

## **Matahari Laporkan Pertumbuhan Penjualan Kotor 1H23 sebesar 3,2% menjadi 7,4 Triliun Rupiah; Inisiatif Strategis Berjalan Baik, dengan Indikasi Pertumbuhan dan Akselerasi Penawaran Produk ke Depan**

### **Highlights:**

- Penjualan pada 1H23 mencapai 7,4 triliun rupiah, tumbuh sebesar 3,2%, dengan SSSG stagnan karena dampak inflasi.
- Periode awal Lebaran berjalan baik, namun, 14 hari terakhir menjadi tantangan karena adanya keterlambatan pembayaran THR, libur yang lebih awal, dan konsumen yang lebih fokus pada masa mudik yang panjang. Perbandingan kinerja di minggu terakhir dibandingkan dengan 5 minggu pertama menunjukkan selisih Rp 287 Miliar dari hasil yang diharapkan Manajemen.
- EBITDA untuk periode ini sebesar 1.075 miliar rupiah vs 1.303 miliar rupiah tahun lalu, sementara Laba Bersih mencapai 684 miliar rupiah, mencerminkan tekanan struktural jangka pendek atas biaya serta investasi pada sumber daya manusia dan aktivitas pemasaran yang menyebabkan ekspektasi pertumbuhan musiman yang lebih tinggi dari realisasinya.
- SUKO hadir di 20 gerai, dengan performa awal yang kuat, sehingga manajemen memutuskan untuk membuka 12 gerai tambahan di tahun 2023.
- Menginisiasi House of Characters yang menggabungkan semua kemitraan lisensi.
- Ekspansi gerai berjalan sesuai rencana, minimal 12 gerai baru akan dibuka, dengan jumlah performa dari gerai-gerai yang baru dibuka telah melebihi target yang diharapkan.
- Semua inisiatif Perseroan menghasilkan *Net Promoter Score* (NPS) yang tinggi.

Matahari ("Perseroan"; kode saham: "LPPF") mengumumkan kinerja keuangannya untuk paruh pertama tahun 2023, menunjukkan ketahanan dan pertumbuhan di tengah tekanan inflasi dan tantangan ekonomi. Komitmen Perseroan terhadap strategi yang berorientasi pada pelanggan dan solusi-solusi inovatif menjadi kunci dalam mencapai pertumbuhan yang positif dan mengarahkan Perseroan ke pertumbuhan yang lebih baik di masa depan.

Pada 1H23, Penjualan Kotor Matahari mencapai 7,4 triliun rupiah, dengan pertumbuhan sebesar 3,2%. Komitmen Perseroan untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan dan keberhasilan mengatasi risiko yang terkait dengan persediaan, menghasilkan



Margin Kotor sebesar 35,3%, sedikit mengalami penurunan dibandingkan pada 1H22 yang tercatat sebesar 36,0%.

Deskripsi	1H 2023	Perbedaan*
		dari 1H 2022
Penjualan Kotor	7.392	3,2%
Pendapatan Bersih	3.852	2,4%
EBITDA	1.075	-5,9%

\*Perbandingan: tidak termasuk efek konsesi sewa terkait COVID-19 dan partisipasi/potongan harga

Transformasi produk akan semakin meningkat melihat pertumbuhan yang positif, dengan potensi signifikan di depan. Merek-merek eksklusif Matahari sedang dalam peninjauan untuk dikembangkan lebih lanjut dalam hal jumlah produk, penguatan *branding*, serta perluasan cakupan produk yang mencerminkan gaya hidup modern. Merek SUKO yang baru saja diluncurkan di 20 gerai telah menunjukkan performa awal yang kuat, sehingga manajemen memutuskan untuk membuka 12 gerai tambahan di tahun ini. Selain itu, peluncuran Anyday sebagai merek *entry-level* juga diharapkan dapat mengatasi tantangan inflasi dan meningkatkan daya beli pelanggan.

Selain ekspansi produk, Matahari juga menggabungkan semua kemitraan lisensi di bawah "House of Characters," menawarkan koleksi pakaian anak-anak dan dewasa muda yang memikat. Perseroan juga berencana untuk memperkuat konsep shop-in-shop di lebih banyak gerai dengan menggandakan konsep Denim Shop dan melihat adanya peluang besar untuk berekspansi di Kategori Kecantikan dan Kategori Pakaian Aktif melalui Nevada Sport dan Royal Sporting House, yang tengah diluncurkan ke seluruh Indonesia.

Matahari tetap berkomitmen untuk mengembangkan kanal penjualan dan menambah gerainya di seluruh Indonesia. Setidaknya minimal 12 gerai baru di lokasi-lokasi strategis telah ada dalam rencana dalam rangka melayani basis pelanggan yang lebih luas. Jumlah performa dari gerai-gerai yang baru dibuka telah melebihi target yang diharapkan.

Matahari juga berencana untuk mengembangkan gerai baru berkonsep multi-brand untuk segmen kelas menengah atas bernama MU&KU yang dijadwalkan akan diluncurkan pada awal 2024. Selain itu, Perseroan juga aktif menjelajahi peluang di daerah-daerah tier-3 serta pasar yang sensitif terhadap harga, dengan tujuan untuk merambah segmen pasar yang menawarkan produk dengan harga lebih terjangkau kepada konsumen. Matahari akan memanjakan pelanggannya dengan tren gaya hidup terkini kepada pelanggannya.



Semua inisiatif ini, dikombinasikan dengan upaya Perseroan menghadirkan pengalaman belanja yang lebih personal dan kemampuan operasional yang semakin ditingkatkan di berbagai kanal penjualan, menghasilkan respons yang positif dari pelanggan, yang tercermin dalam Nilai NPS sebesar 74 pada bulan Juni 2023. Saat ini, Matahari memiliki basis pelanggan mencapai 8,2 juta anggota aktif yang berkontribusi pada 78% dari total penjualan, melampaui tingkat pra-pandemi,

“Kami mengalami musim perdagangan Lebaran yang secara struktural lebih singkat, ditambah dengan situasi inflasi yang menantang, sehingga membawa hasil jauh di bawah ekspektasi Manajemen. Meskipun kami berhasil meningkatkan penjualan di tengah lingkungan yang sulit, kami belum merealisasikan potensi penuh kami, terutama dalam produk dan pengembangan gerai dengan lebih banyak inisiatif untuk kami eksekusi. Kami akan terus berkomitmen untuk dapat memberikan hasil yang positif untuk para pelanggan dan pemegang saham. Kami bertekad mengakselerasi implementasi langkah strategis untuk mendorong transformasi dan menjaga laju pertumbuhan,” ujar **Terry O’Connor, CEO Matahari**. “Strategi *rebranding*, transformasi gerai, ekspansi strategis gerai dan pembaharuan produk akan mendorong terciptanya pengalaman berbelanja yang khas Matahari. Tidak hanya itu, upaya digitalisasi kami akan menawarkan pengalaman belanja yang *seamless* di semua *touch points*, baik gerai fisik maupun platform *online*” lanjutnya.

###

## **Tentang Matahari**

Matahari adalah platform ritel terbesar di Indonesia, dengan 155 gerai di 81 kota di seluruh Indonesia, serta secara online melalui [matahari.com](http://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 *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 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](mailto:corp.comm@matahari.com), [ir@matahari.com](mailto:ir@matahari.com)

 [www.matahari.com/corporate](http://www.matahari.com/corporate)

 @matahari

 @tiktokmatahari

 +62811-8118-8888

 matahari

 matahari

**belanja online [matahari.com](http://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.