Pay less. Feel good.

Public Expose

PT Matahari Department Store Tbk (LPPF)

30 November 2023

matahari

Agenda

No	Topik	Halaman	Presenter
1	Profil Perusahaan	3 – 6	Patrick Kapugu
2	Kinerja 9M23 - Ringkasan Eksekutif	7 – 8	Patrick Kapugu
a	Perkembangan Makroekonomi & Perdagangan Terkini	9 – 11	Patrick Kapugu
b	Perkembangan Kinerja Keuangan 9M 2023	12 – 14	Susanto
c	Informasi Strategi Terkini	15 – 24	Patrick Kapugu
d	Perkembangan Alokasi Modal Terkini	25 – 26	Susanto
e	Penutup	27 – 28	Patrick Kapugu

Pay less. Feel good.

Profil

Fakta Penting tentang Matahari

Platform ritel fesyen terbesar di Indonesia

156 Gerai

10 Baru di 2022 + 8 Baru di YTD'23

fokus pada kota-kota utama dan cakupan terdepan di beberapa mal regional

81 Kota

berfokus pada segmen kelas menengah yang tumbuh pesat

Produk pakaian, alas kaki, & kecantikan yang luas, dengan penawaran merek global & regional terkemuka dan rangkaian merek eksklusif

94%

Basis pemasok domestik yang besar

Ritel multi-kategori terkemuka

Relative Market Share (RMS)

2.7x

Vs. pesaing terdekat

Merek yang dicintai, Siap untuk *omnichannel*

Anggota Loyalitas Aktif	Kontribusi Penjualan Anggota Aktif	*Net Promoter Score*
8.0Juta	**77.8%**	**77**

Keuangan sehat & dukungan pemegang saham

2.26 Miliar

Saham Beredar

Auric Digital Retail

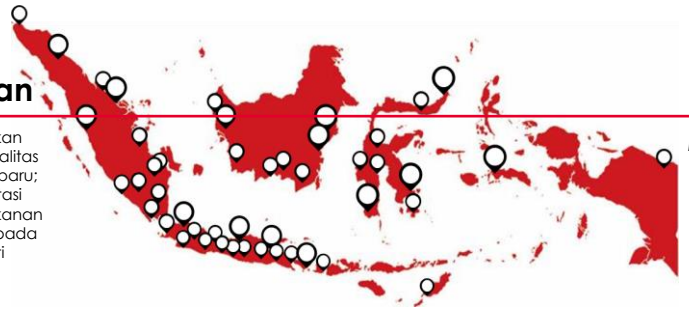
42,5%

Pemegang Saham Pengendali

EBITDA / EBITDA Margin

Rp Triliun / %

Sejarah



1958

Mendirikan gerai Matahari pertama dengan penawaran anak-anak di Jakarta

1970-an

Memperkenalkan konsep *department store* modern pertama di Indonesia

1980-an

Berekspansi ke luar Jakarta

1990-an

Memperkaya kategori bisnis dan basis kepemilikan saham

2000-an

Meluncurkan program loyalitas dan format baru; mendivestasi kategori Makanan demi fokus pada bisnis inti

2010-an

Memasuki tahun pertumbuhan

2020-an

Tim manajemen yang diperbarui menggabungkan bakat internal dan eksternal

Proposisi nilai yang dirancang ulang seputar *Pay Less Feel Good*, dengan sasaran berpusat pada pelanggan berbasis data dan ROI

Pemegang saham pengendali baru yang berfokus pada tata kelola dan pengembalian bagi seluruh pemegang saham

Blueprint lima tahun yang menjabarkan potensi penuh *merchandising*, *omnichannel*, optimasi jaringan gerai, dan sasaran keuangan dan ESG yang terperinci

Semua tergabung dalam dorongan untuk menjadi *House of Specialists*

matahari

Rebranding Matahari

***Rebranding* menunjukkan peningkatan pada nilai harga, produk, pengalaman pelanggan, dan sumber daya manusia (internal dan eksternal)**

HOUSE OF SPECIALISTS

Fesyen terjangkau bagi seluruh masyarakat Indonesia

Produk	Harga	Pengalaman	Sumber Daya Manusia
Keragaman produk yang lebih baik Merek Baru di semua kategori	Kualitas global dengan harga lokal Manfaat baru untuk anggota *Rewards*	Tata letak yang optimal *Visual Merchandising* yang menarik Pengalaman unik Gerai terdigitalisasi	Komitmen terhadap komunitas Berfokus pada ESG Pemberi kerja pilihan Berfokus pada *value*
Merek baru, Gaya baru, Kamu yang baru	Nilai lebih – Kualitas global. Harga lokal	Gerai baru. Pengalaman berbelanja baru.	Matahari Baru, nilai-nilai tradisional, *Feel Good Family*

Visi

Menjadi peritel gaya hidup *omni-channel* terkemuka sebagai 'House of Specialists' yang berpusat pada pelanggan

Misi: Untuk menyenangkan pelanggan dengan busana yang aspiratif namun terjangkau yang terlihat bagus dan terasa nyaman

Tujuan: **Menanamkan kebanggaan pada seluruh masyarakat Indonesia**

1. **Koleksi *merchandising* terpilih yang terkurasi oleh pelanggan untuk menumbuhkan penjualan dan meningkatkan produktivitas margin**
2. **Meremajakan, mengembangkan, dan memperluas kehadiran *omni-channel* (sinergi *online* & *offline*)**
3. **Pengalaman pelanggan serba terbaik di kelasnya & personalisasi, berfokus pada anggota program loyalitas**
4. **Mengoptimalkan biaya operasi untuk mencapai *leverage* operasi seiring pertumbuhan bisnis**

matahari

Pay less. Feel good.

Kinerja 9M23

Ringkasan Eksekutif

Kinerja 3Q23 yang tenang sebelum stimulan kuartal mendatang

- Penjualan 9M23 mencapai Rp 9,6 Triliun, atau tumbuh sebesar 1,4 %. Namun, pertumbuhan SSSG sebesar -2,3% didorong oleh kurangnya stimulasi Lebaran, dan perlambatan perekonomian setelahnya.
- Kuartal ketiga ini merupakan kuartal yang penuh tantangan mengingat tidak adanya efek permintaan tertahan seperti di periode kembali ke sekolah pada tahun lalu, ditambah lagi dengan tingginya biaya hidup.
- Oleh karena itu, dalam upaya mendorong penjualan, mengoptimalkan pangsa pasar, dan memastikan persediaan yang sehat menjelang 2024, Perseroan menyalurkan keuntungan kepada pelanggan, yang berdampak pada margin. Selain itu, untuk tujuan ini, pemasukan persediaan berkurang secara substansial.
- Margin Kotor pada 9M23 sebesar 34,9%, vs. 9M22 sebesar 35,7%.
- EBITDA pada 9M23 adalah Rp 1,1 Triliun vs Rp 1,5 Triliun tahun lalu. Laba Bersih sebesar Rp 631 Miliar. Ekuitas tercatat positif Rp 3,5 Miliar.
- Pemasukan akan mulai mengalir lagi pada tingkat yang lebih sehat pada kuartal keempat. Hal ini akan memberikan momentum positif. Namun kita memperkirakan akan terus terjadi pembersihan persediaan yang bergerak lambat pada kuartal keempat. EBITDA di tahun ini kemungkinan sebesar Rp 1,4 Triliun.

Oleh karena itu, Perseroan juga menggandakan inisiatif transformasi strategisnya.

- **Ekspansi gerai** untuk fokus pada kualitas pembukaan gerai daripada kuantitas. Menargetkan 4 gerai Matahari dan 2 gerai MU&KU pada 2024.
- **Mempercepat *rebranding*** dan memfokuskan investasi belanja modal kami di gerai-gerai A+ dan A terpilih.
- **MU&KU**, konsep multimerek menengah atas baru kami, telah dipresentasikan pada pengembang-pengembang yang diharapkan, dan memperoleh tanggapan positif. Target Peluncuran pada H1 2024.
- **Suko** dalam peluncuran ke 14 gerai tambahan (total 34) yang berjalan baik. Perluasan kategori dan peluncuran ke gerai-gerai selanjutnya akan berlanjut pada tahun 2024 dan seterusnya.
- **Anyday**, merek eksklusif baru diluncurkan pada bulan Okt sebagai merek di kelas pemula menjadi pejuang demi menangkal dampak inflasi.
- **ETP**, solusi sistem POS diluncurkan di seluruh 156 gerai. Lebih dari 95% produk konsinyasi kini dijual menggunakan *barcode* produk, bukan *Pink Slip*. Fase Berikutnya (H1 2024) adalah visibilitas persediaan konsinyasi di dalam gerai Matahari yang memungkinkan pemenuhan pesanan dari gerai untuk bisnis konsinyasi.
- **Inovasi Persediaan** meningkatkan fokus pada penjualan persediaan pada harga normal dan mempercepat pengurangan persediaan lama.
- **Dalam waktu dekat**, Perseroan sedang mempersiapkan kampanye pemasaran Natal yang ekstensif, serta menyusun rencana untuk memanfaatkan kondisi yang sangat menguntungkan di 1Q24, yang didorong oleh momen Tahun Baru Imlek, musim pemilu, dan Lebaran.

Memaksimalkan nilai pemegang saham

- Kebijakan dividen dipertahankan pada pembayaran minimum 50%.
- Belanja modal (Capex) diperkirakan di bawah Rp 300 Miliar vs anggaran Rp 500 Miliar.

Pay less. Feel good.

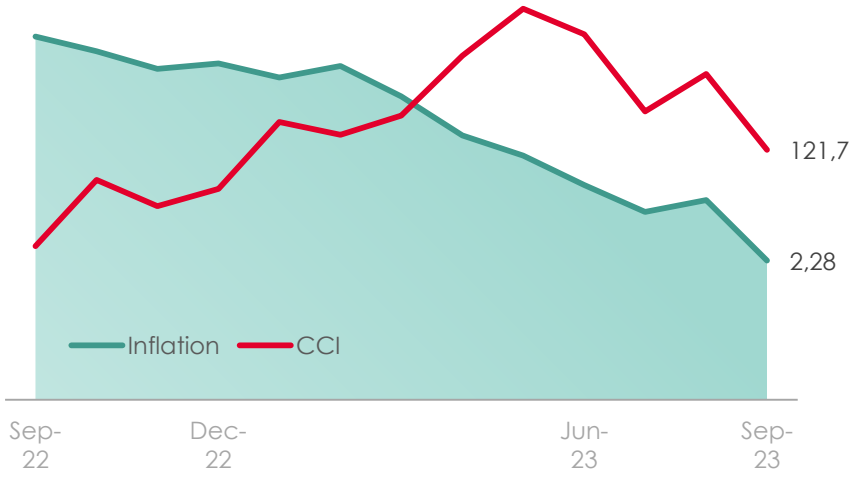
Perkembangan Makroekonomi & Perdagangan Terkini

Faktor Makroekonomi

Keyakinan konsumen melambat dalam beberapa kuartal terakhir. Namun, meredanya inflasi membangun optimisme bisnis untuk 2024 dan seterusnya.

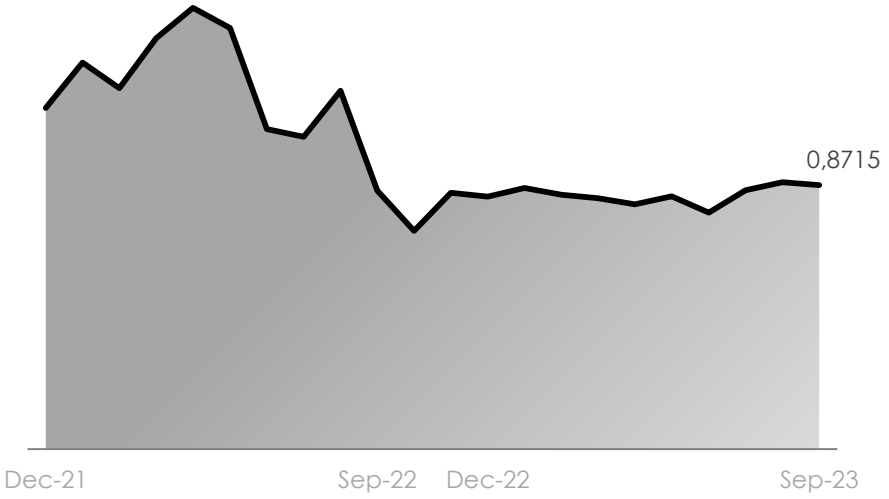
Stabilnya harga kapas sejalan dengan inflasi yang moderat akan mendukung harga pokok barang sejak pemasukan di Q4.

Indeks Keyakinan Konsumen & Inflasi
% YoY



Sumber: Bank Indonesia

Harga Kapas
USD/pon



Sumber: Nasdaq

matahari

Data historis menunjukkan penjualan meningkat di musim pemilu lalu.

Perkembangan Perdagangan Terkini

Kembali-ke-Sekolah

Kampanye Hari Kemerdekaan

Jumbo Sale

Pay less. Feel good.

Perkembangan Kinerja Keuangan 9M/3Q 2023

Ikhtisar Keuangan YTD Sep 2023

Penjualan Rp 9,6 Triliun, SSSG -2,3%, dan EBITDA Rp 1,1 Triliun

(dalam miliar Rp)	YTD Sep				Comparable YTD Sep			Q3			
	2023	2022	Var	Var %	2022	Var	Var %	2023	2022	Var	Var %
Penjualan Kotor	**9,615**	**9,484**	**132**	*1.4%*	**9,484**	**132**	*1.4%*	**2,223**	**2,324**	**(101)**	*-4.3%*
SSSG%	*-2.3%*							*-8.0%*			
Laba Kotor	**3,356**	**3,390**	**(34)**	*-1.0%*	**3,308**	**48**	*1.4%*	**750**	**815**	**(65)**	*-8.0%*
GM%	*34.9%*	*35.7%*			*34.9%*			*33.7%*	*35.1%*		
OPEX	(2,220)	(1,846)	(374)	*20.3%*	(2,094)	(126)	*6.0%*	(688)	(574)	(114)	*19.9%*
EBITDA	**1,136**	**1,544**	**(408)**	*-26.4%*	**1,214**	**(78)**	***-6.5%***	**61**	**241**	**(179)**	*-74.5%*
EBITDA Margin%	*11.8%*	*16.3%*			*12.8%*			*2.8%*	*10.4%*		
Laba (Rugi) Bersih	**631**	**1,054**	**(424)**	*-40.2%*	**713**	**(82)**	***-11.5%***	**(53)**	**136**	**(189)**	*-139.3%*
Margin Laba Bersih%	*6.6%*	*11.1%*			*7.5%*			*-2.4%*	*5.8%*		

Comparable: tidak termasuk konsesi sewa dan partisipasi/diskon Covid.

matahari

Posisi Keuangan

Ekuitas sebesar Rp 4 Miliar positif vs Rp 160 Miliar negatif pada kuartal sebelumnya

ASET			LIABILITAS & EKUITAS		
(dalam miliar Rp)	Sep 2023	Dec 2022	(dalam miliar Rp)	Sep 2023	Dec 2022
Kas dan saldo bank	194	354	Pinjaman Bank	1,000	(0)
Piutang Dagang	42	64	Utang Dagang CV	420	664
Persediaan	876	896	Utang Dagang DV	315	546
Aset Hak Guna	2,290	2,527	Liabilitas Sewa	2,755	2,933
Aset Lainnya	1,355	1,223	Liabilitas Lainnya	1,026	1,026
Aset Tetap	762	686	Ekuitas	4	580
TOTAL ASET	**5,519**	**5,750**	**TOTAL LIABILITAS & EKUITAS**	**5,519**	**5,750**

Catatan:

- *Penggunaan pinjaman bank berkurang dari Rp 1.150 Miliar menjadi Rp 1.000 Miliar*

Pay less. Feel good.

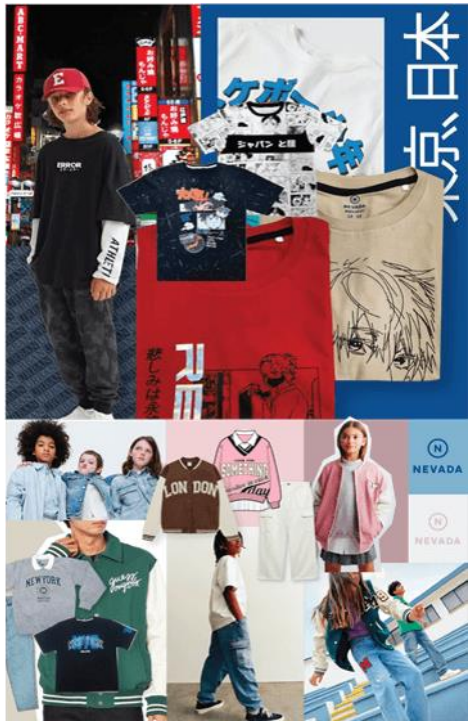
Informasi Strategi Terkini

Potensi Penuh *Merchandising*

Peningkatan rangkaian Pakaian Pria, Wanita & Anak, untuk memfokuskan kembali DNA Merek Eksklusif

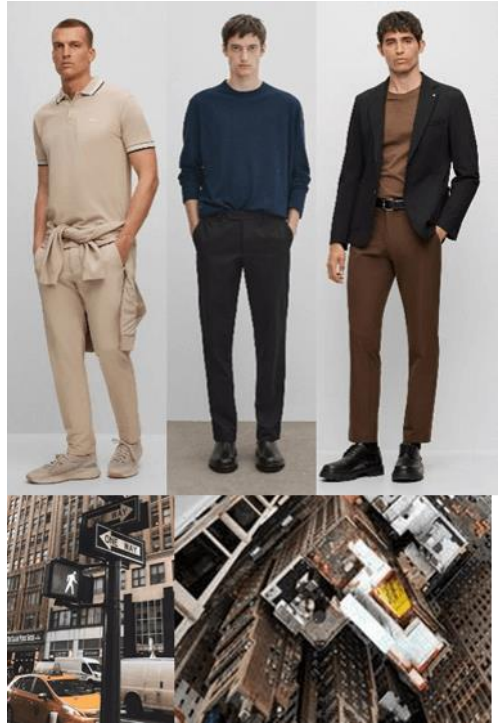
Nevada

Nevada Kids



***Streetstyle* Global**
(Inspirasi *Varsity* & Tokyo)

Cole



Baru! Ekspansi pakaian modern

Connexion

Baru! Pakaian kerja

Potensi Penuh *Merchandising*

Merek Eksklusif baru untuk mengisi kekosongan pada arsitektur *merchandising*

SUKO

34 gerai pada 2023
20 gerai yang ada akan dilengkapi dengan ekspansi menjadi 14 gerai tambahan, menyediakan kapasitas untuk peningkatan pemasaran dan *branding*

Anyday

Masuknya Anyday ke 50 gerai
Merek baru untuk mengatasi masalah biaya hidup dan menawarkan kesederhanaan dan harga terbaik bagi segmen pelanggan yang sensitif terhadap harga

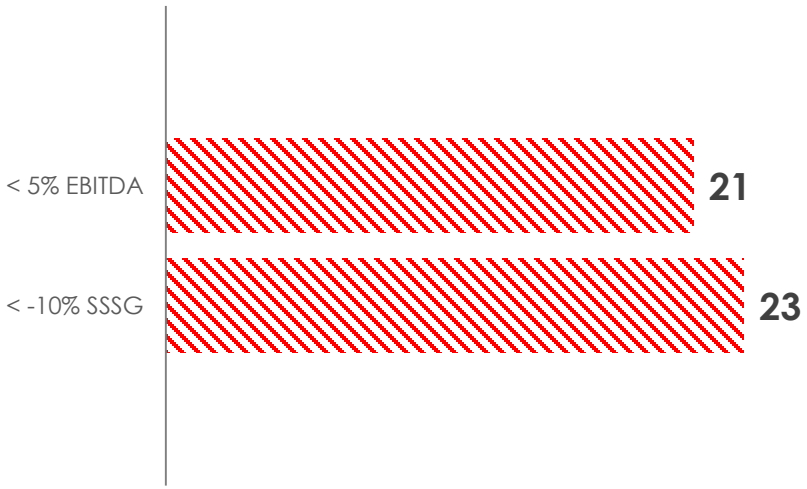
Merek aktif baru

Perkembangan 2024 yang menarik
Rangkaian gaya jalan kaki dan olahraga yang terjangkau, moderat, dan nyaman sesuai dengan kebutuhan kekinian

Optimasi Jaringan Gerai

Gerai yang teridentifikasi dengan ruang untuk perbaikan

29 Gerai dalam daftar pantauan dan identifikasi



Beberapa gerai menghadapi tantangan akibat efek buruk pasca-COVID, tekanan terhadap daya beli pasar sekitar, dan tingkat okupansi mal yang rendah

Ruang untuk perbaikan dan upaya yang sedang berjalan

- Bekerja sama dengan pemilik properti untuk memperoleh persyaratan sewa yang lebih baik, serta solusi dukungan optimal dan praktis lainnya
- Menjajaki rasionalisasi ruang demi produktivitas yang lebih tinggi
- Mempercepat opsi *rebranding*/peremajaan untuk mendongkrak daya tarik gerai
- Menyelaraskan kembali penawaran *merchandising* untuk memenuhi permintaan pelanggan saat ini dan masa depan

Optimasi Jaringan Gerai

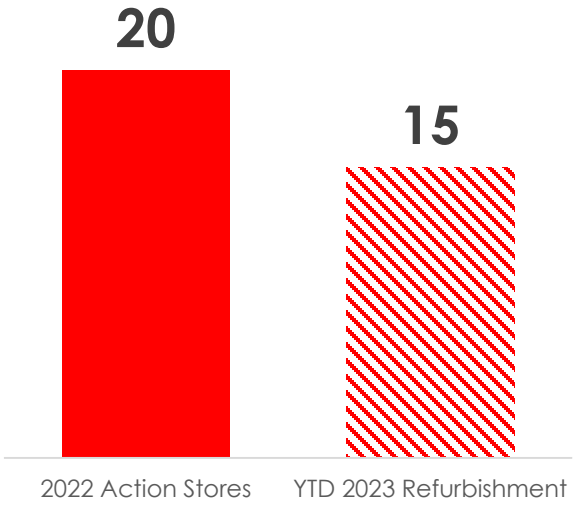
Mengkinikan gerai di daerah menarik & membuka gerai baru di daerah yang berpotensi tinggi

Membuka 8 gerai baru di daerah yang berpotensi tinggi, dengan gerai terbaru di Kediri Mall

Gerai Baru di Kediri Mall
3.980 m2

6 gerai baru untuk 2024; Ukuran rata-rata 5.500 m2

Rebranding dan peremajaan kini berfokus pada gerai dengan dampak lebih tinggi berdasarkan kriteria baru dalam penilaian gerai.



Sebelum

Setelah

Fokus pada dampak merek, pengalaman pelanggan, serta produktivitas gerai.

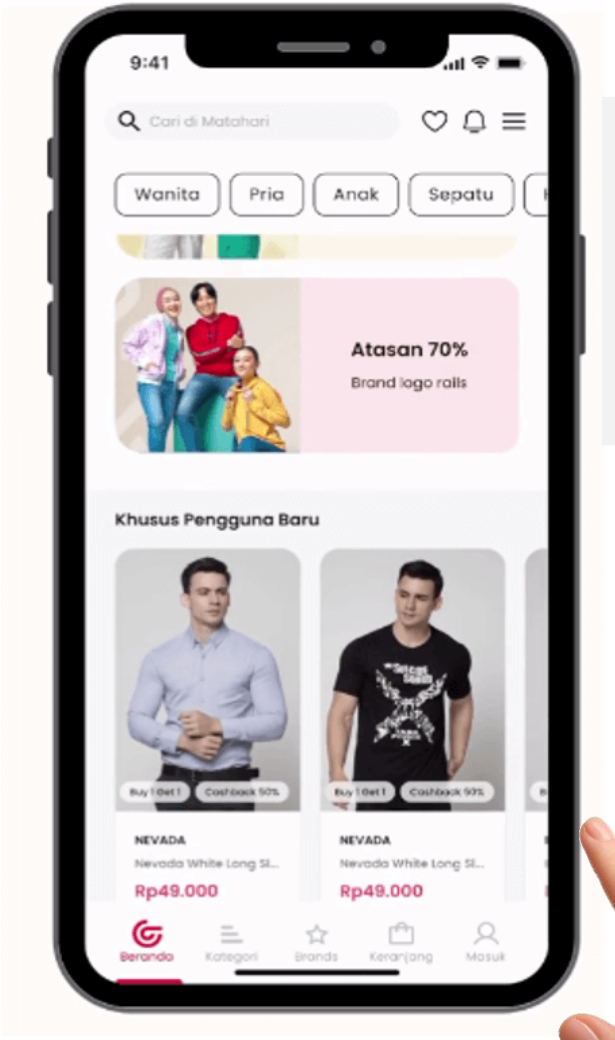
Optimasi Jaringan Gerai

Konsep baru sedang dipresentasikan kepada pengembang-pengembang yang diharapkan

Konsep baru MU&KU,
gerai multi-merek terkurasi
menyasar generasi Milenial, Profesional dan Keluarga Muda dengan rentang usia 28 – 45 tahun pada Segmen Menengah ke Atas

Ekspansi *Omnichannel*

Fokus pada peningkatan skala bisnis dengan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik



Momentum Teknologi

Rollout ETP selesai; Implementasi OMS baru, Pemenuhan pesanan CV dari gerai dimulai di H1 2024

Pemenuhan DP dari Gerai

Memperluas pemenuhan pesanan dari gerai ke 37 Gerai, 30 kota, menghasilkan kontribusi lebih dari 50%

App Baru & di-*Upgrade*

Mencapai 332.600 unduhan aplikasi di 3Q, menyumbang 21% dari total basis pelanggan

Pertumbuhan *Marketplace*

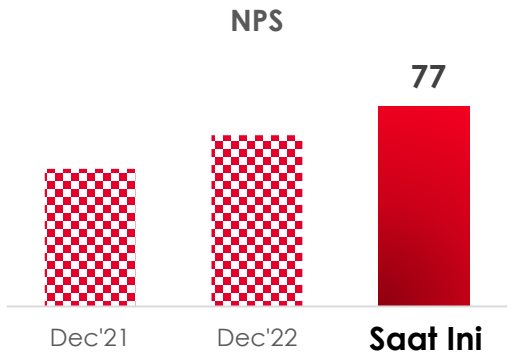
Setelah meluncurkan kembali Tokopedia, kehadiran di 4 bisnis *marketplace* menghasilkan pertumbuhan 4x lipat

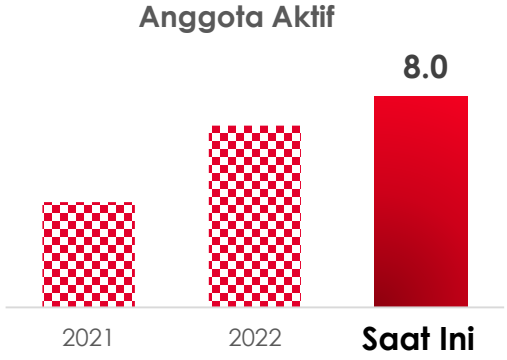
NPS yang Lebih Baik

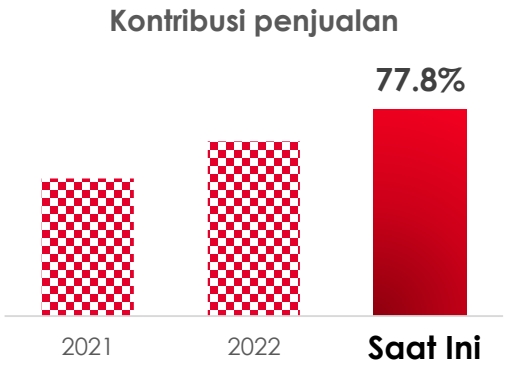
Rekor skor NPS dicapai di Q3, naik dua digit dari tahun lalu, mencerminkan peningkatan pengalaman pelanggan

Loyalitas & Personalisasi

Kontribusi anggota aktif menjadi pertanda baik bagi pendapatan masa depan







Umpan balik positif dihasilkan melalui personalisasi dan manfaat yang dioptimalkan

Anggota aktif diberi penghargaan secara aktif melalui berbagai kegiatan

Dorongan akuisisi yang diperbarui, pelibatan saluran gerai fisik dan digital demi pendaftaran terakselerasi

Keunggulan Operasional

Peningkatan tata letak, *merchandising* visual, & pengalaman pelanggan di gerai, dengan ekspansi *out-of-store*

Peningkatan tata letak dan *visual merchandising* untuk navigasi yang lebih baik dan pengalaman pelanggan yang lebih tinggi

Memanfaatkan instalasi kreatif di gerai untuk kelancaran promosi

Ekspansi di luar gerai memperluas titik kontak pelanggan dan kesadaran merek Matahari

ESG: MILKS*

Lebih banyak untuk berkontribusi pada lingkungan dan menciptakan dampak sosial positif

Perluasan lebih lanjut dari inisiatif daur ulang dengan antusiasme pelanggan yang lebih tinggi untuk berpartisipasi

Pemberian bantuan pakaian dan alas kaki bagi siswa yang membutuhkan

Penghargaan atas upaya Matahari dalam menjunjung tinggi praktik tata kelola terbaik untuk kategori keseluruhan terbaik, perusahaan pemberdayaan wanita terbaik, serta komitmen & kepuasan karyawan terbaik

**Lingkungan, Sosial & Tata Kelola (ESG): Materials (Materi), Inclusion & diversity (Inklusi & keberagaman), Labour best practice (Praktik terbaik ketenagakerjaan), Kids (Kesejahteraan Anak-anak), Sustainable acts (Aksi Berkelanjutan)*

Pay less. Feel good.

Perkembangan Alokasi Modal Terkini

Perkembangan Alokasi Modal Terkini

Kehati-hatian dan optimisme finansial untuk 2024

Kehati-hatian Finansial

Memperoleh hasil maksimal dari investasi lebih sedikit pada teknologi

Manajemen biaya yang ketat di semua lini

Rencana belanja modal dikurangi sebesar 40%, fokus pada kualitas pembukaan gerai vs. kuantitas

Mengurangi stok untuk posisi persediaan yang lebih sehat

Optimisme untuk 2024

Kebijakan dividen tetap sama dengan rasio pembayaran dividen minimal 50%

Kemungkinan akan kembali ke Aktivitas Pembelian Kembali Saham

Belanja Modal fokus pada gerai A+ dan A
Investasi pada gerai baru & sedang berkembang

Mengharapkan ROI yang lebih tinggi dengan berfokus pada dolar yang dibelanjakan pada gerai atau merek dengan dampak tertinggi

Penutup

Penutup

The Game Plan

Kondisi Saat Ini

- **Penjualan** untuk 9M23 mencapai Rp 9,6 Trn; tumbuh 1,4%. SSSG sebesar -2.3%, karena efek basis tinggi dan biaya hidup yang lebih tinggi.
- **Margin Kotor** untuk 9M23 sebesar 34,9%, vs. 9M22 35.7% karena Matahari menyalurkan keuntungan pada pelanggan.
- **EBITDA** untuk 9M23 adalah Rp 1,1 Trn vs Rp 1,5 Trn tahun lalu. Laba Bersih sebesar Rp 631 Miliar.
- **ETP**, solusi POS diluncurkan di seluruh gerai. 95%+ produk konsinyasi dijual menggunakan *barcode* produk, bukan *Pink Slip*.

Aksi Segera

- **Kampanye untuk musim menyenangkan** seperti Natal, Tahun Baru Imlek, dan Lebaran disiapkan untuk menangkap potensi daya beli yang lebih tinggi.
- **SUKO** diluncurkan di 14 gerai lainnya dan berjalan dengan baik untuk pelanggan menegah ke atas.
- **Anyday**, merek eksklusif baru telah diluncurkan pada Okt'23 untuk menangkal dampak inflasi.
- **Inovasi persediaan,** meningkatkan fokus pada penjualan persediaan pada harga normal dan mempercepat pengurangan persediaan lama.

Aksi Jangka Menengah (2024)

- **Ekspansi gerai** untuk fokus pada pembukaan gerai berkualitas, menargetkan 4 gerai Matahari dan 2 gerai MU&KU pada 2024.
- **MU&KU**, konsep multimerek menengah atas baru kami, disukai oleh pengembang yang diharapkan; diperkirakan akan dibuka pada 1H24.
- **Mengembangkan** *6 power DP Brands* dengan SIS dan menghadirkan 20 merek baru dan 19 *Supercharge CV brands*.
- **ETP fase 2** untuk memberikan visibilitas persediaan CV di dalam gerai Matahari sehingga memungkinkan pemenuhan dari gerai untuk bisnis konsinyasi.

Goals

- ***Guidance* EBITDA** sebesar Rp 1,4 Triliun untuk FY23.
- **Kebijakan Dividen** tetap sama pada minimal 50%.
- **Belanja Modal** diperkirakan di bawah Rp 300 Miliar pada 2023.

Hubungi kami

PT Matahari Department Store Tbk

Menara Matahari 12th Floor,
Jl Bulevar Palem Raya No. 7
Karawaci, Tangerang 15811, Indonesia

Phone: +6221 547 5228 | +62811 9610 1111
Email: ir@matahari.com

www.matahari.com

DISCLAIMER: This presentation has been prepared by PT Matahari Department Store Tbk ("LPPF" or "Company") for informational purposes. Neither this presentation nor any of its content may be reproduced, disclosed or used without the prior written consent of the Company.

This presentation may contain forward looking statements which represent the Company's present views on the probable future events and financial plans. These views are based on current assumptions, are exposed to various risks, and are subject to considerable changes at any time. The Company warrants no assurance that such outlook will, in part or as a whole, eventually be materialized. Actual results may differ materially from those projected.

The information is current only as of its date and shall not, under any circumstances, create any implication that the information contained therein is correct as of any time subsequent to the date thereof or that there has been no change in the financial condition or affairs of LPPF since such date. This presentation may be updated from time to time and there is no undertaking by LPPF to post any such amendments or supplements on this presentation.

The Company will not be responsible for any consequences resulting from the use of this presentation as well as the reliance upon any opinion or statement contained herein or for any omission.

Pay less. Feel good.

Terima kasih

matahari