

**PANGSA PASAR MPPA TERUS MENINGKAT DI Q1;  
PEMULIHAN YANG KUAT TERLIHAT DI APRIL BERSAMAAN DENGAN  
RELAKSASI PPKM & MOMENTUM LEBARAN; PENJUALAN ONLINE KEMBALI  
MENCATAT REKOR TERTINGGI**

- Walaupun pembatasan PPKM terus berlanjut di Q1 2022 karena varian Omicron berdampak pada efektivitas jam operasional toko, pangsa pasar MPPA terus meningkat hingga 26,2% berdasarkan data NielsenIQ.
- Penjualan Q1 2022 mencapai Rp1,69 Triliun, meningkat 9,2% YoY dengan pertumbuhan *comparable sales* sebesar 5,2% meskipun adanya pembatasan PPKM dan kelangkaan minyak goreng.
- Bisnis *e-groceries* MPPA tumbuh +56,3% YoY, saat ini mencapai 7,3% dari total penjualan reguler di Q1 2022.
- Ekspansi dan pengembangan mitra *E-Groceries* yang berkelanjutan memperkuat strategi *omni-channel* Perseroan di Q1 2022 dengan beberapa mitra baru sedang dalam proses untuk *onboarding*.
- MTD April 2022 menunjukkan pemulihan yang kuat atas penjualan dikarenakan relaksasi pembatasan PPKM dan momentum Lebaran dengan penjualan reguler meningkat sebesar +26,5% YoY sementara penjualan Online terus melonjak +81,0% YoY.

**Tangerang, 9 Mei 2022** – Kuartal pertama 2022 masih menghadapi periode yang penuh tantangan untuk operasional bisnis dikarenakan varian Omicron yang menyebar cepat berdampak secara nasional meskipun langkah-langkah Pemerintah terus berlanjut untuk mengendalikan situasi Covid. Selama Januari hingga pertengahan Maret, pembatasan PPKM berdampak pada jam operasional toko Perseroan, baik yang berlokasi mandiri maupun di dalam pusat perbelanjaan, serta anak-anak di bawah 12 tahun tidak boleh masuk dalam kondisi PPKM tertentu sehingga menyebabkan penurunan pengunjung dan kehilangan potensial bisnis. Hal tersebut berdampak pada pelanggan utama berbasis keluarga untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga mereka serta toko-toko MPPA tidak dapat memaksimalkan operasional ritelnya selama periode tersebut.

Selain itu, peraturan Pemerintah yang menetapkan harga HET sebesar Rp 14.000 per liter untuk minyak goreng kemasan di pertengahan Januari, yang merupakan produk utama & terpenting Perseroan dalam ragam penawaran produknya, turut berdampak atas kelangkaan minyak goreng di pasar secara signifikan dan menciptakan tekanan dan tantangan atas pencapaian kinerja Perseroan. Namun demikian, Perseroan berhasil mencatatkan Total Penjualan sebesar Rp 1,69 Triliun pada Q1 2022, meningkat sebesar 9,2% YoY dengan pertumbuhan penjualan *comparable stores* sebesar 5,2%.

Terlepas dari kondisi penjualan yang menantang di atas, pangsa pasar MPPA terus bertumbuh mencapai 26,2% di akhir Q1 2022, dibandingkan dengan 24,7% di akhir tahun FY2021, dalam sektor pasar 'supermarket dan hipermarket' menurut data NielsenIQ.

Bisnis *e-commerce* MPPA melanjutkan pertumbuhannya yang luar biasa sebesar +56,3% dan mewakili 7,3% dari total penjualan reguler di Q1. Hal ini tercapai sebagai hasil dari MPPA melanjutkan upayanya dalam memperluas dan memperkuat strategi *omni-channel* melalui kolaborasi promosi yang terfokus dan intensif dengan para mitra *marketplace* serta memperkuat bisnis online organiknya (Chat & Shop by WA & Hypermart Online).

MPPA bangga dapat mencatatkan pertumbuhan penjualan yang solid pada MTD April 2022 seiring membaiknya situasi Covid19 dengan pelonggaran PPKM dan momentum kuat periode Lebaran. Format ritel utama MPPA dan bisnis *e-commerce*-nya berhasil mencatat pencapaian penjualan yang positif di bulan April sebagai berikut:

- Penjualan MTD April secara keseluruhan meningkat sebesar +26,6% YoY;
- Penjualan reguler (tidak termasuk penjualan online) meningkat +26,5% YoY;
- Penjualan bisnis online / *e-commerce* meningkat sebesar +81,0% YoY;
- Selama bulan April, Perseroan fokus memanfaatkan momentum Lebaran dengan 2 (dua) event promosi penting dan beberapa kegiatan lainnya dalam periode tersebut, sehingga menjadikannya sebagai periode Lebaran terkuat hingga saat ini dibandingkan dengan Lebaran 2019 (era pra-Covid).

**Elliot Dickson, Chief Executive Officer MPPA**, berkomentar, “Dengan pelonggaran mobilitas masyarakat, tingkat PPKM dan jam operasional bisnis, penjualan April menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dibandingkan bulan-bulan sebelumnya. Hal ini membawa lebih banyak momentum peningkatan kinerja penjualan kami ke depan. Kami mengubah arah pertumbuhan penjualan Perseroan dan bersiap memasuki Q2 dan periode berikutnya selama tahun 2022 untuk membawa MPPA ke pijakan yang tepat sebagai peritel modern *FMCG* terkemuka di Indonesia.”

“Kami telah berada di jalur transformasi *O2O* yang baik dan akan melanjutkan fokus kami untuk menjalankan bisnis ritel kami, baik offline maupun online. Lebih banyak kolaborasi dengan para pelaku *marketplace* dan beberapa perluasan toko berukuran lebih kecil dan lebih efisien di lokasi mandiri berada dalam agenda utama dan prioritas kami untuk pelaksanaan yang berkelanjutan.” Mr Dickson lebih lanjut menambahkan.

\*\*\*OOO\*\*\*

Untuk informasi lebih lanjut, hubungi:

**PT. Matahari Putra Prima Tbk.**

Email: [corporate.communication@hypermart.co.id](mailto: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.