



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

**Peluang Menjanjikan di Tahun 2021 dengan Percepatan Digital di Tengah Tantangan Saat Ini**

Jakarta, 25 November 2020 - PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP), perusahaan ritel gaya hidup terdepan di Indonesia hari ini mengumumkan pencapaian kinerja keuangannya untuk 9M20. Penjualan bersih menurun 34% menjadi Rp10,2 triliun dibandingkan 9M19, sementara penjualan *eCommerce* tumbuh 394% *YoY*. Margin laba kotor tercatat 41,8% dibandingkan 48,1% pada 9M19, dengan rugi usaha sejumlah Rp459,9 miliar. EBITDA dibukukan sejumlah Rp1,4 triliun, dengan rugi bersih mencapai Rp672,5 miliar dibandingkan laba bersih Rp812,9 miliar di 9M19.

Sementara itu di kuartal ke-3, penjualan bersih meningkat 62,1% menjadi Rp3,4 triliun, dibandingkan pencapaian Q2'20 sejumlah Rp2,1 triliun. Margin laba kotor meningkat signifikan sebesar 450bps menjadi 40,2% dibandingkan 35,7% pada Q2, dengan rugi usaha sejumlah Rp128,9 miliar dari Rp492,3 miliar pada kuartal sebelumnya. EBITDA mencapai Rp467,9 miliar dari Rp114,4 miliar, dengan rugi bersih tercatat Rp216,7 miliar dibandingkan Rp483,1 miliar di Q2.

MAP menunjukkan peningkatan pendapatan pada kuartal ke-3 meski Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) berlanjut diterapkan di Jakarta, dan pembatasan jumlah pengunjung mal yang berlaku di seluruh Indonesia, merujuk pada peraturan pemerintah tentang pandemi Covid-19. Pemulihan penjualan terlihat di semua sektor usaha, sementara penjualan digital terus meningkat secara signifikan, didukung oleh MAPEMALL, Zara, PlanetSports dan Digimap.

Perusahaan masih mengalami tekanan pada laba di kuartal ke-3 setelah melaksanakan pengurangan jumlah *inventory* pasca penutupan gerai-gerai pada kuartal ke-2. Selain itu, terdapat kenaikan pada biaya *supply chain*

yang disebabkan oleh pandemi, biaya tenaga kerja jangka pendek terkait re-organisasi *back office*, serta investasi jangka panjang dalam bisnis Digital termasuk MAP Club dan strategi 2021 *Unified Retail MAP*, yang berdampak pada penurunan laba di kuartal tersebut.

Meski demikian, margin dan penjualan kuartal ke-3 telah melampaui ekspektasi internal perusahaan, dengan *inventory merchandise* yang lebih baru menjelang musim liburan di kuartal ke-4. Selain itu, penjualan melalui kanal *eCommerce* perusahaan tumbuh mencapai tiga digit, baik melalui MAPEMALL, beberapa *platform mono-brand*, *market place*, maupun layanan pemesanan '*Chat and Buy*'. Selanjutnya penjualan digital tetap menjanjikan setelah dibukanya kembali gerai-gerai, didukung oleh *targeted shopper marketing* melalui MAP Club, dan peluncuran produk eksklusif di seluruh *platform Sports, Fashion, dan F&B*.

"Kami sangat termotivasi dengan kekuatan dan ketahanan model usaha ritel *multi-channel 360* derajat di seluruh konsep gerai *sports, fashion, digital, health and beauty, F&B* dan *convenience stores*. Hal ini, didukung oleh beragamnya demografis pelanggan mulai dari anak usia dini hingga manula, serta rentang harga yang bervariasi mulai dari harga yang terjangkau hingga *premium*; seluruhnya terintegrasi melalui aplikasi *loyalty* MAP Club. Inilah yang menjadikan MAP memiliki model bisnis yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan lainnya," tutur Ratih D. Gianda, VP Investor Relations & Corporate Communications.

Mengenai rencana perusahaan ke depan, Ratih mengungkapkan, "Meskipun belum kembali ke kondisi normal, namun kami melihat tantangan jangka pendek sebagai peluang jangka panjang untuk berhenti sejenak, menata kembali dan melakukan transformasi model usaha dengan pendekatan *Unified Retail* yang berpusat pada program MAP Club. Re-organisasi ini merupakan cara baru dalam melayani pelanggan melalui berbagai kanal sesuai pilihan dan kenyamanan mereka. Pada prinsipnya, 'belanja untuk semua' kapan pun, di mana pun pelanggan inginkan, baik melalui kanal fisik atau digital."

Lebih lanjut Ratih menjelaskan, di tahun 2021 MAP Club merupakan perubahan struktural utama untuk menopang pertumbuhan masa depan dalam jangka waktu 24 bulan mendatang. Dengan percepatan peralihan pelanggan ke *online*, perusahaan tengah menjalankan proses re-organisasi tim penjualan dan pemasarannya menjadi struktur *Unified Retail brand*. Hal ini akan mendorong 'akses langsung ke pelanggan' melalui aplikasi

*loyalty* MAP Club yang jumlah anggotanya ditargetkan tumbuh lebih dari 100% per tahun.

Implementasi awal model *Unified Retail* di kuartal ke-3 ini menunjukkan hasil yang positif terhadap penjualan. Para *brand manager* menyampaikan informasi atas ketersediaan produk-produk baru kepada anggota MAP Club melalui berbagai kanal ritel milik perusahaan, baik gerai *offline* MAP di mal, MAPEMALL, *platform monobrand*, *market place*, ataupun kanal UKM tradisional.

“Kami percaya suatu hari nanti akan lebih banyak masyarakat Indonesia akan berbelanja di seluruh spektrum produk MAP. Semua akan terhubung dalam program *loyalty* dan *reward* kami yang akan memberikan nilai tambah bagi seluruh keluarga. Hal ini akan menjadi masa depan dalam berbelanja,” tutur Ratih.

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

Per September 2020, MAP mengoperasikan lebih dari 2.300 gerai ritel di 81 kota di Indonesia. Konsep ritel utama yang dikelola antara lain; **Department Stores:** Sogo, Seibu dan The FoodHall; **Fashion & Lifestyle:** Zara, Marks & Spencer, Topman, Topshop, Kipling, Nautica, Massimo Dutti, Staccato, Swarovski dan Zara Home; **Sports:** Sports Station, PlanetSports.Asia, The Athlete’s Foot, Converse, Golf House, Payless ShoeSource, Reebok, Skechers, Onitsuka Tiger dan Clarks; **Food & Beverage:** Starbucks, Pizza Marzano, Krispy Kreme, Cold Stone Creamery Ice Cream, Godiva, Genki Sushi, 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, Head of Investor – Media Relations & Corporate Communications**

**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)

## IKHTISAR KEUANGAN

<i>(dalam jutaan Rupiah)</i>	<b>Per September 2020</b>		<b>Per September 2019</b>
	<b>Sebelum PSAK 73</b>	<b>Sesudah PSAK 73</b>	
Pendapatan bersih	10.169.461	10.169.461	15.409.858
Laba kotor	4.249.987	4.250.227	7.409.641
Laba (rugi) usaha	(611.162)	(459.865)	1.341.885
EBITDA	98.265	1.361.858	1.975.851
Laba (rugi) sebelum pajak	(757.054)	(862.818)	1.099.142
Laba (rugi) bersih periode berjalan	(590.649)	(672.504)	812.916
Laba (rugi) bersih periode berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk	(527.662)	(605.332)	642.842
Laba (rugi) per saham dasar (dalam Rupiah penuh)	(32)	(37)	39