

MATAHARI KEMBALI KE PROFITABILITAS; MENUNJUKKAN KETAHANAN MESKIPUN PANDEMI

Highlights:

- Penjualan kotor Tw2 2021 Rp 4,5 Triliun, 270% di atas Tw2 2020
- Penjualan kotor Semester 1 2021 Rp 6,6 Triliun, 67% di atas Semester 1 2020
- Laba bersih Rp 533 Miliar dibandingkan rugi bersih Rp (358) Miliar di Semester 1 2020

PT Matahari Department Store Tbk (“Matahari” atau “Perseroan”; kode saham: “LPPF”) melaporkan penjualan kotor sebesar Rp 6,6 Triliun untuk periode yang berakhir 30 Juni 2021, 67% di atas 2020 pada periode yang sama. Pendapatan bersih sebesar Rp 3,6 Triliun, 58% di atas tahun 2020.

Deskripsi	Triwulan 2 2021	Semester 1 2021	Selisih	
			dari Tw2 2020	dari Sem1 2020
Penjualan Kotor	4.481	6.558	269%	67%
Pendapatan Bersih	2.408	3.570	242%	58%
Laba Bersih	628	533	338%	249%

Matahari telah kembali meraih profitabilitas, dengan laba bersih Rp 533 Miliar untuk Semester pertama tahun 2021. Hasil ini dicapai meskipun terdapat pembatasan mudik yang mempengaruhi penjualan Lebaran, daya beli yang menurun, pembatalan cuti bersama dan beberapa langkah yang diambil demi melindungi kesehatan masyarakat seperti pengurangan jam operasional.

Matahari telah melihat kemajuan yang menjanjikan di bidang operasional utama berikut:

- margin yang lebih dapat diprediksi dengan penghentian penjualan merek dan mode yang berkinerja buruk
- modernisasi yang sedang berlangsung atas barang dagangan, dengan serangkaian inisiatif baru yang telah membuahkan hasil
- wilayah operasi yang ditata ulang demi produktivitas yang lebih tinggi
- pekerjaan peningkatan gerai untuk pengalaman berbelanja yang lebih lancar
- penggunaan pengeluaran modal yang lebih selektif untuk peningkatan pelayanan pelanggan yang utama
- peralihan ke model beraset ringan dengan berkurangnya gudang, aset dan aset berkinerja rendah berjalan dengan baik



Auric Digital Retail baru-baru ini telah menjadi pemegang saham terbesar di Perseroan, yang menambah keyakinan akan kepastian pengembangan, kontinuitas dan pelaksanaan strategi.

Perseroan berkeyakinan bahwa sahamnya bernilai terlalu rendah, sehingga Perseroan meluncurkan program pembelian kembali saham pada Agustus 2021, dengan maksimal 15% dari modal disetor dan ditempatkan Perseroan dengan dana yang dialokasikan sebesar Rp 450 Miliar.

Terry O'Connor, CEO Matahari mengatakan, “Kami senang dapat kembali meraih profitabilitas dan ini merupakan bukti kerja keras dan ketekunan karyawan kami. Kami telah melunasi hutang kami dan memiliki saldo kas yang sangat sehat pada akhir periode. Oleh karena itu, kami percaya Matahari dapat tampil jauh lebih baik setelah PPKM seiring dengan semakin cepatnya pelaksanaan inisiatif dan tantangan terkait COVID-19 semakin terlampau dan kami bermaksud menjadikan musim lalu sebagai pembelajaran utama bagi musim Lebaran 2022. Dengan orang-orang kami yang sekarang telah divaksinasi sepenuhnya, dan protokol keamanan kami yang kuat, kami percaya bahwa kami berada di posisi yang tepat untuk memanfaatkan sepenuhnya pemulihan yang akan datang di gerai-gerai kami dan dalam pencapaian ambisi omni channel kami.”

Tentang Matahari

Matahari adalah platform ritel terbesar di Indonesia, dengan 145 gerai di 76 kota di seluruh Indonesia, serta secara *online* melalui MATAHARI.COM. Selama lebih dari 60 tahun, Matahari menyediakan produk pakaian, kecantikan dan sepatu yang berkualitas, *fashionable* dan terjangkau bagi kalangan menengah Indonesia yang semakin meningkat. Matahari mempekerjakan lebih dari 40.000 karyawan (termasuk SPG produk konsinyasi) dan bermitra dengan sekitar 400-500 pemasok lokal serta internasional.

Perseroan menerima beberapa penghargaan dari industri – bertaraf nasional dan internasional – termasuk Top 3 *Best Non-Financial Sector* dan Top 10 *Mid-Cap Issuers* ASEAN Corporate Governance Awards 2021, Top 500 Retail Asia Pacific dari Retail Asia, Euromonitor & KPMG; Brand Asia 2018 – Top 3 *Most Powerful Retail Brands in Indonesia* dari Nikkei BP Consulting, Inc.; dan WoW Brand Award 2019 – Gold Champion dari MarkPlus Inc. Di samping itu, Perseroan juga meraih penghargaan Indonesia Netizen’s *Brand Choice Award* 2018 dari Warta Ekonomi. Seluruh penghargaan ini mendukung dan memperkuat reputasi Perseroan sebagai salah satu perusahaan yang terkemuka, dinamis dan terpercaya di Indonesia.



Untuk informasi lebih lanjut, harap menghubungi:

Corporate Communications / Investor Relations
PT Matahari Department Store Tbk
Tel: (62 21) 547 5333
E-mail: corp.comm@matahari.co.id, ir@matahari.co.id



www.matahari.co.id



www.matahari.co.id



@matahari



Matahari



MATAHARI



@gayamatahari

This press release has been prepared by PT Matahari Department Store Tbk ("LPPF") and is circulated for the purpose of general information only. It is not intended for any specific person or purpose and does not constitute a recommendation regarding the securities of LPPF. No warranty (expressed or implied) is made to the accuracy or completeness of the information. All opinions and estimations included in this release constitute our judgment as of this date and are subject to change without prior notice. LPPF disclaims any responsibility or liability whatsoever arising which may be brought against or suffered by any person as a result of reliance upon the whole or any part of the contents of this press release and neither LPPF nor any of its affiliated companies and their respective employees and agents accepts liability for any errors, omissions, negligent or otherwise, in this press release and any inaccuracy herein or omission here from which might otherwise arise.

Forward-Looking Statements

Certain statements in this release are or may be forward- looking statements. These statements typically contain words such as "will", "expects" and "anticipates" and words of similar import. By their nature, forward looking statements involve a number of risks and uncertainties that could cause actual events or results to differ materially from those described in this release. Factors that could cause actual results to differ include, but are not limited to, economic, social and political conditions in Indonesia; the state of the property industry in Indonesia; prevailing market conditions; increases in regulatory burdens in Indonesia, including environmental regulations and compliance costs; fluctuations in foreign currency exchange rates; interest rate trends, cost of capital and capital availability; the anticipated demand and selling prices for our developments and related capital expenditures and investments; the cost of construction; availability of real estate property; competition from other companies and venues; shifts in customer demands; changes in operation expenses, including employee wages, benefits and training, governmental and public policy changes; our ability to be and remain competitive; our financial condition, business strategy as well as the plans and objectives of our management for future operations; generation of future receivables; and environmental compliance and remediation. Should one or more of these uncertainties or risks, among others, materialize, actual results may vary materially from those estimated, anticipated or projected. Specifically, but without limitation, capital costs could increase, projects could be delayed and anticipated improvements in production, capacity or performance might not be fully realized. Although we believe that the expectations of our management as reflected by such forward-looking statements are reasonable based on information currently available to us, no assurances can be given that such expectations will prove to have been correct. You should not unduly rely on such statements. In any event, these statements speak only as of the date hereof, and we undertake no obligation to update or revise any of them, whether as a result of new information, future events or otherwise.