

### SIARAN PERS Untuk Segera Didistribusikan

# PENJUALAN MAP MULAI PULIH PADA KUARTAL KE-4 DIPICU OLEH STRATEGI 'UNIFIED RETAIL'

Jakarta, 16 April 2021 – PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP), perusahaan ritel gaya hidup terkemuka di Indonesia hari ini mengumumkan pencapaian kinerja untuk tahun 2020. Pendapatan bersih perusahaan turun sebesar 31,4% menjadi Rp14,8 triliun dibanding tahun 2019, sementara margin laba kotor tercatat sebesar 41,6%. Rugi usaha tercatat sejumlah Rp56,9 miliar, dan EBITDA dibukukan sejumlah Rp2,3 triliun. Perusahaan mencatatkan rugi bersih sebesar Rp585 miliar.

Penurunan penjualan MAP pada tahun 2020 memperlihatkan dampak pandemi Covid-19 pada pelemahan ekonomi hingga akhir tahun. Namun penjualan digital mencapai 10,3% dari total penjualan, melesat hingga 236% dibanding tahun 2019.

Sementara pada kuartal ke-4, pendapatan bersih tercatat sejumlah Rp4,6 triliun tumbuh 36,5% dari kuartal ke-3. Margin laba kotor naik sebesar 20bps dari 40,5% pada kuartal ke-3 menjadi 40,7%. Sejalan dengan itu, perusahaan berhasil membukukan laba usaha pada kuartal ke-4 sebesar Rp357 miliar, membaik dari rugi usaha sebesar Rp113 miliar pada kuartal ke-3. EBITDA meningkat tajam menjadi Rp844 miliar dari Rp484 miliar, dengan laba bersih mencapai Rp87,2 miliar dibanding rugi bersih sebesar Rp217 miliar di kuartal sebelumnya.

Total penjualan kuartal ke-4 MAP meningkat secara signifikan dibanding kuartal sebelumnya dikarenakan pembukaan kembali pusat perbelanjaan secara bertahap dan momentum dari strategi *Unified Retail* yang berpusat pada program *loyalty* MAP CLUB. Dengan reorganisasi tim dari masing-masing merek untuk melayani kanal *online* dan *offline* ke dalam satu infrastruktur yang terintegrasi, perusahaan mampu memanfaatkan 3,7 juta basis anggota MAP CLUB untuk memperkenalkan produk-produk baru dari merek favorit bertepatan dengan datangnya musim liburan.

Konversi penjualan dengan harga normal yang lebih besar dan pengurangan beban usaha secara agresif yang terus berlanjut, membuat MAP kembali meraih laba bersih pada kuartal ke-4. Pencapaian ini diraih meskipun pembatasan jumlah pengunjung di pusat perbelanjaan masih terus berlangsung hingga saat ini.

"Program MAP CLUB kami secara signifikan meningkatkan penjualan di kuartal ke-4 dengan cara menargetkan para pelanggan terbaik kami dan menawarkan 'kenyamanan serta pilihan' dalam berbelanja baik secara offline maupun online," ucap Ratih D. Gianda, VP Investor Relations, Corporate Communications and Sustainability.

Ratih menambahkan, "Persentase penjualan yang memadai pada kuartal ke-4 berasal dari kontribusi anggota MAP CLUB, dan nilai penjualannya dapat terus meningkat, seiring dengan upaya kami menganalisa data untuk memaksimalkan program *loyalty* secara lebih menyeluruh."

Tingkat *inventory* per akhir Desember turun 12,6% dibanding pada akhir kuartal ke-3 seiring dengan meningkatnya permintaan pada musim liburan untuk produk baru MAP yang melampaui ekspektasi internal.

Menjelaskan lebih lanjut, Ratih mengungkapkan, "Tim kami yang terhubung satu sama lain, yakni TI, Operasional Gerai, Penjualan dan Pemasaran bekerja secara optimal untuk memuaskan para pelanggan MAP. Strategi kami dalam mengintegrasikan tim menjadi satu entitas memberikan dampak positif pada segi penjualan, keuntungan dan produktivitas *inventory*."

"Prediksi kami dalam membangun program *loyalty* MAP CLUB yang solid, sangat penting untuk kembali mencapai pertumbuhan positif," ujar Ratih. "Dengan kekuatan strategi *multi-channel Unified Retail* yang unik dan memberikan kenyamanan serta fleksibilitas bagi para pelanggan, baik *online* maupun *offline*, kami terus melihat kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar dan pertumbuhan yang menguntungkan di tahun 2021," tutur Ratih menyimpulkan.

#### Tentang PT Mitra Adiperkasa Tbk

MAP memiliki portofolio lebih dari 150 merek kelas dunia dari department stores, sports, fashion, kids, food & beverage hingga lifestyle. Per Desember 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, Converse, Golf House, Reebok, Rockport, Skechers, Onitsuka Tiger dan Clarks; Digital: Digimap; 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: 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 Communications & Sustainability PT Mitra Adiperkasa Tbk

Lantai 30, 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.Cianda@map.co.id

#### **IKHTISAR KEUANGAN**

|  | Per 31 Desember 2020 |            | Per         |
|--|----------------------|------------|-------------|
| (dalam jutaan Rupiah)  | Sebelum              | Sesudah    | 31 Desember |
|  | PSAK 73              | PSAK 73    | 2019        |
| Pendapatan bersih  | 14.847.398           | 14.847.398 | 21.637.309  |
| Laba kotor   | 6.180.625            | 6.180.944  | 10.314.681  |
| Laba (rugi) usaha  | (258.693)            | (56.863)   | 1.989.322   |
| EBITDA   | 672.582              | 2.252.322  | 2.846.922   |
| Laba (rugi) sebelum pajak  | (607.341)            | (723.806)  | 1.625.502   |
| Laba (rugi) bersih periode berjalan  | (470.034)            | (585.304)  | 1.163.507   |
| Laba (rugi) bersih periode berjalan<br>yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk | (444.937)            | (553.716)  | 933.493     |
| Laba (rugi) per saham dasar (dalam Rupiah penuh)   | (27)                 | (33)       | 56          |