesehatan dan keselamatan kerja	60
	403-9	Work-related injuries Kecelakaan kerja	60
GRI 404: Training and Education 2016 GRI 404: Pelatihan dan Pendidikan	404-1	Average hours of training per year per employee Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan	56
	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan	56
	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier	58
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016 Keanekaragaman dan Peluang Setara 2016	405-1	Diversity of governance bodies and employees Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan	50, 51
	405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki	55

Standar GRI GRI Standards	Indikator Indicator	Pengungkapan Disclosure	Lokasi Location
GRI 406: Non-discrimination 2016 Pekerja Anak 2016	406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken Insiden diskriminasi dan Tindakan Perbaikan yang Dilakukan	53
GRI 408: Child Labor 2016 Pekerja Anak 2016	408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor Operasi dan Pemasok yang Berisiko Signifikan terhadap Insiden Pekerja Anak	53
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016 Kerja Paksa atau Wajib Kerja 2016	409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor Operasi dan Pemasok yang Berisiko Signifikan terhadap Insiden Kerja Paksa atau Wajib Kerja	53
GRI 413: Local Communities 2016 Masyarakat Setempat 2016	413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs Operasi dengan keterlibatan masyarakat setempat, penilaian dampak, dan program pengembangan	68
	413-2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat setempat	68
GRI 416: Customer Health and Safety 2016 Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan 2016	416-1	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa	62
	416-2	Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa	64
GRI 418: Customer Privacy 2016 Privasi Pelanggan 2016	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data Pengaduan yang Berdasar mengenai Pelanggaran terhadap Privasi Pelanggan dan Hilangnya Data Pelanggan	66



FEEDBACK FORM [G.2]

LEMBAR UMPAN BALIK

Thank you for reading the PT MAP BOGA ADIPERKASA TBK 2024 Sustainability Report. To improve the content of Sustainability Report in the coming years, we hope that you are willing to fill this Feedback Sheet by circling one of the answers and write your answer on the dots provided, and send the sheet back to us.

Terima kasih kepada Bapak/Ibu/ Saudara yang telah berkenan membaca Laporan Keberlanjutan PT MAP BOGA ADIPERKASA TBK Tahun 2024. Untuk meningkatkan isi Laporan Keberlanjutan pada tahun-tahun mendatang, kami berharap Bapak/ Ibu/Saudara bersedia untuk mengisi Lembar Umpan Balik ini dengan melingkari salah satu jawaban dan mengisi titik-titik yang tersedia, kemudian mengirimkannya kepada kami.

Please select an answer that best represent your opinions
Mohon pilih jawaban yang paling sesuai

1. **This Sustainability Report has provided clear information on economic, social and environmental performance of PT MAP BOGA ADIPERKASA TBK**
   Laporan Keberlanjutan ini sudah memberikan informasi yang jelas mengenai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan PT MAP BOGA ADIPERKASA TBK
   ◯ Agree | Setuju ◯ Disagree | Disagree ◯ Not Sure | Tidak Tahu
2. **This Sustainability Report has provided clear information on the fulfillment of social and environmental responsibility of PT MAP BOGA ADIPERKASA TBK**
   Laporan Keberlanjutan ini sudah memberikan informasi yang jelas mengenai pemenuhan tanggung jawab sosial dan lingkungan PT MAP BOGA ADIPERKASA TBK
   ◯ Agree | Setuju ◯ Disagree | Disagree ◯ Not Sure | Tidak Tahu
3. **The materials and data in this Sustainability Report is easy to understand**
   Materi dan data dalam Laporan Keberlanjutan ini mudah dimengerti dan dipahami
   ◯ Agree | Setuju ◯ Disagree | Disagree ◯ Not Sure | Tidak Tahu
4. **The materials and data in this Sustainability Report is quite complete:**
   Materi dan data dalam Laporan Keberlanjutan ini sudah cukup lengkap:
   ◯ Agree | Setuju ◯ Disagree | Disagree ◯ Not Sure | Tidak Tahu
5. **Are the designs, layouts, graphics and photos in this Sustainability Report good enough?**
   Apakah desain, tata letak, grafis dan foto-foto dalam Laporan Keberlanjutan ini sudah bagus?
   ◯ Agree | Setuju ◯ Disagree | Disagree ◯ Not Sure | Tidak Tahu
6. **What are the most useful information in this Sustainability Report?**
   Informasi apa yang paling bermanfaat dari Laporan Keberlanjutan ini?
   .....
   .....
7. **What are the less useful information in this Sustainability Report?**
   Informasi apa yang dinilai kurang bermanfaat dari Laporan Keberlanjutan ini?
   .....
   .....
8. **What information is lacking in this Sustainability Report and needs to be added in the next Sustainability Report?**
   Informasi apa yang dinilai masih kurang dari Laporan Keberlanjutan ini dan perlu ditambahkan pada Laporan Keberlanjutan mendatang?
   .....
   .....

Sender Identity | Identitas Pengirim

Name | Nama: .....

Email | Surel: .....

Phone | Telp: .....

Identification according to stakeholder category:
Identifikasi menurut kategori pemangku kepentingan:

- ◯ **Customer** Pelanggan
- ◯ **Employee/Employee Organization** Pegawai/Organisasi Pegawai
- ◯ **Shareholder** Pemegang saham
- ◯ **Government, Regulator, Legislative** Pemerintah, Regulator, Legislatif
- ◯ **Business Partner** Mitra kerja
- ◯ **Mass Media** Media massa
- ◯ **Community** Masyarakat
- ◯ **Others, please specify** Lain-lain, sebutkan _____

Potong halaman ini. Cut this page.

Please send this feedback sheet to:
Mohon lembar umpan balik ini dikirimkan ke:

PT MAP BOGA ADIPERKASA TBK
Sahid Sudirman Center, 27th Floor
Jl. Jend. Sudirman Kav. 86
Jakarta, 10220
Phone | Telp: (+62-21) 5745808
Email | Surel: corporatesecretary@mbai.co.id

2024 SUSTAINABILITY REPORT
LAPORAN KEBERLANJUTAN

MBA
PT MAP BOGA ADIPERKASA TBK.

27th Floor, Sahid Sudirman Center,
Jl. Jend. Sudirman Kav. 86, Jakarta
10220, Indonesia.

Phone: +62-21 574 6501
corporatesecretary@mbai.co.id
website: www.mbai.co.id