

MAP
active

BUILT TO LAST

BIGGER
BETTER
STRONGER



2023
PAPARAN PUBLIK



IKHTISAR KEUANGAN KUARTAL PERTAMA 2023

PENDAPATAN BERSIH

42.1%
Year-over-year

KONTRIBUSI PENJUALAN PER WILAYAH

Indonesia 82.9%
Luar negeri 17%

MARGIN LABA KOTOR

49.2%

MARGIN LABA USAHA

13.5%

TINGKAT PERSEDIAAN

22.0%↑
Dari 31 Des 2022

LABA BERSIH (RP)

276 MILIAR

SEJARAH KAMI



1995

Didirikan sebagai anak perusahaan MAPI, untuk mengelola gerai Sports Station & Golf House yang pertama

1997

- 50 Gerai
- Pembukaan Royal Sporting House



1999

Pembukaan Kidz Station, Planet Sports & The Athletes Foot

2001

200 Gerai

2008

- 500 Gerai
- Pembukaan Payless Shoe Source



2011

500 Gerai

2015

- 780 Gerai
- MAP Aktif bermitra dengan CVC Capital Partners

2018

- Akuisisi Astec
- IPO



2019

Ekspansi ke Vietnam



2021

1195 Gerai

2020

Ekspansi ke Filipina dan Thailand

2022

Ekspansi ke Singapura & Malaysia

Pembukaan 13 gerai baru di Singapura dan 17 gerai baru di Malaysia

Penghargaan dari Business Indonesia, Bangkit di Tahun Perubahan – Kategori Ritel

Penghargaan Perusahaan Terbaik dari BPJS Kesehatan



2023

Penghargaan *Best Customer I* dari KSO Sucofindo surveyor Indonesia

Penghargaan *Distribution Partner of the year* dari HOKA,

Penghargaan dari business Indonesia, *Rise in the Year of Changes – Retail Category*



PORTOFOLIO BRAND KAMI

SPORTS

Foot Locker

PLANET SPORTS.ASIA

SPORTS STATION

GOLF HOUSE

2XU

adidas

aetrex.

AIRWALK

astec

asics

BROOKS

Champion

Cleveland GOLF

CONVERSE

crocs™

diadora

ENERGETICS

HOKA ONE ONE

MIZUNO

NBA

NEW ERA

new balance

nike

puma

PTP

Reebok

SKECHERS

SPALDING
TRUE TO THE GAME.

speedo

SRIXON

Tabata

Wilson

XXIO

PORTOFOLIO BRAND KAMI

LEISURE

ALDO

BIRKENSTOCK

Clarks

Dr. Martens

fitflop

LINEA

NINE WEST

Onitsuka
Tiger

Payless

ROCKPORT

STACCATO

STEVE MADDEN

KIDS

KIDZ
STATION

BAN
DAI

LEGO

MGA
ENTERTAINMENT

Disney

carter's[®]
babies and kids

EST. 1895
OSHKOSH
B'gosh[®]

MARVEL

Hasbro[®]

LA
TOYS

POWER RANGERS

Leap
Frog

GUINPLA[®]
MADE IN JAPAN

vtech[®]

Disney
PRINCESS

Disney
FROZEN

Smiggle[®]

Clementoni[®]

STRATEGI KAMI

1

Mengintegrasikan berbagai opsi pengalaman ritel

Mengintegrasikan pilihan berbelanja baik gerai fisik, kanal digital dan media sosial untuk meningkatkan interaksi dan kepuasan pelanggan

2

Percepatan *Branded Commerce* di Kawasan Regional

Mengelola dan memasarkan merek utama di negara ASEAN yang padat penduduk dengan fundamental PDB yang kuat

3

Mempercepat Inovasi Digital & Teknologi

Membangun ekosistem digital berbasis data integrasi untuk penyempurnaan perencanaan, pembelian dan kecepatan di Kawasan ASEAN

4

Akuisisi atau Kemitraan Strategis

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

1. MENGINTEGRASIKAN BERBAGAI OPSI PENGALAMAN RITEL

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

Gerai *flagship* kami, Skechers, saat ini tersedia baik *offline*, *online*, *chat & buy*, maupun kanal *marketplace* untuk dapat melayani pelanggan di seluruh Indonesia



2. PERCEPATAN *BRANDED COMMERCE* DI ASEAN

Tingkat konsumsi ASEAN diprediksi akan meningkat secara dramatis, ditopang dengan empat faktor, yakni:

- Trend demografis yang kuat
- Peningkatan *level* pendapatan
- Pergeseran geopolitik yang meningkatkan investasi asing
- Kemajuan teknologi digital membuka pasar konsumen baru

INDONESIA

1,220 gerai
6 *proprietary multi brand online store*
5 *mono brand online stores*
40+ *brand eksklusif*



VIETNAM
29 gerai
8 *brand eksklusif*



PHILIPPINES

113 gerai
11 *brand eksklusif*



SINGAPORE

22 gerai
4 *brand eksklusif*



THAILAND

4 gerai
8 *brand eksklusif*



MALAYSIA

32 gerai
3 *brand eksklusif*

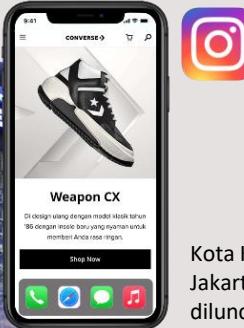


2. PERCEPATAN *BRANDED COMMERCE* DI ASEAN

Mengelola dan memasarkan berbagai *brand* terkemuka di negara ASEAN yang padat penduduk dengan mengintegrasikan *offline*, *online* dan seluruh titik ritel, untuk memaksimalkan potensi penjualan.

Pada tahun 2022, MAPA mengelola *brand* Converse di lima kawasan regional.

INDONESIA



Kota Kasablanka,
Jakarta ; *Online store*
diluncurkan pada Q4
2021

PHILIPPINES



Powerplant Mall; *Online store*
diluncurkan pada
2022/23

MALAYSIA



Pavilion Mall ;
Online store
diluncurkan pada
2022/23

VIETNAM



Aeon Mall, Loang
Bein ; *Online store*
diluncurkan pada
2022/23

SINGAPORE



Jewel Changi Airport ;
Online store
diluncurkan pada
2022/23

3. MEMPERCEPAT INOVASI DIGITAL & TEKNOLOGI

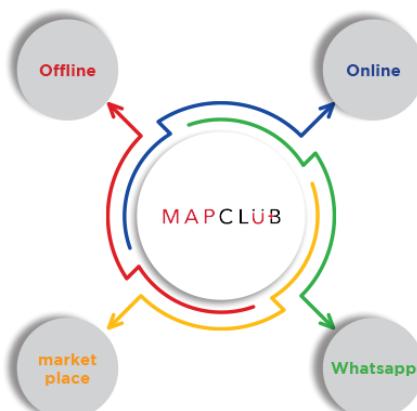
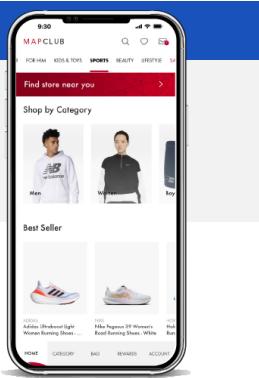
Membangun ekosistem digital berbasis data terintegrasi untuk menyempurnakan perencanaan, pembelian dan kecepatan di kawasan ASEAN

A. MAPCLUB

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

Satu Aplikasi untuk *branded shopping*

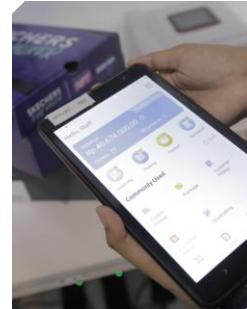
- SEMUA BRAND
- SEMUA KANAL PENJUALAN
- SEMUA KATEGORI RITEL
- eMONEY & INSENTIF



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

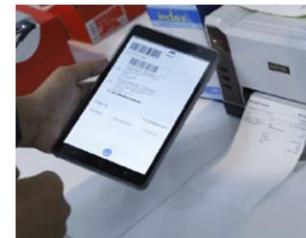
MAPCLUB untuk pasar ASEAN DI TAHUN 2023

Evolusi Digital In-store



1. **Satu Perangkat Mobile untuk beberapa fungsi**
 - Tampilan Stok Global dan Siklus Pengendalian Inventory
 - Fungsi Penerimaan Barang dan Transfer Stock
 - Pemenuhan O2O (Aplikasi Android terintegrasi dengan TITAN)
 - Endless Aisle/ Chat & Buy
2. **EVO Smart Retail Analytic (POC di beberapa gerai)**
 - Traffic dan Konversi
 - Produktivitas Area
 - Analisa Usia dan Gender
 - Analisa Produktivitas Kasir
3. **E-receipt melalui Email untuk aplikasi MAP CLUB**
4. **Mobile POS di gerai dengan volume tinggi untuk mengurangi antrian**

B. Teknologi BluTab



Teknologi propietari O2O yang membantu pelanggan online mendapatkan pengiriman yang lebih cepat, pesanan mereka secara otomatis akan dikirimkan dari gerai terdekat dari alamat mereka.

3. MEMPERCEPAT INOVASI DIGITAL & TEKNOLOGI

Fitur perencanaan *merchandise* baru

MENGHASILKAN NILAI DAN MANFAAT BISNIS



Solusi yang efisien dan otomatis untuk meningkatkan efisiensi dan pertumbuhan penjualan

Fokus yang lebih tajam untuk mencapai tujuan masa depan

*“Efektivitas operasional”
Untuk mempercepat realisasi nilai bisnis*



Pola “Prediktif. Proaktif dan Gesit” untuk mendorong inovasi berkelanjutan

“Akselerasi adopsi” dengan menggunakan best practices global sesuai kebutuhan brand

Manfaat bisnis yang diharapkan



Penurunan tingkat *out of stock*



Peningkatan ketersediaan *inventory* di gerai



Peningkatan penjualan gerai



Peningkatan akurasi alokasi

4. AKUISISI DAN KEMITRAAN STRATEGIS

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

A. Foot Locker

Perusahaan telah mengkonfirmasi kemitraan jangka panjang dengan Foot Locker untuk ritel omni-channel di market Indonesia, Thailand dan Filipina.

July 2023 - *Take over* gerai & operasional eCom dari Foot Locker di Singapura, Malaysia & Vietnam.



B. Joint venture dan kemitraan baru

CONVERSE & REEBOK : Singapore & Malaysia

ALDO : Singapura, Malaysia, Thailand & Indonesia

SPORTS DIRECT : Indonesia



JUMLAH GERAI MAA

Negara	FY2022	per Mei 2023
Indonesia	1.184	1.220
Vietnam	26	29
Filipina	83	113
Thailand	4	4
Singapura	13	22
Malaysia	17	32
Jumlah	1.327	1.420

GERAI BARU MAA

Negara	Jan - Mei 2023
Indonesia	73
Vietnam	3
Filipina	34
Thailand	12
Singapura	1
Malaysia	2
Jumlah	125

GERAI MULTIBRAND

PLANET SPORTS Grand Indonesia – 21 October 2022

INDONESIA



PLANET SPORTS Tacloban– 21 Maret 2023

PHILIPPINES



SPORTS STATION Mega Mall– Semarang 8 Maret 2023

INDONESIA



GOLF HOUSE Kertalangu Sanur Bali– 31 Maret 2023

INDONESIA



GERAI MONOBRAND

SKECHERS
The Park Semarang 16-03-23

INDONESIA



STACCATO
The Park Semarang 16-05-23

INDONESIA



HOKA
AYALA BAY MALL 15-02-2023

PHILIPPINES



NEW BALANCE
Grand Canal Venice 11-02-2023

PHILIPPINES



CONVERSE
TAMPINES, 13-01-23

SINGAPORE



CONVERSE
PLAZA PENANG 14-01-23

MALAYSIA



FOOT LOCKER

FOOTLOCKER Kota Kasablanka, 24-02-2023

INDONESIA



FOOTLOCKER Pacific Place, 24-03-2023

INDONESIA



FOOTLOCKER SM SEA SIDE, CEBU – 24-02-2023

PHILIPPINES



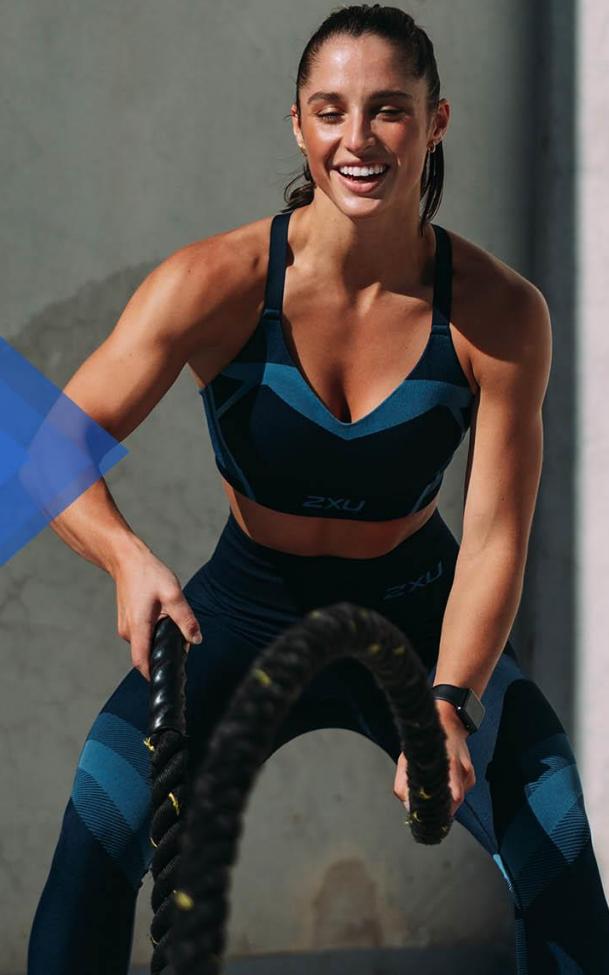
FOOTLOCKER TSM Makassar, 21-04-2023

INDONESIA



MAP
active

IKHTISAR KEUANGAN

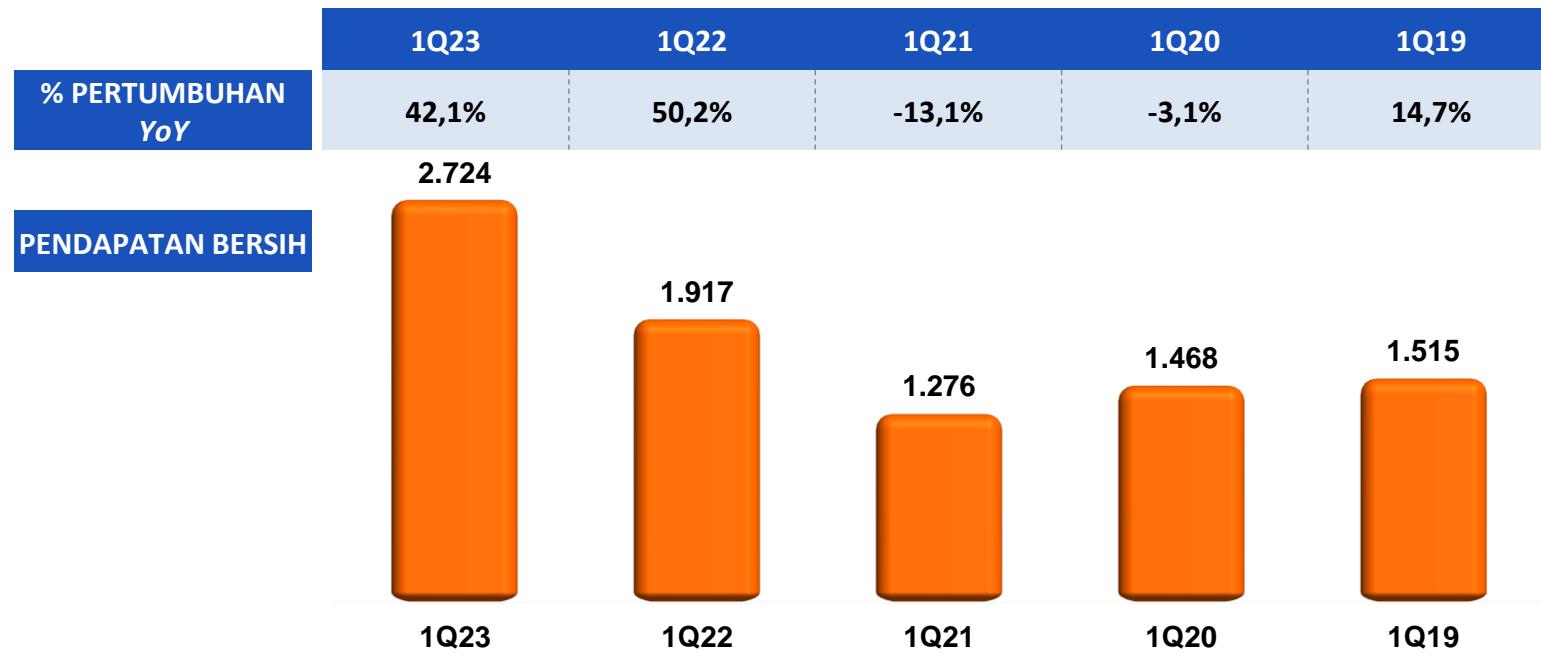


IKHTISAR KEUANGAN

*) Setelah PSAK 73/ IFRS 16

(DALAM MILIAR RP, %)	1Q23	1Q22	% PERTUMBUHAN
PENDAPATAN BERSIH	2.724	1.917	42,1%
LABA KOTOR	1.340	874	53,3%
	49,2%	45,6%	
LABA USAHA	367	232	58.3%
	13,5%	12,1%	
EBITDA	549	387	41.9%
	20,2%	20,2%	
LABA BERSIH	276	170	62.1%
	10,1%	8,9%	

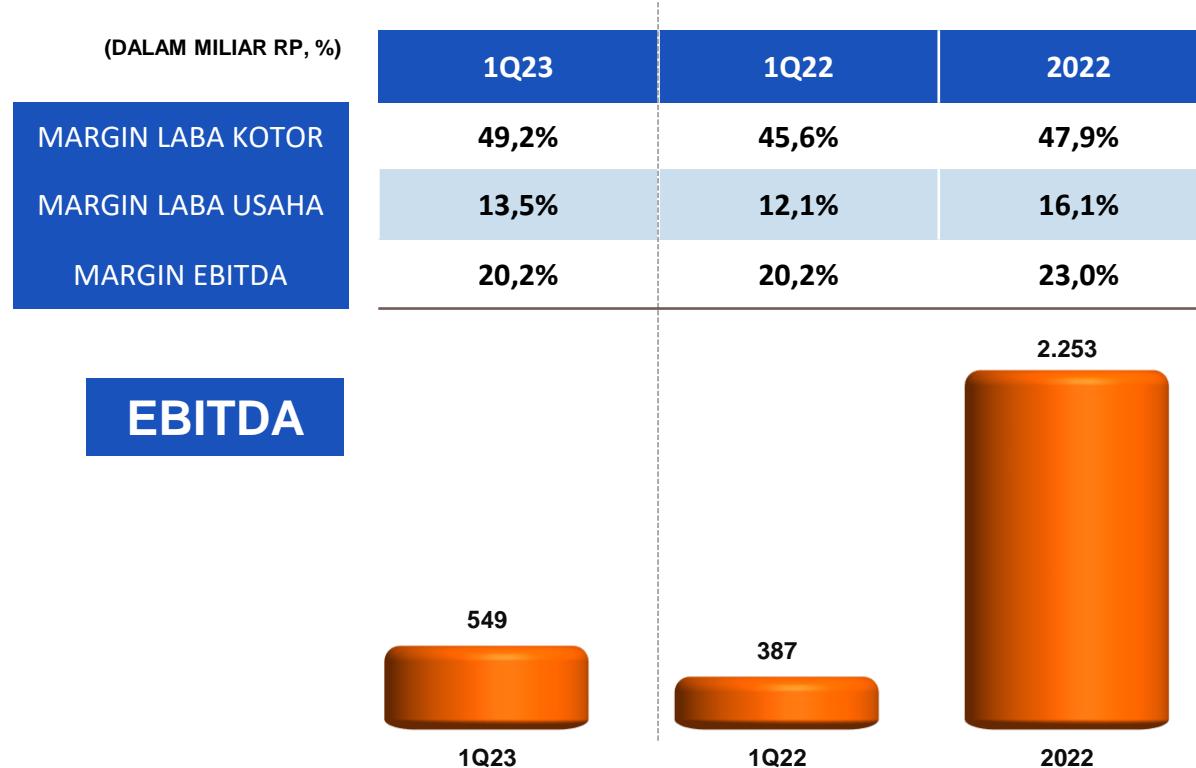
PENJUALAN BERSIH & PERTUMBUHAN (dalam miliar Rupiah, %)



Penjualan pada Q1 2023 bertumbuh lebih dari 40% YoY, disebabkan oleh membaiknya kondisi pasar setelah pencabutan kebijakan PPKM pada akhir 2022, yang mendorong tingginya permintaan pelanggan terhadap brand kelas dunia kami, sehingga mendukung pertumbuhan di seluruh kanal, kategori, dan pasar.

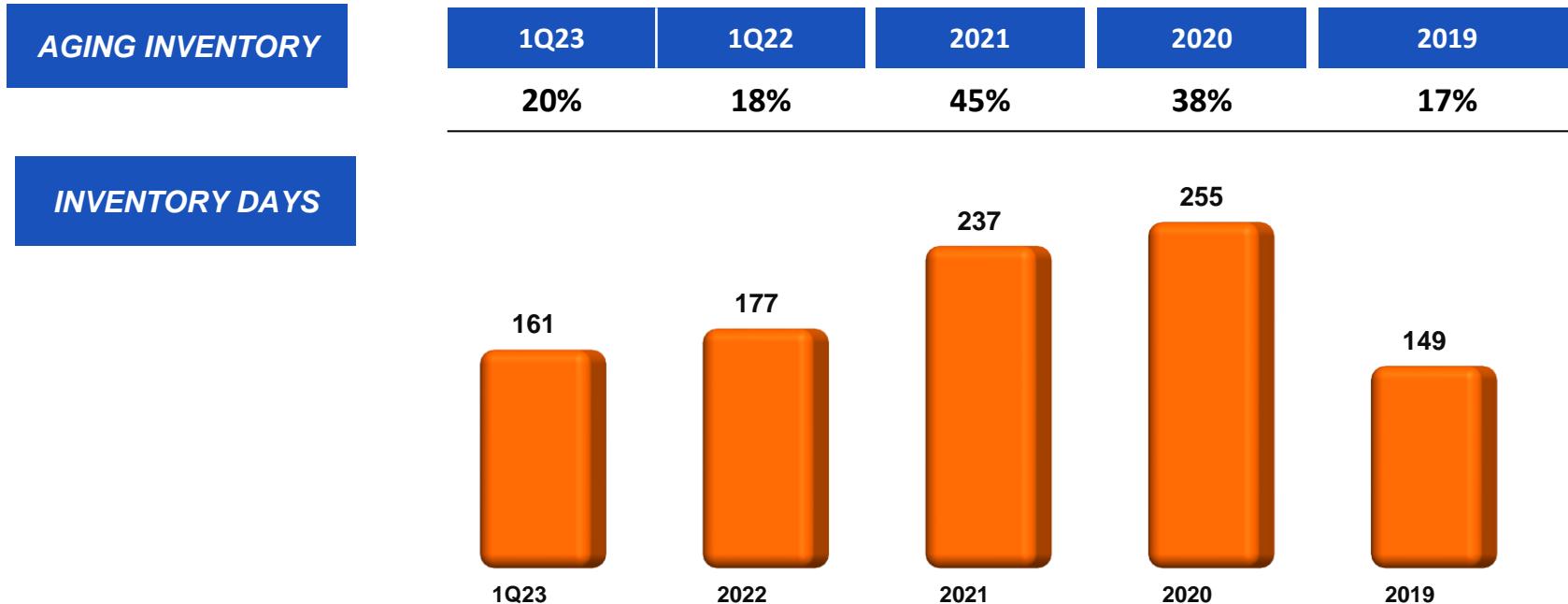
PROFITABILITAS

**) Setelah PSAK 73/ IFRS 16*



Marjin laba kotor meningkat signifikan disebabkan oleh investasi berkelanjutan perusahaan dalam program loyalitas konsumen, yang memastikan penargetan produk yang lebih baik untuk anggota. Hal ini memberikan keuntungan signifikan terhadap nilai transaksi rata-rata dan perputaran persediaan dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

INVENTORY LEVEL (hari, dalam miliar Rp, %)



Efisiensi persediaan secara keseluruhan meningkat, dengan *inventory days* dan *aging inventory* mencerminkan tingkat terbaik sejak dimulainya pandemi. Hal ini disebabkan oleh strategi berkelanjutan kami dalam bekerja sama dengan *brand-brand* ekslusif untuk meningkatkan penjualan melalui jaringan ritel *omni-channel* kami. Selain itu, kami juga mengoptimalkan analisis data di MAPCLUB untuk menghasilkan penargetan produk yang lebih baik untuk konsumen.

Persediaan untuk Lebaran yang jatuh pada bulan April 2023 telah disiapkan di kuartal ini.

NERACA KEUANGAN (dalam miliar RP)

ASET	Per 31 Mar '23	Per 31 Dec '22	Per 31 Dec '21	LIABILITAS & EKUITAS	Per 31 Mar '23	Per 31 Des '22	Per 31 Des '21
KAS DAN SETARA KAS	1.034	1.342	662	UTANG BANK	93	99	62
PIUTANG	333	447	316	UTANG USAHA DAN LAIN-LAIN	1.054	994	763
PERSEDIAAN	3.333	2.733	2.279	LIABILITAS IMBALAN KERJA	144	144	134
ASET TETAP	1.002	880	653	LIABILITAS SEWA	1.216	1.180	710
ASET HAK GUNA USAHA	1.325	1.259	792	LIABILITAS LAINNYA	577	532	401
LAIN-LAIN	888	773	613	EKUITAS & KEPENTINGAN NON PENGENDALI	4.831	4.485	3.245
JUMLAH ASET	7.915	7.434	5.315	JUMLAH LIABILITAS & EKUITAS	7.915	7.434	5.315



BIGGER

Berkolaborasi dengan *brand* terkemuka di Kawasan Asia Tenggara

BETTER

Perusahaan yang dipercaya *best-in-class brands* untuk memberikan komitmen dan strategi

STRONGER

Brand yang kuat - di posisi untuk mewujudkan pertumbuhan jangka panjang di seluruh wilayah

MAP
active

TERIMA KASIH

