

HERO Group

2011 ANNUAL REPORT
LAPORAN TAHUNAN

What makes a Hero?





What makes a Hero?



Our customers

Store visits up 9.4% with an expansion of retail space by 6.3% in 2011.



Our Brands

HERO Supermarket
Giant Hypermarket
Giant Supermarket
Guardian
Starmart



Our People

Friendly, fast service
Professional standards, equal opportunity for all
Home grown, attuned to local needs, and community empowerment
Values: reliability, trust & attention to detail



Our Commitment

To be a leading retailer in Indonesia in terms of sales and long term stakeholder value creation

Apa yang membesarkan Hero?

> Pelanggan kami

Jumlah pengunjung naik 9,4% sementara ruang gerai bertambah 6,3% di tahun 2011.



Merek toko kami

HERO Supermarket
Giant Hypermarket
Giant Supermarket
Guardian
Starmart



Karyawan kami

Pelayanan ramah, cepat
Standar kerja yang profesional, peluang yang setara untuk semua karyawan
Dari daerah sekitar, paham kebutuhan masyarakat setempat, dan memberdayakan masyarakat
Nilai: andal, terpercaya & cermat



Komitmen kami

Menjadi pengecer terkemuka di Indonesia dari segi penjualan dan penciptaan nilai jangka panjang bagi pemangku kepentingan.

18

THE ORIGINAL HERO

A heritage brand - We opened 4 new stores and upgraded 5 stores in 2011.

Merek yang hadirkan tradisi - Pada tahun 2011 kami membuka 4 gerai baru dan mempercantik 5 gerai yang ada.

28

THE COMMUNITY HERO

A valued destination - Giant Hypermarket offers fresh food and groceries, leisure and lifestyle retail, and much more.

Tujuan belanja - Giant Hypermarket menawarkan makanan dan bahan makanan segar, tempat untuk bersantai dan memenuhi gaya hidup, serta masih banyak lagi.

36

THE LOCAL HERO

Relentless store growth - 10 new Giant Supermarket stores opened and 5 conversions in 2011.

Terus menambah gerai - 10 gerai Giant Supermarket baru dibuka dan 5 gerai dikonversi di tahun 2011.

42

THE TRUSTED HERO

New look, more stores - We opened 29 new Guardian outlets in 2011 to increase our total coverage to 231 stores.

Tampilan baru, lebih banyak gerai - Sepanjang tahun 2011 kami membuka 29 gerai Guardian baru sehingga keseluruhan berjumlah 231 gerai.

46

A FUTURE HERO

Daily convenience shopping at Starmart. This is one of the fastest growing retail segment in modern Indonesia, as urban population expands.

Belanja kebutuhan sehari-hari di Starmart. Merupakan sektor ritel Indonesia era modern yang berkembang paling cepat, seiring dengan pesatnya pertumbuhan penduduk perkotaan.



features

- 5 financial highlights
- 6 message from the president commissioner
- 10 report of the president director
- 17 retail operations
- 50 human resources
- 54 financial review - management's discussion of financial condition & results of operations
- 60 corporate social responsibility
- 65 audit committee report
- 70 corporate governance
- 79 corporate and shareholder information
- 80 store presence
- 85 consolidated financial statements

P.51



Another busy day at Giant

Vision

To be a leading retailer in Indonesia in terms of sales and long-term stakeholder value creation

Mission

1. We have 5 BRANDS (Hero Supermarket, Guardian, Starmart, Giant Hypermarket and Giant Supermarket) that can satisfy all customer segments and we will grow them profitably across Indonesia by strengthening each brand's offer.
2. We nurture and motivate the best local talents within the Company
3. We strive to be the best for customers, simpler for employees and cheaper for the Company
4. We, the retail PIONEER in Indonesia, will continue to work together to grow along with the development of our country, to advance our Company and improve the welfare of our stakeholders

Visi

Menjadi pengecer terkemuka di Indonesia dari segi penjualan dan penciptaan nilai jangka panjang bagi pemangku kepentingan

Misi

1. Kami memiliki 5 MEREK TOKO (Hero Supermarket, Guardian, Starmart, Giant Hypermarket, dan Giant Supermarket) yang dapat memuaskan semua segmen pelanggan dan kami akan mengembangkannya secara menguntungkan di seluruh Indonesia, dengan memperkuat penawaran masing-masing merek toko.
2. Kami meningkatkan dan memotivasi talenta lokal terbaik dalam Perseroan.
3. Kami berusaha keras menjadi yang terbaik bagi pelanggan, lebih sederhana bagi karyawan, dan lebih murah bagi Perseroan.
4. Kami, sebagai PELOPOR ritel di Indonesia akan melanjutkan bekerja sama untuk tumbuh seiring dengan perkembangan negara kami, memajukan Perseroan kami dan meningkatkan kesejahteraan para pemangku kepentingan.

Five Year Financial Highlights

The Company results for 2011 featured strong sales and profit growth for the year of 17% and 23% to Rp 8.9 trillion and Rp 274 billion respectively. During the last four years, the Company has delivered average sales growth of 15% per year, and average profit growth of 40% annually. Shareholder equity has doubled in value since 2007 with returns on average equity now in excess of 20%. Asset values have doubled, while debt levels have remained low.

Ikhtisar Keuangan selama Lima Tahun

Kinerja Perseroan tahun 2011 menunjukkan hasil penjualan dan laba yang kuat, masing-masing naik 17% dan 23% menjadi Rp 8,9 triliun dan Rp 274 miliar. Sepanjang empat tahun terakhir, Perseroan mempunyai rata-rata pertumbuhan penjualan 15% per tahun dan rata-rata pertumbuhan laba tahun berjalan sebesar 40% per tahun. Ekuitas pemegang saham nilainya naik dua kali lipat sejak tahun 2007 dengan rasio laba terhadap ekuitas rata-rata sekarang lebih dari 20%. Nilai aset naik dua kali lipat sementara pinjaman Perseroan mampu dipertahankan pada angka yang rendah.

In millions of Rupiah / Dalam jutaan Rupiah	2011	2010*	2009*	2008*	2007*
NET SALES PENJUALAN BERSIH	8,952,052	7,649,989	6,683,674	5,869,378	5,119,615
OPERATING MARGIN (%) RASIO LABA USAHA (%)	4.3	4.3	3.9	2.5	2.0
PROFIT FOR THE YEAR LABA TAHUN BERJALAN	273,586	221,909	171,808	96,705	70,238
BASIC EARNINGS PER SHARE (Full Rupiah)** LABA PER SAHAM DASAR (Rupiah Penuh)	83	67	52	29	21
TOTAL ASSETS JUMLAH ASET	3,719,583	3,125,368	2,830,288	2,127,692	1,747,398
TOTAL EQUITY JUMLAH EKUITAS	1,422,186	1,148,600	926,691	754,883	658,178
TOTAL DEBT JUMLAH PINJAMAN	383,073	375,000	397,052	0	0
NET (DEBT) / CASH TO EQUITY (%) RASIO (PINJAMAN) / KAS BERSIH TERHADAP EKUITAS (%)	(19.7)	(17.1)	(37.2)	19.7	22.6
RETURN ON AVERAGE EQUITY (%) RATIO LABA TERHADAP EKUITAS RATA-RATA (%)	21.4	21.7	19.9	13.3	11.4
CURRENT RATIO (%) RASIO LANCAR (%)	81.7	79.2	76.4	86.4	93.9

* As reclassified/Setelah reklasifikasi

** The prior year's basic earnings per share have been restated to reflect a ten-for-one share split as resolved in the Extraordinary General Meeting of Shareholders on 6 January 2012/Laba per saham dasar tahun sebelumnya telah disajikan kembali karena pemecahan saham dari satu menjadi sepuluh sesuai dengan hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa 6 Januari 2012

sustained growth

THE COMPANY COMPLETED ANOTHER YEAR OF SUSTAINED GROWTH IN SALES, IMPROVED UNDERLYING PROFITABILITY AND EARNINGS WITH MORE NEW STORES OPENED.

PERSEROAN TAHUN INI KEMBALI MENUNJUKKAN ANGKA PERTUMBUHAN YANG BERKESINAMBUNGAN; ADA PENINGKATAN PROFITABILITAS DAN LABA DIBANDING TAHUN SEBELUMNYA SEJALAN DENGAN PEMBUKAAN SEJUMLAH GERAJ BARU.



IPUNG KURNIA
PRESIDENT COMMISSIONER/
PRESIDEN KOMISARIS

Overview

The Company completed another year of sustained growth in sales, improved underlying profitability and earnings with more new stores opened. Margins were stable and costs well managed.

Consumer confidence has gained strength in a low interest rate environment, with inflation well controlled, particularly core inflation as reflected in the price of staple foodstuffs. The Company's programme of store expansion forged ahead, delivering encouraging results and to keep up with demand the momentum will continue in the year ahead. We remain optimistic on the strong fundamentals of the economy but cautious in anticipation of rising inflation and some tightening of credit conditions, already evident, with Government estimates indicating a softening of GDP growth to below the level of 6.5% attained in 2011.

Not surprisingly given recent trends and the attractive fundamentals of the Indonesian market, competition has escalated. The pace of growth is accelerating among franchised convenience stores and mini-markets and has from time to time stirred regulatory concerns that traditional markets and local established retailers are not disadvantaged. Our multiple formats and compliance with all provincial and national regulations ensure we are able to serve all customers in all markets, many of whom are retailers themselves.

Sekilas tentang Perseroan

Perseroan tahun ini kembali menunjukkan angka pertumbuhan yang berkesinambungan; ada peningkatan profitabilitas dan laba dibanding tahun sebelumnya sejalan dengan pembukaan sejumlah gerai baru. Margin tidak banyak berubah, dan biaya dapat dikelola dengan baik.

Kepercayaan konsumen telah meningkat dalam lingkungan tingkat suku bunga yang rendah, dengan tingkat inflasi yang terjaga dengan baik, yang terlihat dari harga bahan pokok. Program penambahan gerai yang terus dilakukan Perseroan berhasil menaikkan angka penjualan, dan untuk memenuhi permintaan pasar, Perseroan akan terus menjalankan program tersebut di tahun yang akan datang. Kami yakin bahwa kondisi fundamental perekonomian masih menjanjikan namun kewaspadaan tetap diperlukan mengingat inflasi dikhawatirkan akan meningkat sementara kredit sudah mulai diperketat karena pemerintah memperkirakan pertumbuhan PDB akan di bawah PDB tahun 2011 yang mencapai 6,5%.

Tidak mengherankan membaiknya kondisi pasar dan tren di Indonesia belakangan ini membuat persaingan kian ketat. Laju pertumbuhan usaha waralaba *convenience store* dan *mini market* berkembang pesat, dan ada tuntutan agar pemerintah menyusun peraturan untuk menjamin keberlangsungan pasar tradisional dan menjaga usaha pengecer dalam negeri. Kami menerapkan konsep format gerai beragam dan mematuhi semua peraturan yang diberlakukan pemerintah daerah maupun pemerintah pusat sehingga semua pelanggan dari semua kalangan, yang sebagian besar juga pengecer, dapat terlayani.

Governance

The audit committee met formally 7 times and conducted a full evaluation of the work of the internal audit team, the audited financial statements and compliance with prevailing capital market and retail sector regulations.

There were a number of changes at Board level since our last report, all of which received shareholder approval at the Annual General Meeting March 31st 2011 and the subsequent Extraordinary General Meeting January 6th 2012. We welcomed Dato John Coyle, Commissioner, Philippe Broianigo as President Director and Lai Saye Chuan as Finance Director.

After the close of the year, there was a significant reportable event that the Company received shareholder approval at an extraordinary shareholders' meeting January 6th 2012, for a stock split, in the ratio of 10 new shares for one, changing the nominal value per share without any change in current share ownership structure. It is intended that this will support liquidity in the trading of shares in the future.

Tata kelola

Komite audit mengadakan rapat resmi sebanyak 7 kali dan mengevaluasi penuh kinerja tim audit internal, laporan keuangan yang diaudit dan tingkat kepatuhan Perseroan terhadap peraturan pasar modal dan sektor usaha eceran.

Sejak dikeluarkannya laporan terdahulu, terdapat beberapa penggantian anggota Dewan Komisaris dan Direksi, dan semuanya telah mendapat persetujuan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada 31 Maret 2011 dan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa setelahnya pada 6 Januari 2012. Kami ucapkan selamat datang kepada Dato John Coyle, Komisaris; Philippe Broianigo, Presiden Direktur; dan Lai Saye Chuan, Direktur Keuangan, yang baru.

Setelah tahun 2011 berakhir, ada peristiwa penting yang patut dilaporkan, yaitu Perseroan mendapat persetujuan dari pemegang saham pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa yang berlangsung 6 Januari 2012 untuk melakukan pemecahan saham dengan rasio satu saham menjadi 10 saham baru sehingga mengubah nilai nominal per lembar saham namun tidak menyebabkan perubahan terhadap struktur kepemilikan saham. Tujuan pemecahan saham adalah untuk meningkatkan likuiditas dalam perdagangan saham di masa mendatang.

Community

In HERO's 40th year, it has been a time of celebration for the Company and its many stakeholders and we extend our appreciation for their support as HERO has become one of the leading retail groups in modern Indonesia. In looking forward together to the exciting prospects ahead, we remain conscious of the value of our corporate social programmes in supporting those disadvantaged among us in the communities of which HERO is a part. In addition to the new "adopt a school" programme, we have continued well established activities, such as the collection of charitable donations for children with cancer, training facilities for underprivileged teenagers as well as the annual Ramadan transport home for customers of Giant.

Appreciation

On behalf of the Board of Commissioners I extend our appreciation to the employees of HERO Group for their efforts in delivering a strong financial performance during a landmark year. Our thanks goes to our customers for choosing HERO, our business partners and stakeholders and not least our shareholders for their continued support.

**Ipung Kurnia**

President Commissioner/Presiden Komisaris
PT Hero Supermarket Tbk
April 2012

Masyarakat

Banyak yang telah dialami HERO selama 40 tahun berdirinya bersama banyak pemangku kepentingan, dan untuk itulah kami sampaikan terima kasih kepada mereka atas semua dukungan sehingga HERO dapat menjadi salah satu kelompok usaha eceran modern terkemuka di Indonesia. Prospek yang amat bagus tengah menanti di depan, dan kami menyadari sepenuhnya bahwa berbagai program kepedulian sosial perlu terus dijalankan untuk membantu warga masyarakat yang kurang beruntung karena HERO adalah bagian dari mereka. Selain program bantuan sekolah yang belum lama ini dimulai, kami akan terus melaksanakan berbagai kegiatan, antara lain pengumpulan dana untuk membantu anak-anak pengidap kanker, penyelenggaraan pelatihan untuk remaja tidak mampu dan pelaksanaan program mudik Lebaran bersama untuk pelanggan Giant.

Ucapan Terima Kasih

Atas nama Dewan Komisaris, saya ingin menyampaikan terima kasih kepada karyawan HERO Grup atas kerja keras mereka dalam mendukung kinerja keuangan yang kuat selama tahun ini, kepada pelanggan yang telah memilih HERO, kepada mitra usaha dan pemangku kepentingan, dan tak lupa pula kepada para pemegang saham Perseroan atas dukungan mereka selama ini.

A COMPELLING OFFER, IN FIVE RETAIL BRANDS.



PHILIPPE BROIANIGO
PRESIDENT DIRECTOR/
PRESIDEN DIREKTUR

Dear Shareholder,

The results

I am pleased to report top line sales growth of 17% for 2011 to Rp 8.9 trillion and improvement of 23% to Rp 274 billion in profit for the year being Rp 83 basic earnings per share. The improved result was driven by our strong mix of retail formats, a rise of 9% in total store numbers and sustained profitability. Operating margins were stable and profit margins improved. Costs were well contained, finance charges reduced and the level of debt was maintained at a conservative level. In 2011, we opened 61 new stores to bring our total network to 533 outlets, from Giant Hypermarkets to Starmart convenience stores. A summary of the performance of each of our five retail brands is contained later in the operating review.

Pemegang Saham yang terhormat,

Kinerja Usaha

Dengan gembira saya sampaikan di sini bahwa Perseroan pada tahun 2011 mencatatkan kenaikan angka penjualan cukup tinggi, yakni 17%, menjadi Rp 8,9 triliun, di samping peningkatan laba sebesar 23% menjadi Rp 274 miliar atau setara Rp 83 per saham dasar, disebabkan oleh penerapan konsep format yang beragam, dan berkat penambahan jumlah gerai hingga 9% serta profitabilitas yang berkelanjutan. Marjin laba usaha stabil dan marjin laba bersih meningkat. Biaya dapat terkendali, beban keuangan menurun dan jumlah pinjaman dipertahankan pada tingkat konservatif. Di tahun 2011, kami membuka 61 gerai baru sehingga total jaringan menjadi 533 gerai, mulai dari Giant Hypermarket hingga Starmart *convenience store*. Kinerja masing-masing dari lima merek gerai dapat dilihat pada tinjauan usaha dalam laporan ini.

A comprehensive approach

The scale and diversity of the Indonesian retail scene, is the equivalent to several of its ASEAN neighbours combined into one. In offering five distinctive retail brands, HERO Group embraces Indonesia's multiple consumer segments with differing levels of buying power and shopping habits, tastes and preferences. We believe we are unique in being able to appeal to all major customer groups, and a large number of our customers regularly shop in several of our formats. Over the past few years we have fine-tuned our presence – to distinguish between hypermarket and supermarket models under the Giant brand – and this has produced considerable growth for both, in tandem. Each of our five retail brands carries a clear commitment in terms of retail offer, a competitive point of difference, customer service and community support. Each is distinct but together they provide comprehensive choice and value for money across both food and non-food categories.

Local appeal

HERO Group is well aligned with prevailing conditions. As urban traffic congestion in the major cities continues to worsen visibly, we offer access, reliability and choice for daily essentials, weekly and monthly needs. The range of HERO Group store footprints, convenient locations and opening hours, merchandise mix and special promotions has universal appeal, with a steady increase in customers from traditional markets. We offer ample off street parking and ancillary facilities from food halls to kids play areas in the larger formats. Our clustering of smaller sized stores ensures we are within walking distance of local neighbourhoods.

Program menyeluruh

Pasar usaha eceran di Indonesia amat besar dan beragam, setara dengan pasar ritel di beberapa negara ASEAN digabung menjadi satu. Dalam menghadirkan lima merek berbeda HERO Group merangkul beberapa segmen konsumen dengan daya beli, kebiasaan belanja dan selera maupun pilihannya yang bermacam-macam. Kami percaya kami unik dibanding perusahaan ritel lain karena mampu menarik minat semua kelompok konsumen, dan sebagian besar pelanggan datang ke sejumlah gerai kami untuk berbelanja secara rutin. Dalam beberapa tahun terakhir Perseroan telah melakukan beberapa upaya untuk memperkuat keberadaannya – untuk membedakan antara Giant Hypermarket dengan Giant Supermarket, dan kami berhasil meningkatkan penjualan kedua format ini bersama-sama. Kelima merek ritel kami memiliki komitmen yang jelas untuk menawarkan yang terbaik, menghadirkan produk yang berbeda sekaligus kompetitif, memberikan pelayanan kepada konsumen serta menyelenggarakan program kemasyarakatan untuk membantu warga sekitar. Masing-masing memiliki format berbeda dengan harga terjangkau bersama-sama menawarkan pilihan beragam, baik produk makanan maupun bukan-makanan.

Menarik pelanggan dari daerah sekitar

HERO Group mampu menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan. Kepadatan lalu-lintas di kota besar semakin parah dan kendala ini coba kami antisipasi dengan membantu konsumen mendapatkan kebutuhan harian, mingguan dan bulanan di gerai yang mudah mereka jangkau. HERO Group membuka banyak gerai di lokasi yang nyaman dan buka pada jam-jam yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, serta menawarkan berbagai barang kebutuhan dan promosi khusus yang memenuhi selera semua kalangan sehingga masyarakat pelanggan pasar tradisional kian banyak yang beralih ke tempat kami. Tersedia tempat parkir luas di lingkungan gerai selain berbagai fasilitas penunjang mulai dari tempat makan hingga tempat bermain anak, khususnya di gerai berformat luas. Gerai ukuran kecil kami dirikan di lingkungan perumahan agar mudah dijangkau para pelanggan.

Community involvement

We are very much part of the local retail scene. In our car-park areas we work with informal stallholder retailers giving them space to operate safely away from busy roads. We stage early morning exercise programmes and health related activities for local mothers. We work closely with local farmers to encourage them as regular suppliers of fresh produce. Under our educational support programme, each store adopted a nearby school and provided assistance - from classroom refurbishment to computers - promoting a better learning experience.

Our heritage

In 2011, we celebrated 40 years since HERO began. Our founder Mr. MS Kurnia first opened his doors in 1970, and shortly after introduced Indonesia to modern food retailing, and the concept of the supermarket. Since the first HERO Mini Supermarket in South Jakarta with 16 staff, the Group has grown exponentially - to 533 stores and over 13,700 employees as of 31 December 2011. HERO Supermarket has remained true to the vision of its founder. Back then it offered choices only associated with imports, or shopping in places like nearby Singapore. HERO supermarket today carries high quality, international food brands, a wide choice of fresh foods - interesting surprises and variety from local sources as well as imports.

Effective segmentation

We have been able to achieve the best of both worlds through a steady conversion programme. We re-opened selected former HERO stores as Giant Supermarkets, bringing customers all the benefits of the attractive 'everyday low prices' offer already proven at the hypermarket, combined with neighbourhood convenience. At the same time we have revamped and revitalized HERO Supermarkets with attractive new décor, a broader choice of up-market products, more food and cooking demonstrations and innovative, high quality own label product ranges. This has proven highly effective through steady improvement in average transaction values, widening margins and a return to the original concept of the founder.

Kepedulian terhadap masyarakat

Kami bekerja sama dengan banyak pelaku usaha eceran di daerah. Pedagang kecil di sektor informal kami ajak bergabung untuk berjualan di lokasi parkir kendaraan sehingga mereka tidak perlu berjualan di pinggir jalan ramai; kami menyelenggarakan kegiatan senam pagi dan pemeriksaan kesehatan untuk para ibu yang tinggal di sekitar lokasi; kami juga mengajak petani di daerah untuk rutin memasok hasil bumi mereka. Setiap gerai menjalankan program pendidikan dengan memberikan bantuan kepada satu sekolah terdekat yang bisa berupa renovasi ruangan kelas hingga penyediaan fasilitas komputer untuk menunjang kegiatan belajar.

Warisan kepada masyarakat

Pada tahun 2011 hari jadi HERO ke-40 dirayakan. Tokoh pendiri, Bapak M.S. Kurnia, mulai menjalankan usahanya pada tahun 1970 dan tidak lama setelah itu memperkenalkan kepada masyarakat Indonesia konsep pasar swalayan dan usaha eceran modern. Sejak pasar swalayan HERO Mini Supermarket yang pertama dibuka di Jakarta Selatan dengan jumlah karyawan 16 orang, HERO Group tumbuh pesat menjadi 533 gerai dengan lebih dari 13.700 karyawan per 31 Desember 2011. HERO Supermarket masih memegang teguh visi yang diusung sang pendiri. Gerai yang pertama hanya menjual barang impor atau barang yang hanya dapat ditemui di tempat belanja khusus seperti di Singapura. Namun HERO Supermarket kini menawarkan bahan pangan berkualitas dengan merek internasional, berbagai jenis makanan segar serta produk lokal maupun impor.

Segmentasi yang efektif

Melalui program konversi yang berkesinambungan, semua sasaran kami dapat tercapai. Kami membuka kembali sejumlah gerai HERO sebagai Giant Supermarket, sehingga pelanggan dapat menikmati program yang menarik 'harga murah setiap hari' yang selama ini mereka nikmati di Giant Hypermarket namun di lokasi yang mudah terjangkau dari rumah. Pada saat yang bersamaan, kami pun memperbaiki serta mengubah tampilan HERO Supermarket dengan dekor baru, menambah pilihan produk berkelas dan memberikan lebih banyak kesempatan kepada konsumen untuk mencicipi makanan dan menyaksikan demo masak, serta lebih banyak jenis produk yang inovatif dan berkualitas dengan merek sendiri. Berkat upaya yang efektif di atas, nilai transaksi rata-rata dan margin meningkat serta menerapkan konsep asli yang diterapkan oleh pendirinya.

Our people

HERO Group today is a business operated by young but experienced managers and store employees. Most have been cultivated from within – from section to store management - all have undergone intensive classroom training, practical in store programmes and career planning. Many have had regional assignments with our shareholder, Dairy Farm. In addition to annual intakes of 30 graduates to the Management in Training programme (MIT) we are adding a leadership programme for masters graduates offering fast track career development. Such measures are proving highly effective in attracting talent to support our aggressive plans for new store openings, and we have succeeded in doubling the level of management in recent years.



Karyawan kami

HERO Group sekarang dijalankan oleh manajer beserta karyawan toko yang berusia muda namun berpengalaman. Sebagian besar dari mereka mengawali karirnya dari bawah mulai dari *section* hingga *store management* dan semua menjalani pelatihan intensif baik teori maupun praktek dan mengikuti program perencanaan karir. Banyak dari personil dikirim ke luar negeri untuk menjalani tugas dinas di perusahaan pemegang saham, Dairy Farm. Setiap tahun kami menerima 30 lulusan perguruan tinggi untuk diikutsertakan dalam program *Management in Training (MIT)*, dan selain itu kami pun menyelenggarakan program pelatihan kepemimpinan bagi pemegang gelar magister yang menawarkan pengembangan karir lebih cepat. Apa yang kami lakukan terbukti efektif untuk menarik personil berkualifikasi tinggi sejalan dengan rencana Perseroan untuk terus membuka gerai baru, dan melalui program ini jumlah personil di jajaran manajemen berhasil kami tingkatkan menjadi dua kali lebih banyak.

With us you don't need to be 60 years old to run the business

We need 500 Managers

Be part of our growth

Store Operation
Merchandising
Supply Chain
Property
Marketing

HERO Group

Qualifications:
- Min. 16 years old - 40 years old - University Graduate
- Must be single, local and non-local - Commonwealth & Overseas Citizens

Submit:
- Curriculum Vitae
- Recent Passport Photos
- 4 copies of University Degree
- 4 copies of University Transcript
- 4 copies of National Identity Card
- 4 copies of National Service Record
- 4 copies of National Service Certificate
- 4 copies of National Service Medal
- 4 copies of National Service Medal Ribbon
- 4 copies of National Service Medal Ribbon
- 4 copies of National Service Medal Ribbon

An expanding business requires commitment, energy and confidence. These are the qualities of the young managers we cultivate and the attributes that will propel them along an interesting and rewarding career path.

Dibutuhkan komitmen, kerja keras dan keyakinan untuk terus mengembangkan dan memperbesar usaha. Ketiganya kami tanamkan pada manajer muda sebagai bekal bagi mereka meniti karir yang menjanjikan di Perseroan.

Looking ahead

The modern retail sector is emerging into a phase of accelerated growth. Market research indicates total retail sales grew by over US\$ 100 billion since 2009, to US\$ 342 billion by 2011. The transition from a largely rural population to an urban bias has been made, with migration to towns and cities still increasing. Indonesia's middle class has swollen from 50 million in 2003 to 131 million today, and GDP per capita has tripled over the same period. Consumer confidence is high, reflected in record motorcycle sales and mobile phone ownership and rising demand for consumer and mortgage finance. Given a market share of about 15%, modern retail has significant room for expansion to meet these expectations.

Inadequate infrastructure is a persistent issue. It impacts everyone in the retail sector, whether through congestion in leading cities, the absence of a complete multilane highway to join up with the rest of Java or the need for better connectivity with other major islands. Indonesian manufacturers report supply chain costs considerably higher than experienced elsewhere in ASEAN - and twice those in Singapore. Published May 2011, the Government's Master Plan for the Acceleration and Expansion of Indonesia's Economic Development (MP3EI) 2011-2025, indicates Java will be the largest beneficiary, 48% of total investment in infrastructure projects. Irrespective of how long it takes to realise such measures, we believe our supply chain clustering strategy for urban centres and local supply relationships for fresh foods, among other measures, are workable answers today.

Menatap ke depan

Sektor usaha eceran modern mulai memasuki fase pertumbuhan yang cukup pesat. Dari hasil riset pasar terlihat bahwa angka penjualan usaha eceran naik lebih dari US\$ 100 miliar sejak tahun 2009 menjadi US\$ 342 miliar tahun 2011. Jumlah penduduk di wilayah perkotaan mulai melampaui populasi di desa-desa, dan perpindahan penduduk ke kota kecil maupun kota besar terus berlangsung. Masyarakat kelas menengah di Indonesia berlipat ganda dari 50 juta jiwa tahun 2003 menjadi 131 juta jiwa saat ini, dan PDB per kapita naik tiga kali lipat sepanjang kurun waktu yang sama. Tingkat kepercayaan konsumen terus meningkat, tampak dari besarnya penjualan sepeda motor dan telepon selular, dan bertambahnya permintaan kredit konsumen dan kredit pemilikan rumah. Sektor usaha eceran modern, dengan pangsa pasar sekitar 15%, masih akan terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan konsumen di atas.

Infrastruktur yang tidak memadai masih menjadi persoalan yang perlu diatasi. Seluruh sektor usaha eceran merasakan dampaknya: kemacetan di kota besar, jaringan jalan raya yang belum mampu menjangkau seluruh daerah di Pulau Jawa dan masih belum memadainya jalur transportasi ke pulau besar lain di Indonesia. Produsen dalam negeri mengeluhkan biaya pemasokan barang yang jauh lebih mahal dibanding negara ASEAN lain dan dua kali lipat biaya di Singapura. Dalam Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) 2011-2025 yang dikeluarkan pemerintah pada Mei 2011 disebutkan bahwa untuk proyek pembangunan infrastruktur di Jawa dialokasikan 48% anggaran investasi negara. Belum dapat dipastikan kapan berbagai proyek pemerintah tersebut akan direalisasikan namun strategi pengelompokkan pasokan barang untuk gerai di pusat perkotaan dan bahan pangan segar yang dipasok dari petani setempat kami yakini dapat menjadi solusi atas kendala yang ada.

Brand power instore

The Indonesian consumer while enjoying the confidence of more spending power, still remains foremost a price sensitive shopper. As discretionary income levels improve there is noticeable evidence of increasing brand awareness and receptiveness. Alongside electronic media, modern retail has certainly reached an order of magnitude to become a medium for product promotion in itself. Ultimately, the buying decision is made in the store, not watching television.

In closing this message I would like on behalf of the Directors to express our thanks to our customers for their support, our suppliers and business partners, our employees for their efforts over the past year and our shareholders for their confidence.

**Philippe Broianigo**

President Director/Presiden Direktur
PT Hero Supermarket Tbk
Jakarta, April 2012

Daya tarik gerai

Patut dicatat bahwa konsumen Indonesia memiliki keyakinan daya beli yang lebih tinggi, mereka masih sangat peduli dengan harga. Seiring meningkatnya jumlah dana yang dapat dibelanjakan, konsumen sekarang lebih paham mana merek berkualitas, dan inilah yang mereka pilih. Selain media elektronik, industri usaha eceran modern berkembang sedemikian pesat sehingga mereka mampu menjadi media promosi produk. Keputusan membeli sesuatu diambil konsumen pada saat mereka berbelanja, bukan ketika mereka melihat iklan di televisi.

Saya ingin akhiri sambutan ini dengan menyampaikan terima kasih atas nama Direksi kepada pelanggan yang telah memberikan dukungan, kepada pemasok dan mitra usaha, kepada karyawan atas kerja keras mereka sepanjang tahun lalu, dan kepada pemegang saham atas kepercayaan yang mereka berikan kepada kami.

THINK FRESH. SHOP





KEGIATAN OPERASIONAL

RETAIL OPERATIONS

SPICES OF THE WORLD

THE ORIGINAL

HERO

HERO



4

NEW STORES



5

UPGRADED STORES



5%

RISE IN BASKET TRANSACTION VALUE



"A NEW RANGE OF OWN LABEL SPICES WAS ROLLED OUT IN 2011 IN OUR PREMIUM HERO STORES. A CELEBRATION OF LOCAL FLAVOUR FROM OUR SENIOR BRAND."

"PADA TAHUN 2011 KAMI MELUNCURKAN JAJARAN PRODUK BUMBU BARU DENGAN LABEL HERO. KAMI INGIN TERUS MENGHIDUPKAN CITRA RASA LOKAL DARI MEREK YANG SUDAH LAMA DIKENAL."

hero supermarket

We launched a new batik livery for employees, winning enthusiastic comments from staff and customers alike – a touch of local heritage in a contemporary environment: celebrating the qualities of an original HERO Supermarket.

KAMI MELUNCURKAN SERAGAM BARU KARYAWAN BERCORAK BATIK YANG DISAMBUT BAIK OLEH STAF MAUPUN PELANGGAN. CARA KAMI MENUNJUKKAN KUALITAS HERO SUPERMARKET SEJATI: TRADISI LOKAL YANG MENGAJAR DI LINGKUNGAN MODERN.



A heritage brand

We opened 4 new stores and upgraded 5 stores in 2011 including the picture featured Bandung Supermall store. We continued to revitalize our merchandising with quality own label products, drawing very much from our early days as the pioneer in supermarket retailing in Indonesia, focused on premium service and excellence. We launched a new batik livery for employees, winning enthusiastic comments from staff and customers alike – a touch of local heritage in a contemporary environment: celebrating the qualities of the original HERO Supermarket.

Change has brought positive results

In the process of rethinking our retail mix as a Group over recent years, while relentlessly pursuing growth for the Giant Supermarket format, we have returned HERO Supermarket to its premium position. Over this period, HERO Supermarket has produced solid growth, contributing significantly to total Group results today. As such we believe it now produces substantial shareholder value, with considerable potential in a positive market.

In 2011 HERO brand sales growth was driven by expansions in fresh foods - our signature - and higher margin imported merchandise, which contributed to sustaining profitability. We are operating more efficiently, having replaced slow moving product categories with selections of attractive new products offering additional value to customers. We also have slimmed down our organization structure to be more effective and efficient, while our average basket value has grown by almost 5% year on year. We have been able to improve the quality of our fresh produce through selective direct sourcing with farms in west and east Java. In addition to upgrading our private label grocery range with new ideas such as provincial coffees, we are launching some exclusive new international food retail brands.

Merek yang hadirkan tradisi

Pada tahun 2011 kami membuka 4 gerai baru dan mempercantik 5 gerai yang ada, termasuk foto gerai Bandung Supermall yang ditampilkan. Kami terus memperbaiki jajaran barang dagangan dengan meningkatkan kualitas produk dengan merek sendiri, seperti yang sudah sejak lama kami lakukan sebagai perintis pasar swalayan di Indonesia yang menawarkan mutu terbaik dan pelayanan prima. Kami meluncurkan seragam baru karyawan bercorak batik yang disambut baik oleh staf maupun pelanggan. Cara kami menunjukkan kualitas HERO Supermarket sejati: tradisi lokal yang mengakar di lingkungan modern.

Perubahan hasilkan peningkatan

Dalam proses pemikiran ulang bauran ritel kami sebagai sebuah kelompok usaha beberapa tahun terakhir ini, sementara kami terus-menerus mengejar pertumbuhan untuk format Giant Supermarket, kami telah memposisikan kembali HERO Supermarket sebagai gerai premium. Selama kurun waktu ini, HERO Supermarket mampu mencetak laju pertumbuhan yang tinggi, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap total pendapatan Group saat ini. Kami yakin HERO Supermarket sekarang sangat bernilai bagi pemegang saham dengan peluang yang besar dalam kondisi pasar yang positif.

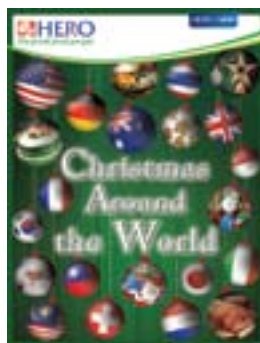
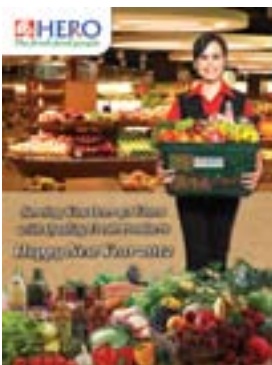
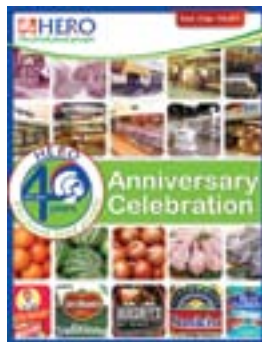
Peningkatan penjualan tahun 2011 dipicu oleh penambahan produk makanan segar yang menjadi andalan kami dan produk impor dengan margin lebih besar sehingga menghasilkan laba bagi Perseroan. Kami beroperasi lebih efisien, produk-produk yang tidak produktif digantikan dengan produk baru yang diminati pelanggan serta memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Kami juga merampingkan struktur organisasi di setiap gerai menjadi lebih efektif dan efisien, sementara jumlah belanjaan per keranjang rata-rata naik hampir 5% dalam setahun. Mutu makanan segar terus kami perbaiki dengan mengambil langsung dari beberapa perkebunan pilihan di Jawa Barat dan Jawa Timur. Selain menjual lebih banyak produk pangan dengan merek sendiri dengan ide-ide baru seperti kopi daerah, kami menawarkan pula makanan dari beberapa merek baru dan eksklusif dari luar negeri.

Food, health and environmental awareness

A core part of our commitment is the dissemination of education for the benefit of our customers on nutrition, environmentally responsible food production and family health. In 2011 we planned more activities in our supermarkets and early in 2012 as this report is published we are holding cooking demonstrations, publishing cooking books, recipes and advice via our own 'infoodtainment' concept. We expanded our non-food offer in cooking equipment and flatware and improved the quality of our retail catalogues and we are accessible to customers via Facebook and Twitter.

Pangan, kesehatan dan kepedulian akan lingkungan

Salah satu komitmen kami adalah penyebarluasan pendidikan untuk kepentingan pelanggan mengenai pentingnya gizi, cara memproduksi makanan dengan cara yang ramah lingkungan dan kesehatan keluarga. Di tahun 2011 kami merencanakan sejumlah aktivitas di pasar swalayan kami dan di awal tahun 2012 ketika laporan ini dipublikasikan kami mengadakan acara demo masak di samping menerbitkan buku masakan, resep dan konsultasi dengan konsep masak sebagai hiburan atau 'infoodtainment'. Kami mengembangkan produk bukan makanan seperti peralatan masak dan peralatan makan dan meningkatkan kualitas katalog produk yang ditawarkan dan pelanggan dengan mudah dapat menjangkau kami melalui media Facebook dan Twitter.



▲ REGULAR SPECIAL OFFER CATALOGUES
KATALOG PROMOSI RUTIN

▶ RIGHT-ABOVE: TIPS ON BEAUTY AND MAKE UP.
RIGHT-BELOW AND NEXT TWO PAGES: ENDLESS CHOICE

▶ KANAN ATAS: TIPS KECANTIKAN DAN MAKE UP.
KANAN BAWAH DAN DUA HALAMAN BERIKUTNYA: BERAGAM PILIHAN.







Sea

&
GORENG

Vegetables







FROM THE OUTSET, WHEN PLANNING NEW STORE LOCATIONS, WE VISIT LOCAL FARMERS AND SUPPLIERS OF FRESH PRODUCE TO BUILD LONG TERM RELATIONSHIPS. HYDROPONICALLY CULTIVATED MELONS FROM MOMENTA GREEN HOUSE, LEMBANG ARE A TYPICAL CASE IN POINT.

SEJAK AWAL, KETIKA MENENTUKAN LOKASI BARU, KAMI MENJALIN KEMITRAAN JANGKA PANJANG DENGAN PETANI DAN PEMASOK BAHAN PANGAN SEGAR. MELON HASIL BUDIDAYA DENGAN SISTEM HIDROPONIK PRODUKSI MOMENTA GREEN HOUSE, LEMBANG ADALAH SALAH SATU CONTOH.



THE COMMUNITY

HERO

giant hypermarket

A valued destination

Giant Hypermarket is a retail destination in itself. It offers a great deal, literally, by combining value for money for fresh food and groceries, with a wide choice in leisure and lifestyle retail, time to enjoy a meal or simply browse, while the children entertain themselves at our play centre.

It was a successful year for the hypermarket group, with 2 new stores opened one at Jababeka, a leading property development and the other at Jonggol. Our growth in sales was highly satisfactory, representing approximately half of total Group revenues, with typical per basket transaction values more than keeping up with inflation. Our checkout receipts showed increased demand in non-food, higher value items as well as fresh produce, indicative of generally rising disposable incomes and increased patronage, including traditional market shoppers.

Tujuan belanja

Giant Hypermarket adalah tujuan belanja itu sendiri dan menawarkan begitu banyak hal: memberikan nilai lebih atas uang yang dibelanjakan pada bahan makanan yang segar dan barang eceran, dengan banyak pilihan untuk bersantai dan memenuhi gaya hidup, untuk bersantap atau sekadar melihat-lihat sambil menunggu buah hati bersenang-senang di tempat bermain.

Tahun 2011 adalah tahun yang sukses bagi hypermarket group dengan pembukaan 2 gerai baru, satu di Jababeka, kawasan properti terkemuka dan satu lagi Jonggol. Angka penjualan tumbuh pesat, menghasilkan separuh dari pendapatan seluruh Group, dengan kenaikan nilai transaksi untuk setiap keranjang belanja lebih besar dibanding inflasi. Dari catatan pembelian terlihat bahwa ada kenaikan permintaan untuk produk bukan makanan, produk yang lebih mahal maupun makanan segar, menandakan adanya peningkatan pendapatan bersih masyarakat maupun jumlah pengunjung, termasuk mereka yang biasanya berbelanja di pasar tradisional.



A number of leading suppliers reported that we gave them their best year of growth to date, as we recorded higher spending levels and steadily increased store traffic. For many of these suppliers, modern retail is just 20% of their total sales - underlining the enormous potential growth to be captured as higher numbers of traditional market shoppers are trialling and switching more of their spending to Giant.

Strategy

While our strategy of offering 'definitely cheaper prices' (Pasti Lebih Murah) is gaining traction among growing numbers of traditional market users, it is also a major factor in retaining the loyalty of customers in all socio economic income groups - everyone loves a bargain.

Sejumlah pemasok besar mencatat angka penjualan tertinggi tahun ini, sejalan dengan meningkatnya jumlah dana yang mereka belanjakan dan jumlah pengunjung ke gerai kami. Bagi sebagian besar pemasok di atas, pendapatan dari pasar usaha eceran modern hanya 20% dari total yang mereka peroleh; menunjukkan masih besarnya peluang untuk terus meningkatkan penjualan jika kami mampu menarik lebih banyak pelanggan pasar tradisional untuk datang dan berbelanja di Giant.

Strategi

Strategi kami menawarkan produk dengan harga 'Pasti Lebih Murah' semakin banyak menarik perhatian pelanggan pasar tradisional, dan juga diterima baik oleh semua kelompok dari segala jenjang sosial dan ekonomi karena semua suka harga murah.



What has proven equally important is accurate segmentation of the market according to customer needs. In higher and mixed income areas, in addition to the popularity of our sales promotions, tactics such as free parking space, are winning factors in the larger stores of up to 10,000 square metres.

Good store location contributes to delivering benefits both up and down the value chain. In the rest of Java and outer island sites, placing stores of less than 5,000 square metres close to local villages has worked well. Giant's superior choice in fresh foods in a format considerably larger than established local competitors has been a key success factor. Location has been equally crucial for supplier access enabling us to capture daily deliveries of quality fresh produce from local farmers.

Yang tak kalah penting adalah segmentasi pasar yang tepat sesuai kebutuhan konsumen. Di wilayah yang masyarakatnya berpenghasilan lebih tinggi atau bervariasi, daya tarik bagi konsumen selain promosi penjualan adalah menawarkan fasilitas tempat parkir gratis pada gerai berukuran hingga 10.000 meter persegi yang berlokasi di kawasan padat lalu-lintas.

Lokasi gerai yang tepat menguntungkan semua pihak, baik pengusaha maupun konsumen dan masyarakat. Di wilayah lain di Jawa dan di luar Jawa, penempatan gerai dengan luas tidak sampai 5.000 meter persegi di dekat perkampungan telah menunjukkan hasil yang baik. Kunci sukses Giant adalah menawarkan lebih banyak pilihan bahan makanan segar bagi konsumen di lokasi yang jauh lebih luas dibanding gerai pesaing lokal. Lokasi juga merupakan faktor penting untuk akses pemasok, dalam hal ini petani setempat, untuk mengirimkan bahan pangan segar berkualitas kepada kami setiap hari.



No detail is overlooked. Even down to adjusting packaging to meet local preferences: many customers prefer the option of choosing loose versus pre-packed meat products. We are flexible: we accept the purchase of one single egg or sell sixty by the kilo. We adjust to local needs.

Establishing Giant Hypermarkets as freestanding stores and shopping destinations in themselves, gives us considerably more control, freedom and flexibility versus third party mall locations. The variety and service from our modern food courts, clean bathroom facilities, rooms for nursing mothers, play areas, ATM centres and places of prayer, among other facilities are typical attractions in the stand alone format.

Semua hal kami cermati. Termasuk penggunaan kemasan yang sesuai dengan selera warga setempat. Banyak pelanggan lebih suka daging kiloan dibandingkan daging kemasan. Kami fleksibel: kami menerima pembelian telur satuan atau kiloan.

Giant Hypermarket yang beroperasi di satu gedung sendiri, memberikan kami keleluasaan dan fleksibilitas lebih daripada di pusat perbelanjaan. Selain itu kami juga menyediakan gerai makanan yang menawarkan beragam panganan, fasilitas kamar kecil yang bersih, ruang menyusui, tempat bermain, gerai ATM dan mushola.



Teamwork

As the largest format in the Group we are able to capitalize on scale and synergy. We strive always to be a part of the 'local' community – providing jobs and giving customers the comfort of a local feel to their shopping experience. Teamwork extends to providing support for the other group retail operations - a typical example is the use of our scale to provide temporary stock support for Giant Supermarket, HERO Supermarket, Guardian or Starmart. Employee career development is not restricted - there are no barriers in switching between retail formats. The majority of our managers have been home grown as the network has expanded during the last 10 years.

Kerja sama Tim

Sebagai format terbesar di Group, kami dapat memanfaatkan luasnya lokasi dan bersinergi. Kami berusaha untuk selalu menjadi bagian dari komunitas 'lokal' – membuka lapangan kerja dan memberikan pelanggan kenyamanan nuansa lokal dalam pengalaman belanja mereka. Kami bekerjasama mendukung aktivitas operasional grup ritel lainnya – contohnya kami kerap menjadi lokasi penyimpanan stok sementara untuk gerai Giant Supermarket, HERO Supermarket, Guardian ataupun Starmart. Pengembangan karir karyawan tidak dibatasi - mutasi dari format gerai satu ke format lainnya diperkenankan. Kebanyakan para manajer kami berkarir dari bawah sejalan pertumbuhan jaringan selama 10 tahun terakhir.





WiFi



the local hero

DURING 2011, THE TEAM AT EVERY GIANT SUPERMARKET INVESTED TIME AND RESOURCE TO CONTRIBUTE AS A PART OF THE LOCAL COMMUNITY - IN TOUCH WITH COMMERCIAL LIFE AND SOCIAL RESPONSIBILITY.

SEPANJANG TAHUN 2011, TIM DI SETIAP GIANT SUPERMARKET MELUANGKAN WAKTU DAN TENAGA UNTUK MEMBANTU WARGA SETEMPAT SEBAGAI BAGIAN DARI KOMUNITAS SETEMPAT - MENGHUBUNGGAN DUNIA USAHA YANG MEMILIKI TANGGUNG JAWAB TERHADAP MASYARAKAT.





giant supermarket

Relentless store growth

The year marked the completion of the bulk of our transformation programme, with 5 stores converted from HERO to Giant Supermarkets plus 10 new stores opened. Traffic volume at checkouts was higher with a significant rise of 8% in average basket transaction value. Since the decision to rethink our retail mix five years ago, the re-branding of 49 former HERO outlets and the completion of 42 new Giant Supermarkets has proved highly effective against the rising tide of mini markets and rival supermarkets. On average we have been able to open the doors of new Giant Supermarket every 3 weeks.

Defining the need for a Giant Supermarket

Today the Giant Supermarket format represents over 26% of HERO Group food retailing presence in Greater Jakarta, our largest market. In a changing retail landscape we have demonstrated the effectiveness of the Giant Supermarket model in inner city, high-density areas. While not carrying the hypermarket range of large electronics and other non food products, Giant Supermarket offers a wide range of food plus personal product choices, maintains the Giant reputation for value pricing and helps customers avoid time in traffic and parking issues through a bigger network. This is achieved by adopting a compact big store format. Giant Supermarket is the perfect solution to everyday needs, superior choice, more fresh foods but without the higher prices of mini markets and 24 hour convenience stores. A clustered supply chain approach and store-to-store cooperation, avoids out of stock issues during busy periods, enhancing our reputation for reliability.



Terus menambah gerai

Tahun ini kami merampungkan program transformasi; 5 gerai HERO Supermarket dikonversi menjadi Giant Supermarket, dan pembukaan 10 gerai baru. Jumlah pelanggan yang berbelanja meningkat sementara nilai transaksi rata-rata per keranjang belanja meningkat secara signifikan hingga 8%. Lima tahun lalu kami mengambil keputusan untuk mengubah komposisi format gerai, dan *re-branding* 49 gerai yang sebelumnya merupakan gerai HERO serta pembukaan 42 Giant Supermarket baru terbukti sangat efektif di tengah menjamurnya mini market dan supermarket lain. Kami rata-rata mampu membuka Giant Supermarket baru setiap 3 minggu.

Mendefinisikan kebutuhan untuk Giant Supermarket

Gerai dengan format Giant Supermarket saat ini jumlahnya lebih dari 26% dari seluruh gerai ritel bahan makanan HERO Group di Jabodetabek, pasar terbesar kami. Sektor perdagangan usaha eceran senantiasa berubah, dan model Giant Supermarket ternyata efektif menjangkau konsumen di wilayah yang dekat pusat kota dan daerah yang berpenduduk padat. Meski tidak menawarkan jajaran produk hipermarket seperti elektronik ukuran besar dan produk bukan makanan lainnya, Giant Supermarket menawarkan bermacam-macam jenis makanan dan barang kebutuhan pribadi, dan pelanggan mendapatkan harga murah yang menjadi ciri Giant serta membantu konsumen menghindari kemacetan tanpa harus repot mencari tempat parkir seperti yang biasa mereka alami jika berbelanja di pusat perbelanjaan besar. Giant Supermarket menjadi solusi bagi mereka yang ingin membeli kebutuhan sehari-hari, mendapatkan barang bermutu serta makanan lebih segar tanpa harus membayar semahal membeli di *mini market* atau toko 24 jam. Dengan melakukan kerja sama antar-gerai dan pembagian sistem pasokan barang menurut wilayah, kami tidak pernah menghadapi masalah stok pada masa ramai pengunjung, sehingga kami makin dikenal sebagai perusahaan yang andal.

10 NEW STORES

Low cost, standardized model

Designed as a slimmer format, focused on everyday needs, these stores are low cost both in initial outlay and operation. The standardized layout gives customers instant familiarity wherever they choose to shop, saving time. Better planned, more compact store layouts are more efficient, yet allow us to sustain a good service standard. Internal monthly store competitions are used to reward winning attitudes and employee teamwork.

Aisles are clear of clutter, smaller basket trolleys ease mobility and shelf bays have been redesigned, allowing price by product type comparison, avoiding brand blocking. Specially selected grocery items, fresh products, and frequent purchases are easily accessed and competitively priced. Convenient food packs and personal product packs provide convenience for busy office and factory workers, low on time. Together these and other ideas help us deliver on our commitment to offer fast, friendly shopping and daily fresh commodities with a fair price – we call this the 4Fs.

Biaya rendah, model standar

Karena ukurannya lebih kecil dan dikhususkan sebagai tempat belanja keperluan sehari-hari, pembukaan maupun pengoperasian gerai Giant Supermarket berbiaya rendah. Dengan tata letak yang standar, pelanggan langsung mengenali lokasi kami di mana pun mereka berbelanja sehingga mereka dapat menghemat waktu. Karena direncanakan dengan baik dan ditata lebih ringkas, tenaga yang dibutuhkan lebih sedikit namun standar pelayanan tetap sama baik. Masing-masing gerai setiap bulan mengadakan kompetisi untuk memilih karyawan terbaik dan menentukan seberapa bagus kerja sama tim.

Lorong tidak berdesakan, kereta dorong dibuat lebih kecil agar konsumen leluasa bergerak, dan digunakan rak model baru agar pelanggan mudah melihat merek serta membandingkan harga barang. Bahan makanan pilihan, produk segar dan barang yang banyak dicari konsumen mudah didapat di sini dan harganya murah. Di samping itu kami juga menawarkan makanan jadi dan barang kebutuhan pribadi dalam kemasan praktis untuk para pekerja kantor dan pabrik yang tidak punya banyak waktu luang. Semua ini, ditambah dengan inisiatif lain, membantu kami untuk berpegang pada komitmen perusahaan: pelayanan cepat, tempat belanja ramah dan produk segar setiap hari dengan harga murah. Kami menyebutnya dengan 4F.

EXERCISE CLASSES ARE ARRANGED FOR LOCAL CUSTOMERS IN THE MORNING, WITH SPECIAL EARLY STORE OPENING TIMES TO ACCOMMODATE THEIR SHOPPING NEEDS.

KEGIATAN OLAH RAGA UNTUK PELANGGAN DIADAKAN PAGI HARI, DAN GERAI DIBUKA LEBIH AWAL UNTUK MEMENUHI KEBUTUHAN BELANJA MEREKA.



8% RISE IN BASKET TRANSACTION VALUE

91 TOTAL OUTLETS

Part of local life

While all HERO Group food retailing operations share a common commitment to contribute to support local community issues, our 'one store, one school' programme has been particularly successful for Giant Supermarket in 2011. Under this initiative each store adopts a local school and provides scholarships, school equipment - primarily computers - arranges premises redecoration, health and exercise programmes.

In another winning concept, 'Pasar pagi' we provide formal morning exercise programmes for local women and community groups, using professional aerobics teachers. Free blood tests for cholesterol and blood sugar are available. Our doors are open for business early each morning and well ahead of large mall developments.

Staying on theme and serving the local 'kampung' better, we encourage local stallholders to become part of a 'mini shopping centre' concept, providing complementary retail offerings such as cheaper cosmetics, perfumes and mobile phones as well as street food and beverages.

Bagian dari kehidupan lokal setempat

Sementara semua unit usaha eceran makanan di bawah HERO Group sama-sama bertekad untuk membantu warga komunitas setempat, Giant Supermarket pada tahun 2011 sukses menggelar program 'satu gerai, satu sekolah'. Masing-masing gerai memilih satu sekolah di daerahnya, dan sekolah ini kemudian mendapat bantuan beasiswa, peralatan sekolah, terutama komputer, renovasi sekolah serta program kesehatan dan olah raga.

Ada pula konsep 'Pasar Pagi', yaitu kami menyelenggarakan kegiatan olah raga pagi untuk ibu-ibu dan komunitas setempat di bawah panduan pelatih aerobik profesional. Masyarakat juga bisa memeriksakan kadar kolesterol dan gula darah secara gratis. Gerai kami buka pagi-pagi, jauh lebih awal dibanding pusat perbelanjaan besar.

Sesuai konsep kami, dan untuk melayani kampung sekitar, kami mengajak pemilik usaha di daerah untuk mengisi 'pusat belanja mini' di mana mereka bisa menjual produk pelengkap seperti kosmetik dengan harga lebih terjangkau, parfum dan telepon selular serta minuman dan jajanan pasar.







'FOKUS KAMI DI TAHUN 2011 ADALAH MEMPERKUAT ASPEK KECANTIKAN DAN PERAWATAN PRIBADI DI GERAJ GUARDIAN, MEMPERKENALKAN PRODUK KOSMETIK DAN PERAWATAN RAMBUT, MENARIK LEBIH BANYAK PELANGGAN DENGAN MENAWARKAN PRODUK KECANTIKAN DAN KESEHATAN TERKEMUKA DARI LUAR NEGERI. MENINGKATNYA PENGHASILAN BERSIH MASYARAKAT DAN PERUBAHAN SELERA KONSUMEN MEMBERIKAN KESEMPATAN KEPADA KAMI UNTUK MENGEMBANGKAN JAJARAN PRODUK BARU.'

'DURING 2011, WE FOCUSED ON ADDING VALUE TO THE BEAUTY AND PERSONAL CARE SIDE OF OUR GUARDIAN STORES, BUILDING THE APPEAL OF OUR HAIR AND COSMETICS RANGE, EXTENDING THE TRUST CUSTOMERS PLACE IN OUR PHARMACISTS THROUGH AN EXCITING RANGE OF LEADING INTERNATIONAL BEAUTY AND HEALTH BRANDS. THE RISE IN DISPOSABLE INCOMES AND CHANGING TASTES GIVES US THE OPPORTUNITY TO DEVELOP EXCITING NEW PRODUCT RANGES.'



guardian 

New look, more stores

We opened 29 new outlets during 2011 to increase our total coverage to 231 stores achieving encouraging sales growth for the year. More significantly, growth continued to accelerate through the second half of the year and a further 10 stores have been opened in the first two months of 2012, as this report is being finalized. We overhauled and upgraded store décor and improved the product range.

Building from a sound base

Customers surveys show considerable and consistent goodwill and trust towards our pharmacists. Our focus has been on how to extend the expertise, knowledge and care in pharmacology into beauty and general health products, including vitamins and dietary supplements, skin care and men's products.

Tampilan baru, lebih banyak gerai

Kami membuka 29 gerai baru sepanjang tahun 2011 sehingga total jaringan kami berjumlah 231 gerai dengan pertumbuhan penjualan menggembirakan. Pertumbuhan yang lebih pesat berlanjut pada semester kedua, dan ada 10 gerai yang diresmikan dalam dua bulan pertama tahun 2012, saat laporan ini sedang diselesaikan. Kami juga mempercantik dan memperbaiki dekor gerai disamping menambah jenis produk.

Pertumbuhan yang mantap

Survei pelanggan menunjukkan apoteker kami dikenal baik dan dipercaya oleh pelanggan. Fokus kami adalah bagaimana memperluas keahlian, pengetahuan dan perawatan di bidang farmakologi ke bidang kecantikan dan produk kesehatan umum termasuk vitamin dan suplemen makanan, perawatan kulit dan produk untuk pria.

29 NEW OUTLETS

231 TOTAL STORES



▶
EXTENDING
OUR EXPERTISE
KNOWLEDGE AND CARE
INTO BEAUTY AND
HEALTH PRODUCTS.

MEMPERLUAS KEAHLIAN,
PENGETAHUAN DAN
PERAWATAN KE BIDANG
KECANTIKAN DAN
PRODUK KESEHATAN.





A FUTURE

HERO



Daily convenience shopping is arguably the fastest growing retail segment in modern Indonesia, as urban population expands rapidly. A growing middle class with busy working lives have more spending power. Convenience is the key to a lasting relationship.

Starmart is the convenience store business of the Group with 600 employees across a network of 132 stores. We focus on accessible locations mainly in apartments, offices and local neighbourhoods, but also in selected hotels, schools, hospitals and travel locations. We opened 16 new stores in 2011.

Penjualan barang kebutuhan sehari-hari tampaknya mencetak peningkatan paling pesat di sektor usaha eceran Indonesia era modern, hal ini terjadi seiring dengan pesatnya pertumbuhan penduduk perkotaan. Masyarakat kelas menengah yang sibuk bekerja memiliki daya beli yang lebih besar. Kenyamanan merupakan aspek utama terciptanya hubungan yang langgeng.

Starmart adalah *convenience store* di bawah HERO Group dengan mempekerjakan 600 karyawan pada 132 gerai. Kami fokus pada lokasi di kawasan yang mudah dijangkau, khususnya di apartemen, gedung perkantoran dan lingkungan perumahan, serta di sejumlah hotel, sekolah, rumah sakit dan tujuan wisata. Pada tahun 2011 kami membuka 16 gerai baru.



EASY ACCESS,
EVERY DAY

KEMUDAHAN
AKSES SETIAP HARI

At Starmart we serve 225,000 customers a week providing quick and easy access to a range of everyday products and convenience meals, snacks and drinks as well as providing services such as utility bill payments, dry cleaning, mobile phone top-ups and much more. We are here to save customers time with food to eat now or later for breakfast, lunch or dinner. Our convenience range includes newspapers & magazines, tobacco and essential groceries and cleaning products.

In 2011 we experienced strong sales growth and sound profitability. Our future plans include a detailed review and assessment of the current business model, after completing routine customer research, in order to improve and strengthen our positioning relative to the competition. We see substantial growth potential in this segment.

Di Starmart kami melayani 225.000 pelanggan per minggu dan menawarkan kemudahan dalam pembelian berbagai kebutuhan sehari-hari maupun makanan, kudapan dan minuman siap santap juga pembayaran tagihan, binatu, pengisian pulsa dan lainnya. Di tempat kami pelanggan dapat menghemat waktunya dengan membeli makanan untuk disantap di tempat atau nanti untuk sarapan pagi, makan siang atau makan malam. Kebutuhan sehari-hari yang kami tawarkan antara lain koran dan majalah, rokok dan bahan makanan serta produk pembersih.

Pada tahun 2011 kami mengalami pertumbuhan penjualan cukup tinggi dan profitabilitas yang bagus. Kami akan mengkaji dan mengevaluasi model usaha yang sekarang berdasarkan hasil riset rutin konsumen untuk memperbaiki dan memperkuat posisi Perseroan dibanding pesaing. Kami melihat potensi pertumbuhan yang pesat di segmen ini.





SUMBER DAYA MANUSIA

HUMAN RESOURCES

A number of measures were taken in 2011 to ensure the talent pool continues to expand and sufficient resources are channeled into recruitment and training in support of the accelerated store opening programme. The fast track management recruitment process was upgraded and we have doubled the size of our management pool in the last 2 years. Potential candidates are given a more detailed briefing at recruitment days, ensuring they are fully informed about the Group and its prospects in Indonesia together with the wider international scope of Dairy Farm as a member of the Jardine Matheson Group.

Pada tahun 2011 sejumlah inisiatif dilakukan untuk terus menambah jumlah personil, dan Perseroan mengalokasikan sumberdaya yang memadai untuk program penerimaan dan pelatihan karyawan; agar Perseroan tidak kekurangan tenaga kerja berkualitas ketika pembukaan gerai baru terus berlanjut. Proses penerimaan personil untuk mengisi posisi manajemen diperbaiki sehingga dalam 2 tahun terakhir jumlah manajer meningkat dua kali lipat. Calon manajer mendapat pengarahan lebih lengkap pada saat penerimaan karyawan sehingga mereka paham tentang bisnis yang dijalankan HERO Group maupun prospeknya di Indonesia, termasuk Dairy Farm, salah satu anak perusahaan Jardine Matheson Group, yang lingkup usahanya berskala internasional.

ANOTHER BUSY DAY AT GIANT

CLOCKWISE: ❶ SPOT CHECKING EXTERNAL SIGNAGE, PARKING FACILITIES, CUSTOMER SAFETY AND SECURITY ❷ BRIEFINGS FOR NEW SALES PROMOTIONS AND WEEKLY TARGETS ❸ SCRUTINY OF PROCESSING AREAS, FOR HYGIENE AND QUALITY ❹ CHECKING MERCHANDISE DISPLAYS ARE FRESH AND PRICES REASONABLE ❺ DISPLAYS: EFFECTIVE USE OF SHELF SPACE

SEARAH JARUM JAM: ❶ MEMERIKSA PAPAN NAMA DI LUAR GEDUNG, FASILITAS PARKIR SERTA KEAMANAN DAN KESELAMATAN PELANGGAN ❷ PENGARAHAN SEPUTAR PROMOSI BARU PENJUALAN DAN TARGET MINGGUAN ❸ PENGECEKAN AREA PEMROSESAN, UNTUK MENJAMIN KEBERSIHAN DAN KUALITAS ❹ MEMERIKSA PENATAAN BARANG, SEBERAPA SEGAR DAN HARGA YANG WAJAR ❺ ETALASE: RAK DIMANFAATKAN SEEFKTIF MUNGKIN



In addition to the MIT (Management In Training) recruitment we have added a leadership programme aimed at masters graduates. Six month intensive training programmes cover all operations at store level, while functional heads, take time out from their normal duties to conduct training sessions, bringing day to day experience direct into the classrooms at our Learning Career and Development centre which handles over 7,000 employees a year. We have also upgraded our information systems to support improved planning. Every department head is given instant access to the career records of his team.

Selain penerimaan pegawai melalui jalur MIT (*Management In Training*), kami juga mengadakan program pelatihan kepemimpinan ditujukan bagi lulusan program strata dua atau pemegang gelar magister. Program ini berlangsung intensif selama enam bulan dan mencakup semua aspek kegiatan operasional di gerai. Kepala bagian menyisihkan waktu dari tugas mereka sehari-hari untuk memberikan pelatihan, berbagi tentang pengalaman mereka sehari-hari kepada para peserta di kelas di pusat Pendidikan dan Pengembangan Karir, yang menangani lebih dari 7.000 karyawan setahunnya. Kami juga meningkatkan sistem informasi agar proses perencanaan berjalan lebih baik; setiap kepala departemen dapat mengakses langsung catatan terkait perkembangan karir semua personil dalam timnya.

OVER

7,000 TRAINING SESSIONS

career model

MODEL KARIR

Arief Nasrudin, Chief Operating Director, Giant Supermarkets has one of the most demanding roles in HERO Group today. His career has spanned 17 years, from Assistant manager to Store manager, from special Project manager to his current role in overseeing an aggressive store expansion plan. Five days a week he is on the road, inspecting and advising, reviewing performance and understanding the trends in South East Asia's largest retail market.

A vital part of his routine between store visits is at the HERO Learning, Career and Development Centre - where, as a former management trainee himself, he gives classes to the managers of the future. "There is no substitute for hard earned experience" says Arief, "and this is my opportunity to encourage our graduates that there is a lot of interesting learning, outside the lecture room."

Salah seorang yang mengemban tanggung jawab paling berat di HERO Group saat ini adalah **Arief Nasrudin**, *Chief Operating Director* Giant Supermarket. Dia telah 17 tahun berkarir di Perseroan, mulai dari asisten manajer hingga manajer toko, dari manajer proyek khusus hingga jabatannya sekarang mengawasi rencana ekspansi besar-besaran yang dijalankan Perseroan. Dia terjun ke lapangan 5 hari dalam seminggu, melakukan inspeksi dan memberikan konsultasi, mengevaluasi kinerja dan mempelajari tren yang tengah berkembang di pasar ritel terbesar se-Asia Tenggara.

Dan selain mendatangi gerai yang ada, Arief yang dulunya juga *management trainee*, ikut memberikan pelatihan kepada calon manajer di HERO *Learning Career and Development Centre*. "Untuk mendapatkan pengalaman, mau tidak mau kita harus terjun ke lapangan," kata Arief, "dan ini merupakan kesempatan bagi saya untuk memberi semangat kepada peserta pelatihan bahwa banyak hal menarik yang dapat dipelajari di luar kelas."



▶
SEE ARIEF'S BUSY
DAY, PAGE 51

KESIBUKAN
HARIAN ARIEF,
HALAMAN 51



PEMBAHASAN MANAJEMEN DAN ANALISA
KONDISI KEUANGAN SERTA HASIL USAHA

MANAGEMENTS DISCUSSION AND ANALYSIS OF FINANCIAL CONDITION AND RESULTS OF



OVERVIEW

The retail sector has had a promising year, rising with consumer confidence against a backdrop of low inflation, down from 7% in December 2010 to 3.8% a year later, lower interest rates and sound GDP growth, despite the worsening global economic conditions. Combining positive market conditions with the culmination of strategic changes at HERO group over the past 2 years, has produced encouraging results.

Unlike several of its neighbours, Indonesia remains to a large degree insulated by its substantial commodity and resource base coupled with a large and young domestic market. On the heels of Indonesia's recent re-rating to investment grade, Government follow through on infrastructure investment plans is essential in order to meet consumer expectations and sustain the current growth levels.

STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME

Net revenues

HERO Group continued the strong sales progression of recent years with the fourth successive improvement in net sales, being a rise of 17% to Rp 8,952 billion in 2011. Store numbers increased 9% over the course of the year to 533 outlets, the increase incorporating the opening of 61 new stores, 5 conversions and 5 upgraded HERO supermarkets, as well as some closures. The additions included 2 hypermarkets and 14 supermarkets. Same store sales growth was sound. In general, greater consumer confidence driven by underlying improvement in the economy alongside a number of highly successful promotions, helped increased store footfall.

SEKILAS TENTANG PERSEROAN

Sektor usaha eceran mempunyai tahun yang menjanjikan, meningkat seiring dengan menguatnya tingkat kepercayaan konsumen, didukung dengan inflasi yang rendah, turun dari 7% pada Desember 2010 menjadi 3,8% setahun kemudian, penurunan suku bunga dan kenaikan PDB yang cukup tinggi di tengah kondisi perekonomian dunia yang semakin memprihatinkan. Kondisi pasar yang menggembirakan dan perubahan strategis yang dilakukan HERO Group dalam 2 tahun terakhir membuat Perseroan mampu mencetak kinerja yang bagus.

Berbeda dengan beberapa negara tetangga, Indonesia tampaknya tidak banyak terkena imbas krisis karena memiliki sumber daya dan komoditas yang melimpah serta pasar dalam negeri yang besar dan didominasi konsumen usia muda. Perbaikan peringkat investasi di Indonesia belum lama ini harus diimbangi pemerintah dengan mengucurkan dana untuk berbagai proyek pembangunan infrastruktur yang penting untuk memenuhi harapan konsumen dan mempertahankan angka pertumbuhan ekonomi.

LAPORAN LABA-RUGI KOMPREHENSIF

Pendapatan bersih

HERO Group terus mampu meningkatkan penjualan selama empat tahun terakhir, dan pada tahun 2011 ini berhasil membukukan penjualan bersih meningkat 17% menjadi Rp 8.952 miliar. Jumlah gerai bertambah 9% pada tahun 2011 menjadi 533 gerai; meliputi 61 gerai baru, 5 gerai berganti format, 5 gerai supermarket HERO yang dipercantik, beberapa ditutup. Penambahan gerai mencakup 2 hypermarket dan 14 supermarket. Kenaikan jumlah penjualan gerai lainnya cukup tinggi. Secara umum, menguatnya kepercayaan konsumen yang dipicu oleh membaiknya kondisi perekonomian dan keberhasilan program promosi berhasil membuat jumlah pengunjung ke gerai meningkat.

Our hypermarket model has continued reliably to deliver the largest contribution to total revenues, while expansion of Giant Supermarket has also been highly effective. Over the same period we have expanded Guardian and rationalized the HERO format, utilizing a smaller store base but with higher basket values.

Cost of revenues was 18% higher primarily from increased purchases for 2011 in the context of the increased store base and higher demand. Gross profit margin was slightly lower at 24% largely from higher purchases as we grew our store base.

Operating Income

Operating income grew 17% to Rp 384 billion reflecting the increase in gross profit by 14% to Rp 2,142 billion due to increased retail sales, offset by 12% growth in General and Administrative expenses to Rp 1,570 billion, primarily salary increases, plus depreciation, and 10% higher selling expenses comprising higher transport costs and an 8% increase in advertising and promotion.

Profit for the year

Finance costs were 32% lower at Rp 26 billion largely due to lower interest rates prevailing, as the level of bank borrowings was relatively unchanged. Profit for the year and total comprehensive income for the year grew by 23% to Rp 274 billion or Rp 83 basic earnings per share.

Gerai dengan format hypermarket masih memberikan kontribusi terbesar terhadap jumlah pendapatan sementara penambahan gerai dengan format Giant Supermarket terbukti sangat baik. Dalam kurun waktu yang sama kami juga memperluas jaringan gerai Guardian, mengurangi jumlah gerai HERO, dan meningkatkan kinerja gerai berformat lebih kecil namun nilai per keranjang belanja lebih tinggi.

Beban pokok pendapatan naik 18% terutama karena jumlah pembelian pada tahun 2011 meningkat seiring bertambahnya jumlah gerai dan permintaan yang lebih tinggi. Marjin laba kotor sedikit menurun menjadi 24% karena kami harus melakukan lebih banyak pembelian untuk memenuhi kebutuhan gerai yang jumlahnya terus meningkat.

Laba Usaha

Laba usaha meningkat 17% menjadi Rp 384 miliar disebabkan oleh kenaikan laba kotor sebesar 14% menjadi Rp 2.142 miliar karena peningkatan penjualan dan *dioffset* dengan kenaikan Beban Umum dan Administrasi sebesar 12% menjadi Rp 1.570 miliar, yang terutama berasal dari peningkatan pembayaran gaji dan penyusutan, serta beban penjualan naik 10% karena peningkatan biaya pengiriman, dan kenaikan sebesar 8% biaya promosi dan iklan.

Laba tahun berjalan

Beban keuangan turun 32% menjadi Rp 26 miliar sehubungan penurunan suku bunga, sebab jumlah pinjaman relatif tidak berubah. Laba tahun berjalan dan jumlah pendapatan komprehensif yang dibukukan Perseroan tahun ini mengalami kenaikan 23% menjadi Rp 274 miliar atau setara Rp 83 per saham dasar.

FINANCIAL POSITION

Assets

Total assets year on year were 19% higher at Rp 3,720 billion principally reflecting the increase in trade and working capital.

Current assets grew 23% to Rp 1,718 billion reflecting a 32% increase in inventories at close of the year to Rp 1,209 and almost a doubling of trade receivables from third parties to Rp 162 billion.

Non-current assets grew 16% to Rp 2,002 billion, being increases in prepaid expenses and advances for acquisition of fixed assets, additions of new premises, equipment and vehicles.

Liabilities

The rise of 19% in the level of current liabilities to Rp 2,102 billion included higher trade payables to third parties up 27% to Rp 1,143 billion year-on-year, in line with increased business activity. For the same reason accruals were higher, in respect of taxes and employee costs, among other items.

Bank loans at Rp 383 billion were marginally higher against the previous year's closing level of Rp 375 billion. The Company is conservatively geared with net debt expressed as a percentage of equity, at 20% versus 17% in 2010.

Equity

The increase in total equity at reporting date to Rp 1,422 billion was attributable to the amount of retained earnings for the year.

POSISI KEUANGAN

Aset

Total aset meningkat 19% dibandingkan tahun sebelumnya menjadi Rp 3.720 miliar karena adanya tambahan modal kerja dan usaha.

Aset lancar naik 23% menjadi Rp 1.718 miliar mencerminkan 32% kenaikan persediaan pada akhir tahun menjadi Rp 1.209 miliar dan peningkatan piutang usaha pada pihak ketiga hingga dua kali lipat menjadi Rp 162 miliar.

Aset tidak lancar mengalami kenaikan 16% menjadi Rp 2.002 miliar yang berasal dari beban dibayar dimuka dan uang muka perolehan aset tetap, penambahan gerai baru, peralatan dan kendaraan.

Liabilitas

Liabilitas jangka pendek naik 19% menjadi Rp 2.102 miliar termasuk kenaikan utang usaha ke pihak ketiga sebesar 27% dibandingkan tahun sebelumnya menjadi Rp 1.143 miliar, seiring dengan peningkatan kegiatan usaha. Kondisi ini ikut menaikkan angka akrual yang antara lain berupa pajak dan beban karyawan.

Pinjaman bank Rp 383 miliar, sedikit lebih tinggi dibanding tahun sebelumnya Rp 375 miliar. Rasio pinjaman terhadap ekuitas masih pada batas yang wajar, yakni 20% dibanding 17% tahun 2010.

Ekuitas

Kenaikan total ekuitas per tanggal pelaporan menjadi Rp 1,422 miliar disebabkan oleh laba tahun ini.

CASHFLOW STATEMENT

Cash generated from operations in 2011 was Rp 502 billion with net cash provided from operating activities at Rp 434 billion, after deducting net interest charges and payment of income tax.

A total of Rp 518 billion was used in investing activities with net Rp 75 billion in financing repayments. The net decrease in cash in 2011 was Rp 159 billion and the closing cash balance stood at Rp 20 billion.

Subsequent Event

At an Extraordinary Meeting held on January 6th 2012, shareholder approval was obtained for a 10 for 1 share split, increasing the authorized share capital to 9,000,000,000 shares and the issued share capital to 3,294,200,000 shares at a par value of Rp 50 per share.

LAPORAN ARUS KAS


Kas yang berasal dari aktivitas operasi pada tahun 2011 tercatat sebesar Rp 502 miliar, dan kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi Rp 434 miliar setelah dikurangi beban bunga bersih dan pembayaran pajak penghasilan.

Kas bersih digunakan untuk aktivitas investasi mencapai Rp 518 miliar dan kas bersih digunakan untuk aktivitas pendanaan sebesar Rp 75 miliar. Penurunan bersih kas adalah sebesar Rp 159 miliar sedangkan saldo kas pada tahun 2011 tercatat Rp 20 miliar.

Peristiwa setelah periode pelaporan

Pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa yang berlangsung pada 6 Januari 2012, Perseroan mendapat persetujuan dari pemegang saham untuk melakukan pemecahan saham dari 1 menjadi 10 sehingga modal dasar Perseroan meningkat menjadi 9.000.000.000 saham dan modal ditempatkan menjadi 3.294.200.000 saham dengan nilai nominal Rp 50 per saham.





TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

“Small Money, Big Hopes”

The ‘Small Money, Big Hopes’ charity programme, launched in 2008, transparently collects donations from customers for charitable foundations, which are selected by a committee formed by our customers, employees and independent members of the Board of Commissioners. In 2011, a total of Rp 1,802 million was generously donated by our customers to the following charities:

**“Uang Kecil, Harapan Besar”**

Program ‘Uang Kecil Harapan Besar’ yang diluncurkan tahun 2008 berhasil mengumpulkan sumbangan sukarela dari pelanggan dengan cara yang transparan yang disumbangkan kepada yayasan/badan amal yang dipilih oleh sebuah komite yang terdiri dari pelanggan, karyawan dan anggota Dewan Komisaris yang independen. Pada tahun 2011, total Rp 1.802 juta disumbangkan oleh pelanggan kami kepada yayasan berikut:

Charity/ Kegiatan Amal	Period/ Periode	Amount (Rp million)/ Jumlah (Rp juta)	Activities	Aktivitas
Planting the Nation's Seeds programme, run by Indonesia Heritage Foundation. Program ‘Semai Benih Bangsa’ -Yayasan Warisan Nilai Luhur Indonesia.	Jan-Mar	514	Character-based holistic education training programme for kindergarten-level teachers from underprivileged schools. The training was attended by 40 teachers from 20 schools across several regions of Indonesia. The programme successfully builds the character of young children.	Program pelatihan pendidikan holistik berbasis karakter bagi guru-guru setingkat TK dari sekolah kurang mampu. Pelatihan ini diikuti oleh 40 orang guru dari 20 sekolah dari beberapa wilayah di Indonesia. Program ini berguna untuk pendidikan karakter bagi anak usia dini.
Community for Children with Cancer. Yayasan Pita Kuning Anak Indonesia.	Apr-Jun	570	Developing a modified education system for children with cancer through Semai Benih Bangsa Pita Kuning Kindergarten. The focus is on holistic character education and development of skills in subjects including computing, music, handicrafts and English.	Mengembangkan sistem pendidikan yang dimodifikasi khusus bagi anak-anak penderita kanker melalui TK Semai Benih Bangsa Pita Kuning. Tujuan yayasan ini untuk melakukan pendidikan karakter secara holistik dan pengembangan diri anak melalui peningkatan ketrampilan mereka seperti belajar komputer, alat musik, kerajinan tangan dan bahasa Inggris.
Indonesia Hope Foundation. Yayasan Hope Indonesia.	Jul-Oct	718	Free Computer Training Programme, conducted for underprivileged teenagers, through the opening of 2 Free Computer Training Centres in East Jakarta and Tangerang.	Program Pendidikan Komputer Gratis bagi anak remaja yang kurang mampu dengan membuka 2 lokasi Pelatihan Komputer Gratis di Jakarta Timur dan Tangerang.
	Total	1,802		



Sekolah Bisa!

The Group has been working with the British International School, Jakarta, to develop a sustainable free school for Indonesian children who were previously unable to afford education.

Opened in April 2011 Sekolah Bisa! is uniquely designed, environmentally friendly, carbon-neutral and essentially 'wall-less'. It now provides schooling, 5 days a week, for nearly 30 underprivileged children, aged 7 to 13 years, from the Bulakan neighbourhood in Bintaro, which lies adjacent to the Pondok Indah toll road.

Sekolah Bisa!

HERO Group bekerja sama dengan British International School Jakarta (BIS) mengembangkan sekolah gratis bagi anak-anak Indonesia yang tidak mampu bersekolah.

Sekolah Bisa! dibuka pada April 2011. Dirancang secara unik, ramah lingkungan, bebas karbon dan secara mendasar tidak ber dinding. Pendidikan diselenggarakan 5 hari dalam seminggu untuk 30 anak-anak tidak mampu yang berusia antara 7-13 tahun, yang berasal dari daerah Bulakan di sekitar area Bintaro, yang berbatasan dengan jalan tol menuju Pondok Indah.



Eco-friendly bags

After pioneering the introduction of eco-friendly bags in 2006, the Company has gone on to introduce several types of "green" bags, including a bag that is biodegradable within 2 years. The Company has received an award from the Jakarta Provincial Government for using biodegradable bags across all of its outlets.

Tas Ramah Lingkungan

Setelah memelopori tas ramah lingkungan pada tahun 2006, Perseroan juga meluncurkan beberapa tas ramah lingkungan yang antara lain tas *bio-degradable* yang dapat terurai dalam 2 tahun. Perseroan mendapat penghargaan dari Pemerintah Daerah karena menggunakan tas *bio-degradable* pada seluruh format bisnis Perseroan.

Discount markets

During the festive periods of Idul Fitri, Christmas and New Year, the Company regularly provides heavily discounted basic food items at special markets to support underprivileged communities. This is done in conjunction with the local government and the Ministry of Trade.

Pasar Murah

Menjelang hari raya Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru, Perseroan secara reguler memberikan diskon besar untuk bahan kebutuhan pokok guna menyokong masyarakat kurang mampu yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah setempat dan Kementerian Perdagangan.



Giant Pulang Kampung

For the post-Ramadhan holiday period of Lebaran, when city dwellers traditionally return to their hometowns, Giant Hypermarkets and Supermarkets have been providing free transport for their most loyal customers since 2009.

Giant Pulang Kampung

Menjelang hari Raya Idul Fitri ketika penduduk perkotaan secara tradisi pulang kampung Giant Hypermarket dan Supermarket menyediakan transportasi gratis pulang kampung bagi pelanggan setianya sejak tahun 2009.

In 2011, some 200 buses transported 9,000 customers from Greater Jakarta and 1,000 from Surabaya-Sidoarjo (East Java) to more than 30 destinations in Java.

Pada tahun 2011, 200 bus mengantarkan 9.000 pelanggan dari Jabodetabek dan 1.000 pelanggan dari Surabaya-Sidoarjo (Jawa Timur) Pulang ke Kampung halaman di lebih dari 30 kota tujuan di pulau Jawa.

For every purchase of Rp 100,000, a customer will receive 1 Pulang Kampung point. After collecting 15 points, customers can redeem them for a Pulang Kampung ticket.

Setiap berbelanja Rp 100.000, konsumen akan memperoleh 1 poin program Pulang Kampung. Bila sudah terkumpul 15 poin, dapat ditukarkan dengan 1 tiket pulang kampung.

Top Brands programme and Local Fresh Farmer of the Year awards.

Launched in 2008, the Top Brands programme was designed to increase sales of brand partners across all Group outlets. There were 2 categories in 2011, Best of the Best and People's Choice, with 3 evaluation aspects: Creative Display, Innovative In-Store Activity and Sales Growth.

Program HERO Merek Terkenal dan Penghargaan untuk Petani

Penghargaan HERO Merek Terkenal pertama kali diluncurkan tahun 2008 dengan tujuan untuk membantu meningkatkan penjualan mitra pemegang merek di seluruh gerai HERO Group. Di tahun 2011 terdapat 2 kategori yaitu *Best of the Best* dan *People Choice* yang dinilai berdasarkan 3 kriteria: *Creative Display*, *Innovative In-Store Activity* dan *Sales Growth*.

'Local Fresh Farmer of the Year' awards were presented to farmers who have supported the availability of fresh produce across our stores. The Company also presented a 'Gratitude Award for HERO Founder' to the family of HERO Supermarket's founders in recognition of their pioneering of the first self-service shopping concept in Indonesia.

Penghargaan 'Local Fresh Farmer of the Year' diberikan kepada para petani yang telah mendukung ketersediaan produk segar di seluruh gerai HERO. Perseroan juga memberikan penghargaan 'Gratitude Award for HERO Founder' didedikasikan kepada keluarga pendiri HERO Supermarket yang telah menggagas konsep *self-service* pertama di Indonesia.



LAPORAN KOMITE AUDIT

AUDIT COMMITTEE REPORT

The Audit Committee of the Company consists of 3 independent members, including the Chairman of the Audit Committee who also acts as the Independent Commissioner of the Company.

The Audit Committee structure since June 2009 is as follows:

Chairman

Erry Riyana Hardjapamekas

Member

Lindawati Gani

Sidharta Utama

Pursuant to Indonesian stock market regulator Bapepam-LK regulation No. IX.I.5 regarding the Formation of and Operational Guidelines for Audit Committees, attached to the Decision of the Chairman of Bapepam-LK No. Kep-29/PM/2004 dated 24 September 2004, the service period of audit committee members may not be longer than the service period of the Board of Commissioners, although members can be appointed for 1 additional term.

There was no change in the audit committee structure during 2011.

1. **Lindawati Gani**, born in 1962, with Bachelor's Degree in Accounting at the Faculty of Economics, Airlangga University (1985); an MBA at the Institute of Management Development Indonesia (IPMI) (1986); an MM Education in Management Accounting from the Faculty of Economics, University of Indonesia (FEUI) (1994); and a PhD in Management Accounting from FEUI (2002). On June 2011, she is appointed as a full professor at the Faculty of Economics and Business, Universitas Indonesia. Mrs. Lindawati is the Director of Master of Accounting Program and Accounting Profession Education at FEUI and a member of the examiners board of the Certified Professional Management of Accountants (CPMA), member of Governor Board of the Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD) as well as an audit committee member in several companies.

Komite Audit Perseroan terdiri dari 3 anggota independen termasuk Ketua Komite Audit yang juga menjabat sebagai Komisaris independen Perseroan.

Susunan keanggotaan Komite Audit sejak Juni 2009 adalah sebagai berikut:

Ketua

Erry Riyana Hardjapamekas

Anggota

Lindawati Gani

Sidharta Utama

Sesuai dengan Peraturan Bapepam-LK No. IX.I.5 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit, Lampiran Keputusan Ketua Bapepam-LK No. Kep-29/PM/2004 tertanggal 24 September 2004, periode jabatan anggota Komite Audit tidak boleh lebih panjang dari periode jabatan anggota Dewan Komisaris dan dapat dipilih kembali hanya untuk 1 periode masa jabatan berikutnya.

Tidak ada perubahan dalam susunan keanggotaan Komite Audit selama tahun 2011.

1. **Lindawati Gani**, Lahir tahun 1962, Sarjana bidang Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga (1985), pendidikan MBA di Institut Pengembangan Manajemen Indonesia (IPMI) (1986), pendidikan MM di bidang Akuntansi Manajemen dari Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (FEUI) (1994) dan doktor di bidang Akuntansi Manajemen dari FEUI (2002). Pada Juni 2011 diangkat menjadi Guru Besar Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Beliau adalah Ketua Program Magister Akuntansi dan Pendidikan Profesi Akuntansi FEUI serta anggota dewan penguji *Certified Professional Management Accountant (CPMA)*, anggota Dewan Pembina *Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD)* serta anggota komite audit di beberapa perusahaan.

2. **Sidharta Utama**, Born in 1965, Bachelor Degree in Accounting at the Faculty of Economics University of Indonesia (FEUI) (1987), MBA in Finance and Information systems from Indiana University (1990), and PhD in Accounting from Texas A&M University (1996). He holds a CFA certification from the Institute of Chartered Financial Analyst (1999). Currently, he is a full professor at FEUI, Management Board Chairman of Indonesian Institute for Corporate Directorship, member of Tax Oversight Committee Ministry of Finance, council member of Indonesian Institute of Accountants, audit committee member in several public listed companies in Indonesia and an independent commissioner in a life insurance Company.

During 2011, the Audit Committee held 7 meetings.

All of the meetings were conducted together with:

1. the Board of Commissioners (BOC),
2. Directors and Management (BOD),
3. the Corporate Secretary,
4. Internal Auditors,
5. External Auditors,
6. the Internal Audit Committee,

Attendance at meetings of the Audit Committee in 2011 was as follows:

Name/ Nama	Total meetings/ Jumlah Rapat	Jumlah Kehadiran/ No. Present
Erry Riyana Hardjapamekas	7	4
Lindawati Gani	7	7
Sidharta Utama	7	7

The tasks of the Audit Committee as incorporated in the Company's Audit Committee Charter are to assist the BOC to conduct its monitoring function related to the implementation of good corporate governance including providing independent professional opinions to the BOC on the reports or matters put forward by the BOD to the BOC, and identifying matters requiring the attention of the BOC, which include:

1. Reviewing the external and internal auditors' audit plan and recommending a public accountant to act as the Company's external auditor.

2. **Sidharta Utama**, Lahir tahun 1965, Sarjana bidang Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (FEUI) (1987), MBA di bidang keuangan dan sistem informasi dari Indiana University (1990), dan doktor di bidang akuntansi dari Texas A&M University (1996). Memperoleh sertifikasi CFA dari *Institute of Chartered Financial Analyst* (1999). Saat ini adalah guru besar tetap di FEUI, ketua Pengurus *Indonesian Institute for Corporate Directorship*, anggota Komite Pengawas Perpajakan Kementerian Keuangan, anggota Dewan Pengurus Nasional Ikatan Akuntan Indonesia, anggota komite audit beberapa perusahaan terbuka di Indonesia serta komisaris independen suatu perusahaan asuransi jiwa.

Sepanjang tahun 2011, Komite Audit telah mengadakan pertemuan sebanyak 7 kali .

Pertemuan - pertemuan tersebut dilakukan bersama:

1. Dewan Komisaris,
2. Direksi dan Manajemen,
3. Sekretaris Perusahaan,
4. Auditor Internal,
5. Auditor Eksternal,
6. Internal Komite Audit

Jumlah kehadiran para anggota Komite Audit dalam Rapat yang dilakukan selama tahun 2011 adalah sebagai berikut:

Tugas Komite Audit seperti yang termaktub dalam Piagam Komite Audit Perseroan adalah membantu Dewan Komisaris dalam menjalankan fungsi monitoring sehubungan dengan implementasi *Good Corporate Governance* termasuk memberikan opini profesional yang independen kepada Dewan Komisaris atas laporan atau persoalan yang dikemukakan Direksi kepada Dewan Komisaris, dan mengidentifikasi hal-hal yang memerlukan perhatian dari Dewan Komisaris yang mana termasuk:

1. Mengkaji rencana audit dari Auditor Internal dan Auditor Eksternal termasuk merekomendasikan Kantor Akuntan Publik yang akan bertindak sebagai Auditor Eksternal Perseroan.

2. Monitoring the implementation of the above mentioned audit plans.
3. Reviewing the financial information that will be released by the Company such as Financial Statements and other financial information including the Annual Report.
4. Analyzing and monitoring the Company's compliance with capital market regulations and other rules and regulations in respect of the Company's activities.
5. Analyzing the adequacy of the examination undertaken by the public accountant to ensure that all important risks have been taken into account.
6. Internal Control Systems. The Audit Committee shall ensure that appropriate and adequate mechanisms and processes (i.e. internal control systems) are in place to identify and mitigate any material business risks associated with the organization.
7. Ensuring it is satisfied that financial reporting and operational policies comply with legal requirements and the Company's ethical practices, including the business ethics.
8. Ensuring that appropriate mechanism are in place to identify, address, and manage principal business risks.

In addition to the above-mentioned activities, the Audit Committee also identifies other matters that need the attention of BOC.

The Audit Committee has reviewed and discussed the half yearly and quarterly financial statements with management, and has discussed the plan, implementation, and completion of the audit of the 2011 financial statement with management and the external auditors.

The Audit Committee also encourages management to continue improving information disclosure in accordance with the Statement of Financial Accountings Standards (PSAK) from the Indonesian Institute of Accountants and Indonesian stock market regulator Bapepam-LK rules including the anticipation of the mandatory application of International Financial Reporting Standard (IFRS) implementation; standard financial reporting based on an international standard, which has been applied in Indonesia starting 1 January 2012.

2. Memonitor implementasi dari rencana audit seperti yang disebutkan diatas.
3. Mengkaji informasi keuangan yang akan diedarkan/dikeluarkan oleh Perseroan seperti Laporan Keuangan dan informasi keuangan lainnya termasuk Laporan Tahunan.
4. Menganalisa dan memonitor kepatuhan Perseroan terhadap hukum dan peraturan pasar modal dan peraturan dan aturan lainnya sehubungan dengan kegiatan Perseroan.
5. Menganalisis kecukupan pemeriksaan yang dilakukan oleh Akuntan Publik untuk meyakinkan bahwa semua resiko penting telah diperhitungkan.
6. Sistem kontrol internal. Komite Audit perlu memastikan bahwa mekanisme dan proses yang cukup dan tepat (yaitu sistem kontrol internal) sudah pada tempatnya untuk mengidentifikasi dan memitigasi risiko usaha yang material yang terkait dengan organisasi.
7. Meyakinkan bahwa laporan keuangan dan kebijakan operasional Perseroan telah memenuhi dan sesuai dengan pernyataan hukum dan praktek etika Perseroan, termasuk etika bisnis.
8. Meyakinkan bahwa mekanisme telah diterapkan secara tepat untuk mengidentifikasi, menunjukan dan mengelola risiko usaha pokok.

Selain yang disebutkan diatas, Komite Audit juga mengidentifikasi persoalan-persoalan yang memerlukan perhatian Dewan Komisaris.

Komite Audit telah mengkaji dan mendiskusikan laporan keuangan tengah tahunan dan triwulan dengan manajemen, serta membahas rencana, pelaksanaan, dan penyelesaian audit laporan keuangan tahun 2011 dengan manajemen dan auditor eksternal.

Komite Audit juga mendorong manajemen untuk terus meningkatkan keterbukaan informasi sesuai PSAK (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan) dan aturan Bapepam-LK termasuk mengantisipasi PSAK-PSAK baru yang didasarkan pada IFRS (*International Financial Reporting Standard*) yang telah diaplikasikan di Indonesia efektif 1 Januari 2012.

The Audit Committee opined that the External Auditor is professional, independent and objective in carrying out the audit work and open to discuss issues related to the implementation of the audit or the application of financial accounting standards.

The Audit Committee has discussed the internal audit working program and the major findings of internal audit with management, and emphasized the corrective follow-up actions.

The Audit Committee supports management's efforts to empower the internal audit function, including the formation of the Internal Audit Charter that is consistent with Bapepam-LK rules and principles of Good Corporate Governance.

The Audit Committee continuous to encourage the consistent application of risk management.

Komite Audit berpandangan bahwa Auditor Eksternal cukup profesional, independen dan obyektif dalam melaksanakan pekerjaan auditnya serta terbuka dalam mendiskusikan masalah yang terkait dengan pelaksanaan audit atau aplikasi standar akuntansi keuangan.

Komite Audit telah membahas program kerja audit internal serta temuan-temuan utama audit internal dengan manajemen, serta menekankan tindak lanjut korektifnya.

Komite Audit mendukung upaya manajemen untuk pemberdayaan fungsi audit internal, termasuk penetapan Piagam Internal Audit yang konsisten dengan aturan Bapepam-LK dan prinsip *Good Corporate Governance*.

Komite Audit terus menerus mendorong penerapan manajemen risiko yang berkesinambungan.

Jakarta, 17 Februari 2012



Erry Riyana Hardjapamekas
Chairman/ Ketua



Lindawati Gani
Member/ Anggota



Sidharta Utama
Member/ Anggota





TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

The Company continues to improve the adherence to Good Corporate Governance practices.

Ethics and Code of Conduct

The Company and its employees operate and act in accordance with the Company's Ethics and Code of Conduct which is applicable to all business format. It contains among others a statement of the Company policy in relation to a number of specific topics such as in relation to illicit payments, favor and gifts, conflict of interest, etc.

Boards Composition, Functions and Meetings

Pursuant to the Articles of Association of the Company, the Board of Commissioners shall comprise at least 3 members, whilst the Directors shall consist of at least 3 and at most 7 members.

At the year end 2011, the Board of Commissioners of the Company consisted of 6 members including a President Commissioner and 2 independent Commissioners. The Directors of the Company consisted of 4 members including a President Director. The Directors are in charge of the daily management of the Company. The Board of Commissioners supervises the Company and provides advice to the Directors.

During 2011, the Board of Commissioners held 2 meetings excluding meetings with the Audit Committee and Directors. The Directors conduct weekly meetings with senior management to review the Company's operation and financial performance. All the meetings were held with the required quorum present.

Audit Committee

The Audit Committee reports to and assists the Board of Commissioners to monitor and review the risk management and internal controls of the Company. The Audit Committee also provides inputs to the Directors and works closely with the internal and external auditors. The Audit Committee Charter governs the way the Audit Committee conduct its duties and responsibilities. The 2011 report of the Audit Committee is annexed in this Annual Report.

Perseroan terus berusaha untuk meningkatkan kepatuhan terhadap tata kelola perusahaan yang baik.

Kode Etik dan Perilaku

Perseroan dan karyawannya menjalankan dan bertindak sesuai dengan kode etik dan perilaku Perseroan yang berlaku untuk semua format bisnis. Di dalamnya antara lain memuat kebijakan umum Perseroan sehubungan dengan sejumlah topik khusus yang antara lain berhubungan dengan pembayaran tidak resmi, jasa dan hadiah, benturan kepentingan, dan lain sebagainya.

Komposisi, Fungsi dan Rapat Perseroan

Menurut Anggaran Dasar Perseroan, Dewan Komisaris terdiri atas sedikitnya 3 anggota Dewan Komisaris. Sementara Direksi terdiri atas sedikitnya 3 anggota Direksi dan sebanyak-banyaknya 7 anggota Direksi.

Pada akhir tahun 2011, Dewan Komisaris Perseroan terdiri dari 6 anggota termasuk Presiden Komisaris dan 2 Komisaris Independen. Direksi Perseroan terdiri dari 4 anggota termasuk Presiden Direktur. Direksi melakukan pengurusan atas kegiatan manajemen sehari-hari Perseroan. Dewan Komisaris melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada Direksi.

Selama tahun 2011, Dewan Komisaris mengadakan 2 kali rapat tidak termasuk rapat dengan Komite Audit dan Direksi. Direksi mengadakan rapat mingguan dengan manajemen senior untuk mengkaji operasional dan kinerja keuangan Perseroan. Semua rapat dihadiri sesuai dengan korum yang diperlukan.

Komite Audit

Komite Audit melapor dan membantu Dewan Komisaris untuk memonitor dan mengkaji manajemen risiko dan pengawasan internal Perseroan. Komite Audit juga memberikan masukan-masukan kepada Direksi dan bekerja secara erat dengan auditor internal dan eksternal. Piagam Komite Audit mengatur cara Komite Audit menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Laporan Komite Audit 2011 dilampirkan di laporan tahunan ini.

Risk Management Committee

One of the key aspects of effective corporate governance is the formulation and execution of a risk management framework. The Company's framework is designed to identify, quantify, prioritize and assign a risk owner to each key risk identified. This framework covers the financial, operational and strategic risks and is regularly monitored.

Internal Audit

The Vision of the Company's Internal Audit is to support the policies of the Directors in order to achieve their objectives through sound controls in effective and efficient business processes.

The function, role and authority of the Company's Internal Audit includes:

1. To nurture good corporate governance and a supervision culture in the Company and to audit operations of the Company.
2. To add value and improve the entire business operations independently, evaluate and consult with management regarding the internal control processes and risk management, reporting the result to the management, Directors and Audit Committee.
3. To recommend corrective actions to be approved and followed up by management in connection with the audit findings, and report progress to the management, Directors and Audit Committee.
4. To have access to all documents and records of the Company, make enquiries and seek explanations reasonably necessary in order to conduct audit activities fully.

Internal Audit reports directly to the President Director and the Audit Committee with a coordinating line to the Chief Financial Officer. The Head of Internal Audit reports the activities of Internal Audit to the Management and Audit Committee Group, is appointed and dismissed by the President Director, after consulting the Audit Committee.

Komite Manajemen Risiko

Salah satu aspek kunci tata kelola perusahaan yang efektif adalah formulasi dan eksekusi dari kerangka manajemen risiko. Kerangka ini dibentuk untuk mengidentifikasi, mengkuantifikasi, memprioritaskan dan menugaskan pemilik risiko terhadap masing-masing risiko kunci yang diidentifikasi. Kerangka ini meliputi risiko keuangan, operasional dan strategis dan dimonitor secara reguler.

Audit Internal

Visi Audit Internal Perseroan adalah mendukung kebijakan-kebijakan Direksi dalam mencapai tujuan-tujuan Perseroan melalui kontrol proses bisnis yang efektif dan efisien.

Fungsi, peranan dan wewenang Audit Internal Perseroan termasuk:

1. Mendorong terciptanya tata kelola perusahaan dan pengawasan di Perseroan dan melakukan audit atas seluruh operasi Perseroan
2. Memberikan nilai tambah dan memperbaiki seluruh operasi bisnis secara independen, mengevaluasi dan melakukan konsultasi dengan manajemen sehubungan dengan proses pengendalian internal dan manajemen risiko serta melaporkan hasil dari kegiatan tersebut kepada Manajemen, Direksi dan Komite Audit.
3. Merekomendasikan tindakan perbaikan untuk disetujui dan ditindak lanjuti oleh Manajemen sehubungan dengan temuan audit, dan melaporkan status perbaikan tersebut kepada Manajemen, Direksi dan Komite Audit.
4. Memiliki akses terhadap seluruh dokumen dan pencatatan Perseroan, dan meminta penjelasan yang wajar yang dibutuhkan dalam rangka melakukan kegiatan audit.

Audit Internal melapor langsung kepada Presiden Direktur dan Komite Audit dengan garis koordinasi kepada *Chief Financial Officer*. Kepala Internal Audit melaporkan seluruh kegiatan audit internal kepada Manajemen dan grup Komite Audit, ditunjuk dan diberhentikan oleh Presiden Direktur, setelah berkonsultasi dengan Komite Audit.

Details on duties and responsibilities of Internal Audit are listed in the Audit Charter which is reviewed periodically to comply with regulations and latest audit practices.

General Meeting of Shareholders

In 2011, the Company held one Annual General Meeting of Shareholders which approved 2010 Annual Report of the Company and ratification of 2010 Financial Statements of the Company, determined the 2010 profit usage of the Company, appointment of Public Accountant for book year 2011 and changes in Board of Commissioners and Directors' structure.

Corporate Secretary

The Corporate Secretary continuously monitors and advises the Board of Commissioners, Directors and senior management regarding capital market, corporate and commercial law including relevant rules and regulations which impact the Company business and activities and also monitors news alerts pertaining to industry, corporate and legal issues which are relevant to the Company's business activities.

BOARD OF COMMISSIONERS' PROFILE

Ipung Kurnia, President Commissioner. Born in 1963. Appointed President Commissioner of the Company in December 2008. He received a Bachelor's Degree in Marketing from Simon Fraser University, Canada in 1986 and holds a MBA Degree in Business and Finance from City University, Canada. He also attended the Advanced Management Program at Harvard Business School, Boston, United States, in 1999. Prior to his appointment as President Commissioner, he served as Commissioner (June 2008), President Director (1992 - 2008) and Director of the Company (1989 - 1992). He is a member of the Supervisory Board of the Indonesian Retail and Merchants Association (APRINDO).

Ali Darwin, Independent Commissioner. Born in 1949. Appointed Independent Commissioner in June 2004. He received a Bachelor's Degree in Accounting from the Institut Ilmu Keuangan/ Institute of Finance (IIK), Ministry of Finance, in 1973 and Registered Accountant certification from Sekolah Tinggi Akuntansi Negara / State College of Accountancy (STAN) in 1985. He also holds a Master's Degree in Management from the London Business School, England, which he received in 1995. He attended the Program for Management

Tugas dan tanggung jawab Internal Audit tercantum dalam Piagam Internal Audit yang secara periodik dikaji untuk disesuaikan dengan kebijakan dan praktek audit yang berlaku.

Rapat Umum Pemegang Saham

Pada tahun 2011, Perseroan mengadakan satu kali Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan yang menyetujui Laporan Tahunan Perseroan 2010 dan pengesahan Laporan Keuangan Perseroan 2010, penetapan penggunaan laba Perseroan 2010, penunjukan Akuntan Publik untuk tahun buku 2011 dan perubahan susunan anggota Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan.

Sekretaris Perusahaan

Sekretaris Perusahaan terus menerus memonitor dan memberikan advis kepada Dewan Komisaris, Direksi dan Manajemen tentang hukum pasar modal, hukum dagang dan hukum perusahaan termasuk peraturan dan perundang-undangan yang relevan yang memberikan dampak terhadap usaha dan aktivitas Perseroan dan juga memonitor berita-berita yang berhubungan dengan industri, Perseroan dan masalah hukum yang relevan terhadap kegiatan usaha Perseroan.

PROFIL DEWAN KOMISARIS

Ipung Kurnia, Presiden Komisaris. Lahir tahun 1963. Diangkat sebagai Presiden Komisaris Perseroan sejak Desember 2008. Memperoleh *Bachelor Degree* di bidang Marketing dari Universitas Simon Fraser, Canada (1986) dan MBA di bidang *Business and Finance* dari Universitas City, Canada. Mengikuti *Advanced Management Program* di *Harvard Business School*, Boston, USA (1999). Sebelum diangkat menjadi Presiden Komisaris, menjabat sebagai Komisaris (Juni 2008), Presiden Direktur (1992 - 2008) dan Direktur Perseroan (1989 - 1992). Selain itu juga menjabat sebagai anggota Dewan Pembina APRINDO (Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia).

Ali Darwin, Komisaris Independen. Lahir tahun 1949. Diangkat sebagai Komisaris Independen sejak Juni 2004. Memperoleh Sarjana Muda Akuntansi dari Institut Ilmu Keuangan (IIK), Departemen Keuangan (1973) dan Diploma Akuntan (Ak) dari Sekolah Tinggi Akuntansi Negara - STAN (1985). Memperoleh gelar MSc jurusan Manajemen dari London Business School, UK (1995). Mengikuti pelatihan eksekutif '*Program for Management Development (PMD)*' di *Harvard Business School*, Boston, AS. (1993).

Development at Harvard Business School, Boston, United States, in 1993. His prior experience includes working for the Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan Republik Indonesia/Finance and Development Supervisory Agency (BPKP) and Finance Director of PT Timah Tbk (1996 - 2002). In 2003, he joined PT Aneka Gas Industri as Vice President Director and as of June 2004 became Vice President Commissioner. In professional organization, acts as the Chairman of the Indonesian Institute of Management Accountants (IAMI) (2002-2010), Council member of the Indonesian Institute of Accountants (IAI) (2002-2010) and Board member of the Indonesia Financial Executives Association (IFEA). Besides that, also acts as the Chairman and Executive Director of the National Center for Sustainability Reporting (NCSR) and Council Member of Global Reporting Initiative (GRI), Amsterdam, the Netherland.

Erry Riyana Hardjapamekas, Independent Commissioner. Born in 1949. Appointed as Independent Commissioner and Chairman of the Audit Committee since June 2009. He has more than 20 years corporate experience at the Senior Level. Among other his previous positions was President Commissioner of PT Bank BNI Tbk, Deputy Chairman of Corruption Eradication Commission (KPK), Finance Director and President Director of PT Timah Tbk, Chief of the Accounting Division of PT Tambang Batubara Bukit Asam, President Commissioner of Bursa Efek Jakarta (now called 'Bursa Efek Indonesia'), Commissioner of PT Pembangunan Jaya Ancol, PT Semen Cibinong Tbk, etc. He is also Independent Commissioner of PT Tirta Investama Tbk, PT ABM Investama and PT Weda Bay Nickel.

Appointed in February 2008 by the President of Republic Indonesia as the Chairman of the National Team of Military Business Transfer. In July 2008, was appointed as Chairman of Founding Committee of the UI (University of Indonesia) Center for the Study of Governance. Since November 2010 as Chairman of The Independent National Bureaucracy Reform responsible to the steering committee chaired by the Vice President.

He holds a Bachelor's Degree in Accounting from Padjadjaran University in Bandung and has attended various intensive training/courses, including financial management course at Harvard Business School.

Pengalaman kerja sebelumnya meliputi Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan Republik Indonesia (BPKP) dan Direktur Keuangan PT Timah Tbk (1996-2002). Kemudian pada tahun 2003 bergabung dengan PT Aneka Gas Industri sebagai Wakil Direktur Utama dan sejak Juni 2004 menjabat sebagai Wakil Komisaris Utama. Dalam organisasi profesi, menjabat sebagai Ketua Institut Akuntan Manajemen Indonesia (IAM) (2002-2010), anggota Dewan Pengurus Nasional Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) (2002-2010), anggota Pengurus *Indonesia Financial Executives Association (IFEA)*. Selain itu juga menjabat sebagai Ketua Dewan Pengurus dan Direktur Eksekutif *National Center for Sustainability Reporting (NCSR)* dan anggota Dewan *Global Reporting Initiative (GRI)* Amsterdam, Belanda.

Erry Riyana Hardjapamekas, Komisaris Independen.

Lahir tahun 1949. Diangkat sebagai Komisaris Independen dan Ketua Komite Audit sejak Juni 2009. Beliau memiliki pengalaman korporasi lebih dari 20 tahun pada level senior. Posisi sebelumnya antara lain sebagai Presiden Komisaris PT Bank BNI Tbk dan Wakil Ketua Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), Direktur Keuangan dan Presiden Direktur PT Timah Tbk., Kepala Divisi Akuntansi PT Tambang Batubara Bukit Asam, Komisaris Utama Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia), Komisaris PT Pembangunan Jaya Ancol, PT Semen Cibinong Tbk, dan lain-lain. Saat ini juga menjabat sebagai Komisaris Independen PT Tirta Investama Tbk, PT ABM Investama, dan PT Weda Bay Nickel.

Ditunjuk oleh Presiden RI bulan Februari 2008 sebagai Ketua Tim Nasional Pengalihan Aktivitas Bisnis TNI. Pada bulan Juli 2008, ditunjuk sebagai Ketua Komite Pendiri Pusat Studi Tata Kelola (*Governance*) Universitas Indonesia. Sejak November 2010 menjadi Ketua Tim Independen Reformasi Birokrasi Nasional bertanggung-jawab kepada Tim Pengarah yang dipimpin oleh Wakil Presiden.

Sarjana Akuntansi dari Universitas Padjadjaran Bandung dan mengikuti berbagai pelatihan intensif termasuk kursus manajemen keuangan di *Harvard Business School*.

Budi Setiadharna, Commissioner. Born in 1944. Appointed as Commissioner since June 2006. He graduated from Parahyangan Catholic University in Bandung in 1970. He has served in various positions in Astra Group, among others as President Director of PT Astra International Tbk since June 2002 up to 2005. Currently serves as President Commissioner of PT Astra International Tbk since May 2005. He is a former Vice President Director of PT Astra International Tbk from 1998 to 2002, President Director PT Federal Motor (currently PT Astra Honda Motor) from 1978 to 2000 and General Manager Honda Division, PT Astra International Tbk from 1975 to 1978.

Jonathan Chang, Commissioner. Born in 1962. Appointed Commissioner in April 2010. He has served as Country Chairman of the Jardine Matheson Group Indonesia since August 2009, including PT Astra International Tbk, PT Tunas Ridean Tbk, PT Jakarta Land, Mandarin Oriental, PT Jardine Llyod Thompson, PT Berca Schindler and PT Jardine Tangguh Transport.

He has a long career in the banking sector in Indonesia, in the fields of advisory and capital market transactions. He was Country Chairman and Managing Director the Investment Banking of PT UBS Securities Indonesia. He has also served as Country Head Indonesia with JP Morgan and Jardine Fleming until it was acquired by JP Morgan in 1999. He holds a degree in Accounting from Monash University in Australia.

Colin Tan, Commissioner. Born in 1972. Appointed Commissioner of the Company in March 2011. He holds a Bachelor's Degree in Commerce (Hons), majoring in Accounting, from the Curtin University of Technology, Perth, Western Australia and is a member of the Australian Society of Certified Practising Accountants (ASCPA). He served as Regional Finance Controller Dairy Farm East Asia since June 2007 before being appointed as Regional Finance Director for Dairy Farm South Asia at the beginning of year 2012. Prior to that, he held a number of positions with GCH Retail (Malaysia) Sdn Bhd, Malaysia's leading retailer, ending as Group Financial Controller. He was also a consultant in Corporate Finance at Arthur Andersen & Co HRM and a local professional firm.

Resigned as Commissioner of the Company with effect from the closing of the Company's Extraordinary General Meeting of Shareholders held on 6 January 2012.

Budi Setiadharna, Komisaris. Lahir tahun 1944. Diangkat sebagai Komisaris sejak Juni 2006. Menyelesaikan pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung tahun 1970. Menjabat berbagai posisi di Grup Astra antara lain sebagai Presiden Direktur PT Astra International Tbk sejak Juni 2002 hingga 2005. Saat ini menjabat Presiden Komisaris PT Astra International Tbk sejak Mei 2005. Sebelumnya pernah menjabat Wakil Presiden Direktur PT Astra International Tbk dari tahun 1998 hingga 2002, Presiden Direktur PT Federal Motor (sekarang PT Astra Honda Motor) dari tahun 1978 hingga 2000 dan *General Manager* Divisi Honda, PT Astra International Tbk dari tahun 1975 hingga 1978.

Jonathan Chang, Komisaris. Lahir tahun 1962. Diangkat sebagai Komisaris sejak April 2010. Menjabat sebagai *Country Chairman* dari Jardine Matheson Group Indonesia sejak Agustus 2009, termasuk PT Astra International Tbk, PT Tunas Ridean Tbk, PT Jakarta Land, Mandarin Oriental, PT Jardine Llyod Thompson, PT Berca Schindler dan PT Jardine Tangguh Transport.

Memiliki karir panjang di sektor perbankan di Indonesia baik di bidang *advisory* dan transaksi pasar modal. Sebelumnya adalah *Country Chairman* dan *Managing Director Investment Banking* dari PT UBS Securities Indonesia yang berbasis di Jakarta. Selain itu menjabat sebagai *Country Head* Indonesia dari JP Morgan dan sebelumnya Jardine Fleming hingga diakuisisi oleh JP Morgan pada tahun 1999. Meraih gelar sarjana Akuntansi dari *Monash University*, Australia.

Colin Tan, Komisaris. Lahir tahun 1972. Diangkat sebagai Komisaris Perseroan sejak Maret 2011. Lulusan dari Curtin University of Technology, Perth, WA dengan gelar Bachelor of Commerce (Hons) jurusan Akuntansi dan merupakan anggota *Australian Society of Certified Practising Accountants* (ASCPA). Menjabat sebagai *Regional Finance Controller* Dairy Farm East Asia sejak Juni 2007 sebelum diangkat sebagai *Regional Finance Director* Dairy Farm South Asia pada awal tahun 2012. Sebelumnya pernah menjabat sejumlah posisi di GCH Retail (Malaysia) Sdn Bhd, peritel terkemuka di Malaysia, dengan posisi terakhir sebagai *Group Financial Controller*. Selain itu juga sebagai konsultan *Corporate Finance* pada perusahaan Arthur Andersen & Co HRM dan sebuah perusahaan lokal.

Mengundurkan diri sebagai Komisaris Perseroan sejak ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa Perseroan tanggal 6 Januari 2012.

DIRECTORS' PROFILES

Philippe Broianigo, President Director. Born in 1960. Appointed President Director of the Company in March 2011. Graduated from the University of Nice, France, in 1985 majoring in Sales and Marketing Techniques (post graduate diploma). He received a Master's Degree in Management in 1984. He has served as the Group Project Development Director of Dairy Farm International Group since June 2010 before moving to Indonesia. Prior to that he worked for Group Carrefour and Procter & Gamble France.

Lai Saye Chuan, Director. Born in 1976. Appointed Director of the Company in March 2011. Graduated from the University of Melbourne, Australia, in 1997 with Bachelor of Commerce degree and obtained Master's Degree in Commerce from the University of New South Wales, Australia, in 1998. He subsequently served as Finance Director for Gammon Singapore from February 2009 to September 2010. Prior to that, he worked for Jardine Matheson at its corporate headquarters in Hong Kong.

Mabel (Thela) Iskandar, Director. Born in 1958. Appointed Director in 1991. She graduated from the Faculty of Economics, Trisakti University, Jakarta in 1982. Prior to joining the Company, she served as Assistant Accountant for Derazona Air Services (1980) and Accountant at PT Food Specialties Indonesia (Nestle) (1981). In 1983, she joined the Company as Divisional Manager Finance & Administration, becoming Assistant General Manager in 1988.

Anton Lukmanto, Director. Born in 1947. Appointed Director in 1992. He attended Medical School at Trisakti University, Jakarta, up to 1971. Prior to joining the Company, he served as Advertising Manager, Planning & Development Manager and Business Manager with Suara Karya/Suara Karya Group (1971 - 1989), as Director of PT Suara Karya Maju (1984 - 1987) and as President Director of PT Rindang Bumi Raya (1987 - 1990). He is a member of the Supervisory Board of the Indonesia Retail and Merchants Association (APRINDO).

PROFIL DIREKSI

Philippe Broianigo, Presiden Direktur. Lahir tahun 1960. Diangkat sebagai Presiden Direktur Perseroan sejak Maret 2011. Lulusan Universitas Nice, Perancis pada tahun 1985 dengan jurusan *Sales and Marketing techniques (post graduate diploma)* dan meraih gelar *Master* di bidang Manajemen pada tahun 1984. Sebelumnya adalah *Group Project Development Director Dairy Farm International Group* sejak Juni 2010 sebelum pindah ke Indonesia. Sebelumnya pernah berkarir di Grup Carrefour dan Procter & Gamble Perancis.

Lai Saye Chuan, Direktur. Lahir tahun 1976. Diangkat sebagai Direktur Perseroan sejak Maret 2011. Lulusan dari Universitas Melbourne, Australia dengan gelar *Bachelor of Commerce* pada tahun 1997 dan meraih gelar *Master of Commerce* dari Universitas New South Wales, Australia pada tahun 1998. Menjabat sebagai *Finance Director* Gammon Singapore dari Februari 2009 sampai September 2010. Sebelumnya bekerja untuk Jardine Matheson *Corporate Headquarter*, Hongkong.

Mabel (Thela) Iskandar, Direktur. Lahir tahun 1958. Diangkat sebagai Direktur sejak tahun 1991. Menamatkan pendidikannya di Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, Jakarta (1982). Memulai karirnya sebagai *Assistant Accountant di Derazona Air Service (1980)*, kemudian menjabat sebagai *Accountant* di PT Food Specialties Indonesia (Nestle) (1981). Tahun 1983 menduduki jabatan sebagai Manajer Divisi Keuangan dan Administrasi Perseroan dan diangkat sebagai *Assistant General Manager* Perseroan pada tahun 1988.

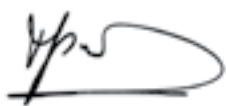
Anton Lukmanto, Direktur. Lahir tahun 1947. Diangkat sebagai Direktur sejak tahun 1992. Mengikuti pendidikan di Fakultas Kedokteran Universitas Trisakti, Jakarta sampai tahun 1971. Sebelum bergabung dengan Perseroan, menjabat sebagai *Advertising Manager, Planning & Development Manager*, terakhir *Business Manager* Suara Karya/Suara Karya Group (1971 - 1989), Direktur PT Suara Karya Maju (1984 - 1987) dan Direktur Utama PT Rindang Bumi Raya (1987 - 1990). Selain itu juga sebagai anggota Dewan Pembina APRINDO (Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia).

The 2011 Annual Report is prepared by PT Hero Supermaret Tbk's Management and duly approved by the members of Board of Commissioners and Directors who are fully responsible for the accuracy of the Annual Report:

Laporan Tahunan 2011 ini disiapkan oleh Manajemen PT Hero Supermaret Tbk dan telah disetujui oleh anggota Dewan Komisaris dan Direksi yang bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi Laporan Tahunan ini:

The Board of Commissioners Dewan Komisaris

The Directors Direksi



Ipung Kurnia
President Commissioner/Presiden Komisaris



Philippe Broianigo
President Director/Presiden Direktur



Ali Darwin
Independent Commissioner/Komisaris Independen



Lai Saye Chuan
Director/Direktur



Erry Riyana Hardjapamekas
Independent Commissioner/Komisaris Independen



Mabel (Thela) Iskandar
Director/Direktur



Budi Setiadharna
Commissioner/Komisaris



Anton Lukmanto
Director/Direktur



Jonathan Chang
Commissioner/Komisaris



Colin Tan
Commissioner/Komisaris

Dividend

There were no dividends declared from 1998 to 2011.

Dividen

Tidak ada pembagian dividen di tahun 1998 hingga 2011.

Stock Highlight

Share Price and Transaction 2010 & 2011 (Quarterly).

Ikhtisar Saham

Harga dan Transaksi Saham 2010 & 2011 (Triwulan).

2010				
Period/ Periode	Share Price/ Harga Saham		Share Transaction/ Transaksi Saham	
	Highest Price/ Harga Tertinggi	Lowest Price/ Harga Terendah	Volume	Value/ Nilai (Rp)
Quarter 1/ Triwulan 1	5.200	5.000	10.000	51.600.000
Quarter 2/ Triwulan 2	6.000	3.500	72.500	331.400.000
Quarter 3/ Triwulan 3	3.250	3.100	62.000	195.100.000
Quarter 4/ Triwulan 4	5.000	3.750	58.000	260.800.000

2011				
Period/ Periode	Share Price/ Harga Saham		Share Transaction/ Transaksi Saham	
	Highest Price/ Harga Tertinggi	Lowest Price/ Harga Terendah	Volume	Value/ Nilai (Rp)
Quarter 1/ Triwulan 1	4.300	4.300	1.000	4.300.000
Quarter 2/ Triwulan 2	5.300	4.300	16.500	87.450.000
Quarter 3/ Triwulan 3	8.600	5.300	377.500	2.857.775.000
Quarter 4/ Triwulan 4	11.000	8.600	171.500	1.728.875.000

Corporate Secretary/ Sekretaris Perusahaan
Vivien Goh

Share Registrar/ Biro Administrasi Efek
PT EDI Indonesia
Wisma SMR 10th Floor
Jl. Yos Sudarso Kav. 89
Jakarta 14350, Indonesia

Auditor/ Kantor Akuntan Publik
Tanudiredja, Wibisana & Rekan
A member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL)
Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X-7 No. 6
Jakarta 12940

store presence

Kalimantan

HERO Supermaket	5
GIANT Supermarket	2
Guardian	12

Sumatera

GIANT Hypermarket	1
GIANT Supermarket	2
Guardian	12

Greater Jakarta

HERO Supermaket	19
GIANT Hypermarket	24
GIANT Supermarket	43
Guardian	118
Starmart	121

West Java

HERO Supermaket	1
GIANT Hypermarket	3
GIANT Supermarket	10
Guardian	19
Starmart	6

Central Java & Jogjakarta

HERO Supermaket	1
GIANT Hypermarket	1
GIANT Supermarket	10
Guardian	17

East Java

HERO Supermaket	5
GIANT Hypermarket	10
GIANT Supermarket	17
Guardian	33
Starmart	5

Bali & Lombok

HERO Supermaket	4
GIANT Supermarket	1
Guardian	15

Sulawesi

HERO Supermaket	1
GIANT Supermarket	1
Guardian	3

Papua

HERO Supermaket	9
Guardian	2

National

HERO Supermaket	45
GIANT Hypermarket	39
GIANT Supermarket	86
Guardian	231
Starmart	132
Total	533

JABODETABEK - BANTEN

SUPERMARKET

HERO KEMANG VILLA
 HERO TAROGONG
 HERO PD.INDAH MALL
 HERO PLAZA SENAYAN
 HERO PURI INDAH MALL
 HERO LIVING WORLD
 HERO TAMAN ANGGREK
 HERO GONDANGDIA
 HERO TOMANG
 HERO COKROAMINOTO
 HERO SARINAH THAMRIN
 HERO MAL CIPUTRA / CITRALAND
 HERO KEMANG PRATAMA
 HERO BINTARO PLAZA
 HERO PERMATA HIJAU
 HERO PASARAYA GRANDE
 HERO GATOT SUBROTO
 HERO-SPM MANGGARAI
 HERO GREEN GARDEN
 GIANT-SPM CINERE MALL
 GIANT-SPM LOJI SINDANG BARANG BGR
 GIANT-SPM PAJAJARAN BOGOR
 GIANT-SPM CIBINONG SQUARE
 GIANT-SPM CILANDAK KKO
 GIANT-SPM PONDOK CABE
 GIANT-SPM PAMULANG
 GIANT-SPM CIPUTAT
 GIANT-SPM LEBAK BULUS
 GIANT-SPM FATMAWATI
 GIANT-SPM PONDOK KOPI
 GIANT-SPM KALIMALANG
 GIANT-SPM MAMPANG
 GIANT-SPM SUNTER
 GIANT-SPM PONDOK BAMB
 GIANT-SPM GUNUNG SAHARI
 GIANT-SPM SUNTER MALL
 GIANT-SPM CIPINANG
 GIANT-SPM MENTENG HUIS
 GIANT-SPM JATIBENING
 GIANT-SPM SLIPI JAYA
 GIANT-SPM RAWAMANGUN ARTOMORO
 GIANT-SPM MEDITERANIA KEMAYORAN
 GIANT-SPM BUARAN
 GIANT-SPM GRAND ORCHARD K.GADING
 GIANT-SPM PEKAYON
 GIANT-SPM TAMBUN PS.MTRPOLITAN
 GIANT-SPM GRAHA RAYA
 GIANT-SPM PORIS PARADISE
 GIANT-SPM PINANG TANGERANG
 GIANT-SPM TAMAN ALPHA
 GIANT-SPM BINTARO JAYA
 GIANT-SPM BINTARO VETERAN
 GIANT-SPM PONDOK BETUNG
 GIANT MEDITERANIA TANJ.DUREN
 GIANT-SPM BLOK M PLAZA
 GIANT-SPM CITRA GARDEN
 GIANT-SPM KUTA BUMI
 GIANT-SPM BINTARA
 GIANT-SPM PONDOK TIMUR
 GIANT-SPM RANGKAS BITUNG
 GIANT-SPM CILEGON
 GIANT-SPM CITRA GRAND MALL

HYPERMARKET

GIANT BEKASI
 GIANT TAMBUN
 GIANT UJUNG MENTENG
 GIANT JATI ASIH
 GIANT WISMA ASRI
 GIANT CBD BINTARO
 GIANT CITRA RAYA
 GIANT PONDOK GEDE
 GIANT PAMULANG
 GIANT KALIBATA
 GIANT VILLA MELATI
 GIANT CILEDUG
 GIANT LEBAK BULUS
 GIANT TANGERANG CITY MALL
 GIANT JABABEKA
 GIANT CIMANGGIS
 GIANT PLAZA SEMANGGI
 GIANT MITRA 10
 GIANT DEPOK MARGO CITY
 GIANT LINDETEVES
 GIANT BOTANI BOGOR
 GIANT TAMAN YASMIN
 GIANT JONGGOL METLAND
 GIANT BSD TANGERANG

GUARDIAN

G. PLAZA INDONESIA MALL
 G. GRAND INDONESIA
 G. HERO COKROAMINOTO
 G. HERO SARINAH THAMRIN
 G. GIANT IPB BOGOR
 G. GIANT SPM BOGOR PAJAJARAN
 G. CIBUBUR PLAZA 2
 G. CIBUBUR JUNGTION
 G. GIANT SPM CITRA GRAND MALL
 G. GIANT MARGOCITY DEPOK
 G. GIANT CIMANGGIS
 G. GIANT LINDETEVES
 G. GIANT BOGOR TAMAN YASMIN
 G. GIANT HYPER MITRA 10 CIBUBUR
 G. MENARA THAMRIN
 G. GIANT SPM PONDOK CABE
 G. GIANT CILEDUG
 G. PURI BINTARO
 G. PLAZA BINTARO
 G. RS INTERNATIONAL BINTARO
 G. HERO PLAZA SENAYAN
 G. SENAYAN CITY
 G. APARTMENT PAKUBUWONO
 G. GIANT VILLA MELATI MAS
 G. LIPPO KARAWACI MALL
 G. GIANT SPM CINERE MALL
 G. GIANT SPM CIPUTAT
 G. GIANT SPM LEBAK BULUS
 G. GIANT PAMULANG
 G. GIANT SPM BINTARO VETERAN
 G. SUDIRMAN PLACE
 G. GIANT HYPERMARKET PAMULANG
 G. GIANT SPM PINANG TANGGERANG
 G. GIANT CITY MALL TANGGERANG
 G. GIANT SPM PONDOK BETUNG
 G. GIANT SPM GRAHA BINTARO
 G. GIANT HYPER CBD BINTARO
 G. MALL KELAPA GADING
 G. ARTHA GADING MALL
 G. HERO GOLDEN TRULLY
 G. HERO KEMANG PRATAMA

G. GIANT MEGA BEKASI
 G. METROPOLITAN MALL 2
 G. GIANT KALIBATA
 G. GIANT SPM TAMBUN
 G. GIANT SPM RAWAMANGUN SQUARE
 G. GIANT UJUNG MENTENG
 G. GIANT SPM SUNTER MALL
 G. MALL PLUIT
 G. GIANT SPM MED KEMAYORAN
 G. MALL OF INDONESIA
 G. GIANT SUPER STORE WISMA ASRI
 G. HERO PONDOK INDAH MALL
 SI PONDOK INDAH MALL
 G. GIANT POINTS SQUERE
 G. KLINIK RATNA
 G. HERO KEMANG VILLA
 G. HERO TAROGONG
 G. KEMANG RAYA
 G. RS.SOS MEDIKA
 G. GIANT PLAZA SEMANGGI
 G. MENARA JAMSOSTEK
 G. WISMA MULIA
 G. GIANT SPM KALIMALANG
 G. GIANT PONDOK GEDE
 G. HERO CIPINANG
 G. GIANT SPM PONDOK BAMB
 G. GIANT SPM PONDOK KOPI
 G. BUARAN PLAZA
 G. PONDOK GEDE2
 G. GIANT SUPERSTORE JATI ASIH
 G. HERO SLIPI JAYA
 G. HERO MALL CIPUTRA
 G. PURI DAAN MOGOT
 G. HERO PURI INDAH MALL
 G. HERO GREEN GARDEN
 G. GIANT TAMAN ALFA
 G. GRAND ITC PERMATA HIJAU
 G. HERO PASARAYA GRANDE
 G. HERO BLOK M PLAZA
 G. WOLTER MONGINSIDI
 G. GIANT SPM MAMPANG
 G. HERO GATOT SUBROTO
 G. MENARA BANK MEGA
 G. TAMAN ANGGREK MALL 2
 G. HERO TAMAN ANGGREK MALL
 G. HERO MEDITERANIA TANJUNG DUREN
 G. MID PLAZA
 G. MAYAPADA
 G. BRI 2
 G. SUDIRMAN PARK
 G. SETIABUDI BUILDING
 G. APARTEMENT TAMAN RASUNA
 G. APARTMENT ASTON
 G. BELAGIO
 G. GIANT SPM RANGKAS BITUNG
 G. GIANT SPM PORIS INDAH
 G. GIANT SPM BINTARA
 G. GIANT BSD TANGERANG
 G. GIANT SPM PEKAYON
 G. GIANT TANGERANG CITRA RAYA
 G. MALL CENTRAL PARK
 G. GIANT SPM CIBINONG
 G. HERO SPM LIVING WORD
 G. GIANT JABABEKA
 G. KALIBATA CITY
 G. GIANT HYPER METLAND JONGGOL
 G. UOB PLAZA
 G. APARTMENT PALADIAN

G. THE 18TH RESIDENCE
 G. LOTTE MART BINTARO
 G. GIANT SPM BUARAN
 G. GANDARIA CITY
 G. SUDIRMAN OFFICE TOWER
 G. SUMMARECON MALL SERPONG 2
 G. EMPORIUM PLUIT MALL
 G. GIANT SPM ORCHARD JUNCTION
 G. OASIS APARTMENT

STARMART

STARMART BNI 46
 STARMART FORMULE-1 CIKINI
 STARMART FORMULE-1 MENTENG
 STARMART TAMAN RASUNA
 STARMART INTERCONTINENTAL MID PLAZA
 STARMART ASTON RASUNA
 STARMART PURI BINTARO
 STARMART TAMAN RASUNA 2
 STARMART PAKUBUWONO
 STARMART PASAR FESTIVAL
 STARMART SUDIRMAN PARK
 STARMART SUDIRMAN OFFICE TOWER
 STARMART SUDIRMAN PARK 2
 STARMART THE 18TH RESIDENCE
 STARMART REST AREA
 MITRA CITRA RAYA
 STARMART MENARA MULIA
 STARMART BAKRIE TOWER
 STARMART PAKUBUWONO VIEW
 STARMART TENDEAN
 STARMART CIPUTRA HOSPITAL
 STARMART CITRA REGENCY
 STARMART CASABLANCA
 STARMART MENARA KARYA
 STARMART MENARA PALMA
 STARMART MENTENG
 STARMART MENARA DUTA
 STARMART FOUR SEASONS
 STARMART WISMA BAKRIE 2
 STARMART PLAZA 89
 STARMART MENARA IMPERIUM
 STARMART SETIABUDI RESIDENCE
 STARMART MENARA SATRIO
 STARMART MENARA PRIMA
 STARMART THE EAST
 STARMART MENARA KUNINGAN
 STARMART ALLIANZ TOWER
 STARMART KYOEI PRINCE
 STARMART SAHID
 STARMART ASCOTT
 STARMART BATAVIA
 STARMART CIMB NIAGA PLAZA
 STARMART MENARA THAMRIN
 STARMART BRI II
 STARMART THE PEAK SUDIRMAN
 STARMART THE JAKARTA RESIDENCE
 STARMART THE CAPITAL RESIDENCE
 STARMART PAVILLION
 STARMART BARKLEY'S HOUSE
 STARMART GRAHA NIAGA
 STARMART THE CITY TOWER
 STARMART MENARA BATAVIA
 STARMART HILTON
 STARMART SLIPI
 STARMART SEMANGGI
 STARMART PEARL GARDEN
 STARMART PATRA JASA
 STARMART BIDADARA
 STARMART MUSTIKA RATU
 STARMART WISMA MULIA
 STARMART CONDOMINIUM CBD PLUIT
 STARMART TELUK INTAN
 STARMART MGR 1 AZALEA
 STARMART MGR 1 DAHLIA
 STARMART MGR 2 EDELWEIS
 STARMART KEDOYA ELOK
 STARMART FEEDER KALI DERES
 STARMART MENARA KEBON JERUK
 STARMART K-LINK
 STARMART UNIV. TARUMA NEGARA
 STARMART KELAPA GADING
 STARMART THE BOUTIQUE
 STARMART GADING MEDITERANIA
 STARMART TAMAN KEMAYORAN
 STARMART MEDITERANIA KELAPA GADING
 STARMART KELAPA GADING SQUARE
 STARMART MEDITERANIA KEMAYORAN
 STARMART PALLADIAN PARK
 (MENARA 7 GADING)
 STARMART MEDITERANIA LAGOON
 STARMART METRO SUNTER
 STARMART THE SUMMIT KELAPA GADING
 STARMART MEDITERANIA BOULEVARD
 RESIDENCE
 STARMART FRENCH WALK
 STARMART MEDITERANIA MARINA
 STARMART MASPION PLAZA
 STARMART PANGERAN JAYAKARTA
 STARMART GADING NIAS DAHLIA
 STARMART GADING NIAS ALAMANDA
 STARMART GADING NIAS CHRISAN
 STARMART JABABEKA
 STARMART CAWANG HOUSING
 STARMART PERMATA PURI
 STARMART YASMIN
 STARMART BUKIT GOLF HOUSING ESTATE
 STARMART PERSADA GOLF
 STARMART REST AREA KM 21.4
 STARMART SENTRA TIMUR
 STARMART GOLF PONDOK INDAH
 STARMART WISMA PONDOK INDAH
 STARMART ESSENCE
 STARMART EMERALD BINTARO
 STARMART GRIYA NIAGA 2 BINTARO
 STARMART KINTAMANI
 STARMART BUMIMAS
 STARMART NUANSA HIJAU
 STARMART APT.KEMANG JAYA
 STARMART EXECUTIVE PARADISE
 STARMART RATU PRABU 2
 STARMART BELLEZZA
 STARMART MARGONDA RESIDENCE
 STARMART BELTWAY OFFICE PARK
 STARMART TALAVERA
 STARMART MARBELLA KEMANG
 STARMART PRASETIYA MULYA
 STARMART PERMATA HIJAU
 STARMART RS.MEDIKA
 STARMART TMT
 STARMART SOMMERSET BERLIAN
 RESIDENCE
 STARMART GERMAN CENTER BSD
 STARMART ARKADIA
 STARMART PERMATA MEDITERANIA JOGLO

JABAR

SUPERMARKET

HERO BANDUNG SUPERMALL
 GIANT-SPM SUKABUMI INDAH PLZ
 GIANT-SPM SUKABUMI KOSASIH
 GIANT-SPM SUCI BANDUNG
 GIANT-SPM BDG ISTANA PLAZA
 GIANT-SPM BDG FLAMBOYAN
 GIANT-SPM CIMAHU MALL
 GIANT-SPM MAYASARI TASIKMALAYA
 GIANT-SPM BDG SETRASARI
 GIANT-SPM KARAWANG
 GIANT-SPM KOTA BR PARAHYANGAN

HYPERMARKET

GIANT HYPERPOINT BANDUNG
 GIANT PURWAKARTA
 GIANT CIREBON

GUARDIAN

G. GIANT BANDUNG SUPERMALL
 G. BANDUNG ISTANA PLAZA
 G. GIANT BANDUNG HYPERPOINT
 G. BANDUNG RIAU JUNCTION
 G. BANDUNG PARIS VAN JAVA
 G. GIANT SPM BANDUNG ISTANA PLAZA
 G. JATINANGOR TOWN SQUARE
 G. BANDUNG LUCKY SQUARE
 G. GIANT PURWAKARTA
 G. GIANT SPM SUKABUMI INDAH PLAZA
 G. GIANT SPM TASIKMALAYA MAYASARI PLAZA
 G. GIANT SPM CIMAHU MALL
 G. GIANT CIREBON SUPERSTORE
 G. CIREBON GRAGE MALL
 G. GIANT SPM CILEGON
 G. MALL KARAWANG
 G. GIANT SPM BANDUNG SETRASARI
 G. GIANT SPM SUKABUMI KOSASIH
 G. GIANT SPM KOTA BARU PARAHYANGAN

STARMART

STARMART SURYA SUMANTRI
 STARMART BRAGA CITY WALK
 STARMART APT.CIUMBULEUIT
 STARMART SETIABUDI
 STARMART THE MAJESTY
 STARMART APT. DELONIX

JATIM

SUPERMARKET

HERO SBY TUNJUNGAN PLAZA
 HERO SIDOARJO TMN.PINANG
 HERO SBY GRAND CITY
 HERO SBY LENMARC MALL
 HERO MLG PASAR ARAYA
 GIANT-SPM HR.MUHAMMAD SBY
 GIANT-SPM MULYOSARI
 GIANT-SPM SBY KEDUNGSARI
 GIANT-SPM SBY KLAMPIS
 GIANT-SPM WIYUNG SURABAYA
 GIANT-SPM AR.HAKIM SBY
 GIANT-SPM KEDIRI DOHO PLAZA
 GIANT-SPM MANUKAN LONTAR SBY
 GIANT-SPM RUNGKUT SURABAYA
 GIANT-SPM KEBRAON SURABAYA

GIANT-SPM GRESIK KOTA BARU
GIANT-SPM KAPAS KRAMPUNG SBY
GIANT-SPM MLG PULO SARI
GIANT-SPM MLG SAWOJAJAR
GIANT-SPM MADIUN TIMBUL JAYA
GIANT-SPM PASURUAN PS.PONCOL
GIANT-SPM MALANG DINOYO

HYPERMARKET

GIANT MASPION
GIANT PONDOK CHANDRA
GIANT SUNCITY SIDOARJO
GIANT GAJAYANA MALANG
GIANT MAYJEN SUNGKONO
GIANT DIPONEGORO
GIANT RAJAWALI
GIANT PROBOLINGGO
GIANT BANYUWANGI
GIANT WARU

GUARDIAN

SHOP IN SURABAYA GALAXY MALL
G. SURABAYA GALAXY MALL 2 EXT.
G. GIANT SURABAYA MASPION
G. GIANT SBY PONDOK CHANDRA
G. GIANT SPM SURABAYA WIYUNG
G. GIANT SPM MULYOSARI SURABAYA
G. GIANT HYPERMARKET DIPONEGORO
G. GIANT HYPER SURABAYA RAJAWALI
G. GIANT SPM MANUKAN SURABAYA
G. GIANT SPM SURABAYA AR HAKIM
G. SURABAYA TUNJUNGAN PLAZA
G. HERO SURABAYA TUNJUNGAN PLAZA II
G. SURABAYA PLAZA
G. GIANT SURABAYA MAYJEN SUNGKONO
G. SURABAYA PAKUWON INDAH SUPERMALL
G. GIANT SPM SURABAYA KEDUNGSARI
G. GIANT HYPER WARU SIDOARJO
G. HERO SIDOARJO TAMAN PINANG
G. SIDOARJO GIANT SUN CITY
G. GIANT SPM PONCOL PASURUAN
G. GIANT MALANG GAJAYANA
G. GIANT SPM MALANG PULO SARI
G. GIANT HYPER PROBOLINGGO
G. GIANT SPM KEDIRI DHOHO PLAZA
G. GIANT SPM MADIUN
G. RAMAYANA BANYUWANGI
G. GIANT HYPERMARKET BANYUWANGI
G. GIANT SPM GRESIK KOTA BARU
G. GIANT SPM MALANG SAWO JAJAR
G. HERO SURABAYA GRAND CITY
G. SURABAYA CIPUTRA WORLD
G. GIANT SPM DINOYO MALANG
G. HERO SURABAYA LENMARC MALL

STARMART

STARMART SURABAYA G-WALK
STARMART SURABAYA METROPOLIS
STARMART SURABAYA GRAHA FAMILY
STARMART SURABAYA WTC
STARMART SURABAYA GRAHA BUKOPIN

JOGYAKARTA-JATENG**SUPERMARKET**

HERO JGY MALIOBORO MAL
GIANT-SPM CILACAP
GIANT-SPM PEKALONGAN
GIANT-SPM BOJONEGORO

GIANT-SPM JGY GODEAN
GIANT-SPM JGY URIP SUMOHARDJO
GIANT-SPM MAGELANG
GIANT-SPM SMG PURI ANJASMORO
GIANT-SPM SMG CANDI
GIANT-SPM PALUR SOLO
GIANT-TLOGOSARI SEMARANG
GIANT SPM MAGELANG PAKELAN

HYPERMARKET

GIANT CENTRAL CITY SEMARANG

GUARDIAN

G. HERO JOGJA MALL MALIOBORO
G. GIANT SPM JOGJA MALL GODEAN
G. JOGJA AMBARUKMO MALL
G. GIANT SPM JOGJA URIP SUMOHARJO
G. GIANT SPM SEMARANG CANDI
G. GIANT SPM SEMARANG PURI ANJASMORO
G. SEMARANG DP MALL
G. SEMARANG CIPUTRA MALL
G. GIANT HYPER SEMARANG CENTRAL
G. GIANT SPM MAGELANG
G. GIANT SPM PEKALONGAN
G. TEGAL PASIFIK MALL
G. SEMARANG PARAGON MALL
G. GIANT SPM SOLO PALUR PLAZA
G. GIANT SPM CILACAP
G. ARTOS MALL MAGELANG
G. SOLO PARAGON

SUMATERA**SUPERMARKET**

GIANT-SPM BENGKULU MEGA MALL
GIANT-SPM LAMPUNG KARTINI MAL

HYPERMARKET

GIANT PEKANBARU

GUARDIAN

G. PALEMBANG INDAH MALL
G. MEDAN SUN PLAZA
G. MEDAN THAMRIN PLAZA
G. MEDAN CAMBRIDGE
G. RIAU MALL SKA
G. PEKANBARU MALL CIPUTRA SERAYA
G. GIANT PEKAN BARU CITY MALL
G. LAMPUNG CHANDRA SUPERSTORE
G. GIANT SPM MEGA MALL BENGKULU
G. GIANT SPM LAMPUNG KARTINI
G. RAMAYANA ANDALAS PADANG
G. BASKO GRAND MALL PADANG

BALI-LOMBOK**SUPERMARKET**

HERO BALI LIBI
HERO LOMBOK MATARAM
HERO BALI BENOA SQUARE
HERO BALI NIKITA PLZ
GIANT-SPM CENTRAL PARK KUTA BALI

GUARDIAN

G. HERO BALI LIBI
G. BALI LEGIAN GROUND ZERO
G. BALI DISCOVERY MALL
G. BALI TEUKU UMAR

G. BALI POPPIES II
G. BALI SANUR
G. BALI KUTA SIDE WALK
G. BALI GALERIA MALL
G. HERO BALI NIKITA PLAZA
G. GIANT SPM BALI ISTANA KUTA
G. BALI COLLECTION NUSA DUA
G. PURIGADING ULUWATU BALI
G. HERO LOMBOK MATARAM MALL
G. KUTABEX BALI
G. HERO SPM BENOA BALI

SULAWESI**SUPERMARKET**

HERO RATU INDAH MAKASSAR
GIANT-SPM MAKASSAR ALAUDIN

GUARDIAN

G. MENADO TOWN SQUARE
G. HERO MAKASAR RATU INDAH MALL
G. GIANT SPM ALAUDIN MAKASAR

KALIMANTAN**SUPERMARKET**

HERO SAMARINDA CENTRAL PLZ
HERO SAMARINDA MESRA MAL
HERO BLPAPAN PLAZA
HERO BLKPAPAN MALL FANTASI
GIANT SPM BLPAPAN KEBUN SAYUR
HERO BJRMASIN PASAR SIMPANG-4
GIANT-SPM BANJARMASIN A.YANI KM 5.5

GUARDIAN

G. HERO BALIKPAPAN PLAZA
G. HERO BALIKPAPAN PLAZA FANTASI
G. PLAZA MULIA SAMARINDA
G. HERO SAMARINDA MESRA
G. HERO SAMARINDA CENTRAL PLAZA
G. BANJARMASIN DUTA MALL
G. HERO BANJARBARU PLAZA SIMPANG EMPAT
G. PALANGKARAYA MALL
G. SAMARINDA SQUARE
G. BALCONY CITY BALIKPAPAN
G. E-WALK BALIKPAPAN SUPERBLOCK
G. GIANT SPM BANJARMASIN

IRIAN JAYA**SUPERMARKET**

HERO DS TEMBAGA PURA
HERO SPM TEMBAGA PURA
HERO SS RIDGE CAMP
HERO SS PORT SITE
HERO SS MILE 38
HERO SS MILE 68
HERO SS HIDDEN VALLEY
HERO SPM KUALA KENCANA
HERO DS KUALA KENCANA

GUARDIAN

G. HERO SPM KUALA KENCANA
G. HERO SPM TEMBAGA PURA

See...
Feel...
Taste...
Experience



Our Freshness!

PT Hero Supermarket Tbk

Hero Building II
Jl. Jend. Gatot Subroto No.177A, Kav. 64
Jakarta 12870, Indonesia

T +62 21 83788388
F +62 21 8317764