

A New Level of Convenience



ANNUAL REPORT 2011
FINDING & WIN

Only At



Pendiri

The Founder

Selama lebih dari 30 tahun saya telah menjalankan usaha di Indonesia dengan tujuan untuk ikut andil dalam mengembangkan perekonomian negara dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat umum. Anda, para kaum penerus, akan melanjutkan tugas ini untuk merealisasikan keadaan yang lebih baik dalam skala yang lebih luas.

Segala sesuatu yang kita peroleh dari komunitas harus dipergunakan untuk mengembangkan kepentingan komunitas. Ingatlah untuk selalu meningkatkan kemakmuran dan keterampilan para karyawan untuk kepentingan masyarakat umum.

For more than 30 years, I have been doing business in Indonesia with the purpose of participating in economic development of the country and to create more job opportunities for the community. You, my successor, should carry out this task in order to continue the realization of ideals with perseverance and develop it into a larger scale.

What we obtain from the community should also be utilized in the interest of community. This spirit should prevail in our activities. Remember, enhance the welfare and skills of the employees, be charitable to the public and contribute to the happiness of the People.

Atje Hanoris



Visi Terus berjuang dan menang
Vision *Keep fighting and win*

Misi Mereposisi bisnis Perseroan untuk fokus pada bisnis Convenience Store dan Industrial Imaging.
Mission *Reposition the corporate business to focus on Convenience Store and Industrial Imaging.*

Menata ulang strategi bisnis yang lebih fokus pada kebutuhan konsumen.
Reorganized the business strategy to be more focus on customer's need.

Melakukan perubahan sistem dan prosedur menjadi lebih singkat, cepat namun terkendali melalui penggunaan teknologi informasi serta memberikan limit of authority yang tepat agar keputusan dapat dijalankan dengan cepat dan efisien.

Change the systems and procedure to be more simple, fast, controllable through information technology application and allowed the right limit of authority to execute each decisions quick and efficiently.

Menata ulang biaya-biaya Perseroan agar tepat sesuai dengan prioritas dan potensi bisnis – bisnis Perseroan.

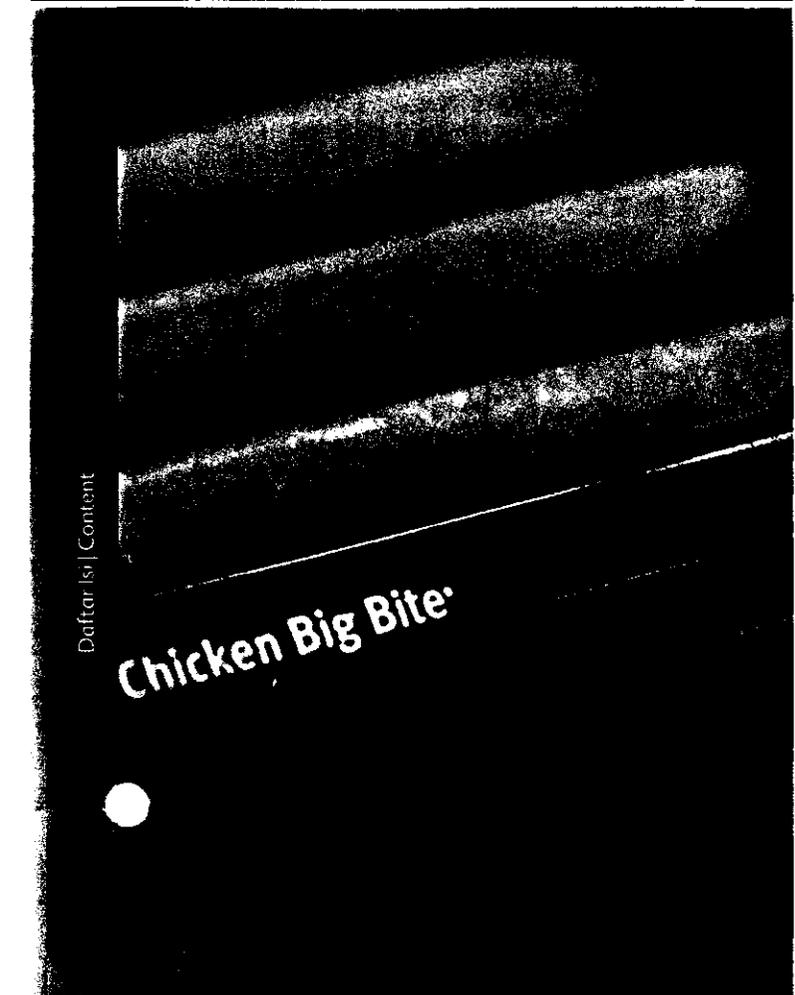
Reorganized all corporate' operating costs as its priority and corporate business potential.

Menata ulang alokasi sumber daya (manusia, dana, waktu) untuk bisnis-bisnis dan unit usaha yang berpotensi untuk meningkatkan performance perusahaan.

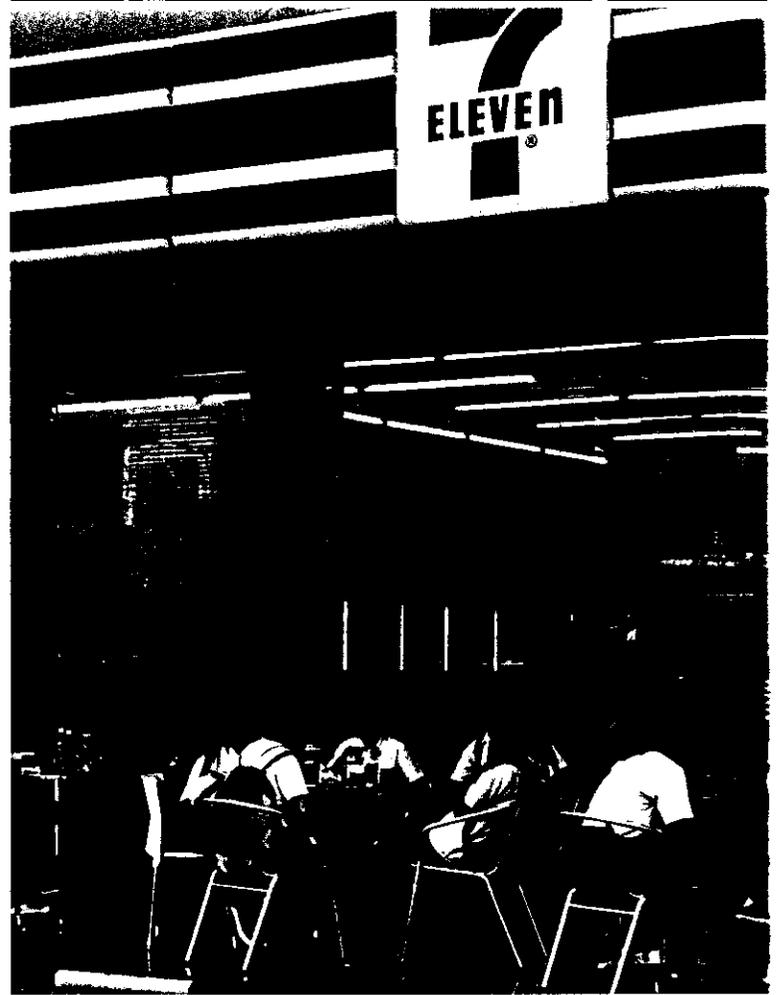
Reorganized the allocation of human resources, finance and timing for businesses and potential business unit to increase the business performance.

Menata kembali struktur organisasi Perseroan sesuai dengan prioritas dan potensi bisnis – bisnis Perseroan.

Restructure the corporate' structure as its priority and corporate business potential.



Chicken Big Bite®



Daftar Isi

Content

- | | |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 1 Visi dan Misi | 20 Profil Komisaris |
| Vision and Mission | Commissioners Profile |
| 2 Daftar Isi | 21 Profil Direksi |
| Content | Directors Profile |
| 4 Tonggak Sejarah | 22 Tata Kelola Perusahaan |
| Milestones | Good Corporate Governance |
| 6 Profil PT Modern Internasional Tbk. | 33 Laporan Komite Audit |
| PT Modern Internasional Tbk. Profile | Audit Committee Activity Report |
| 9 Kronologis Pencatatan Saham di Bursa Efek Indonesia | 36 Laporan Aktifitas Bisnis |
| Chronology of the Listing of the Company Shares | Business Activity Report |
| 10 Ikhtisar Keuangan | 52 Laporan Manajemen |
| Financial Highlights | Management Report |
| 12 Informasi Saham | 62 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan |
| Stock Highlights | Corporate Social Responsibilities |
| 14 Peristiwa Penting | 65 Informasi Perusahaan |
| Event Highlights | Corporate Information |
| 16 Laporan Dewan Komisaris | 70 Laporan Auditor Independen |
| Board of Commissioners Report | Independent Auditors Report |
| 18 Laporan Direksi | |
| Board of Directors Report | |



Daftar Isi | Content



Tonggak Sejarah

Milestones

1971

Didirikan dengan nama PT. Modern Photo Film Company

*1971
The Company was established using the name PT.Modern Photo Film Company*



1988
Pendirian Fuji Image Plaza sebagai jaringan ritel Fotografi di Indonesia

*1988
Fuji Image Plaza was established as a retail photography network in Indonesia*



1991
Penawaran Umum Perdana Saham

*1991
Initial Public Offering*



1997
Perubahan nama Perseroan menjadi PT. Modern Photo Tbk.

Penunjukan sebagai Distributor Tunggal RICOH untuk peralatan solusi dokumen dan fotokopi di Indonesia

*1997
Company's name changed into PT.Modern Photo Tbk*

Appointed as Sole Distributor for RICOH document solutions equipment and photocopy in Indonesia



2006
Penunjukan sebagai Distributor Tunggal Shimadzu untuk produk perlengkapan medikal

*2006
Appointed as Shimadzu Sole Distributor for medical equipments*



2007
Perubahan nama Perseroan menjadi PT. Modern Internasional Tbk.

*2007
Company's name changed into PT.Modern Internasional Tbk.*



2008
Penandatanganan
Letter of Intent
Master Franchise
gerai 7-Eleven di
Dallas - Amerika
Serikat

2008
Letter of Intent
Master Franchise of
7-Eleven was signed
at Dallas, United
States



2009
Penandatanganan Master
Franchise Agreement
7-Eleven di Tokyo -
Jepang

Pembukaan gerai
pertama 7-Eleven di
Bulungan - Jakarta
Selatan

2009
Master Franchise
Agreement of 7-Eleven
was signed in Tokyo,
Japan

The first 7-Eleven store
opening at Bulungan,
South Jakarta



2010
Pembukaan gerai
7-Eleven ke 21

2010
The 21st 7-Eleven
store opening



2011
Pembukaan gerai
7-Eleven ke 57

2011
The 57th 7-Eleven
store opening



2011
Pembukaan PT
FFI (Fresh Food
Indonesia)

2011
PT FFI (Fresh
Food Indonesia)
established





Profil PT. Modern Internasional Tbk.

PT. Modern Internasional Tbk. Profile

PT Modern Internasional Tbk. didirikan pada tanggal 12 Mei 1971 dengan nama PT Modern Photo Film Company. Setelah mengalami beberapa kali perubahan anggaran dasar, dengan Akta Notaris Budiarti Karnadi, S.H. No. 48 tanggal 26 Mei 1997, mengenai perubahan seluruh Anggaran Dasar Perseroan, termasuk perubahan nama Perseroan, maka nama perusahaan berganti menjadi PT Modern Photo Tbk. Dan pada Juni 2007, dengan perubahan bisnis global yang terjadi, PT Modern Photo Tbk. mengganti namanya menjadi PT. Modern Internasional Tbk. Sejak tahun 1971, Perseroan telah menjadi distributor tunggal untuk seluruh produk FUJIFILM Jepang di Indonesia.

Perseroan bergerak dalam bidang usaha perdagangan produk *Industrial Imaging*, seperti peralatan *medical, graphic art*, dan solusi dokumen dengan mengusung beberapa merk. Perseroan juga mengembangkan jaringan *Convenience Store* yang fokus pada layanan makanan dan minuman siap saji juga *convenience item* lainnya.

Sesuai dengan visi TERUS BERJUANG & MENANG dan melalui strategi 6R yang dilakukan oleh Perseroan yaitu Repositioning Business, Reinvent Business, Reengineering Business Process, Right Sizing, dan Resource Allocation, Perseroan mengarahkan fokus pengembangan bisnis utamanya ke bisnis *Convenience Store* dan melanjutkan bisnis *Industrial Imaging* sesuai dengan kebutuhan pasar.

PT Modern Internasional Tbk. was founded on May 12, 1971 under the name of PT Modern Photo Film Company. Having undergone several changes in the Articles of Association of the Company, by the Notarial Act Budiarti Karnadi, SH No. 48, dated May 26, 1997, regarding changes to the Articles of Association of the Company, including change of the Company name, became PT Modern Photo Tbk And in June 2007, with the global business changes that happened, PT Modern Photo Tbk. changed its name to PT. Modern Internasional Tbk. and since 1971, the Company has become the sole distributor for all FUJIFILM Japan products in Indonesia.

The Company is engaged in Industrial Imaging product such as medical equipment, graphic art and document solution by carrying various brands. The Company is also developing Convenience Store chain which focus on fresh food and beverages as well as other convenience items.

In accordance with the vision KEEP FIGHTING & WIN and through 6R strategy undertaken by the Company which are the Business Repositioning, Business Reinvent, Business Process Reengineering, Right Sizing and Resource Allocation, the Company directed its main business focus to Convenience Store business and continued the Industrial Imaging business to fulfill the market demand.

**PT Modern Internasional
Tbk. didirikan pada tanggal
12 Mei 1971 dengan nama
PT Modern Photo Film
Company**

*PT Modern Internasional Tbk. was
founded on May 12, 1971 under
the name of PT Modern Photo
Film Company*

Melihat kinerja yang dicapai di tahun 2011 dengan fokus pada strategi dan bisnis di bidang *Convenience Store* dan *Industrial Imaging*, Perseroan dan Entitas Anak akan melanjutkan dan mengembangkan beberapa aktivitas untuk mendukung fokus pada berbagai divisi berikut:

- Di bidang *Convenience Store 7-Eleven*, dengan menjalankan konsep ritel yang berfokus pada layanan makanan dan minuman siap saji, di samping *convenience item* lainnya, akan terus dikembangkan secara agresif dengan mengonversi bisnis ritel fotografi dan penambahan tempat baru melalui pengelolaan oleh salah satu Entitas Anak.
- Di bidang *Industrial Office Imaging*, fokus pada penyediaan *Multifunction Color Copier* melalui solusi manajemen dokumen yang mampu memberikan efisiensi biaya serta ramah lingkungan.
- Di bidang *Industrial Medical*, dengan fokus menyediakan produk *X-Ray film* dan *equipment Fuji Film Computed Radiography*, *X-Ray unit Shimadzu* serta *Hologic Insight Surgical Mini C-Arm* untuk kebutuhan rumah sakit dan klinik.
- Di bidang *Industrial Graphic Arts*, Perseroan berfokus untuk menyediakan *plate*, mesin CTP (Computer to Plate), serta mesin *digital printing FujiFilm* untuk industri percetakan.
- Di bidang *Digital Imaging*, Perseroan akan tetap mempertahankan bisnis unit ini selama mungkin dan seprofitable mungkin dengan fokus pada konversi ritel fotografi menjadi sebuah konsep gabungan dengan gerai *Convenience Store 7-Eleven*, serta fokus pada solusi cetak digital dan solusi kreatif seperti *MPrisa* dan *Photobook*.

Seeing the performance achieved in 2011 with a focus on strategy and business in the field of *Convenience Store* and *Industrial Imaging*, the Company and its subsidiaries continued in developing some activities to support focusing on several divisions as follows:

- In *Convenience Store 7-Eleven*, by developing a retail concept that focused on fresh food and beverages as well as other convenience items which aggressively developed by converting photography retail business and additional of new places which are managed by the Company's subsidiaries.
- In *Industrial Office Imaging* business, focused on providing *Multifunction Color Copier* through a document management solution that able to promote cost efficiency and environmental friendly based.
- In *Industrial Medical* business, focused on providing *X-Ray film* product and *FujiFilm Computed Radiography* equipment, *X-Ray unit Shimadzu*, *Hologic Insight Surgical Mini C-Arm* for hospitals and clinics.
- In *Industrial Graphic Arts* business, focused on providing plates and CTP (Computer to Plate) equipment and *Fuji Film digital printing* for printing industry.
- In *Digital Imaging* business, the Company will maintain its business units as long as possible and as profitable as it could by focusing on retail photography conversion to become a combination concept with *Convenience Store 7-Eleven* outlet, also focused in digital printing solutions and creative solutions such as *MPrisa* and *Photobook*.

- Di bidang Voucher Isi Ulang Selular, dengan mengembangkan penjualan produk *E-Reload* via jaringan bank melalui kerjasama dengan beragam operator terkemuka seperti Telkomsel, Indosat, XL, Bakrie Telecom, dan operator – operator telekomunikasi lain di Indonesia untuk dipasarkan melalui jaringan gerai *Convenience Store 7-Eleven*, *Fuji Image Plaza*, *FujiFilm Digital Imaging* serta agen.

Sampai saat ini produk dan layanan Perseroan diberikan kepada seluruh mitra bisnis dan konsumen melalui 1.200 *outlet* fotografi yang tersebar pada 16 cabang di seluruh Indonesia, dan 57 gerai *Convenience Store 7-Eleven* di area Jakarta Raya.

Perseroan menyajikan layanan lengkap berupa tenaga *sales*, teknisi, dan layanan purna jual untuk para mitra bisnis dan konsumen di setiap kantor cabang, sehingga produk dan layanan yang dibutuhkan dapat dinikmati oleh seluruh konsumen akhir di seluruh Indonesia. PT Modern Internasional Tbk sampai dengan tahun 2011 memiliki total karyawan sebanyak 1.557 orang.

- In Cellular Pre Paid Reload business, by developing *E-Reload* product through the banking network in collaboration with various leading operators such as Telkmosel, Indosat, XL, Bakrie Telecom, and other telecommunication operators in Indonesia to be marketed through *Convenience Store 7-Eleven outlet chains*, *Fuji Image Plaza*, *FujiFilm Digital Imaging* and agents.

Until now the Company's products and services was presented to all business partners and customers through 1200 photography outlets that spread in 16 branches throughout Indonesia, and 57 *Convenience Store 7-Eleven outlets* in Jakarta area

The Company provides full service team, from sales force, technicians and after sales service to our business partners and customers at each branch so that all products and services needed will be enjoyed by the end customers throughout Indonesia. Until the year 2011, PT Modern Internasional Tbk. has developed a total employee of 1.557

Perseroan dan Entitas Anak	Jumlah Pegawai	Bisnis Utama
PT Modern Internasional Tbk.	574	Perdagangan Umum
PT Modern Putra Indonesia	892	Jaringan Ritel 7-Eleven
PT Modern Data Solusi	91	Perdagangan Umum, Multifunction Copier produk

Company and Subsidiaries	Total Employees	Core Business
PT Modern Internasional Tbk.	574	General Trading
PT Modern Putra Indonesia	892	Retail Network for 7-Eleven
PT Modern Data Solusi	91	General Trading, Multifunction Copier products

Dengan fokus pada strategi dan bisnis di bidang Convenience Store dan Industrial Imaging

With a focus on strategy and business in the field of Convenience Store and Industrial Imaging

Kronologis Pencatatan Saham di Bursa Efek Indonesia

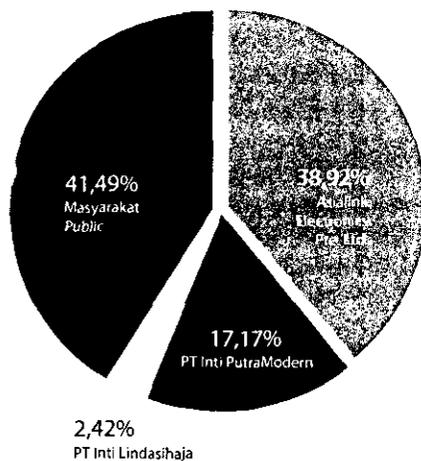
Chronology of The Listing of The Company Shares in Indonesia Stock Exchange

Kronologi Pencatatan Saham di Bursa Efek Indonesia
Chronology of The Listing of The Company Shares in Indonesia Stock Exchange

Tanggal Pencatatan	Jenis Tindakan Korporasi	Perubahan Jumlah Saham	Total Jumlah Saham
Date of Listing	Type of Company's Action	Changes Number of Shares	Total Number of Shares
16 Juli 1991 16 July 1991	Penawaran Umum Perdana Nominal Rp 1.000/saham Harga Penawaran Rp 6.800/saham <i>Initial Public Offering, Par Value Rp 1.000/share Offered Price of Rp 6.800/share</i>	4.500.000	44.500.000
18 Agustus 1992 18 August 1992	Penawaran Umum Terbatas Nominal Rp 1.000/saham Harga Penawaran Rp 8.250/saham <i>Limited Public Offering, Par Value Rp 1.000/share Offered Price of Rp 8.250/share</i>	8.853.980	53.353.980
30 Maret 1994 30 March 1994	Saham Bonus : 3 saham bonus untuk setiap kepemilikan 2 saham <i>Bonuses of Shares : 3 bonuses for each 2 shareholdings</i>	80.030.970	133.384.950
22 September 1997 22 September 1997	Perubahan Nominal Saham dari Rp 1.000/saham menjadi Rp 500/saham (Stock Split) <i>Change of Par Value From Rp 1.000/share into and Rp 500/share (Stock Split)</i>	133.384.950	266.769.900
12 Desember 2006 12 December 2006	Penambahan Modal Tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu <i>Issuing New Shares Without Preemptive Rights</i>	373.048.002	639.817.902

Komposisi Pemegang Saham Perseroan

Company Shareholding Structure



Pemegang Saham	Jumlah Saham Ditempatkan dan Disetar Penuh	Persentase Pemilikan	Jumlah (Rp)
Shareholders	Number of Issued And Fully Paid Shares	Percentage of Ownership	Value (Rp)
Asialink Electronics Pte. Ltd.	249,048,002	38,92%	124,524,001,000
PT Inti PutraModern	109,829,000	17,17%	54,914,500,000
PT Inti Lindasiharja	15,505,500	2,42%	7,752,750,000
Masyarakat Public	265,435,400	41,49%	132,717,700,000
Jumlah	639,817,902	100,00%	319,908,951,000

Ikhtisar Keuangan

Financial Highlights

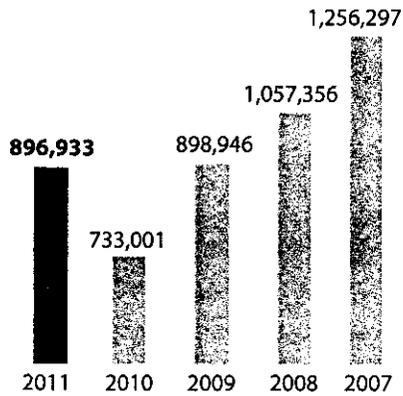
Dalam jutaan Rupiah kecuali nilai nominal per saham dan laba komprehensif per saham dalam Rupiah penuh dan jumlah saham
In million Rupiah, except par value per share and comprehensive income per share are in Rupiah and number of shares

31 Desember | 31 December

	2011	2010	2009	2008	2007	
Penjualan	896,933	733,001	898,946	1,057,356	1,256,297	<i>Sales</i>
Laba Bruto	288,023	229,619	196,642	236,801	248,521	<i>Gross Profit</i>
Laba Operasi	102,283	80,221	38,566	43,873	23,941	<i>Income from Operations</i>
Laba Komprehensif	56,716	41,977	12,024	2,059	1,799	<i>Comprehensive Income</i>
Jumlah Saham ditempatkan dan disetor penuh	639,817,902	639,817,902	639,817,902	639,817,902	639,817,902	<i>Number of Shares Issued and fully paid</i>
Nilai Nominal per Saham	500	500	500	500	500	<i>Par value per Share</i>
Laba Komprehensif per Saham	89	66	19	3	3	Comprehensive Income per Share
Modal Kerja Bersih	353,441	245,411	112,748	99,117	147,266	<i>Net Working Capital</i>
Total Aset	1,062,110	793,662	773,049	790,843	910,085	<i>Total Assets</i>
Total Liabilitas	638,288	425,173	443,549	473,367	594,668	<i>Total Liabilities</i>
Total Ekuitas	423,821	368,489	329,500	317,476	315,417	<i>Total Equity</i>
Rasio Keuangan						Financial Ratios
Rasio Laba Komprehensif terhadap Total Aset	5.3	5.3	1.6	0.3	0.2	<i>Return on Assets</i>
Rasio Laba Komprehensif terhadap Total Ekuitas	13.4	11.4	3.6	0.6	0.6	<i>Return on Equity</i>
Rasio Laba Komprehensif terhadap Penjualan	6.3	5.7	1.3	0.2	0.1	<i>Net Profit Margin</i>
Rasio Laba Bruto terhadap Penjualan	32.1	31.3	21.9	22.4	19.8	<i>Gross Profit Margin</i>
Rasio Laba Operasi terhadap Penjualan	11.4	10.9	4.3	4.1	1.9	<i>Operating Profit Margin</i>
Rasio Lancar	195.6	183.3	128.7	126.0	131.3	<i>Current Ratio</i>
Rasio Total Liabilitas terhadap Total Ekuitas	150.6	115.4	134.6	149.1	188.5	<i>Total Liabilities to Total Equity Ratio</i>
Rasio Total Liabilitas terhadap Total Aset	60.1	53.6	57.4	59.9	65.3	<i>Total Liabilities to Total Assets Ratio</i>

Penjualan

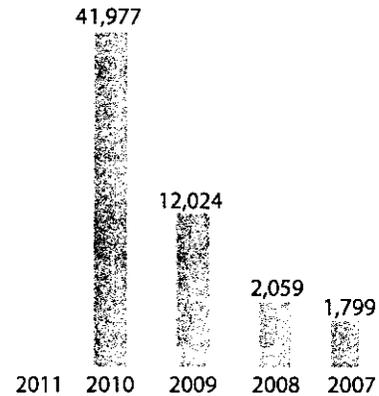
Sales
dalam jutaan rupiah | in million rupiah



Laba Komprehensif

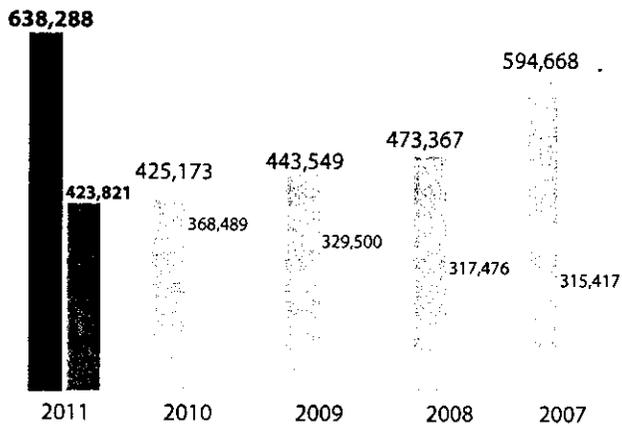
Comprehensive Income
dalam jutaan rupiah | in million rupiah

56,716



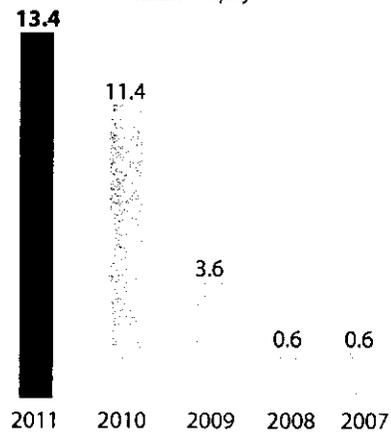
Total Liabilitas dan Total Ekuitas

Total Liabilities and Total Equity
dalam jutaan rupiah | in million rupiah



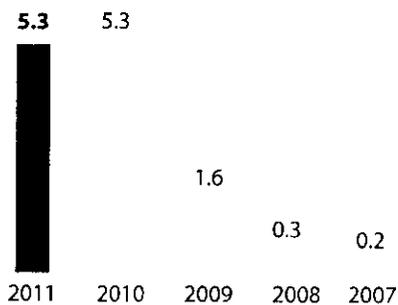
Rasio Laba Komprehensif terhadap Total Ekuitas

Return on Equity



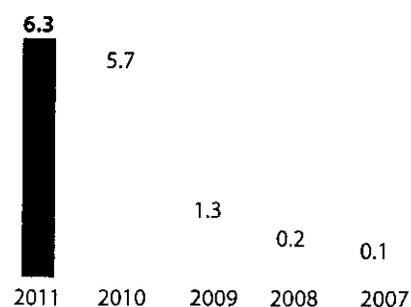
Rasio Laba Komprehensif terhadap Total Aset

Return on Assets



Rasio Laba Komprehensif terhadap Penjualan

Net Profit Margin



Informasi Saham

Stock Highlights

REALISASI PENGGUNAAN DANA HASIL PENAWARAN UMUM

Dalam Juli 1991, Perseroan telah menerbitkan 4.500.000 saham dengan jumlah nilai nominal Rp 4.500.000.000 melalui penawaran umum kepada masyarakat dengan harga Rp 6.800 per saham atau jumlah seluruhnya Rp 30.600.000.000. Dana hasil penawaran umum tersebut telah habis digunakan dan direalisasikan sesuai dengan rencana.

Dalam Agustus 1992, Perseroan menerbitkan 8.853.980 saham dengan jumlah nilai nominal Rp. 8.853.980.000 melalui penawaran terbatas kepada pemegang saham (*Right Issue*) dengan harga Rp 8.250 per saham atau jumlah seluruhnya Rp 73.045.335.000. Dana ini telah habis digunakan dan direalisasikan sesuai dengan rencana.

LOKASI DAN JENIS AKTIVA TETAP BERWUJUD UTAMA YANG BERNILAI LEBIH DARI 5% DARI JUMLAH AKTIVA TETAP

Perseroan dan Entitas Anak tidak memiliki unit satuan jenis aktiva tetap berwujud utama yang bernilai lebih dari 5% (lima persen) dari jumlah aktiva tetap Perseroan dan Entitas Anak.

KEBIJAKAN DIVIDEN

Sesuai dengan Prospektus yang diterbitkan oleh Perseroan pada saat melakukan penawaran umum perdana saham Perseroan pada tahun 1991, Perseroan merencanakan untuk membayar dividen sekurang-kurangnya satu kali tiap tahun. Jumlah dividen yang dibayarkan dikaitkan dengan keuntungan dan keadaan keuangan Perseroan pada tahun yang bersangkutan tanpa mengurangi hak para pemegang saham untuk menentukan nilai sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Anggaran Dasar Perseroan.

Persentase dividen dikaitkan dengan laba bersih setelah pajak direncanakan sebagai berikut:

APPLICATION OF THE PROCEEDS FROM PUBLIC OFFERING

In July 1991, the Company had issued 4.500.000 shares with a total nominal value of Rp 4.500.000.000 through an initial public offering price of Rp 6,800 per share or a total of Rp 30.600.000.000. The fund raised from the public offering had been fully used and implemented in accordance with the plan.

In August 1992, the Company issued 8.853.980 shares with a total nominal value of Rp. 8.853.980.000 through limited offer to the shareholders (*Rights Issue*) at a price of Rp 8250 per share or a total of Rp 73.045.335.000. These funds had been used and implemented in accordance as planned.

LOCATION AND MAIN TYPES OF TANGIBLE FIXED ASSETS VALUE OF MORE THAN 5% OF TOTAL FIXED ASSETS

The Company and its subsidiaries do not have single unit of the main types of tangible fixed assets which valued more than 5% (five percent) of total fixed assets of the Company and its subsidiaries.

DEIVIDEND POLICY

In accordance with the Prospectus issued by the Company at the time of initial public offering in 1991, the Company planned to pay a dividend at least once every year. Total dividends paid will be associated with the profit and Company's financial condition of the relevant years without limiting the shareholders right to decide otherwise according to the articles of association.

Percentage of dividends is associated with a net profit after tax planned as follows:

Laba Komprehensif <i>Comprehensive Income</i>	Persentase dividen terhadap laba komprehensif <i>Percentage of dividend to comprehensive income</i>
Kurang dari Rp 10 miliar <i>Less than 10 billion IDR</i>	25% sampai dengan 35% <i>25% to 35%</i>
Rp 10 miliar atau lebih <i>10 billion IDR and more</i>	36% sampai dengan 50% <i>36% to 50%</i>

Dividen kas yang telah selama 5 (lima) tahun terakhir adalah sebagai berikut :

The cash dividends paid in the last 5 (five) years are as follows :

Tahun Buku <i>Book Year</i>	Tanggal Pembayaran <i>Date of Payment</i>	Dividen kas per Saham <i>Cash Dividend per Share</i>	Jumlah Dividen (miliar rupiah) <i>Amount of Dividend (in billion rupiah)</i>
2011	Diusulkan Rp. 10 per Saham <i>Purpose IDR 10,- per Share</i>		Rp. 6,398,-
2010	22 Juli 2011 <i>July 22 2011</i>	Rp. 10,-	Rp. 6,398,-
2009	Tidak ada pembagian dividen <i>No dividend distributed</i>		*)
2008	Tidak ada pembagian dividen <i>No dividend distributed</i>		*)
2007	Tidak ada pembagian dividen <i>No dividend distributed</i>		*)

* Untuk Kebutuhan Modal Kerja *for Working Capital Requirement*

Kinerja Saham

Jumlah saham yang ditempatkan dan disetor penuh yaitu 639,817,902 saham saat ini dicatatkan di Bursa Efek Indonesia.

Kinerja saham Perseroan dalam 2 (dua) tahun terakhir adalah sebagai berikut:

Stock Performance

All the Company's shares subscribed and paid-in is 639,817,902 shares and currently listed at Indonesia Stock Exchange.

The Performance of Company's shares in the last 2 (two) years are:

2011

Bursa Efek Indonesia <i>Indonesia Stock Exchange</i>	Harga Saham <i>Share Price</i>			Jumlah Saham yang Diperdagangkan <i>Total of Shares Traded</i>
	Tertinggi <i>Highest</i>	Terendah <i>Lowest</i>	Penutupan <i>Close</i>	
Triwulan Pertama <i>First Quarter</i>	Rp. 2.600	Rp. 1.900	Rp. 2.025	6,470,500
Triwulan Kedua <i>Second Quarter</i>	Rp. 2.425	Rp. 2.025	Rp. 2.250	9,409,000
Triwulan Ketiga <i>Third Quarter</i>	Rp. 3.500	Rp. 2.200	Rp. 2.475	17,717,500
Triwulan Keempat <i>Fourth Quarter</i>	Rp. 3.500	Rp. 2.250	Rp. 3.200	9,556,500

2010

Bursa Efek Indonesia <i>Indonesia Stock Exchange</i>	Harga Saham <i>Share Price</i>			Jumlah Saham yang Diperdagangkan <i>Total of Shares Traded</i>
	Tertinggi <i>Highest</i>	Terendah <i>Lowest</i>	Penutupan <i>Close</i>	
Triwulan Pertama <i>First Quarter</i>	Rp. 810	Rp. 240	Rp. 740	5,670,500
Triwulan Kedua <i>Second Quarter</i>	Rp. 800	Rp. 600	Rp. 700	5,014,000
Triwulan Ketiga <i>Third Quarter</i>	Rp. 1.800	Rp. 680	Rp. 1.800	10,347,500
Triwulan Keempat <i>Fourth Quarter</i>	Rp. 2.325	Rp. 1.600	Rp. 2.325	21,423,000

Sumber : PT Bursa Efek Indonesia

Peristiwa Penting

Event Highlights

Peristiwa Penting | Event Highlights



January
7-Eleven Opening - Blak
Jakarta



February
Roadshow FujiFilm
Jakarta



February
Ricoh Dealer Gather
Jakarta



May
RUPS 2011
Jakarta



June
Digital Imaging Annual Exhibition
Jakarta



June
FFI Grand Openi
Jakarta



October
7-Eleven Opening - Rawamangun
Jakarta



October
Hospital Expo
Jakarta



November
7-Eleven Batik Ch
Jakarta



March
Logistic by DHL
Jakarta



May
7-Eleven Opening - Duren Tiga
Jakarta



July
FFI Production
Jakarta



August
FGD Expo
Jakarta



November
7-Eleven Anniversary
Jakarta



December
7-Eleven 57th Opening
Jakarta

Laporan Dewan Komisaris

Board of Commissioners Report

Pemegang saham yang terhormat,

Tahun 2011 diharapkan merupakan tahun titik balik penjualan bagi Perseroan dan Entitas Anak, setelah pada tahun 2010 terjadi penurunan penjualan terutama dalam bisnis fotografi dan voucher isi ulang telepon seluler.

Penjualan pada tahun 2011 yang mencapai Rp. 896,9 milyar telah hampir menyamai penjualan tahun 2009 yang mencapai Rp. 898,9 milyar. Penjualan tahun 2011 ini meningkat sebesar 22,4% bila dibandingkan dengan penjualan tahun 2010 yang mencapai Rp. 733 milyar.

Dewan Komisaris secara rutin dan seksama terus mengikuti kegiatan usaha Perseroan dan Entitas Anak, serta mengawasi pengelolaan Perseroan dan Entitas Anak yang dilakukan oleh Direksi. Selain itu Dewan Komisaris pun turut memberikan nasihat dan saran kepada Direksi sesuai dengan kewenangan yang ditentukan dalam Anggaran Dasar Perseroan.

Untuk terus meningkatkan penjualan dan profit Perseroan dan Entitas Anak, Dewan Komisaris mendukung usaha Direksi bersama jajarannya untuk fokus mengembangkan bisnis 7-Eleven, sambil terus mempertahankan bisnis di bidang *Digital (Photography) Imaging, Industrial Imaging (Alat Percetakan dan Alat Kesehatan)* serta *Office Imaging (Multifungsi fotokopi Ricoh)* selama dan seprofit mungkin.

Kami telah mempelajari Laporan Keuangan Konsolidasian beserta Laporan Auditor Independen Perseroan dan Entitas Anak untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2011 yang telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik Purwantono, Suherman & Surja dengan pendapat wajar tanpa pengecualian, dan dengan ini Dewan Komisaris mengusulkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan ini untuk menyetujui dan mengesahkannya.

Kami percaya dengan dedikasi dan semangat kerja yang tinggi dari anggota Manajemen dan para Karyawan mampu memperbaiki dan meningkatkan kinerja usaha Perseroan dan Entitas Anak, serta mampu memberikan nilai tambah kepada para pemegang saham. Dan kami akan terus mendukung semua kebijakan yang akan dijalankan untuk meningkatkan kinerja tersebut.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak atas dukungannya kepada Perseroan dan Entitas Anak.

Semoga Tuhan selalu memberkati kita semua.

Dear shareholders,

2011 is expected to be a turning point year for the Company and its subsidiaries sales, after in 2010 has experienced a sales decline, particularly in photography's business and cellular reload services businesses.

The sales in 2011 which achieved IDR 896,9 billion, was almost equal to the achievement in 2009 which was IDR 898,9 billion. The sales in 2011 increased by 22,4 percent, compared to the 2010's sales which was only IDR 733 billion.

The Board of Commissioners routinely and deliberately continue on following the Company and its subsidiaries business activities, and supervising the Company and its subsidiaries management, which is conducted by the Board of Directors. Besides, the Board of Commissioners also provide advices and suggestions to the Board of Directors, in accordance with the authority stated in the Company's Articles of Association.

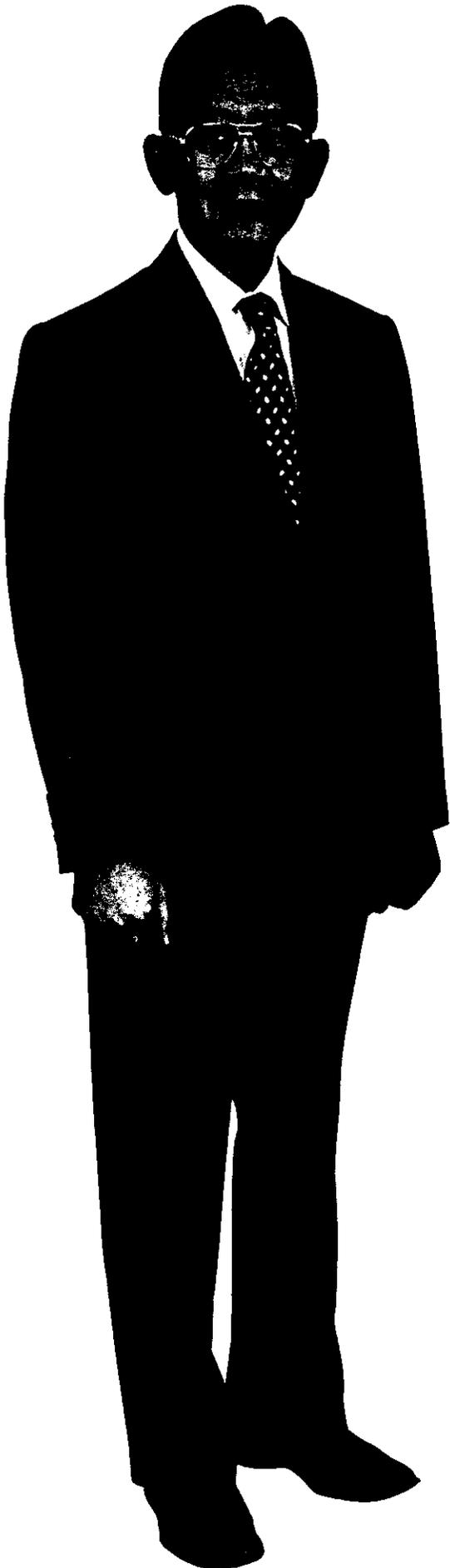
To progressively improve the Company and its subsidiaries sales and profits, the Board of Commissioners support the effort of the Board of Directors to focusly develop 7-Eleven business, while keep on maintaining digital imaging (photography), Industrial Imaging (Printing and Medical Equipments), and Office Imaging (Multifunction Ricoh copier)'s businesses as long and as profitable as possible.

We have studied the Consolidated Financial Statements and the Independent Auditor Report of The Company and its subsidiaries for the year ended December 31, 2011, audited by Public Accountants, Purwantono, Suherman & Surja, with unqualified opinion. The Board of Commissioners propose the Annual General Meeting of Shareholders to approve and endorse it.

We believe, with high dedications and spirit of works of the management and every employee, we will be able to fix and improve the Company and its subsidiaries performances, also able to provide an added value to the shareholders. We will continue on supporting every policy that will be deployed to develop those performances.

We thank every party for their supports to the Company and its subsidiaries.

May God always bless us all.



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Achmad Fauzi Hasan'. The signature is fluid and cursive, with a large, sweeping flourish at the end.

Achmad Fauzi Hasan

Komisaris Utama / Komisaris Independen
President and Independent Commissioner

Laporan Direksi

Board of Directors Report

Pemegang saham yang terhormat,

Momentum pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2011 yang sangat baik dengan didukung oleh kenaikan *income per capita* serta pertumbuhan konsumsi domestik yang terus meningkat dapat dimanfaatkan oleh manajemen untuk meningkatkan kinerja Perseroan. Pada tahun 2011 merupakan tahun titik balik penjualan bagi Perseroan dan Entitas Anak setelah dalam beberapa tahun terakhir mengalami penurunan penjualan terutama dalam penjualan produk *photography* dan telekomunikasi yang bermargin rendah. Penjualan bersih pada tahun 2011 mencapai Rp 896,9 milyar, yang berarti terjadi peningkatan 22,4 % bila dibandingkan dengan pencapaian penjualan pada tahun 2010 sebesar Rp 733 milyar, kenaikan penjualan terutama disumbangkan dari penjualan bisnis *convenience store 7-Eleven*.

Di samping kenaikan penjualan, Perseroan tetap dapat meningkatkan kinerja terutama pada beberapa hal sebagai berikut :

- Pertumbuhan penjualan yang sangat positif pada bisnis baru Entitas Anak di bidang *retail* dengan mengusung *brand 7-Eleven* dapat dipertahankan pada tahun 2011 sehingga dapat menyumbangkan kontribusi penjualan sebesar 35%. Perseroan dan Entitas Anak tetap berkeyakinan bahwa bisnis 7-Eleven pada masa yang akan datang akan menjadi kontributor utama dalam pertumbuhan penjualan.
- Peningkatan laba bersih sebesar 14,7 milyar atau kenaikan sebesar 35,1% bila dibanding tahun lalu juga merupakan hasil kebijakan dan strategi Perseroan dan Entitas Anak untuk fokus pada pengembangan bisnis 7-Eleven, sambil terus mempertahankan bisnis di bidang *Digital Imaging (Photography)*, *Industrial Imaging (Graphic Art dan Medical)* serta *Office Imaging (Ricoh Copier)* selama dan seprofit mungkin. Ini juga merupakan hasil penerapan strategi 6R
- Target penambahan gerai 7-Eleven sebesar 36 gerai sehingga berjumlah pada akhir tahun 2011 sebanyak 57 gerai dapat dilaksanakan dengan baik oleh Perseroan dan Entitas Anak.

Pada masa yang akan datang, dengan melihat pertumbuhan ekonomi Indonesia yang baik, kenaikan *income per capita* dan perubahan gaya hidup masyarakat, Perseroan dan Entitas Anak akan terus mengembangkan bisnis 7-Eleven secara agresif serta terus meningkatkan kinerja usaha Perseroan dan Entitas Anak serta mampu memberikan nilai tambah kepada para pemegang saham.

Dear shareholders,

The momentum of economic growth in Indonesia in 2011 was very good, supported by per capita income rise and the growth of domestic consumption which continuously increased, could be utilized by the Company to improve its performance. 2011 was a turning point for the Company and its subsidiaries, after within past years have experienced a sales decline, particularly in the sales of photography's products; low gross margin telco products. The net sales in 2011 has achieved IDR 896.9 billion, which meant there was an increase by 22,4 percent, compared to the achievement in the preceding year, 2010, which was only IDR 733 billion. The sales increase was contributed from convenience store 7-Eleven business sales.

Besides the sales increase, the Company was also able to improve its performance, particularly in the following issues:

- A positive sales growth on new bussiness of Company subsidiary with carrying 7-Eleven brand, was able to be maintained in 2011, so it could contribute a sales up to 35 percent. The Company and its subsidiaries believe that 7-Eleven business in the future will be the main contributor in sales growth.
- The increase of net income by IDR 14.7 billion or 35.1 percent, compared to the previous year was a result of Company and its subsidiaries policy and strategy to focus on 7-Eleven business development, while keep on maintaining Digital Imaging (Photography), Industrial Imaging (Graphic Art and Medical), and Office Imaging (Ricoh Copier) businesses as long and as profitable as possible. This is also result from 6R strategy.
- The target of 7-Eleven outlets addition by 36 so there are total 57 outlets in the end of 2011 could be applied properly by the Company and its subsidiaries.

In the future, by looking at Indonesia's excellent economic growth, per capita income rise, and society's lifestyle changes, the Company and its subsidiaries will continue to develop 7-Eleven business aggressively, keep on improving the Company and its subsidiaries performances, and will be able to give an added value to the shareholders.

Direksi mengucapkan terima kasih kepada tim manajemen dan setiap karyawan atas kontribusi dan usaha mereka atas pencapaian pada tahun 2011 yang sangat membanggakan. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Dewan Komisaris dan Direksi atas kontribusi yang sangat berharga bagi Perseroan. Dengan tim yang kreatif dan bekerja keras, Direksi percaya akan dapat melanjutkan momentum pertumbuhan yang baik ini dan memberikan nilai tambah bagi para pemegang saham.

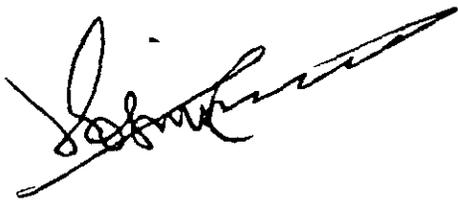
Dan akhirnya kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak atas dukungan yang berkesinambungan pada Perseroan dan Entitas Anak dalam usaha untuk mencapai kinerja yang lebih baik.

Tuhan memberkati kita.

The Board of Directors thank to the management team and to each employee for their contributions and efforts, for a very satisfying achievement in 2011. I also thank the Board of Commissioners and Directors for the valuable contributions to the Company. With a hard-working and creative team, the Board of Directors believe that the Company will be able to continue the excellent momentum of growth and to give an added value to the shareholders.

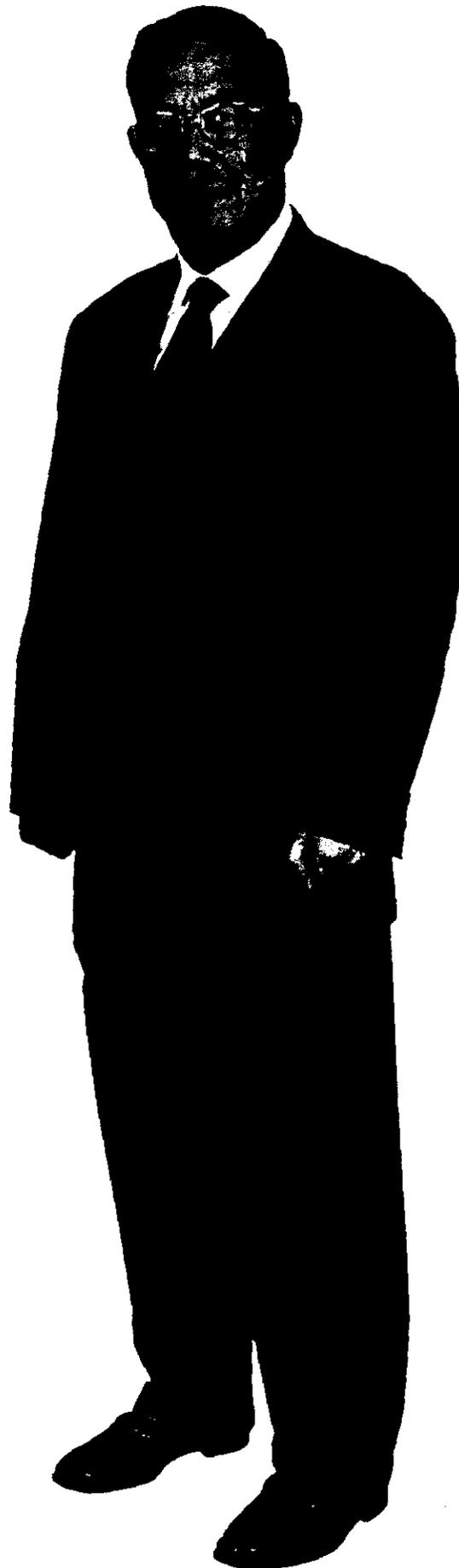
And finally, we thank every parties for the sustainable supports to the Company and its subsidiaries to achieve a better performance.

God bless us.



Sungkono Honoris

Direktur Utama
President Director



Profil Komisaris

Board of Commissioners Profile



Achmad Fauzi Hasan
Komisaris Utama dan Komisaris
Independen
President and Independent
Commissioner

Komisaris Independen Perseroan sejak 2006, Warga Negara Indonesia, dilahirkan di Cirebon pada tahun 1953. Sebelumnya menjabat sebagai Direktur Perseroan sejak tahun 1990. Sarjana Ekonomi Perusahaan (1980), memulai kariernya di bidang manajemen keuangan dan akunting di Bank Dagang Negara – Kantor Pusat Urusan Luar Negeri (1974-1980), kemudian di perusahaan Farmasi Nordmark – Werke GmbH (1980-1981) sebagai *Cost Accountant*, dilanjutkan di PT Broken Hill Pty Indonesia sebagai *Accountant* (1981-1982), sebagai *Accounts Manager* PT Richardson – Vicks Indonesia (1982-1988) dan *Finance Manager* PT Bhumyamca Sekawan (Sime Darby Group Associate: 1988-1990). Dan pada tahun 2007 diangkat sebagai komisaris utama Perseroan.

The Company's Independent Commissioner since 2006. An Indonesian citizen, born in Cirebon in the year of 1953. In the company he has served the position of company's Director in 1990. Graduated in Economy (1980), he started off his career in financial management and accounting in Bank Dagang Negara – Foreign Affairs Head Office (1974-1980), a private Pharmacy Nordmark-Werke GmbH (1980-1981) as the *Cost Accountant*, PT Broken Hill Pty Indonesia as an *Accountant* (1981-1982), PT Richardson – Vicks Indonesia as an *Account Manager* (1982—1988), PT Bhumyamca Sekawan as a *Finance Manager* (Sime Darby Group Associate: 1988-1990). And finally on 2007, appointed as the President Commissioner of the Company.



Chao Shern Yuan
Komisaris
Commissioner

Warga Negara Singapura, lahir di Singapura pada tahun 1949. Sarjana Ekonomi Perusahaan dari University of Singapura (1975), memulai kariernya sebagai *Consumer Banking Executive* di Industrial and Commercial bank Singapura (1969-1974). Kemudian sebagai asisten manajer di Overseas Union Trust Singapura (1975), staf Promosi Perdagangan – Departemen Perdagangan Singapura (1976-1978), Sekretaris Komersial – Kedubes Singapura di Tokyo dan Jakarta (1978-1990). Direktur PT Bali Permai International (1990-2001), Direktur PT Indovikers Furnitama (2001-2004) dan bergabung dengan grup Modern sejak 2005 sebagai Direktur Pemasaran dan Pengembangan Usaha. Dan sejak 2007 diangkat menjadi Komisaris Perseroan.

A Singaporean citizen, was born in Singapore in the year of 1949. Graduated in Economy from the University of Singapore (1975), he started of his career as the *Consumer Banking Executive* in the Industrial and Commercial Bank of Singapore (1969-1974). His journey continued as the *Assistant Manager* at the Overseas Union Trust Singapore (1975), as the staff for Trade Promotion for the Singapore Trade Affairs (1976-1978), as the *Commercial Secretary* for the Singaporean Embassy in Tokyo and Jakarta (1978-1990), as the *Director* of PT Bali Permai International (1990-2001), as the *Director* of PT Indovikers Furnitama (2001-2004) and Finally joined the Modern Group in 2005 as the *Director of Marketing*. In 2007 was appointed as the Company's Commissioner



Cuncun Mulyadi Wijaya Wibowo
Komisaris
Commissioner

Warga Negara Indonesia, dilahirkan di Bandung pada tahun 1977. Sarjana Ekonomi lulusan Universitas Atmajaya (1999). Bergabung dengan Group Modern sejak tahun 2004, dan mengawali karirnya sebagai *Assistant Manager Accounting* di PT Honoris Industry. Dan saat ini menjabat sebagai *Departement Head Finance – Accounting*.

Indonesian citizen, was born in Bandung in the year of 1977. Graduated in Economy from Atmajaya University (1999). Join with Modern Group since 2004. He started his career as *Accounting Assistant Manager* for PT. Honoris Industry. Recently he is *Department Head – Finance Accounting* of PT. Honoris Industry.

Profil Direksi

Board of Directors Profile



Sungkono Honoris
Direktur Utama
President Director

Komisaris Utama Perseroan sejak tahun 2004, Warga Negara Indonesia, dilahirkan di Makassar pada tahun 1951. Kariernya di Perseroan dimulai dari Manajer Pemasaran (1971-1980), kemudian Direktur Pemasaran (1980-1989), dan Direktur Utama (1989-2004). Saat ini selain menjabat sebagai Komisaris Utama PT Modern Putra Indonesia, juga menjabat sebagai Direktur Utama PT Modern Internasional Tbk.

President Commissioner since 2004, an Indonesian citizen born in Makassar 1951. His career started as Marketing Manager (1971-1980) and steadily rising as Marketing Director (1980-1989), and President Director (1989-2004). Currently, apart holding a key position as President Director, He is actively holding a position of President Commissioner of PT. Modern Putra Indonesia.



Henri Honoris
Direktur
Director

Direktur Perseroan sejak tahun 2005, Warga Negara Indonesia, dilahirkan di Jakarta pada tahun 1975. Terakhir mengenyam pendidikan di Seattle University, USA. Dari bulan Maret 1995 sampai November 1997 dalam bidang *Business Administration in Marketing and Finance*. Memulai kariernya dari tahun 1998 sampai tahun 2000 di Fuji Photo Film New York USA sebagai *Marketing Research Analyst*. Kemudian bekerja di PT Modern IndoLab sebagai *Assistant Manager* yang menangani *Photo Studio*. Pada tahun 2002-2003 bekerja di PT Modern Putra Indonesia sebagai *Marketing Manager*. Pada tahun 2003-2004 menjadi *General Manager Operation* di PT Modern Putra Indonesia. Kemudian pada tahun 2004, menjabat sebagai *General Manager Mobile Imaging Division* di PT Modern Photo Tbk. Mulai bulan Januari 2005 menjabat sebagai *Sales & Marketing Director* di PT Modern Photo Tbk. Kemudian sebagai *Corporate Planning & Business Development Director*. Dan tahun 2007 menjabat sebagai Direktur *Sales & Marketing* Perseroan. Pada saat ini menjabat sebagai Presiden Direktur PT Modern Putra Indonesia, yang bergerak di bidang bisnis 7-Eleven.

Company Director since 2005, an Indonesian nationality, born in Jakarta in 1975. He earned his degree from Seattle, United States in November 1997 for a degree in Marketing and Finance. His early career was marked in Fuji Photo Film in New York, United States as Market Research Analyst (1998-2000) and continued in Indonesia as Assistant Manager for PT. Modern IndoLab (2002-2003). During 2003-2004 his career takes him into the position of Marketing Manager in PT. Modern Putra Indonesia, In 2003-2004 he was the General Manager of PT. Modern Putra Indonesia, in 2004 he holds the position of General Manager of imaging Division for PT. Modern Photo Tbk. By January 2005, he is then a Sales and Marketing Director of PT. Modern Photo Tbk and continued his career on 2007 as Sales and marketing Director of the Company. Currently, he is also President Director of PT Modern Putra Indonesia, which operate 7-Eleven business.



Lim Djwe Khian
Direktur
Director

Direktur Perseroan sejak tahun 2005, Warga Negara Indonesia, dilahirkan di Pontianak pada tahun 1965. Dili Accounting (1985) dan bergabung dengan Perseroan sejak tahun 1984. Memulai kariernya sebagai *Supervisor* di bagian Administrasi dan Keuangan, kemudian menjabat sebagai Kepala Cabang Pontianak pada tahun 1991, Kepala Cabang Bandung tahun 1993 dan Kepala Cabang Surabaya tahun 1998. Pada tahun 2000 menjabat sebagai *Regional Manager* untuk wilayah barat Indonesia, kemudian tahun 2002 sebagai *General Manager* untuk divisi Fotografi dan *Photofinishing*.

Company Director since 2005, an Indonesian citizen, born in Pontianak in 1965. His Degree was earned in 1985 for an accounting degree, however, his career was started in 1984 as administration and finance supervisor. This then continued when he was Pontianak Head of Branch office in 1991, Bandung Head of Branch Office in 1993, Surabaya Head of Branch Office in 1998. During year 2000 he was the Regional Manager for Western part of Indonesia, and lastly in 2002 as General Manager for Photography and Photofinishing division.



Donny Susanto
(Bong Kan Bui)
Direktur
Director

Warga Negara Indonesia, dilahirkan di Pontianak pada tahun 1964. Pendidikan terakhir S1 Akuntansi (1990). Bergabung dengan Perseroan sejak tahun 1991 sebagai *Assistant Manager Finance*, kemudian menjabat sebagai *Finance Manager* tahun 1995, *Finance & Accounting General Manager* pada tahun 2001-2003. Pada tahun 2003-2005 bekerja di PT Modern Putra Indonesia sebagai *Finance & Accounting General Manager*. Tahun 2006 menjabat sebagai Direktur Keuangan PT Modern Photo Tbk. Dan tahun 2007 menjabat sebagai Direktur Keuangan PT Modern Internasional Tbk.

Indonesian citizen, born in Pontianak in 1964, his academic background was a bachelor degree majoring in Accounting (1990). He marked his early career as an Assistant Manager of Finance in 1995 and Finance and Accounting General Manager in 2001-2003. During 2003-2005 he was the Finance and Accounting General Manager, in 2006 he held the position of Finance Director of PT. Modern Photo Tbk and lastly in 2007 as Finance Director of PT. Modern Internasional Tbk.

Tata Kelola Perusahaan

Good Corporate Governance







Tata Kelola Perusahaan

Good Corporate Governance

Melihat begitu pentingnya tata kelola dan perilaku Perusahaan yang baik untuk mencapai standar tertinggi dalam pengelolaan Perseroan, PT. Modern Internasional Tbk bertekad untuk menerapkan tata kelola Perusahaan yang baik atau GCG (*Good Corporate Governance*) sebagai bagian dari budaya perusahaan (*corporate culture*). Seluruh keputusan bisnis dan pelaksanaannya diambil oleh Dewan Komisaris, Direksi, dan seluruh karyawan Perseroan. Keputusan yang diambil selalu didasarkan pada pertimbangan kepentingan seluruh bagian dalam Perseroan secara profesional tanpa membedakan satu sama lain.

Penerapan tata kelola Perusahaan yang baik atau GCG dilakukan juga secara konsisten dan berkesinambungan sehingga dapat bermanfaat untuk jangka panjang. Seluruh bagian dalam Perseroan dapat mengembangkan potensinya dengan maksimal sehingga pengembangan karir pun dapat dilakukan tanpa ada keraguan dan halangan karena seluruh aktivitas didasarkan pada visi yang sudah ditetapkan oleh Perseroan.

STRUKTUR PERUSAHAAN

Sesuai ketentuan Undang-Undang No.40/2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT), Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) merupakan organ tertinggi karena memiliki wewenang yang tidak diberikan kepada Direksi maupun Dewan Komisaris dalam batas-batas yang ditentukan dalam UUPT maupun Anggaran Dasar. Perseroan selalu mengadakan RUPS Tahunan setiap tahunnya sebagai wujud pertanggungjawaban Direksi dan Dewan Komisaris kepada para pemegang saham. Selain itu, Perseroan pun mengadakan RUPS Luar Biasa apabila hendak melakukan tindakan korporasi yang wewenangnya tidak diberikan kepada Direksi maupun Dewan Komisaris. Pada tahun 2007, Perseroan melakukan RUPS Luar Biasa berkaitan dengan perubahan nama perusahaan dan susunan struktur perusahaan.

The importance of a good corporate management and action to achieve the highest standard in managing corporate, PT Modern Internasional Tbk is committed to apply a good corporate governance as a part of corporate's culture. The entire business decisions and its implementations are retrieved by The Board of Commissioners, The Board of Directors, and the whole corporate's employees. The decisions taken are always aligned on the considerations of the entire corporate interests, professionally, without differentiate one another.

The implementation of good corporate governance is also been performed consistently and sustainability, in order to achieve a long terms benefits. All part of the corporates is able to improve their capability optimally, so the career development can be performed without doubts and barriers, because, all activities in the corporate is based on a vision, stipulated by the corporate.

THE COMPANY STRUCTURE

According to law No. 40/2007 on limited liability company (UUPT), The General Meeting of Shareholders is the highest organization for having the authority which's not given to the Board of Directors or the Board of Commissioners within a prescribed bounds stated on UUPT or the business budget. The corporate always holds a General Meeting of Shareholders every year as The Board of Directors and Commissioner's state of accountability to the shareholders. Beside that, corporate also holds an Extraordinary General Meeting of Shareholders if they want to perform a corporation whose authority is not given to the Board of Directors and Commissioners. In 2007, the corporate performed an Extraordinary General Meeting of Shareholders related to the change of company's name and its structure.

PT. Modern Internasional Tbk bertekad untuk menerapkan Tata Kelola Perusahaan yang baik atau GCG (Good Corporate Governance) sebagai bagian dari budaya perusahaan (corporate culture)

PT. Modern Internasional Tbk is committed to implementing Good Corporate Governance or GCG as part of corporate culture

DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris terdiri dari seorang Komisaris Utama dan dua orang Komisaris atau lebih. Sesuai dengan Anggaran Dasar, Dewan Komisaris terdiri dari tiga anggota termasuk satu orang Komisaris Independen yang dirangkap oleh Komisaris Utama.

Anggota Dewan Komisaris diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham untuk jangka waktu terhitung sejak pengangkatannya sampai penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan kelima berikutnya.

Dewan Komisaris bertugas melakukan pengawasan atas kebijakan dalam menjalankan Perseroan, untuk melakukan tugas-tugas lain sebagaimana ditentukan oleh Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan dari waktu ke waktu, dan memberi nasihat kepada Direksi serta melakukan hal-hal lain seperti ditentukan dalam Anggaran Dasar Perseroan.

Dewan Komisaris mengadakan rapat setidaknya empat kali setahun dan setiap waktu bilamana dipandang perlu. Panggilan rapat harus dikirimkan kepada setiap anggota dengan mencantumkan acara, tanggal, waktu, dan tempat rapat Dewan Komisaris. Rapat Dewan Komisaris dilakukan di tempat kedudukan Perseroan atau di tempat kegiatan usaha di wilayah Republik Indonesia. Risalah rapat dibuat dan ditandatangani sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar Perseroan dan berfungsi sebagai bukti sah mengenai keputusan yang diambil dalam rapat tersebut.

Dewan Komisaris mengadakan empat kali rapat pada tahun 2011 dengan persentase kehadiran 100% dan membuat beberapa keputusan tertulis yang diambil secara sirkular untuk memberikan persetujuan kepada Direksi atas tindakan korporasi tertentu. Dalam setiap pengambilan keputusan dalam Rapat, Komisaris Independen selalu menempatkan diri mewakili kepentingan pemegang saham minoritas. Sesuai ketentuan UUPT dan Anggaran Dasar Perseroan, keputusan yang diambil secara sirkular dan ditandatangani oleh seluruh anggota Dewan Komisaris memiliki kekuatan hukum yang sama dengan keputusan yang diambil dalam suatu Rapat Dewan Komisaris.

DEWAN DIREKSI

Direksi terdiri dari seorang Presiden Direktur dan tiga orang Direktur atau lebih. Anggota Direksi diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan, sejak tanggal ditetapkan oleh Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan sampai ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan yang ketiga, setelah diangkatnya anggota Direksi bersangkutan. Setelah terpilih, Direktur menerima Buku Panduan Direksi yang komprehensif dan menerima penjelasan terinci tentang tanggung jawabnya.

THE BOARD OF COMMISSIONERS

The Board of Commissioners consists of an President Commissioner and two commissioners or more. In accordance with the Company's Articles of Association, the Board of Commissioners consists of three members, including one Independent Commissioner which also being run by the President Commissioner.

The member of Board of Commissioners are appointed by General Meeting of Shareholders, since the date of their appointment until the end of fifth Annual General Meeting of Shareholders.

Board of Commissioners is responsible to supervise the policies in operating the Company, to perform other tasks as determined by the Annual Shareholders Meeting from time to time, supervising the Board of Directors and conduct other things as specified in the Articles of Association.

Board of Commissioners met at least four times a year and at any time deemed necessary. Call the meeting shall be sent to each member outlining the event, date, time and place of meeting of the Board of Commissioners. Meetings of the Board of Commissioners conducted at the domicile of the Company or at places of business in the territory of the Republic of Indonesia. Minutes of the meeting was made and signed in accordance with the provisions of the Articles of Association and serves as legal proof of the decisions taken at the meeting.

Board of Commissioners held four meetings in 2011 with the percentage of 100% attendance and make some decisions taken in a circular written to give approval to the Board of Directors for certain corporate actions. In any decision made at the Meeting, the Independent Commissioner always put himself represent the interests of minority shareholders. Pursuant to the Company Law and Articles of Association, the decision taken by circular and signed by all members of the Board of Commissioners has the same legal force with the decision taken in a meeting of the Board of Commissioners.

THE BOARD OF DIRECTORS

Board of Directors consisted of one President Director and three Directors or more. Members of the Board of Directors appointed by the Annual Shareholders Meeting, the date set by the Annual Shareholders Meeting until the closing of the third meeting, after the appointment of the Directors concerned. Once elected, Directors receive a comprehensive Directors Handbook and receive detailed explanations about their responsibilities.

Pelatihan yang berkelanjutan diberikan kepada para Direktur dengan cara melakukan kunjungan ke luar negeri untuk menghadiri pameran-pameran, presentasi, edaran terbaru, pelatihan dan agenda dalam rapat-rapat Direksi atau komite tentang antara lain, bisnis Perseroan, tata kelola perusahaan, perkembangan perundang-undangan, dan hal-hal yang berkaitan dengan hubungan investor.

Pada tahun 2011, rapat Direksi diadakan di Kantor Pusat Jakarta. Tugas utama Direksi adalah memimpin dan mengelola Perseroan sesuai dengan tujuan Perseroan dan memanfaatkan, mempertahankan dan mengelola aset Perseroan demi kepentingan bisnis.

Direksi berhak mewakili Perseroan di dalam maupun di luar pengadilan yang berhubungan dengan semua hal dan permasalahan, yang mengikat Perseroan dan pihak-pihak lain kepada Perseroan, dan untuk melakukan tindakan, baik yang menyangkut manajemen maupun permasalahan kepemilikan, tetapi masih dalam batas-batas seperti yang ditentukan dalam Anggaran Dasar Perseroan.

Direksi mengadakan rapat setidaknya satu kali dalam sebulan dan setiap waktu bilamana dipandang perlu. Panggilan rapat harus mencantumkan acara, tanggal, waktu dan tempat rapat Direksi dan rapat harus diadakan di tempat kedudukan Perseroan atau di tempat kegiatan usaha di wilayah Republik Indonesia. Risalah rapat Direksi dibuat oleh yang hadir pada rapat tersebut yang ditunjuk oleh Ketua rapat, sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar Perseroan. Risalah rapat berfungsi sebagai bukti sah mengenai keputusan yang diambil dalam rapat tersebut. Dan selama tahun 2011, Direksi mengadakan delapan belas kali rapat dengan persentase kehadiran 100%.

KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI

Komite Nominasi bertanggung jawab untuk perencanaan pencalonan serta memberikan masukan tentang calon yang akan diusulkan sebagai anggota Dewan Komisaris, sebagai anggota Direksi, sebagai anggota berbagai Komite, yang kemungkinan dapat diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham sesuai dengan Anggaran Dasar Perseroan.

Komite Remunerasi menelaah paket remunerasi bagi anggota Dewan Komisaris dan Direksi, dan menentukan skala remunerasi serta pengaturannya sesuai dengan Anggaran Dasar Perseroan.

Komite Nominasi dan Remunerasi dijalankan oleh Komisaris Utama, Direktur Utama dan Komisaris Perseroan. Selama tahun 2011, Komite Nominasi dan Remunerasi mengadakan rapat empat kali dengan persentase kehadiran 100%.

Ongoing training provided to the Director by way of a visit abroad to attend exhibitions, presentations, latest circulars, training and the agenda of meetings of Directors or a committee of, among others, corporate business, corporate governance, regulatory developments, and matters related to investor relations.

In 2011, the Board of Directors meeting held in Jakarta Head Office. The main duties of Directors are to lead and manage the Company in accordance with corporate objectives and utilize, maintain and manage corporate assets in the interest of business.

Directors entitled to represent the Company within or outside the court that deals with all matters and issues, which bind the Company and other parties to the Company, and to take action, whether that involves management or ownership issues, but still within the limits as specified in the Articles of Association.

Board of Directors meets at least once a month and at any time needed. A call to meet shall include the agenda, date, time and place of meetings of Directors and the meeting shall be held at the domicile of the Company or at places of business in the territory of the Republic of Indonesia. Minutes of the meeting was made by the Directors present at such meeting is appointed by the Chairman of the meeting, in accordance with the provisions of the Articles of Association. The minutes of meeting serve as valid evidence about the decision taken at the meeting. And during the year 2011, the Board of Directors held eighteen meetings with the percentage of 100% attendance

THE NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE

The Nomination Committee is responsible for planning and providing input on the nomination of candidates to be proposed as a member of the Board of Commissioners, as a member of the Board of Directors, as members of the Committee, which is likely to be appointed by the Annual Shareholders Meeting in accordance with the Articles of Association.

Remuneration Committee reviewed the remuneration package for members of the Board of Commissioners and Directors, and determining the remuneration scales and arrangements in accordance with the Articles of Association.

Nomination and Remuneration Committee is run by the President Commissioner, President Director and Commissioners. During the year 2011, the Nomination and Remuneration Committee met four times with 100% attendance percentage

KOMITE AUDIT

Peran Komite Audit adalah untuk membantu Dewan Komisaris dalam memenuhi tanggung jawab kepengawasan sehubungan dengan integritas laporan-laporan keuangan, manajemen risiko dan pengendalian internal, kepatuhan kepada hukum dan peraturan, kinerja, kualifikasi dan independensi akuntan publik, serta kinerja fungsi audit internal.

Komite audit terdiri dari setidaknya tiga orang anggota, mengadakan rapat setidaknya empat kali setahun, dan melaporkan langsung kepada Dewan Komisaris. Anggota Komite ditunjuk oleh Dewan Komisaris.

Komite audit diketuai oleh Achmad Fauzi Hasan, yang juga menjadi komisaris independen dengan anggota lainnya adalah Eka Dharmawan dan Izudin. Komite Audit mengadakan rapat setidaknya satu kali dalam setahun dengan akuntan publik. *Group Audit Manager* memastikan agar komite memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Komite Audit memberikan informasi terkini kepada Dewan Komisaris tentang semua permasalahan penting secara rutin sepanjang tahun. Komite menyelenggarakan enam kali rapat di tahun 2011 dengan persentase kehadiran 100%.

MANAJEMEN RESIKO

PT. Modern Internasional mempunyai struktur pengendalian yang sudah mapan, yang terdokumentasi dan dikaji ulang secara rutin oleh Direksi. Struktur ini menggabungkan manajemen risiko, prosedur pengendalian internal dan pengendalian penyampaian informasi yang dirancang untuk memberikan kepastian yang logis, namun tidak mutlak, bahwa aset harus dilindungi, risiko yang dihadapi bisnis ditangani dan semua informasi yang diperlukan disampaikan kepada Direksi.

Manajemen Risiko melakukan identifikasi serta perkiraan kemungkinan munculnya potensi risiko beserta dampaknya yang diikuti dengan penentuan tingkat risiko tersebut. Setelah itu menelaah kecukupan pengendalian internal dalam mengurangi dampak dari risiko yang sudah diidentifikasi serta menindaklanjuti rencana untuk meningkatkan pengendalian risiko yang dirasakan masih belum efektif.

AUDIT COMMITTEE

The role of the Audit Committee is to assist the BOC in fulfilling oversight responsibilities in relation to the integrity of financial reports, risk management and internal control, adherence to laws and regulations, performance, qualifications and independence of public accountants, as well as internal performance audits.

Auditor committee function consisted of at least three members, hold meetings at least four times a year, and report directly to the Board of Commissioners. Members of committee are appointed by the Board of Commissioners.

The audit committee is led by Achmad Fauzi Hasan, who also became an independent commissioner with the other members, which are Eka Dharmawan and Izudin. The Audit Committee meets at least once a year with a public accountants. Group Audit Manager to ensure that the committee obtained the information needed.

The Audit Committee provides the latest information to the Board of Commissioners on all important-issues on a regular basis throughout the year. The Committee held six meetings in 2011 with a percentage of 100% attendance.

RISK MANAGEMENT

PT Modern Internasional has a stable control structure, which documented and reviewed regularly by the Board of Directors. This structure combines risk management, internal control procedures and control the delivery of information designed to provide reasonable assurance, but not absolute, that the assets should be protected, the risk faced by business is handled and all necessary information submitted to the Board of Directors.

Risk Management identifies and estimates the potential risks and their impact, followed by determining the level of risk. After that review the adequacy of internal controls in mitigating the impact of risks that have been identified and follow up on plans to improve the control of the perceived risk is still not effective.



Di tahun 2011 Manajemen Resiko telah melakukan pengontrolan untuk mengkompilasi resiko yang ada pada setiap bisnis proses. Semua pelaksana yang terkait dalam bisnis proses ikut dalam penentuan dan penilaian resiko serta pegendalian yang dilakukan dengan tujuan agar tercipta komitmen bersama dalam mengelola resiko dari proses bisnis yang dijalankan. Tujuannya adalah agar pengelolaan resiko yang telah dilakukan selama ini akan menjadi lebih baik melalui sistem yang terstruktur dan terdokumentasi.

Fungsi audit internal mempunyai peran penting dalam memberikan pandangan obyektif dan memberikan kepastian akan adanya efektifitas manajemen resiko dan sistem pengendalian terkait bagi manajemen operasional maupun Direksi. Manajemen Resiko dan sistem pengendalian telah berjalan dengan baik pada tahun 2011 dan memberikan kepastian bahwa laporan tahunan ini tidak mengandung informasi atau fakta material yang tidak benar. Tidak ada kelemahan yang material pada manajemen resiko dan sistem pengendalian selama kurun waktu tahun pembahasan.

RESIKO USAHA

Sebagaimana halnya kegiatan usaha dan Perusahaan apapun yang selalu mempunyai resiko usaha, maka usaha yang dilakukan Perseroan dan Entitas Anak juga tidak terlepas dari resiko usaha yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain :

- **Persaingan.** Perseroan dan Entitas Anak menghadapi persaingan pasar terhadap produk-produk sejenis yang dipasarkan oleh Perusahaan lainnya. Persaingan yang ketat dapat mengakibatkan menurunnya tingkat laba yang diperoleh dan berkurangnya sebagian pangsa pasar produk-produk yang dipasarkan oleh Perseroan dan Entitas Anak.
- **Prinsipal.** Sebagai distributor tunggal dari beberapa perusahaan/prinsipal terkemuka, pembatalan kontrak-kontrak/distribusi akan mempengaruhi usaha Perseroan. Demikian pula dengan Entitas Anak yang bergerak dalam bidang gerai *Convenience Store 7-Eleven*, pembatalan lisensi dari prinsipal akan mempengaruhi usaha Entitas Anak tersebut.
- **Makro Ekonomi.** Faktor resiko yang berasal dari luar Perseroan dan Entitas Anak antara lain adalah kondisi perekonomian secara makro, baik berupa menurunnya kegiatan perekonomian dunia maupun nasional, yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi usaha Perseroan dan Entitas Anak.
- **Kebijakan Pemerintah.** Kebijakan Pemerintah tertentu seperti misalnya pelarangan impor atau kebijaksanaan pengenaan tarif bea masuk dan/ atau pajak lainnya atas produk-produk yang diimpor/dijual oleh Perseroan dan Entitas Anak akan mempengaruhi usaha Perseroan dan Entitas Anak.

In the year 2011 the Risk Management has conducted controlling for compiling the inherent risks in every business process. All executive involved in business process participate in the determination and risk assessment and controlling conducted with an objective to create a mutual commitment to manage the risk of existing business process. The goal is to manage the risk that has been done so far would be better through a structured and documented system.

The internal audit function has an important role in providing an objective view and provide certainty to the effectiveness of risk management and related control systems for operational management and the Board of Directors. Risk management and control system has been running well in 2011 and gave the assurance that this annual report does not contain information or material facts are not true. There were no material weaknesses in risk management and control system during the period of discussion.

BUSINESS RISK

As well as business activities and any company which always has the risk of business, the business of the Company and its subsidiaries was not apart of the business risk that can be caused by various factors, such as:

- **Competition.** The Company and its subsidiaries face market competition against similar products marketed by another company. Competition can result in a decreased level of earned income and reduced some market share of products marketed by the Company and its subsidiaries.
- **Principal.** As the sole distributor of some leading companies / principals, cancelation of contract/ distributorship will affect the Company's business. Similarly, the subsidiary engaged in *Convenience Store 7-Eleven*, cancellation of licenses from the principals will affect the operation of its subsidiaries.
- **Macro Economics.** Risk factors originating from outside the Company and its subsidiaries include the macro economic conditions, either in the form of declining world economy and national activities, which directly or indirectly may affect the business of the Company and its subsidiaries.
- **Government Policy.** Certain Government policies such as import banned or policies imposition of tariffs and / or other taxes on products imported or sold by the Company and its subsidiaries will affect the business of the Company and its subsidiaries.

- Perubahan Teknologi. Dalam era *digital* seperti saat ini, perubahan teknologi akan semakin cepat dan merupakan salah satu tantangan yang dihadapi Perseroan dan Entitas Anak. Perseroan dan Entitas Anak berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menyesuaikan dengan perubahan teknologi digital agar dapat mengurangi dampak negatif dari perubahan ini.

HUBUNGAN PERUSAHAAN

Fungsi ini dipimpin oleh *Corporate Planning Division Head* dengan anggota terdiri dari *Human Resources Division Head, Corporate Communications Manager, Sekretaris Perusahaan, Legal Services Manager* dan *General Affair Manager*. Tujuannya adalah untuk membantu Direksi sehubungan dengan hal-hal eksternal yang berdampak pada bisnis, memberi masukan kepada Direksi tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan mengkaji ulang strategi hubungan perusahaan.

SEKRETARIS PERUSAHAAN

Sekretaris perusahaan bertugas mengelola dokumen Perseroan seperti Daftar Pemegang Saham, Daftar Khusus, Risalah RUPS, Risalah Rapat Dewan Komisaris dan Rapat Direksi, serta memastikan bahwa Perseroan mematuhi peraturan yang berlaku, khususnya mengenai keterbukaan informasi material atas hal-hal yang menyangkut Perseroan yang perlu diketahui oleh publik. Sekretaris perusahaan juga merupakan penghubung antara Perseroan dengan pihak luar dan sebaliknya. Dalam kegiatannya, sekretaris perusahaan memiliki tanggung jawab spesifik sebagai berikut:

- Memantau kepatuhan Perseroan terhadap Undang-undang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar, ketentuan Pasar Modal dan peraturan lain yang terkait.
- Memelihara komunikasi yang transparan secara berkala dengan pemerintah dan para pemain di pasar modal yang berhubungan dengan permasalahan tata kelola perusahaan, tindakan korporasi, dan transaksi materiil.
- Memberikan informasi terkini yang akurat mengenai Perseroan kepada para pemegang saham, media, investor, analis dan masyarakat umum secara rutin.
- Menghadiri semua rapat Direksi dan Dewan Komisaris dan mencatat risalah rapat: memberikan informasi terkini kepada Direksi tentang perubahan peraturan dan implikasinya.

Saat ini Sekretaris Perusahaan dijabat oleh Donny Sutanto, Direktur Keuangan Perseroan, yang telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Peraturan Bapepam Nomor IX.1.4 tentang Pembentukan Sekretaris Perusahaan.

- Changes in Technology. In today's digital era, there will be more rapid technological change and it's become one of the challenges that the Company and its subsidiaries have to encounter. The Company and its subsidiaries will put much effort in order to adjust the changing digital technologies in order to reduce the negative impact of this change.

CORPORATE RELATIONS

This function was led by the *Corporate Planning Division Head* with members consisted of *Human Resources, Division Head, Corporate Communications Manager, Corporate Secretary, Legal Services Manager and General Affair Manager*. The objective is to assist the directors in relation to external matters that impact on business, to advise them on corporate social responsibility and corporate relations strategy review.

CORPORATE SECRETARY

Corporate Secretary is responsible for managing company documents such as the Register of Shareholders, Special List, Minutes of Meeting, Minutes of Meeting of the Board of Commissioners and Board of Directors meetings, and ensuring that the Company complies with applicable regulations, particularly regarding disclosure of material information on matters pertaining to the Company that need to be known by public. Corporate secretary is also the liaison between the Company and external parties and vice versa. In its activities, the corporate secretary has specific responsibilities as follows:

- Monitor compliance with the Company of Limited Liability Company Act, the Articles of Association, provisions of the Capital Market and other relevant regulations.
- A transparent communication regularly with government and the players in capital market related issues of corporate governance, corporate actions, and material transactions.
- Provide accurate current information about the Company to shareholders, the media, investors, analysts and the general public on a regular basis.
- Attend all meetings of the Board of Directors and Board of Commissioners and noted the minutes of the meeting: to give updated information to the Board on regulatory changes and its implications.

Currently the Corporate Secretary is held by Donny Sutanto, Director of Finance, who has met the requirements set forth in Rule Number IX.1.4 on the establishment of the Corporate Secretary.

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Perseroan sangat peduli terhadap kegiatan sosial dan lingkungan sebagai wujud tanggung jawab terhadap stakeholders. Kepedulian tersebut ditujukan kepada Komunitas dan Lingkungan, dalam bentuk kegiatan kemanusiaan, pendidikan, serta lingkungan hidup di lingkungan sekitar kantor Perseroan dan di daerah lain yang membutuhkan.

Secara internal, Perseroan selalu menomorsatukan kesehatan dan keamanan di tempat kerja, serta mencegah terjadinya kecelakaan kerja dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan dan norma standar kehati-hatian yang wajar Kegiatan dan penjelasan selengkapnya atas kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dapat dibaca pada bagian lain dari Laporan Tahunan ini.

INFORMASI DAN DATA PERSEROAN

Perseroan memberikan keterbukaan informasi dengan menyediakan informasi dan data perusahaan kepada siapapun yang membutuhkan. Informasi atau data perusahaan yang tersedia tersebut hanya sebatas pada informasi atau data yang boleh dan perlu diketahui oleh umum seperti Laporan Auditor Independen, Laporan Tahunan, Siaran Pers, dan sebagainya. Informasi tersebut juga dapat diakses melalui website WWW.MODERNINTERNASIONAL.CO.ID

Selain itu pertanyaan atau permintaan informasi juga dapat diajukan secara tertulis, baik melalui alamat kantor pusat maupun alamat website dan ditujukan kepada Sekretaris Perusahaan. Alamat lengkap Perseroan dapat dilihat pada halaman belakang Laporan Tahunan ini.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

The Company is very concerned about the social and environmental activities as a form of responsibility towards stakeholders. Concern was addressed to the Community and Environment, in the form of humanitarian, education, and environment in the neighborhood office of the Company and in other areas in need.

Internally, the Company has always come first health and safety in the workplace, and preventing the occurrence of accidents with respect to legislation and standard norms of reasonable prudence. Events and activities like more information on Corporate Social Responsibility could be found in another section of this Annual Report.

CORPORATE INFORMATION AND DATA

The Company provides the disclosure of information by providing information and corporate data to anyone in need. Information or data that is available is only limited to the information or data that can and should be known by the public as the Independent Auditors' Report, Annual Report, Press Release, and so forth. These informations could also be accessed through the website WWW.MODERNINTERNASIONAL.CO.ID

In addition, questions or requests for those informations could also be submitted in writing, either through head office address and website address or to the Corporate Secretary. Company's address could be found on the back page of this Annual Report.



Laporan Komite Audit

Audit Committee Activity Report



Item Number
Item Name
Qty

12-15
Cycling
2



Laporan Komite Audit

Audit Committee Activity Report

Selama tahun 2011 Komite Audit melakukan pertemuan rutin dengan Direksi, Tim Accounting dan Finance, Tim Audit Internal dan Akuntan Publik untuk memenuhi tanggung jawab kepengawasannya. Ini juga mencakup integritas Laporan Auditor Independen Perseroan, manajemen resiko dan pengendalian internal, pemenuhan persyaratan hukum dan perundang-undangan, kinerja akuntan publik, kualifikasi dan independensi, serta kinerja fungsi audit internal. Kegiatan-kegiatan utama selama tahun ini adalah sebagai berikut :

1. Laporan Keuangan

Komite mengkaji Laporan Auditor Independen kuartalan dan tahunan yang diserahkan oleh Direksi, dan memeriksa laporan tahunan dan Laporan Auditor Independen sebelum dipublikasikan.

2. Audit Laporan Keuangan Tahunan

KAP Purwantono, Suherman & Surja (Ernst & Young) mendiskusikan dengan Komite Audit mengenai lingkup dan hasil audit Laporan Auditor Independen tahunan, dengan menggarisbawahi beberapa permasalahan penting yang telah dibahas bersama manajemen. Laporan-laporan mereka mencakup permasalahan akuntansi, tata kelola dan pengendalian dan pengembangan akuntansi.

3. Manajemen Resiko dan Pengendalian Internal Perusahaan

Komite mengkaji seluruh pendekatan yang dilakukan oleh Perseroan mengenai pengelolaan dan pengendalian resiko, serta proses manajemen resiko dan penyampaian kesimpulan, khususnya mencakup hal-hal berikut :

- Tingkat pengungkapan dalam pelaporan keuangan kuartalan;
- Prinsip - prinsip dan keputusan - keputusan akuntansi yang diterapkan untuk mempersiapkan Laporan Auditor Independen;
- Laporan akhir tahun oleh akuntan publik tentang status pengelolaan dan pengendalian resiko serta tindakan manajemen;
- Laporan Direksi tentang resiko dan pengaman bisnis, jaminan positif tentang pengendalian operasi, kebijakan korporasi, kepatuhan terhadap kebijakan Perseroan.
- Meneliti ruang lingkup dan kecukupan pemeriksaan, kewajaran biaya, kemandirian dan obyektifitas *External Auditor*.

During the year 2011 the Audit Committee meet regularly with the Board of Directors, Team Accounting and Finance, Internal Audit Team and the Public Accountants to fulfill the control responsibilities. It also includes the integrity of the Company's Independent Auditor's Report, risk management and internal control, compliance with legal requirements and legislation, public accounting performance, qualifications and independence, and the performance of the internal audit function. The main activities during this year are as follows:

1. Financial Statement

Independent Auditor's review committee quarterly and annual reports submitted by the Board of Directors, and examine the annual report and the Independent Auditor's Report before published.

2. The Audit of Annual Financial Statement

Public Accountants Purwantono, Suherman & Surja (Ernst & Young) discuss with the Audit Committee regarding the scope and results of the Independent Auditor's Annual audit, by highlighting some important issues that have been discussed with management. Their reports covering accounting issues, governance and control and accounting development.

3. Risk Management and Internal Company Control

The Committee examines all approach taken by the Company regarding the management and risk control and delivery of the conclusions, in particular include the following:

- The level of disclosure in quarterly financial reporting;
- The principles and accounting decisions adopted to prepare the Independent Auditor's Report ;
- Final annual report by public accountants offer risk management and controls by management;
- Board of Directors report on business risks, positive guarantee on operation control, corporate policies, and level of compliance to Company's Articles of Association.
- Examine scopes and eligibility of the assessment, costs, independency, and the objectivity, of *External Auditor*.

INTERNAL AUDIT

Dalam melakukan pengawasan internal untuk memastikan efektifitas pengendalian internal pengelolaan operasional, Direksi Perseroan dibantu oleh Internal Audit. Hasil pemeriksaan dari Internal Audit disampaikan kepada Direksi sebagai masukan dalam melakukan peningkatan efektifitas pengendalian internal yang diperlukan serta melakukan *follow-up* atas implementasinya. Internal Audit secara berkala melaksanakan fungsinya melalui pemeriksaan ke seluruh cabang dan departemen berdasarkan skala prioritas resiko. Secara garis besar, terdapat peningkatan terhadap pengendalian internal khususnya untuk cabang-cabang dan gerai – gerai *Convenience Store 7-Eleven* terlihat pada hasil audit 2011 yang semakin baik dibanding tahun sebelumnya. Internal Audit juga memberikan laporan tiga bulanan kepada Komite Audit atas hasil audit disertai upaya perbaikannya. Setiap awal tahun Internal Audit menyusun program kerja yang diselaraskan dengan program kerja Komite Audit.

AKUNTAN PUBLIK

Kantor Akuntan Publik (KAP) yang membuat Laporan Auditor Independen Perseroan tahun buku 2011 adalah KAP Purwantonono, Suherman & Surja (Ernst & Young). Penunjukan KAP tersebut berdasarkan RUPS tahunan yang diadakan pada Mei 2011 dengan kriteria pemilihan yaitu harga, pengalaman audit di perusahaan terbuka serta berafiliasi dengan KAP luar negeri. Proses audit tahun buku 2011 Perseroan telah dilakukan sesuai dengan standar auditing yang berlaku dan KAP telah mengeluarkan pendapat wajar tanpa pengecualian sesuai dengan Laporan No.RPC-2130/PSS/2012 tertanggal 30 Maret 2012.

KOMITE AUDIT

INTERNAL AUDIT

In conducting internal controls to ensure the effectiveness of internal control operational management; the Board of Directors is assisted by Internal Audit. The assessment of Internal Audit submitted to the Board as input for enhancing the effectiveness of internal control as well as follow up of its implementation. Internal Audit periodically carry out its functions through an examination into all branches and departments based on risk priorities. Broadly speaking, there are improvements to internal controls, particularly for branches and Convenience Stores 7-Eleven seen in the 2011 audit results better than the previous year. Internal Audit also provides quarterly reports to the Audit Committee together with its improvement. Beginning of each year the Internal Audit work program that is aligned with the work program of the Audit Committee.

PUBLIC ACCOUNTANTS

Public Accountants which prepared the Independent Auditors' Report of the Company for the fiscal year 2011 is Public Accountants Purwantonono, Suherman & Surja (Ernst & Young). The appointment of Public Accountants was based on AGM of shareholders held in May 2011 with the selection criteria such as price, experience in auditing public companies and foreign-affiliated accounting firm. The process of auditing the financial year 2011 of the Company has performed in accordance with applicable auditing standards and Public Accountants have issued an unqualified opinion in accordance with their report No.RPC-2130/PSS/2012 dated March 30, 2012.

AUDIT COMMITTEE



Aktivitas Bisnis

Business Activity Report

7-Eleven berkembang sesuai rencana semenjak pertama kali didirikan pada tgl 7 November 2009, dimana pada akhir tahun 2010 telah mencapai 21 outlet dan selama tahun 2011 berhasil menambah 36 outlet sehingga total outlet pada akhir tahun 2011 telah berhasil mencapai 57 outlet.

7-Eleven has been growing according to the plans, since the first time it was founded in November 7th 2009. At the end of 2010, there were 21 7-Eleven outlets, during 2011, it has increased by 36 more outlets. It has achieved the total outlets of 7-Eleven 57 outlets.



PT. Modern Putra Indonesia



PT. Modern Putraindonesia sebagai anak perusahaan perseroan yang didirikan dengan spesialisasi di ritel modern telah berhasil memutarhaluan dari bisnis utama di bidang toko foto menjadi bidang convenience store 7-Eleven.

7-Eleven berkembang sesuai rencana semenjak pertama kali didirikan pada tgl 7 November 2009, dimana pada akhir tahun 2010 telah mencapai 21 outlet dan selama tahun 2011 berhasil menambah 36 outlet sehingga total outlet pada akhir tahun 2011 telah berhasil mencapai 57 outlet.

Dengan keberhasilan penambahan outlet di tahun 2011 ini, perusahaan telah menyumbangkan kontribusi yang signifikan bagi pertumbuhan penjualan perseroan dan bergerak kearah yang positif dengan nilai penjualan sebesar Rp. 319,1 Milyar atau berkontribusi sebesar 35,5% terhadap total penjualan Perseroan dan Entitas Anak.

Konsep kenyamanan total tanpa kompromi ini telah berhasil mengakomodir kebutuhan masyarakat kota Jakarta yang terkenal sangat sibuk, sadar akan kesehatan akan makanan dan minuman yang higienis, aman serta tempat untuk berkumpul karena kultur sosialisasi yang tinggi.

Didasari filosofi "melayani apa yang dibutuhkan konsumen, dimana dan kapan dibutuhkan, focus kepada konsumen", dengan VISI : menjadikan 7-Eleven sebagai tempat tujuan terbaik akan kebutuhan kenyamanan konsumen tanpa kompromi dan MISI : Selalu melayani kebutuhan konsumen 7-Eleven dan perubahannya untuk kenyamanan konsumen"

Maka strategi yang dilakukan sepanjang tahun 2011:

1. Makanan Siap Saji

Untuk dapat terus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, Perusahaan terus melakukan inovasi dan pengembangan produk dan layanan terutama pada pengembangan produk makanan dan minuman segar siap saji. Pada tahun 2011 ini, produk makanan dan minuman segar siap saji ini memberikan

PT Modern Putraindonesia, as a subsidiary company, which has specially established in modern retail, has spin its gears from retail photo shop as a major business to convenience store 7-Eleven.

7-Eleven has been moving according to the plans, since the first time it was founded in November 7th 2009. At the end of 2010, there were 21 7-Eleven outlets, and by the end of 2011, it has successfully augmented 36 more outlets, according to plans. It makes the total outlets of 7-Eleven now is 57 outlets. With the successive in adding more outlets at 2011, this subsidiary company has significantly contributed sales growth and encouraged the company to move into a positive direction, with the amount of sales up to IDR 319.2 billions or contributed by 35.5 percent to the total sales of Corporate and its child entities.

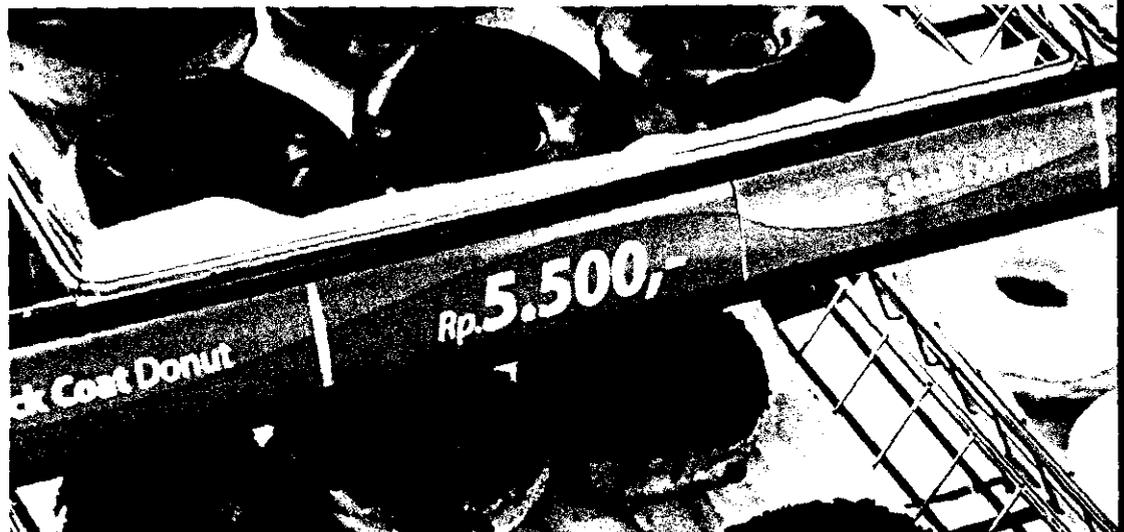
The concept of fully conveniences without compromises has accommodated the needs of Jakarta society who's well known as busy people, aware on the importance of a safe and hygienic foods and beverages, also the needs of a place to ensemble due to a high-hang out culture.

7-Eleven was established with a philosophy, "To serve the customers, anywhere and whenever is needed, also to focus on the customers." Its vision is to make 7-Eleven as the best destination to fulfill customers needs on a convenience place without compromises. Its mission is to serve 7-Eleven customers and all of its changes are aimed only for customer conveniences.

Some business strategies that have been done in 2011 were:

1. Fresh Food

To be able to always give the best services to customers, the company keeps on performing an innovation and keeps on developing products and services, particularly in fresh food and beverages products. In 2011, these fresh food and beverages products have given the biggest contribution to corporate's sales,



"Memberikan apa yang konsumen butuhkan, dimana pun dan kapan pun mereka membutuhkannya"

Provide what customers need, wherever and whenever they need it



kontribusi penjualan terbesar yaitu mencapai lebih dari 50% dari total penjualan di bisnis 7-Eleven. Produk makanan dan minuman segar siap saji ini juga memiliki margin yang besar dimana produk ini memberikan kontribusi sebesar 70% dari total laba kotor di bisnis 7-Eleven. Dengan demikian Perusahaan akan terus mengembangkan produk-produk makanan dan minuman segar siap saji ini, yaitu seperti Big Bite Hot Dog, Fresh Bakery - Donat, aneka macam Rice Bowl, Chicken Katsu, Golden Fried Chicken, Sandwich, Slurpee (minuman beku berkarbonasi), Gulp (minuman bersoda), Cafe Select (hot dan iced coffee).

which more than 50 percent contribution to the total sales of 7-Eleven business. These fresh food and beverages products also have a large margin which have contributed by 70 percent of all gross profits of 7-Eleven business. Thus, the Corporate will continue on improving these fresh food and beverages products, such as Big Bite Hot Dog, Fresh Bakery - Donut, various Rice Bowl, Chicken Katsu, Golden Fried Chicken, Sandwich, Slurpee (frozen carbonated beverage), Gulp (soda drinks), cafe select (hot and iced coffee).

2. Konsentrasi Pasar

Pada akhir tahun 2010 jumlah outlet 7-Eleven mencapai 21 outlet, sedangkan di tahun 2011 ini Perusahaan berhasil menambah 36 outlet baru sehingga pada akhir tahun 2011 jumlah outlet 7-Eleven mencapai 57 outlet. Hal ini sesuai dengan target yang direncanakan oleh Perusahaan sebelumnya. Kesemua outlet-outlet 7-Eleven tersebut berada di wilayah Jakarta, dimana salah satu strategi Perusahaan dalam mengembangkan outlet adalah dengan mendominasi pasar yaitu khususnya pasar yang berada di Jakarta Raya terlebih dahulu sebelum mengembangkan pasar di luar kota Jakarta. Hal ini dilakukan karena melihat potensi pasar di Jakarta Raya yang masih sangat besar dan selain itu juga terkait dengan pengembangan infrastruktur yang harus terintegrasi dengan pengembangan outlet 7-Eleven.

2. Market Concentration

In the end of 2010, the number of 7-Eleven outlets was 21, whereas in 2011, the corporate was able to add 36 more outlets, so in the end of 2011, the total of 7-Eleven outlets was 57. This was in accordance to the corporate's plans before. All of these 7-Eleven outlets are located in Jakarta area. One of corporate's strategies in developing the outlets was to dominate the market, especially Jakarta's ones, before reaching out the markets located outside Jakarta. This is conducted, because the market potential in Jakarta are still huge, other than that, this also associated with the infrastructure developments that have to be integrated with the constructions of 7-Eleven outlets.

3. Pembangunan Infrastruktur

- Gudang Pusat dan Pabrik Makanan
Salah satu bagian terpenting dalam pengembangan bisnis 7-Eleven adalah pengembangan di bidang logistik, distribusi dan pengembangan makanan. Untuk itu, Perseroan dan Entitas Anak telah dan akan membangun gudang pusat (Combine Distribution Centre/CDC) dan pabrik makanan (Commissary dan Bakery) di satu lokasi yang terintegrasi untuk mencapai efisiensi dan efektifitas yang maksimum.

3. Infrastructure Developments

- Central Distribution and Food Manufacturing
One of the important parts on the improvement of 7-Eleven business is the development of logistic, distribution, and foods field. Therefore, the corporate and its child entities have built and keep on building the Combine Distribution Centre/CDC) and Commissary and Bakery Factory. In one integrated to achieve a maximum efficiency and effectiveness.

Gudang pusat adalah tempat penampungan produk- produk, termasuk didalamnya adalah produk makanan dan minuman yang selanjutnya produk-produk tersebut didistribusikan ke outlet-outlet 7-Eleven. Produk-produk makanan yang dihasilkan dari pabrik makan (commissary dan bakery) dapat langsung dikirim ke gudang pusat yang letak bersebelahan dengan pabrik makanan tersebut. Dengan demikian akan tercipta efisiensi baik dari segi waktu dan biaya pengiriman ke gudang pusat, dan yang tidak kalah penting adalah terciptanya produk yang fresh dan terjaga kualitas kesehatan dan kebersihannya. Untuk mengatur dan mengoperasikan sistem logistik dan pergudangan, Perusahaan melakukan kemitraan dengan perusahaan logistik berkelas dunia yaitu DHL, sedangkan untuk pembangunan pabrik makanan ini dilakukan dengan bekerja sama dengan mitra usaha 7-Eleven yaitu PT. Fresh Food Indonesia yang telah mensuplai produk makanan segar siap saji berupa Fresh Bakery - Donat, Rice Bowl, Chicken Katsu, Golden Fried Chicken, Sandwich, Puding dan sebagainya. Pembangunan ini dilakukan secara bertahap dimana pada fase ke-1 ini telah dibangun pabrik makanan yang telah dioperasikan oleh PT.Fresh Food Indonesia pada bulan Juni 2011. Pada tahun 2012, Perseroan dan Entitas Anak sudah memulai melakukan pembangunan gudang pusat dan pabrik makanan fase ke-2. Gudang pusat dan pabrik makanan ini terletak di Jl. Raya Bekasi Km 25 Cakung - Jakarta Timur di atas tanah seluas + 4,9 hektar yang dimiliki oleh Perseroan dan Entitas Anak. Bangunan tersebut semula merupakan pabrik film dan camera yang kemudian dikonversi menjadi gudang pusat dan pabrik makanan untuk mendukung bisnis 7-Eleven. Konsep CDC ini merupakan adaptasi dari konsep CDC yang telah dikembangkan dan dijalankan oleh 7-Eleven baik di US maupun di Jepang.

- Teknologi Informasi

Tidak kalah penting dari pembangunan dan pengembangan gudang pusat dan pabrik makanan, pengembangan infrastruktur di bidang teknologi informasi ini juga menjadi salah satu bagian penting dalam mendukung pengembangan outlet- outlet 7-Eleven. Perusahaan melakukan pengembangan infrastruktur teknologi informasi ini dengan melakukan kemitraan dengan pihak NEC, Nomura Research Institute (NRI) dan Professional Data Solution, Inc (PDI) yang juga merupakan partner global 7-Eleven di Jepang dan US.

- Pelatihan Sumber Daya Manusia.

Perusahaan melihat pentingnya kualitas sumber daya manusia dalam menunjang bisnis 7-Eleven ini. Pada tahun 2011 ini dan tahun-tahun mendatang, Perusahaan akan terus melakukan penerimaan tenaga kerja baru untuk pengembangan bisnis 7-Eleven ini baik dari karyawan yang bekerja di toko sampai dengan level manajerial. Perusahaan juga melakukan pelatihan-pelatihan yang terstruktur dan berkesinambungan baik kepada karyawan baru

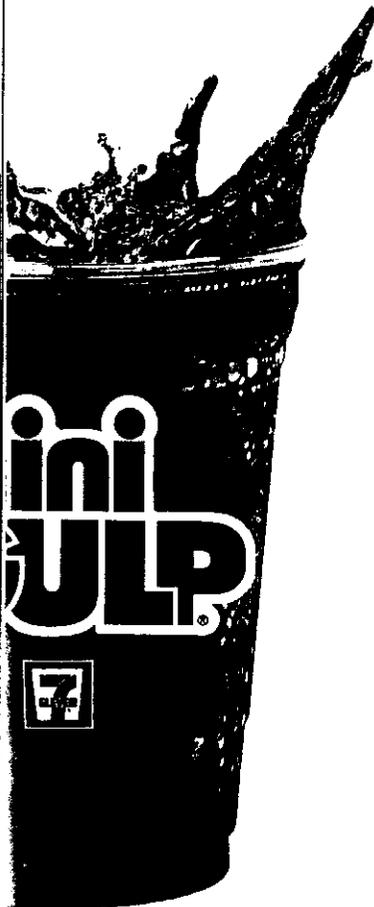
The Combine Distribution Centre is a shelter for the products, including foods and beverages that will be distributed to 7-Eleven outlets. Food products resulted from the commissary and bakery factory can be delivered directly to the Combine Distribution Centre which located next to the factory. Thus, there will be a maximize efficiency in terms of time and delivery costs to the CDC. And the most important thing is to create fresh products and maintain the quality of its health and hygiene. To manage and operate the logistic and warehousing system, the Corporate conducts a partnership with the world-class logistic company, DHL. Whereas, to develop the Commissary and Bakery Factory, the Corporate collaborates with 7-Eleven business partner, PT Fresh Food Indonesia which has supplied fresh prepared food and beverages products, such as Bakery, Conut, Rice Bowl, Chicken Katsu, Golden Fried Chicken, Sandwich, Puding, etc. These developments were conducted gradually and in the first stage, have been built a Commissary and Bakery Factory, operated by PT Fresh Food Indonesia in June 2011. In 2012, the Corporate and its child entities have started a CDC and Commissary and Bakery Factory for the second stage. These CDC and Commissary and Bakery Factory are located in Jl. Raya Bekasi Km 25 Cakung, East Jakarta, above the 4.9 acres land, owned by the Corporate and its child entities. At the beginning, those buildings were a movie and camera factory which have been converted into a CDC and Commissary and Bakery Factory. to support 7-Eleven business. The CDC concept is an adjustment of a concept deployed by both US and Japan 7-Eleven outlets.

- Information Technology

Equally with the construction and development of CDC and Commissary and Bakery Factory, the infrastructure development in information technology is also a huge part to support improvement of the 7-Eleven outlets. The Corporate has performed an information technology's infrastructure by doing a partnership with NEC, Nomura Research Institute (NRI), and Professional Data Solution, Inc (PDI), which also a global partner of US and Japan 7-Eleven.

- The Training of Human Resources

The Corporate sees the importance of a qualified human resources in supporting 7-Eleven business. In 2011 and years to come corporate will recruit new workforce to develop this 7-Eleven business, both whose work in the outlets and managerial levels. The Corporate has also conducted systemic and sustainable trainings, both to the new employee and the old ones in order to create a good human resources in this business. To the new employee,



maupun kepada karyawan lama agar dapat menciptakan kualitas SDM yang mumpuni dalam bisnis 7-Eleven ini. Untuk karyawan baru, Perseroan telah menyediakan pusat pelatihan terpadu di gedung kantor pusat. Sistem pelatihan dilakukan dengan 2 cara yaitu pelatihan di dalam kelas dan pelatihan bekerja langsung di toko (porsi pelatihan karyawan dengan bekerja di toko lebih besar dibanding pelatihan di dalam kelas). Untuk pelatihan karyawan di level manajerial, Perusahaan secara berkala mengirim para karyawannya dari berbagai bidang divisi untuk belajar langsung di 7-Eleven Dallas US. Selain itu team 7-Eleven US secara rutin hampir sebulan sekali datang ke Jakarta untuk memberikan arahan, panduan, pelatihan, dan transfer ilmu kepada 7-Eleven Indonesia.

4. Pemasaran

Aspek pemasaran dengan memberikan nilai lebih kepada konsumen melalui produk kombo seperti :paket katsu + nasi + slurpee, paket breakfast continental dan berbagai paket menarik.

Dikomunikasikan secara intensif melalui billboard jalan, kerjasama dengan kartu debit maupun kredit untuk meningkatkan traffic konsumen yang berkunjung ke outlet 7-Eleven. Perusahaan juga melakukan kegiatan promosi berskala besar yang dilakukan satu tahun sekali dalam rangka memperingati hari jadi 7-Eleven, yaitu mengadakan Big Bite & Slurpee Challenge (BBSC) yang merupakan kompetisi besar makan Big Bite Hot Dog dan minum minuman Slurpee. Media komunikasi digital seperti twitter dan facebook dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh Perusahaan sebagai media interaktif dalam berkomunikasi langsung dengan konsumen yang sangat efektif namun efisien dari segi biaya. Dari media sosial ini dapat diketahui mengenai masukan-masukan dari para konsumen tentang produk dan layanan di 7-Eleven dan juga untuk memberitahukan program-program yang sedang berlangsung di outlet 7-Eleven. Pada tahun 2011 ini, Perusahaan sudah berhasil merekrut lebih dari 55,000 follower di twitter dan 45,000 fans di facebook dimana hal ini akan menjadi kekuatan pemasaran yang akan terus dilanjutkan dan dikembangkan.

Seluruh startegi dan pegembengan infrastruktur yang dilakukan diatas bertujuan mempersiapkan tahap pertumbuhan yang direncanakan oleh Entitas Anak



the Corporate has provided an integrated training center in the headquarter. The training system is performed in two ways, which are indoor training and on the job ones (the portion of a training which the employee works in the outlet is bigger than the indoor ones). For the employees in managerial levels, the Corporate regularly sends them to learn directly in Dallas US. Besides that, the US 7-Eleven team routinely (once a month) visits Jakarta and gives directions, trainings, guidances, and knowledge to 7-Eleven Indonesia.

4. Marketing

The marketing aspect was performed by giving an added value to customers through combo products such as Katsu Package + Rice + Slurpee, Breakfast Continental Package, and various interesting packages. These marketings are communicated intensively through billboards, partnerships with debit and credit cards to increase customers traffic who visit the 7-Eleven outlets. The Corporate also performs various big scale promotion, which done annually in order to celebrate the anniversary of 7-Eleven, such as holding Big Bite and Slurpee Challenge (BBSC) which is an eating Big Bite and Slurpee competition. Social medias like twitter and facebook, were used as well as possible as an interactive media in communicating directly to the customers. These kind of communication are very efficient and effective in the term of the costs. From these social medias, could be known all the inputs given by the customers about 7-Eleven products and services. These medias can also be used to tell people about the ongoing programs in 7-Eleven outlets. In 2011, the Corporate has recruited more than 55,000 followers in twitter and 45,000 fans in facebook. These things are a good market strength that will be continued and improved by the Corporate.

All these strategies and infrastructure developments above, aimed to prepare a well-planned strategy stage for the growth of the child entities.



Medical Imaging System

FUJIFILM  SHIMADZU

Medical Imaging System

FCR CAPSULA

Sebagai salah satu fokus bisnis Perseroan, divisi Medical Imaging dengan langkah-langkah taktis untuk strategi yang telah ditentukan dan dilakukan pada tahun 2011 mampu memberikan kontribusi pertumbuhan penjualan yang cukup baik bagi perseroan di tahun 2011.

Shimadzu X-Ray unit yang mulai dipasarkan Tahun 2006 serta FCR (Fuji Computed Radiology) yang telah dipasarkan sejak Tahun 2002, pada Tahun 2011 menunjukkan peningkatan penjualan yang cukup tinggi yaitu sebanyak 58 Unit sehingga total jumlah akumulasi FCR System sampai dengan akhir Tahun 2011 sebanyak 194 Unit dengan estimasi market share lebih dari 60%.

Strategi yang telah dilakukan di tahun 2011, yaitu :

- Kerjasama dengan berbagai Organisasi Profesi PDSRI (Perhimpunan Dokter Spesialis Radiologi Indonesia), PARI (Perhimpunan Radiografer Indonesia), ARSADA (Asosiasi Rumah Sakit Daerah), PERSI (Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia) yaitu turut aktif dalam berbagai kegiatan, seperti:

Surabaya, 6-7 Mei 2011, Kongres dan Seminar PARI Jawa Timur

Denpasar, 19-20 Mei 2011, Rakernas ARSADA Indonesia Timur

Batam, 20-21 Mei 2011, Pertemuan Ilmiah Tahunan (PIT) Radiologi - PDSRI

Depok, 17-19 Juni 2011, Universitas Indonesia Hospital Exhibition

Bali, 11-13 Oktober 2011, Kongres AOSPR (Asian & Oceanic Society for Paediatric Radiology)

Jakarta, 19-21 Oktober 2011, Hospital Expo

- Dukungan langsung kepada Para Pelanggan Rumah Sakit dan Laboratorium Klinik dalam kegiatan yang mereka lakukan seperti seminar, workshop, serta partisipasi lainnya atas kegiatan yang ada.
- Penggunaan Digital Advertising menggunakan web internal Perseroan (www.moderninternasional.co.id) untuk memberikan update informasi produk.
- Pendekatan langsung kepada calon Pelanggan dengan melakukan Presentasi dan Demo on Site pada target Pelanggan.
- Penyebaran informasi produk baru dan solusi alat kesehatan melalui media-media terkait seperti Hospital News & Pharma, Infomedia Hospital and Health Directory, dan media terkait lainnya.

Strategi tersebut di atas merupakan kunci keberhasilan divisi Medical Imaging dalam menjaga kelangsungan bisnis Perseroan dan guna mempertahankan keberadaan Perseroan sebagai salah satu penyedia alat kesehatan bagi Rumah Sakit Rumah Sakit dan Laboratorium Klinik di Indonesia terutama dibidang Radiologi serta terus berkembang menuju "Total Radiology Solution Provider".

As a part of the Corporate's business focus, Medical Imaging Division, which has tactical stages on its strategy that has been specified and performed in 2011, was capable to contribute a good sales growth to the Corporate.

Shimadzu X-Ray which began to be marketed in 2006, and FCR (Fuji Computed Radiology) which has been marketed since 2002, in 2011 have shown a quite high sales growth by 58 units, so the accumulation of FCR System until the end of 2011 was 194 units with an estimated market share more than 60 percent.

The strategies conducted in 2011, were:

- Collaborated with various profession organizations PDSRI (Perhimpunan Dokter Spesialis Radiologi Indonesia), PARI (Perhimpunan Radiografer Indonesia), ARSADA (Asosiasi Rumah Sakit Daerah), PERSI (Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia), through these following activities:

Surabaya, May 6th - May 7th 2011, PARI Congress and Seminar in East Java.

Denpasar, May 19th - May 20th 2011, Rakernas ARSADA East Indonesia.

Batam, May 20th - May 21st 2011, Annual Radiology Science Meeting - PDSRI.

Depok, June 17th - June 19th 2011, Universitas Indonesia Hospital Exhibition.

Bali, October 11st - October 13th 2011, AOSPR Congress (Asian & Oceanic Society for Paediatric Radiology).

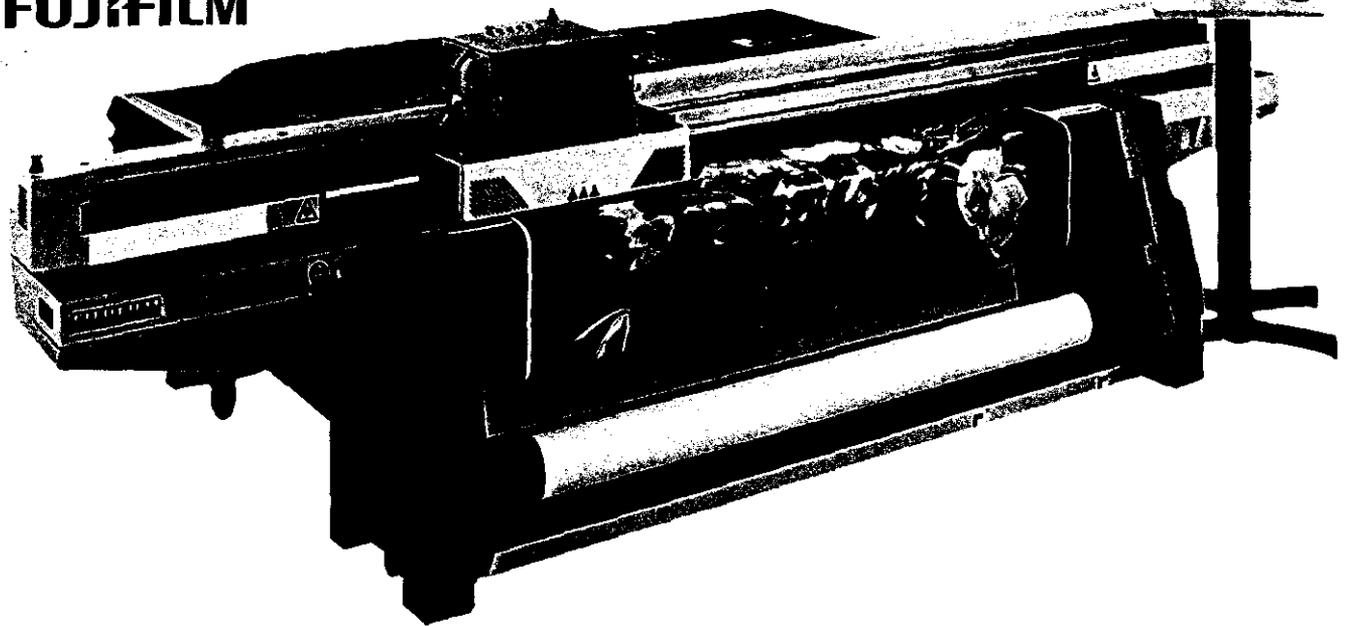
Jakarta, October 19th - October 21st 2011, Hospital Expo

- Direct supports to the hospital customers and clinical laboratories, in their various activities, such as seminar, workshop, and other participations on the existing activities.
- The usage of digital advertising which uses the internal Corporate's website (www.moderninternasional.co.id) to provide the product informations updates.
- Direct approaches to the potential customers through presentation and demo on site to the targeted customers.
- dissemination of newest product and medical solution informations through related medias, such as Hospital News & Pharma, Infomedia Hospital and Health Directory, and other related media.

The strategies below were a Medical Imaging success key in maintaining the continuity of the Corporate's business and to sustain the existing of the Corporate as one of the medical equipment's providers to hospitals dan clinical laboratories, particularly in Radiology and keeps on improving toward "Total Radiology Solution Provider"

Graphic Art Division

FUJIFILM



Graphic Art Division

Mengusung strategy yang agresif di tahun 2011, dimana divisi ini memposisikan sebagai "Graphic Art total solution provider", dan berfokus pada penambahan range produk yang berkualitas, penjualan mesin Computer to Plate (CTP) dan Digital Printing, ditahun ini divisi mampu meningkatkan total penjualan sebesar 16,6% dibanding tahun 2010. Pencapaian tersebut dapat diraih karena divisi ini fokus pada kebutuhan pasar serta penambahan produk-produk yang berkualitas yang memenuhi kebutuhan customer.

Kebutuhan pasar Graphic Art di tahun 2011 sebagian besar mencari kebutuhan alat-alat dan bahan baku pendukung cetak dengan biaya murah, investasi mudah sehingga bisa dalam menghadapi tantangan pasar yang ada, yang mana pasar membutuhkan solusi dengan biaya murah dan investasi mudah, perusahaan tetap konsisten untuk melakukan langkah sebagai berikut :

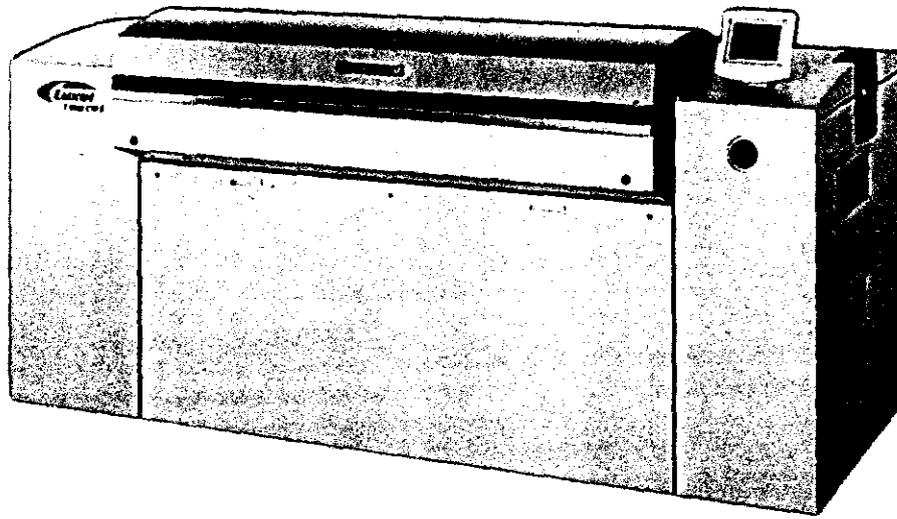
1. Fokus terhadap pengembangan produk CTP dengan investasi mudah, dan bahan baku dengan biaya yang terjangkau sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga tetap menjadi pre press solution provider dan bisa memimpin pasar. Di tahun 2011 banyak project-project dan tender besar yang bisa di dapatkan diantaranya keberhasilan bekerjasama dengan Kompas Gramedia group dan Temprina-Jawa Post group
2. Fokus pada bisnis Digital Printing dengan Product Acuity UV Flat Bad Printer dan pengembangan Digital Printing Acuity 1600 LED, dimana produk ini merupakan mesin digital printing yang memiliki keunggulan dalam system 6 warna (CMYK+LC+LM), FujiFilm Dimatix print head yang lebih membuat akurat pada saat mencetak, range area colour gamut yang lebih luas, mampu mencetak di berbagai media dengan kualitas sempurna.

Carried a more aggressive strategy in 2011, Graphic Art Division positioned itself as a graphic art total solution provider, and focused on the addition of qualified products, also the Computer to Plate (CTP) and digital printing machines' sales. It was capable in improving the sales by 16,6%, compared to 2010. This accomplishment could be achieved because it remained focus on market needs and the addition of qualified products, which met customer requirements.

The needs of Graphic Art Market in 2011, mostly in search of the equipments and the supporting raw materials with a low cost and easy investment.

In facing the existing market challenges, which needs a solution with a low cost and easy investment, the Corporate remains consistent to perform the following steps:

1. Focus on developing CTP products with an easy investment, and raw materials with an affordability cost according to customer's needs, so it's still be a pre press solution provider and able to lead the market. In 2011, there was a lot of projects and huge tenders, such as a cooperation with Kompas Gramedia Group and Temprina-Jawa Post Group.
2. Focus on digital printing with Product Acuity UV Flat Bad Printer and the development of Digital Printing Acuity 1600 LED, which is a digital printing machine with excellences 6 colors sytem (CMYK+LC+LM), FujiFilm Dimatix Print Head which more accurates during the printing, wider range area color, and able to print in various media with perfect quality.



3. Dengan Fujifilm Ink Sericol bisnis menambah lengkap bisnis consumable Digital Printing, dengan berbagai macam tinta yang disediakan, diantaranya Tinta UV, Tinta Solvent, Tinta textile dan Tinta flexo printing.

4. Berbagai macam kegiatan marketing yang dilaksanakan :

- Melaksanakan open house di beberapa kota yang potensial, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Solo, Denpasar dan Yogyakarta, mendapatkan response yang sangat positive terbukti dengan banyaknya deal yang terjadi dan peningkatan Instalasi Machine In Field terbaik dalam 5 tahun terakhir.
- Berpartisipasi dalam pameran terbesar di Jakarta FGD Expo dan pameran Solo Expo.
- Divisi ini juga memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen dengan berbagi informasi terbaru yang sesuai dengan kebutuhan customer dengan cara aktif melaksanakan promosi di media majalah grafika.

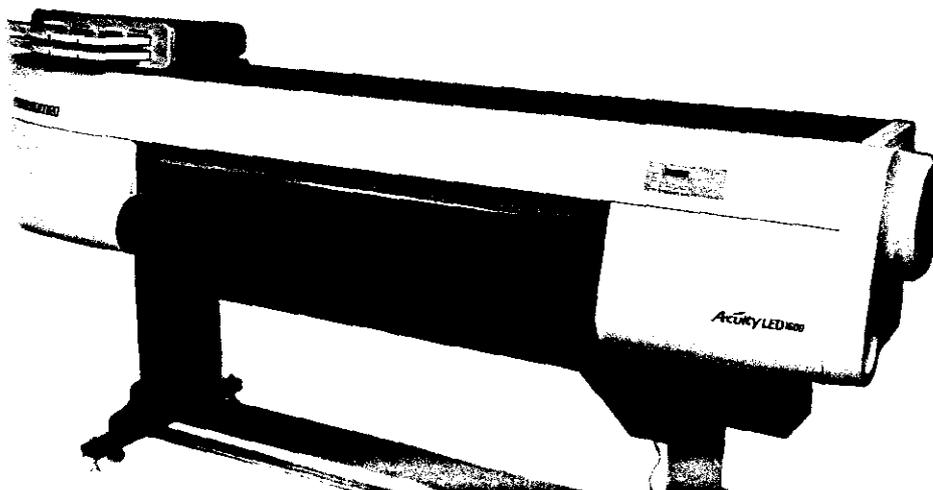
Divisi juga mengembangkan Struktur organisasi untuk sumber daya manusia yang di spesialisasikan ke Bahan baku dan Equipmnet, dengan cara ini diharapkan divisi akan mampu terus melayani customer yang ada dan mengembangkan ke customer yang baru.

3. Fujifilm Ink Sericol business has added a consumable digital printing, with various provided inks, such as UV, solvent, textile, flexo printing inks.

4. Various marketing activities that have been conducted:

- Open house in several potential cities, such as Jakarta, Bandung, Surabaya, Solo, Denpasar, and Yogyakarta, have gained positive respons, proven by the number of deals and the increase of the best machine in field machine in the last five years.
- Particaped in the biggest exhibitions such as FGD Expo Jakarta and Solo Expo.
- This division also gave the best services to customers through providing the newest informations, which met the customers needs by actively conducting a promotion in Grafika magazine.

The divison also developed an organization structure for human resources which is specialized in raw materials and equipments. Through this way, the division was hoped to keep on serving the existing customers and developing the potential ones.



Fokus dengan penyediaan plate dan mesin Computer to Plate ("CTP") serta mesin digital printing Fujifilm Sericol

Focus by Providing plate and Computer to Plate (CTP) equipment and digital printing machine Fujifilm Sericol

Digital Print Imaging Division

FUJIFILM

Sesuai dengan misi dari Perseroan untuk mempertahankan bisnis Digital Print Imaging Divisi selama mungkin dan seprofit mungkin, Perseroan dan Anak perusahaan mengambil langkah-langkah sebagai berikut :

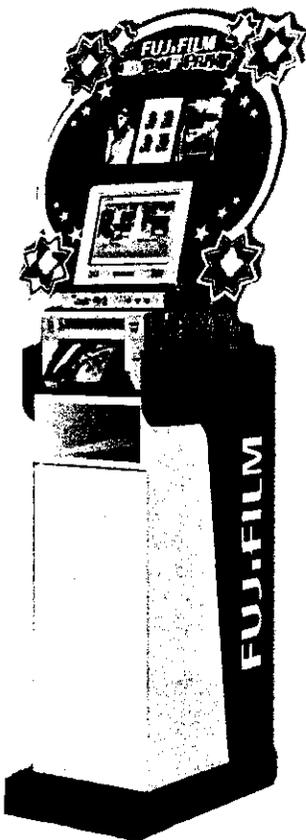
1. Membuat konsep retail photography menjadi sebuah konsep gabungan dengan gerai convenience 7-Eleven, melalui penambahan zona (corner) :
 - Photobooth : konsep photo otomatis self service di dalam box
 - Photokiosk : konsep layanan cetak Photo self service di dalam took
 - Instax product : pengembangan penjualan produk-produk instant kamera dan film yang sangat diminati oleh kalangan anak-anak muda, yang mana sedang booming, mengikuti trend dunia.
2. Fokus pada produk-produk yang memberikan tingkat keuntungan yang tinggi seperti mengembangkan produk akhir yang memberikan nilai tambah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini, seperti photobook, photo kanvas, photo mug dan masih banyak yang lainnya.
3. Melengkapi line up Solusi Cetak Photo Digital Print tanpa chemical, seperti Dry Lab Frontier DL430, DL600, yang mana merupakan tehnology terbaru dengan mengusung konsep:
 - Ramah lingkungan (Green Environment)
 - Biaya operasional yang murah, penggunaan listrik yang sangat hemat dan tanpa penggunaan air untuk operasional
 - Perawatan yang mudah dan minim memungkinkan mesin bisa beroperasi secara optimal
 - Mesin yang compact, sangat cocok dioperasikan terutama untuk tempat yang biasa sewa spacenya mahal seperti di mall.

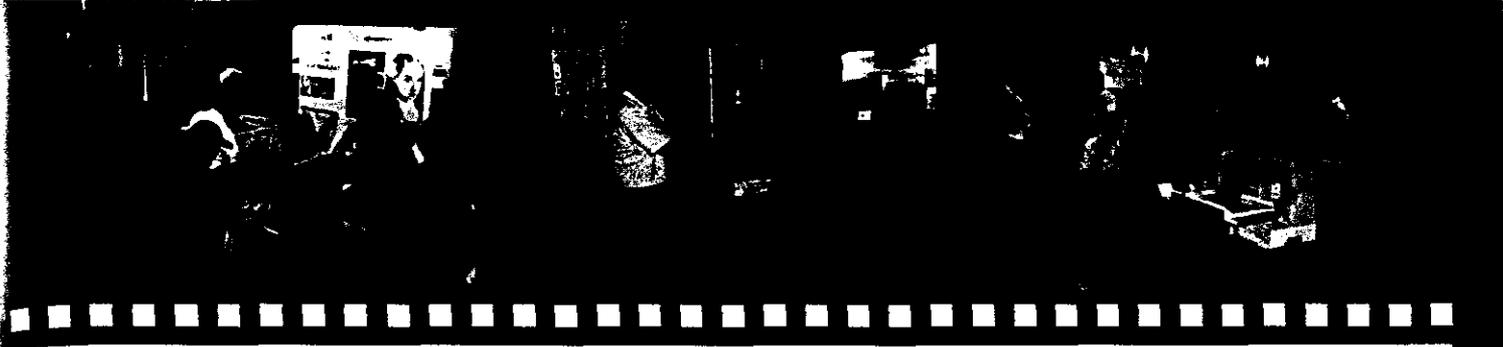
Penerimaan pasar Indonesia terhadap produk ini sangat baik terbukti bahwa di wilayah asia tenggara penjualan unitnya terbaik selama tahun 2011.

According to the Corporate's mission to maintaining Digital Print Imaging Division business as long as and as profitable as possible, the Corporate and its subsidiary companies took these following steps:

1. Made a retail photography concept into a joint ones with convenience 7-Eleven outlets, through the addition of these following corners:
 - Photobooth: Automatic photo concept service in the box
 - Photokiosk" self service photo printing service in the took
 - instax product: The development of instant camera and film's products which are enthused by the youth, and have been booming world wide.
2. Focus on a high profit products such as an improvement of end-product which gave added values in accordance to the current customer needs, like photobook, photo canvas, pgoto mug, and many more.
3. Completed the line up of digital photo print solution without chemical, such as Dry Lab Frontier DL 430, DL 600, which are a newest technologies with these following concepts:
 - Green environment
 - cheap operational cost, economical electricity usage, and no-water for operational activities.
 - An easy and minim treatment, so the machine could be operated optimally.
 - Compact machine, which is suitable to be operated in a high rental fee places, like mall.

The acceptance of Indonesian market towards these products are quite well, proven by the achievement as the biggest saling units in South East Asia in 2011.

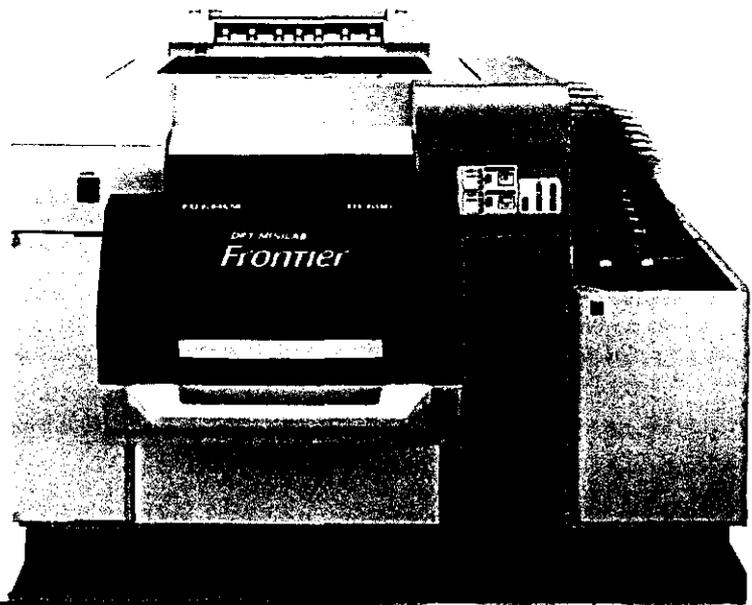




4. Memberikan solusi terhadap cetakan pelanggan yang jumlahnya banyak dengan Frontier 550R, dan yang jumlahnya sedikit dengan Quick Print Station ASK 300 dan Dyesub printer ASK 2500. Produk Quick Print Station dyesub ini juga kita kembangkan untuk solusi cetakan di Studio, Theme Park, Game centre, Wedding berupa photobooth dan photo kiosk, yang menghasilkan Photo print dengan nilai yang tinggi.
 5. Untuk mendukung pelanggan, perusahaan berkomitmen menjalankan program FCS (Fuji Contract service) yang bertujuan menjaga kualitas pada level tinggi.
 6. Aktif mengikuti pameran-pameran seperti PRJ, Franchise Expo, Wedding Expo serta Miniroadshow di beberapa kota besar seperti Jakarta, Jogja, Surabaya, Makasar, Balikpapan dan Banjarmasin. Hal tersebut dijalankan lebih fokus untuk dapat menambah dan mempertahankan jumlah outlet Fuji film, baik FDI maupun Mphoto studio.
4. Gave the cutomers printing solution with a higher numbers through Frontier 550R and less printing numbers though Quick Print Station ASK 300 and Dyesub printer ASK 2500. This Quick Print Station Dyesub, was also developed for printing solution in studio, theme park, game center, wedding in terms of photobooth and photokiosk, which procuded a photo print with the best value.
 5. To support the customers, the Corporate also committed to perform various FCS (Fuji Contract Service) programs, which were aimed to maintain the quality on a higher level.
 6. Actively participated in exhibitions, such as PRJ, Franchise Expo, Wedding Expo, and mini roadshows in several major cities, like Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Makassar, Balikpapan, and Banjarmasin. These activities were deployed more focusing in order to improve and maintain the number of Fuji Film outlets, voth FDI and Mphoto Studio.

DRY MINILAB
Frontier

INKJET SYSTEM
DL600
NEW



Perseroan melakukan konversi ritel fotografi menjadi sebuah konsep gabungan dengan gerai Convenience Store 7-Eleven.

The Company converted the retail photography into combination outlet concept with 7-Eleven Convenience Store.



Voucher Isi Ulang Selular

Pre Paid Cellular Reload

Voucher Isi Ulang Selular | Pre Paid Cellular Reload

as Terbaik

TELKOMSEL

Dapatkan Hingga 30 Menit pembesaran



indosat

Isi Ulang INDOSAT Makin Untung!

Isi Pulsa Indosat di Outlet 7-Eleven:
 • 1 mini Gulp size 16 oz, setiap isi pulsa Indosat Rp 50.000
 • 1 Gulp size 22 oz, setiap isi pulsa Indosat Rp 100.000
Isi Pulsa Indosat di M Photo Studio & Fuji Image Plaza:
 Dapatkan struk pembelian isi pulsa Indosat untuk ditukarkan dengan GULP setelah membeli produk apa saja di 7-Eleven

Periode promo: 15 Mei - 30 Juni 2011
 Promo berlaku setiap hari & hanya berlaku di Jabodetabek



www.indosat.com

BONUS GULP di 7-Eleven

mentari

sinergi

Yang Spesial Untuk mu

Beli Voucher XL Rp 50.000

Gratis **SLURPEE** Small
di 7-Eleven



XL
UNTUK MU

Only at 7-Eleven

fokus pada pengembangan penjualan melalui gerai – gerai modern ritel terutama jaringan Convenience Store 7-Eleven dan memelihara pasar pada jaringan ritel Fuji Image Plaza, Fujifilm Digital Imaging dan agen.

Divisi Voucher Isi Ulang Selular di tahun 2011 lebih memfokuskan pada pengembangan penjualan melalui gerai – gerai modern ritel terutama jaringan Convenience Store 7-Eleven dan memelihara pasar pada jaringan ritel Fuji Image Plaza, Fujifilm Digital Imaging dan menghentikan penjualan ke grosir. Kebijakan ini dilakukan dalam rangka meningkatkan profitabilitas yang lebih baik pada divisi ini.

Perseroan pun banyak melakukan kegiatan promosi yang dilakukan bersama dengan operator di outlet – outlet penjualan seperti program promosi berhadiah langsung bersama operator telekomunikasi besar yakni Telkomsel, Indosat dan XL serta beberapa program promosi lainnya. Melalui program – program ini perseroan mampu menjangkit potensi pasar dari konsumen langsung di pasar ritel Convenience Store 7-Eleven.

Di tahun 2011, Perseroan berkomitmen untuk mengembangkan pasar telekomunikasi terutama melalui penambahan jaringan retail Convenience Store 7-Eleven disamping memelihara kinerja pada jaringan ritel Fuji Image Plaza, Fujifilm Digital Imaging, dan agen yang ada. Perseroan pun memilih untuk melakukan strategi pemasaran yang lebih agresif dan kreatif dengan menggandeng para operator-operator telekomunikasi GSM maupun CDMA untuk bersama – sama melakukan kegiatan promosi dan program penjualan untuk mengembangkan pasar yang ada baik dari konsumen lama maupun calon konsumen potensial lainnya.

In 2011, pre paid cellular reload Division remained focus on sales development through modern retails, particularly the Convenience Store 7-Eleven, Fuji Image Plaza, Fujifilm Digital Imaging, and stop selling to the wholesaler. These policies were performed in order to increase a better profit in this division.

The Company has done many promotions, collaborated with leading telecommunication operators, such as Indosat, Telkomsel, and XL. Programs that gave direct prizes to customers, implemented on the promotions. Through these programs, the Company was able to encompass potential market from customers in Convenience Store 7-Eleven.

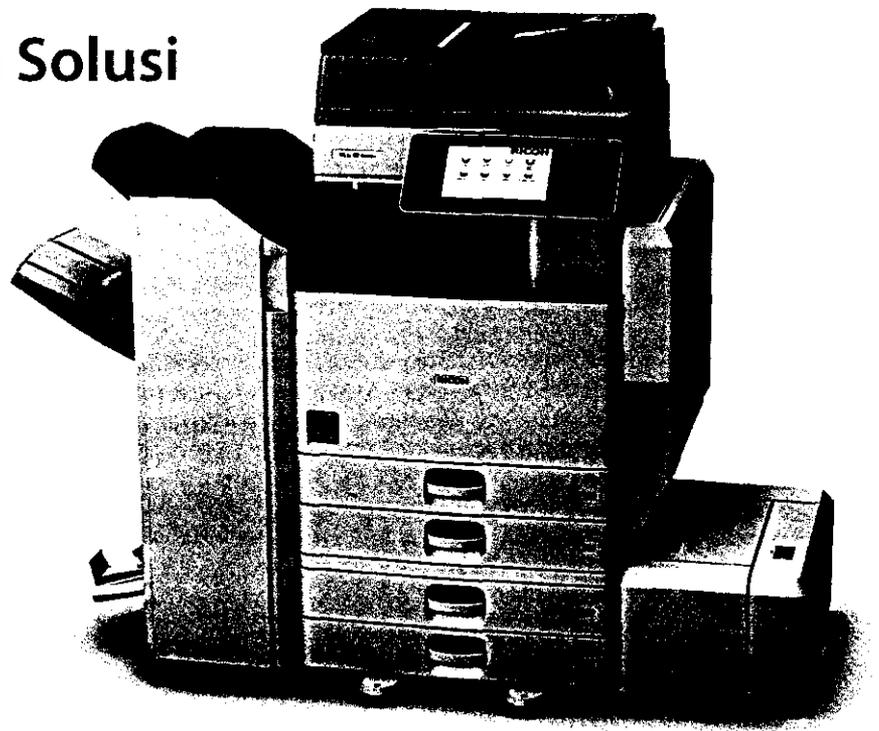
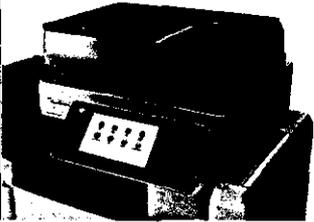
In 2011, the Company is committed to develop telecommunications markets mainly through the addition of Convenience Store 7-Eleven's retail network, aside of maintaining work performances on Fuji Image Plaza, Fujifilm Digital Imaging, and the existing agents. The Company aims to do a more aggressive and creative marketing by Cooperating with GSM and CDMA telecommunication operators to expand the existing markets by jointly perform the promotions and sales programs, both from the old customers and others prospective and potential ones.

PT. Modern Data Solusi

RICOH

Document Solution

PT. Modern Data Solusi



Sebagai entitas anak yang didirikan khusus sebagai penyedia solusi dokumen di perkantoran, fokus utama perusahaan adalah menyediakan solusi yang merupakan perpaduan antara teknologi mesin cetak multifungsi terkini dengan berbagai piranti lunak yang berbasis teknologi informasi. Perpaduan dari dua hal tersebut memungkinkan terciptanya efektifitas dan efisiensi kerja sekaligus ramah lingkungan. Strategi ini diambil seiring dengan perkembangan dan kebutuhan perkantoran saat ini.

Dari sisi produk, kami fokuskan pada Multi Function Devices Color yang bukan hanya sekedar berfungsi sebagai Copier atau Printer tetapi juga sekaligus sebagai scanner, Fax dan penyimpan document. Dengan tambahan feature tersebut memungkinkan terjadinya pengiriman dan penerimaan document dan fax secara soft copy (100% paperless Fax), tentu hal ini merupakan nilai tambah untuk customer karena akan berdampak pada penurunan biaya secara significant, seperti biaya penggunaan kertas, biaya pulsa tilpon, penurunan jumlah printer serta penghematan ruangan karena penurunan jumlah peinter.

Dari sisi program marketing, perusahaan melakukan serangkaian aktivitas di pasar antara lain :

- Pameran di perkantoran-perkantoran potensial
- Ikut serta dalam kegiatan pameran alat-alat perkantoran dan komputer
- Kegiatan demo di lokasi ruang pameran kantor pusat (*Office Talk Workshop*)
- Demo Product langsung di customer

Program pemasaran diatas bertujuan antara lain agar lebih agresif menjemput bola dan pendekatan secara khusus melalui diskusi dan demo produk untuk mencari solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen.

As a company that was particularly established to provide document solutions in the offices, main focus of PT Modern Data Solusi is to provide solutions in a form of combination between multifunction printing machine technology and various information-technology-based softwares. The combination between those two enable to create an environmental friendly work's effectivity and efficiency. This strategy was taken along with the offices developments and requirements nowadays.

From the products side, we focus on Multi Function Devices Color which not only funtions as a copier or printer, but also as a scanner, fax machine, and document savers. With the addition of these features, people will be able to send and receive soft copy's documents and faxes (100 percent paperless fax). Certainly, these could add a better value to the customers because it could reduce costs signifcantly, such as paper usage cost, the cost of credits phone, reduction of the number of printer, and saving the space because the less number of printers.

From the marketing program, the company has performed series of market activities, such as:

- Exhibitions in potential offices
- Participated in many computer and stationery exhibitions
- Conducted Office Talk Workshops
- Live demo to the customers

These marketing programs aimed to do an aggressive and spesific approach through activities, like product's discussion and demonstration to find the exact solution according to customers needs.

Entitas Anak memberikan dukungan sebesar-besarnya untuk konsumen, bukan hanya dalam penyediaan solusi dokumen, namun juga memberikan dukungan untuk program-program internal mereka yang mengusung tema lingkungan "Go Green".

Melihat tren yang ada, Perusahaan memilih untuk melakukan beberapa fokus strategis sebagai berikut:

- Memposisikan Perusahaan sebagai sebuah "Document Solution Provider" yang mampu memberikan solusi penghematan biaya sekaligus ramah lingkungan.
- Memperluas produk dengan fokus mengembangkan pasar mesin cetak multifungsi berwarna dan menambah lini produk yang berkecepatan tinggi.
- Meningkatkan pertumbuhan channel distribusi dengan memfokuskan pengembangan pada areal perkantoran potensial dengan strategi yang lebih menjemput konsumen.

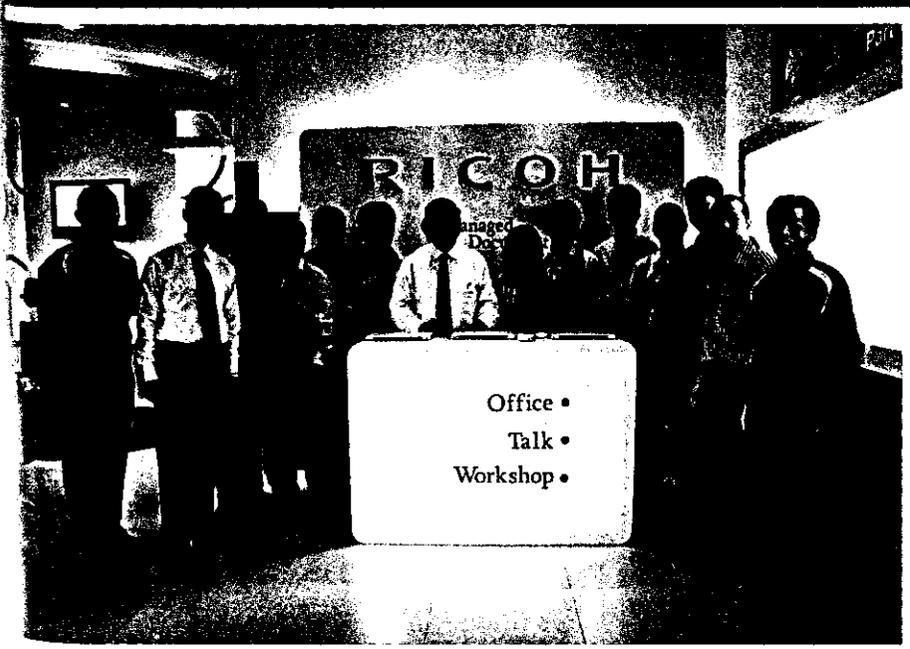
Entitas Anak lebih agresif dalam melakukan promosi antara lain melalui pameran dan demo produk langsung di kantor konsumen, aktif dalam digital marketing seperti e-mail dan sms blast, dan kegiatan seminar cost saving solution. Entitas Anak juga melakukan kolaborasi dengan dealer untuk mengadakan kegiatan seperti customer gathering dan open house.

The company also gave the biggest supports to customers, not only in supplying document solution, but also in helping their internal programs, especially those who carrying a 'Go Green' theme.

Observing the existing trend, the company chose to conduct various strategy focuses, as follows:

- Positioned the company as a 'document solution provider' which was able to give, both cost saving and environmental friendly solutions.
- Broaden the products, focusing on the development of multifunction colored printing machine and the addition of highly speed product lines.
- Improved distribution channel growth by focusing on the development of potential offices area with a more aggressive strategy (collect the customers).

The company has also performed more aggressive promotions, through a direct product's exhibition and demonstration in customers offices, involved actively in digital marketing such as e-mail and sms blast, and conducted cost saving solution seminars. The company also collaborated with a dealer to hold activities like customer gathering and open house.



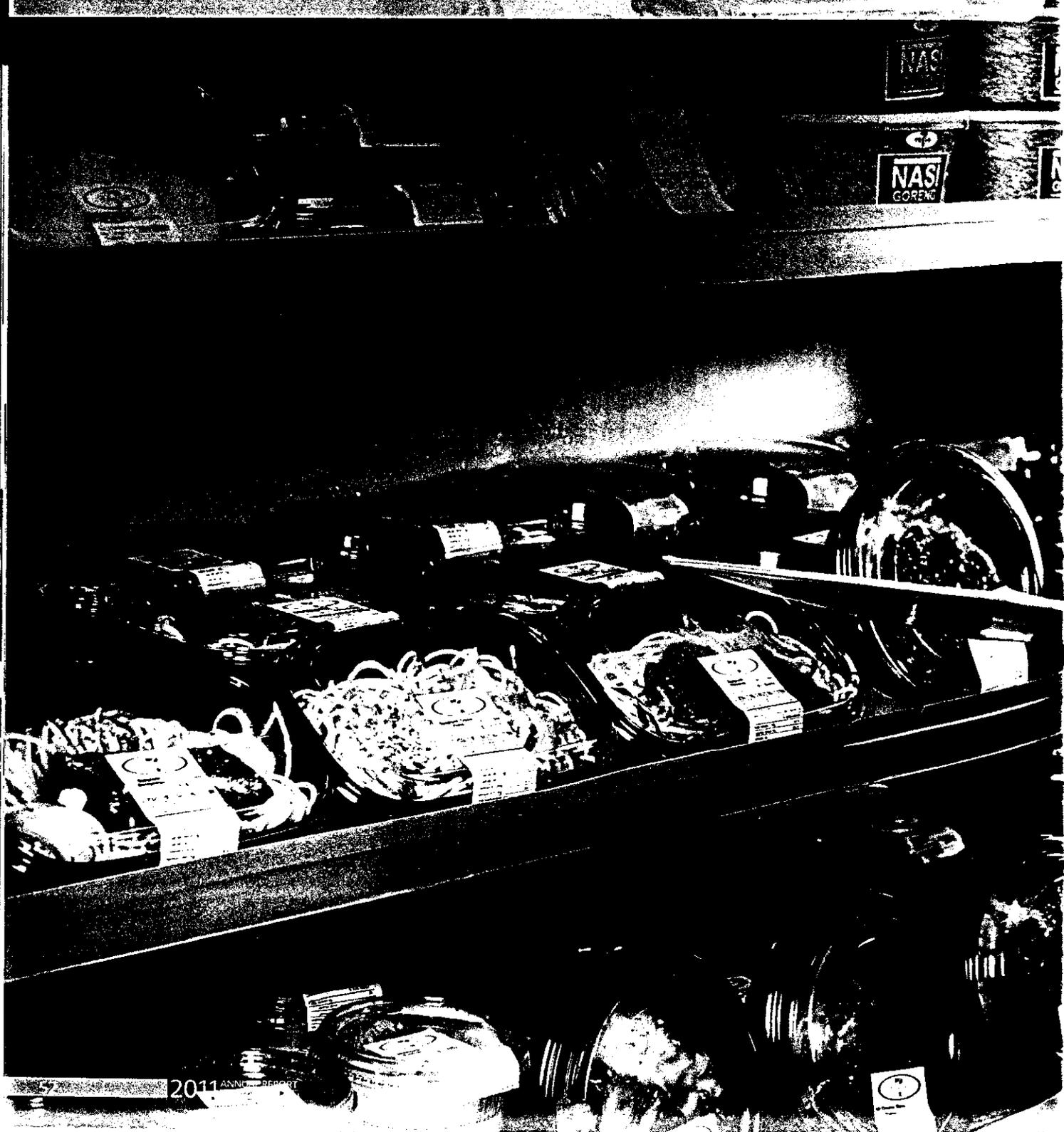
Office •
Talk •
Workshop •

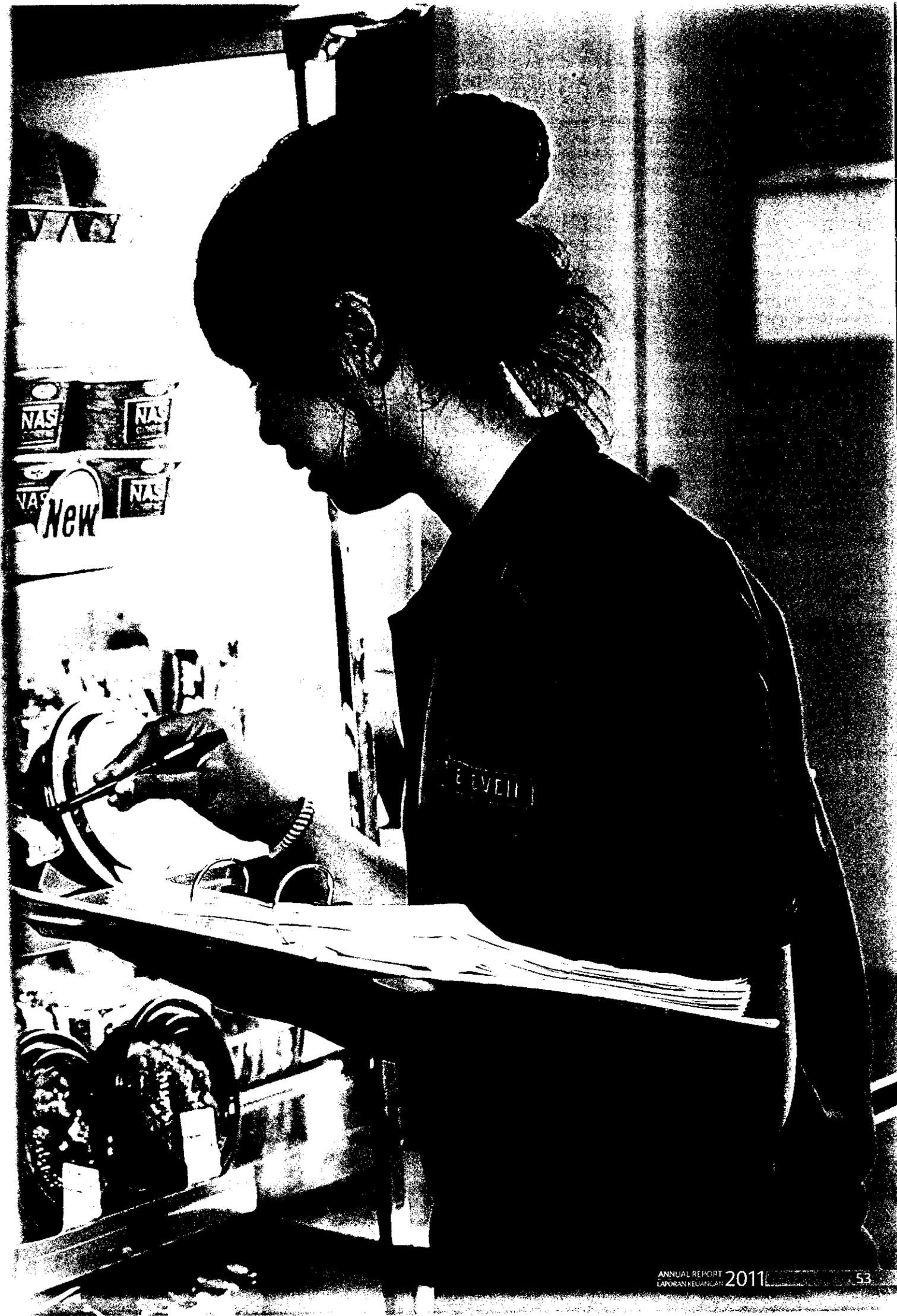
PT Modern Data Solusi menyediakan solusi yang merupakan perpaduan antara teknologi mesin cetak multifungsi terkini dengan berbagai piranti lunak yang berbasis teknologi informasi.

PT Modern Data Solusi is to provide solutions in a form of combination between multifunction printing machine technology and various information-technology-based softwares.

Laporan Manajemen

Management Report





Laporan Manajemen

Management Report

Analisa Manajemen *Management Analyst*

Analisa manajemen ini disajikan berdasarkan angka-angka Laporan Auditor Independen konsolidasi Perseroan dan Entitas Anak yang telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik Purwantono, Suherman & Surja dengan pendapat wajar tanpa pengecualian.

Data-data pertumbuhan selama 5 (lima) tahun terakhir dapat dilihat pada ikhtisar Data Keuangan Penting yang merupakan bagian dari laporan tahunan ini.

1. Pertumbuhan Penjualan

Penjualan bersih pada tahun 2011 mencapai Rp.896,9 milyar, terjadi peningkatan sebesar 22,4% bila dibandingkan dengan pencapaian penjualan tahun 2010 sebesar Rp.733 milyar. Bisnis gerai 7-Eleven, yang merupakan bisnis baru Entitas Anak, PT. Modern PutraIndonesia, memberikan kontribusi utama dari kenaikan penjualan ini, yaitu dengan membukukan penjualan sebesar Rp.319,1 milyar atau berkontribusi sebesar 35,5%. Untuk produk Industrial Imaging seperti Medical, Graphic Arts dan Office Imaging (Ricoh) menunjukkan pertumbuhan sebesar 15% dibandingkan tahun 2010. Sedangkan untuk divisi Photography Imaging dan Telekomunikasi mengalami penurunan masing-masing sebesar 20% dan 34% bila dibandingkan dengan tahun. Di divisi Telekomunikasi penurunan tersebut sudah sesuai dengan kebijakan perusahaan untuk mengurangi penjualan ke pihak grosir, sedangkan untuk divisi Photography Imaging merupakan akibat dari perkembangan teknologi digital.

Jumlah total gerai 7-Eleven sampai dengan 31 Desember 2011 ini sudah mencapai 57 gerai. Pada tahun 2012 ini, Perseroan akan terus berusaha meningkatkan penjualan khususnya pada bisnis 7-Eleven dengan melakukan penambahan gerai baru serta

This management analysis is presented based on the company and its subsidiaries Independent Auditor's Report consolidation which have been audited by public accountant office, Purwantono, Suherman & Surja, in accordance with an unqualified opinion.

These last 5 years growth can be seen on Important Financial high lights, which is also a part of this annual report.

1. Sales Growth

Sales in 2011 have reached IDR 896.9 billions. It increased to 22.4%, compared to sales achievement in 2010, which was only IDR 733 billion. 7-Eleven outlets which are a new business for subsidiary, PT Modern PutraIndonesia, gave the main contribution of this sales increase, with total sales to IDR 319.1 billion or contributed of 35.5%. Whereas, industrial imaging products, such as Medical, graphic Arts, and Office Imaging (Ricoh) indicated 15% growth than the preceding year, 2010. Whereas, Photography Imaging and Telecommunication divisions have experienced decrease sales, which were 20% and 34%, compared to the preceding year. In Telecommunication division, this decrease was in accordance with the company policy, which is to reduce sales to the wholesales, while in Photography Imaging division, this decrease was a result of digital technology development. The total 7-Eleven outlets until December 31st 2011 were 57 outlets. In 2012, The Corporate will continue on improving the sales, particularly in 7-Eleven business through the addition of new store and increase a new Stock Keeping Unit (SKU) in each 7-Eleven store.

The company and its subsidiaries also prepare an infrastructure's development, such as the distribution centre and food manufacturing

menambah Stock Keeping Unit (SKU) baru di setiap gerai 7-Eleven. Perseroan dan Entitas Anak juga mempersiapkan pembangunan infrastruktur seperti pembangunan gudang pusat dan pabrik makanan yang berlokasi dalam satu kompleks serta pengembangan IT dan pusat pelatihan karyawan. Kesemua pembangunan infrastruktur ini memberikan dukungan terhadap pengembangan jumlah gerai 7-Eleven.

Perseroan dan Entitas Anak akan fokus untuk mengembangkan bisnis 7-Eleven, Industrial Imaging (percetakan dan alat-alat kesehatan) dan Office Imaging (foto copy Ricoh) serta terus mempertahankan bisnis usaha di bidang Photography Imaging selama dan seprofit mungkin.

2. Pertumbuhan Laba Operasi dan Laba Komprehensif

Labanya Operasi pada tahun 2011 mencapai Rp.102,2 milyar, naik sebesar Rp.22 milyar atau 27,5% bila dibandingkan dengan Laba Operasi pada tahun 2010 sebesar Rp.80,2 milyar. Dengan peningkatan penjualan di divisi Industrial Imaging pada tahun 2011 ini telah memberikan dampak positif yang signifikan pada Laba Operasi Perseroan. Kebijakan Perseroan dan Entitas Anak di dalam pengendalian beban umum dan administrasi secara efisien dan efektif juga memberikan kontribusi positif terhadap Laba Operasi pada tahun 2011. Bisnis 7-Eleven juga berkontribusi terhadap Laba Operasi ini walaupun tidak signifikan namun bisnis 7-Eleven yang sudah beroperasi di tahun ke-2 ini sudah memberikan Laba Operasi yang positif. Sedangkan Laba Komprehensif Perseroan meningkat 35,1% atau sebesar Rp.14,7 milyar bila dibandingkan dengan Laba Komprehensif pada tahun 2010 sebesar Rp. 41,9 milyar menjadi Rp. 56,7 milyar pada tahun 2011. Kenaikan laba Komprehensif ini juga merupakan hasil dari bertumbuhnya penjualan di divisi Industrial Imaging yang memiliki produk – produk bermargin tinggi. Pada tahun 2011 ini, Perseroan masih melakukan kebijakan dalam menjual sebagian aset Perseroan (tanah dan bangunan) yang tidak produktif. Hasil dari penjualan aset tersebut telah membukukan laba penjualan aset tetap sebesar Rp.24,5 milyar. Kebijakan Perseroan dan Entitas Anak dalam melakukan restrukturisasi pinjaman bank juga telah memberikan andil dalam pengendalian beban bunga. Beban bunga pada tahun 2011 lebih kecil dibanding beban bunga pada tahun 2010 walaupun jumlah pinjaman bank pada tahun 2011 lebih besar bila dibandingkan tahun 2010.

3. Pertumbuhan Total Aset dan Total Ekuitas.

Total aset Perseroan meningkat 33,8% atau sebesar Rp.268,4 milyar yaitu dari Rp. 793,6 milyar pada tahun 2010 menjadi Rp.1.062,1 milyar pada tahun 2011. Peningkatan jumlah aset ini terutama berasal dari investasi di bisnis 7-Eleven.

Total Ekuitas Perseroan meningkat 15% atau sebesar Rp.55,3 milyar yaitu dari Rp.368,4 milyar pada tahun 2010 menjadi Rp.423,8 milyar

which located in the same area, an information technology development, also training center for the employees. These infrastructure's developments support to the development of 7-Eleven outlet's.

The company and its subsidiaries will focus on developing 7-Eleven business, Industrial Imaging (printing and medical equipment) business, and Office Imaging (Ricoh Fotocopier) business and maintaining Digital Imaging business, (photography digital), as long and as profitable as possible.

2. The Growth of Operating Income and Comprehensive Income

Operating income in 2011 has reached IDR 102.2 billion, which increased up to IDR 22 billion or 27.5% compared with 2010's operating income, which was only IDR 80.2 billion. Sales growth on Industrial Imaging division in 2011 has given many positive effects on the company's profits. The company and its subsidiaries will continue on managing general and administrative expenses efficiently and effectively which also give positive contribution to the comprehensive income in 2011. 7-Eleven business also contributed to operating income. Eventhough the amount was not significant, but during these two years of operating, 7-Eleven business have given positive operating income.

Company comprehensive income increased 35.1% or up to IDR 14.7 billion compare to the comprehensive income in 2010 amounted to IDR 41.9 billion. So, the total company comprehensive income in 2011 was IDR 56.7 billion. The increase of the comprehensive income was also a result of the improvement sales in Industrial Imaging division with have high margin products. In 2011, the company still conducts a policy to sell some of its unproductive assets (land and building). The result of this selling accounted a again on sale of fixed assets amounted IDR 24.5 billion. The company and its subsidiaries policy to restructure the bank loans has also contributed to managing interest expense. In 2011, the interest expense was lower than last year, eventhough the total bank loans were bigger compared with bank loans in 2010.

3. The Growth of Total Assets and Total Equity

The total assets of the company has increased 33.8% or IDR 268.4 billion over last year which only achieved IDR 793.6 billion. This made company's total assets in 2011 was IDR 1,062.1 billion. this increase was come fom 7-Eleven business investments. The company total equity increased 15 percent or IDR 55.3 billion over last year, which only accounted IDR 368.4 billion. the total equity of 2011 was up to IDR 423.8 billion.

pada tahun 2011. Kenaikan ekuitas ini disumbangkan dari Laba Komprehensif Perseroan pada tahun 2011.

4. Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh liabilitas jangka pendek (liabilitas lancar) yang diukur dengan membandingkan total aset lancar dengan total liabilitas lancar. Tingkat likuiditas konsolidasi Perseroan dan Entitas Anak pada tahun 2011 meningkat bila dibandingkan dengan tahun 2010. Tingkat likuiditas tanggal 31 Desember 2011 dan 2010 masing-masing sebesar 195,6% dan 183,3%.

5. Solvabilitas

Solvabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh liabilitasnya, yang diukur dengan membandingkan total liabilitas dengan total asetnya ataupun membandingkan total liabilitas dengan total ekuitasnya.

Perbandingan antara total liabilitas dengan total aset Perseroan dan Entitas Anak pada tanggal 31 Desember 2011 dan 2010 masing-masing adalah 60,1% dan 53,6%, sedangkan perbandingan antara total liabilitas dengan total ekuitas masing-masing adalah 150,6% dan 115,4%. Meningkatnya rasio total liabilitas dengan total ekuitas terutama disebabkan oleh bertambahnya total pinjaman bank terutama pinjaman bank pada Entitas Anak (PT. Modern PutraIndonesia) untuk mendukung pengembangan bisnis 7-Eleven. Adapun sumber pendanaan dalam melakukan pengembangan bisnis 7-Eleven ini berasal dari arus kas internal Perseroan dan Entitas Anak, pinjaman bank dan dari hasil penjualan sebagian aset Perseroan dan Entitas Anak. Di tahun selanjutnya Perseroan dan Entitas Anak berencana mencari sumber pendanaan dari pasar modal, sehingga diharapkan tingkat solvabilitas Perseroan akan dapat menjadi lebih baik kembali.

6. Imbal Hasil Ekuitas dan Investasi

Imbal hasil Ekuitas (return on equity) adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba komprehensif melalui jumlah ekuitas yang dimilikinya, yang diukur dengan membandingkan laba komprehensif dengan total ekuitas. Tingkat imbal hasil ekuitas Perseroan dan Entitas Anak untuk tahun 2011 dan 2010 adalah 13,4% dan 11,4%, sedangkan tingkat imbal hasil investasi Perseroan dan Entitas Anak masing-masing pada tahun 2011 dan 2010 adalah 5,3% dan 5,3%.

7. Dampak Perubahan Nilai Tukar Mata Uang Asing

Seperti yang dilaporkan dalam laporan keuangan konsolidasi, yang merupakan bagian tak terpisahkan dari laporan tahunan ini, pada tanggal 31 Desember 2011 Perseroan dan Entitas Anak memiliki aset dan liabilitas dalam mata uang asing sebagai berikut:

The increase of equity's number was contributed from company comprehensive income in 2011.

4. Liquidity

Liquidity is a company ability to fulfill the whole current liabilities that measured by comparing the amount of current assets and liabilities. The company and its subsidiaries liquidity level in 2011, has increased compared with the preceding year. Liquidity level by December 31st 2011 was 195.6 percent, meanwhile there was only 183.3 percent in 2010.

5. Solvability

Solvability is a company ability to fulfill its liabilities that measured by comparing the total liabilities to total assets, or by measuring the total liabilities to the total equity.

The comparison between the total liabilities and total assets of the company and its subsidiaries by December 31st 2011 was 60.1%, meanwhile it was only 53.6% in 2010.

The comparison between the total liabilities and total equity in 2011 and 2010, was 150.6% and 115.4%. The increase of solvability ratio was caused by the growing of bank loans, particularly in a subsidiary (PT Modern PutraIndonesia) to expand the business of 7-Eleven. The funding of 7-Eleven business development was conducted from company and its subsidiaries internal cash flow, bank loans and proceed of sales on fixed assets. In the further year, the company and its subsidiaries will look for a funding from a capital market, so that the company's solvability level will be improved again.

6. Return on Equity and Investment

Return of equity is a company ability to produce comprehensive income through its total equity which measured by comparing the comprehensive income with total equity. The level of company and its subsidiaries return on equity in 2011 and 2010, were both 13.4% and 11.4%. Meanwhile, the level of return on investment of the company and its subsidiaries in 2011 and 2010, were each 5.3% and 5.3%.

7. The Changes of Foreign Currency Exchange Rates

As reported in consolidated financial statement, which are an integral part of this annual report, on December 31st 2011 the company and its subsidiaries owned assets and liabilities denominated in foreign currencies as follows:



Aset	Mata Uang Asing	Ekuivalen Rupiah
dalam Dolar Amerika Serikat	AS\$ 419.510	3,804,118,766
dalam Yen Jepang	Yen 4.577	1,664,879
dalam Dolar Singapore	Sin\$ 1.576	10,993,846
Jumlah		3,816,777,491

Assets	Foreign Currency	Equivalent in Rupiah
In US Dollars	AS\$ 419.510	3,804,118,766
in Japanese Yen	Yen 4.577	1,664,879
in Sin Dollar	Sin\$ 1.576	10,993,846
Total		3,816,777,491

Liabilitas	Mata Uang Asing	Ekuivalen Rupiah
dalam Dolar Amerika Serikat	AS\$ 6.923.698	62,784,091,378
dalam Yen Jepang	Yen 25.786.880	3,011,990,102
dalam Dolar Singapore	Sin\$ 14.852	103,582,749
dalam Euro	Euro 5.548	74,958,614
dalam Dollar Canada	CAD 3.975	35,303,963
Jumlah		66,009,926,806
Jumlah Liabilitas Bersih		(62,193,149,315)

Liabilities	Foreign Currency	Equivalent in Rupiah
in US Dollars	AS\$ 6.923.698	62,784,091,378
in Japanese Yen	Yen 25.786.880	3,011,990,102
in Sin Dollars	Sin\$ 14.852	103,582,749
in Euro	Euro 5.548	74,958,614
in Canadian Dollars	CAD 3.975	35,303,963
Total		66,009,926,806
Total Net Liabilities		(62,193,149,315)

Mata Uang Asing	31 Des 2011	31 Des 2010
AS\$ 1	\$ 9,068.00	\$ 8,991.00
Yen 1	\$ 116.80	\$ 110,29
Sin\$ 1	\$ 6,974.32	\$ 6,980.61
GBP 1	\$ 13,969.26	\$ 13,893.80
Euro 1	\$ 11,738.98	\$ 11,955.79
CAD 1	\$ 8,881.49	\$ 8,986.97

Foreign Currency	31 Des 2011	31 Des 2010
AS\$ 1	\$ 9,068.00	\$ 8,991.00
Yen 1	\$ 116.80	\$ 110,29
Sin\$ 1	\$ 6,974.32	\$ 6,980.61
GBP 1	\$ 13,969.26	\$ 13,893.80
Euro 1	\$ 11,738.98	\$ 11,955.79
CAD 1	\$ 8,881.49	\$ 8,986.97





Sumber Daya Manusia

Human Resources

Dalam rangka mendukung strategi Perseroan dan Entitas Anak dalam perkembangan bisnis khususnya pada pengembangan pada lini bisnis Convenience 7-Eleven, Perseroan dan Entitas Anak dituntut untuk melakukan pengembangan sumber daya manusia serta untuk meningkatkan produktivitas, motivasi dan keahlian di bidangnya masing-masing.

Seiring dengan perkembangan tersebut Divisi Sumber Daya Manusia (SDM) tertantang untuk bekerja lebih keras guna mempersiapkan sumber daya manusia yang terampil, berkualitas terbaik, mengembangkan dan mempertahankan STAR Performers yang mempunyai jiwa Servant Leadership (Kepemimpinan yang melayani) dan berprinsip kepada 5 Fundamental Seven Eleven (Cleanliness, Fast/Friendly Service, Assortment, Quality, Value) demi mendukung ekspansi perusahaan serta menjadi business partner bagi perusahaan.

Dimulai dari tim Recruitment, strategi bisnis untuk tahun 2012 adalah melakukan berbagai alternatif strategi pengadaan demi memastikan ketersediaan SDM yang terbaik, melalui kerjasama dengan Sekolah/Akademi/Universitas dalam bentuk Campus Hiring & Job fair bahkan juga melakukan seleksi karyawan level eksekutif untuk pemenuhan kebutuhan di level Managerial. Perseroan juga telah mengembangkan suatu alat seleksi praktis yang tepat guna untuk mengidentifikasi kepribadian dan kemampuan serta menyeleksi calon karyawan terutama untuk karyawan di garis depan Store Operation sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja sesuai strategi Perseroan.

Sebagai bagian dari komitmen SDM dan tuntutan agar kinerja lebih produktif, terencana dan terukur, peran Manajemen Kinerja (Performance Management) yang diterapkan dan dilaksanakan oleh perseroan selama ini terbukti telah mampu meningkatkan optimalisasi kinerja dan produktivitas serta membangun komunikasi dan kerjasama antar unit kerja yang efektif dan efisien.

In order to support the company and its subsidiaries' strategy in business development, particularly the development of convenience store 7-Eleven, the company and its subsidiaries are required to develop their human resources, so they can increase productivity, motivation, and expertise in each field.

Along with those developments, Human Resources Developments Division (HRD) is challenged to work harder to prepare qualified and skilled human resources. These human resources will be able to grow and retain STAR performers who have a servant leadership mental and principled to 5 fundamental keys of 7-Eleven (cleanliness, fast friendly services, assortment, quality, and values) to support the company expansion, also being a business partner to the company.

Start from recruitment team, business strategy of 2012 is to conduct a variety of alternative strategies in order to ensure the availability of the best human resources, through establishing a campus hiring and job fair, collaborated with a school/academy/university. Recruitment team also conducts the selection of executive employees for managerial levels. The company has develop a practical selection tool that's able to identify personalities, capabilities; also selecting candidates especially store operations, as an effort to improve their performances according to the company's strategies.

As a part of Human Resources Development's commitment and a demand to create a more productive, well-planned, and measureable performance, the role of performance management applied by the company was capable in increasing work optimized and productivity, also built an effective and efficient communication and cooperation among other business unit.

Along with the company strategy, HRD attempted to develop and implement work performances, based on sustainable, consistent, and directional key performance indicator in each subsidiaries.

Sejalan dengan strategi perseroan, Divisi SDM berupaya mengembangkan dan menerapkan Manajemen Kinerja yang berbasis pada pengukuran performa individu dan tim (Key Performance Indicator) yang berkesinambungan, konsisten dan terarah di setiap unit kerjanya.

Penerapan dan pelaksanaan penilaian kinerja yang objektif dan selaras dengan tujuan perusahaan diharapkan mampu membentuk kesadaran karyawan untuk lebih semangat dalam berprestasi dan akhirnya bermuara pada kontribusi positif untuk perseroan dan kesejahteraan karyawan. Hal ini akan terimplementasi dalam bentuk pemberian penghargaan Financial Reward (kenaikangaji, bonus, insentif); dan Recognition Reward (recognition card, promotion, service year reward) pada saat Employee Gathering seperti yang sudah dilakukan di tahun 2011.

Dan sebaliknya bagi karyawan yang belum berprestasi, Divisi SDM akan memberikan kesempatan dan pembinaan untuk meningkatkan kinerjanya melalui program pengembangan seperti pelatihan-pelatihan yang terus ditingkatkan dan disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan organisasi.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan kompetensi serta tuntutan profesionalisme kerja, perseroan dalam mengembangkan karyawannya berupaya untuk terus menerapkan Manajemen SDM berbasis kompetensi (Competency Based Human Resources Management), dimulai dari rekrutmen, pengembangan personel sampai dengan system penilaian kinerja karyawan yang dari waktu ke waktu akan terus disempurnakan, sejalan dengan perkembangan dan strategi bisnis perseroan.

Melalui Departemen Training and Development, Divisi SDM berkomitmen untuk mencetak calon pemimpin masa depan dengan dibukanya training centre dan akademi kepemimpinan (Leadership Academy) sebagai upaya dalam penyediaan tenaga kerja mulai dari tingkat sales associate dan selanjutnya akan dikembangkan sampai level manager. Pemberian berbagai macam pelatihan intensif yang bersifat "Best Practices" diantaranya lokakarya/workshop, training dan seminar yang akan terus ditingkatkan dan dikembangkan secara berkesinambungan sejalan dengan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan serta kompetensi yang unggul dari setiap karyawan dalam upaya mengasah kemampuan tenaga kerja yang handal, berkualitas, ulet, tangguh sehingga siap menjadi pemimpin dimasa mendatang yang siap berkompetisi.

Meneruskan program yang berkelanjutan dan terus berkembang sesuai kebutuhan, Divisi SDM melakukan berbagai ragam program training, baik dalam peningkatan kualitas karyawan maupun program khusus pembekalan untuk mencetak kader pemimpin masa depan yang meliputi:

- **Vocational Academy** (Basic Training Sales Associate, Fast Track program)
- **Leadership Academy** (Leadership Training, Problem Solving, Business Analysis, Current situation Analysis, Communication)
- **Merchandising Training** (Fresh Food, Groceries (Non Food), MIP Training, Supply Chain)

The practice of an objective work assessment that's aligned with the company goals was expected in forming employee's awareness to be more spirited in improving his/her performance, so he/she could give a positive contribution to the company and his own welfare. This would be implemented in a form of financial rewards (a raise, incentive, and annual bonus) and recognition reward (recognition card, promotion, service year reward) that would be given at the employee gathering, just the one who had been held in 2011.

In contrary, the employee who hasn't been very satisfying on his performance, HRD would provide a training program to improve his performance, adjusted by organization development and requirements.

Hand in hand with the advances of technology and job professionalism, the company attempts to continue on applying a competency based human resources management, begins with recruitments process, personal development, and employee's work performance assessment which would steadily improved, in line with the improvements of company's business strategy.

Through Training and Development Departement, HRD is committed to create a potential future leader, implemented by the opening of training centre and leadership academy, as an effort to supply human resources from sales associate level, and further, they will be continually developed until managerial levels.

The company will also continue on giving 'best practices' trainings, such as workshop and seminar, in line with the company's commitment to improve each employee's knowledge and ability in order to create a qualified, strong, tenacious, and competent employee and able to be a competitive future leaders.

Continuing a sustainable and developed program, HRD conducted various training programs, both in increasing employee's quality and special provisioning program to form the potential leaders. These programs were:

- **Vocational Academy** (Basic Training Sales Associate, Fast Track program)
- **Leadership Academy** (Leadership Training, Problem Solving, Business Analysis, Current situation Analysis, Communication)
- **Merchandising Training** (Fresh Food, Groceries (Non Food), MIP Training, Supply Chain)
- **General Training** (Induction Training, Training for the Trainer (TFT), Refreshment Training)
- **External Training** (Seminar, Workshop)
- **Outwardbound Training**
It was a training that's been held outside the office to boost the spirit of 'servant leadership', and 'keep fighting and win' commitment within each employee.
- **On the Job Training & Job assignments, proyek-proyek khusus, coaching-counseling.**

- **General Training** (Induction Training, Training for the Trainer (TFT), Refreshment Training)
- **External Training** (Seminar, Workshop)
- **Outwardbound Training**
Bentuk training yang diadakan di luar kantor/ruangan untuk lebih menciptakan semangat "**Servant Leadership**" dan berkomitmen untuk "KEEP Fighting and WIN" dalam diri setiap karyawan.
- **On the Job Training & Job assignments, proyek-proyek khusus, coaching-counseling.**
- **Career Management Development Program (MDP)**
Program ini didesain untuk mengembangkan karyawan unggulan dan potensial agar dapat menjadi kader pemimpin di masa mendatang, di grup Modern Internasional.
Pengembangan organisasi di Modern PutraIndonesia juga memiliki rencana manajemen karir bagi semua karyawan untuk berkontribusi dalam Program Pengembangan Manajemen (MDP) melalui pembelajaran di outlet secara komprehensif dan menimba pengalaman langsung (Store Learning Experience), mulai dari tingkat Sales Associate (SA), Sales Senior Associate (SSA), Asistant Store Manager (ASM), Store Manager (SM), Field Consultant (FC) dan Market Manager (MM).
Pengembangan karir lebih lanjut untuk head office dan divisi supporting juga akan dikembangkan melalui jalur karir yang sama, yaitu memberikan kesempatan luas kepada karyawan untuk berkembang dan meningkatkan karir dalam perusahaan.
- **Management Trainee (MT)**
Perseroan secara berkala merekrut *fresh graduates* unggulan dari berbagai perguruan tinggi terkemuka di seluruh Indonesia, untuk kemudian diberikan pendidikan di dalam kelas maupun on the job training. Program MT ini bertujuan untuk menyediakan pemimpin-pemimpin masa depan yang berkualitas baik di seluruh divisi termasuk divisi supporting (Sales Support Centre Division).
- **Graduated Certified Program (GCP)**
Sejalan dengan strategi bisnis Perseroan sampai dengan tahun 2015, kebutuhan penyerapan tenaga kerja diperkirakan mencapai total kurang lebih 10.000 calon karyawan, baik di Modern Internasional grup maupun di PT Modern Putra Indonesia. Maka dari itu Perseroan akan mulai membuka Training Centre di tahun 2013 dengan melakukan kerja sama strategis dengan Universitas / Akademi terkemuka di Indonesia dalam penyelenggaraan program pembelajaran eksekutif dan non eksekutif (sales associate) bagi karyawan unggulan yang memenuhi persyaratan untuk dididik menja ditenaga siap pakai di grup Modern.

- **Career Management Development Program (MDP)**

This program is designed to create an excellence employee to be a potential leader in the future. Organizational development in Modern Putraindonesia also had a career management plan for all of the employees to contribute on Management Development Program (MDP), through a comprehensive training at the outlet and conduct a store learning experience, began at sales associate, sales senior associate, assistant store manager, store manager, field consultant, and market manager levels. An advanced career development for employee in the head office and supporting division would be developed through similar career's line, namely, gave a wide opportunity for the employees to improve their careers at the company.

- **Management Trainee (MT)**

Periodically, the company recruited excellence fresh graduates from many leading universities in Indonesia. They will be underwent a classroom learning and on the job training. This management trainee program, aimed to provide the best quality future leaders in the entire division.

- **Graduated Certified Program (GCP)**

In line with the company business strategy until 2015, the needs of human resources power is predicted would reach approximately 10,000 potential employees, both in Modern Internasional Group and PT Modern Putra Indonesia. Therefore, the company will open a training center in 2013. The company will also establish a strategic cooperation with leading universities/academies in Indonesia in holding a learning program for the employees who meet the requirements to be raised in becoming the superior employees in Modern Group.

The company has applied a Human Resources Information System: Sunfish Human Capital, as an attempt to support optimized performance through an integrated administrative application and various modern features in increasing services, particularly the completeness of employee's database in Modern Group.

Relationship among the employees and company's management have been established properly through a tiered and structured communication mechanism in every outlet.

Two-way communication and trust which have been properly established between company and employees, is hoped to create a tough, creative and innovative teamwork.

Perusahaan juga sudah menggunakan *Human Resources Information System: Sunfish Human Capital* sebagai upaya mendukung optimalisasi kinerja melalui aplikasi administratif yang terintegrasi dan beragam fitur modern dalam peningkatan pelayanan khususnya kelengkapan data base karyawan di Modern Grup.

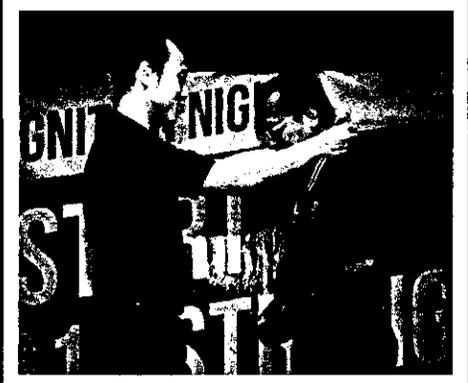
Hubungan antar karyawan dan manajemen perseroan telah terbangun dan terjalin dengan baik melalui wadah dan mekanisme komunikasi berjenjang dan terstruktur di setiap outlet. Kepercayaan dan komunikasi dua arah yang telah terbangun dan terjalin baik antara Perseroan dan karyawan selama ini, diharapkan dapat membentuk tim kerja yang tangguh, kreatif dan inovatif. Kegiatan dan komunikasi di setiap outlet difokuskan dalam 5 (lima) kegiatan utama yaitu: Kegiatan Sosial, Keagamaan, Pengembangan Ide, Forum Komunikasi Olah raga dan Rekreasi. Kegiatan komunikasi ini akan dijumpatani dengan *Human Capital /Employee Relation news* yang akan diterbitkan setiap satu bulan sekali dan didistribusikan keseluruh karyawan.

Dalam membangun dan membina hubungan kerja yang harmonis, Pimpinan Perseroan secara berkala melakukan kunjungan ke outlet-outlet dan/atau melakukan *store experience*, untuk bertatap muka dan berdialog langsung dengan para karyawan. Kunjungan ini diharapkan akan dapat menciptakan komunikasi dua arah dalam meningkatkan hubungan kerja yang harmonis dan memiliki rasa kebersamaan. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk perhatian dan kepercayaan Manajemen Perusahaan kepada karyawan, khususnya dalam membina Hubungan Industrial yang saling percaya dan memiliki komunikasi yang serasi, selaras dan seimbang.

Communication outlet activities were focused on 5 main programs, as follows: social activity, religious activity, idea development, sport communication forum, and leisure activity.

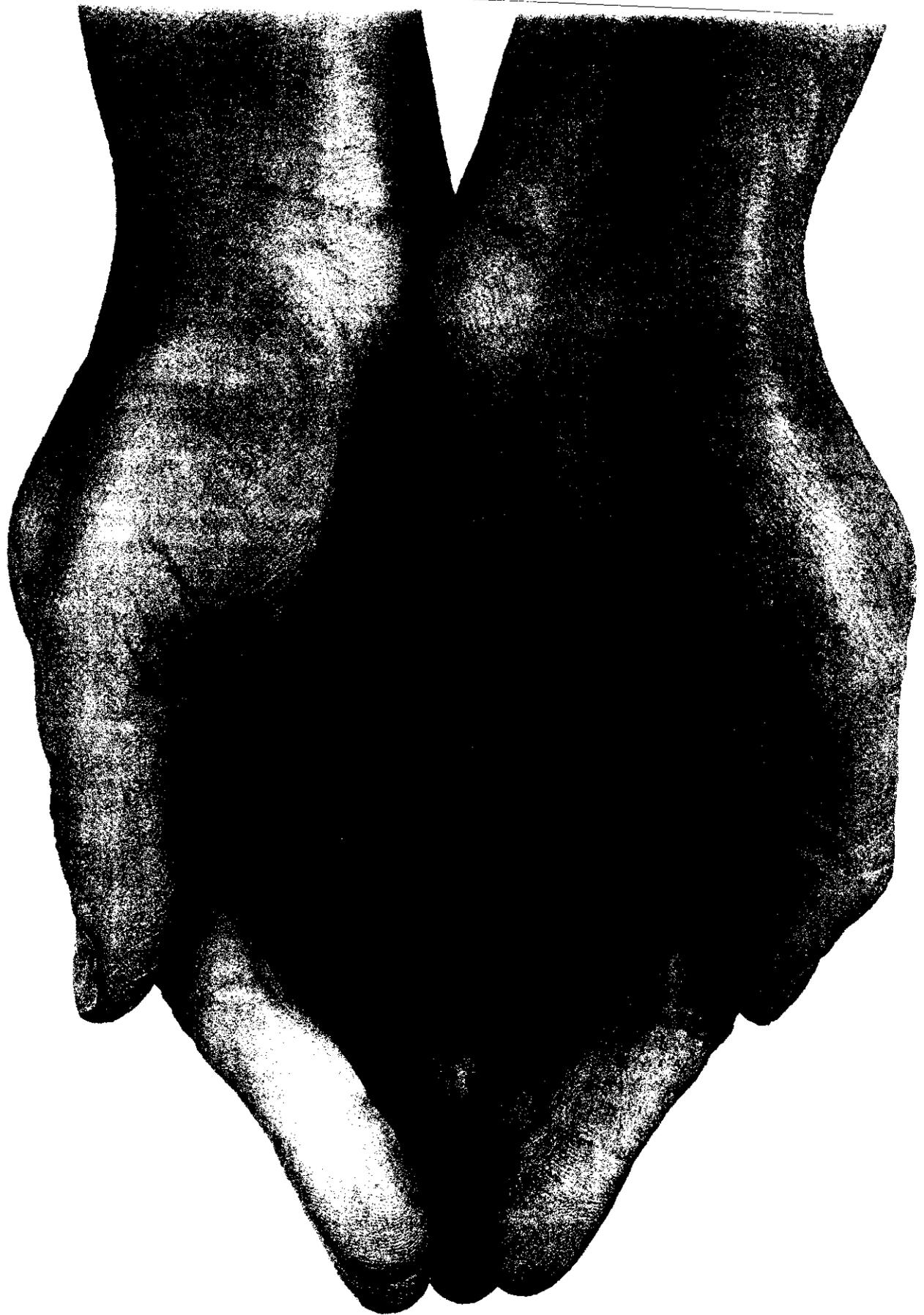
These activities were abridged by a human capital/ employee relation news which will be published monthly and distributed to all employees.

In establishing a harmonic work relation, the company leader regularly visits the outlets and performs a store experience to have a direct conversation with the employees. The visit is expected to create two-way communication in improving a harmonic work relation and owning a sense of commons. This activity is a form of the company management's concern to employees, particularly in establishing a trusted industrial relation and a harmonious communication.



Wujud Penghargaan diberikan PT. Modern Internasional kepada karyawan dan karyawati teladan, atas Prestasi dan semangat kerjanya yang patut dicontoh karena telah memberikan kontribusi terbaik bagi perusahaan.





Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility

PT Modern Internasional Tbk memberikan sumbangsih kepada masyarakat dan lingkungan melalui kegiatan CSR atau Corporate Social Responsibility yang dilakukan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah sebagai wujud kepedulian serta tanggung jawab perseroan untuk menjaga keseimbangan antara sektor bisnis dengan sektor lingkungan sosial. Selain itu, hal ini juga sebagai bentuk donasi serta partisipasi untuk memberikan manfaat kepada lingkungan dan masyarakat yang membutuhkan. Selama tahun 2011, Perseroan telah melakukan beberapa kegiatan sosial yaitu:

1. Peduli Mentawai

Bencana alam yang terjadi di Mentawai tahun 2011 memberikan rasa duka yang mendalam kepada seluruh rakyat Indonesia. Begitu pula dengan PT Modern Internasional Tbk. Perseroan memberikan perhatian dan kepeduliannya untuk meringankan beban duka saudara-saudara yang ada di Mentawai dengan memberikan donasi.

2. Peduli Batik

Sama seperti yang telah dilakukan perseroan pada tahun-tahun sebelumnya, di tahun 2011 ini pun perseroan tetap pada komitmennya dalam rangka melestarikan budaya batik nusantara. Dengan mengajak serta para konsumen 7-Eleven sebagai bagian dari generasi muda, perseroan menyelenggarakan kompetisi batik yang bekerjasama dengan Museum Tekstil Indonesia. Hasil karya dari kompetisi diaplikasikan langsung pada kemasan gelas untuk produk Slurpee dan juga kemasan kotak pembungkus produk Big Bite. Tidak hanya itu, Perseroan pun mendonasikan sebagian penjualan produk-produk dengan kemasan berdesign batik kepada pengusaha dan pengrajin batik Jakarta agar pengusaha batik terus mengembangkan kreatifitasnya serta terus mengembangkan produksinya.

3. Pelatihan Kewirausahaan UKM Pangan

Komitmen Perseroan terhadap para pengusaha kecil menengah dibuktikan dengan kegiatan CSR yang dilakukan yaitu pelatihan kewirausahaan. Bekerjasama dengan Kementerian Perdagangan RI juga Dinas UKM, Koperasi dan Perdagangan DKI Jakarta, Perseroan memberikan pelatihan kepada para UKM pangan di wilayah DKI Jakarta. Pelatihan selama dua hari ini diberikan secara cuma-cuma untuk 20 UKM dalam setiap kelasnya dan yang terpilih sesuai rekomendasi dari instansi terkait yang juga membina para UKM. Pelatihan Kewirausahaan yang diberikan akan dilakukan secara kontinyu selama 4 bulan sekali untuk setiap kelasnya.

4. Peduli Donor Darah

Kegiatan donor darah yang dilakukan setiap tahunnya adalah sebagai bukti kepedulian terhadap sesama.

Selain beberapa kegiatan di atas, Perseroan juga memberikan perhatian khusus kepada organisasi masyarakat keagamaan dan sosial yang berada di sekitar kantor dengan memberikan sumbangan tetap melalui dana Zakat Infak, dan Sedekah (ZIS), serta ikut berpartisipasi memotong hewan Qurban.

PT Modern International Tbk gives donations to society and environment by doing CSR (Corporate Social Responsibility) activities. These activities are as a form of corporate concerns to balance business and social environment sectors. Other than that, these activities are performed as a donation and participation to benefit those who're in need.

Throughout 2011, the Corporate has conducted several social activities, such as:

1. Peduli Mentawai

National disaster that hit Mentawai in 2011 has given a deep grief to all Indonesian people. PT Modern International Tbk also felt the similar grief. The Corporate has given its attention and concern to alleviate the victims sorrow by giving donations.

2. Peduli Batik

Just as the corporate's performed in the previous years, in 2011, the Corporate remained focus on its commitment to conserve national culture, batik. By taking 7-Eleven consumers whose part of youth generations, the Corporate held a batik competition, cooperated with The Indonesian Museum of Textile. All of the masterpieces created in this competition was directly applied on glass packagings of Slurpee and packing boxes of Big Bite. Not only that, the Corporate also donated some of revenues resulted from the sales of these batik-packaged products to batik's craftsmen and entrepreneurs in Jakarta, so they could improve their creativities and productivities.

3. Entrepreneurs Training for Small and Medium Enterprises in Food Products

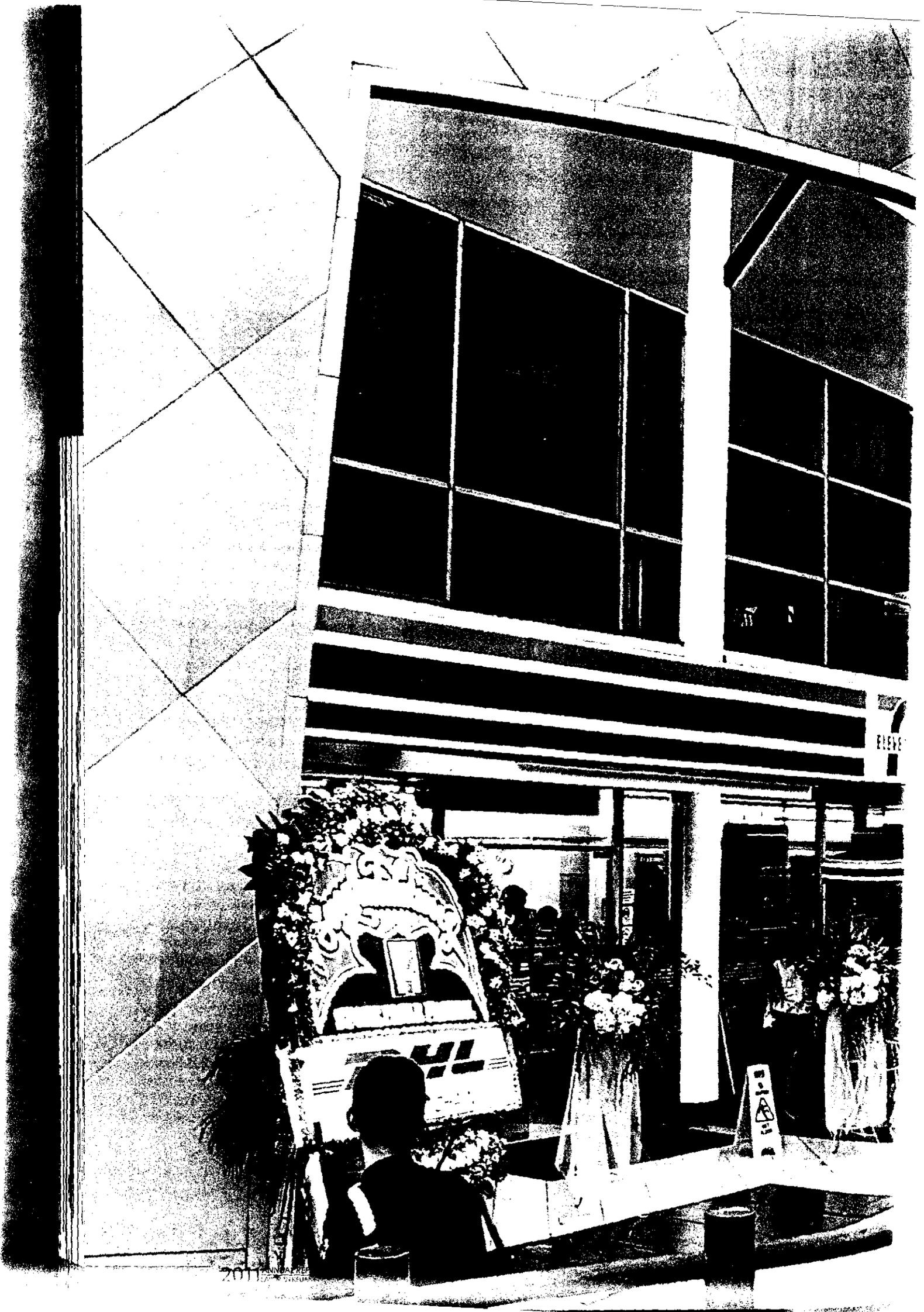
The Corporate's commitment for the Small and Medium Entrepreneurs is proven through CSR activities, such as entrepreneurs training. Cooperated with Ministry of Trade of Republic of Indonesia and Small and Medium Enterprises's Service, Cooperations, and Jakarta's Office of Trade, the Corporate has given a training to the Small and Medium Entreprises (SME) in food products within Jakarta's area. These two days of trainings was given freely for 20 SME in each class and was chosen according to recommendation from relevant institution which also fosters those SME's. The entrepreneurs training will be countinuely performed once in every 4 months for each class.

4. Care for Blood Donors

The blood donors activity which performed annually is an evidence of corporate's concern to others.

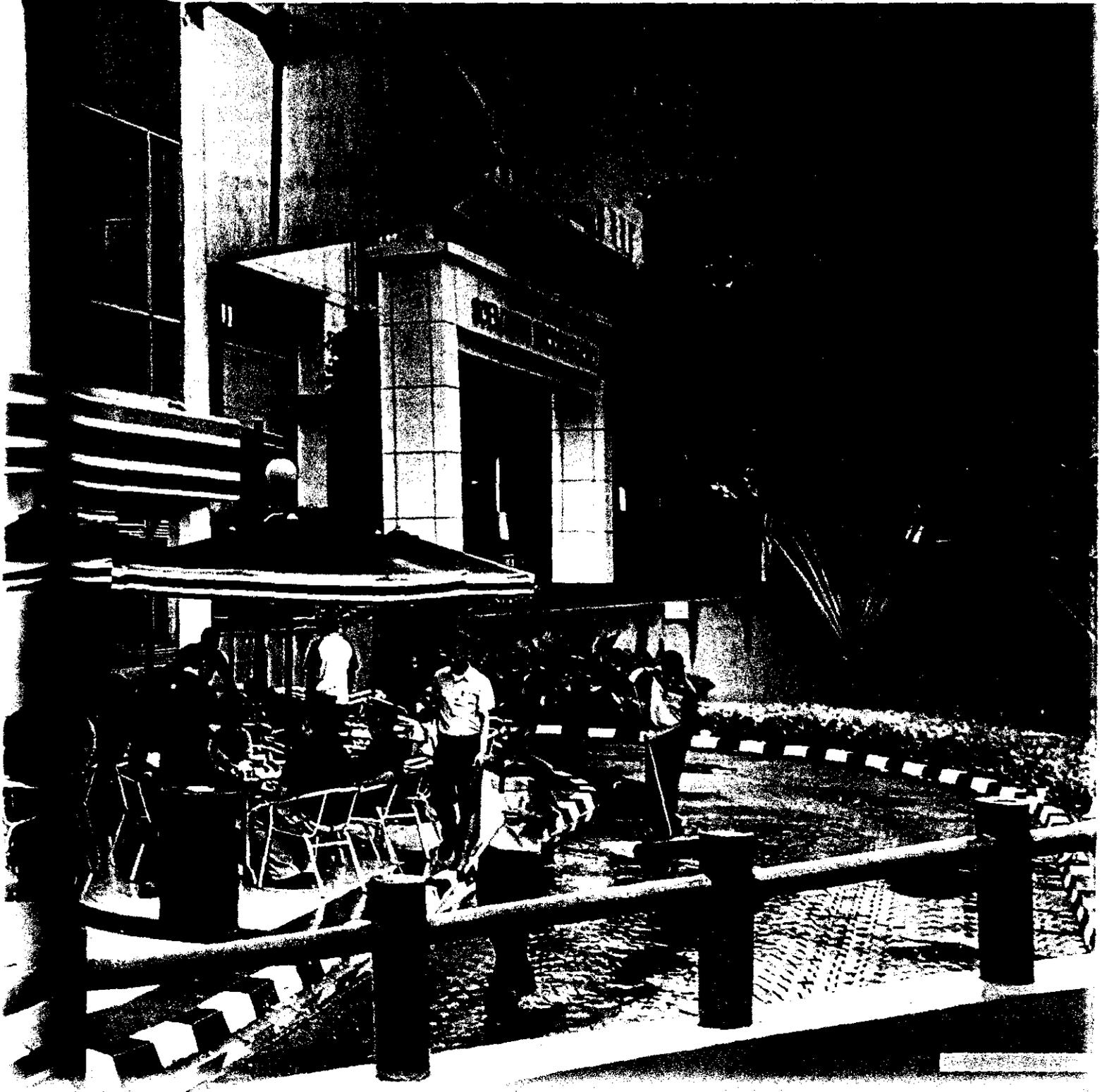
Other than those activities, the Corporate also conducted a special concern to religion and social community organizations which located around the office by giving regular donations, in a form of Zakat Infak, and Sedekah (alms), also by participating in animals cut for Qurban.





Informasi Perusahaan

Corporate Information



Informasi Pemegang Saham

Shareholder Information

NAMA PERUSAHAAN

PT MODERN INTERNASIONAL Tbk.

SITUS RESMI

www.moderninternasional.co.id

HUBUNGAN INVESTOR

Jl. Matraman Raya 12 Lt. 7
Jakarta Timur 13150
Indonesia

INFORMASI SAHAM

Modal saham 1.200.000.000
Modal ditempatkan dan disetor penuh 639.817.902
saham

SIMBOL SAHAM

MDRN

PENCATATAN SAHAM

Bursa Efek Indonesia

BIRO ADMINISTRASI EFEK

PT. EDI Indonesia
Divisi Biro Administrasi Efek
Wisma SMR
Jl. Laksda. Yos Sudarso Kav. 89
Jakarta 14350
Indonesia
Tel (021) 651 5130
FAX (021) 651 5131

KANTOR AKUNTAN PUBLIK

PURWANTONO, SUHERMAN & SURJA
Jakarta Stock Exchange Building
Tower 2, 7th Floor
Jl. Jend. Sudirman Kav. 52 - 53
Jakarta 12190
Tel (021) 5289 5000
FAX (021) 5289 4100
KETERANGAN RUPS
30 Mei 2012

COMPANY NAME

PT MODERN INTERNASIONAL Tbk.

WEBSITE

www.moderninternasional.co.id

INVESTOR RELATIONS

Jl. Matraman Raya 12 Lt. 7
Jakarta Timur 13150
Indonesia

SHARE INFORMATION

Authorized shares 1,200,000,000
Number of shares-issued and fully paid
639,817,902

TICKER SYMBOL

MDRN

STOCK EXCHANGE LISTING

Indonesia Stock Exchange

SHARE REGISTER

PT. EDI Indonesia
Divisi Biro Administrasi Efek
Wisma SMR
Jl. Laksda. Yos Sudarso Kav. 89
Jakarta 14350
Indonesia
Tel (021) 651 5130
FAX (021) 651 5131

PUBLIC ACCOUNTANTS

PURWANTONO, SUHERMAN & SURJA
Jakarta Stock Exchange Building
Tower 2, 7th Floor
Jl. Jend. Sudirman Kav. 52 - 53
Jakarta 12190
Tel (021) 5289 5000
FAX (021) 5289 4100
RUPS INFORMATION
30 May 2012



Entitas Anak

Subsidiaries

PT MODERN PUTRA INDONESIA
Jl. Matraman Raya No. 12
Jakarta 13150
Indonesia
Tel (021) 280 1000
Fa x (021) 858 2347, 858 1620

PT MODERN DATA SOLUSI
Jl. Matraman Raya No. 12
Jakarta 13150
Indonesia
Tel (021) 280 1000
Fa x (021) 85901502

PT MODERN PHOTO INDUSTRY
Kantor & Pabrik I [Office & Factory I]
Jl. Raya Bekasi KM. 25
Jakarta 13910
Indonesia
Tel (021) 460 0446
Fa x (021) 460 1114

Informasi Pemegang Saham / Shareholder Information





MODERN INTERNASIONAL

PT. Modern Internasional Tbk.
Jl. Matraman Raya No. 12
Jakarta 13150
Indonesia

Ph | +62 21 280 1000
Fx | +62 21 858 2347
+62 21 858 1620

www.moderninternasional.co.id