



MAP
active

ONE TEAM TOGETHER

BIGGER BETTER
STRONGER

A photograph of a Foot Locker store interior, viewed through a glass window. The store is well-lit and features various merchandise on display, including sneakers, clothing, and accessories. A large white silhouette of a person is visible in the background. The text "Foot Locker" is partially visible on the right side of the window. The text overlay is centered and reads:

**MENJALANKAN BISNIS TERBAIK
UNTUK
BRAND-BRAND INTERNASIONAL
DI PASAR LOKAL**

SEJARAH KAMI



1991

Mulai beroperasi dengan pembukaan gerai Sports Station & Golf House yang pertama kali.

• 50 Gerai

- Pembukaan gerai Royal Sporting House pertama.



1997

Pembukaan gerai Kidz Station, Planet Sports, dan The Athlete's Foot.

1999

- Penawaran Umum Perdana/IPO.
- Akuisisi merek Astec.



2018

- **780 Gerai**
- MAA bermitra dengan CVC Capital Partners.

2015

- **500 Gerai**
- Pembukaan gerai Payless ShoeSource.

2008



200
Gerai

2001

2019

Ekspansi di Vietnam.



2020

Ekspansi di Filipina dan Thailand.

2021

1.195
Gerai

2022

- Ekspansi di Singapura dan Malaysia.
- Membuka 13 gerai baru di Singapura dan 17 gerai baru di Malaysia.



2023



- **>1.600 Gerai**
- Ekspansi di Kamboja.
- Meraih penghargaan "Rise in the Year of Change (Retail Category)" dari Bisnis Indonesia.
- Meraih penghargaan "The Best Customer" Award dari KSO Sucofindo Surveyor Indonesia.
- PT Map Aktif Adiperkasa Tbk menjadi bagian dari FTSE (Financial Times Stock Exchange) Index.
- Perusahaan membentuk Joint Venture bersama Sports Direct Malaysia, Sdn.Bhd untuk mengoperasikan gerai Sports Direct di Indonesia.

PORTOFOLIO BRAND KAMI

SPORTS



*Brand non eksklusif



PORTOFOLIO BRAND KAMI



LEISURE

- ALDO **BIRKENSTOCK** *Clarks* **Dr. Martens** **fitflop** LINEA
- NINE WEST **Onitsuka Tiger** **Payless** ROCKPORT **STACCATO** STEVE MADDEN

KIDS

- KIDZ STATION** **baby alive*** **BAN DAI** **BAN DAI** **LEGO** **MGA** **Disney** **PS*** **MAJORETTE** **OSHKOSH B'gosh** **MARVEL*** **CAT**
- Hasbro** **NERF*** **PlayDoh** **MY LITTLE PONY*** **FunReel*** **Nai Nai Surprise** **Hasbro Gaming** **MONOPOLY*** **TRANSFORMERS*** **siku** **Dickie Toys** **LA TOYS**
- POWER RANGERS** **ARMASIS** **LOL SURPRISE!** **OMG** **Leap Frog*** **jakks** **Little Love Diana** **Simba** **GUNPLA*** **ULTRAMAN HEROES*** **Gazillion**
- vtech*** **Boley** **EVC** **Disney PRINCESS** **Disney FROZEN** **DINOSAURS** **DINOS UNLASHED** **LASER X** **Discovery #MINDBLOWN** **Smiggle**
- Prime3D** **Clementoni** **baby Clementoni** **keeppley*** **Qman*** **FAO SCHWARZ** **Peppa Pig*** **FUNSKOOL** **Discovery** **SHARPER IMAGE***



*Brand non eksklusif

STRATEGI KAMI

01

Mengintegrasikan berbagai opsi ritel

Mengintegrasikan pilihan berbelanja baik di gerai fisik, kanal digital dan media sosial, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan

03

Mempercepat Inovasi Digital & Teknologi

Membangun ekosistem digital berbasis data terintegrasi untuk menyempurnakan perencanaan, pembelian dan kecepatan di Kawasan ASEAN

02

Percepatan Branded Commerce di Kawasan Regional

Mengelola dan memasarkan brand - brand internasional di negara ASEAN yang padat penduduk dengan fundamental PDB yang kuat.

04

Akuisisi atau Kemitraan Strategis

Mengidentifikasi peluang yang terukur dan melengkapi pertumbuhan jangka panjang di Kawasan ASEAN

01

MENGINTEGRASIKAN BERBAGAI OPSI PENGALAMAN RITEL

Kami merancang suatu ekosistem digital berbasis data terintegrasi antara gerai fisik dan kanal *online*, sehingga memberikan kenyamanan berbelanja selama 24 jam sehari.

Gerai *flagship* kami, saat ini tersedia secara *offline*, *online*, *chat & buy*, maupun kanal *marketplace* untuk dapat melayani pelanggan di seluruh negara.



02

PERCEPATAN BRANDED COMMERCE DI ASEAN

* Per Maret 2024



INDONESIA

1.392
Gerai

40+ Brand
Eksklusif
16 Online
Platforms



VIETNAM

9 Brand
Eksklusif
2 Online
Platforms

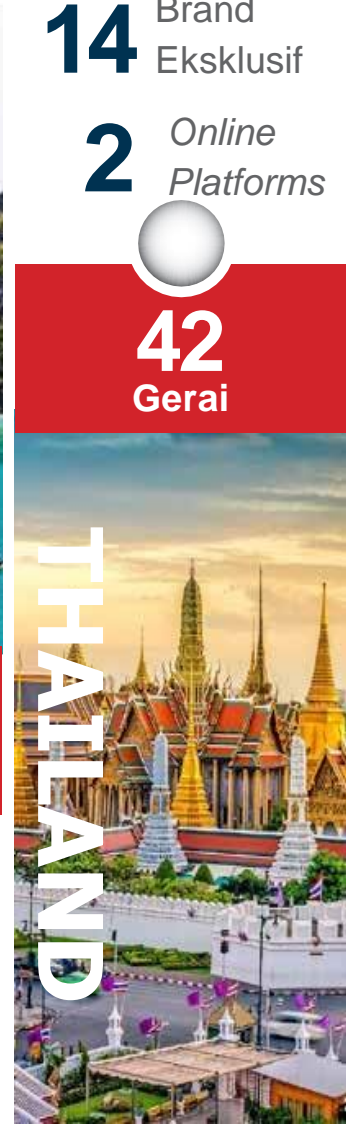
37
Gerai



PHILIPPINES

172
Gerai

19 Brand
Eksklusif
4 Online
Platforms



THAILAND

14 Brand
Eksklusif
2 Online
Platforms

42
Gerai



SINGAPORE

26
Gerai

6 Brand
Eksklusif
3 Online
Platforms



MALAYSIA

4 Merek
Eksklusif
3 Online
Platforms

41
Gerai



CAMBODIA

9
Gerai

4 Merek
Eksklusif

03

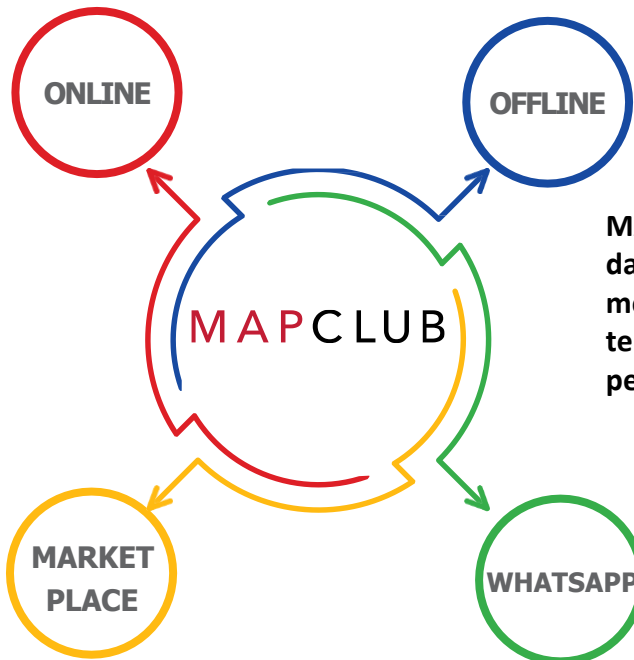
MEMPERCEPAT INOVASI DIGITAL & TEKNOLOGI

Membangun ekosistem digital berbasis data yang terintegrasi, untuk menyempurnakan perencanaan, pembelian, penjualan, dan kecepatan pemasaran kami di seluruh ASEAN.

A. MAPCLUB

Sebuah aplikasi yang menggabungkan semua segmen bisnis dan para pelanggan MAP dalam satu ekosistem

- Semua *Brand*
- Semua Kanal Penjualan
- Semua Kategori Ritel
- eMoney & Insentif



MAPCLUB mengintegrasikan data dari seluruh kanal penjualan, memungkinkan pelayanan yang tepat sasaran kepada para pelanggan.

Evolusi In-store Digital

1. Satu perangkat *mobile* untuk beberapa fungsi

- Tampilan *stock* global dan siklus pengendalian *inventory*
- Fungsi penerimaan barang dan *transfer stock*
- Pemenuhan O2O (Aplikasi Android terintegrasi dengan TITAN)
- *Endless Aisle/Chat & Buy*

2. *E-receipt* melalui email untuk aplikasi MAPCLUB

3. *Mobile POS* di gerai dengan volume tinggi untuk mengurangi antrian

B. Endless Aisle (Save The Sale)

Sebuah proses untuk mengoptimalkan *inventory* Perusahaan melalui akses *online* ke seluruh gerai kami dan persediaan *inventory* secara nasional; bila ukuran atau warna tidak tersedia, staf kami dapat menggunakan PDT untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Produk yang diinginkan kemudian dapat dikirim ke alamat pelanggan.

C. Teknologi dan Operasi Digital

Tim kami terus berupaya untuk mengintegrasikan semua saluran pertumbuhan, baik gerai *offline*, kanal *online* dan *marketplace* dalam satu kesatuan yang tergabung dalam program ONE DATA kami; sehingga akan memberikan perspektif unik mengenai tempat berbelanja yang disukai oleh pelanggan kami.

Fitur perencanaan *merchandise* baru



MEMBERIKAN *BUSINESS VALUES* DAN MANFAAT

Mempertajam fokus untuk mencapai tujuan masa depan

“Efektifitas operasional”
Mempercepat realisasi nilai bisnis



Pola “Prediktif, Proaktif dan Gesit”
Mendorong inovasi berkelanjutan

“Akselerasi implementasi”
Penerapan *global best practices* sesuai kebutuhan merek

Manfaat bisnis yang diharapkan



Penurunan Tingkat *out of stock*



Peningkatan ketersediaan *inventory* di gerai



Peningkatan penjualan gerai



Peningkatan akurasi alokasi



Solusi yang efisien dan otomatis untuk meningkatkan efisiensi serta pertumbuhan penjualan

04

AKUISISI ATAU KEMITRAAN STRATEGIS

MAA mengidentifikasi peluang yang terukur dan melengkapi pertumbuhan jangka panjang di Kawasan ASEAN

- Kemitraan: Mengoperasikan Foot Locker di 6 negara di ASEAN
- Kemitraan: *Joint Venture* dengan Sports Direct dan Aldo di beberapa negara di ASEAN.



GERAI MULTIBRAND

PLANET SPORTS Bintaro Xchange, 15-12-2023

INDONESIA



SPORTS DIRECT Plaza Senayan, 31-01-2024

INDONESIA



SPORTS STATION Summarecon Bandung, 18-01-2024

INDONESIA



ROYAL SPORTING HOUSE PSx Palembang, 16-02-2024

INDONESIA



GERAI *MONOBRAND*

SKECHERS
Summarecon Bandung, 18-01-2024

INDONESIA



ALDO
The Mall Bengkapi, 19-01-2024

THAILAND



CONVERSE
Raffles City, 07-02-2024

SINGAPORE



HOKA
Greenhills, 14-03-2024

PHILIPPINES



CROCS
Bintaro Xchange, 26-01-24

INDONESIA



CONVERSE
TRX Store, 12-01-24

MALAYSIA



GERAI *MONOBRAND*

LEGO
Senayan City, 17-05-2024

INDONESIA



STEVE MADDEN
Summarecon Bandung, 18-01-2024

INDONESIA



NEW BALANCE
Galleria Cebu, 27-01-2024

PHILIPPINES



FLIPFLOP
Grand East Outlet, 05-12-2023

INDONESIA



REEBOK
Kota Kasablanka, 30-08-23

INDONESIA



DR.MARTEN
Bintaro Xchange, 26-01-2024

INDONESIA



FOOT LOCKER

FOOT LOCKER Bintaro XChange, 26 -01-2024

INDONESIA



FOOT LOCKER Mall Bengkapi, 19-01-2024

THAILAND



FOOT LOCKER Margo City, 29 -03-2024

INDONESIA



FOOT LOCKER Summarecon Bandung, 23-02-2024

INDONESIA





MAP
active

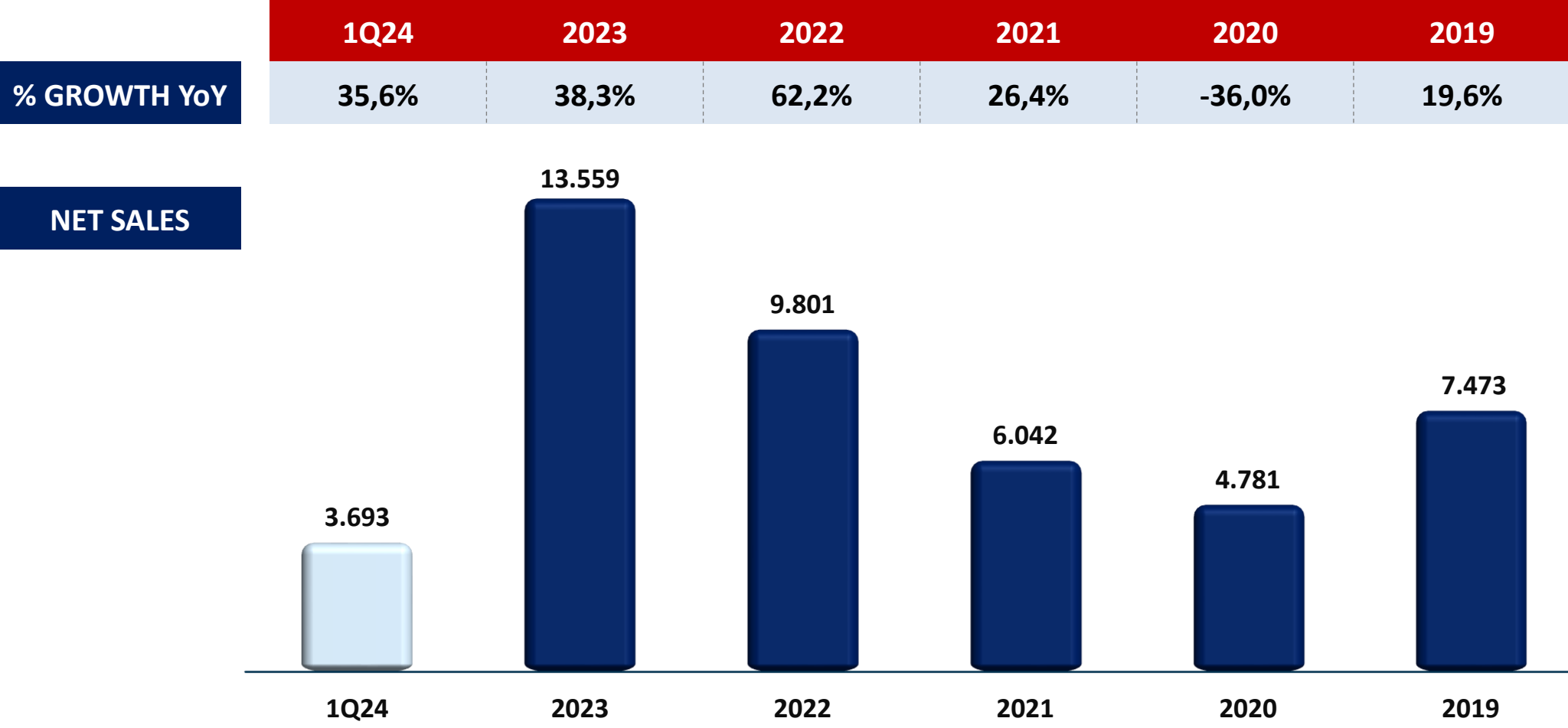
IKHTISAR KEUANGAN

IKHTISAR KEUANGAN

| (Dalam Miliar RP, %) | Q1 2024 | Q1 2023* | % PERTUMBUHAN | FY 2023 | FY 2022* |
|--------------------------|------------|-------------|---------------|------------|-------------|
| PENDAPATAN BERSIH | 3.693 | 2.724 | 35,6% | 13.559 | 9.801 |
| LABA KOTOR | 1.768 | 1.340 | 32,0% | 6.597 | 4.690 |
| % Margin | 47,9% | 49,2% | | 48,7% | 47,9% |
| LABA USAHA | 405 | 367 | 10,3% | 2.033 | 1.574 |
| % Margin | 11,0% | 13,5% | | 15,0% | 16,1% |
| EBITDA | 707 | 549 | 28,8% | 2.963 | 2.253 |
| % Margin | 19,2% | 20,2% | | 21,9% | 23,0% |
| LABA BERSIH | 283 | 262 | 8,0% | 1.384 | 1.174 |
| % Margin | 7,7% | 9,6% | | 10,2% | 12,0% |

*Disajikan kembali

PENJUALAN BERSIH & PERTUMBUHAN (dalam miliar Rp, %)



ACTIVE

| | |
|--------------------|----------------|
| Planet Sports.asia | Newbalance ID |
| Sportstation.ID | Converse ID |
| Lineashoes.com | Converse PH |
| Footlocker ID | Converse SG |
| Footlocker PH | Converse MY |
| Footlocker SG | Converse VN |
| Footlocker MY | Stevemadden ID |
| Footlocker VN | Fitflop ID |
| Footlocker TH | Fitflop PH |
| Kidz Station | ALDO TH |
| Reebok ID | ALDO MY |
| Crocs ID | ALDO SG |
| Skechers ID | ALDO ID |
| BricksActive.ID | HOKA ID |
| Hoka PH | |

3rd Party Marketplace

SHOPEE
LAZADA
TOKOPEDIA
ZALORA

WHATSAPP CHAT AND BUY

MAP CLUB

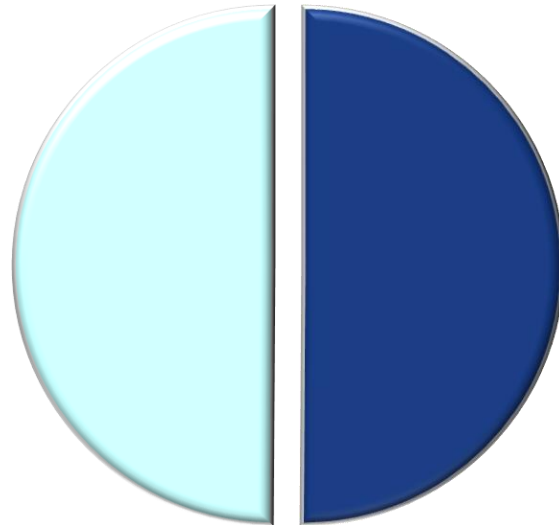
SUMMARY

| | | |
|---------------------------------|---|----|
| Online Platforms | : | 30 |
| 3 rd Party Platforms | : | 4 |

KONTRIBUSI KANAL ONLINE

PERFORMA KANAL DIGITAL

CHANNEL BREAKDOWN

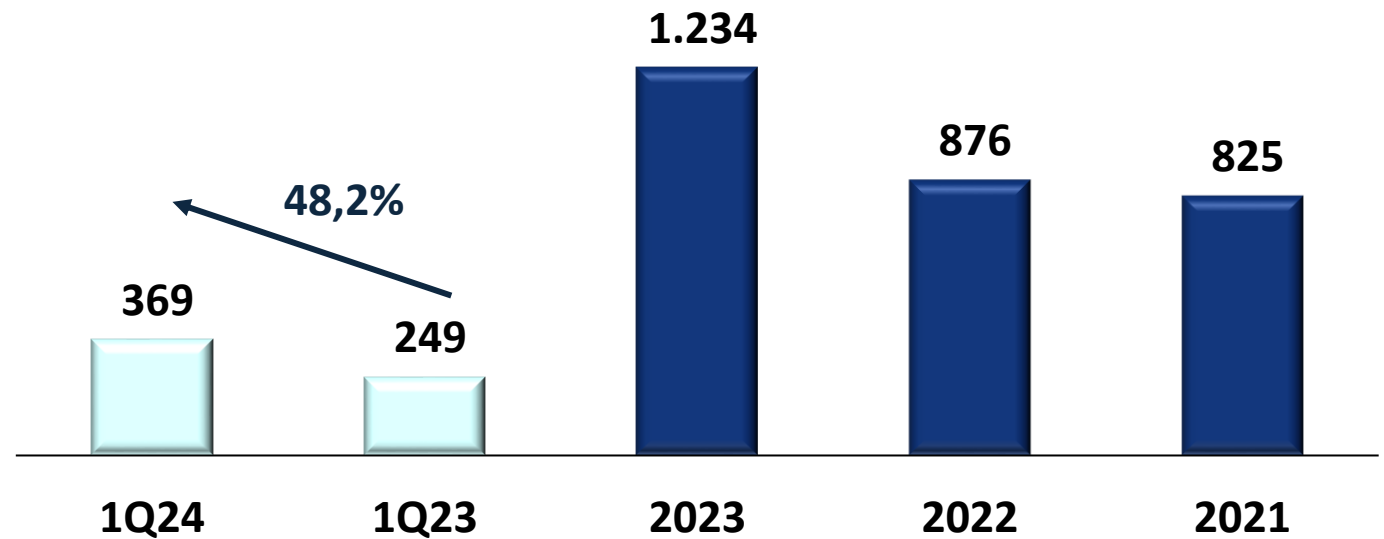


49,9%
Own Sites

50,1 %
3rd Party
Marketplace

KONTRIBUSI

| 1Q24 | 1Q23 | 2023 | 2022 | 2021 |
|-------|------|------|------|-------|
| 10,0% | 9,1% | 9,1% | 8,9% | 13,6% |

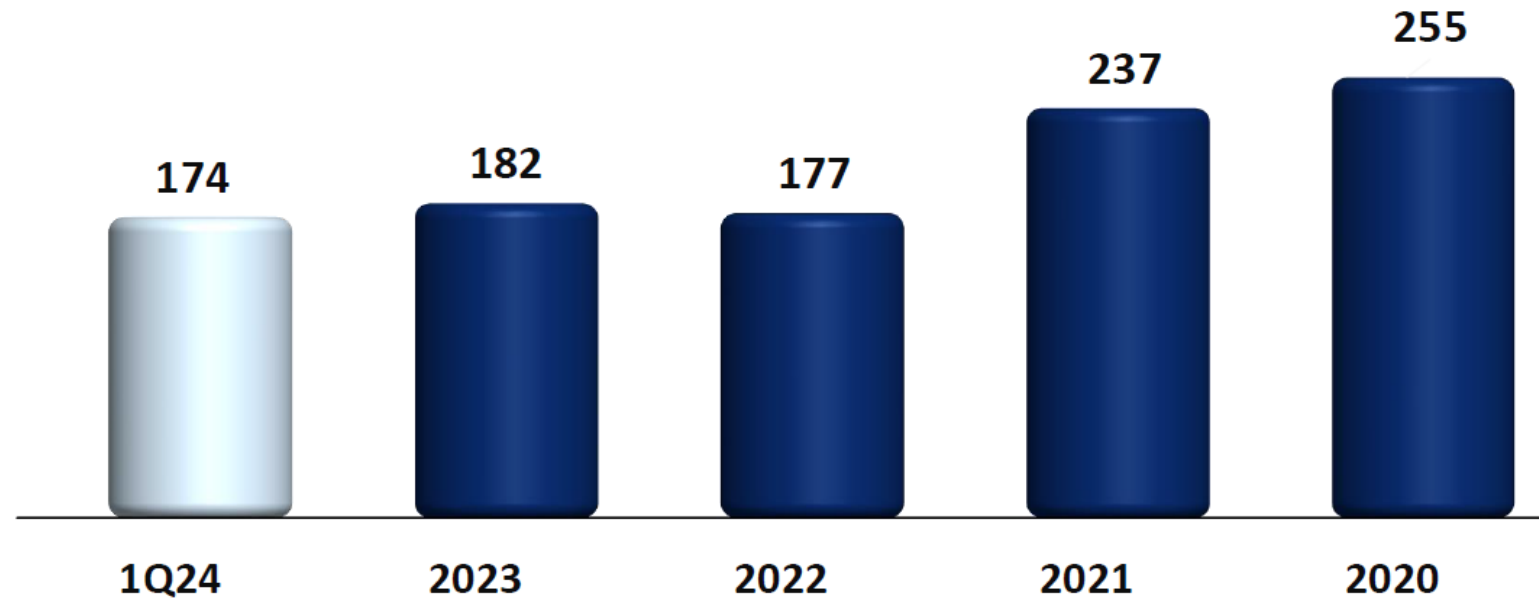


TINGKAT PERSEDIAAN (Hari, dalam miliar Rp, %)

AGING INVENTORY

| 1Q24 | 2023 | 2022 | 2021 | 2020 |
|------|------|------|------|------|
| 22% | 21% | 18% | 45% | 38% |

INVENTORY DAYS



NERACA KEUANGAN (Dalam miliar Rp)

| ASET | 31 MAR '24 (UA) | 31 DES '23 (A) | 31 DES '22* (A) | LIABILITAS & EKUITAS | 31 MAR '24 (UA) | 31 DES '23 (A) | 31 DES '22* (A) |
|---------------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---|----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| KAS DAN SETARA KAS | 673 | 1.099 | 1.342 | UTANG BANK | 927 | 731 | 99 |
| PIUTANG | 636 | 610 | 446 | UTANG USAHA DAN LAIN-LAIN | 1.574 | 1.498 | 994 |
| PERSEDIAAN | 5.065 | 4.315 | 2.733 | LIABILITAS IMBALAN KERJA | 177 | 172 | 144 |
| HAK GUNA USAHA | 1.983 | 1.814 | 880 | LIABILITAS SEWA | 1.789 | 1.736 | 1.180 |
| ASET HAK – GUNA – BERSIH | 2.035 | 1.947 | 1.259 | LIABILITAS LAINNYA | 867 | 789 | 536 |
| LAIN-LAIN | 1.105 | 1.019 | 766 | EKUITAS & KEPENTINGAN NON PENGENDALI | 6,163 | 5.878 | 4.473 |
| JUMLAH ASET | 11.497 | 10.804 | 7.426 | JUMLAH LIABILITAS & EKUITAS | 11.497 | 10.804 | 7.426 |

*Disajikan kembali



BIGGER

Perusahaan yang dipercaya oleh *brand* internasional untuk meneruskan praktik terbaiknya di kawasan regional.

BETTER

Perusahaan dengan kemampuan untuk terus melangkah maju, mencari cara untuk terus unggul, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

STRONGER

Meningkatkan portfolio kami untuk menjadi yang terbaik, sehingga *brand* internasional senantiasa mempercayai kami untuk menjadi perpanjangan tangan mereka.

A group of runners of various ages and ethnicities are running on a red track at night. The scene is illuminated by stadium lights, creating a vibrant atmosphere. In the center, a large white rectangular box contains the text 'MAP active' at the top and 'TERIMA KASIH' in large, bold, white capital letters below it. The runners are wearing various athletic gear, including tank tops, t-shirts, and shorts, in colors like blue, black, yellow, and pink. Some are wearing headbands and sunglasses. The background shows the structure of a stadium with tiered seating.

MAP
active

**TERIMA
KASIH**