



MAP

PT MITRA ADIPERKASA TBK

PAPARAN PUBLIK

V.P. Sharma
Wakil Presiden Direktur

20 Juni 2023

SHOPPING FOR EVERYONE

The central diagram is a circular wheel with 11 segments, each representing a different retail category. The segments are: ACTIVE SPORTS & LEISURE (blue), FASHION & FASHION FOOTWEAR (pink), DEPT STORES (green), FOOD & BEVERAGE (orange), DIGITAL/TECHNOLOGY (purple), E-COMMERCE (red), KIDS (purple), TRAVEL & LIFESTYLE (brown), OTHERS (green), and two unlabeled segments (yellow and white). The center of the wheel features the text 'MAP Mitra Adiperkasa 360° Retailing'.

Surrounding the central diagram are 12 lifestyle images, each with a caption:

- Menikmati kopi pagi hari** (Enjoying morning coffee)
- Make-up: Bersiap untuk kerja** (Make-up: Getting ready for work)
- Sibuk saat kerja** (Busy at work)
- Baju mana yang akan di pakai hari ini?** (Which shirt will I wear today?)
- Setelah jam kerja** (After work hours)
- Bersemangat untuk berolahraga** (Energetic for exercise)
- Hobby kesukaanku: Belanja** (My favorite hobby: Shopping)
- Perjalan penuh gaya** (Stylish travel)
- Belanja kebutuhan sekolah** (Shopping for school supplies)
- Bersantap di restoran** (Dining at a restaurant)
- Belanja kebutuhan sehari-hari** (Shopping for daily needs)
- Hadih ulang tahunku** (My birthday gift)
- Tampil meyakinkan** (Looking confident)
- Belanja online?** (Online shopping?)

Tinjauan MAP Grup (Mei 2023)

Lebih dari **3.200**

Gerai Ritel *

+ **28 gerai online**

+ Hadir di gerai *online* pihak ke-3

150⁺

Merek Kelas Dunia

110⁺

Konsep Ritel

7 Negara

- Indonesia
- Vietnam
- Thailand
- Kamboja
- Filipina
- Singapura
- Malaysia

Lebih dari

80

Kota

Lebih dari

32.000

Karyawan *



MAP CLUB

MAP
GIFT VOUCHER

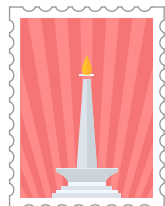
MAP RETAIL ACADEMY



* Data termasuk Internasional, Burger King dan Domino's Pizza

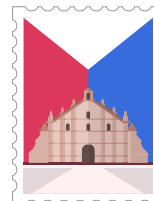
Gerei MAP di ASEAN FY2022

INDONESIA



- 2.903 gerai*
- 7 gerai *online multi-brand proprietary*
- 18 gerai *online mono brand*
- 150+ merek eksklusif

FILIPINA



- 83 gerai
- 7 gerai *online multi-brand proprietary*
- 11 merek eksklusif

VIETNAM



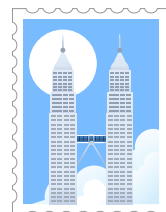
- 39 gerai
- 2 gerai *online mono brand*
- 12 merek eksklusif

THAILAND



- 4 gerai
- 5 merek eksklusif

MALAYSIA



- 17 gerai
- 3 merek eksklusif

SINGAPURA



- 13 gerai
- 3 merek eksklusif

* Data termasuk Burger King dan Domino's Pizza

Pertumbuhan MAP sejak IPO tahun 2004

GERAI

2004 : 418 gerai

2022 : 3.059 gerai
(termasuk 28 gerai *ONLINE*)

MEREK

2004 : Beberapa Merek

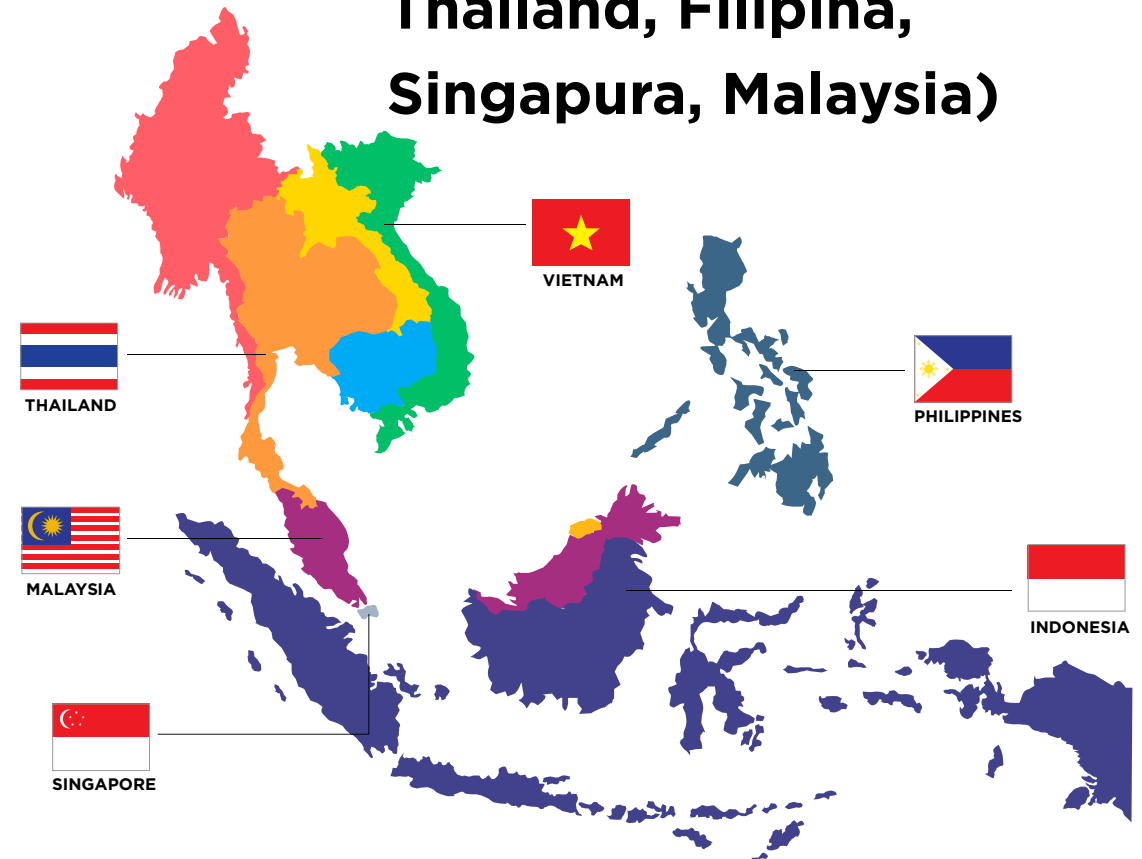
2022 : Lebih dari 150 merek
(Ritel + Distribusi)

**Potensi Pertumbuhan
yang Luar Biasa**

NEGARA

2004 : 1 (Indonesia)

2022 : 6 (Indonesia, Vietnam,
Thailand, Filipina,
Singapura, Malaysia)





Tinjauan Tahun 2022

Ekonomi Indonesia

- ***FY 2022: 5,31%*** - terbaik dalam 9 tahun (vs 3,69% di 2021)
- ***FY 2023 (Proyeksi): 4,4%***
- **Proyeksi lebih rendah untuk 2023 (dibandingkan dengan 2022) karena adanya tantangan berikut ini:**
 1. Terus berlanjutnya perang Rusia-Ukraina
 2. Ancaman resesi global
 3. Tekanan inflasi
 4. Kenaikan suku bunga
 5. Ketidakstabilan di sektor perbankan





Keuangan 2022/23

Laba Rugi Konsolidasi (2020 - Q1 2023)

Konsolidasi (Dalam Milyar Rupiah)	Tidak Diaudit		Diaudit		
	Q1 2023	Q1 2022	2022	2021	2020
Penjualan Bersih	7.462	5.633	26.937	18.424	14.847
<i>% pertumbuhan</i>	32%	31%	46%	24%	-31%
Laba Usaha	664	488	3.070	1.222	(57)
<i>% margin</i>	9%	9%	11%	7%	0%
<i>% pertumbuhan</i>	36%	160%	151%	2249%	-103%
E B I T D A	1.280	1.026	5.467	3.438	2.252
<i>% margin</i>	17%	18%	20%	19%	15%
<i>% pertumbuhan</i>	25%	41%	59%	53%	-21%
Laba Bersih *	496	648	2.505	468	(585)
<i>% margin</i>	7%	11%	9%	3%	-4%
<i>% pertumbuhan **</i>	-23%	3408%	436%	180%	-150%

Angka yang disajikan dari 2020 setelah PSAK 73

Laba/(Rugi) bersih sebelum minoritas

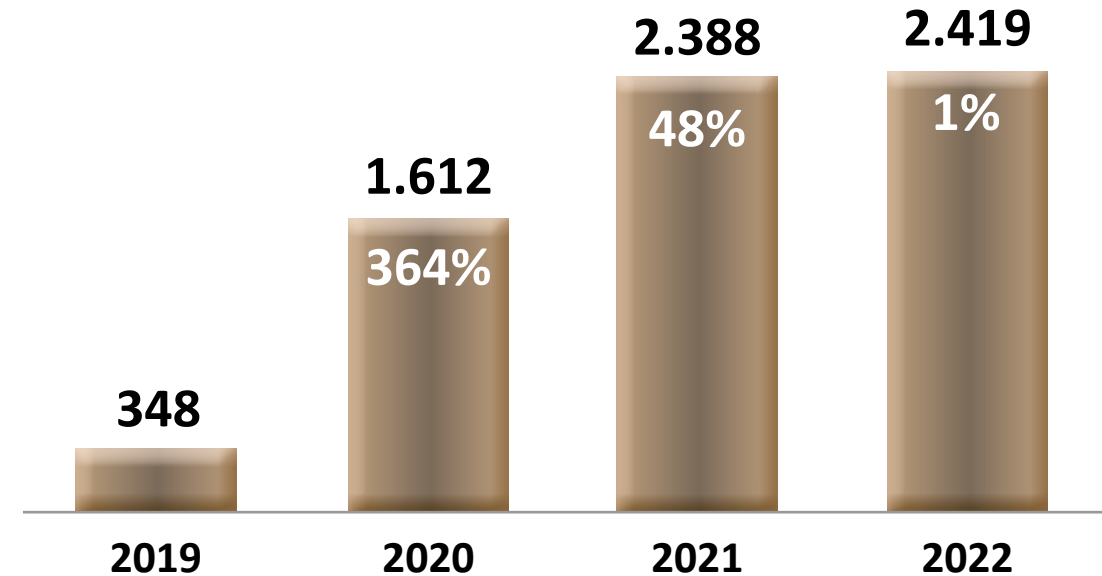
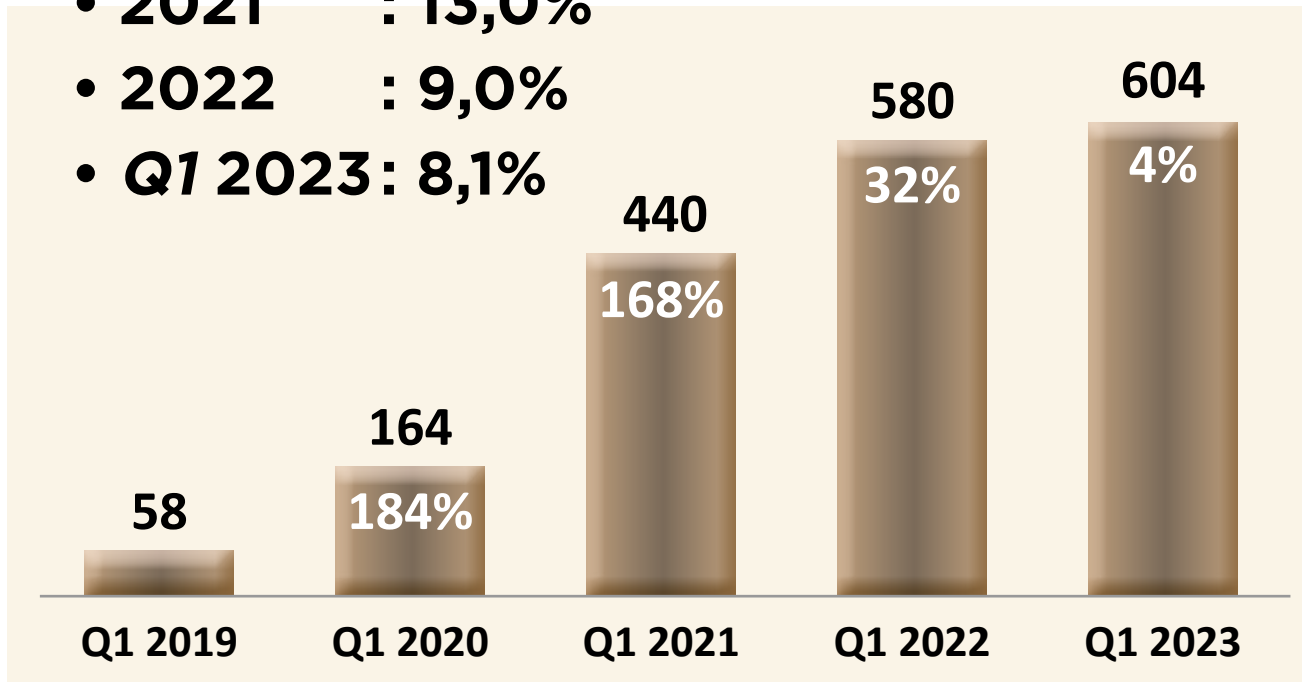
* Termasuk keuntungan satu kali dari pelepasan saham Burger King sebesar Rp 309 miliar

** Jika tidak termasuk pelepasan saham Burger King, pertumbuhan pada Q1 2023 = 47%, Q1 2022 = 1732%, dan FY 2022 = 369%

Penjualan Digital

Kontribusi penjualan digital terhadap total penjualan :

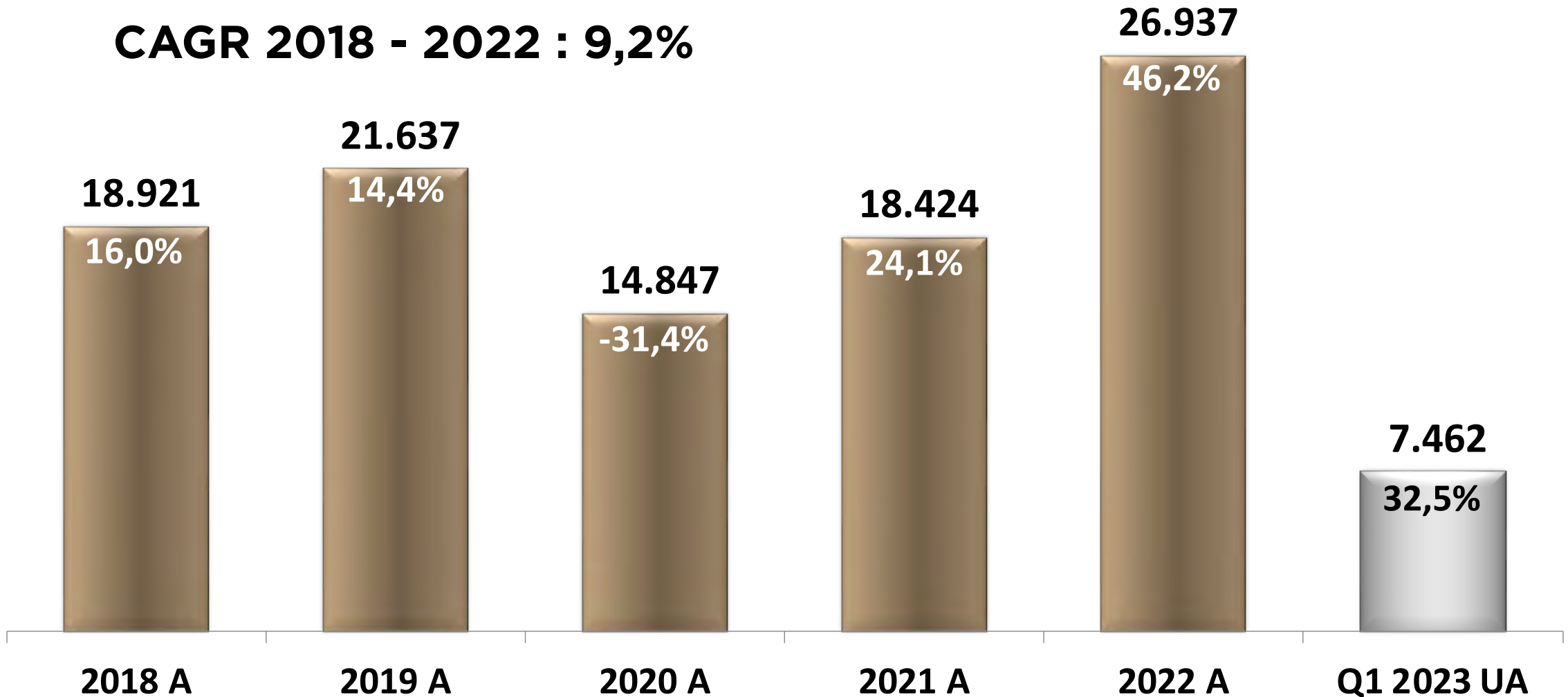
- 2019 : 1,6%
- 2020 : 10,9%
- 2021 : 13,0%
- 2022 : 9,0%
- Q1 2023 : 8,1%



Persentase dalam grafik batang menunjukkan % pertumbuhan
Disajikan dalam Milyar Rupiah

Penjualan Bersih

CAGR 2018 - 2022 : 9,2%

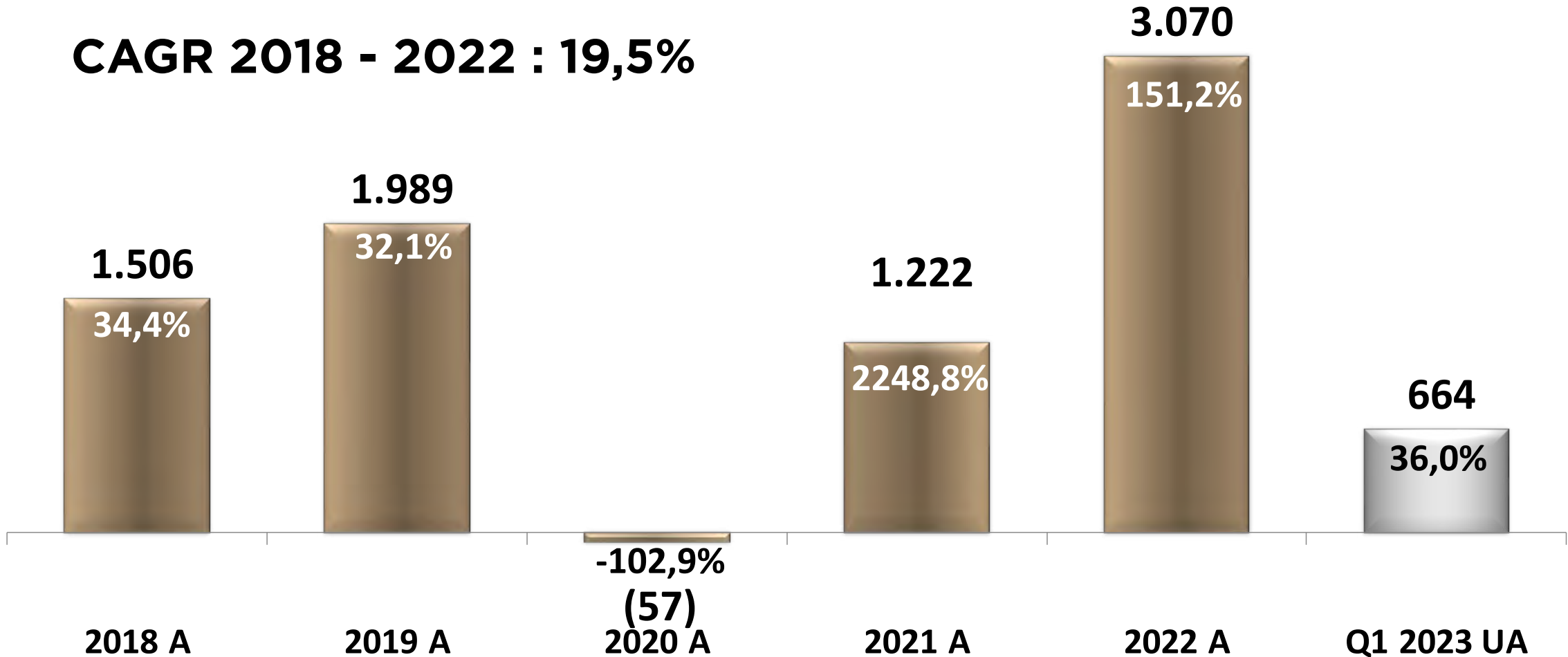


Disajikan dalam Milyar Rupiah

Persentase dalam grafik batang menunjukkan % pertumbuhan vs tahun sebelumnya

Pertumbuhan EBIT

CAGR 2018 - 2022 : 19,5%

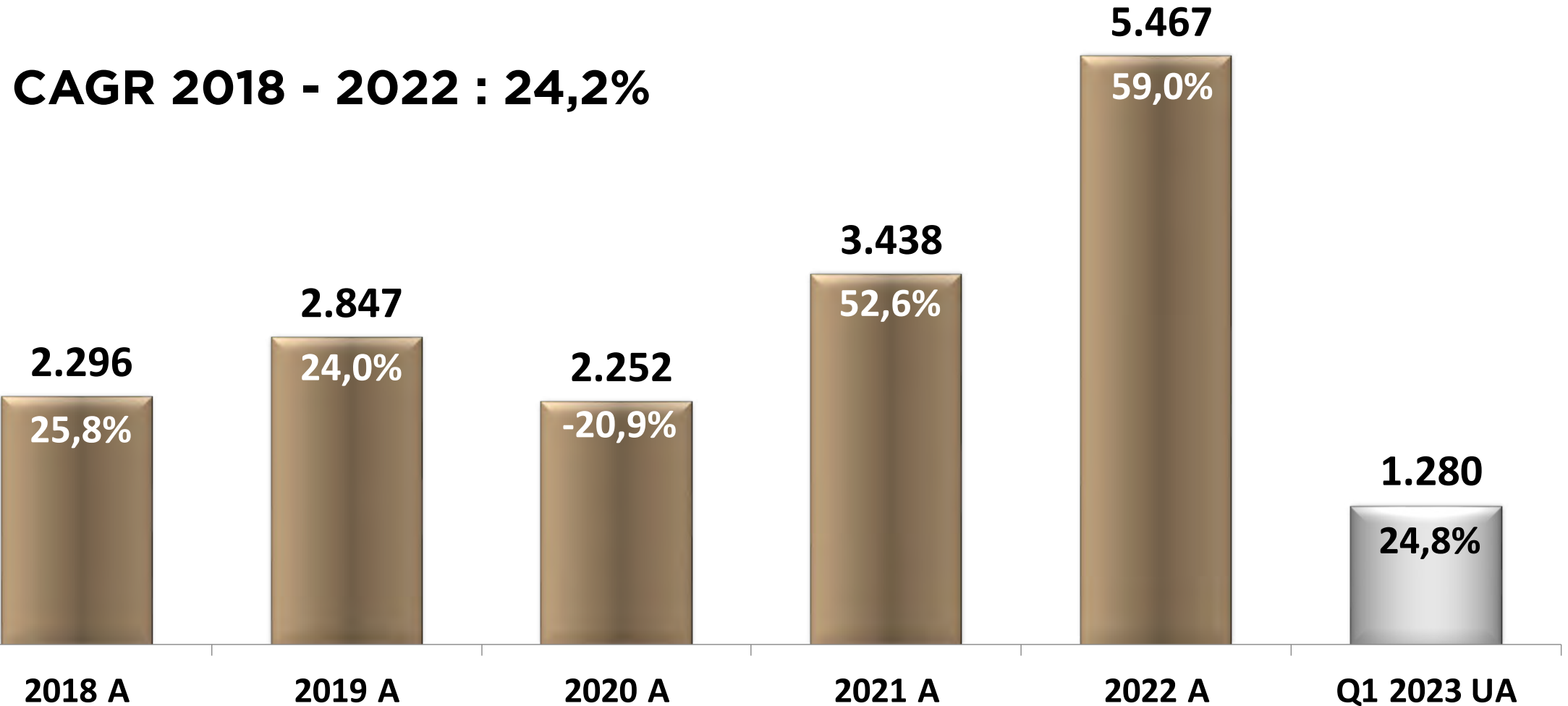


Disajikan dalam Milyar Rupiah

Persentase dalam grafik batang menunjukkan % pertumbuhan vs tahun sebelumnya

Angka yang disajikan dari 2020 setelah PSAK 73

Pertumbuhan EBITDA



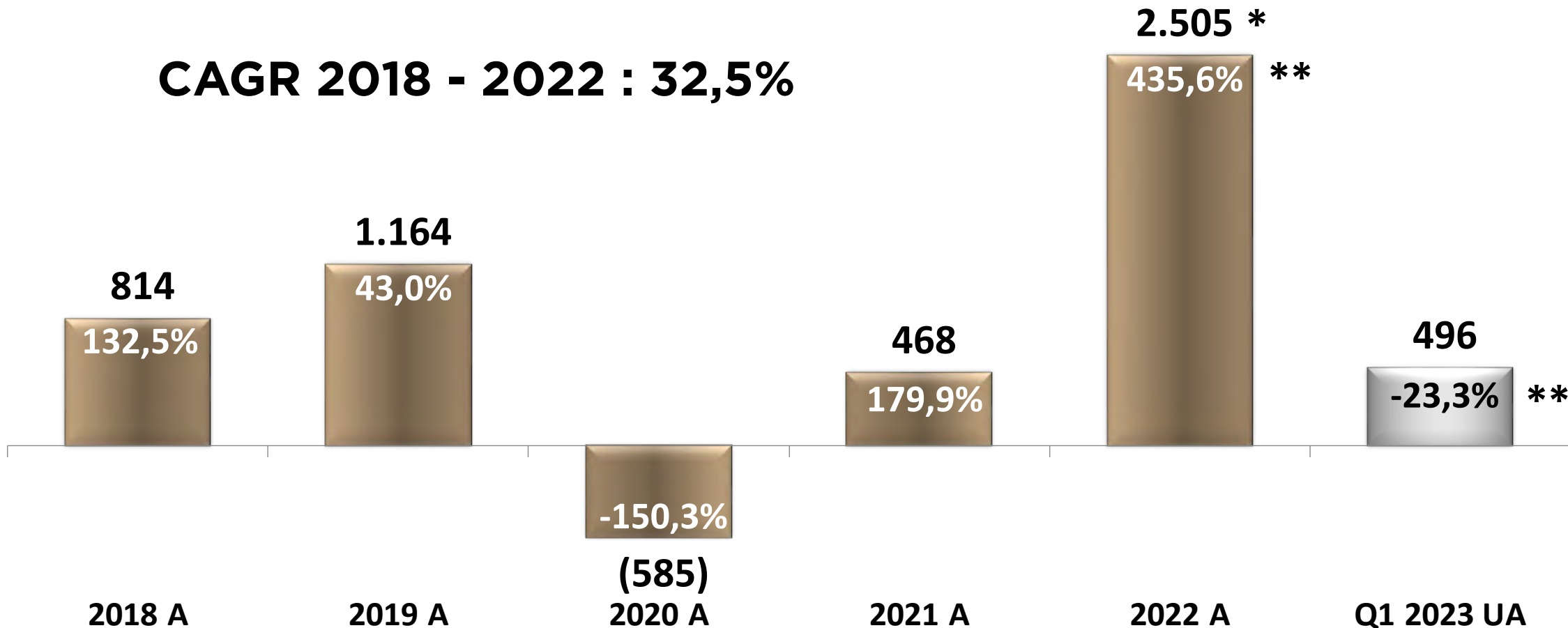
Disajikan dalam Milyar Rupiah

Persentase dalam grafik batang menunjukkan % pertumbuhan vs tahun sebelumnya

Angka yang disajikan dari 2020 setelah PSAK 73

Pertumbuhan Laba Bersih

CAGR 2018 - 2022 : 32,5%



Disajikan dalam Milyar Rupiah dan Persentase dalam grafik batang menunjukkan % pertumbuhan vs tahun sebelumnya
Angka yang disajikan dari 2020 setelah PSAK 73

* Termasuk keuntungan satu kali dari pelepasan saham Burger King sebesar Rp309 miliar

** Jika tidak termasuk pelepasan saham Burger King, pertumbuhan pada FY 2022 = 369% dan Q1 2023 = 47%

Posisi Keuangan Konsolidasi

Posisi Keuangan Konsolidasi (Dalam Milyar Rupiah)	Tidak Diaudit Q1 2023	Diaudit		
		2022	2021	2020
Aset				
Kas Dan Setara Kas	2.906	3.851	2.778	2.788
Piutang	735	899	606	508
Persediaan	6.090	4.699	3.731	3.715
Aset Tetap - Bersih	4.020	3.841	3.587	3.926
Aset Guna Usaha - Bersih	4.611	4.736	3.582	4.067
Uang Jaminan Dan Lain-Lain	3.306	2.942	2.483	2.643
Jumlah Aset	21.668	20.968	16.768	17.647
Liabilitas Dan Ekuitas				
Utang Bank	1.113	611	1.146	2.504
Utang Obligasi	430	430	404	376
Utang Usaha	3.063	3.309	2.521	2.486
Liabilitas Sewa	4.416	4.631	3.548	3.919
Lain-Lain	2.388	2.259	2.000	1.788
Jumlah Liabilitas	11.410	11.240	9.618	11.074
Kepentingan Nonpengendali	1.834	1.630	1.217	1.148
Ekuitas yang Dapat Diatribusikan Kepada Entitas Induk	8.424	8.098	5.933	5.426

Angka yang disajikan dari 2020 setelah PSAK 73

1. Jumlah hutang tidak termasuk obligasi tanpa bunga;

2020 IDR 2,5T	2021 IDR 1,1T	2022 IDR 611M	Q1 2023 IDR 1,1T
------------------	------------------	------------------	---------------------

2. Kas bersih;

2020 IDR 284M	2021 IDR 1,6T	2022 IDR 3,2T	Q1 2023 IDR 1,8T
------------------	------------------	------------------	---------------------

3. Hari persediaan;

2020 152 HARI	2021 125 HARI	2022 102 HARI	Q1 2023 101 HARI
------------------	------------------	------------------	---------------------

4. Umur persediaan melebihi 6 bulan;

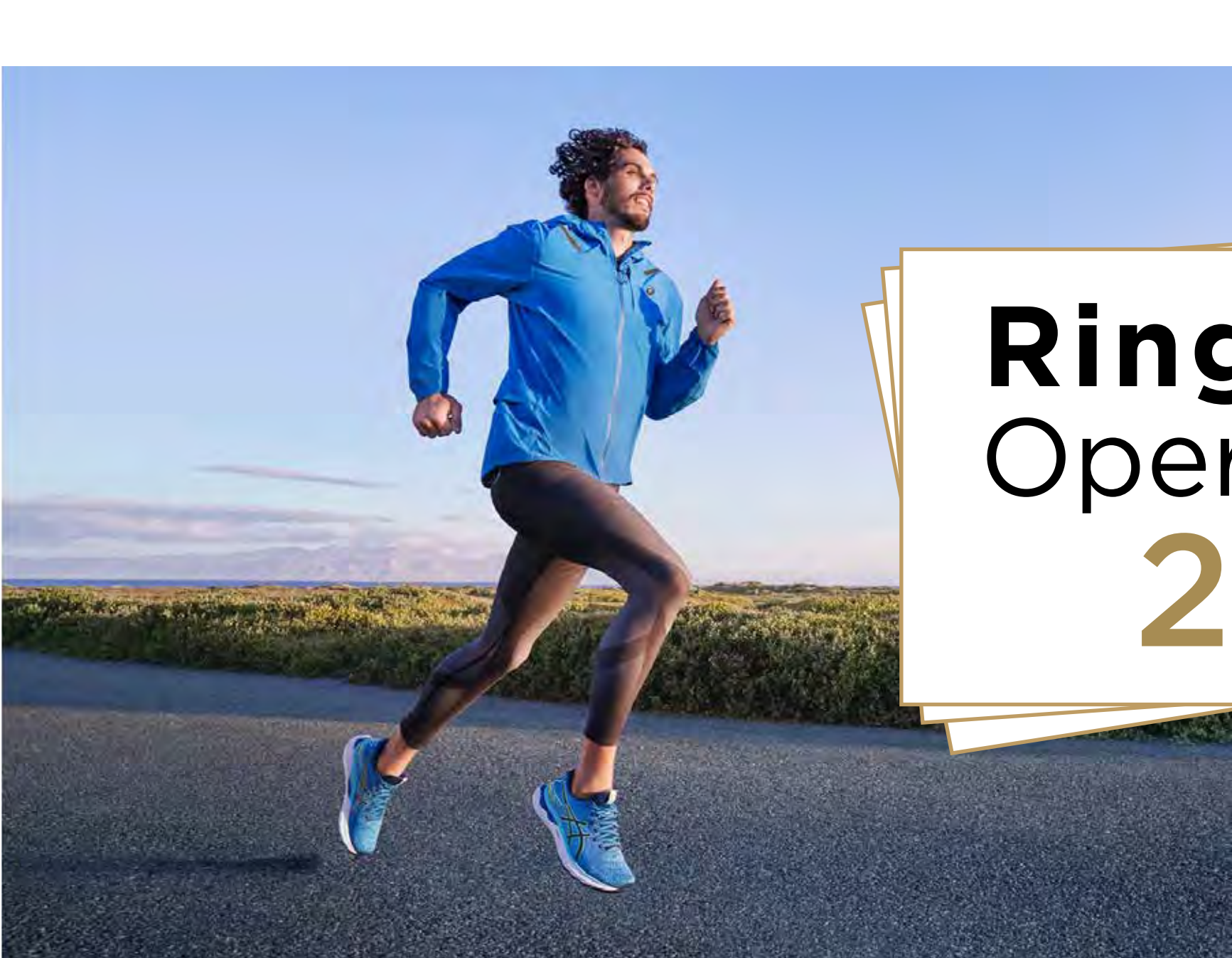
2020 38%	2021 43%	2022 25%	Q1 2023 21%
-------------	-------------	-------------	----------------

5. Ekuitas;

2020 IDR 6,6T	2021 IDR 7,2T	2022 IDR 9,7T	Q1 2023 IDR 10,3T
------------------	------------------	------------------	----------------------

6. Kas Bersih terhadap Ekuitas;

2020 4%	2021 23%	2022 33%	Q1 2023 18%
------------	-------------	-------------	----------------

A man with curly hair and a beard, wearing a blue long-sleeved athletic jacket, black leggings, and blue running shoes, is captured in a dynamic running pose on a paved path. The background shows a grassy field and a clear blue sky with some light clouds. The overall scene conveys a sense of motion and health.

Ringkasan Operasional 2022

Ritel Offline

Gerei Baru

Per Mei 2023

216

FY 2022

488

- **Active**
- **Fashion**
- **Dept. Stores**
- **F&B**
- **Digital**
- **Internasional**
- **Lain-Lain**

70

25

1

51

8

56

5

153

44

3

163

17

101

7

28 Gerai Ritel *Online* (Mei 2023)

CORPORATE / GROUP

MAP CLUB

ACTIVE

- Planet Sports.Asia
- Sports Station
- Foot Locker ID
- Foot Locker PH
- Converse
- Crocs
- Skechers
- Reebok
- New Balance
- Linea Shoes
- Kidz Station
- Brics Active

FASHION

- Zara ID
- Zara VN
- Massimo Dutti ID
- Massimo Dutti VN
- Pull and Bear
- Stradivarius
- Bershka
- Zara Home
- Marks & Spencer
- Lacoste
- Mango
- Tumi
- Sephora

DIGITAL

- Digimap

LAIN-LAIN

- Kinokuniya

“ **Analysts’
Favourite in
the Consumer
Cyclical Sector** ”
- CSA Institute -





“ **Best Companies
to Work for
in Asia 2023** ”

- HR Asia -





“ Best Validitas NIK Tenaga Kerja Non Aktif ”

- BPJS -





“ **Badan Usaha
Terbaik** ”

- **BPJS Ketenagakerjaan** -





“ 2022

**Bangkit Pada
Tahun Perubahan
(Kategori Ritel)** ”

- Bisnis Indonesia -





“ 2023
Bertumbuh di
Era Baru
(Kategori Ritel) ”
- Bisnis Indonesia -



SPORTS STATION

“ Sebagai 25 Seller
Terbaik dengan
Pertumbuhan Tertinggi
(Kategori *Fashion*) ”

- Lazada Indonesia -





“ **Distribution
Partner
of the Year
Award** ”



SWAROVSKI

“ **Top Sell-in
Performing Store
Award** ”



“ **Best
Pop Up Store
H1 2023 Award** ”



LACOSTE



“ APAC
Sales Winner
for 2022
Award ”



kipling

“ **Best
Rising Star
(Women’s Fashion)** ”

- Blibli -





“ **The Best Bold Mover
- Experience
Award** ”





“ **Best Opening
Performance
Award** ”





“ **1st Place - Hygiene
and Sanitary
Award** ”

- Plaza Indonesia -



STRATEGI GRUP untuk **2023** dan selanjutnya



“Built to Last” - Venture Beyond

**STRATEGI UNTUK 2023
DAN SELANJUTNYA**

4 Strategi Perusahaan

4 Strategi Perusahaan

Memaksimalkan kemungkinan brand untuk menjadi *one-stop shop* untuk penjualan & pemasaran ritel *multi-channel* di ASEAN:

- 1. Integrasi Opsi Pengalaman Ritel**
- 2. Jalankan Perubahan Digital & Teknologi**
- 3. Akuisisi atau Kemitraan Strategis**
- 4. Mempercepat Regional *Branded Commerce***

EKSPANSI DENGAN PRINSIP KEHATI-HATIAN

Strategi 1: Integrasi Opsi Pengalaman Ritel

- Ekosistem digital terintegrasi berbasis data
- Gerei *online & offline* untuk melayani pelanggan 24x7

ZARA



Strategi 1: Integrasi Opsi Pengalaman Ritel (Lanjutan)



digimap
enhancing life

Multi-channel
untuk melayani
pelanggan

- **offline**
- **online**
- **chat**
- **kanal marketplace**

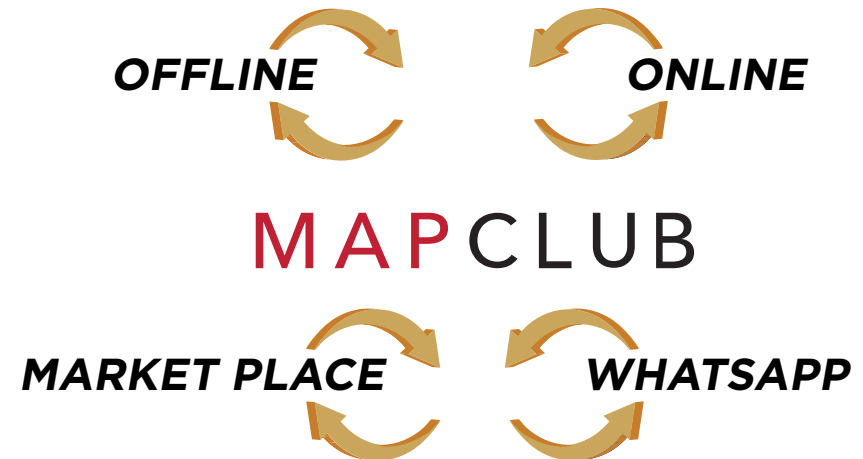
Strategi 2: Jalankan Perubahan Digital & Teknologi

- Ekosistem digital berbasis data yang terintegrasi
- untuk menyempurnakan perencanaan, pembelian, penjualan dan kecepatan untuk masuk ke pasar ASEAN

a. **MAP CLUB** - *Power App* untuk *branded shopping*

Aplikasi komunitas ritel yang menggabungkan semua penjualan & kolaborasi pelanggan MAP dalam satu ekosistem.

**SEMUA BRAND
SEMUA KANAL PENJUALAN
SEMUA KATEGORI RITEL
eMONEY & INSENTIF**



Strategi 2: Jalankan Perubahan Digital & Teknologi (Lanjutan)

b. *Endless Aisle (Save The Sale)*

- Proses untuk mengoptimalkan inventaris perusahaan dengan akses *online* ke semua gerai dan persediaan pusat distribusi secara nasional.
- Ketika ukuran atau warna tidak tersedia, staf dapat menggunakan PDT untuk memenuhi pesanan dari tujuan alternatif.
- Produk kemudian dikirim ke alamat pelanggan.



Strategi 2: Jalankan Perubahan Digital & Teknologi (Lanjutan)

c. Teknologi BluTab

Teknologi eksklusif *Online to Offline* yang membantu pembeli *online* untuk mendapatkan pengiriman lebih cepat melalui pemenuhan barang dari gerai terdekat dari alamat mereka.



Strategi 3: Akuisisi atau Kemitraan Strategis

Kemitraan utama pada 2022:

a. Foot Locker

Kemitraan jangka panjang dengan Foot Locker untuk ritel *omni-channel* di pasar Asia Tenggara.



Strategi 3: Akuisisi atau Kemitraan Strategis (Lanjutan)

b. Joint Venture

- Joint venture untuk :
 - Converse di Singapura & Malaysia
 - Aldo di beberapa pasar Asia Tenggara
 - Sports Direct di Indonesia
- Hak distribusi untuk Reebok di Singapura & Malaysia



c. Subway

- Tambahan utama untuk portolio brand MBA
- Lebih dari 70 gerai di Indonesia (per Mei 2023)



Strategi 4: Mempercepat Regional *Branded Commerce*

- Mengelola & memasarkan merek-merek terkenal di negara-negara ASEAN
- Menyatukan *offline* + *online* + semua titik kontak ritel untuk memaksimalkan potensi penjualan

INDONESIA



ZARA



zara.com/id



PLANET SPORTS

Grand Indonesia, Jakarta



planetsports.asia

Strategi 4: Mempercepat Regional *Branded Commerce* (Lanjutan)

VIETNAM



zara.com/vn



ZARA



digibox

Estella Place, Ho Chi Minh City

Strategi 4: Mempercepat Regional *Branded Commerce* (Lanjutan)

SINGAPURA



CONVERSE

Tampines Singapore

MALAYSIA



CONVERSE

Pavilion Mall

FILIPINA



Foot Locker

Sea Side, Cebu

Strategi Utama

- **Pengendalian Biaya**
- **Investasi pada brand yang menguntungkan untuk meningkatkan pangsa pasar**
- **Fokus utama pada pasar dalam negeri – Indonesia**

Filipina



Vietnam

ZARA

Massimo Dutti

PULL&BEAR

STRADIVARIUS

VICTORIA'S
SECRET

2XU

CONVERSE

BIRKENSTOCK[®]
MADE IN GERMANY • TRADITION SINCE 1774

Champion

diadora

astec

NEW
ERA

new balance

ROOKIE^{USA}

LOTTO

smiggle[®]
where a smile meets a giggle

MARKS & SPENCER

Foot Locker

Apple digibox

Thailand

Foot Locker

new balance

adidas

ROOKIE USA

LOTTO

dior

AIRWALK

2XU

astec

**Dr. AirWair
Martens**
The Bouncing Shoe

ALDO

STEVE MADDEN

NINE WEST

Hasbro

moose

ZURU

Singapura

CONVERSE 

ALDO

 **AIRWALK**

Reebok 

Foot Locker


astec

 **LOTTO**

Malaysia

CONVERSE 

ALDO



Reebok 

Foot Locker



Kamboja

PULL&BEAR

Massimo Dutti

ZARA



MARKS & SPENCER



crocs™



Gerai Baru 2022/23

Gerai Baru - Indonesia

Lacoste Kelapa Gading Mall



Gerei Baru - Indonesia

Marks & Spencer Pakuwon Mall Yogyakarta



Gerai Baru - Indonesia

Calvin Klein Plaza Indonesia



Gerai Baru - Indonesia

Boots Kemang Raya



Gerai Baru - Indonesia

Hoka Grand Indonesia



Gerai Baru - Indonesia

Foot Locker Kota Kasablanka



Gerei Baru - Indonesia

Asics Tunjungan Plaza Surabaya



Gerai Baru - Indonesia

Onitsuka Pakuwon Mall Yogyakarta



Gerai Baru - Indonesia

Dr. Martens Paris Van Java Bandung



Gerei Baru - Indonesia

Kidz Station The Park Semarang



Gerai Baru - Indonesia

Lego Kota Kasablanka



Gerai Baru - Indonesia

Starbucks Reserve Yogyakarta



Gerei Baru - Indonesia

Paul Bakery Kelapa Gading Mall



Gerai Baru - Indonesia

Subway Discovery Mall Bali



Gerei Baru - **Filipina**

Foot Locker Sea Side, Cebu



Gerei Baru - **Filipina**

New Balance Grand Canal Venice, Taguig City



Gerei Baru - **Filipina**

Hoka Ayala Bay Mall, Manila



Gerei Baru - **Filipina**

Skechers Trinoma



Gerei Baru - **Filipina**

Converse Rockwell



Converse Shangri-la



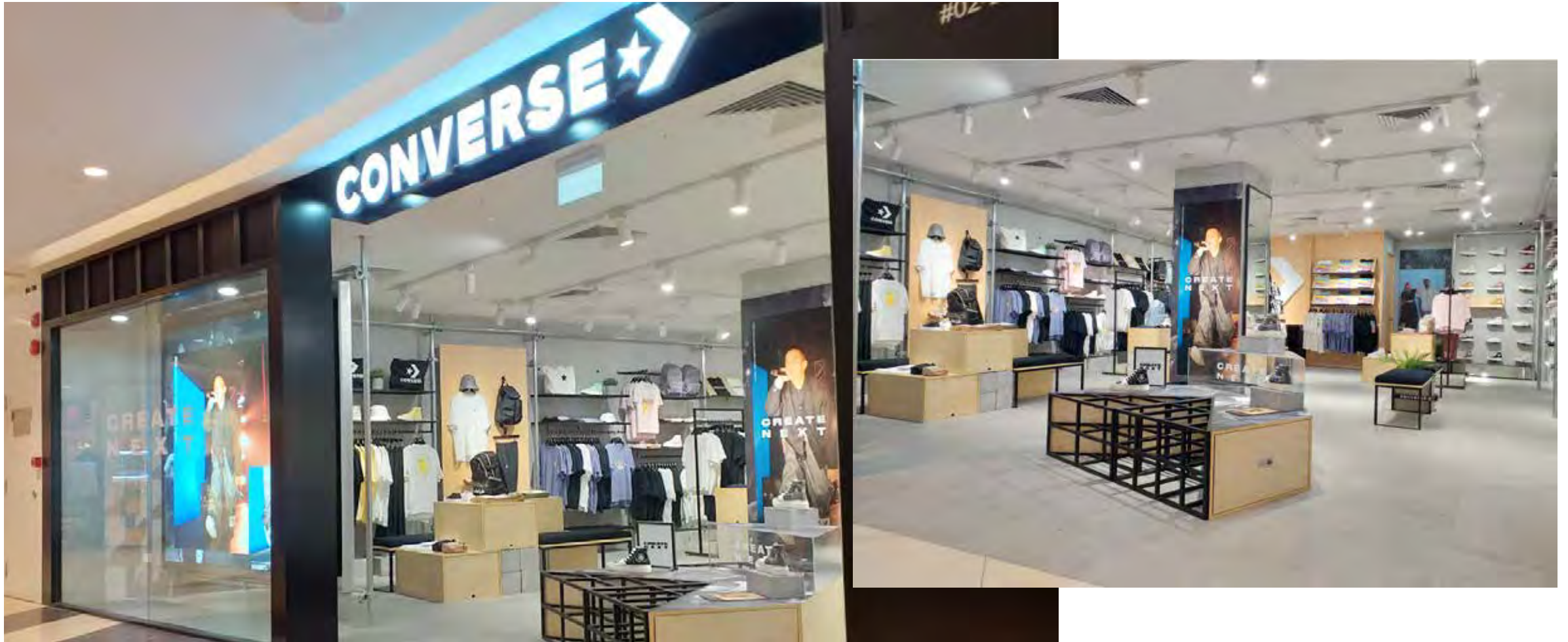
Gerei Baru - **Filipina**

FitFlop Ayala Capitol Bacolod



Gerei Baru - Singapura

Converse Tampiness Mall



Gerai Baru - Singapura

Aldo Bugis Junction



Gerai Baru - Malaysia

Converse Gurney Plaza Penang



Gerai Baru - Malaysia

Aldo The Gardens Mall, Mid Valley



Gerai Baru - **Kamboja**

Digibox Chip Mong 271 Megamall, Phnom Penh



Gerai Baru - **Kamboja**

ZARA Chip Mong 271 Megamall, Phnom Penh



Keberlanjutan



Peringkat ESG dari MSCI

- Per 25 April 2023

PERBANDINGAN DENGAN PERUSAHAAN RITEL GLOBAL

Industria de Diseno Textil, S.A.	AA
The Home Depot, Inc.	AA
Lowe's Companies, Inc.	AA
Amazon.com, Inc.	A
Alibaba Group Holding Ltd.	BBB
PT Mitra Adiperkasa Tbk	BBB
Central Retail Corporation PCL	BBB
PT Matahari Dept. Store Tbk	BBB
Lotte Shopping Co., Ltd	BB

*THE USE BY PT MITRA ADIPERKASA TBK OF ANY MSCI ESG RESEARCH LLC OR ITS AFFILIATES ("MSCI") DATA, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT, RECOMMENDATION, OR PROMOTION OF PT MITRA ADIPERKASA BY MSCI. MSCI SERVICES AND DATA ARE THE PROPERTY OF MSCI OR ITS INFORMATION PROVIDERS, AND ARE PROVIDED 'AS-IS' AND WITHOUT WARRANTY. MSCI NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI.

PT MITRA ADIPERKASA TBK Industri Ritel - Konsumer Diskresioner | ID

	BOBOT	NILAI
Linkungan	18%	3,4
Jejak Karbon Produk	9%	2,4
Sumber Bahan baku	9%	4,4
Sosial	49%	5,0
Manajemen Buruh	18%	6,4
Keamanan Bahan Kimia	14%	3,1
Privasi & Keamanan Data	17%	5,1
Tata Kelola	33%	4,2
Nilai Keseluruhan		

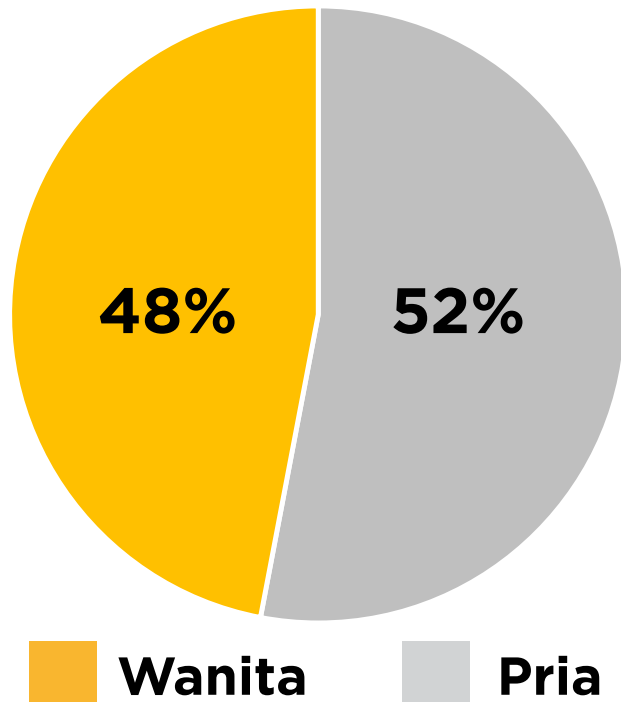
Nilai Rata-rata Isu Utama MAPI 4,5

Nilai *Industry Adjusted Score* MAPI 4,8

PEOPLE – KESETARAAN GENDER

Komposisi Gender per Des 2022

Semua Karyawan



Mempekerjakan lebih dari 32.000 karyawan dan memberikan peluang setara di seluruh level



Starbucks *Community Store* di Tanah Abang

STARBUCKS®

Starbucks “*Signing store*” Pertama untuk komunitas dengan gangguan pendengaran





MAP RETAIL ACADEMY

Meningkatkan standar edukasi ritel



Perusahaan menyediakan banyak peluang pelatihan untuk membantu karyawan dalam mengembangkan keterampilan dan karir mereka

PELATIHAN BERKUALITAS UNTUK KOMUNITAS

Perusahaan percaya bahwa pengetahuan harus dibagikan - MAP Retail Academy menyediakan pelatihan kepada pihak eksternal untuk memperkuat Industri Ritel Indonesia



Program CADENCE - *Rodalink*



Business Study Mission
- *Nanyang Business School*

**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

Mitra resmi pemerintah
untuk program Kampus
Merdeka
(Program Internship)



Work Integrated Learning
- *Deakin University (Australia)*



Pelatihan "Pursue Your Dream" - *Binus*



*Youth Entrepreneurship
Program*

RUMAH BELAJAR ANAK BINTANG - RAJAB

- Berdiri pada tahun 2014, bekerjasama dengan Karang Taruna Jawa Barat
- RAJAB adalah program pendidikan pembangunan karakter untuk anak-anak dari keluarga pra-sejahtera
- Saat ini RAJAB beroperasi di 7 desa di Jawa Barat



RUMAH BELAJAR ANAK BINTANG - RAJAB

RAJAB mendidik anak-anak tentang nilai keberlanjutan sejak usia dini



Menciptakan mainan dari kertas bekas



Pendidikan Pencak Silat



Perahu mainan dari botol plastik



Menciptakan tas dari plastik sekali pakai

COACHING CLINICS

MAP menyelenggarakan *Coaching Clinics* untuk mendorong anak-anak untuk menjalani gaya hidup sehat dan aktif



Coaching Clinic Lari



Coaching Clinic Renang



Coaching Clinic Bulu Tangkis

PROGRAM DONASI DAN SUKARELA

MAP menyelenggarakan berbagai program donasi dan sukarela untuk mendukung masyarakat setempat



PENGURANGAN ENERGI DAN EMISI



Pemanfaatan Panel Surya di gerai Starbucks



Menu Berbasis Tumbuhan



Penanaman Pohon Mangrove
untuk merehabilitasi lingkungan & melindungi
garis pantai

PENGURANGAN LIMBAH



Tidak Menggunakan Tas Belanja Plastik Sekali Pakai



Program *Greener Nusantara*

- Pengurangan plastik di gerai makanan dan minuman



Program “Take Back”



Program Pengelolaan Limbah

- Bekerja sama dengan *startup* lokal untuk mendaur ulang limbah kami.

PENGADAAN AIR BERSIH



Membangun 15 Menara Air untuk menyediakan akses ke air bersih



Sistem Penyaringan Air Bersih Didonasikan ke Daerah Terdampak Bencana

MAP: MANUFAKTUR UNTUK DUNIA

PT OUT OF ASIA

Main Factory/Warehouse:

- Lokasi: Bantul (Jogjakarta)
- Mempekerjakan lebih dari 3.000 pengrajin di 4 pulau (Bali + Jawa + Lombok + Sumatra)
- Ekspor ke lebih dari 20 negara di seluruh dunia

Beberapa klien kami:

ZARA HOME

H&M HOME

THE BODY SHOP.

Crate&Barrel

MARKS & SPENCER

LONDON

dan masih banyak lagi!



MENDUKUNG MEREK INDONESIA

DEPARTMENT STORES

Galleries Lafayette



MAP ACTIVE



JALINAN MITRA DENGAN PETANI LOKAL



Donasi Biji Kopi untuk Starbucks Farmer Support Center



Biji Kopi Sumatera Indonesia dijual di lebih dari 80 Negara melalui Starbucks

MENGHADIRKAN PRAKTIK GLOBAL TERBAIK KE INDONESIA - PT MITRA GARINDO PERKASA

- PT Mitra Garindo Perkasa, anak perusahaan kami, mengoperasikan pabrik manufaktur garmen seluas 33.000 meter persegi di Gunung Putri, Bogor
- Perusahaan ini memproduksi produk untuk brand internasional terkemuka - membawa praktik internasional ke Indonesia.





Apple iPad Pro

MAP

PT MITRA ADIPERKASA TBK

TERIMA
KASIH