PANGSA PASAR MPPA TERUS MENINGKAT DI Q3; PENJUALAN KEMBALI MENINGKAT SETELAH PPKM DILONGGARKAN; PENJUALAN ONLINE MENCAPAI REKOR TERTINGGI

- Meskipun pembatasan PPKM ketat pada Q3 2021 dengan penutupan toko dan mal, pangsa pasar MPPA terus meningkat menjadi 27,6% yang merupakan tertinggi berdasarkan data NielsenIQ. 9 toko baru (ex-lokasi Giant) akan memimpin jalan untuk meningkatkan pangsa pasar lebih lanjut.
- Bisnis *E-groceries* MPPA tumbuh 167% YoY, sekarang 11% dari total penjualan di Q3 2021 mengalahkan target Perusahaan sebesar 8% dari total penjualan reguler.
- Ekspansi mitra *E-Groceries* berlanjut dengan bergabungnya GoMart-nya GOTO di Q3 2021 dan bergabungnya HappyFresh di Q4 2021.
- Penjualan Oktober 2021 kembali menguat sehubungan dengan pelonggaran pembatasan PPKM dengan penjualan reguler meningkat sebesar 27% sementara penjualan *Online* terus meningkat sebesar 19%.
- Penjualan 9M 2021 mencapai Rp4,9 T, hanya turun 3,6% YoY meskipun pembatasan PPKM ketat.
- MPPA akan melanjutkan rencana *Rights Issue* di bulan Desember untuk memperkuat permodalannya dimana pemegang saham berkomitmen untuk mendukung rencana bisnis Perseroan.

Tangerang, 29 November 2021 – Kuartal ketiga di tahun 2021 menghadapi puncak terberatnya dalam situasi Covid-19 sekaligus tantangan berat untuk operasional bisnis akibat dari pembatasan PPKM yang ketat oleh Pemerintah. Pada bulan Juli, seluruh pusat perbelanjaan harus ditutup menyebabkan penurunan jumlah pengunjung yang signifikan dan peluang bisnis yang menurun drastis. Pada bulan Agustus dan September, anak-anak berusia dibawah 12 tahun masih tidak diperbolehkan untuk masuk ke pusat perbelanjaan, sementara 29 toko kami pada bulan Oktober masih tidak diperbolehkan untuk menerima anak-anak memasuki area toko. Hal ini berdampak pada pelanggan utama berbasis keluarga untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga mereka serta toko-toko MPPA yang tidak dapat memaksimalkan operasional ritelnya selama periode tersebut. Sebagai dampaknya, pada periode tersebut Perusahaan mencatat Total Penjualan yang lebih rendah 3,6% untuk periode YTD September 2021, atau mencapai hampir 5 Triliun Rupiah.

Walaupun kondisi penjualan yang sulit, pangsa pasar MPPA terus meningkat dari 24,0% di awal kuartal ketiga menjadi 27,6% di akhir kuartal ketiga dalam pasar ‘supermarket dan hipermarket’ berdasarkan data NielsenIQ.

Bisnis *e-commerce* MPPA terus melanjutkan pertumbuhan yang substansial sebesar 167% dan mewakili 11% dari total penjualan reguler di kuartal ketiga – yang merupakan rasio tertinggi sejak MPPA mentransformasi bisnis O2O nya. Hal ini dapat tercapai sebagai hasil dari MPPA melanjutkan upayanya dalam memperluas kemitraan dengan *marketplace* terkemuka seperti GoMart di kuartal ketiga serta terus memperluas jangkauan kolaborasinya dengan *marketplace online* lainnya.

Seiring dengan situasi Covid-19 yang semakin membaik dan pelonggaran PPKM, MPPA mengumumkan bahwa arah penjualan Perusahaan kembali mengalami pertumbuhan yang positif di bulan Oktober 2021. Format ritel utama MPPA dan bisnis *e-commerce* berhasil mencatatkan pencapaian penjualan yang positif di bulan Oktober dibandingkan dengan bulan September, sebagai berikut:

- Penjualan reguler di toko meningkat sebesar 27%;
- Penjualan bisnis *online / e-commerce* meningkat sebesar 19%;
- Penjualan Oktober secara keseluruhan meningkat 9% dari periode tahun sebelumnya;
- Sementara penjualan dari toko *offline* mulai meningkat di Oktober, MPPA melihat bisnis *online* tetap kuat dan terus menghasilkan pertumbuhan positif.

Elliot Dickson, Chief Executive Officer MPPA, berkomentar, “Dengan pelonggaran mobilitas masyarakat, level PPKM dan jam operasional bisnis, penjualan Oktober menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dibandingkan bulan-bulan sebelumnya dan mencapai ke tingkat pra-PPKM di kuartal kedua. Pada bulan November, kami melihat lebih banyak anak-anak sudah diperbolehkan untuk memasuki pusat perbelanjaan/toko dan hanya tersisa 2 toko kami yang masih tidak diperbolehkan untuk menerima anak-anak untuk memasuki area toko. Hal ini membawa momentum peningkatan kinerja penjualan kami di bulan November. Kami berupaya mengubah arah penjualan Perusahaan dan bersiap untuk memasuki kuartal ke-empat dengan meningkatkan jumlah persediaan guna menyambut peluang bisnis pada periode Natal dan Tahun Baru mendatang.”

“Kami sudah berada di jalur transformasi *O2O* yang tepat dan akan terus fokus menjalankan bisnis ritel kami, baik *offline* maupun *online*, melalui keberhasilan pembukaan 9 toko baru (ex-lokasi Giant) dan kolaborasi baru dengan *marketplace online*, seperti HappyFresh dan lainnya di kuartal ke-empat dalam rangka mentransformasi MPPA menjadi salah satu peritel groseri *online* terbesar di Indonesia yang telah berhasil bersinergi dengan berbagai perusahaan teknologi besar Indonesia.” tambahnya.

OOO

Untuk informasi lebih lanjut, hubungi:

PT. Matahari Putra Prima Tbk.

Email: corporate.communication@hypermart.co.id

Website: <http://mppa.co.id>

Siaran pers ini telah disiapkan oleh PT Matahari Putra Prima Tbk (**MPPA**) dan diedarkan untuk tujuan informasi umum saja. Hal ini tidak dimaksudkan untuk seseorang atau tujuan tertentu dan bukan merupakan rekomendasi mengenai keamanan dari MPPA. Tidak ada jaminan (tersurat maupun tersirat) ini dibuat untuk keakuratan atau kelengkapan informasi. Semua pendapat dan estimasi termasuk dalam rilis ini merupakan penilaian kami pada tanggal ini dan dapat berubah tanpa pemberitahuan sebelumnya. MPPA melepaskan tanggung jawab atau kewajiban apapun yang timbul yang dapat diajukan terhadap atau diderita oleh setiap orang sebagai akibat dari ketergantungan pada keseluruhan atau sebagian dari isi siaran pers ini dan MPPA tidak pula salah satu perusahaan afiliasinya dan karyawan masing-masing dan agen menerima tanggung jawab atas kesalahan apapun, kelalaian, atau sebaliknya, dalam siaran pers ini, dan atas ketidaktepatan atau ketidaklengkapan yang dapat saja terjadi.

Pernyataan berwawasan ke depan

Pernyataan tertentu dalam rilis ini adalah atau mungkin pernyataan berwawasan ke depan. Laporan ini biasanya berisi kata-kata seperti "akan", "mengharapkan" dan "mengantisipasi" dan kata-kata serupa. Secara alami, laporan ke depan melibatkan sejumlah resiko dan ketidakpastian yang dapat menyebabkan peristiwa aktual atau hasil yang berbeda secara materi dari yang dijelaskan dalam rilis ini. Faktor-faktor yang dapat menyebabkan hasil aktual yang berbeda termasuk, namun tidak

terbatas pada, kondisi ekonomi, sosial dan politik di Indonesia; keadaan industri properti di Indonesia; kondisi pasar yang berlaku; meningkat pada beban regulasi di Indonesia, termasuk peraturan lingkungan dan biaya kepatuhan; fluktuasi nilai tukar mata uang asing; tren suku bunga, biaya modal dan ketersediaan modal; permintaan antisipasi dan harga untuk perkembangan kami dan belanja modal terkait dan investasi jual; biaya konstruksi; ketersediaan properti real estate; persaingan dari perusahaan lain dan tempat; pergeseran permintaan pelanggan; perubahan biaya operasi, termasuk upah karyawan, tunjangan dan pelatihan, perubahan kebijakan pemerintah dan publik; kemampuan kita untuk menjadi dan tetap kompetitif; kondisi keuangan, strategi bisnis serta rencana dan tujuan manajemen kami untuk operasi masa depan; generasi piutang di masa depan; dan kepatuhan lingkungan dan remediasi. Jika salah satu atau lebih dari ketidakpastian tersebut atau risiko, di antara lainnya, terwujud; hasil aktual dapat berbeda secara material dari yang diperkirakan, diantisipasi atau diproyeksikan. Secara khusus, tetapi tidak terbatas pada, biaya modal dapat meningkatkan, proyek bisa tertunda dan antisipasi peningkatan produksi, kapasitas atau kinerja mungkin tidak dilaksanakan sepenuhnya. Meskipun kami percaya bahwa harapan manajemen kami yang tercermin dari pernyataan berwawasan ke depan tersebut adalah masuk akal berdasarkan informasi yang tersedia bagi kita, tidak ada jaminan dapat diberikan bahwa harapan tersebut akan terbukti adalah benar. Anda tidak harus terlalu bergantung pada laporan tersebut. Dalam hal apapun, pernyataan ini berbicara hanya pada tanggal perjanjian ini, dan kami melakukan tidak berkewajiban memperbarui atau merevisi salah satu dari mereka, apakah sebagai hasil informasi baru, kejadian di masa depan atau sebaliknya.