

## **SIARAN PERS** **Untuk Didistribusikan Segera**

### **MAPI: SIAP MENGHADAPI BERBAGAI TANTANGAN**

Jakarta, 8 April 2020 - PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP), perusahaan ritel gaya hidup terkemuka di Indonesia, hari ini menyampaikan strateginya untuk menghadapi tantangan di pasar domestik yang diakibatkan oleh wabah Covid-19. Manajemen MAP memberikan konfirmasi bahwa Perusahaan tidak memberikan panduan target yang akan dicapai untuk tahun fiskal 2020 dikarenakan kondisi yang tidak pasti sebagai dampak dari Covid-19, serta terjadinya perubahan-perubahan situasi yang cepat, yang diakibatkan oleh wabah ini.

Ratih D. Gianda, VP Investor Relations & Corporate Communications MAP Group mencatat bahwa pada awal tahun 2020 perusahaan telah memulai usahanya dengan kuat di semua lini usaha ritelnya. Namun sejak bulan Maret terjadinya wabah Covid-19 menyebabkan menurunnya tingkat kunjungan ke mal secara signifikan. Langkah-langkah penting yang kemudian segera diambil oleh manajemen MAP adalah untuk melindungi bisnis perusahaan dari seluruh aspek.

“Mengingat kekhawatiran akan Covid-19 telah menimbulkan ancaman yang sedemikian besar, maka perusahaan dipastikan telah mengambil langkah-langkah yang cepat, terutama dari sisi kesehatan baik karyawan maupun perusahaan. Tujuan utamanya difokuskan pada kesehatan dan keamanan karyawan, memastikan solusi yang praktis dan cepat untuk kondisi yang tidak terduga ini. Hal ini termasuk praktek dan panduan menjaga kebersihan diri serta edukasi tentang pembatasan sosial. Perusahaan juga mengurangi jam operasional toko serta mengikuti ketentuan sesuai peraturan yang berlaku di setiap wilayah. Kendati keputusan untuk menutup sejumlah toko bukan hal yang mudah bagi perusahaan, namun kesehatan dan keamanan karyawan kami, para konsumen dan semua pihak terkait yang perlu kami layani menjadi perhatian utama kami,” ungkap Ratih.

Selama periode wabah ini, supermarket Foodhall tetap buka melayani berbagai kebutuhan dasar dan nutrisi bagi konsumen dengan tetap mematuhi panduan pembatasan sosial sebagaimana telah dihimbau Pemerintah. Sementara itu, divisi *Food & Beverage*, seperti Starbucks, Pizza Marzano, Genki Sushi, PAUL Bakery, Burger King dan Domino’s Pizza

tetap melayani para pelanggan setianya melalui jasa pengiriman *online* atau jasa antar sesuai prosedur standar operasional yang berlaku.

Dari sisi pengeluaran, Ratih mengungkapkan bahwa perusahaan melakukan pengendalian biaya dan mencadangkan dana tunai. Hal ini diukur dari aspek pembekuan anggaran belanja, pengurangan remunerasi untuk jajaran *senior management*, komunikasi yang intensif dengan pihak pengelola mal terkait keringanan biaya sewa, serta pengurangan yang signifikan untuk beban penjualan, beban umum dan administrasi secara menyeluruh. MAP juga memastikan bahwa perusahaan memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dalam periode yang tidak stabil ini.

“Sementara itu dari sisi operasional, hingga kini MAP memiliki keunggulan bermitra dalam jangka panjang dengan lebih dari 100 merek. Kemitraan eksklusif dengan sejumlah merek menjadi kekuatan kami dalam melalui krisis ini. MAP berkomunikasi secara intens dengan para pemilik merek tersebut untuk mengurangi risiko terhadap rantai pasokan, arus persediaan, kesehatan karyawan dan yang terpenting adalah perjalanan menuju kuartal 4 tahun 2020 yang lebih kuat. Perusahaan juga harus tetap fokus pada kondisi di masa yang akan datang, dan menurut kami potensi pasar di Indonesia dan Asia Tenggara tidak terbatas untuk jangka panjang,” tambah Ratih.

Menambahkan informasi terkait kondisi industri ritel saat ini dan bagaimana MAP mampu beradaptasi, Ratih menuturkan, “Keunggulan model MAP 360° *Retailing* adalah bahwa kami menawarkan pengalaman yang menyeluruh bagi konsumen untuk memenuhi rangkaian kebutuhan produk ritel mulai dari *Fashion, Sports & Kids, Travel, Beauty, Food & Beverage, Digital lifestyle, Supermarkets*, serta *Department Stores*. Hal ini sungguh memberikan fleksibilitas yang sedemikian luas untuk memaksimalkan kesempatan bagi para konsumen untuk berbelanja di jaringan usaha ritel di tingkat manapun.”

Ratih menjelaskan bahwa gambaran situasi ekonomi yang penuh tantangan ini telah memberikan kesempatan kepada MAP untuk menunjukkan apa yang bisa dilakukan di luar cara-cara tradisional dalam berbisnis. Ratih pun mengatakan, “Gerai DIGIMAP yang telah diluncurkan, bertepatan dengan himbauan bekerja dari rumah oleh pemerintah. Para eksekutif dan konsumen muda mencari perlengkapan digital seperti komputer, telepon genggam dan aksesoris pelengkapannya untuk memaksimalkan waktunya di rumah. Selanjutnya gerai supermarket Foodhall pencapaiannya melebihi ekspektasi, dengan menyediakan kebutuhan dasar dan perlengkapan kebersihan yang diperlukan masyarakat. Sedangkan PlanetSportsRun melalui akun instagramnya menawarkan panduan untuk ‘Tetap Sehat di Rumah’, yang telah

sangat mendukung penjualan *online* dan *offline* untuk perlengkapan *fitness*, pakaian dan sepatu. Adapun gerai dan situs digital Kidz Station telah membuktikan adanya peningkatan *traffic* untuk produk-produk yang mendukung pendidikan anak di tingkat dasar mengingat mereka belajar di rumah.”

Program loyalti MAP secara eksklusif, yakni MAP Club, saat ini memiliki lebih dari 3 juta anggota aktif, dan mereka menjadi target promosi yang telah mendukung peningkatan penjualan digital hingga lebih dari 160% dibandingkan penjualan digital pada kuartal pertama tahun 2019. Pencapaian penjualan ini diraih melalui *platform* gerai digital MAPEMALL, PlanetSports.asia, Zara.id, Sephora.id, Kidzstation.asia, dan banyak mitra *marketplace*.

“Secara keseluruhan, kondisi ini telah membentuk perusahaan mampu melalui tantangan di tahun yang luar yang biasa. Belum lagi dengan *platform* MAP 360° *Retailing* dan kemampuan digital yang terus tumbuh, didukung oleh kepemimpinan manajemen yang sangat berpengalaman serta kemitraan merek secara eksklusif yang tak tertandingi, telah mengarahkan perusahaan untuk meyakini bahwa MAP akan menjadi jauh lebih kuat di akhir kuartal tahun ini," tutur Ratih menyimpulkan.

#### **Tentang PT Mitra Adiperkasa Tbk**

MAP mengoperasikan lebih dari 2.300 gerai ritel di 80 kota di Indonesia. Konsep ritel utama yang dikelola antara lain: **Department Stores**: Sogo, Seibu, Galeries Lafayette dan The FoodHall; **Fashion & Lifestyle**: Zara, Marks & Spencer, Topman, Topshop, Kipling, Lacoste, Nautica, Massimo Dutti, Staccato, Swarovski, Zara Home dan Sephora; **Sports**: Sports Station, PlanetSports.Asia, The Athlete's Foot, Converse, Golf House, Payless ShoeSource, Reebok, Rockport, Skechers, Onitsuka Tiger dan Clarks; **Food & Beverage**: Starbucks, Pizza Marzano, Krispy Kreme, Cold Stone Creamery Ice Cream, Godiva, Genki Sushi, Paul Bakery, Burger King dan Domino's Pizza; **Kids**: Kidz Station, Smiggle dan Lego; **Others**: Kinokuniya, Digimap dan Alun Alun Indonesia. Untuk informasi lebih lanjut tentang MAP silakan kunjungi [www.map.co.id](http://www.map.co.id).

**Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:**

**Ratih Darmawan Gianda**

**VP Investor Relations & Corporate Communication for MAP Group**

**PT Mitra Adiperkasa, Tbk**

Sahid Sudirman Center, Lt. 30

Jl. Jend Sudirman Kav 86, Jakarta 10220 – Indonesia

Tel : +6221 8064 8498 ; +6221 574 5808

HP : +62 811 1791 606

Email : [Ratih.Gianda@map.co.id](mailto:Ratih.Gianda@map.co.id)