

Matahari Laporkan Penjualan Sebesar Rp 3,7 Triliun dan EBITDA Sebesar Rp 519 Miliar

Highlights:

- Penjualan 1Q24 tumbuh sebesar 35,9% menjadi Rp 3,7 Triliun
- Margin Kotor untuk kuartal ini sebesar 34,9%, lebih rendah dari tahun lalu yang sebesar 35,4%, dikarenakan adanya aktivitas penghabisan stok pada awal kuartal yang menurunkan margin.
- EBITDA 1Q24 adalah sebesar Rp 519 Miliar, dan Laba Bersih sebesar Rp 326 Miliar,

Matahari ("Perseroan"; kode saham: "LPPF") melaporkan penjualan Rp 3,7 Triliun, menunjukkan peningkatan sebesar 35,9% dibandingkan tahun lalu, dengan Pertumbuhan Penjualan Gerai yang Sama (SSSG) sebesar 34,3%, yang didorong oleh musim Lebaran lebih awal dibandingkan tahun lalu. Kinerja dua bulan pertama menghasilkan SSSG 0,7%, sementara di periode Lebaran mencapai SSSG -2,4%.

Meskipun terjadi penurunan Margin Kotor di kuartal 1 2024 menjadi 34,9% dari 35,4% tahun lalu karena aktivitas penghabisan stok di Januari dan Februari, Margin Kotor selama Lebaran tahun ini meningkat 0,2% dari periode yang sama tahun lalu. EBITDA Perseroan pada kuartal 1 2024 mencapai Rp 519 Miliar, sementara Laba Bersih sebesar Rp 326 Miliar, hampir separuh dari angka total tahun lalu. Strategi pembelian yang efektif dan jadwal terkait musim Lebaran memungkinkan Perseroan untuk menutup kuartal ini dengan stok yang 27% lebih rendah dibanding kuartal 1 di tahun sebelumnya, sehingga menempatkan bisnis di dalam posisi yang lebih baik dari sudut pandang penyelesaian stok.

Deskripsi (dalam miliar Rp)	1Q 2024	1Q 2023	Variance
Penjualan Kotor	3.731	2.746	35,9%
Pendapatan Bersih	1.973	1.443	36,7%
% Margin Kotor	34,9%	35,4%	
EBITDA	519	234	121,9%

Perkembangan dari inisiatif diantaranya pembukaan gerai dengan konsep baru di AEON Deltamas yang mendapat tanggapan positif dari konsumen. Pendekatan yang lebih selektif terkait pembukaan gerai baru telah mengubah target pembukaan gerai menjadi 3 sampai 4 gerai baru di 2024. Progres pembaruan gerai juga berjalan sesuai rencana, dengan rencana penutupan 8 dari 10 gerai pada 2024 sudah difinalisasi dengan para pemilik gedung. Di sisi lain, kanal digital terus dikembangkan



dengan terus meningkatkan pengalaman pelanggan dan teknologi melalui penawaran lebih banyak pilihan produk, strategi pemasaran dan *rewards* yang dipersonalisasi, serta meningkatkan fitur UI/UX.

Portofolio *merchandise* Matahari terus berkembang, dengan dilakukannya *rebranding* merek eksklusif baru-baru ini dan ekspansi gerai SUKO. Selain itu, lebih dari 30 merek pihak ketiga baru telah diperkenalkan tahun ini untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di segmen berpendapatan lebih tinggi. Pada saat yang sama, Perseroan menarik perhatian konsumen muda melalui inisiatif media sosial, membangun komunitas, dan upaya pemasaran yang dipersonalisasi.

“Kinerja kami selama musim Lebaran ini telah terkena dampak oleh faktor-faktor makroekonomi seperti penurunan pengeluaran di segmen menengah ke bawah. Kami terus secara aktif mengidentifikasi area-area di mana kami dapat meningkatkan operasional bisnis kami, mengembangkan penawaran produk kami, dan menyempurnakan pendekatan strategis kami. Meskipun terdapat hambatan, kami terus berkomitmen untuk memajukan inisiatif strategis kami agar bisnis kami lebih siap bagi peluang di masa depan,” ungkap **Monish Mansukhani, CEO Matahari**.

###

Tentang Matahari

Matahari adalah platform ritel terbesar di Indonesia, dengan 155 gerai di 82 kota di seluruh Indonesia, serta secara online melalui matahari.com, platform social commerce “Shop & Talk”, dan market place pihak ketiga. 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 30.000 karyawan (termasuk SPG produk konsinyasi) dan bermitra dengan sekitar 600 pemasok lokal serta internasional.

Perseroan menerima beberapa penghargaan dari industri – bertaraf nasional dan internasional – termasuk TrenAsia’s ESG Awards 2023, Fashion Retail of The Year 2023 by HIPINDO, Top 50 Mid Capitalization Public Listed Company 2023 by IICD, Top 100 Most Valuable Brand by Brand Finance, Most Improved Investor Relations and Top 5 Best Senior Management IR Support in 2022 dari Alpha Southeast Asia, Top 10 CSR Donor dari Bursa Efek Indonesia, Best Non-Financial Sector dan Top 10 Mid-Cap Issuers ASEAN Corporate Governance Awards 2022, Top Digital Company & Best Excellent Service Experience Index Award 2022 dari Majalah Marketing, Top 50 Most Valuable Brand Awards 2021 dari Brand Finance Indonesia, 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 Stellar Workplace Award 2023 dalam bidang Employee Commitment dan Employee Satisfaction, 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 tepercaya di Indonesia.



Untuk informasi lebih lanjut, harap menghubungi:
Corporate Communications / Investor Relations
Matahari
Tel: (62 21) 547 5228
E-mail: corp.comm@matahari.com, ir@matahari.com



www.matahari.com/corporate



@matahari



@tiktokmatahari

matahari



+62811-8118-8888



matahari



matahari

belanja online **matahari.com**

This press release has been prepared by Matahari 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, health and political conditions in Indonesia; the state of the retail industry in Indonesia; prevailing market and operating conditions, raw material prices and import restrictions; competition from other companies; 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; Should one or more of these uncertainties or risks, among others, materialize, actual results may vary materially from those estimated, anticipated or projected. 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.