

Matahari Laporkan Penjualan Kotor Rp 2,7 Triliun

Highlights :

- Penjualan pada Q1 2023 adalah Rp 2,7 Triliun, tumbuh 14,2%. Pertumbuhan Penjualan pada Gerai yang Sama ("SSSG") mencapai 10,4%
- Margin Kotor pada Q1 2023 adalah 35,4% vs 35,5% pada Q1 2022, terutama karena pergeseran campuran
- EBITDA untuk Q1 2023 adalah Rp 234 Miliar, yang mencerminkan normalisasi sewa ritel dan pertumbuhan upah minimum
- Pembukaan 7 gerai baru sebelum Lebaran telah selesai dengan investasi yang signifikan dalam kuartal tersebut
- Anggota aktif program loyalitas tumbuh mencapai 7,6 Juta, berkontribusi terhadap 81,7% dari total penjualan, memberikan peluang yang lebih luas sepanjang tahun 2023 untuk komunikasi yang tersegmentasi dengan baik
- Penguatan proposisi *online* bagi pelanggan, dengan pertumbuhan yang kuat di bisnis *marketplace* dan perluasan keragaman produk di Matahari.com, menghasilkan pertumbuhan pendapatan digital yang kuat
- Kampanye musiman *merchandising* sedang berlangsung dengan koleksi produk yang dipersiapkan dengan baik, investasi pada staf dari Matahari dan vendornya, serta program pemasaran penuh sepanjang Maret dan April 2023.

Matahari ("Perseroan"; kode saham: "LPPF") membukukan Penjualan Kotor sebesar Rp 2,7 Triliun, atau tumbuh 14,2% pada kuartal pertama 2023. EBITDA tercatat sebesar Rp 234 Miliar, mencerminkan normalisasi biaya sewa dan dampak penyesuaian upah minimum.

(dalam Miliar Rupiah)

Deskripsi	Q1 2023	Perbedaan
		dari Q1 2022
Penjualan Kotor	2.746	14,2%
Pendapatan Bersih	1.443	12,1%
EBITDA	234	-6,8%

Sejak awal tahun hingga kini, Perseroan berhasil membuka 7 gerai baru menjelang Lebaran di Bekasi, Cikarang, dua gerai di Semarang, Sleman, Balikpapan, dan Bali. Matahari sesuai rencana akan membuka 12-15 gerai baru di tahun 2023. Gerai-gerai baru ini juga akan mendukung pencapaian Lebaran 2023 dalam portofolio gerai yang semakin berkembang, yang terdiri dari 155 gerai hingga hari ini.

Pada tanggal 29 Maret 2023, Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan ("RUPST"; "Rapat") menyetujui seluruh usulan yang dimaksudkan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham. Rapat antara lain menyetujui pembagian dividen sebesar Rp 525 per saham dari Laba Bersih 2022. Selain itu, RUPST menyetujui kelanjutan program pembelian kembali saham hingga 28 September 2024.

Terry O'Connor, Wakil Presiden Direktur dan CEO Matahari, mengatakan, "Matahari berkomitmen untuk meningkatkan pengembalian bagi pemegang saham. Kami gembira memulai tahun ini dengan 7 gerai baru, yang secara efektif mendukung interaksi kami dengan pembeli di musim utama Lebaran. Pada saat yang sama, kami senang melihat kemajuan kami dalam inisiatif *omni-channel* dan perkembangan jumlah anggota aktif program loyalitas yang membuka kesempatan lebih luas bagi komunikasi yang tersegmentasi dengan baik. Dengan kemajuan ini, kami yakin pada prospek jangka panjang kami yang positif."

Tentang Matahari

Matahari adalah platform ritel terbesar di Indonesia, dengan 155 gerai di 81 kota di seluruh Indonesia, serta secara *online* melalui *matahari.com*, platform *social commerce* "Shop & Talk", dan *marketplace* 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 *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 Indonesia *Netizen's Brand Choice Award 2018* dari Warta Ekonomi. Seluruh penghargaan ini mendukung dan memperkuat reputasi Perseroan sebagai salah satu Perseroan 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.