

mppa
RETAIL GROUP
PT Matahari Putra Prima Tbk.



Senin, 29 April 2019
Hotel Aryaduta
Lippo Karawaci, Tangerang

Paparan Publik



Hasil Rapat akan diumumkan setelah RUPST



Ritel Modern
& Ekonomi

1

Tentang
Ritel MPPA

2

Strategi
Bisnis

3

Ikhtisar
Keuangan
(FY 2018)

4

Tanggung
Jawab Sosial

5



Ritel Modern & Ekonomi

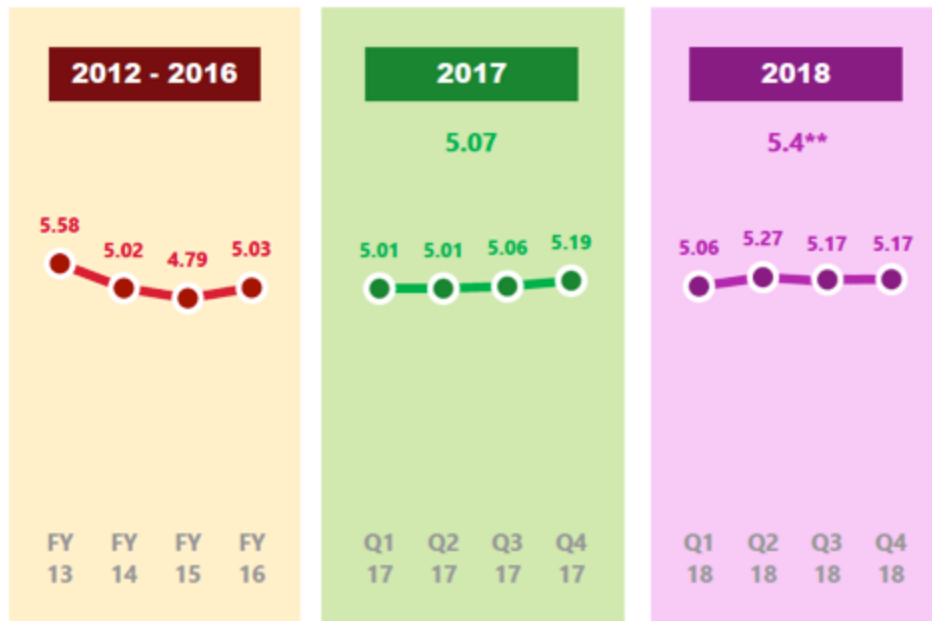
1

Sinyal positif pertumbuhan GDP dapat terlihat sejak Q2 2018

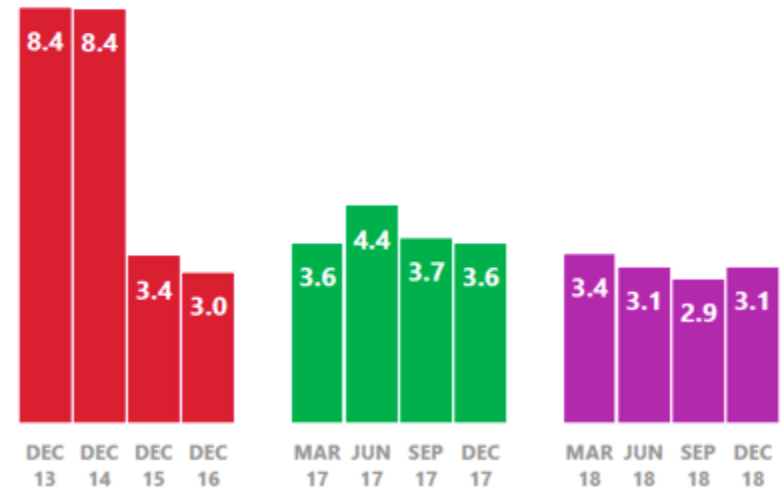
Pertumbuhan Inflasi di 2018 sebesar 3,1% sesuai prediksi pasar



GDP GROWTH (%)



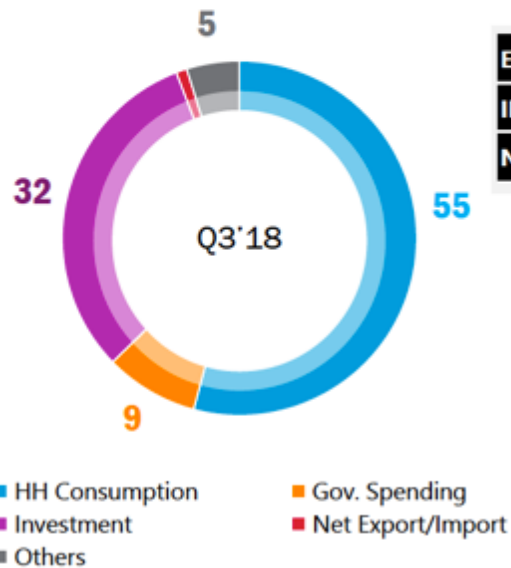
INFLATION MAT (%)



*) FORECASTED BY THE TRADING ECONOMICS
 **) GOVERNMENT'S ASSUMPTION ON APBN 2018
 SOURCE: BPS.GO.ID

Kontribusi lebih tinggi dari Pengeluaran Rumah Tangga & Pemerintah

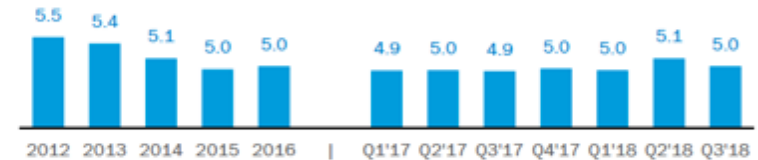
 **GDP CONTRIBUTION BY SECTOR (%)**



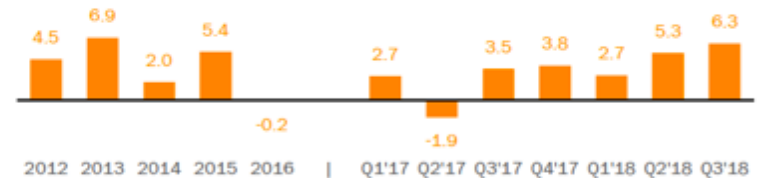
EXPORT/GDP	22%
IMPORT/GDP	23%
NET EXPORT	-1%

 **GDP SECTOR GROWTH**

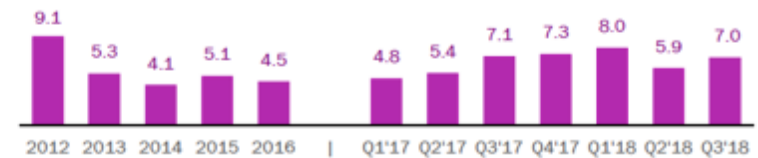
 **HOUSEHOLD CONSUMPTION**



 **GOVERNMENT SPENDING**



 **GROSS FIXED CAPITAL FORMATION**



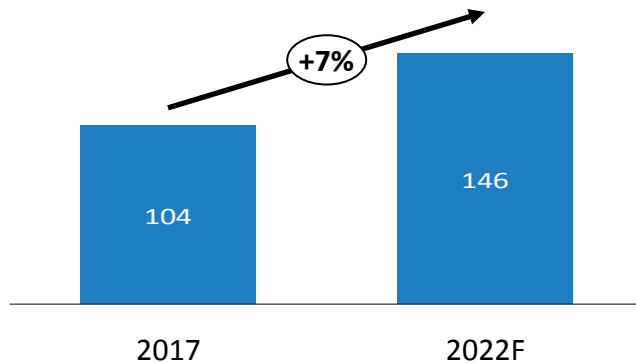
SOURCE: BPS.GO.ID

Peluang pertumbuhan tinggi sektor groseri di Indonesia didorong oleh pertumbuhan kelas menengah & pergeseran ke ritel modern

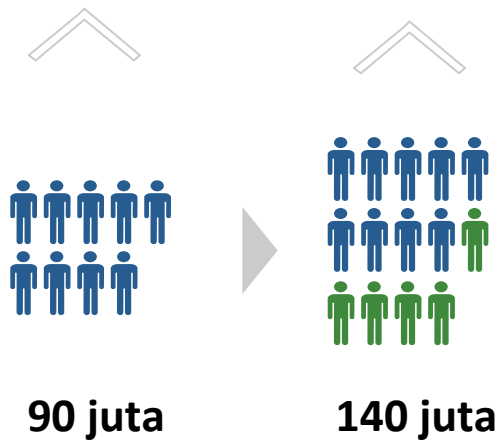
Pertumbuhan pasar US\$104b di 7% CAGR didukung oleh pertumbuhan kelas menengah

... dan pergeseran ke *modern trade*

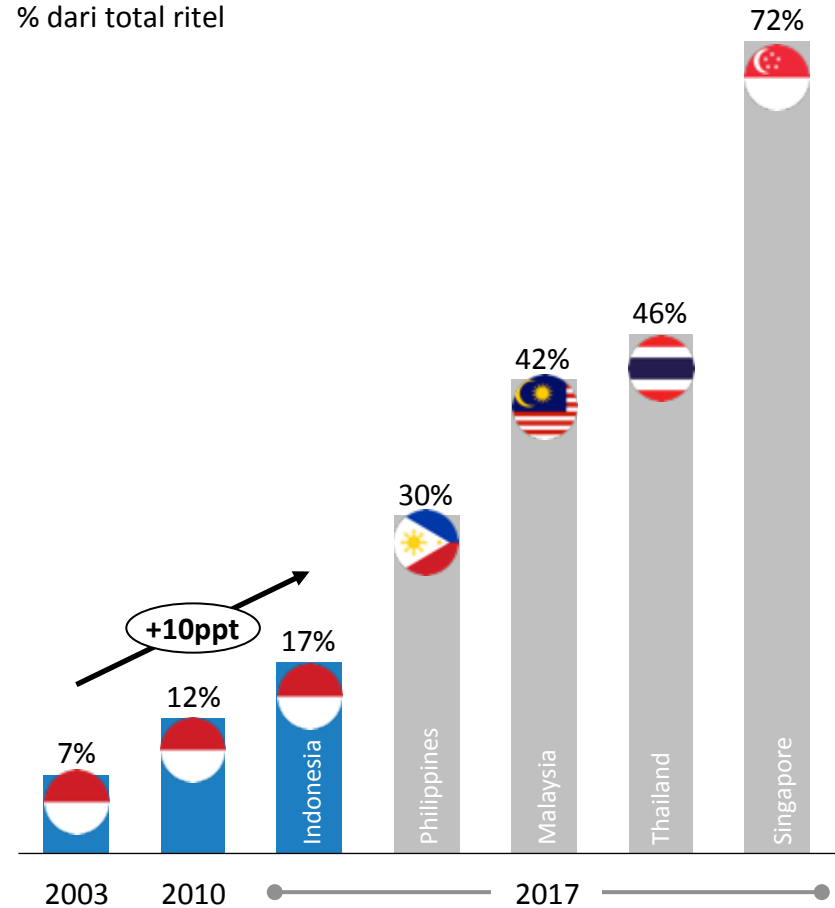
Pasar ritel Indonesia
US\$b



Populasi kelas menengah



Modern trade
% dari total ritel



Sumber: Euromonitor, BCG



Tentang Ritel MPPA

2



Visi

Menjadi Peritel multi-format terdepan di Indonesia yang berfokus pada pelanggan

Misi

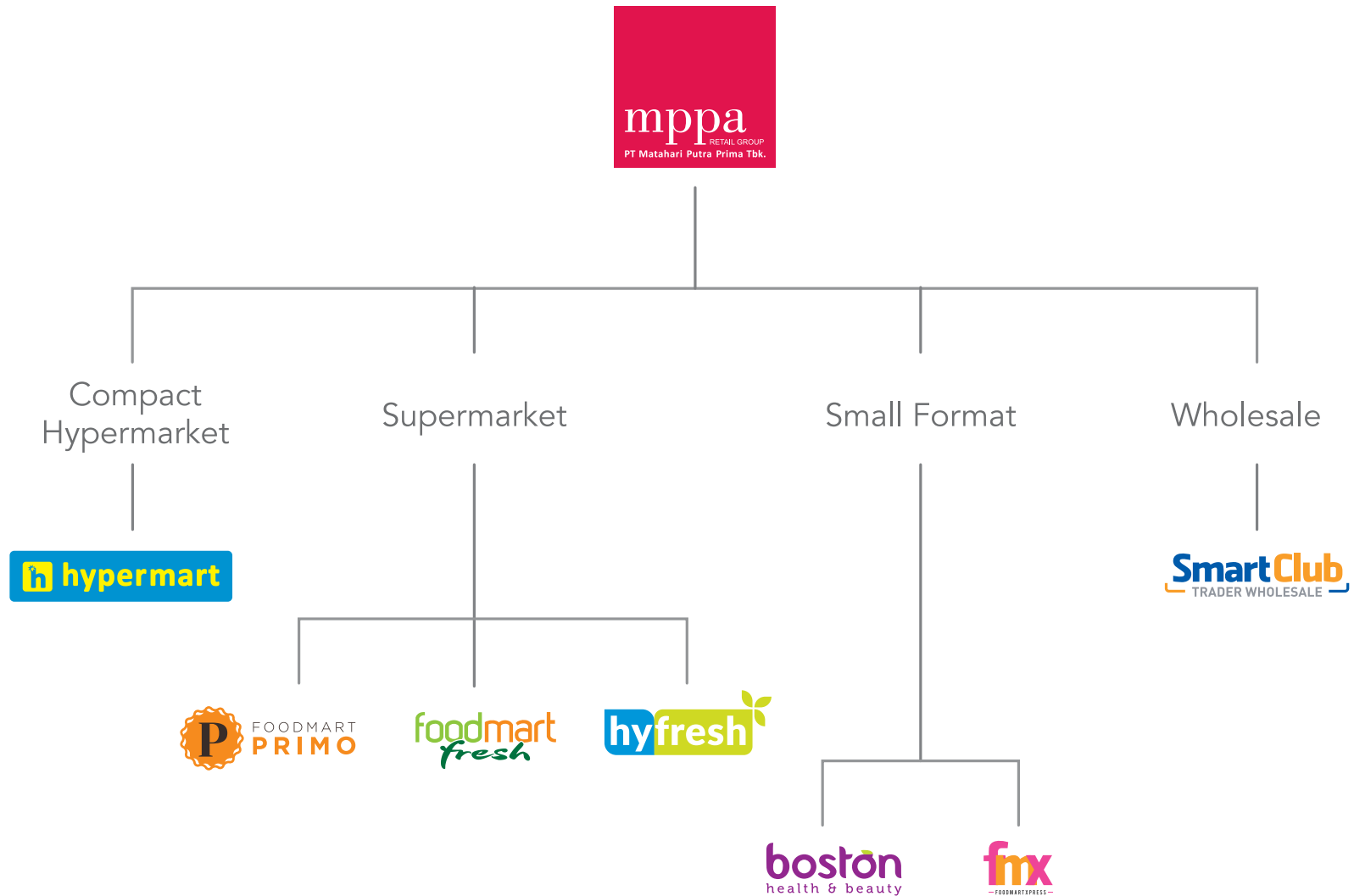
Untuk menghadirkan ritel dengan standar kelas dunia melalui penyediaan produk-produk berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif bagi konsumen di Indonesia

Penghargaan



1. Indonesia WOW Brand Award 2018: Bronze Champion - Kategori Hipermarket dari MarkPlus Inc.
2. SWA: Net Promoter Score Leader Award 2017 - Kategori Hipermarket
3. Indonesia Prestige Brand Award 2017: Kategori Hipermarket dari Warta Ekonomi
4. Top 10 Retailers 2017 Certificate of Distinction dari Retail Asia-Pacific
5. Corporate Governance Award 2017 dari IICD
6. Indonesia Corporate PR Award 2017: The Most Popular Company Kategori Ritel dari Warta Ekonomi
7. Most Valuable Indonesia Brands 2017 dari Brand Finance
8. Indonesia Best Corporate Reputation Award 2017 - Kategori Ritel dari Warta Ekonomi
9. Indonesia WOW Brand Award 2017 - Kategori Hipermarket Gold Champion

Struktur Bisnis MPPA



Jaringan Gerai yang Luas dan Tersebar di Seluruh Nusantara

Keunggulan jaringan geografis yang dimiliki MPPA

- Keberadaan gerai yang berimbang di Jawa dan Luar Jawa
- Infrastruktur logistik yang kuat untuk menjalankan distribusi barang dari Sumatera hingga Papua
- Menjangkau area-area di luar pulau Jawa yang belum memiliki akses ke peritel modern

33

Provinsi

71

Kota

155

Lokasi

Total Area Gross: **679.794 m²**

Toko baru di 2018:

- 4 Hypermart
- 1 Foodmart
- 3 Boston

Kalimantan

- 13 Hypermart
- 2 Foodmart
- 6 Boston

Sulawesi

- 10 Hypermart
- 1 Foodmart
- 5 Boston

Sumatera

- 21 Hypermart
- 2 Foodmart
- 10 Boston

Java

- 55 Hypermart
- 18 Foodmart
- 47 Boston
- 12 Foodmart Xpress
- 2 SmartClub

East Indonesia

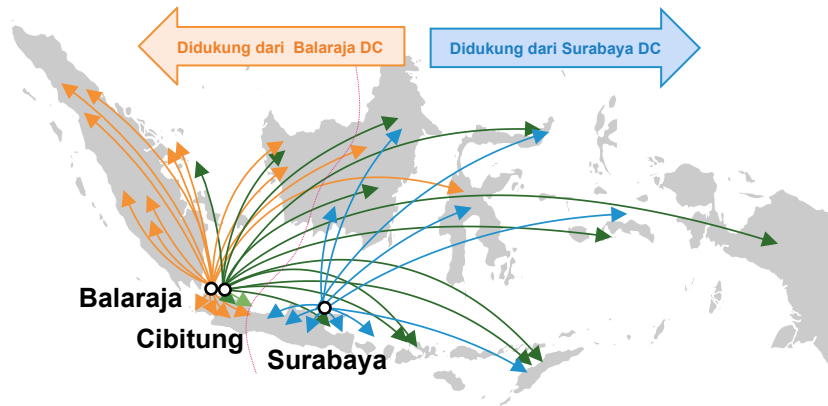
- 8 Hypermart
- 1 Foodmart
- 6 Boston

Sumber: Data Perseroan per 31 Des, 2018

● = MPPA stores location

Platform Logistik yang efisien untuk mendukung ekspansi ke seluruh wilayah Indonesia

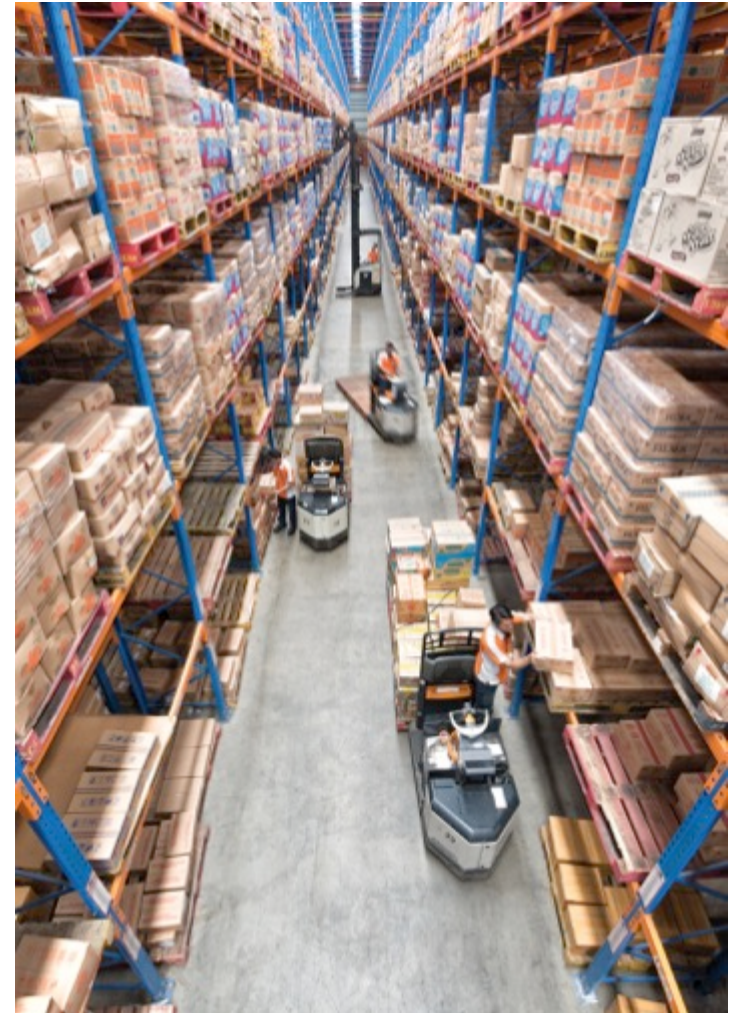
Jaringan Distribusi di Indonesia



❑ **60% Penjualan berasal dari pengiriman dari DC**

	Dry Goods		Fresh
Location	Balaraja	Surabaya	Cibitung
Space	41,806 m ²	16,072 m ²	8,085 m ²
Capacity	43,000 pps	10,769 pps	8,251 pps
No of SKUs	11,378	5,143	1,058
WMS	Manhattan	Manhattan	Manhattan

pps = palette positions



Sumber: Data Perseroan per 31 Des 2018

Ringkasan Format Gerai MPPA di 2018



Jumlah gerai	107 gerai
Rata-rata luas gerai (m2)	± 5.800
Jumlah produk	± 26.000
Seleksi produk	Produk segar, grocery, Produk non-makanan & Elektronik
Target pelanggan	Kelas menengah & atas
Kontribusi penjualan ± 77.0%	



Jumlah gerai	24 gerai
Rata-rata luas gerai (m2)	± 1.700
Jumlah produk	± 20.000
Seleksi produk	Produk segar, grocery, Produk non-makanan
Target pelanggan	Kelas menengah & atas
Kontribusi penjualan ± 8.0%	



Jumlah gerai	74 gerai
Rata-rata luas gerai (m2)	± 80
Jumlah produk	± 5.000
Seleksi produk	Kesehatan, vitamin, perawatan, makanan ringan
Target pelanggan	Kelas menengah & atas
Kontribusi penjualan ± 0.7%	



Jumlah gerai	12 gerai
Rata-rata luas gerai (m2)	± 120
Jumlah produk	± 7.000
Seleksi produk	Makanan siap saji, makanan ringan, minuman
Target pelanggan	Kelas menengah & atas
Kontribusi penjualan ± 0.3%	



Jumlah gerai	2 gerai
Rata-rata luas gerai (m2)	± 5.500
Jumlah produk	± 10.000
Seleksi produk	Produk segar, grocery, Produk non-makanan & peralatan Horeca
Target pelanggan	Horeca, grosir, perkantoran
Kontribusi penjualan ± 14.0%	

Sumber: Data Perseroan per 31 Des 2018



Strategi Bisnis

3

Transformasi Strategi Bisnis di 2018

Fokus Utama

- Transformasi strategi bisnis MPPA untuk memperoleh kembali posisinya sebagai peritel modern yang berfokus pada pelanggan.

Fokus pada pelanggan

- Upaya agar pelanggan kembali berbelanja ke gerai kami melalui seleksi produk Fresh dan produk kebutuhan rumah tangga dengan harga kompetitif.
- Strategi harga kompetitif telah diperluas mencakup mayoritas ragam produk rumah tangga dengan perputaran cepat yang dibutuhkan oleh pelanggan setiap hari.
- Melakukan analisa perbandingan harga pasar secara regular dan bekerja sama dengan pemasok untuk menghadirkan harga yang paling kompetitif.
- Memperkuat loyalitas pelanggan secara berkelanjutan dengan bekerja sama dengan OVO.

Persediaan & Ragam Produk

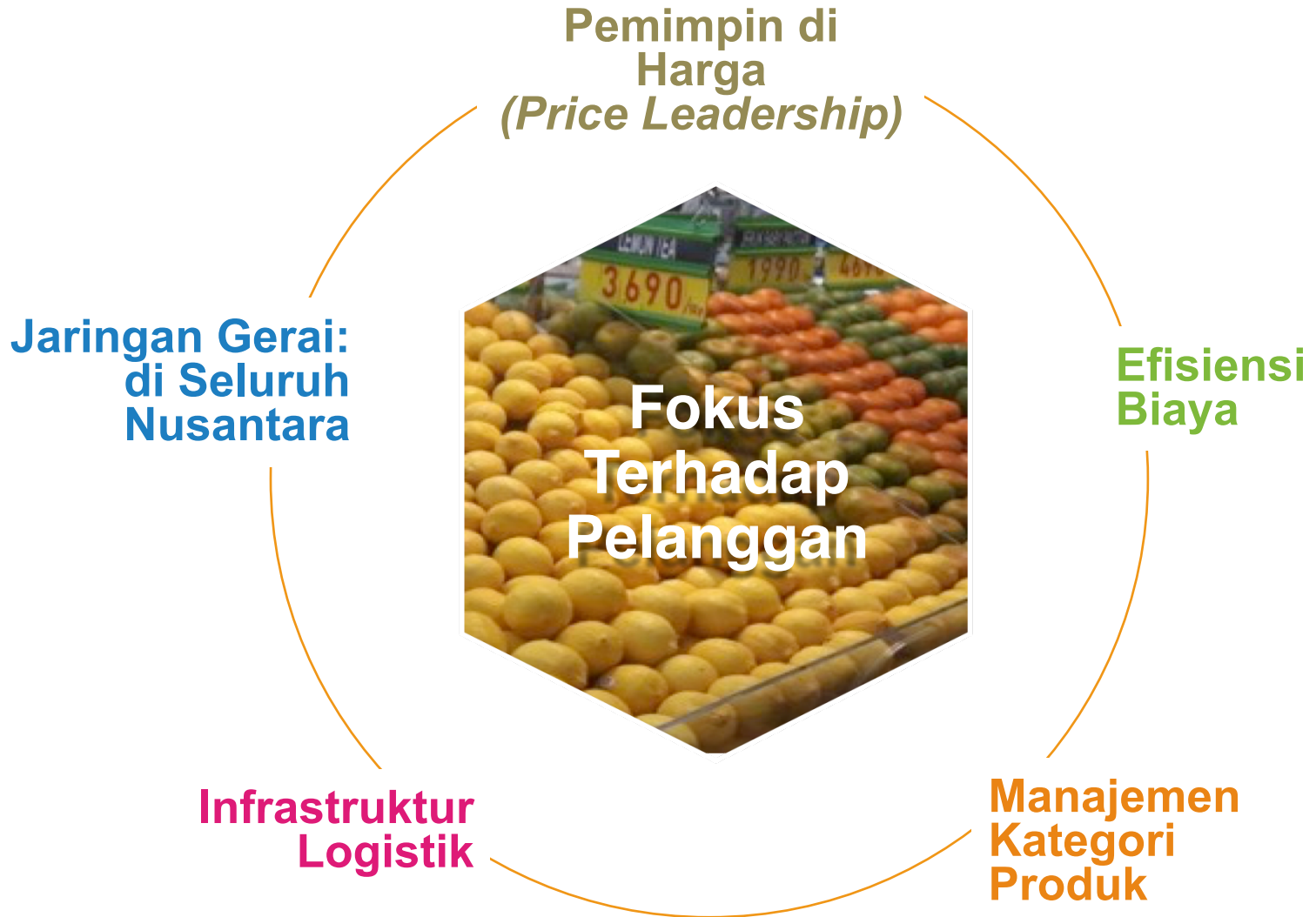
- Fokus penting pada jenis SKU produktif dengan perputaran cepat, serta mengurangi persediaan lama.
- Kajian menyeluruh atas ragam produk dan manajemen persediaan untuk mengurangi produk yang tidak produktif dengan perputaran lambat.
- Rasionalisasi persediaan untuk efisiensi; memungkinkan produk baru dalam portofolio untuk menangkap potensi ritel.

Transformasi Strategi Bisnis di 2018

Operasional yang ditingkatkan

- Mengubah Hypermart menjadi format hipermarket modern yang lebih efisien dengan ragam produk yang tepat untuk mendukung strategi bisnis baru.
- Memperkuat format supermarket Foodmart dengan fokus pada Fresh dan kualitas produk untuk melayani segmen pasar tertentu yang dekat dengan kawasan pemukiman.
- Pengembangan HyFresh – format baru supermarket yang berada dalam komunitas dengan fokus kepada produk Fresh dan harga kompetitif.
 - Diluncurkan pada 2019
- Keputusan untuk mengurangi eksposur dari bisnis B2B yang memiliki margin rendah; dan konsolidasi ke dalam bisnis ritel yang berfokus pada pelanggan.
- Memperkuat pengembangan secara organik atas bisnis online untuk mengantisipasi dan melayani gaya hidup digital saat ini.

Strategi Bisnis: Menjadi Peritel yang Berfokus kepada pelanggan



Strategi Kami Ke Depan: *Area Fokus Penting*

Fokus pada penjualan

- Tingkat harga yang kompetitif di setiap gerai MPPA
 - Strategi harga yang lebih baik untuk menghasilkan transaksi penjualan lebih tinggi dari pelanggan ritel
- Hubungan kerjasama dengan pemasok untuk meningkatkan penjualan dan implementasi strategi
 - *Trading terms* yang lebih berfokus pada penjualan
 - Meningkatkan tingkat dukungan untuk menghasilkan tingkat persediaan lebih baik

Promosi

- Aktifitas promosi yang kuat untuk mendukung penjualan

Lokal

- Bisnis kami yang lebih lokal
 - Perluasan area untuk produk lokal
 - Harga kompetitif terhadap kompetitor lokal
 - Pamflet promosi secara lokal di setiap gerai
 - Menghadirkan suasana pasar lokal ke dalam gerai

Operasional yang di tingkatkan

- Visibilitas promosi yang ditingkatkan dengan fokus pada peletakan podium di lorong utama dalam gerai
- Produktifitas persediaan yang ditingkatkan

Beragam program promosi untuk harga terbaik bagi pelanggan



Pamflet promosi yang disesuaikan secara lokal untuk penjangkauan ke pelanggan lebih efektif dan efisien

Melibatkan Tim Lokal kami dalam aktifitas promosi



Lomba Mewarnai untuk Anak
HPM Makassar



Bazaar Sembako FMT Fresh Samarinda



Morning Sale HPM Abepura - Papua



Pekan Kreatifitas FMT Klaten



Bazaar Murah HPM Maluku City Mall



Morning Sale HPM Kuala Kapuas

Kolaborasi dan promosi gabungan dengan beberapa bank untuk memaksimalkan penawaran kepada pelanggan

POTONGAN LANGSUNG Rp25.000
Minimal transaksi Rp500.000
dengan Kartu Debit BNI
Periode sampai dengan 27 Januari 2019
Setiap hari Sabtu & Minggu
*Syarat & ketentuan lain berlaku



Melayani Negeri, Kebanggaan Bangsa



1500046
BNI Call
www.bni.co.id

BNI terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

Periode 15 - 17 Feb 2019
GRATIS
Pembayaran menggunakan
Mandiri Kartu Kredit Hypermart



1/2 DOZEN DONUT RING
Hanya berlaku di Hypermart | Syarat & ketentuan berlaku
Program tidak dapat digabungkan dengan program mandiri lainnya



mandiri

BELANJA MINIMAL
Rp **500** RIBU
/Struk



CASH BACK 15%
CIMB NIAGA HYPERMART SAVERS
SETIAP HARI



CIMB NIAGA
Syariah

Syarat & ketentuan berlaku

DISKON 10%

SEMUA PRODUK FRESH

SENIN BUAH & SAYURAN	SELASA SEAFOOD
RABU DAGING SAPI	KAMIS DAGING AYAM

& VALUE PLUS PILIHAN
*Syarat & ketentuan berlaku



mandiri

Nikmati Promo
Khusus **Mandiri Kartu Kredit Hypermart**



Memperkuat loyalitas pelanggan dengan OVO

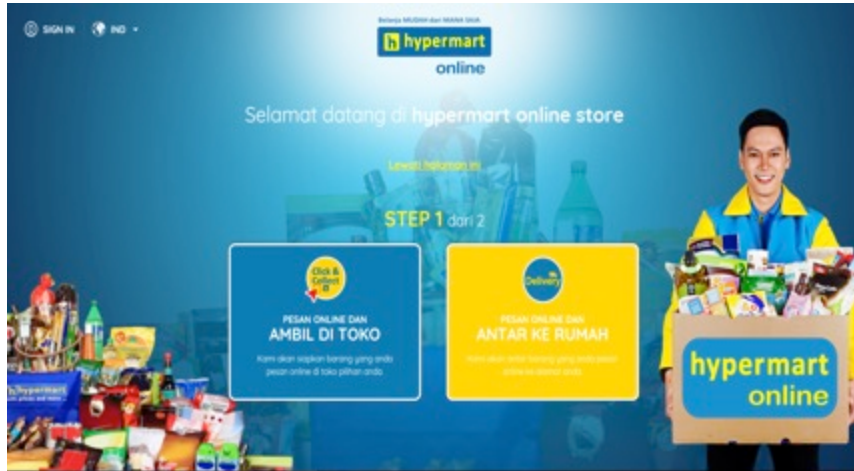


- Sinergi dengan eco-system OVO dan berbagai kemungkinan promosi gabungan
- Akses ke basis pelanggan lebih luas
- Wawasan tentang perilaku konsumen secara keseluruhan
- Mendukung gaya hidup modern yang *cashless*



Memperkuat pengembangan organic atas bisnis online....

Untuk mendukung gaya hidup digital



- Pengembangan **Hypermart Mobile** – aplikasi *smartphone* untuk kenyamanan pembelian online
- Kolaborasi dengan OVO untuk pembayaran online & Grab untuk pengiriman barang



- Saat ini tersedia di seluruh Hypermart di Jakarta; rencana untuk memperluas cakupan jaringan gerai yang mendukung online ke depan
- Fitur tambahan "**Click & Collect**" untuk kenyamanan pelanggan.









Diluncurkan di 2019

Format supermarket komunitas baru dengan fokus utama pada produk Fresh dan rumah tangga dengan harga kompetitif



Ikhtisar Keuangan (FY 2018)

4

Laporan Laba Rugi

(in Million of Indonesian Rupiah)

	Annual	
	2018	2017
NET SALES	10,692,363	12,562,780
COST OF SALES	(9,210,950)	(11,559,515)
GROSS PROFIT	1,481,413	1,003,265
Selling expenses	(419,089)	(626,673)
General and administrative expenses	(1,672,033)	(2,062,057)
Rental income	111,393	137,076
Others - net	(431,072)	(10,773)
OPERATING LOSS	(929,388)	(1,559,162)
Finance income	14,177	7,545
Finance cost	(155,455)	(117,997)
LOSS BEFORE INCOME TAX	(1,070,666)	(1,669,614)
Deffered Income tax benefit	178,877	434,607
Final tax expenses	(6,483)	(8,407)
LOSS FOR THE YEAR	(898,272)	(1,243,414)
OTHER COMPREHENSIVE INCOME (LOSS)		
Item that will not reclassified subsequently to profit or loss:		
Actuarial gain (loss) on defined benefit pension plans	96,358	(16,196)
Income tax on actuarial loss of defined benefit pension plan	(24,090)	4,049
TOTAL COMPREHENSIVE LOSS	72,268	(12,147)
TOTAL COMPREHENSIVE LOSS FOR THE YEAR	(826,004)	(1,255,561)

Neraca

(in Million of Indonesian Rupiah)

	31 Desember 2018	31 Desember 2017		31 Desember 2018	31 Desember 2017
ASSETS			LIABILITIES AND EQUITY		
CURRENT ASSETS			LIABILITIES		
Cash and cash equivalents	349,463	373,008	CURRENT LIABILITIES		
Trade receivables			Short-term bank loans	700,000	1,490,000
- Third parties	17,297	33,700	Trade payables	1,259,803	1,411,185
- Related parties	1,749	34,329	Accruals	425,947	496,387
Other receivables	260,337	232,683	Taxes payable	13,566	22,883
Inventories	1,628,799	1,581,846	Short-term employee benefit liabilities	146,748	145,105
Prepaid taxes	111,783	105,064	Other current financial liabilities	247,681	173,455
Prepaid expenses	90,079	107,179	Other current liabilities	93,771	137,179
Other current assets	13,342	18,024	Total Current Liabilities	2,887,516	3,876,194
Total Current Assets	2,472,849	2,485,833			
NON-CURRENT ASSETS			NON-CURRENT LIABILITIES		
Other non-current financial assets	22,960	26,014	Long-term bank loans	450,000	-
Other long term investments	-	310,939	Long-term employee benefit liabilities	240,374	294,643
Fixed assets	1,097,913	1,486,219	Other non-current liabilities	81,412	82,051
Rental advances and deposits	184,833	193,586	Total non-current liabilities	771,786	376,694
Long-term prepaid rents	316,246	357,572	Total Liabilities	3,659,302	4,252,888
Intangible assets	5,198	2,407			
Deffered tax assets	633,154	452,677	EQUITY		
Other non-current assets	75,392	111,812	Equity Attributable to		
Total Non-Current Assets	2,335,696	2,941,226	Equityholders of Parent Entity		
			Capital stock	376,457	268,898
			Additional paid-in capital - net	1,468,095	774,578
			Retained earnings (deficit)		
			Appropriated	36,000	36,000
			Unappropriated	(731,341)	94,665
			Total Equity Attributable to		
			to Owners of the Parent	1,149,211	1,174,141
			Non-Controlling Interests	32	30
			Total Equity	1,149,243	1,174,171
TOTAL ASSETS	4,808,545	5,427,059	TOTAL LIABILITIES AND EQUITY	4,808,545	5,427,059

Tanggung Jawab Sosial

5

Bantuan Palu – Donggala



CSR: In-store Educational Field Trip for Children



Aktifitas Sosial Lainnya



Aktifitas Sosial Lainnya



Paparan Publik

Senin, 29 April 2019
Hotel Aryaduta
Lippo Karawaci, Tangerang