



## SIARAN PERS

### Untuk Disiarkan Segera

#### KINERJA MAPI DI KUARTAL KE-2 MENCETAK REKOR

Jakarta, 8 Agustus 2022: PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI), peritel *multi-channel brand commerce* terkemuka di Indonesia, hari ini mengumumkan kinerja keuangan yang sangat baik pada kuartal ke-2, dengan momentum penjualan yang meningkat pada semua unit bisnis, sehingga membukukan rekor laba bersih pada kuartal ke-2 dan semester pertama tahun 2022.

Pada kuartal ke-2, pendapatan bersih MAPI meningkat 37,2% menjadi Rp6,6 triliun dari Rp4,8 triliun, dengan margin laba kotor naik menjadi 45,6% dari 43,5% di tahun sebelumnya. Laba usaha melonjak 68,4% menjadi Rp836 miliar dari Rp496,3 miliar. EBITDA tumbuh 31,2% menjadi Rp1,4 triliun dari Rp1 triliun; sementara laba bersih tumbuh signifikan menjadi Rp621,9 miliar dari Rp269,6 miliar.

Sepanjang semester pertama ini, pendapatan bersih MAPI meningkat 34,1% menjadi Rp12,2 triliun dari Rp9,1 triliun, dengan margin laba kotor naik menjadi 44,4% dari 42,7% pada periode yang sama di tahun sebelumnya. Laba usaha tumbuh sebesar 93,6% menjadi Rp1,3 triliun dari Rp684 miliar, EBITDA mencapai Rp2,4 triliun, peningkatan dari Rp1,8 triliun yang tercatat di periode yang sama pada tahun 2021. Sementara laba bersih melonjak 316,3% menjadi Rp1,2 triliun dari Rp288,1 miliar.

Ratih D. Gianda, VP Investor Relations, Corporate Communications, and Sustainability MAP Group menyatakan, "Kami membukukan kinerja yang baik secara merata di seluruh lini bisnis perusahaan, yang menunjukkan kekuatan dan kemampuan dari model bisnis *Unified Retail*. Strategi kami untuk memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggan, melalui berbagai pilihan berbelanja baik *offline* maupun *online*, telah menjadi fondasi perusahaan untuk pertumbuhan masa kini maupun masa mendatang."

Ratih menekankan bahwa, "Setelah 2 tahun mengalami sejumlah tantangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi Covid-19, MAPI kini kembali dalam fase pertumbuhan, dan manajemen siap untuk memberikan pertumbuhan penjualan dan laba melalui serangkaian investasi yang terencana pada transformasi digital.

Terlepas dari tujuan pertumbuhan kami, perusahaan menyadari berbagai tantangan *supply chain* dan tekanan inflasi global yang berkelanjutan, tetapi kami telah membuktikan selama 18 bulan terakhir, bahwa kami memiliki fondasi yang kuat untuk bertahan di tengah guncangan ekonomi lebih lanjut."

Momentum penjualan perusahaan sangat kuat terutama pada segmen *Sports, Fashion, Health & Beauty*, dan gadget *Digital* melalui pembukaan 161 gerai fisik pada semester pertama tahun 2022, antara lain Foot Locker, Skechers, Boots, Digimap, dan Lego. Momentum yang kuat juga terdapat pada *brand* F&B terbaru, Subway.

Momentum penjualan digital tetap stabil meskipun sebagian besar gerai di Indonesia beroperasi hampir secara normal selama kuartal ke-2. Penjualan meningkat 11% *YoY* menjadi Rp576,2 miliar di kuartal ke-2 dari Rp518,4 miliar pada tahun lalu. Perusahaan saat ini mengoperasikan 26 kanal *online*, serta hadir di 11 kanal *marketplace*.

Akselerasi digital yang terus berlanjut seiring dengan penjualan *offline* yang meningkat secara signifikan, membuktikan strategi pemasaran MAPI yang kuat terutama selama periode Lebaran, saat di mana para pelanggan memiliki beragam pilihan untuk membeli produk MAPI. Pertumbuhan terutama terlihat pada produk pakaian, alas kaki, dan *gadget*.

Ratih menambahkan, "MAPI kini telah bertransformasi secara fundamental, dari peritel *offline*, menjadi peritel *omni-channel* yang menawarkan pengalaman lengkap dalam *offline* dan *online*. Hal ini menjadi keunikan utama kami, di mana jangkauan produk dan *brand* kami diperluas untuk pangsa pasar di seluruh Indonesia."

Margin yang lebih tinggi pada periode ini mencerminkan investasi ekstensif perusahaan ke dalam program analisis data dan perencanaan *merchandise*. Hal ini membuka potensi baru untuk mempertajam pembelian produk yang lebih tepat untuk *brand* dan produk terlaris. Hal ini menghasilkan revitalisasi *product supply* yang meningkatkan penjualan, margin yang lebih tinggi, dan mengurangi *clearance* serta *aging merchandise*.

Untuk pertama kalinya, MAPI mampu menyinergikan perencanaan *merchandise* yang lebih baik dengan kemampuan baru dalam menganalisa data pelanggan, melalui MAPCLUB. Hal ini meningkatkan kemampuan kami untuk menghubungkan produk-produk terbaik dengan para pelanggan, sehingga mencapai *sell through* yang lebih cepat dengan margin penuh dan mengurangi potongan harga.

Menanggapi berbagai proses inovasi baru ini, Ratih mengungkapkan, "Kami masih dalam tahap awal dari misi menjadikan 'data sebagai aset'. Akan tetapi, perkembangan sejauh ini telah membantu kami memanfaatkan model ritel *multi-channel*, sebagai perencanaan data disertai dengan personalisasi anggota MAPCLUB, sehingga mengarah ke bisnis yang lebih berkelanjutan dan menguntungkan."

Ke depannya, Ratih berkomentar bahwa di tengah kondisi ekonomi global yang masih penuh ketidakpastian, bisnis MAPI siap untuk melanjutkan pertumbuhan.

"Kami mempertahankan rencana jangka panjang perusahaan untuk membangun model bisnis solid yang dapat mendorong pertumbuhan berkelanjutan di berbagai kanal ritel, membangun pangsa pasar, serta memberikan keuntungan bagi para pemegang saham dan mitra pilihan. Namun, kami tetap berhati-hati pada setiap tekanan makro ekonomi, dan akan memastikan fleksibilitas dalam strategi investasi untuk terhindar dari berbagai kondisi yang tidak menentu."

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

MAPI memiliki portofolio lebih dari 150 *brand* kelas dunia dari *department stores*, *sports*, *fashion*, *kids*, *food & beverage* hingga *lifestyle*. Per Juni 2022, MAPI mengoperasikan lebih dari 2.400 gerai ritel di 79 kota di Indonesia. Konsep ritel utama yang dikelola antara lain; **Department Stores**: Sogo, Seibu, The FoodHall; **Fashion & Beauty**: Zara, Marks & Spencer, Kipling, Cotton On, Mango, Massimo Dutti, Swarovski, Zara Home, Boots, Sephora; **Active (Sports & Leisure)**: Sports Station, PlanetSports.Asia, Foot Locker, Converse, Golf House, Reebok, Skechers, Onitsuka Tiger, Staccato, Clarks; **Kids**: Kidz Station, Smiggle, Lego; **Digital**: Digimap, Digiplus; **Food & Beverage**: Starbucks, Pizza Marzano, Krispy Kreme, Cold Stone Creamery Ice Cream, Godiva, Genki Sushi, Subway; **Others**: Alun Alun Indonesia. Untuk informasi lebih lanjut tentang MAPI silakan kunjungi [www.map.co.id](http://www.map.co.id).

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

**Ratih Darmawan Gianda**

**VP Investor Relations, Corporate Communications and Sustainability MAP Group**

**PT Mitra Adiperkasa Tbk**

Sahid Sudirman Center, Lantai 30

Jalan Jend. Sudirman Kav. 86 Jakarta 10220

Telephone: +6221 8064 8498, +6221 574 5808