

STRATEGI *MULTI-CHANNEL* MAPI MENGHASILKAN PENINGKATAN PENJUALAN PADA KUARTAL KE-3

Jakarta, 31 Oktober 2022: PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) peritel *multi-channel brand commerce* terkemuka di Indonesia, hari ini mengumumkan rekor kinerja pertumbuhan penjualan dan laba bersih untuk 9M, didukung oleh momentum yang sangat baik pada sebagian besar unit bisnis perusahaan.

Sepanjang periode 9M, pendapatan bersih MAPI meningkat 55,8% ke Rp18,8 triliun dari Rp12,1 triliun, dengan margin laba kotor naik menjadi 45,1% dari 41,6% pada periode yang sama di tahun sebelumnya. Laba usaha tumbuh menjadi Rp2,2 triliun dari Rp388,4 miliar. EBITDA mencapai Rp3,9 triliun, peningkatan dari Rp2 triliun yang tercatat di periode yang sama pada tahun 2021. Sementara laba bersih melonjak menjadi Rp1,8 triliun dari rugi bersih Rp114,8 miliar.

“Kinerja kami yang kuat pada kuartal ke-3 mencerminkan *‘Resilience and Re-imagination of MAP Retail’*, karena perusahaan mampu bertahan di tengah pandemi dan kembali melanjutkan rencana pertumbuhan jangka panjang untuk berbagai kanal penjualan, baik secara *offline, online, market places*, maupun distribusi kepada berbagai UMKM,” ungkap Ratih D. Gianda, VP Investor Relations, Corporate Communications and Sustainability MAP Group.

“Sebagai tambahan, kami juga mempererat hubungan dengan para mitra *brand* internasional terkemuka dengan berinvestasi pada teknologi baru, untuk meningkatkan kinerja gerai, dengan fitur yang disempurnakan secara digital, demi memberikan pengalaman *omni-channel* yang lebih baik bagi para pelanggan.”

Pertumbuhan penjualan grup secara signifikan terlihat pada segmen *Sports & Leisure, Fashion, Health & Beauty, Food & Beverage*, dan perangkat Digital. Sepanjang kuartal ke-3, kami telah membuka 91 gerai baru termasuk Foot Locker, Skechers, Boots, beberapa *brand* Amore Pacific, Digimap, Starbucks dan Subway.

Ratih mengatakan, “Dengan semakin berkembangnya skema penjualan *direct-to-consumer* secara global, kami terus melakukan inovasi agar dapat terhubung dengan para pelanggan di berbagai kanal ritel. Pada tahun 2022, MAPI memiliki paradigma baru untuk dapat terus berinteraksi dengan para konsumen

secara *offline* dan *online*, baik melalui aplikasi seluler, di mal, jalan, bandara, atau bahkan *drive-thru*. MAPI ingin berada 'di mana pun' untuk dapat menyediakan berbagai pilihan berbelanja yang paling nyaman bagi para pelanggan.

Grup memperluas penetrasi ritel *online*-nya melalui 25 situs *proprietary* independen ditambah dengan kehadiran di 9 *online market places* dan 3 *platform* pengiriman makanan. Kontribusi penjualan digital terhadap penjualan kuartal ke-3 dan YTD masing-masing sebesar 9,5%.

Margin laba kotor perusahaan yang lebih tinggi pada kuartal ke-3 mencerminkan peningkatan pada kemampuan program analisa data dan perencanaan *merchandise*. Pada setiap kuartal terjadi peningkatan pada laba dan perputaran *inventory* grup, karena perusahaan menggunakan data untuk menyempurnakan pemilihan *brand* dan produk yang paling diinginkan oleh para pelanggan.

"Kemampuan kami untuk mendapatkan dan menganalisa data terus meningkat dari tahun ke tahun," ujar Ratih. "Hal ini mempercepat siklus penjualan MAP, sehingga memberikan laba yang lebih tinggi dengan selalu menyediakan produk *best-selling* dengan margin yang lebih baik dan lebih cepat untuk seluruh pelanggan. Pada akhirnya, *inventory* kami didominasi oleh produk baru dan di saat yang sama mampu mencapai level *aging merchandise* terendah."

Ratih menyimpulkan, "Kami berharap bahwa *resilience dan re-imagination MAP* membuat kami mampu menghadapi kondisi yang penuh ketidakpastian pada saat ini. Meskipun ada banyak yang harus dilakukan, baik bisnis di dalam negeri maupun di kawasan ASEAN yang terus berkembang, kami optimis dengan memiliki model bisnis yang berhasil, akan memberikan peluang terbaik kepada kami demi mencapai pertumbuhan substansial di masa depan."

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 September 2022, MAPI mengoperasikan lebih dari 2.500 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 & Kids)***: Sports Station, PlanetSports.Asia, Foot Locker, Converse, Golf House, Reebok, Skechers, Onitsuka Tiger, Staccato, Clarks, 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.

Untuk informasi lebih lanjut, 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