

## KINERJA POSITIF DI BULAN SUCI RAMADHAN MENINGKATKAN PENJUALAN MPPA 18,4% DI BULAN APRIL & MEI 2021 DI TENGAH SITUASI COVID-19

Tangerang, 18 Juni 2021 – PT. Matahari Putra Prima Tbk (“Perseroan / MPPA”), hari ini mengumumkan kinerja yang solid selama masa Bulan Suci Ramadhan pada bulan April dan Mei 2021 telah sukses meningkatkan tingkat Penjualan MPPA sebesar 18,4% mencapai hampir Rp 1,5 trilyun selama periode 2 bulan tersebut di tengah situasi Covid-19 saat ini.

<i>in IDR bn (unless otherwise stated)</i>	<b>Apr - May 20</b>	<b>Apr - May 21</b>	<b>%growth</b>
<b>Net Sales</b>	<b>1,244</b>	<b>1,473</b>	<b>18%</b>
<i>% growth</i>			

Pencapaian pertumbuhan penjualan yang positif ini merupakan hasil dari fokus *consumer retailing* Perseroan, langkah eksekusi operasional toko yang solid secara *offline* dan *online* beserta berbagai kampanye promosi MPPA yang agresif selama periode tersebut, seperti **Kejutan Sabtu Berkah**, **Kejutan Berkah THR**, penyebaran *flyers* dan katalog dan komunikasi yang intensif pada media sosial Perseroan.

**Kejutan Sabtu Berkah** dan **Kejutan Berkah THR** merupakan acara belanja tahunan terbesar Perseroan. Acara-acara tersebut menghasilkan penjualan dan lalu lintas pelanggan tertinggi dengan berbagai program dan promosi yang menarik serta eksposur media online yang luas mulai dari surat kabar terkemuka, Facebook (2 juta pengikut), Instagram (900 ribu pengikut) dan aset media sosial lainnya. Hal ini merupakan bentuk apresiasi MPPA kepada pelanggannya atas loyalitas dalam berbelanja di gerai Hypermart, Primo, Foodmart dan Hyfresh meskipun situasi sulit Covid-19 yang masih berlangsung, dimana hal ini telah memengaruhi tingkat daya beli dan pengeluaran pelanggan atas makanan berkualitas dan produk rumah tangga sehari-hari. Acara ini juga didukung oleh para mitra bisnis MPPA dengan rangkaian promo menarik mulai dari harga spesial dan diskon besar, program promo cicilan yang berlaku di semua toko di seluruh Indonesia.

**Elliot Dickson, Chief Executive Officer MPPA**, berkomentar, “Kami senang melihat perolehan kinerja yang solid dari periode Bulan Suci Ramadhan yang telah memberikan kontribusi Penjualan hampir Rp 1,5 trilyun selama bulan April dan Mei 2021. **Kejutan Sabtu Berkah** dan **Kejutan Berkah THR** kami menjadi kampanye promosi MPPA terbesar di tahun 2021 guna memberikan kembali nilai tambah kepada konsumen yang terkena dampak kondisi sulitnya Covid-19 hingga saat ini. Kami juga berterima kasih kepada mitra bisnis dan staf MPPA atas upaya yang berkesinambungan atas kesuksesan pencapaian kinerja bisnis Perseroan untuk kepentingan para pemangku kepentingan kami untuk bergerak maju dan mendorong industri ritel dan perekonomian ke depan.”

MPPA terus memperkuat penawaran bisnis online sebagai O2O strategis dengan toko offline sebagai arah strategis baru di tahun 2021 dan ke depan. Di tengah situasi Covid-19, dalam beberapa bulan terakhir MPPA telah meningkatkan standar dalam memperkuat *e-commerce* Hypermart Online dan Chat & Shop miliknya yang sekarang mencakup 239 toko online secara nasional. Selain itu, MPPA juga bekerja sama dengan operator *marketplace* lainnya dan layanan pengiriman penting harian sesuai

permintaan yang terkemuka dengan lebih dari 460 toko online aktif. Ke depannya, MPPA akan menambah lebih banyak toko online untuk berpartisipasi dalam kolaborasi yang sudah ada ini dan mengembangkan lebih banyak kolaborasi baru dengan operator *marketplace* terkemuka lainnya di Indonesia.

MPPA memastikan untuk terus menegakkan protokol ketatnya untuk kebersihan dan keamanan makanan di semua toko serta melalui platform online - *Hypermart Mobile, Chat & Shop dan Park & Pickup* untuk kenyamanan pelanggan dalam membeli kebutuhan rumah tangga mereka dengan tetap menjaga *Social & Physical Distancing*. Perseroan terus mempromosikan platform pembayaran tanpa sentuhan untuk alasan kebersihan dan keamanan dengan OVO, ShopeePay, DOKU dan NobuBank QRIS (LinkAja, GoPay, DANA, Nobu ePay, Sakuku, Paytren, m-BCA, CIMB Octo Mobile, Permata Mobile, Bank Mega, Maybank, Bank DKI dan mobile banking lainnya).

MPPA melanjutkan komitmennya untuk menerapkan Sistem Jaminan Halal ("SJH") di semua lini bisnis dan fungsi pendukung. Perseroan telah tersertifikasi halal oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia ("LPPOM MUI"), yang menjadikan MPPA sebagai peritel modern pertama di Indonesia yang menerima SK Halal untuk 150 lokasi gerai multiformatnya, pusat distribusi dan kantor pusat nasional.

\*\*\*000\*\*\*

**Untuk informasi lebih lanjut, hubungi:**

**PT. Matahari Putra Prima Tbk.**

**Danny Kojongian**

*Director – Corporate Secretary & Public Affairs*

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

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

**Fernando Repy**

*Head of Public Relations*

[fernando.repi@hypermart.co.id](mailto:fernando.repi@hypermart.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.