

SIARAN PERS**Untuk Segera Didistribusikan****KINERJA MAPA UNGGUL DI KUARTAL KE-4, DIPICU PERCEPATAN INVESTASI PROGRAM *LOYALTY* DAN EKSPANSI INTERNASIONAL**

Jakarta, 16 April 2021 – PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA), anak perusahaan *sports & leisure* PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP), hari ini mengumumkan pencapaian kinerja untuk tahun 2020. Pendapatan bersih perusahaan turun sebesar 36,0% menjadi Rp4,8 triliun, sementara margin laba kotor tercatat sebesar 40,0%. Beban usaha turun 23% YoY dan laba usaha tercatat sebesar Rp80 miliar. EBITDA dibukukan sebesar 704 miliar, sementara perusahaan mencatatkan laba bersih sebesar Rp4 miliar.

Sementara pada kuartal ke-4, pendapatan bersih tercatat sejumlah Rp1,6 triliun tumbuh 43,9% dari kuartal ke-3. Margin laba kotor naik 190bps dari 38,9% menjadi 40,8% di kuartal ke-4. Sejalan dengan itu, perusahaan berhasil membukukan laba usaha pada kuartal ke-4 sebesar Rp184 miliar, membaik dari rugi usaha kuartal ke-3 yang mencapai Rp9 miliar. EBITDA melonjak menjadi Rp341 miliar dari Rp145 miliar, dengan laba bersih Rp118 miliar dibanding rugi bersih sebesar Rp38,3 miliar pada kuartal sebelumnya.

Penjualan MAPA pada kuartal ke-4 melampaui ekspektasi manajemen seiring meningkatnya momentum di seluruh lini usaha *sports, leisure shoes* dan *Kids (games dan toys)* dengan laju tercepat dalam 12 bulan. Permintaan tinggi dari para pelanggan dipacu oleh strategi baru Perusahaan, yakni *Unified Retail* yang mengintegrasikan *platform online, offline* dan program *loyalty* menjadi satu jalur komunikasi pelanggan.

“Kesuksesan di kuartal ke-4 merupakan hasil dari perubahan struktur organisasi perusahaan secara menyeluruh pada pertengahan tahun 2020. Tim dari masing-masing merek kini turut bertanggung jawab atas penjualan ritel dan pemasaran *multi-channel* baik *online, offline*, portal media sosial maupun *market place*. Pemasaran *multi-channel* ini memberikan ‘kenyamanan dan pilihan’ kepada pelanggan mengenai Kapan, Dimana dan Bagaimana mereka membeli produk kami,” ujar Ratih D. Gianda, VP, Investor Relations, Corporate Communications and Sustainability.

Ratih menambahkan, “Struktur baru ini memanfaatkan keanggotaan MAP CLUB secara maksimal untuk dapat berinteraksi langsung dengan para pelanggan di seluruh gerai fisik maupun digital. Hal ini meningkatkan respon tim *merchandising* dan pemasaran atas kebutuhan pelanggan, yang merupakan peluang bagi MAPA untuk meraih pertumbuhan yang menguntungkan.”

Peningkatan margin laba kotor pada kuartal ke-4 memperlihatkan keragaman produk yang lebih baik di seluruh lini usaha perusahaan, didukung oleh fleksibilitas dalam mempromosikan penawaran *direct-to-consumer* melalui MAP CLUB, Planet Sports, Kidz Station dan berbagai media sosial serta gerai *mono brand*.

Meningkatnya margin laba kotor serta pengendalian ketat pada beban usaha menjadikan laba bersih kembali positif pada kuartal ke-4 dan tahun buku 2020.

Pembatasan operasional pada pusat perbelanjaan yang masih terus berlangsung, memicu percepatan pertumbuhan penjualan pada *platform* digital *multi-brand* dan *mono brand* milik MAPA. Penjualan *online* pada kuartal ke-4 naik 24% dari kuartal ke-3, dan hampir mencapai 10% dari total penjualan pada kuartal ke-4.

Pertumbuhan kinerja anak usaha baru MAPA di Filipina, Thailand dan Vietnam terus meningkat, meskipun pusat perbelanjaan dan gerai fisik hanya beroperasi 50% sepanjang kuartal ke-4. MAPA juga akan membawa kesuksesan dari aplikasi loyalty MAP CLUB di Indonesia ke pasar Asean pada semester ke-2 tahun 2021, dengan tujuan utamanya menjadi program *loyalty* premium terbesar di tingkat regional.

“Anak perusahaan internasional kami berada di posisi yang tepat dengan merek-merek yang diminati dan jaringan gerai fisik yang akan terus kami kembangkan, seiring mulai pulihnya pasar dari pandemi. Dengan menambahkan program *loyalty* dan *platform online* pada tahun 2021/2022, akan memperkuat posisi kami di seluruh kanal distribusi, serta menambah interaksi *direct-to-consumer* melalui MAP CLUB,” Ratih menjelaskan.

“Walaupun terdapat indikasi pemulihan di seluruh kanal perusahaan, selama pandemi masih berlangsung, perubahan kebijakan masih bisa terjadi. Oleh karena itu, kami belum dapat memprediksi kondisi pasar yang konsisten dalam jangka pendek,” ujar Ratih. “Namun, respon proaktif perusahaan sejak awal pandemi telah membuahkan hasil. Kami kini memiliki struktur operasional yang lebih baik untuk meningkatkan pertumbuhan di masa depan.”

Ratih menyampaikan bahwa investasi pada program *loyalty*, ekspansi internasional, serta sejumlah pengembangan baru di digital dan gerai fisik, menjadi landasan strategi MAPA untuk tahun 2021.

“Kami memiliki banyak kesempatan menarik di tahun 2021, bersama dengan posisi keuangan yang lebih solid untuk mengokohkan serta meningkatkan kapasitas agar seluruh target perusahaan tercapai. Masa depan jangka panjang perusahaan terlihat menjanjikan,” tutur Ratih menyimpulkan.

Tentang PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA)

Pada akhir bulan Desember 2020, MAPA, anak perusahaan PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI), telah mengoperasikan 1.121 gerai di 79 kota di seluruh Indonesia dan mengelola lebih dari 150 merek, lebih dari 40 merek di antaranya merupakan merek eksklusif. Tiga lini bisnis utama perusahaan adalah produk *Sports, Leisure footwear* dan *Kids*. MAPA juga memiliki jaringan ritel *multi-brand* eksklusif, termasuk Planet Sports Asia, Sports Station, Golf House, Ogaan, Kidz Station, dan Planet Sports Kids. Di tahun 2019, perusahaan mengakuisisi Astec, merek bulu tangkis, *fitness* dan aktivitas *leisure* terkemuka di tingkat regional, yang didirikan oleh Alan Budikusuma dan Susi Susanti, peraih medali emas Olimpiade dan Kejuaraan Dunia. Untuk memperoleh informasi lebih lengkap mengenai MAPA, silakan kunjungi www.mapactive.id.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:

Ratih Darmawan Gianda –

VP, Investor Relations, Corporate Communications and Sustainability

PT Map Aktif Adiperkasa Tbk

Sahid Sudirman Center 26th Floor

Jalan Jend. Sudirman Kav. 86 Jakarta 10220

Telephone: +6221 80648 488 Ext. 89088

Mobile: 08111791606

IKHTISAR KEUANGAN

<i>(dalam jutaan Rupiah)</i>	Per 31 Desember 2020		Per 31 Desember 2019
	Sebelum PSAK 73	Sesudah PSAK 73	
Pendapatan bersih	4.781.480	4.781.480	7.472.911
Laba kotor	1.911.722	1.912.041	3.340.799
Laba usaha	39.908	80.037	967.726
EBITDA	255.057	704.385	1.147.820
Laba (rugi) sebelum pajak	11.349	(9.074)	951.265
Laba bersih periode berjalan	20.453	4.338	686.865
Laba bersih periode berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk	17.823	2.078	686.771
Laba per saham dasar (dalam Rupiah penuh)	6	1	241