SIARAN PERS
Untuk Didistribusikan Segera

MAP UMUMKAN PENCAPAIAN KINERJA KEUANGAN KUARTAL PERTAMA TAHUN 2020

Jakarta, 30 Juni 2020 – PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP), perusahaan ritel gaya hidup terdepan di Indonesia hari ini mengumumkan pencapaian kinerja keuangannya untuk kuartal pertama tahun 2020 yang berakhir pada 31 Maret 2020. MAP melanjutkan momentum positif sejak tahun 2019 hingga dua bulan pertama di tahun 2020 dengan kenaikan pendapatan hingga dua digit, serta momentum yang kuat untuk seluruh kanal ritel perusahaan. Namun cepatnya penyebaran wabah Covid-19 pada bulan Maret, menyebabkan menurunnya tingkat kunjungan ke pusat perbelanjaan secara signifikan memberikan dampak pada operasional MAP. Perusahaan mencatatkan pendapatan bersih sebesar Rp4,71 triliun, dibandingkan pencapaian sebelumnya sebesar Rp4,68 triliun yang tercatat pada kuartal pertama 2019.

Sebagai dampaknya, laba usaha menjadi sebesar Rp161,4 miliar, menurun dari Rp286,9 miliar di kuartal pertama 2019, sedangkan EBITDA tumbuh sebesar 57,8% menjadi Rp779,5 miliar, dan laba bersih menjadi Rp27,3 miliar, menurun dari Rp166,8 miliar. Kinerja pada kuartal pertama ini telah mengadopsi standar akuntansi baru, yakni PSAK 73 Sewa (*IFRS 16 Leases*). Penerapan PSAK 73 ini mengakibatkan berkurangnya laba bersih sejumlah Rp30 miliar, menjadi Rp27,3 miliar dari yang seharusnya Rp57,3 miliar. Dengan menerapkan metode retrospektif yang telah dimodifikasi, perusahaan tidak akan melakukan pengungkapan kembali pada pembukuan kinerja tahun buku 2019.

Ratih D. Gianda, VP Investor Relations & Corporate Communications MAP Group menyatakan, “Sebagaimana para pelanggan kami yang beradaptasi dengan keadaan baru, perusahaan memprioritaskan kecepatan dan respons dalam memastikan pelanggan untuk selalu mendapatkan akses terhadap produk dan merek MAP. Fokus utama MAP saat ini adalah meningkatkan penjualan melalui *omni channel*, melakukan penghematan melalui sejumlah efisiensi biaya, serta berkomunikasi secara intensif dengan para pemilik merek dan vendor. Kami juga telah melakukan investasi dalam meningkatkan kemampuan *online, mobile* dan media sosial perusahaan.”

Kehadiran DIGIMAP bertepatan dengan anjuran pemerintah untuk bekerja dari rumah (*WFH*), sehingga para eksekutif dan konsumen muda dapat memenuhi kebutuhan perlengkapan digital seperti komputer, telepon genggam, dan aksesoris pelengkapnya untuk memaksimalkan waktu di rumah. Demikian juga dengan

pencapaian gerai supermarket Foodhall, telah melebihi target melalui penyediaan kebutuhan dasar dan perlengkapan kebersihan yang diperlukan masyarakat. Selain 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.

Inisiatif utama lainnya juga diperkenalkan di tengah pandemi Covid-19 antara lain program *Chat & Buy* (dimana pelanggan dapat berbelanja melalui aplikasi *Whatsapp*), menambah jalinan kemitraan dengan *marketplace* dan perusahaan teknologi finansial, serta bekerjasama dengan para *influencer* digital untuk meningkatkan penjualan dan interaksi dengan publik. Di masa yang akan datang, kami juga akan terus memanfaatkan kekuatan atas lebih dari 3,1 juta anggota MAPCLUB. Melalui semua inisiatif ini, pada akhir Maret 2020 penjualan digital MAP mengalami peningkatan lebih dari 100%.

Sejak 15 Juni lalu, pemerintah Indonesia secara bertahap telah membuka kembali pusat perbelanjaan, restoran dan destinasi rekreasi sebagai upaya untuk membangun kembali ekonomi yang terimbas dampak pandemi. Untuk mendukung kesehatan dan keselamatan para pelanggan dan karyawan, MAP menerapkan standar keselamatan dan protokol kesehatan yang ketat di seluruh gerai yang dikelolanya, termasuk melakukan pembersihan secara mendetil dan teratur, melakukan disinfektasi area gerai, serta pengecekan suhu tubuh. Mereka diwajibkan menjaga jarak aman, mengenakan masker, *hand sanitizer* dan bertindak hati-hati baik dalam transaksi berbelanja saat melakukan pembayaran tunai ataupun nirkontak.

"Mengingat situasi yang penuh perubahan dan ketidakpastian selama pandemi, kami tidak memberikan panduan keuangan untuk tahun 2020," jelas Ratih menutup pernyataannya.

Tentang PT Mitra Adiperkasa Tbk
MAP mengoperasikan lebih dari 2.300 gerai ritel di 81 kota di Indonesia. Konsep ritel utama yang dikelola antara lain; **Department Stores:** Sogo, Seibu, Galeries Lafayette, and The FoodHall; **Fashion & Lifestyle:** Zara, Marks & Spencer, Topman, Topshop, Kipling, Lacoste, Nautica, Massimo Dutti, Staccato, Swarovski, Zara Home and Sephora; **Sports:** Sports Station, PlanetSports.Asia, The Athlete's Foot, Converse, Golf House, Payless ShoeSource, Reebok, Rockport, Skechers, Onitsuka Tiger and Clarks; **Food & Beverage:** Starbucks, Pizza Marzano, Krispy Kreme, Cold Stone Creamery Ice Cream, Godiva, Genki Sushi, Paul Bakery, Burger King and Domino's Pizza; **Kids:** Kidz Station, Smiggle and Lego; **Others:** Kinokuniya, Digimap and Alun Alun Indonesia. Untuk informasi lebih lanjut tentang MAP silakan kunjungi 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
30th Floor, Sahid Sudirman Center
Jl. Jend Sudirman Kav 86, Jakarta 10220 – Indonesia
Tel : +6221 8064 8498 ; +6221 574 5808
Mobile : +62 811 1791 606
Email : ratih.gianda@map.co.id