

A woman with long dark hair and bangs, wearing a white sleeveless dress adorned with large white and yellow flowers, stands on a runway. She is looking back over her shoulder at the camera. The background is dark with a blurred audience.

ENHANCING THE QUALITY OF LIFESTYLE

Laporan Tahunan 2013

Annual Report 2013

DAFTAR ISI

Table of Contents

INDONESIA'S MOST PREFERRED DEPARTMENT STORE

- 07 **Sekilas Perusahaan**
Company in Brief
- 08 **Visi dan Misi**
Vision and Mission
- 10 **Tonggak Sejarah Perusahaan**
Company Milestones
- 12 **Ikhtisar Keuangan**
Financial Highlights
- 15 **Laporan Dewan Komisaris**
Report from the Board of Commissioners
- 19 **Laporan Direksi**
Report from the Board of Directors
- 25 **Laporan Tim Manajemen**
Report from the Board of Management

TINJAUAN BISNIS BUSINESS OVERVIEW

- 30 **Tinjauan Industri**
Industry Overview
- 30 **Tinjauan Industri Ritel di Indonesia**
Overview of the Retail Industry in Indonesia
- 31 **Tinjauan Segmen Pasar *Department Store* Indonesia**
Overview of The Indonesian Department Store Segment
- 32 **Kompetisi**
Competition
- 33 **Dampak Tren Ritel Indonesia pada Segmen *Department Store***
Trends in Indonesian Retail That Impact the Department Store Segment
- 33 **Pertumbuhan Pengeluaran Konsumen yang Kuat dan Berkelanjutan**
Strong and Sustainable Growth in Consumer Spending
- 34 **Percepatan Ekspansi Infrastruktur Ritel Modern di Kota-kota Menengah**
Accelerating Modern Retail Infrastructure Expansion in Fast-Growing Second-Tier Cities
- 34 **Meningkatnya Popularitas Produk Eksklusif**
Increasing Popularity of Exclusive Products
- 34 **Meningkatnya Kompetisi, Terutama di Kalangan Peritel dengan Target Pasar Konsumen Menengah-Atas di Kota Besar**
Increasing Competition, Especially Amongst Retailer Targetting the Upper Middle or High Income Customers in Major Urban Areas
- 35 **Prospek**
Prospects

TINJAUAN OPERASIONAL OPERATIONAL OVERVIEW

- 36 **Tinjauan Operasional**
Operational Overview
- 38 **Gerei**
Stores
- 38 **Jaringan Ritel**
Retail Network
- 38 **Perluasan dan Penambahan Gerei Baru**
New Store Roll-out and Expansion
- 40 **Desain Gerei**
Store Design
- 41 **Perbaikan Terus Menerus untuk Gerei yang Ada**
Ongoing Improvement of Existing Stores
- 42 **Inisiatif 2013**
2013 Initiatives
- 44 **Ke Depan**
Looking Ahead
- 44 **Pembelian dan Distribusi Logistik**
Purchasing and Distribution Logistics
- 44 **Pembelian**
Purchasing
- 45 **Distribusi**
Distribution
- 46 **Pemasaran**
Marketing
- 46 **Iklan dan Promosi**
Advertising and Promotion
- 48 **Pelayanan Konsumen**
Customer Service
- 49 **Matahari Club Card**
Matahari Club Card
- 51 **Teknologi Informasi**
Information Technology
- 51 **Pusat Pemulihan Bencana**
Disaster Recovery Centre
- 52 **Sumber Daya Manusia**
Human Resources
- 53 **Susunan Karyawan**
Staffing
- 55 **Pelatihan dan Suksesi Karyawan**
Employee Training and Succession
- 57 **Kepuasan dan Kesetiaan Karyawan**
Employee Satisfaction and Retention
- 58 **Manajemen Prestasi**
Performance Management
- 59 **Hubungan Karyawan**
Employee Relations



ANALISA & PEMBAHASAN MANAJEMEN MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS

- | | |
|--|--|
| <p>62 Kinerja Keuangan
<i>Financial Review</i></p> <p>62 Sekilas Matahari
<i>Overview of Matahari</i></p> <p>63 Pengukuran Kinerja Keuangan
<i>Measures of Financial Performance</i></p> <p>64 Penjualan Kotor
<i>Gross Sales</i></p> <p>64 Penjualan Barang Dagangan
<i>Merchandise Sales</i></p> <p>64 Rekonsiliasi Antara Pendapatan Bersih dengan Penjualan Kotor
<i>Reconciliation From Net Revenue to Gross Sales</i></p> <p>66 Komponen Penjualan Barang Dagangan
<i>Components of Merchandise Sales</i></p> <p>66 Penjualan Barang Dagangan Menurut Segmen Geografis
<i>Merchandise Sales by Geographical Segment</i></p> <p>68 Laba Kotor yang Disesuaikan dan Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan
<i>Adjusted Gross Profit and Adjusted Gross Profit Margin</i></p> <p>69 Rekonsiliasi dari Laba Kotor dengan Laba Kotor yang Disesuaikan
<i>Reconciliation from Gross Profit to Adjusted Gross Profit</i></p> <p>70 Beban Usaha Yang Disesuaikan
<i>Adjusted Operating Expenses</i></p> <p>72 Rekonsiliasi Antara Laba Bersih Dengan EBIT yang Disesuaikan, EBITDA yang disesuaikan dan EBITDAR yang Disesuaikan
<i>Reconciliation from Net Profit to Adjusted EBIT, Adjusted EBITDA, and Adjusted EBITDAR</i></p> <p>73 EBITDAR yang Disesuaikan dan Marjin EBITDAR Yang Disesuaikan
<i>Adjusted EBITDAR and Adjusted EBITDAR Margin</i></p> <p>74 EBITDA Yang Disesuaikan dan Marjin EBITDA yang Disesuaikan
<i>Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA Margin</i></p> | <p>74 EBIT Yang Disesuaikan dan Marjin EBIT yang Disesuaikan
<i>Adjusted EBIT and Adjusted EBIT Margin</i></p> <p>75 SSSG (Pertumbuhan Penjualan Pada Gerai yang Sama)
<i>SSSG (Same Store Sales Growth)</i></p> <p>77 Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel
<i>Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space</i></p> <p>77 Dasar Persiapan Laporan Keuangan
<i>Basis of Preparation of Financial Statements</i></p> <p>78 Uraian dari Baris Akun Terpilih Dalam Laporan Laba Rugi Komprehensif
<i>Description of Selected Line Items in The Statement of Comprehensive Income</i></p> <p>78 Pendapatan Bersih
<i>Net Revenue</i></p> <p>78 Penjualan Ritel
<i>Retail Sales</i></p> <p>78 Penjualan Konsinyasi – bersih
<i>Consignment Sales – net</i></p> <p>78 Pendapatan Jasa
<i>Service Fees</i></p> <p>79 Beban Pokok Pendapatan
<i>Cost of Revenue</i></p> <p>79 Laba Kotor
<i>Gross Profit</i></p> <p>79 Beban Usaha
<i>Operating Expenses</i></p> <p>79 Keuntungan Lainnya – bersih
<i>Other Gain – net</i></p> <p>79 Penghasilan Keuangan
<i>Finance Income</i></p> <p>79 Biaya Keuangan
<i>Finance Cost</i></p> <p>80 Pendapatan Komprehensif Lainnya
<i>Other Comprehensive Income</i></p> |
|--|--|

81	Kinerja Usaha Tahun 2013 and 2012 <i>Results of Operations for 2013 and 2012</i>	89	Komitmen <i>Commitments</i>
81	Perbandingan Hasil Kinerja Usaha Tahun 2012 dan 2013 <i>Comparison of the Results of Operations for 2012 and 2013</i>	90	Liabilitas Kontinjensi <i>Contingent Liabilities</i>
81	Pendapatan Bersih <i>Net Revenue</i>	90	Belanja Modal <i>Capital Expenditure</i>
82	Beban Pokok Pendapatan <i>Cost of Revenue</i>	91	Perpajakan <i>Taxation</i>
82	Laba Kotor <i>Gross Profit</i>	91	Analisis Kemampuan Perusahaan Dalam Membayar Utang dan Menagihkan Piutang <i>Analysis of The Company's Ability to Service Debt and To Collect Accounts Receivable</i>
83	Keuntungan Lainnya – bersih <i>Other Gain – net</i>	91	Informasi dan Kejadian Material Setelah Tanggal Laporan Akuntan <i>Material Information and Events Subsequent To the Accountant's Report Date</i>
84	Penghasilan Keuangan <i>Finance Income</i>	92	Informasi yang Berkaitan dengan Transaksi Afiliasi <i>Information Relating To Affiliated Transactions</i>
84	Biaya Keuangan <i>Finance Cost</i>	94	Perubahan Kebijakan Akuntansi <i>Changes in the Accounting Policy</i>
84	Biaya Keuangan – bersih <i>Finance Expense – net</i>	95	PSAK No. 38 (Revisi 2012): "Kombinasi Bisnis pada Entitas Sepengendali" <i>SFAS No. 38 (Revised 2012): "Business Combination on Entities under Common Control"</i>
84	Laba Sebelum Pajak Penghasilan <i>Profit Before Income Tax</i>	95	Realisasi Penggunaan Dana Hasil Penawaran Umum Terbatas <i>Realization of Utilization of Proceeds from The Limited Public Offering</i>
84	Beban Pajak Penghasilan <i>Income Tax Expense</i>	95	Perubahan Hukum dan Peraturan <i>Changes in Laws and Regulations</i>
85	Laba Bersih <i>Net Profit</i>	95	Aksi Korporasi <i>Corporate Actions</i>
85	Laporan Posisi Keuangan <i>Statement of Financial Position</i>	95	Informasi Material Terkait Dengan Investasi, Ekspansi, Divestasi, Akuisisi dan Restrukturisasi Hutang/Modal <i>Material Information Concerning Investment, Expansion, Divestment, Acquisition, and Debt/Capital Restructuring</i>
85	Aset <i>Assets</i>	96	Risiko Usaha <i>Business Risk</i>
86	Aset Lancar <i>Current Assets</i>	96	Faktor Penting Yang Mempengaruhi Hasil Operasional Perseroan <i>Significant Factors Affecting The Company's Results of Operations</i>
86	Aset Tidak Lancar <i>Non Current Assets</i>	96	Keadaan Pasar Ritel Indonesia dan Kondisi Ekonomi secara Umum <i>The State of the Indonesian Retail Market and General Economic Conditions</i>
86	Kewajiban <i>Liability</i>	96	Populasi Pelanggan yang Menjadi Target <i>Target Customer Population</i>
87	Kewajiban Lancar <i>Current Liabilities</i>	97	Produktivitas <i>Productivity</i>
87	Kewajiban Tidak Lancar <i>Non Current Liabilities</i>	99	Program Perluasan Usaha <i>Expansion Program</i>
87	Ekuitas <i>Equity</i>		
88	Struktur Modal <i>Capital Structure</i>		
88	Rasio <i>Ratio</i>		
89	Solvabilitas <i>Solvency</i>		
89	Komitmen dan Liabilitas Kontinjensi <i>Commitments and Contingent Liabilities</i>		

102	Kombinasi Merchandise <i>Merchandise mix</i>	123	Ekspansi Gerai Secara Pesat dan Terus Menerus ke Seluruh Indonesia <i>Continuous, Rapid Store Expansion Across Indonesia</i>
102	Mengendalikan Beban Usaha <i>Controlling Operating Expenses</i>	124	Optimisasi Produktivitas Gerai Selanjutnya <i>Further Optimisation of Store Productivity</i>
104	Inflasi <i>Inflation</i>	126	Terus Fokus pada Efisiensi Operasional dan Peningkatan Utilisasi Aset <i>Continued Focus on Operational Efficiency and Improved Asset Utilisation</i>
105	Musiman <i>Seasonality</i>	127	Memperkuat dan Menanamkan Budaya Orientasi-Konsumen pada Perseroan <i>Strengthening and Embedding a Customer-Oriented Corporate Culture</i>
106	Perbedaan Geografis <i>Geographical Diversity</i>		
107	Kompetisi <i>Competition</i>		
107	Pinjaman Bank dan Tingkat Suku Bunga <i>Bank Borrowing Interest rates</i>		
108	Kebijakan Dividen <i>Dividend Policy</i>		
108	Pengaruh Posisi Ekuitas Negatif pada kemampuan Perseroan untuk Membayar Dividen <i>Effect on Negative Equity Position on the Company's Ability to Pay Dividends.</i>		
110	Pembayaran Dividen <i>Dividend Payments</i>		
	PROSPEK USAHA <i>BUSINESS PROSPECTS</i>		
112	Kekuatan <i>Strengths</i>	130	Struktur Tata kelola <i>Corporate Governance Structure</i>
112	Merek Ritel Terkemuka Dilengkapi dengan Merek Eksklusif <i>Retail Brand Complemented by Strong Exclusive Brands</i>	130	Praktek Tata Kelola <i>Good Governance in Practice</i>
115	Membidik Konsumen Segmen Menengah yang Besar dan Terus Tumbuh <i>Targeting the Large and Growing Middle-Income Segment</i>	130	Struktur Tata Kelola Perusahaan <i>Corporate Governance Structure</i>
116	Jaringan Gerai Nasional Terbesar Didukung oleh Infrastruktur Logistik yang Efisien <i>Largest Nationwide Store Network Supported by Efficient Logistics Infrastructure</i>	131	Rapat Umum Pemegang Saham <i>General Meeting of Shareholders</i>
116	Model Bisnis yang Siap Diperbesar untuk Pertumbuhan Pesat <i>Highly Scalable Business Model for Rapid Growth</i>	135	Dewan Komisaris <i>Board of Commissioners</i>
119	Berbagai Produk yang Berorientasi Konsumen <i>Customer-Driven Merchandise Mix</i>	135	Struktur dan Keanggotaan <i>Structure and Membership</i>
120	Operasi Gerai Optimum Mendorong Pengalaman Belanja yang Inspirasional dan menarik <i>Optimised Store Operations Driving an Inspiring and Attractive Shopping Experience</i>	136	Tugas dan Tanggung Jawab <i>Duties and Responsibilities</i>
121	Meningkatkan Fokus pada Layanan Konsumen <i>Increasing Focus on Customer Service</i>	136	Rapat Dewan Komisaris <i>Boards of Commissioners' Meetings</i>
121	Karyawan Berdedikasi dan Manajemen Berpengalaman <i>Dedicated Employees and Experienced Management</i>	137	Komite di Bawah Dewan Komisaris <i>Committees under The Board of Commissioners</i>
122	Strategi <i>Strategies</i>	137	Komite Audit <i>Audit Committee</i>
		143	Komite Nominasi dan Remunerasi <i>Nomination and Remuneration Committee</i>
		144	Penilaian Kinerja Anggota Dewan Komisaris dan Direksi <i>Performance Assessment of Members of the Boards of Commissioners and Directors</i>
		144	Kebijakan Remunerasi bagi Anggota Dewan Komisaris dan Direksi. <i>Remuneration Policy for Members of the Boards of Commissioners and Directors</i>
		144	Direksi <i>Board of Directors</i>
		145	Struktur dan Keanggotaan <i>Structure and Membership</i>
		145	Tugas dan Tanggung Jawab <i>Duties and Responsibilities</i>

146	Rapat Direksi <i>Boards of Directors' Meetings</i>	159	Implementasi Program di 2013 <i>Program Implementation in 2013</i>
146	Tim Manajemen <i>Board of Management</i>	159	Sistem Whistle Blowing <i>Whistle Blowing System</i>
146	Struktur dan Keanggotaan <i>Structure and Membership</i>	162	Litigasi <i>Litigation</i>
147	Tugas dan Tanggung Jawab <i>Duties and Responsibilities</i>	162	Akses ke Informasi <i>Access to Information</i>
147	Rapat Tim Manajemen <i>Boards of Management's Meetings</i>	162	Situs Internet <i>Website</i>
147	Komite di Bawah Direksi <i>Committees Under the Board of Directors</i>	163	Siaran Pers <i>Press Release</i>
148	Komite Real Estate <i>Real Estate Committee</i>	163	Informasi Produk <i>Product Information</i>
148	Komite Pemasaran <i>Marketing Committee</i>	163	Layanan Konsumen <i>Customer Service</i>
149	Komite Manajemen Risiko <i>Risk Management Committee</i>	163	Kegiatan Kebersamaan <i>Gatherings</i>
150	Audit Eksternal <i>External Audit</i>	163	Komunikasi Internal <i>Internal Communication</i>
150	Lembaga Penunjang Pasar Modal <i>Capital Market Supporting Institutions</i>	163	Dana Untuk Kegiatan Politik dan Sosial <i>Funds for Social and Political Activities</i>
151	Sekretaris Perusahaan <i>Corporate Secretary</i>	163	Rencana Pembelian Opsi Saham <i>Share Purchase Option Plans</i>
151	Tugas dan Tanggung Jawab <i>Duties and Responsibilities</i>		TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i>
151	Program dan Implementasi <i>Programs and Implementation</i>	166	Kepedulian Lingkungan <i>Environmental Concern</i>
	SISTEM PENGAWASAN DAN PENGENDALIAN INTERNAL <i>INTERNAL MONITORING AND CONTROL SYSTEMS</i>	167	Menghargai Karyawan <i>Appreciating Our Employees</i>
152	Budaya Perseroan <i>Corporate Culture</i>	168	Perlindungan Konsumen <i>Consumer Protection</i>
152	Etika Korporasi <i>Corporate Ethics</i>	169	Kesehatan dan Keselamatan Karyawan <i>Employee Health and Safety</i>
152	Pedoman Perilaku dan Etika Bisnis <i>Code of Conduct and Business Ethics</i>	169	Program Pengembangan Masyarakat <i>Community Development Program</i>
154	Manajemen Risiko <i>Risk Management</i>	172	Pelayanan Masyarakat yang Dilakukan Langsung oleh Karyawan <i>Employee-Directed Community Service</i>
156	Audit Internal <i>Internal Audit</i>	174	Surat Pernyataan Anggota dewan Komisaris dan Direksi Tentang Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2013 PT Matahari Department Store Tbk <i>Statement of the Board of Commissioners and Board of Directors Regarding Responsibility for the 2013 Annual Report of PT Matahari Department Store Tbk</i>
156	Piagam Audit Internal <i>Internal Audit Charter</i>		LAPORAN KEUANGAN AUDIT <i>AUDITED FINANCIAL STATEMENTS</i>
156	Struktur Audit Internal <i>Internal Audit Structure</i>	179	Laporan Keuangan <i>Financial Statements</i>
158	Tugas dan Tanggung Jawab <i>Duties and Responsibilities</i>		
159	Sistem Kontrol Internal <i>Internal Control Systems</i>		

DATA PERUSAHAAN**CORPORATE DATA**

240	Struktur Organisasi <i>Organization Structure</i>
242	Profil Dewan Komisaris <i>Board of Commissioners' Profile</i>
244	Profil Direksi <i>Board of Directors' Profile</i>
246	Profil Tim Manajemen <i>Board of Managements' Profile</i>
250	Profil Anggota Komite Audit <i>Audit Committee's Profile</i>
251	Profil Kepala Unit Audit Internal <i>Head of Internal Audit Unit's Profile</i>
252	Penghargaan dan Sertifikasi <i>Awards and Certification</i>
258	Peristiwa Penting 2013 <i>2013 Event Highlights</i>
260	Informasi Lainnya <i>Other Information</i>
262	Informasi Atas Saham dan Kepemilikan Saham <i>Shares and Shareholding Information</i>
263	Perbandingan Harga Penutupan 2012 dan 2013 <i>Comparison of Closing Prices 2012 and 2013</i>
263	Kronologis Harga Saham <i>Chronology of Share Price</i>
265	Sejarah Pencatatan Saham <i>History of Share Listing</i>
265	Struktur Pemegang Saham <i>Company Shareholding Structure</i>
265	Struktur Kepemilikan Saham <i>Company Holding Structures</i>
266	Jaringan Gerai <i>Stores Network</i>
274	Referensi Peraturan Bapepam-LK No. X.K.6 <i>Bapepam-LK No. X.K.6 Cross Reference</i>



SEKILAS PERUSAHAAN

Company In Brief

PT Matahari Department Store Tbk (Matahari) adalah perusahaan ritel yang menyediakan pakaian, aksesoris, perlengkapan kecantikan, dan perlengkapan rumah untuk konsumen yang menghargai mode dan nilai tambah. Didukung oleh jaringan pemasok lokal dan internasional terpercaya, gabungan antara mode yang terjangkau, gerai dengan visual menarik, berkualitas dan modern, memberikan pengalaman berbelanja yang dinamis dan menyenangkan, dan menjadikan Matahari sebagai *department store* pilihan utama bagi kelas menengah Indonesia yang tengah tumbuh pesat.

Matahari membuka gerai pertamanya sebagai gerai pakaian anak-anak pada 24 Oktober 1958, di kawasan Pasar Baru, Jakarta. Sejak diluncurkan sebagai pusat perbelanjaan modern yang pertama di Indonesia pada tahun 1972, Matahari telah memperluas jaringannya ke seluruh kepulauan Indonesia. Kini hadir di 61 kota, Matahari didukung lebih dari 40.000 orang karyawan di 125 gerainya dengan total 1.200 pemasok di Indonesia dan 90% dari pembelian produk beli-putus berasal dari pemasok lokal, menjadikannya suatu fenomena nasional. Rangkaian produk yang dijual secara eksklusif di Matahari, dipandang konsumen sebagai merek mode terkemuka sehingga secara konsisten Matahari dikenal sebagai *department store* pilihan utama Indonesia.

Pada tahun 2009, Matahari menjadi entitas terpisah dari PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP), dan diberi nama PT Matahari Department Store Tbk (Matahari). Asia Color Company Limited, anak perusahaan dari CVC Capital Partners Asia Pacific III L.P. dan CVC Capital Partners Asia Pacific III Parallel Fund – A, L.P. (secara bersama disebut sebagai "CVC Asia Fund III"), menjadi pemegang saham utama Matahari pada April 2010.

Penawaran saham Matahari ke publik oleh Asia Color Company Limited dan PT Multipolar Tbk pada 2013, telah menarik perhatian dunia. Ditutup pada 28 Maret di tahun yang sama, penawaran saham tersebut meningkatkan kepemilikan publik terhadap Perseroan dari 1,85% ke 47,35%. Kepemilikan saham yang luas diharapkan akan menguntungkan Matahari dengan (i) meningkatnya likuiditas perdagangan saham di IDX, (ii) memberikan kemungkinan untuk mendapat manfaat pajak penghasilan sesuai dengan peraturan pajak yang berlaku di Indonesia; (iii) memudahkan akses dana ke pasar modal domestik dan internasional; dan (iv) mengangkat profil Perusahaan di Indonesia dan luar negeri. Sejak 31 Desember 2013, Asia Color Company memiliki 32,17% saham Matahari, PT Multipolar Tbk memiliki 20,48%, dan publik, termasuk pemegang saham baru, memiliki 47,35% saham.

Pada 3 Maret 2014, Asia Color Company Limited melakukan penjualan saham Matahari sebesar 6,5%. Sejak 31 Maret 2014, Asia Color Company memiliki 25,66% dari saham Matahari, PT Multipolar Tbk memiliki 20,48% dari saham Matahari, dan masyarakat, termasuk pemilik saham yang baru, sebesar 53,86%.

PT Matahari Department Store Tbk (Matahari) is a retailer of apparel, accessories, beauty products and homeware that targets fashion conscious, value-minded consumers. Backed by a trusted network of local and international suppliers, Matahari's mix of affordable fashion, quality and modern, visually appealing stores delivers an exciting and dynamic shopping experience, making Matahari the department store of choice for Indonesia's burgeoning middle class.

Matahari opened its first outlet, a children's fashion store, on October 24, 1958 in Jakarta's Pasar Baru district. Since launching Indonesia's first modern department store in 1972, the Company has expanded its footprint across the archipelago. Now presents in 61 cities, Matahari is supported by more than 40,000 people in its 125 stores with a total of more than 1,200 suppliers in Indonesia, and over 90% of direct purchase sourced locally, making it a truly national phenomenon. Matahari's exclusive lines, sold only in the Company's stores, are rated among the most affordable fashionable brands by consumers, and Matahari is consistently recognised as Indonesia's preferred department store.

In 2009, Matahari became a separate entity from PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP), and was renamed PT Matahari Department Store Tbk (Matahari). Asia Color Company Limited, a subsidiary of CVC Capital Partners Asia Pacific III L.P. and CVC Capital Partners Asia Pacific III Parallel Fund – A, L.P. (together "CVC Asia Fund III"), became the majority shareholder of Matahari in April 2010.

The public offering of Matahari's shares by Asia Color Company Limited and PT Multipolar Tbk in 2013 attracted global interest. Completed on 28 March of that year, the float increased the public's stake in the Company from 1.85% to 47.35%. The broader shareholder base is expected to benefit Matahari by (i) increasing the liquidity of the trading of its shares on the IDX, (ii) making it potentially eligible for a reduced rate of income tax, in accordance with prevailing taxation regulations in Indonesia; (iii) facilitating access to funds through domestic and international capital markets; and (iv) leveraging the Company's visibility, both in Indonesia and abroad. As at 31 December 2013, Asia Color Company held 32.17% of Matahari's shares, PT Multipolar Tbk held 20.48%, and the public, including new shareholders, had a shareholding of 47.35%.

On March 3, 2014, Asia Color Company Limited sold approximately 6.5% of Matahari's shares. As of March 31, 2014, Asia Color Company held 25.66% of Matahari's shares, PT Multipolar Tbk held 20.48% of Matahari's shares and the public, including new shareholders, had a shareholding of 53.86%.

VISI DAN MISI

Vision and Mission

VISI

Menjadi Peritel Pilihan Utama Indonesia

Matahari tidak hanya ingin menjadi jaringan *department store* yang terbesar dan terpercaya tetapi juga menjadi pilihan utama konsumen Indonesia dalam mendapatkan semua kebutuhan *fashion* mereka. Matahari akan terus berusaha untuk memenuhi setiap ekspektasi pelanggan yang luas, memberikan pengalaman berbelanja yang berkualitas sesuai dengan cita rasa khas masyarakat Indonesia.

MISI

Secara konsisten menyediakan beragam produk *fashion* yang tepat serta layanan terbaik untuk meningkatkan kualitas hidup konsumen.

Pertumbuhan konsumen Matahari tidak hanya berdampak pada meluasnya lokasi gerai Matahari, tetapi juga meningkatnya ragam pilihan busana *fashion*, perlengkapan rumah tangga dan produk kecantikan yang ditawarkan, yang selalu menarik minat pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka dengan tepat. Dengan memelihara hubungan yang erat dengan pelanggan, Matahari ingin senantiasa menyesuaikan diri dengan setiap perubahan gaya hidup pelanggan, mengantisipasi kebutuhan masa depan, dan memastikan gerai Matahari tetap menjadi tempat yang menarik untuk berbelanja dengan *staf* yang cekatan dan berwawasan.

VISION

To be Indonesia's Most Preferred Retailer

Matahari would like to be not only the largest and most trusted department store chain in Indonesia but also to be the first choice of Indonesian customers for all their fashion needs. Matahari will continue to strive to meet the widest range of customer expectations, providing a quality shopping experience matching Indonesians' refined tastes.

MISSION

Consistently delivering fashion-right products and services that enhance the customers' quality of life.

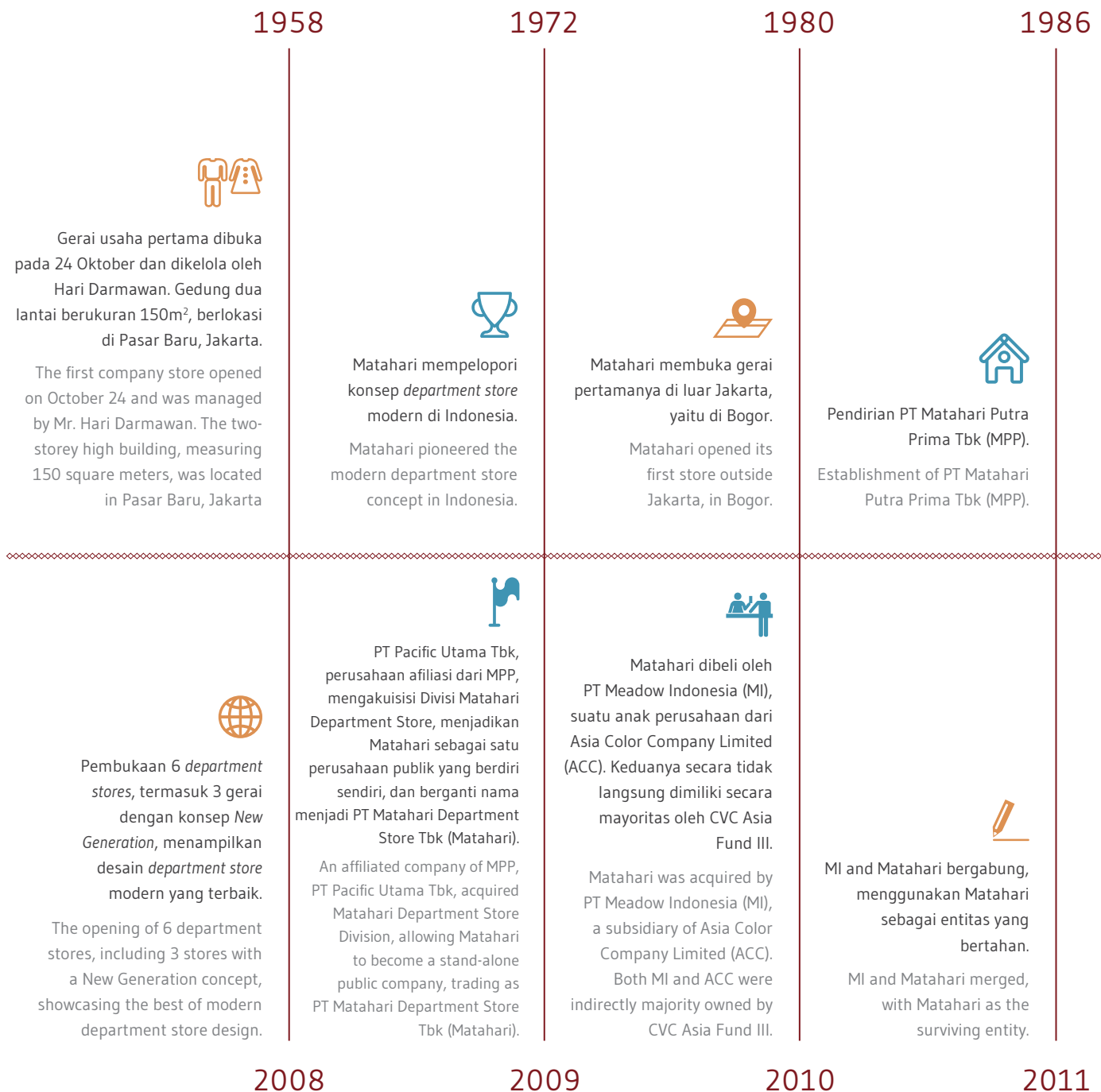
Growing Matahari's customer base involves not only increasing Matahari's locations, but also offering a selection of fashion apparel, home and beauty products which excites customers and meets their needs. In staying closely in touch with its customers, Matahari aims to adapt to changing customer lifestyles, anticipate future needs, and ensure its stores remain an attractive place to shop with helpful and knowledgeable staff.





TONGGAK SEJARAH PERUSAHAAN

Company Milestones



1992



Matahari Putra Prima (MPPA) melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya yang menjadikannya sebagai perusahaan publik.

Matahari Putra Prima (MPPA) conducted an initial public offering at Bursa Efek Jakarta and Bursa Efek Surabaya which changed MPPA to a public company.

1997



Multipolar menjadi pemegang saham utama MPP.

Multipolar became the main shareholder of MPP.

2000



Matahari meluncurkan Matahari Club Card (MCC) yang kini telah berkembang menjadi program loyalitas konsumen terbesar di Indonesia.

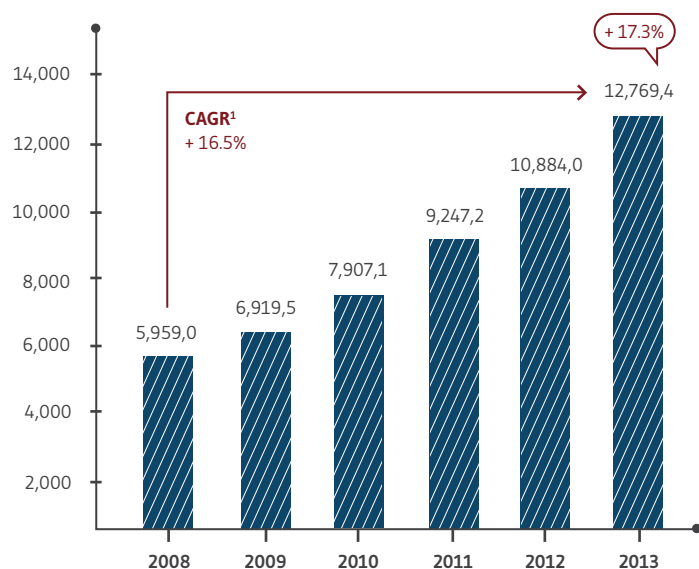
Matahari launched the Matahari Club Card (MCC), which has now grown to be one of Indonesia's largest customer loyalty programs.

2013 

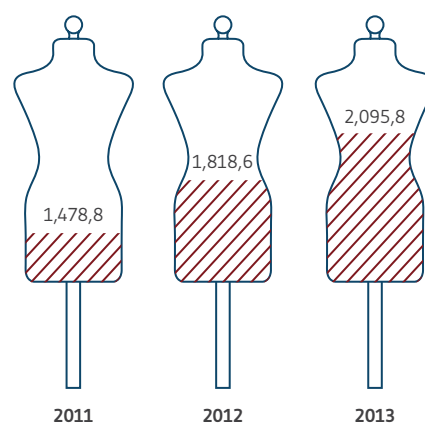
- Matahari terus melakukan ekspansi dengan membuka 9 gerai baru di seluruh wilayah Indonesia. Sampai akhir tahun, Matahari telah memiliki 125 gerai di 61 kota di seluruh Indonesia.
- Matahari kembali mencatat rekor tahunan penjualan dan pendapatan.
- Matahari mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar ritel *department store* modern.
- Selesainya penawaran saham oleh ACC dan PT Multipolar Tbk menghasilkan peningkatan kepemilikan saham publik dari 1,85% menjadi 47,35%.
- Matahari continued to expand in 2013, opening 9 new stores across the country. By the end of the year, Matahari had 125 stores in 61 cities throughout Indonesia.
- Matahari posted another record year of sales and earnings.
- Matahari maintained its position as market leader in the modern retail department store sector.
- Completion of share offering by ACC and PT Multipolar Tbk resulted in an increase in percentage of public shares in Matahari from 1.85% to 47.35%.

IKHTISAR KEUANGAN

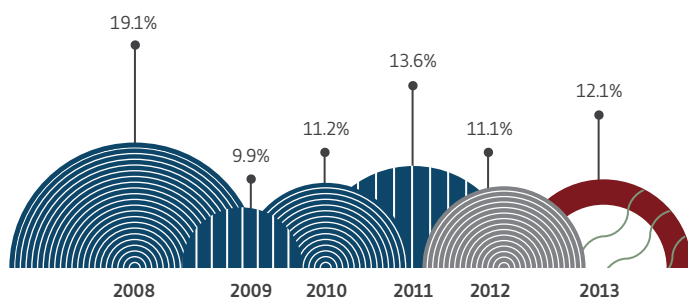
Financial Highlights



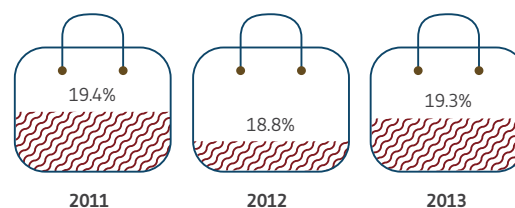
Sales Performance Over Time



Adjusted EBITDA



Consistent Double – Digit Same – Store Sales Growth



Adjusted Opex As of % of Gross Sales

¹ CAGR: Compound Annual Growth Rate

Dalam Miliar Rupiah / In Billions Of Rupiah
Kecuali Dinyatakan Lain / Unless Otherwise Stated

2013

2012

2011

Laporan Laba Rugi Komprehensif
Statements of Comprehensive Income

Penjualan Barang Dagangan / Merchandise Sales	12,735.0	10,866.9	9,261.0
Pendapatan MCC / MCC Subscription Revenue	34.4	17.1	13.7
Voucher Diskon Tunai / Discount Cash Voucher	(23.2)	-	-
Penjualan Kotor* / Gross Sales*	12,746.2	10,884.0	9,247.2
Penjualan Eceran-Gerai / Retail Sales-Store	4,051.1	3,171.9	2,618.1
Penjualan Konsinyasi / Consignment Sales	8,695.1	7,712.1	6,629.1
Beban Penjualan Konsinyasi / Consignment Cost	(6,021.5)	(5,305.3)	(4,550.3)
Penjualan Eceran-Lainnya / Retail Sales-Others	(7.4)	3.0	(22.7)
Pendapatan Jasa / Service Fee	37.1	35.2	26.5
Beban Pokok Pendapatan / Cost Of Revenue	(2,391.3)	(1,910.8)	(1,595.2)
Lab a Kotor / Gross Profit	4,363.1	3,706.1	3,105.5
Beban Usaha / Operating Expenses	(2,581.9)	(2,132.2)	(1,850.3)
Keuntungan (Kerugian) Lainnya - Bersih / Other Gains (Losses) - Net	33.7	10.4	(13.8)
Lab a Operasi / Operating Income	1,814.9	1,584.4	1,241.3
Beban Keuangan - Bersih / Finance Expense (Net)	(291.2)	(425.4)	(505.7)
Lab a Sebelum Pajak Penghasilan / Profit Before Income Tax	1,523.6	1,159.0	735.6
Beban Pajak Penghasilan / Income Tax Expense	(373.5)	(388.1)	(269.9)
Lab a Bersih / Net Income (Loss)	1,150.2	770.9	465.6
Lab a Bersih Per Saham (Rp) nilai penuh / Net Earnings per Share (Rp) full amount	394.3	264.3	159.6

Laporan Posisi Keuangan
Statements of Financial Position

Kas & Setara Kas / Cash & Cash Equivalents	772.2	999.9	919.0
Persediaan / Inventories	723.8	519.6	462.0
Beban Dibayar Di Muka / Prepaid Expenses	118.7	124.8	100.1
Aset Lancar Lainnya** / Other Current Assets**	88.3	100.0	86.2
Jumlah Aset Lancar / Total Current Assets	1,703.1	1,744.2	1,567.3
Aset Tetap (Setelah Dikurangi Penyusutan) / Fixed Assets (Net Accumulated Depreciation)	727.2	694.0	622.9
Sewa Jangka Panjang / Long-Term Lease	289.3	270.1	29.8
Uang Jaminan / Refundable Deposits	108.9	89.3	74.5
Aset Tidak Lancar Lainnya*** / Other Non-Current Assets***	108.5	132.1	127.9
Jumlah Aset Tidak Lancar / Total Non-Current Assets	1,233.8	1,185.5	855.1
Jumlah Aset / Total Assets	2,936.9	2,929.8	2,422.5
Jumlah Liabilitas Lancar / Total Current Liabilities	1,890.2	2,182.9	1,708.3
Jumlah Liabilitas Tidak Lancar / Total Non-Current Liabilities	1,828.1	2,678.4	3,416.6
Jumlah Liabilitas / Total Liabilities	3,718.3	4,861.3	5,124.9
Jumlah Ekuitas / Total Equity	(781.4)	(1,931.5)	(2,702.4)
Jumlah Liabilitas Dan Ekuitas / Total Liabilities and Equity	2,936.9	2,929.8	2,422.5

Rasio Keuangan
Financial Ratios

Tingkat Pengembalian Aset (%) / Return on Assets (%)	39.2%	26.3%	19.2%
Aset Lancar Terhadap Liabilitas Lancar (X) / Current Assets to Current Liabilities (x)	0.9	0.8	0.9
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Ekuitas (X)**** / Total Liabilities to Total Equity (x)****	(4.8)	(2.5)	(1.9)
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Aset (X) / Total Liabilities to Total Assets (x)	1.3	1.7	2.1

* Manajemen untuk tujuan analisa percaya bahwa nilai penjualan kotor yang merupakan kontribusi dari penjualan ritel-gerai dan penjualan konsinyasi sebelum disesuaikan dengan biaya konsinyasi merupakan acuan yang lebih baik untuk penilaian kinerja perusahaan secara keseluruhan / Management for analytical purposes believe that Gross Sales, (retail sales-store and consignment sales before being adjusted by the consignment cost) reflect a better guide to the overall activity of the group.

** Aset Lancar Lainnya sebagian besar terdiri dari piutang usaha, piutang lain-lain, uang muka sewa / Other Current Assets mainly consists of trade receivables, other receivables, and rental advances

*** Aset Tidak Lancar Lainnya sebagian besar terdiri dari kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya, uang muka pembelian aset tetap, aset pajak tangguhan, dan piutang lain-lain / Other Non-Current Assets mainly consists of restricted cash and cash equivalent, advances for purchase of fixed assets, deferred tax assets, and other receivables.

**** Total Ekuitas tidak termasuk selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali / Total Equity excludes difference from restructuring transactions under common control.



JOHN BELLIS

Presiden Komisaris Independen
Independent President Commissioner

LAPORAN DEWAN KOMISARIS

Report from The Board of Commissioners

Pemegang Saham yang Terhormat,

Saya senang dapat melaporkan bahwa sekali lagi, 2013 adalah tahun yang sangat sukses bagi Matahari. Walau dalam iklim ekonomi makro yang menantang, Manajemen terus fokus untuk memberikan pada pasar menengah nilai dan layanan pelanggan yang tak tertandingi, menjadikan Matahari sebagai *department store* pilihan utama di Indonesia, sekaligus memberikan pertumbuhan luar biasa bagi pemegang saham.

Perseroan terus melihat kekuatan pertumbuhan penjualan dan pendapatan, dan mencatat salah satu kenaikan *Same Store Sales Growth* (SSSG) terbaik dalam 6 tahun terakhir, berkat implementasi kuat dari strategi berfokus konsumen yang sangat efektif serta kelanjutan strategi program pertumbuhan gerainya.

Kunci kesuksesan Matahari terdapat pada kemampuan uniknya dalam menangkap peluang pertumbuhan yang muncul dari gabungan sejumlah tren ekonomi-sosial dan demografis. Meningkatnya urbanisasi dan tingkat kemapanan, karena pergeseran penduduk dari berpenghasilan rendah ke segmen menengah, mendorong peralihan dari tradisional ke ritel modern, di luar kota-kota besar di Jawa dan Sumatera. Peningkatan upah minimum di berbagai daerah di Indonesia berdampak positif bagi Matahari karena meningkatnya *disposable income* dari konsumen segmen menengah Indonesia. Apalagi dengan rata-rata usia di bawah 29 tahun, segmen pasar yang memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap mode terjangkau, yang merupakan pangsa pasar inti Matahari.

Fakta yang ditemukan dalam survei nasional¹ yang dilakukan terhadap konsumen menyatakan bahwa 81% responden menyebutkan salah satu merek eksklusif Matahari sebagai merek yang memiliki mode terdepan di Indonesia, merupakan bukti kekuatan proposisi produk Perseroan—pakaian yang modis dan berkualitas dengan harga terjangkau.

Pengalaman dalam gerai tidak kalah penting. Sepanjang tahun Manajemen memfokuskan diri pada layanan pelanggan dengan memperkenalkan beragam inisiatif untuk memastikan setidaknya hal tersebut sepadan dengan tingginya pengakuan

Dear Shareholders,

I am pleased to report that 2013 was another highly successful year for Matahari. Despite a challenging macroeconomic environment, the Management maintained its focus on delivering to the middle market unbeatable value and customer service making Matahari as the Indonesia's preferred department store and delivering outstanding growth for the shareholders.

The Company continued to see strength in sales and earnings growth, posting one of its best same store sales increases in the last 6 years, thanks to strong execution of a highly effective, customer-focused strategy and the continuation of its strategic store growth program.

At the heart of Matahari's success is its unique ability to capture the growth opportunities offered by the convergence of a number of key socio-economic and demographic trends. Increasing urbanisation and growing affluence, as more Indonesians move from the low income to the middle income segment, are driving a shift from a traditional to a modern retail model, beyond the country's major cities in Java and Sumatera. The increase in the minimum wage in many parts of Indonesia had an upside for Matahari as it increased the disposable income of middle market Indonesian consumers. Moreover, with a median age of just 29, a significant segment of Indonesia's population falls into the age groups that typically have a huge appetite for affordable fashion; Matahari's core market.

The fact that 81% of respondents in a recent national consumer survey¹ named one of Matahari's own exclusive brands as the most fashion forward brand in Indonesia is testament to the strength of the Company's winning product proposition – fashionable, quality apparel at affordable price points.

Equally important is the in-store experience. During the year the Management turned the spotlight on customer service, introducing various initiatives to ensure that it is at least commensurate with the Company's outstanding levels of brand

¹ MarkPlus Independent Consumer Survey as of December 2012

LAPORAN DEWAN KOMISARIS

Report from The Board of Commissioners

konsumen terhadap merek Perseroan. Sebagai hasilnya, posisi Matahari melonjak dari posisi kelima menjadi posisi kedua dalam survei layanan pelanggan atas seluruh perusahaan di Indonesia pada 2013², serta meraih beberapa penghargaan layanan pelanggan lainnya.

Pencapaian ini tak hanya menggambarkan keberhasilan Matahari yang secara konsisten meningkatkan pangsa pasar, tetapi juga keseriusan fokus Manajemen untuk terus melakukan peningkatan.

Salah satu kewajiban terpenting Dewan adalah untuk memastikan diterapkannya standar ketat tata kelola Perseroan. Dalam memenuhi peran ini, kami didukung oleh Komite Audit, yang pada 2013 telah memperbaharui piagamnya sesuai dengan perubahan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, sebelumnya Bapepam-LK). Kami juga bekerja secara dekat dengan Komite Nominasi dan Remunerasi untuk memastikan kebijakan remunerasi yang adil dan akan memudahkan Perseroan untuk terus menarik dan mempertahankan orang-orang berkualitas untuk mencapai sasaran pertumbuhannya.

Di 2014, laju pertumbuhan ekonomi diperkirakan akan terus melambat walau tetap di atas 5%. Walau demikian, dengan terus meningkatnya tingkat kemapanan, kepercayaan konsumen diharapkan tetap tinggi, dan Manajemen telah mengidentifikasi banyaknya peluang untuk tumbuh. Salah satunya adalah pengaruh demografi penduduk yang menguntungkan dan naiknya upah minimum di 2014, yang berdampak positif bagi Matahari karena akan mengembangkan pangsa pasar segmen berpenghasilan menengah. Ritel modern akan berada di ambang batas perluasan besar-besaran di seluruh Indonesia. Kesiapan untuk pengalaman belanja yang lebih canggih di kawasan yang belum terjamah terlihat dari kesuksesan pembukaan gerai Matahari di Jayapura. Oleh karena itu Dewan Komisaris percaya bahwa investasi strategis Manajemen untuk memperluas jaringan gerai akan terus mendorong lajunya penjualan.

Penawaran saham oleh Asia Color Company Limited dan PT Multipolar Tbk pada Maret 2013, menandakan langkah signifikan Perseroan. Penawaran saham tersebut diterima dengan baik oleh para investor terkemuka, dan berhasil meningkatkan kepemilikan publik terhadap Matahari dari 1.85% ke 47.35%, meningkatkan likuiditas perdagangan dan memberi manfaat pajak bagi Perseroan. Pada 3 Maret 2014, Asia Color Company Limited kembali menjual sekitar 6,5% kepemilikannya ke publik sehingga kepemilikan saham publik saat ini meningkat menjadi 53,86%. Peningkatan akses ke pasar modal domestik dan internasional akan membawa manfaat saat Perseroan mengimplementasikan strategi pertumbuhannya. Faktor ini menempatkan Matahari pada posisi strategis untuk meraih keuntungan dari peluang yang menarik di sektor ritel ke depannya.

recognition. As a result, Matahari leapt from 5th to 2nd place in a survey of customer service across all companies in Indonesia in 2013,² while earning several other customer service awards.

These metrics illustrate not only why Matahari has been able to consistently capture a growing share of the market, but also the Management's relentless focus on continuous improvement.

One of the Board's most important duties is to ensure that rigorous standards are applied to the governance of the Company. In fulfilling this role we are assisted by the Audit Committee, which in 2013 renewed its charter in compliance with a change in Financial Services Authority (Otoritas Jasa Keuangan (OJK) previously Bapepam-LK) regulations. We also worked closely with the Nomination and Remuneration Committee to ensure that the Company's policy on remuneration is fair and will enable the Company to continue to recruit and retain people of the caliber needed to achieve its growth objectives.

Looking ahead to 2014, a further slowing of economic growth is anticipated although it is expected to remain above 5%. Nevertheless, with the continued rise in affluence, consumer confidence is widely expected to remain upbeat and the Management has identified abundant opportunities for growth. Among these are Indonesia's favorable demography and minimum wage increases that will come into effect in 2014, which has upside for Matahari, as this will expand the target middle income segment. Modern retail stands on the threshold of a massive expansion throughout Indonesia. The readiness for a more sophisticated shopping experience in these largely underserved regions is demonstrated by the success of Matahari's recently opened store in Jayapura. The Board is therefore confident that the Management's strategic investment in growing the store network will continue to drive vigorous sales.

The share offering by Asia Color Company Limited and PT Multipolar Tbk in March 2013 marked a very significant step for the Company. The float, which was well received by leading investors worldwide, increased public ownership of Matahari's shares from 1.85% to 47.35%, boosting the Company's liquidity and yielding considerable tax benefits. Further, on March 3, 2014, Asia Color Company Limited sold another approximately 6.5% of its shareholding to public, which made the public shareholding now increased to 53.86%. The increased access to domestic and international capital markets will be a valuable advantage as the Company executes its planned growth strategy. These factors place Matahari in an excellent position to take advantage of the exciting opportunities in the retail sector going forward.

² 9th National Customer Service Championship 2013

Pada Juni 2013, pemegang saham menerima surat pengunduran diri Artapong Porndhiti sebagai Dewan Komisaris. Atas nama anggota Dewan lainnya, saya mengucapkan terima kasih dan salam sukses untuk di masa mendatang. Terima kasih juga kami tujukan kepada Dewan Komisaris dan Manajemen, serta seluruh karyawan Perseroan, mitra usaha dan pemasok yang telah membantu Matahari tetap di peringkat atas sebagai tujuan belanja terpilih Indonesia. Dewan juga berterima kasih kepada pemerintah daerah dan regulator di seluruh negeri yang telah memungkinkan Matahari untuk turut berperan dalam pertumbuhan ekonomi daerah. Kami juga ingin menggunakan kesempatan ini untuk menyatakan terima kasih kepada pemegang saham atas dukungannya, dan meyakinkan bahwa Matahari akan terus meraih kepercayaan mereka di tahun yang akan datang.

In June 2013 the Shareholders accepted the resignation of Artapong Porndhiti from the Board of Commissioners. On behalf of my fellow Board members, I would like to express my appreciation for his service and best wishes for the future. Our thanks are also due to the Board of Directors and Board of Management, and all the Company's employees, business partners and suppliers for helping to keep Matahari at the top of the list of Indonesia's preferred shopping destinations. The Board is grateful, too, to local governments and regulators around the country for enabling the growth of local economies, in which Matahari is proud to play a part. We would also like to take this opportunity to thank the shareholders for their support and assure them that Matahari will continue to earn their trust in the coming year.



JOHN BELLIS

Presiden Komisaris Independen
Independent President Commissioner



JONATHAN L. PARAPAK

Komisaris Independen
Independent Commissioner



WILLIAM TRAVIS SAUCER

Komisaris
Commissioner



ROY KUAN

Komisaris
Commissioner



RENE MANG WING MING

Komisaris
Commissioner



HENRY JANI LIANDO

Komisaris
Commissioner

Atas nama Dewan Komisaris
On Behalf of the Board of Commissioners

JOHN BELLIS

Presiden Komisaris Independen
Independent President Commissioner

A professional portrait of Bunjamin J. Mailool, a middle-aged man with dark hair, wearing a dark suit, white shirt, and yellow tie. He is standing in front of a blurred background of wooden pillars and greenery. The text is overlaid on the left side of the image.

BUNJAMIN J. MAILOOL

Presiden Direktur
President Director

LAPORAN DIREKSI

Report from The Board of Directors

Pemegang Saham yang Terhormat,

Matahari kembali mencatat rekor penjualan dan laba di 2013, melampaui target untuk tahun tersebut. Total penjualan naik sebesar 17,2% ke Rp 12.735 miliar, sedangkan SSSG melampaui kinerja tahun lalu hingga mencapai 12,1%. Seperti di tahun sebelumnya, secara konsisten Matahari melebihi industri dengan memberikan nilai lebih yang luar biasa bagi konsumennya dan terus tumbuh dengan pangsa pasarnya, mempertahankan posisinya sebagai pemimpin sektor *department store* di Indonesia.

Meski laju ekonomi melamban di bawah tekanan rupiah yang melemah dan suku bunga, harga bahan bakar minyak dan keperluan pokok yang meningkat, model bisnis Matahari telah melindungi kami dari dampak terburuk, bahkan memungkinkan kami untuk melihat peluang besar. Misalnya, kenaikan upah minimum yang diterapkan di awal 2013, awalnya memberi tekanan pada pengeluaran operasional kami, tetapi kenaikan *disposable income* membantu meningkatkan pertumbuhan volume kami. Penarikan subsidi bahan bakar minyak oleh Pemerintah di Juni 2013, hampir tak terasa efeknya pada permintaan konsumen di gerai kami, dan pada biaya pemasok kami, walaupun hal ini berdampak pada pengeluaran transportasi kami.

Model bisnis Matahari yang sangat efektif, sejauh ini, telah melindungi kami dari kondisi makroekonomi yang berat dan menguntungkan posisi kami terhadap kompetitor di sektor *department store*. Pertama, risiko kami terhadap depresiasi rupiah sangat terbatas. Sekitar 70% dari total barang kami berupa konsinyasi, sisanya dibeli secara langsung. Ini pun kebanyakan kami pasok dari dalam negeri. Kedua, dampak dari meningkatnya suku bunga pada bisnis telah diimbangi dengan strategi percepatan pembayaran pinjaman yang telah kami mulai di awal 2013, dan terus berlangsung di 2014 dan selanjutnya.

Dear Shareholders,

Matahari delivered another record sales and earnings performance in 2013, surpassing all the targets set for the year. Total sales were up 17.2% to Rp12,735 billion, while same store sales growth exceeded last year's performance to reach 12.1%. As in previous years, Matahari consistently outperformed the industry by offering outstanding value for money for its customers and has continued to grow its share of the market, maintaining its position at the head of the department store sector in Indonesia.

While the economy has slowed slightly under the onslaught of a weakening rupiah and rising interest rates, fuel and utility prices, Matahari's business model has protected us from the worst of the impact, and we have even seen substantial upsides. For example, the minimum wage hikes that began to come into effect at the beginning of 2013 initially put some pressure on our operating expenses, however the increase in disposable income has helped grow our top line volume. The Government's withdrawal of fuel subsidies in June 2013 has likewise had a negligible effect on both consumer demand in our stores and on our supplier costs, although it has impacted our transportation expenses.

Matahari's highly effective business model has, to a great extent, protected us against the tough macroeconomic conditions and positioned us favourably against our competitors in the department store sector. Firstly, we have limited exposure to the effects of the rupiah depreciation. Some 70% of our total merchandise is on consignment, with the balance directly purchased. Of this, the vast majority is sourced locally in Indonesia. Secondly, the impact of rising interest rates on the business has been offset by our accelerated debt prepayment strategy, which was initiated at the beginning of 2013 and will continue through 2014 and beyond.

LAPORAN DIREKSI

Report from The Board of Directors

Kinerja 2013

Di 2013, kami melanjutkan program ekspansi gerai, dan membuka 9 gerai Matahari baru, 5 diantaranya berada di luar Jawa. Semuanya berkinerja baik dibandingkan dengan rata-rata tren untuk gerai baru. Jaringan gerai Matahari kini terdiri dari 125 gerai di 61 kota di seluruh kepulauan nusantara. Jangkauan geografis ini tak tertandingi oleh jaringan *department store* lainnya di Indonesia.

Matahari terus melihat perbaikan dalam SSSG sepanjang tahun ini. Selain meningkatkan produktivitas gerai melalui kontrol biaya operasional yang ketat, salah satu kunci keuntungan operasional adalah kemampuan kami untuk menyesuaikan campuran barang terhadap pilihan konsumen. Secara seksama kami ikuti tren tentang cara konsumen kami berbelanja dan menyesuaikan campuran barang berdasarkan merek dan ruangan seperlunya, berdasarkan masing-masing gerai. Sebagai hasil, kami dapat memastikan bahwa apa yang konsumen inginkan di lokasi manapun akan ditampilkan secara jelas dan menarik di gerai terdekat mereka.

Dampak visual sangat penting. Selain mengganti pajangan dan alokasi ruang untuk menunjukkan produk baru atau promosi secara rutin, kami meremajakan setiap gerai untuk menjaga kesegaran dan relevansinya setiap dua tahun. Gerai yang baru mengalami renovasi, biasanya mengalami kenaikan produktivitas secara signifikan selama dua tahun pertama setelah renovasi. Kami melakukan desain ulang 16 gerai di 2013, untuk memberikan energi baru pada pengalaman berbelanja sekaligus memperkuat merek Matahari.

Salah satu kualitas yang membuat Matahari berbeda dari kompetitornya adalah kekuatan dari merek *in-house* eksklusif kami. Mendapat nilai tinggi pada nilai tambah, mode dan pengakuan, merek-merek kami menerima penghargaan dan memiliki segmen konsumen yang jelas. Nevada, merek *iconic* kami yang eksklusif, mendapat pengakuan dari 51% responden dalam studi konsumen baru-baru ini, sebagai merek dengan mode terdepan di Indonesia, mengalahkan label utama lainnya. Empat merek kami lainnya juga masuk ke sepuluh besar.

Elemen penting lainnya dalam model bisnis kami adalah basis pemasok kami yang masih sangat konsisten sejak Matahari memasuki bisnis ini di 1972. Upaya kami untuk membina hubungan ini dihargai melalui tanggapan dan perhatian luar biasa terhadap kualitas oleh mitra pemasok kami.

2013 Performance

In 2013 we continued our ambitious store expansion program, opening 9 new Matahari stores, of which 5 were outside Java. All are performing well against our average trends for new stores. Matahari's store network now comprises 125 stores in 61 cities across the archipelago. This is a geographical reach that no other department store chain in Indonesia can match.

Matahari continued to see an improvement in same store sales growth (SSSG) during the year. In addition to leveraging store productivity through rigorous control of our operating costs, one of our key operating advantages is our ability to tailor the merchandise mix to customer preferences. We closely follow the trends of how our customers shop and adjust our assortments by brand and floor space accordingly, on a store-by-store basis. As a result we can make sure that what our customers want in any given location is displayed prominently and enticingly in their local Matahari store.

This visual impact is important. As well as regularly changing displays and space allocations to showcase new products or promotions, we completely refurbish each store every few years to keep it fresh and relevant. A newly remodelled store typically experiences a significant uptick in productivity over the first two years following the refurbishment. We remodelled 16 stores in 2013, re-energising the shopping experience and strengthening the Matahari brand.

One of the qualities that differentiates Matahari from the competition is the strength of our exclusive in-house brands. Scoring high on value, fashion and recognition, each of our award-winning brands targets a well-defined customer segment. Nevada, our iconic exclusive brand, was named by 51% of respondents in a recent consumer study as the most fashion forward brand in Indonesia, outperforming major labels. Four of our other brands were in the top ten.

Another important element of our business model is our supplier base, which has remained remarkably consistent since Matahari first went into business in 1972. The effort we have put into nurturing these relationships is rewarded by the exceptional responsiveness and attention to quality on the part of our supplier partners.

Tata Kelola Perusahaan

Memperkuat tata kelola perusahaan tetap menjadi agenda terpenting tahun ini. Kami memperkuat sistem kontrol internal kami melalui perbaikan koordinasi antara tim *Internal Audit* dan *Risk Management* kami. Hal ini membuat pendekatan yang lebih efisien untuk memastikan bahwa kontrol internal diterapkan di setiap gerai dan di sepanjang operasional kami, dan mendukung pencapaian obyektif kami secara efektif.

Dengan dilepasnya saham Matahari pada Maret 2013 dan awal Maret 2014 kepemilikan publik di Matahari meningkat dari hanya di bawah 2% menjadi 53,86%. Hal ini membuat transparansi dan pengungkapan tepat waktu menjadi lebih penting lagi. Selama tahun ini kami merevitalisasi *website* dan melakukan *quarterly earnings calls* dengan para pemegang saham untuk memastikan bahwa mereka memiliki akses penuh terhadap informasi yang relevan dan terbaru mengenai kondisi Perseroan.

Misi Matahari adalah untuk meningkatkan kualitas hidup konsumen. Melalui program CSR, kami laksanakan misi ini tidak hanya di gerai kami, dengan tujuan untuk mengubah kehidupan masyarakat melalui pelayanan yang lebih baik. Selama tahun ini kami terus memberikan kontribusi terhadap perkembangan sosial dan kesehatan di kalangan masyarakat di mana kami beroperasi, melalui kemitraan dengan klinik, panti asuhan, sekolah umum dan banyak lagi.

Tinjauan

Harapan untuk 2014 tetap optimis walaupun berhati-hati mengingat kemungkinan tekanan makroekonomi. Tekanan inflasi akibat kenaikan harga bahan bakar dan biaya utilitas bersamaan dengan tingkat suku bunga yang tinggi dapat mempengaruhi permintaan konsumen di 2014.

Sebaliknya, sektor ritel di negeri ini sedang mengalami transformasi besar. Pangsa *department store* mewakili sekitar 25% dari total pasar pakaian dan sepatu di Indonesia pada 2011, dan diharapkan akan menjadi dua kali lipat di 2016.³ Kami yakin posisi kami di pasar saat ini memberikan peluang untuk meraih porsi yang lebih besar lagi dari bisnis tersebut. Strategi kami akan tetap fokus pada peningkatan produktivitas penjualan dengan menyediakan barang yang tepat di gerai yang tepat, menggunakan pengetahuan kami tentang konsumen untuk memastikan bahwa campuran produk di setiap gerai cocok dengan profil konsumen di daerah tersebut. Pada saat yang bersamaan, kami menargetkan beberapa klasifikasi barang inti untuk pertumbuhan, terutama *centre core areas* kami, termasuk sepatu, tas tangan, kosmetik dan pakaian wanita.

Good Corporate Governance

Strengthening corporate governance remained high on the agenda during the year. We strengthened our internal control system by improving the coordination of our Internal Audit and Risk Management teams. This has made for a more efficient approach to ensure that internal controls in place in each store and throughout our operation are effectively supporting the achievement of our objectives.

With the free float of Matahari's shares in March 2013 and early March 2014 having increased the public's stake in the company from just under 2% to 53.86%, transparency and timely disclosure have assumed an even greater importance. During the year we revitalised our website and instigated quarterly earnings calls with the shareholder community to ensure that they have full access to relevant and up-to-date information about the Company's condition.

Matahari's mission is to enhance customers' quality of life. Through our CSR program, we carry this mission beyond our stores, aiming to change people's lives through good stewardship. During the year we continued to contribute to social and health development in the communities in which we operate through our partnership with clinics, orphanages, public schools and more.

Outlook

Expectations for 2014 remain cautiously optimistic, given the prevailing macroeconomic headwinds. Inflationary pressures resulting from further increases in fuel prices and utility costs along with a high interest rate environment may affect consumer demand in 2014.

On the upside, the retail sector in this country is undergoing a profound transformation. The department store market represented some 25% of Indonesia's total apparel and footwear market in 2011 and is expected to double in size by 2016.³ We believe that our current market position presents us with an opportunity to capture an ever increasing portion of that business. Our strategy will remain tightly focused on increasing sales productivity by getting the right merchandise to the right stores, using our customer insights to make sure that the product assortment in each individual store matches, as closely as possible, the customer profile in that location. At the same time, we will target certain key merchandise classifications for growth, particularly our center core areas, which include footwear, handbags, cosmetics and women's apparel.

³ Euromonitor, 2012

LAPORAN DIREKSI

Report from The Board of Directors

Platform merek kami, tak tertandingi di Indonesia, akan terus diperkuat dengan memastikan bahwa tren terbaru tiba di gerai kami dengan keterlambatan yang minimal.

Di 2014, kami akan terus mengimplementasikan strategi ekspansi gerai yang agresif, fokus pada pasar tak terjamah terutama membidik mall daerah di mana kami belum memiliki jejak yang signifikan. Segmen pasar yang dibidik, merek yang diakui dan dominasi yang lama di sektor ritel menjadikan Matahari sebagai penyewa andalan terpilih bagi mall baru, terutama di kota-kota menengah di Indonesia.

Perseroan akan menjaga tekanan pada biaya operasional dengan mencari efisiensi di seluruh gerai kami dan pos-pos biayanya. Selain memberikan target perbaikan pada efisiensi tenaga kerja, kami menjajaki inisiatif penggunaan LED di dalam gerai untuk menurunkan biaya listrik sekaligus meningkatkan suasana gerai.

Matahari telah menunjukkan konsistensi yang amat sangat dalam mencetak hasil yang kuat bahkan di kondisi paling menantang. Kini, dengan peluang yang lebih besar di depan, kami punya segala alasan untuk tetap optimis di masa depan.

Apresiasi

Rekan-rekan Direksi dan saya ingin mengambil kesempatan ini untuk mengucapkan terima kasih kepada Dewan Komisaris atas dorongan dan kepercayaan mereka, dan kepada Tim Manajemen yang telah melaksanakan strategi kami dengan dedikasi dan keahlian mereka. Terima kasih kami juga untuk seluruh tim: karyawan, pemasok dan mitra bisnis lainnya, yang telah berkomitmen ke visi Matahari dengan hasil yang luar biasa. Akhir kata, kami sangat menghargai loyalitas dan dukungan konsumen kami, yang memilih untuk menjadikan Matahari sebagai *department store* pilihan utama Indonesia.

Our own brand platform, already unrivalled in Indonesia, will be continually strengthened to ensure that the latest trends are arriving in stores with minimal delay.

In 2014 we will continue to execute an aggressive store expansion strategy, focusing on underserved markets and targeting in particular regional malls in areas where we do not yet have a significant footprint. The Company's target market segment, recognized brand and long-time dominance in the retail sector make Matahari the anchor tenant of choice for new shopping malls, particularly in Indonesia's second-tier cities.

The Company will maintain the pressure on operating costs by seeking efficiencies across all our stores and expense headings. As well as targeting improvements in labour efficiency, we are already looking at introducing additional LED initiatives in stores to reduce lighting costs while enhancing ambiance.

Matahari has demonstrated exceptional consistency in posting strong results even in the most challenging of environments. Now, with even greater opportunities ahead, we have every reason to remain upbeat about the future.

Appreciation

My fellow Directors and I would like to take this opportunity to thank the Board of Commissioners for their encouragement and trust, and the Board of Management for executing our strategies with such dedication and flair. Our thanks go also to the entire team: our employees, suppliers and other business partners, for committing to Matahari's vision with such spectacular results. Not least, we are deeply appreciative of the ongoing loyalty and support of our customers, who have chosen to make Matahari Indonesia's preferred department store.

**BUNJAMIN J. MAILOOL**

Presiden Direktur
President Director

**MICHAEL REMSEN**

Wakil Presiden Direktur
Vice President Director

**SIGIT PRASETYA**

Direktur
Director

**WAI HOONG FOCK**

Direktur
Director

**JOO SUK KIM**

Direktur
Director

**ANDRE RUMANTIR**

Direktur
Director

Atas nama Direksi
On Behalf of the Board of Directors

A stylized, handwritten signature in black ink.

BUNJAMIN J. MAILOOL

Presiden Direktur
President Director



MICHAEL REMSEN

Chief Executive Officer

LAPORAN TIM MANAJEMEN

Report from The Board of Management

Pemegang Saham yang Terhormat,

Tinjauan Ekonomi

Matahari berkinerja sangat baik selama 2013, mencetak angka penjualan dan laba yang terus memimpin industri.

Perekonomian Indonesia sedikit melamban sepanjang tahun ini, dipengaruhi penurunan nilai tukar rupiah, kenaikan suku bunga, melemahnya harga komoditas dan inflasi lebih tinggi yang dipicu oleh kenaikan harga energi dan bahan makanan. Namun sentimen konsumen tetap bertahan, terbawa dengan kemapanan yang meningkat, khususnya di kalangan kelas menengah. Tingkat kepercayaan konsumen Indonesia tetap tertinggi di dunia.

Meski pemilihan umum mendatang menimbulkan beberapa ketidakpastian, pandangan umum untuk sektor ritel di 2014 dan selanjutnya sangat positif. Ekonomi Indonesia diperkirakan akan tumbuh lebih dari 5% setiap tahun, cukup baik dibandingkan dengan negara lain. Perekonomian kita sebagian besar didorong oleh konsumsi domestik, dengan ketergantungan yang relatif rendah terhadap ekspor. Indonesia memiliki populasi keempat terbesar di dunia, dan segmen menengah saja—sasaran pasar Matahari—mencapai 125 juta penduduk di 2012. Dengan peningkatan pendapatan yang stabil, sebagian besar dari 107 juta penduduk yang saat ini berada di segmen berpenghasilan rendah, akan bergeser ke segmen menengah dalam beberapa tahun ke depan. Seiring dengan populasi yang relatif muda dan urbanisasi yang pesat, Indonesia menawarkan landasan yang kuat untuk tumbuh berkat konsumennya, terutama di pasar-pasar yang belum terjamah, di luar kota besar.

Implementasi Strategis

Total penjualan tumbuh sebesar 17,2% menjadi Rp 12.735 miliar di 2013, didorong oleh peningkatan produktifitas di gerai-gerai yang ada dan melalui penambahan gerai baru di lokasi strategis di seluruh negeri. Melebihi harapan manajemen, pertumbuhan SSSG naik dari 11,1% di 2012 menjadi 12,1% di 2013.

Matahari membuka 9 gerai baru sepanjang tahun, sehingga totalnya menjadi 125 gerai hingga akhir tahun, dengan total

Dear Shareholders,

Economic Overview

Matahari performed strongly throughout 2013, posting record sales and earnings figures as it continued to outperform the industry.

Indonesia's economy slowed slightly during the year, influenced by a decline in the value of the rupiah, rising interest rates, weakened commodity prices and higher inflation fuelled by rising energy and food prices. Consumer sentiment remained resilient, however, buoyed by rising affluence, particularly among the emerging middle class. Indonesian consumer confidence remains the highest in the world.

While the forthcoming general elections pose some uncertainties, the general outlook for the retail sector in 2014 and beyond is very positive. Indonesia's economy is expected to grow at more than 5% every year, comparing well to many other countries. The economy is largely driven by domestic consumption, with relatively low dependence on exports. Indonesia is home to the world's fourth largest population, and the middle income segment alone—Matahari's target market—numbered 125 million people in 2012. With the steady rise in incomes, a substantial portion of the 107 million people currently in the lower income segment are set to migrate to the middle income segment within the next few years. Aligning these phenomena with a relatively young population and rapid urbanisation, Indonesia offers a strong platform for consumer-led growth, particularly in the relatively unpenetrated markets outside the major cities.

Strategic Implementation

Total sales grew 17.2% to Rp 12,735 billion in 2013, driven by improved productivity in our existing stores and the addition of new stores in strategic locations across the country. Exceeding management's expectations, same store sales growth (SSSG) rose from 11.1% in 2012 to 12.1% in 2013.

Matahari opened 9 new stores during the year, bringing the total to 125 stores by year end with a total gross space area of some

LAPORAN TIM MANAJEMEN

Report from The Board of Management

luas ruang sebesar kurang lebih 807.000 m², dari 750.000 m² di akhir 2012. Dengan adanya lima gerai baru di luar Jawa, Matahari kini hadir di 61 kota di seluruh negeri.

Jaringan gerai yang lebih luas menempatkan Perseroan di posisi yang kuat untuk menangkap pertumbuhan pesat di segmen konsumen menengah di Indonesia. Di 2012, pangsa pasar Matahari tumbuh ke 32,8%⁴ dan kami percaya bahwa terus meningkat di 2013, memperkuat posisi Matahari sebagai pemimpin pasar.

Kami terus melaksanakan program untuk meningkatkan produk yang ditawarkan dan memperkuat posisi kami, termasuk meningkatkan desain dan memperkuat kontrol kualitas melalui kontraktor pihak ketiga. Hal ini tercermin pada kinerja merek eksklusif kami yang kuat, yang tetap menjadi merek pilihan di kalangan segmen pelanggan yang berbeda. Lima merek terpopuler kami – Nevada, Cole, Super T, Little M dan St Yves – menghasilkan sekitar 54% dari penjualan langsung kami. Merek ini memberikan nilai lebih sehingga terus memenangkan hati konsumen dan meraih penghargaan industri: pada 2013, Nevada menerima tiga penghargaan, menjadikan Matahari sebagai 2013 Top Brand Award dalam kategori *department store*. Dijual secara eksklusif di gerai Matahari, portofolio merek yang kuat ini membedakan Matahari dari kompetitor dan memberikan fleksibilitas untuk menyesuaikan campuran barang sesuai pilihan konsumen setempat.

Survei konsumen yang kami terima secara rutin melalui sistem informasi *in-store*, survei dan masukan dari konsumen, membantu untuk membentuk program pemasaran yang dinamis. Untuk membangun *awareness* tentang penawaran Matahari, kami sediakan promosi menarik setiap hari melalui beberapa media. Program yang lebih intensif dan spesifik dirancang untuk daerah di mana terjadi persaingan ketat dengan kompetitor. Merek-merek Matahari yang modis diperkuat melalui partisipasi dalam berbagai acara mode yang ditargetkan untuk anak-anak, remaja dan perempuan.

Program loyalitas Matahari, Matahari Club Card (MCC) yang diluncurkan dua tahun lalu, tergolong sangat sukses. Dengan lebih dari 2,6 juta anggota yang aktif, program ini merupakan program loyalitas kartu *department store* terbesar di Indonesia, dan tak hanya berhasil meningkatkan pengeluaran per keranjang bagi konsumen, tetapi juga memberikan pengetahuan yang signifikan tentang perilaku pelanggan.

Matahari terus mencetak hasil yang memimpin industri. Dengan fokus pada konsumen yang tak tergoyahkan, cakupan ritel yang luas di Indonesia, dan model bisnis berisiko rendah dan beraset ringan; Perseroan berada di posisi yang luar biasa untuk meraih pertumbuhan signifikan ke depannya.

807k sqm, from 750k sqm at the end of 2012. Five of the new stores were outside Java, giving Matahari a presence in 61 cities all over the country.

Our expanding store footprint puts the Company in a strong position to capture the rapid growth in Indonesia's middle income segment and benefit from the rising disposable income of our target customers. In 2012, Matahari's market share grew to 32.8%,⁴ and we believe that the Company made further gains in 2013, reinforcing Matahari's leading position in the market.

We continued to roll out programs to enhance our merchandise offerings and strengthen our positioning, including enhancing designs and strengthening quality control through third party contractors. This is reflected in the strong performance of our exclusive programs, which remain as the brand-of-choice in a number of different customer segments. Our top 5 owned brands—Nevada, Cole, Super T, Little M and St Yves—generate some 54% of our direct purchase sales. Delivering exceptional value for money, these brands continue to win over customers and earn industry accolades: in 2013, Nevada received three awards, earning Matahari the 2013 Top Brand Award in the department store category. Sold exclusively in Matahari stores, this strong brand portfolio differentiates Matahari from the competition and gives us the flexibility to tailor the merchandise mix according to customer preferences in each locale.

The customer intelligence we generate routinely through our in-store information systems, customer surveys and feedback inform a dynamic marketing program. To drive awareness of Matahari's offerings, we offer compelling promotions on a daily basis, using a mix of media exposure. More intensive and specific programs are designed for areas where we have active competition. Matahari's fashion-conscious branding is reinforced by participation in a range of fashion shows and events targeting children, youth and women.

Since its relaunch two years ago, Matahari's loyalty program, Matahari Club Card (MCC), has been a phenomenal success. With over 2.6 million active members, this is by far the largest department store loyalty card program in Indonesia and not only generates higher basket sizes, but also contributes significantly to our insights into customer behaviour.

Matahari continues to deliver industry-leading results. With an unwavering focus on our customers, an extensive retail footprint in Indonesia and a low-risk, asset-light business model, the Company is in an exceptional position to capture the significant growth opportunities going forward.

⁴ Euromonitor

**MICHAEL REMSEN**

Chief Executive Officer

**CHRISTIAN KURNIA**Director - Merchandising
& Marketing**MARTINUS LAIHAD**Director - Procurement,
Systems & Procedures**SUNNY SETIAWAN**

Director - Store Operations

**RICHARD GIBSON**

Chief Financial Officer

**MIRANTI HADISUSILO**Director - Legal &
Corporate Secretary**KEITH JONES**

DC & Logistic Operations

**ANDRE RUMANTIR**

Director - Human Resources

**IRWIN ABUTHAN**Director - Store Planning
& Development**BOB E. BAUBLITS**Consignment
Merchandise Operations

Atas nama Tim Manajemen
On Behalf of the Board of Management

MICHAEL REMSEN

Chief Executive Officer

TI N JAUAN BI S NIS

Business Overview



TINJAUAN INDUSTRI

Industry Overview

TINJAUAN INDUSTRI RITEL DI INDONESIA

Ekonomi Indonesia telah melalui perkembangan pesat beberapa tahun terakhir ini, mencatat laju pertumbuhan sebesar 5,8% di 2013. Lebih dari itu, sebagai populasi keempat terbesar di dunia yang masih terus tumbuh, Indonesia diharapkan untuk dapat menjadi negara ketiga tercepat dalam perkembangan ekonominya, dari sisi pertumbuhan Gross Domestic Product (GDP), antara 2011 dan 2016 (Euromonitor). Pertumbuhan yang konsisten telah memicu peningkatan kemampuan di segmen menengah. Menurut data dari Biro Pusat Statistik di 2010, 124,5 juta konsumen, atau 52,4% dari total populasi Indonesia, memiliki pengeluaran bulanan dari Rp 0,7 juta hingga Rp 4,5 juta per kapita. Segmen konsumen ini telah diidentifikasi oleh Manajemen sebagai penduduk kelas menengah.

Indonesia memiliki total penjualan ritel per kapita yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia Tenggara. Estimasi dari Euromonitor menempatkan penjualan ritel pada 2011 di Indonesia sedikit di bawah USD 538 per kapita, lebih rendah daripada Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam dan Filipina. Penetrasi ruang ritel di Indonesia relatif rendah, hanya dengan sekitar 0,3 meter persegi per kapita di 2011 dibandingkan dengan rata-rata 0,5 meter persegi per kapita di negara Asia Tenggara lainnya.

OVERVIEW OF THE RETAIL INDUSTRY IN INDONESIA

Indonesia's economy has undergone strong expansion in recent years, with the country posting a growth rate of 5.8% in 2013. Moreover, with a population that is the fourth largest in the world and still growing, Indonesia is expected to be the third fastest growing economy, in terms of GDP growth, between 2011 and 2016 (Euromonitor). Consistent growth has fuelled increasing affluence among the country's fast-growing middle-income segment. According to data from the Central Bureau of Statistics, in 2010 some 124.5 million consumers, or 52.4% of Indonesia's total population, had a monthly expenditure of between Rp0.7 million and Rp4.5 million per capita. This consumer segment has been identified by the Management as Indonesia's middle-income population.

Indonesia is characterised by relatively low penetration in terms of total retail sales per capita compared to other countries in Southeast Asia. Euromonitor estimates put retail sales in 2011 in Indonesia at just USD 538 per capita, lower than in Singapore, Malaysia, Thailand, Vietnam and the Philippines. Indonesia is also relatively underpenetrated in terms of retail space, with only 0.3 square meters per capita in 2011 compared to an average of 0.5 square meters per capita in other Southeast Asian countries.





Nilai dari *store-based retailing* di Indonesia tumbuh dari Rp 1.055 triliun di 2006 hingga ke Rp 1.171 triliun di 2011, tumbuh 2,1% *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) (nominal CAGR 8,5%) (Euromonitor). Euromonitor memproyeksikan bahwa *store-based retailing* akan meningkat dari Rp 1,171 triliun di 2011 ke Rp 1,484 triliun di 2016, tumbuh 4,9% CAGR (nominal CAGR 10,0%), dengan proporsi *store-based sales* yang sama terhadap total penjualan ritel (98,5% di 2011). Sektor ini sangat terfragmentasi, dengan penjualan 10 peritel teratas di Indonesia memberikan kontribusi kurang dari 10% terhadap total *store-based retail sales*. Menurut Euromonitor, Matahari adalah satu-satunya *non-grocery retail* di antara 5 *store-based retailers* teratas di negeri ini berdasarkan nilai penjualan ritel di 2011.

TINJAUAN SEGMENT PASAR *DEPARTMENT STORE* INDONESIA

Segmen *mixed retail* di Indonesia didominasi oleh *department store* yang menyumbangkan 98,7% dari total penjualan *mixed retail* di 2011, menurut Euromonitor. Segmen ini diprediksi akan menjadi salah satu format ritel dengan pertumbuhan terpesat di segmen *non-grocery*, dengan CAGR 7,6% (nominal CAGR 12,8%) antara 2011 dan 2016 (Euromonitor). Ini didorong oleh pertumbuhan ekonomi yang konsisten, demografis yang menguntungkan, berlanjutnya urbanisasi dan perubahan perilaku konsumsi dengan meningkatnya *disposable income*. Penetrasi *department store* di Indonesia yang relatif rendah juga

The value of *store-based retailing* in Indonesia grew from Rp1,055 trillion in 2006 to Rp1,171 trillion in 2011, representing a real *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) of 2.1% (nominal CAGR of 8.5%) (Euromonitor). Euromonitor forecasts that *store-based retailing* will increase from Rp1,171 trillion in 2011 to Rp1,484 trillion in 2016, representing a real CAGR of 4.9% (nominal CAGR of 10.0%), while maintaining approximately the same proportion of *store-based sales* to total retail sales (98.5% in 2011). This sector is highly fragmented, with sales of the top 10 retailers in Indonesia comprising less than 10% of *store-based retail sales*. According to Euromonitor, Matahari is the only *non-grocery retailer* among the top five *store-based retailers* in the country based on retail value sales in 2011.

OVERVIEW OF THE INDONESIAN *DEPARTMENT STORE* SEGMENT

The *mixed retail* segment in Indonesia is dominated by *department stores*, which accounted for 98.7% of total *mixed retailer sales* in 2011, according to Euromonitor. The *mixed retailing* segment is forecast to be one of the fastest growing retailing formats in the *non-grocery* segment, with a CAGR of 7.6% (nominal CAGR of 12.8%) between 2011 and 2016 (Euromonitor). This will be driven by Indonesia's consistent economic growth, favourable demographics, ongoing urbanisation and changes in consumption behaviour as *disposable incomes* rise. The relative underpenetration of the

TINJAUAN INDUSTRI

Industry Overview

akan menjadi faktor; hanya 2,7 *department store* per juta orang di 2011, dibandingkan dengan rata-rata 4,8 *department store* per juta orang di Thailand, Philippines, Singapore, Malaysia dan China, menurut Euromonitor.

Dengan pangsa pasar *apparel* di Indonesia adalah yang terbesar di Asia Tenggara, sekitar USD 11,7 miliar di 2011 (Euromonitor). Dengan beberapa faktor makroekonomi yang positif, terutama meningkatnya *discretionary wealth* dan meningkatnya belanja/konsumsi untuk pakaian dan sepatu, Euromonitor memperkirakan pertumbuhan pasar sebesar 2,4% CAGR (nominal CAGR 6,9%) antara 2011 dan 2016, didorong oleh meningkatnya *disposable income* dan permintaan untuk *apparel* dan sepatu. Diprediksi bahwa *department store* akan menyumbangkan persentase yang lebih besar terhadap total penjualan pakaian, tumbuh dari 30,3% di 2011 hingga ke 38,7% di 2016.

Pangsa pasar Matahari di segmen *department store* di Indonesia tumbuh menjadi ke 32,8% di 2012 berdasarkan penjualan ritel (Euromonitor), menjaga posisi Matahari sebagai pemimpin pasar. Pangsa pasar dari lima ritel *department store* terbesar tumbuh dari 61,2% total segmen *department store* berdasarkan nilai penjualan ritel di 2006 ke 70,9% di 2012.

Kompetisi

Sebagai merek terdepan di segmen *department store* berdasarkan penjualan ritel, Matahari terus meningkatkan pangsa pasarnya di segmen *department store* di Indonesia berdasarkan nilai penjualan, dengan pangsa pasar tumbuh dari 22,9% di 2006 ke 32,8% di 2012, menurut Euromonitor. Dengan pangsa pasar tumbuh hampir 2% tiap tahun secara konsisten.

Segmen *department store* di Indonesia kini didominasi oleh Matahari dan satu kompetitor lainnya, walaupun banyak pemain yang ada di segmen ini. Manajemen yakin bahwa tiga operator *department store* terbesar masing-masing membidik segmen konsumen yang berbeda. Di mana Matahari membidik segmen kelas menengah, dua pesaing lainnya fokus pada konsumen segmen bawah dan menengah ke bawah, dan konsumen perkotaan yang mapan, secara berurutan. Menurut Euromonitor, ritel *department store* lainnya, selain tiga terbesar, masing-masing memiliki pangsa pasar di bawah 5% berdasarkan nilai penjualan di 2012.

Matahari adalah satu dari hanya dua ritel *department store* nasional yang memiliki gerai di kota-kota besar di Jawa dan pulau lainnya, termasuk Sumatera, Sulawesi, Bali, Kalimantan,

department store format will also be a factor; Indonesia had only 2.7 department stores per million people in 2011, compared to an average of 4.8 department stores per million people in Thailand, Philippines, Singapore, Malaysia and China, according to Euromonitor.

At USD 11.7 billion in 2011 (Euromonitor), Indonesia's apparel market is the largest in Southeast Asia. Given several positive macroeconomic factors, especially on increasing discretionary wealth and increasing spending on clothing and footwear, Euromonitor expects this market to grow at a real CAGR of 2.4% (nominal CAGR of 6.9%) between 2011 and 2016, driven by Indonesians' growing disposable income and increasing appetite for clothes and footwear. It is predicted that department stores will account for an increasing percentage of total apparel sales, growing from 30.3% in 2011 to 38.7% in 2016.

Matahari's share of the department store segment in Indonesia grew from 32.8% in 2012 based on retail sales (Euromonitor), keeping Matahari in position as market leader. The top five department store retailers grew their collective market share from 61.2% of the department store segment based on retail value sales in 2006 to 70.9% in 2012.

Competition

As the leading brand in the by retail value, Matahari has continuously increased its lead in the Indonesian department store segment by retail sales value, growing its market share from 22.9% in 2006 to 32.8% in 2012, according to Euromonitor. Having consistently grown market share by almost 2% a year.

The department store segment in Indonesia is currently dominated by Matahari and one other major competitor, although there are a number of active players in the segment. Management believe that each of the top three department store operators target different customer segments. Whereas Matahari targets the middle-income consumer segment, the other two competitors focus on middle-lower and low income consumers, and affluent urban customers, respectively. According to Euromonitor, the other department store retailers, excluding the top three, each had a market share of below 5% by retail value sales in 2012.

Matahari is one of only two nationwide department store retailers, and has stores in major cities on Java as well as on other islands, including Sumatera, Sulawesi, Bali, Kalimantan,

dan kini Papua. *Department store* premium sebaliknya, hanya ada di Jakarta dan Bandung dengan jumlah gerai terbatas. Merek lokal terus mendominasi segmen *department store* di Indonesia, sedangkan merek internasional membidik pasar mapan di kota-kota besar, terutama Jakarta, dengan penyesuaian yang minimal terhadap selera dan tren lokal. Menurut Euromonitor, merek-merek ini tidak memandang ritel lokal sebagai kompetitor yang signifikan.

DAMPAK TREN RITEL INDONESIA PADA SEGMENT DEPARTMENT STORE

Pertumbuhan pengeluaran konsumen yang kuat dan berkelanjutan

GDP Indonesia tumbuh secara konsisten, sekitar 6% per tahun selama 4 tahun terakhir. Meski sedikit menurun di 2013, laju pertumbuhan ekonomi diharapkan akan tetap sama selama 5 tahun ke depan, sehingga menyebabkan peningkatan pendapatan dan kepercayaan konsumen. Ditambah dengan populasi yang relatif muda (usia rata-rata 29) yang masih terus tumbuh, konsumen Indonesia diharapkan untuk meningkatkan belanja/konsumsi untuk *discretionary product*, terutama untuk produk *non-grocery* seperti pakaian dan sepatu, peralatan elektronik, produk rumah tangga dan taman.

and now Papua. Premium department stores, by contrast, are only present in Jakarta and Bandung, with a limited number of outlets. Local brands continue to dominate the department store segment in Indonesia, while notable international brands typically target affluent consumers in the major cities, especially Jakarta, with minimal adaptation for local tastes and trends. According to Euromonitor, such brands do not consider local retailers to be significant competition.

TRENDS IN INDONESIAN RETAIL THAT IMPACT THE DEPARTMENT STORE SEGMENT

Strong and sustainable growth in consumer spending

Indonesia's GDP has grown consistently by approximately 6% annually for the last 4 years. Despite dipping slightly in 2013, economic growth is expected to be maintained at this rate over the next 5 years, which will translate into rising incomes and increasing consumer confidence. Factoring in a relatively young population (median age 29) that is still growing, Indonesian consumers are expected to spend increasingly on discretionary items, and particularly on nongrocery items such as clothing and footwear, electronics and appliances, homeware and garden products.



TINJAUAN INDUSTRI

Industry Overview

Percepatan ekspansi infrastruktur ritel modern di kota-kota menengah

Prospek kota-kota menengah yang tumbuh melampaui Jakarta dalam hal populasi dan GDP, memicu permintaan untuk pengembangan *real estate* komersil besar di kota-kota ini. Pengembang properti terkemuka seperti Sinar Mas, Ciputra dan Lippo Karawaci berusaha memenuhi permintaan kelas menengah untuk pusat perbelanjaan berkualitas di kota-kota seperti Makassar di Sulawesi, Pekanbaru di Sumatera, dan Balikpapan di Kalimantan. Tren ini menguntungkan *department store* yang kebanyakan berlokasi di pusat perbelanjaan. Manajemen berharap pengembangan proyek *real estate* komersil besar di kota-kota ini terus berlanjut dengan membaiknya infrastruktur di kota-kota menengah di seluruh Indonesia, dan ritel *department store* yang membidik segmen konsumen kelas menengah akan paling diuntungkan dengan adanya pengembangan ini.

Meningkatnya popularitas produk eksklusif

Konsumen Indonesia menunjukkan selera yang meningkat untuk produk eksklusif, yang hanya dijual oleh *department store* terkemuka. Konsumen kelas bawah dan menengah, mendorong permintaan untuk produk eksklusif dengan harga terjangkau, sedangkan peritel mengarahkan strategi promosi yang agresif untuk memajukan merek eksklusif mereka sendiri.

Meningkatnya kompetisi, terutama di kalangan peritel dengan target pasar konsumen menengah-atas di kota besar

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang positif telah menarik sejumlah pemain internasional ke Jakarta dan kota besar lainnya, termasuk Lotte Department Store, selain juga beberapa *specialty store retailers* seperti Uniqlo, H&M, Bershka, Stradivarius dan Payless. Meningkatnya kemapanan, terutama di kota-kota besar, diharapkan dapat menarik lebih banyak peritel *department stores* internasional ke Indonesia, terutama untuk memenuhi kebutuhan segmen menengah ke atas. Salah satunya adalah Parkson Retail Group yang masuk ke Indonesia melalui akuisisi Centro. Central Retail Corporation dijadwalkan akan membuka gerai pertamanya pada 2014 di Jakarta Pusat, yang diperkirakan akan membidik segmen menengah ke atas.

Accelerating modern retail infrastructure expansion in fast-growing second-tier cities

The prospect of mid-sized cities outgrowing Jakarta in terms of population and GDP growth rates are fuelling demand for large commercial real estate developments in mid-sized cities. Leading property developers such as Sinar Mas, Ciputra and Lippo Karawaci are increasingly looking to tap into middle-income demand for high quality shopping malls in mid-sized cities such as Makassar in Sulawesi, Pekanbaru in Sumatera and Balikpapan in Kalimantan. This trend benefits department stores, which are predominantly located in shopping malls. Management expects the development of large commercial real estate projects in mid-sized cities to continue as infrastructure in mid-sized cities across Indonesia improves, and department store retailers that target the middle-income consumer segment stand to benefit the most from this expansion.

Increasing popularity of exclusive products

Indonesian consumers are displaying a growing appetite for exclusive products, which are sold primarily by the leading grocery and department store retailers. Low to middle-income consumers, in particular, are fuelling a demand for affordable exclusive products, while retailers are deploying more aggressive promotional strategies to push their own exclusive labels.

Increasing competition, especially amongst retailers targeting the upper middle or high income customers in major urban areas

Indonesia's positive economic growth outlook has attracted a number of new international entrants to Jakarta and other major cities, including Lotte Department Store, as well as specialty store retailers such as Uniqlo, H&M, Bershka, Stradivarius and Payless. Growing affluence, particularly in major urban centres, is expected to draw more international department store retailers to Indonesia, catering in particular to the middle to high income segment. One such is the Parkson Retail Group, which entered Indonesia through the acquisition of Centro. Central Retail Corporation is scheduled to open its first store in 2014 in Central Jakarta, which is expected to target the middle-to-high end segment.

PROSPEK

Penetrasi ritel modern di Indonesia yang relatif rendah dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara menawarkan peluang yang signifikan untuk terus berkembang di pasar ritel Indonesia. Sebanyak 125 juta segmen menengah yang kuat, diperkirakan akan terus bertambah dalam beberapa tahun ke depan dengan GDP per kapita Indonesia yang menarik sebagian dari 107 juta orang dari segmen berpendapatan rendah beralih ke segmen menengah. Dengan pertumbuhan *disposable income* yang diperkirakan akan terus berlangsung, peningkatan kepercayaan konsumen membuat konsumen Indonesia mengeluarkan lebih banyak uangnya untuk *discretionary items*, yang didominasi oleh pakaian dan sepatu.

Manajemen juga memperkirakan bahwa pertumbuhan kota dan peningkatan urbanisasi yang pesat di Indonesia, akan menawarkan peluang pertumbuhan yang besar bagi Matahari, seiring dengan masuknya ritel modern ke kota-kota ini. Membidik segmen menengah, Matahari cocok untuk masuk ke pasar yang baru ini, dan biasanya menjadi *anchor tenant* pilihan bagi pengembang mall di luar Jawa.

Orang-orang Indonesia yang baru mapan menginginkan produk berkualitas tinggi dan dapat memenuhi gaya hidup mereka. Merek-merek eksklusif akan menjadi semakin populer saat memenuhi aspirasi perilaku belanja mereka. Dengan adanya peluang pertumbuhan di sektor ritel Indonesia yang menarik sejumlah pesaing, kompetisi di segmen *department store* diperkirakan akan semakin marak dengan masuknya pemain asing seperti Parkson Retail Asia dan Lotte Department Store yang membidik sasarannya pada konsumen mapan di kota besar.

PROSPECTS

The underpenetration of the modern retail sector in Indonesia compared to other countries in Southeast Asia offers significant opportunities for continued expansion within the Indonesian retail market. Indonesia's 125-million strong middle income segment is expected to expand further over the next few years as Indonesia's growing per capita GDP pulls a substantial portion of the 107 million people in the lower income sector into the middle class. With the growth in disposable income expected to be maintained, consumer confidence is expected to strengthen, allowing Indonesian consumers to spend more on discretionary items, of which apparel and footwear dominate.

Management also expects the rapid growth of cities in Indonesia and the increasing urbanisation of the population to offer substantial growth opportunities for Matahari, as modern retailing makes inroads in these cities. Targeting the middle income segment, Matahari is a good fit for these new markets, and is typically the anchor tenant of choice for mall developers outside Java.

As newly affluent Indonesians aspire to higher quality, lifestyle products, exclusive brands will continue to gain popularity with Indonesian customers, as they address their increasingly aspirational purchasing behaviour. With the growth opportunities in the Indonesian retail sector drawing an increasing number of operators, competition in the department store segment is expected to intensify with the entry of foreign players such as Parkson Retail Asia and Lotte Department Store, who target affluent customers in major cities.

TINJAUAN OPERASIONAL

Operational Overview

Matahari adalah operator *department store* terbesar di Indonesia dengan pangsa pasar 32,8% dari sektor ritel *department store* di 2012 (Sumber: Euromonitor, April 2013). Setelah dibukanya gerai pertama pada Oktober 1958, Matahari memelopori konsep *department store* di Indonesia dengan membuka *department store* pertamanya di 1972. Manajemen yakin bahwa kehadiran Matahari selama 5 dekade di pasar telah membentuk Matahari sebagai salah satu merek *department store* yang diakui dan dipercaya di Indonesia. Menurut survei oleh MarkPlus Insight pada Desember 2012, Matahari adalah salah satu *department store* yang paling sering dikunjungi selama lima tahun terakhir. Dalam survei yang sama, salah satu merek eksklusif dari Matahari masuk ke peringkat satu untuk *brand awareness*, lebih tinggi dari merek internasional besar. *Loyalty program* Matahari, MCC, memiliki lebih dari 2,6 juta anggota yang aktif di akhir 2013, menjadikannya salah satu *loyalty program* terbesar di negeri ini.

Di 2012 dan 2013, penjualan kotor Perseroan adalah Rp 10,9 triliun dan Rp 12,7 triliun, dan SSSG Perseroan masing-masing 11,1% dan 12,1%.

Strategi utama Perseroan adalah untuk memberikan nilai lebih ke konsumen melalui rangkaian pilihan barang modis berkualitas dengan harga terjangkau, yang tampil menarik secara visual dalam suasana *department store* yang modern dan sesuai dengan fokus yang kuat pada pelayanan konsumen. Manajemen yakin bahwa Matahari adalah satu-satunya operator *department store* yang kini memenuhi segmen besar konsumen menengah Indonesia melalui *merchandise mix* yang dirancang untuk menarik selera seluruh anggota keluarga menengah Indonesia. Matahari menawarkan berbagai pilihan produk DP dan CV dalam gerainya, termasuk pakaian pria, wanita dan anak-anak, sepatu, perlengkapan rumah, kosmetik dan aksesoris, tetapi tidak menjual makanan atau produk *perishable* lainnya.

Pendapatan Matahari berasal dari penjualan barang di gerainya. Pendapatan ini berhubungan dengan (i) pendapatan bersih dari CV Sales dan (ii) DP Sales. Porsi CV menurun dari 70,8% di 2012 ke 68,0% di 2013, dari penjualan barang dagangan Perusahaan sedangkan DP Sales meningkat menjadi 32%, menggambarkan pertumbuhan permintaan untuk produk DP. Sementara vendor konsinyasi mengelola persediaan mereka sendiri (barang milik mereka hingga terjual) dan menanggung seluruh pembelian, gaji, modal kerja, distribusi, pergudangan dan biaya lainnya, *Effective Contribution Margins* (AR 2012 Marjin Kontribusi Efektif) untuk produk konsinyasi dan produk DP untuk Perseroan tersebut menjadi sama. Produk CV yang dijual di gerai Matahari termasuk sejumlah merek premium termasuk Polo, Clinique, Revlon, Fladeo, Levi's, Cardinal, Logo dan Executive, yang berperan penting dalam menarik konsumen ke gerai.

Matahari is Indonesia's largest department store operator by retail value sales, with a market share of 32.8% of the department store retail sector in 2013 (source: Euromonitor, April 2013). Having opened its first store in October 1958, Matahari pioneered the modern department store concept in Indonesia by opening its first department store in 1972. Management believe that its presence of over 5 decades in the market has established the Matahari brand as one of the most recognized and trusted department store brands in Indonesia. According to a survey by MarkPlus Insight in December 2012, Matahari was the most frequently visited department store in Indonesia for the past five years preceding the survey. In the same survey, one of Matahari's exclusive brands ranked number one on brand awareness, ahead of major international brands. Matahari's department store loyalty programme, MCC, had over 2.6 million active members as of the end of 2013, making it one of the largest such programmes in the country.

In 2012 and 2013, the Company's Gross Sales were Rp 10.9 trillion and Rp 12.7 trillion respectively. In 2012 and 2013, the Company's SSSG was 11.1% and 12.1%, respectively.

The Company's core strategy is to deliver value to customers by offering a broad selection of high quality, fashionable merchandise at affordable prices, presented in a visually appealing way in a modern and relevant department store setting, where there is a strong focus on customer service. Management believe that Matahari is the only major department store operator that currently targets Indonesia's large and growing middle-income consumer segment by offering, in each store, a large assortment of products designed to appeal to the tastes of all members of a typical middle-income Indonesian family. Matahari offers an extensive range of directly purchased (DP) merchandise and consignment Directly Purchased (DP) merchandise in its stores including men's, women's and children's clothing, shoes, homeware, cosmetics and accessories, but do not include food or any other perishable products.

Matahari's revenues are derived from the sale of merchandise in its stores. These revenues primarily relate to (i) net revenue from Consignment (CV) Sales and (ii) Directly Purchased (DP) Sales. The CV portion of gross sales decreased from 70.8% in 2012 to 68.0% in 2013 of the Company's Merchandise Sales while DP Sales increased to 32%, reflecting growing demand for DP products. Since consignment vendors maintain their own inventory (owning the merchandise until time of sale) and bear all purchasing, payroll, working capital, distribution, warehousing and certain other costs, the Effective Contribution Margins for Consignment Goods and DP Goods for the Company are similar. The consignment goods sold in Matahari stores include a number of premium image brands, including Polo, Clinique, Revlon, Fladeo, Levi's, Cardinal, Logo and Executive, which have played an important role in attracting customers to the stores.



Di 2013, 79,4% dari penjualan DP datang dari merek eksklusif Matahari, seperti Nevada, Cole, Little M dan Connexion. Merek-merek ini termasuk dalam 10 “merek pakaian modis dan terjangkau” terpopuler di Indonesia, dengan Nevada menduduki posisi nomor satu (di depan merek internasional), menurut survei konsumen berdasarkan *unaided brand awareness* yang dilaksanakan oleh MarkPlus Insight di 2012. Karena merek eksklusif ini hanya dijual di gerai Matahari, Manajemen percaya bahwa ini adalah faktor penting bagi Perseroan agar dapat memisahkan diri dari kompetitor sekaligus meningkatkan citra Matahari Department Store sebagai tujuan belanja yang aspirasional.

Merchandise mix (termasuk perpaduan antara Produk DP dan CV) disesuaikan dengan target pasar gerai tersebut, dan penilaian tentang *price point* yang pas untuk pasar tersebut. Salah satu faktor yang memungkinkan Perseroan untuk menyesuaikan penyediaan produk di setiap gerai dengan pilihan konsumen setempat adalah kemampuannya untuk mendapatkan produk dari sejumlah dan ragam vendor konsinyasi dan beli putus. Dengan 90% produk diproduksi dari dalam negeri, Matahari dapat membatasi eksposur terhadap risiko terkait dengan keterlambatan dalam pengimporan barang, fluktuasi pajak dan kurs, dan dapat menanggapi dengan cepat perubahan kebutuhan inventori dan tren mode yang sangat dinamis. Sebagai ritel yang telah hadir 55 tahun di pasar, Matahari membangun hubungan jangka panjang yang erat dengan *vendor* konsinyasi dan beli putus, sehingga memberikan keuntungan bagi Perseroan dari sisi harga dan prioritas waktu dan volume penyediaan barang.

Kekuatan Perusahaan terus diakui oleh pengamat industri. Matahari terus menerima penghargaan dari Carre-CCSL di 2012 dan 2013, karena keunggulan kualitas pelayanannya. Pada Juli

In 2013, 79.4% of DP Sales were generated by Matahari’s exclusive brands, which include Nevada, Cole, Little M and Connexion. These brands were among the top ten most popular “fashionable affordable clothing brands” in Indonesia, with Nevada ranking number one (ahead of international brands), according to a consumer survey for unaided brand awareness conducted in 2012 by MarkPlus Insight. As these exclusive brands are only sold at Matahari stores, Management believes that they are a critical factor in the Company’s ability to differentiate itself from the competition while enhancing the image of Matahari Department Store as an aspirational shopping destination.

The merchandise mix (including the mix between DP Goods and Consignment Goods) is adjusted on a store-by-store basis, tailored to the store’s local target market and its judgement of appropriate price points for that market. One of the factors that enables the Company to customise the product offering of individual stores according to regional and/or demographic customer preferences is its ability to source merchandise from a large and diverse base of both consignment vendors and direct-purchase suppliers. With some 90% of its merchandise sourced locally in Indonesia, Matahari can limit its exposure to the risks associated with importing goods including delays, import taxes and currency fluctuations, and respond quickly to changing inventory needs and the highly dynamic trends in fashion. As an established retailer with a presence of 55 years in the market, Matahari has been able to build close and longstanding relationships with both consignment vendors and direct-purchase suppliers, which has yielded benefits to the Company with regard to favourable pricing terms and priority in terms of timing and volume of merchandise supplied.

The Company’s strength continues to be acknowledged by industry observers. Matahari won back-to-back awards for achieving excellence in service quality from Carre-CCSL in 2012

TINJAUAN OPERASIONAL

Operational Overview

2013, Matahari meraih peringkat 2 dari seluruh perusahaan di Indonesia, beranjak dari posisi nomor 8 di 2012, dalam Carre's National Customer Service Championships. Di tahun 2013 Matahari juga meraih penghargaan "Top Brand" untuk kategori *department store* untuk yang ketiga kalinya oleh Frontier Consulting Group dan Marketing Magazine, dan beberapa penghargaan untuk merek eksklusifnya.

GERAI

Jaringan Ritel

Dengan 125 gerai di 61 kota seluruh Indonesia sampai 31 Desember 2013, Matahari memiliki jaringan *department store* terluas di negeri ini. Matahari adalah satu dari dua operator *department store* dengan lebih dari 100 gerai di Indonesia, ritel *department store* terbesar berikutnya memiliki kurang dari setengah jumlah gerai Matahari. Hingga 31 Desember 2013, gerai ritel Perusahaan mencakup luas area sekitar 807.663 meter persegi.

Kebanyakan gerai Matahari berada di Jawa, di mana 60% penduduk Indonesia hidup, dan Jawa terus mencetak penjualan barang dagangan bagi Perusahaan (61,9% di 2012 dan 62,1% di 2013). Sebaliknya, sekitar 16% dari penjualan barang dagangan didatangkan dari Sumatera; 16,9% di Kalimantan, Sulawesi dan Maluku; dan 5% dari lokasi lain di 2013. Namun, Manajemen percaya bahwa peluang pertumbuhan yang paling signifikan di masa yang kian datang berada di luar Jawa, terutama di kota menengah di seluruh nusantara. Oleh karena itu, lebih dari setengah gerai baru Matahari di 2013 berada di luar Jawa.

Perluasan dan Penambahan Gerai Baru

Matahari telah membuktikan kemampuan mengoperasikan gerai yang menghasilkan keuntungan, dari segala ukuran dan di bawah beragam kondisi geografis dan demografis di seluruh nusantara. Jaringan logistik yang komprehensif dan efisien serta kapasitas menyesuaikan *merchandise mix* untuk setiap gerai, memberikan fleksibilitas bagi Matahari dalam rencana ekspansinya, memungkinkan baginya untuk masuk ke kota-kota di luar Jawa di mana format ritel modern baru saja mulai berkembang. Kesiapan untuk pengalaman belanja yang lebih canggih di daerah yang cenderung tak terjamah, tercermin dari kesuksesan gerai Matahari yang baru saja dibuka di Jayapura.

Matahari membuka 9 gerai baru di 2011, 13 gerai baru di 2012, dan 9 gerai baru di 2013. Sejak 31 Desember 2013, Perseroan telah menandatangani delapan Memorandum of Understanding (MOU) untuk pembukaan gerai baru di berbagai daerah di 2014, dan empat MOU untuk pembukaan gerai baru di 2015.

Matahari meninjau portofolio gerainya secara rutin, dan dapat menutup gerai yang tidak menguntungkan. Di 2011, Matahari menutup satu gerai karena kebakaran. Tak ada toko yang ditutup di 2012 maupun 2013.

and 2013, and in July 2013 Matahari was placed second out of all retail companies in Indonesia in Carre's National Customer Service Championships, improving from 8th place in 2012. In 2013 Matahari also won the Frontier Consulting Group and Marketing Magazine's "Top Brand" award in the department store category for the third consecutive year, alongside several other awards for its individual brands.

STORES

Retail network

With 125 stores in 61 cities across Indonesia as at December 31, 2013, Matahari has the most extensive department store footprint in the country. Matahari is one of only two department store operators with more than 100 stores in Indonesia, the next largest department store retailers have less than half the number of stores of Matahari. As at 31 December 2013, the Company's retail stores covered over approximately 807,663 square metres of total store space.

The majority of Matahari's stores are located in Java, where some 60% of Indonesia's population resides, and Java continues to generate the bulk of the Company's merchandise sales (61.9% in 2012 and 62.1% in 2013). By contrast, some 16% of Merchandise Sales were generated in Sumatera; 16.9% in Kalimantan, Sulawesi and Maluku; and 5% in other locations in 2013. However, Management believe that the most significant opportunities for future growth lie beyond Java, and particularly in emerging second tier cities across the archipelago. Accordingly, more than half of the new Matahari stores opened in 2013 were outside Java.

New Store Roll-out and Expansion

Matahari has proven itself capable of operating profitable stores of varying size in very diverse geographies and demographics across the country. A comprehensive and efficient logistics network and the capacity to adjust the merchandise mix for each store affords Matahari considerable flexibility in its expansion plans, allowing it to tap into the growth of affluence in cities beyond Java where the modern retail format is only just beginning to gain traction. The readiness for a more sophisticated shopping experience in these largely underserved regions is demonstrated by the success of Matahari's recently opened store in Jayapura.

Matahari opened 9 new stores in 2011, 13 new stores in 2012 and another 9 new stores in 2013. As at December 31, 2013, the Company had also signed eight Memoranda of Understanding (MOU) for opening new stores in various parts of the country in 2014 and four MOUs for opening a new store in 2015.

Matahari regularly reviews its store portfolio and may close unprofitable stores. In 2011 Matahari closed one store following a fire. There were no store closures in either 2012 or 2013.

Terutama di luar Jakarta, pasar *department store* di Indonesia masih tak terjamah dibandingkan dengan ukuran dan laju pertumbuhan di segmen menengah, dan Manajemen yakin akan adanya peluang besar untuk terus memperluas jaringan gerai Matahari. Pengamat industri memperkirakan dengan meningkatnya penghasilan dan membaiknya infrastruktur, jumlah pusat perbelanjaan dan mall di Indonesia akan tumbuh pesat. Matahari berusaha untuk mencari lokasi gerai baru di tengah perkembangan tersebut demi mendapatkan lalu lintas konsumen yang lebih tinggi. Sedangkan dari perspektif pengembang, kuatnya merek Matahari, fokus pada konsumen menengah dan kemampuan yang terbukti untuk menarik konsumen, membuatnya sesuai untuk mall baru, di daerah yang tengah berkembang. Manajemen percaya bahwa karena inilah Matahari dipandang sebagai *anchor tenant* pilihan bagi pengembang properti. Manajemen juga percaya bahwa hubungan jangka panjang Matahari dengan pengembang properti terkemuka, logistik distribusi yang efisien, pengetahuan terhadap pasar lokal, dan skala ekonomi akan membantu memudahkan rencana perkembangan.

Matahari memiliki daftar *pipeline* pembukaan gerai yang kuat, dan telah mengidentifikasi 73 lokasi per 31 Desember 2013, dan daftar ini terus ditinjau dan diperbaharui sejalan dengan rencana Perseroan untuk mengembangkan jaringannya baik di kota di mana telah hadir dan di lokasi baru di seluruh Indonesia. Lokasi potensial diidentifikasi oleh tim khusus *real estate*, yang juga bertanggung jawab untuk membangun hubungan dengan *developer* dan penengah di lokasi terpilih. Lokasi potensial dinilai berdasarkan beberapa kriteria, termasuk perkiraan biaya sewa, ukuran *catchment area*, kepadatan penduduk, *disposable income* per kapita dari total pasar, perkiraan keuntungan laba dan pengembalian modal serta kompetisi dari ritel lain di daerah sekitar. Kemampuan Perseroan untuk berkembang ke target daerah baru tergantung atas pengembangan infrastruktur dan konstruksi dari mall perbelanjaan baru di daerah tersebut.

Setelah penyewaan gerai baru disetujui, gerai baru dapat disiapkan sekitar empat bulan. Perseroan mengeluarkan antara Rp 5,3 miliar dan Rp 14,7 miliar untuk membuka setiap gerai, tergantung dari lokasi, luas dan tata ruang. Gerai baru biasanya menghasilkan keuntungan operasional dalam waktu setahun, dan pengembalian modal investasi dalam kurun waktu tiga hingga empat tahun.

Gerai baru perlu didukung oleh staf berpengalaman. Untuk mendukung rencana pengembangannya, Perseroan menempatkan prioritas pada identifikasi dan pengembangan staf dengan bakat pemimpin. Di 2013, semua gerai baru dipimpin oleh manajer gerai dengan pengalaman dan pelatihan dalam jaringan gerai Perseroan yang ada untuk memastikan tingkat pelayanan yang tinggi dan konsisten di sepanjang jaringan gerai.

Beberapa faktor dapat mempengaruhi kinerja suatu gerai baru. Beberapa ada dalam kendali Perseroan, termasuk integrasi gerai baru ke operasi Perseroan yang ada, dan penawaran

Particularly outside Jakarta, Indonesia's department store market is still underserved in comparison to the size and rate of growth of the middle-income segment, and Management believe that there is considerable scope for continued expansion of Matahari's store network. Industry observers expect to see a rapid growth in the number of shopping centres and malls in Indonesia as incomes rise and infrastructure improves. Matahari seeks to locate new stores within such developments to take advantage of the higher customer traffic they generate, while from the developers' perspective, Matahari's strong brand, focus on middle-income customers and proven ability to attract customer traffic make it a good fit for new retail malls in emerging markets, and Management believes that this is why Matahari is high among the anchor tenants of choice for real estate developers. Management believes that Matahari's long-standing relationships with leading real estate developers, efficient distribution logistics, local operating knowhow and economies of scale will facilitate its expansion plans.

Matahari has a strong and deep pipeline of store openings, having identified 73 potential sites as of December 31, 2013, and this list is continually reviewed and updated in line with the Company's plans to expand the network, both in cities where it has an existing presence and in new locations across Indonesia. Potential sites are identified by the Company's dedicated real estate team, which is also responsible for building relationships with developers and intermediaries at the chosen locations. Potential sites are assessed against certain criteria, including expected rental costs, the size of the catchment area, population density, disposable per capita income of the total target market, expected profitability and financial returns and competition from other retailers in the surrounding area. The Company's ability to expand into any targeted new area is dependent on the development of infrastructure and the construction of new shopping malls in such areas.

Once the lease on a new store site has been agreed, a new store can be fitted out within approximately four months. The Company spends between Rp5.3 billion and 14.7 billion on the opening of each new store, depending on its location, size and layout. New stores typically generate operating profit within the first year, and repay their capital investments within three to four years.

New stores need to be supported by experienced staff. To support its expansion plans, the Company places a priority on identifying and developing, at all levels, those with leadership potential. In 2013, all of the Company's new stores had store managers with prior experience and training within the Company's existing store network. All in-store staff regularly attend training on various aspects of providing customer-oriented service to ensure high and consistent levels of service throughout the store network.

Several factors can influence the performance of a new store. Some are within the Company's control, including the integration of the new store with the Company's existing

TINJAUAN OPERASIONAL

Operational Overview

merchandise mix sesuai dengan pilihan dan daya beli konsumen setempat.

Hubungan jangka panjang Matahari dengan komunitas pengembangan real estate, dan jejak rekamnya berdasarkan keberhasilan membangun gerai baru memberikan Perseroan landasan yang kuat untuk perluasan selanjutnya. Namun, walaupun Manajemen yakin bahwa Perseroan mampu untuk mengimplementasikan rencana ekspansi ritelnya, hal ini tergantung atas ketersediaan lokasi gerai dan ketepatan waktu pengerjaan mall dan infrastrukturnya.

Desain Gerai

Dampak visual dari sebuah gerai dan produknya dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli, dan Manajemen percaya bahwa tata ruang, dekorasi dan tampilan dalam gerai Matahari memainkan peran penting dalam suksesnya merek tersebut. Meski Manajemen percaya bahwa presentasi dan tampilan barang secara visual dalam gerai

operations, and the offering of a merchandise mix that matches the preferences and purchasing power of the local target customers.

Matahari's longstanding relationships with real estate development community and its track record on successful store openings give the Company a strong platform for further expansion. However, although Management is confident that Company will be able to execute its plans to extend its retail footprint, this will be subject to the continued availability of store locations and the timely completion of malls and infrastructure.

Store Design

The visual impact of a store and its merchandise can influence customers' purchasing decisions, and the Management believe that the layout, décor and displays in Matahari stores play a critical role in the brand's success. Although the Management believe that in-store presentations and visual merchandising are conveying the intended messages on price, trends and value,



menyampaikan kesan harga, tren dan nilai, Perseroan terus berupaya untuk memperbaiki kinerjanya dalam indikator ini dengan menggunakan tata ruang yang efektif, pencahayaan atau tanda-tanda, misalnya, untuk menarik perhatian konsumen ke produk tertentu, mendorong belanja secara impulsif, dan mengundang konsumen ke bagian lain dari gerai.

Manajemen percaya bahwa menjaga pencahayaan yang baik, keterbukaan, tata ruang yang rapi, presentasi barang yang menarik perhatian, pengelompokan produk secara logis, tanda-tanda yang konsisten dan efektif, penempatan kaca yang pas dan bersih, kamar pas yang rapi merupakan sebagian prinsip dasar dari desain gerai yang baik. Perusahaan terus memonitor perubahan tren perilaku konsumen untuk memastikan bahwa suasana gerai tetap sesuai. Misalnya, dengan meningkatnya jumlah pria yang membeli pakaiannya sendiri, pajangan dan tanda-tanda di gerai diubah secara halus untuk membuatnya menarik bagi pria. Kemajuan teknologi seperti pencahayaan LED, dievaluasi dan dipasang jika memang menambah nilai lebih. Matahari dikenal dengan etalasnya yang cerah dan berwarna, yang ditata dari pusat oleh tim terlatih dan disebarkan ke gerai-gerai di seluruh Indonesia.

Matahari memastikan bahwa pesan dan tema inti dipresentasikan secara konsisten di seluruh jaringan gerai melalui panduan rutin untuk manajer gerai and pelatihan tentang konsep penempatan produk arahan pemasaran terkini Perusahaan. Karyawan juga menghadiri lokakarya tentang prinsip presentasi gerai secara berkala. Meski gerai Matahari memiliki ciri melalui tampilan dan suasana berbeda di setiap tempat, untuk memelihara citra merek Matahari, mungkin ada beberapa variasi lokal sesuai selera konsumen lokal, budaya, acara lokal dan sebagainya, yang mempengaruhi dekorasi barang dan musim di gerai tersebut. Gerai Matahari di Bali, misalnya, memiliki tema Bali dan menyediakan cinderamata untuk menarik wisatawan.

Gerai terbesar Matahari di Pluit Village, mencakup sedikitnya lebih dari 21.000 meter persegi, tetapi biasanya gerai Matahari memiliki luas ruang antara 5.000 dan 9.000 meter persegi. Luas ditentukan oleh beberapa faktor yang berkaitan termasuk ketersediaan, dan luas lokasi.

Perbaikan Terus Menerus untuk Gerai yang Ada

Salah satu inisiatif Perseroan untuk memperbaiki gerai adalah dengan meremajakan gerai secara berkala. Manajemen percaya bahwa gerai yang modern dan tampak segar meningkatkan pengalaman belanja, menarik lebih banyak konsumen ke gerai dan membuat mereka tinggal lebih lama. Perseroan bertujuan untuk merombak masing-masing gerai setiap lima sampai tujuh tahun, tetapi kebutuhan gerai dievaluasi setiap tahun, yang mungkin dapat mempercepat program. Suatu gerai mungkin juga mengalami perbaikan total atau sebagian untuk menanggapi masuknya kompetitor baru di daerah tersebut, atau sebagai bagian dari penyebaran konsep gerai baru.

the Company continuously seeks to improve its performance on these indicators by utilising more effective layouts, lighting or signage, for example, to draw customers' attention to certain merchandise, encourage impulse buying, and entice customers to other parts of the store.

Management believes that maintaining good lighting, open, uncluttered layouts, eye-catching merchandise presentations, logical grouping of products, effective and consistent signage, conveniently located mirrors and clean, tidy fitting rooms are among the fundamental principles of good store design. The Company continually monitors evolving customer behaviour trends to ensure that the store environment remains relevant. For example, with men increasingly buying their own apparel, in-store displays and signage are subtly changed to make them more appealing to men. Technological advances, such as LED lighting, are assessed and deployed if they are judged to add value. Matahari is renowned for its bright, colourful window displays, which are designed centrally by a specially trained team and then rolled out to stores across Indonesia.

Matahari ensures that key messages and themes are presented consistently across the store network by providing regular guidelines for store managers and training on the Company's latest merchandising concepts and marketing directions. Staff also periodically attend workshops on store presentation principles. While Matahari stores are characterised by distinct appearance and atmosphere everywhere in the country, in keeping with the Matahari brand image, there may be some local variation depending on local customer preferences, culture, local festivities and so on that influence the merchandise and seasonal decoration in the store. Matahari's Bali store, for example, has a Balinese theme and stocks souvenirs in order to attract tourist shoppers.

Matahari's largest store, at Pluit Village, covers just over 21,000 square metres, but a more typical Matahari store has a floor space of between 5,000 and 9,000 square metres. Size is determined by a number of interrelated factors, including the availability and size of the site.

Ongoing Improvement of Existing Stores

One of the Company's initiatives for improving store productivity is periodic store refurbishment. Management believe that a modern, fresh-looking store enhances the shopping experience, draws more customers into stores and encourages them to stay longer. The Company aims to completely remodel each store every five to seven years, but the needs of every store are evaluated annually, which may accelerate the program. A store may also undergo a full or partial re-fit in response to the entry of new competitors in the area concerned, or as part of the roll-out of a new store concept.

TINJAUAN OPERASIONAL

Operational Overview

Perseroan merombak 16 gerainya di 2013, 15 di 2012, dan 13 di 2011, mewakili 13%, 13%, dan 13% dari total gerai di periode masing-masing. Peremajaan biasanya akan memakan pengeluaran modal antara Rp 0,6 miliar dan Rp 11,8 miliar per gerai tergantung atas luas toko dan perbedaan biaya tenaga kerja dan transportasi di daerah, sebagai salah satu faktor. Perusahaan menghabiskan total Rp 105,3 miliar untuk peremajaan di 2013, dan Rp 98 miliar di 2012.

Peremajaan gerai bisa memakan waktu beberapa minggu hingga tiga bulan, tergantung atas kebutuhan pekerjaan. Gerai terus beroperasi selama perombakan terjadi, tetapi pekerjaan dilakukan dalam untuk memperkecil gangguan. Penjualan kotor dan keuntungan suatu gerai kadang terdampak secara sementara oleh gangguan yang disebabkan oleh peremajaan; namun biasanya tingkat penjualan kembali normal dan melebihi kinerja tahun sebelumnya selama 18 hingga 24 bulan setelah pengerjaan selesai.

Tujuan utama dari peremajaan gerai adalah untuk meningkatkan pengalaman belanja secara menyeluruh bagi konsumen. Pengerjaan bisa termasuk berikut ini: instalasi atau perbaikan cahaya, barang pajangan, tanda-tanda, kamar pas dan peralatan modern, dan pelebaran lorong. Secara umum, perbaikan ditujukan untuk menaikkan ragam dan memperbaiki penempatan barang tanpa mengurangi rasa ruang dalam gerai. Misalnya, perbaikan baru-baru ini, Matahari memfokuskan untuk memberikan energi baru pada 'centre core' dari gerainya dengan meningkatkan presentasi dan ragam produk yang dipajang di tempat, termasuk kosmetik, tas tangan, aksesoris dan terutama, sepatu. Manajemen percaya bahwa reputasi Matahari sebagai tujuan untuk produk-produk ini merupakan hasil dari inisiatif 'centre core'. Inisiatif lainnya berfokus pada strategi inovasi yang dirancang untuk memajang merek-merek eksklusif Matahari secara efektif, dengan konsep *high-impact* seperti 'Denim Bar' untuk memajukan jeans dan celana pendek, dan bagian dalam gerai khusus untuk Nevada, merek eksklusif Perusahaan yang populer dan merek pakaian mode terjangkau terpopuler di Indonesia, menurut survei konsumen untuk *unaided brand awareness* yang dilakukan oleh MarkPlus Insight di 2012.

Manajemen percaya bahwa program peremajaan memainkan peran penting dalam mempertahankan pertumbuhan produktifitas gerai. Tingkat/laju peremajaan cukup konstan selama empat tahun terakhir dan diperkirakan akan terus berlanjut di masa depan. Manajemen tidak percaya bahwa gangguan karena rencana peremajaan akan berdampak pada hasil operasional ke depannya, dibandingkan dengan hasil operasional ke belakang.

Inisiatif 2013

Di 2013, Manajemen memberikan prioritas pada peningkatan kualitas pelayanan konsumen melalui peluncuran *call centre* khusus, selain inisiatif lainnya. Perbaikan dalam gerai termasuk mempercepat waktu pelayanan di kasir dan meningkatkan kebersihan kamar kecil. Tambahan sumber daya ditempatkan untuk pelatihan karyawan pada layanan konsumen, dan pegawai layanan konsumen dikenalkan ke beberapa gerai

The Company refurbished 16 of its stores in 2013, 15 in 2012 and 13 in 2011, representing 13%, 13% and 13% of total stores in the periods concerned. Refurbishments typically incur capital expenditure of between Rp 0.6 billion and Rp 11.8 billion per store, depending on the size of the store and regional variations in transportation and labour costs, among other factors. The Company spent a total of Rp 105.3 billion on refurbishments in 2013 and Rp 98 billion in 2012.

A store refurbishment can take from a few weeks to three months to complete, depending on the extent of the work needed. Stores remain open while undergoing remodelling, but the work may be done in phases to minimise disruption. A store's Gross Sales and profitability are sometimes temporarily impacted by the disruption caused by refurbishments; however, sales levels generally recover and then exceed the prior years' performance during the first 18 to 24 months following the refurbishment.

The primary objective of a store refurbishment is to enhance the overall shopping experience for customers. A refurbishment may therefore include any or all of the following: installing or improving lighting, product displays, signage, fitting rooms and more modern fixtures, and widening aisles. In general, the improvements are aimed at allowing a greater assortment and improved placement of merchandise without negatively affecting the sense of space in the store. For example, in recent improvement Matahari has focused on re-energising the 'centre core' of its stores by enhancing the presentation and range of merchandise displayed there, including cosmetics, handbags, accessories and in particular, shoes. Management believe that Matahari's current reputation as 'destination' for these products is largely attributable to the centre core initiative. Other initiatives have focused on innovative strategies designed to showcase Matahari's exclusive brands more effectively, with high-impact concepts like the 'Denim Bar' to push denim jeans and shorts, and a dedicated in-store section for Nevada, the Company's most popular exclusive brand and the most popular "fashionable affordable clothing brand" in Indonesia according to a consumer survey for unaided brand awareness conducted in 2012 by MarkPlus Insight.

Management believes that the refurbishment program plays a critical role in sustaining the growth in productivity of its stores. The rate of refurbishment has been relatively constant over the last four years and is expected to remain so in future. Management does not believe that disruptions associated with refurbishment plans will have a material impact on its results of operations going forward as compared to historical results of operations.

2013 Initiatives

In 2013 Management made improving the quality of Matahari's customer service a priority by launching a dedicated customer call centre alongside various other initiatives. In-store improvements included speeding up checkout times and improving the cleanliness of the restrooms. Additional resources were put into staff training on customer service and customer service supervisors were introduced into some of the larger,



TINJAUAN OPERASIONAL

Operational Overview

utama. Manajemen percaya bahwa inisiatif ini telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja di beberapa hasil layanan konsumen dan survei independen di 2013.

Melalui sistem *merchandising* Matahari yang canggih, tren penjualan dapat dipantau per daerah dan per gerai, memungkinkan Perseroan untuk merespon dengan cepat terhadap perubahan selera konsumen dengan menyesuaikan alokasi dan ragam produk di setiap gerai. *Loyalty program* Matahari, MCC, diluncurkan kembali dua tahun yang lalu dan terus meningkatkan program dan penawaran penghargaan dan manfaat, termasuk penambahan jumlah kerjasama dengan pihak ketiga. MCC menambah 550.000 anggota baru di 2013, membawanya ke total 2,6 juta anggota aktif hingga akhir tahun. Database MCC menyediakan pengetahuan yang berharga tentang kebiasaan berbelanja, memungkinkan Matahari untuk membidik target pemasaran dan *merchandise mix* secara lebih akurat ke konsumennya yang beragam.

Ke Depan

Perseroan akan terus memantau peluang untuk meningkatkan produktivitas gerainya, membangun posisi pasar yang kuat dengan mengambil peluang yang muncul dari pergeseran profil sosial ekonomi dan demografis, dan memperluas jangkauan bisnis ke konsumen baru di pasar yang belum terjamah di Indonesia. Perseroan akan tetap fokus pada konsumen, menggunakan data secara strategis untuk memastikan bahwa di setiap gerai, barang sesuai dengan profil konsumen di gerai tersebut. Matahari percaya bahwa model bisnis yang efektif, kepemimpinan pasar, orientasi konsumen dan kekuatan daya tarik merek akan memudahkan dan menjaga pertumbuhan bisnis yang sehat.

PEMBELIAN DAN DISTRIBUSI LOGISTIK

Pembelian

Matahari membeli barang *direct purchase* (DP) dalam jumlah yang banyak, terutama merek eksklusifnya, melalui sistem pembelian terpusat yang dioperasikan dari kantor pusat di Jakarta. Pembeli yang bertanggung jawab untuk mengelola level persediaan dan distribusi barang ke setiap gerai sesuai permintaan, bekerja mengikuti rencana produk dan anggaran tahunan, yang disesuaikan setiap bulan melalui sistem kontrol otomatis yang mengidentifikasi tipe produk yang memerlukan *restocking*. Hal ini didukung lebih lanjut menggunakan data dari sistem informasi manajemen Matahari yang canggih, yang memudahkan pembeli untuk memantau permintaan konsumen dengan mengidentifikasi produk yang laris dan bergerak cepat, dan yang bergerak lebih lambat, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan pembelian terhadap tren yang berlangsung saat itu juga.

key stores. Management believes that these initiatives have contributed to Matahari's improved performance on a number of customer service measures and independent surveys in 2013.

With Matahari's sophisticated merchandising systems, sales trends can be tracked on a regional and store-by-store basis, enabling the Company to respond rapidly to changing customer preferences by adjusting merchandise allocations and assortments in individual stores. Matahari's loyalty program, MCC, was relaunched two years ago and is continually improving its rewards benefits programs and offers, including an increasing number of third party tie-ins. MCC added 550,000 new members in 2013, bringing the total to 2.6 million active members by the end of the year. The MCC database provides valuable insights into purchasing habits, enabling Matahari to target its marketing and merchandise assortments more accurately across its diverse customer base.

Looking Ahead

The Company will continue to monitor opportunities to enhance the productivity of its stores, build on its strong market position by taking advantage of the opportunities offered by Indonesia's shifting socio-economic and demographic profile, and expand the business by reaching new customers in Indonesia's large underserved markets. The Company will remain firmly focused on the customers, making strategic use of data to ensure that the merchandise in each store matches that store's customer profile. Matahari believes that its effective business model, market leadership, customer orientation and the strong appeal of its brand will facilitate and sustain the healthy growth of the business.

PURCHASING AND DISTRIBUTION LOGISTICS

Purchasing

Matahari purchases large quantities of direct purchase (DP) goods, primarily comprising of its exclusive brands, through a centralised procurement system operating from its head office in Jakarta. Buyers, who are responsible for managing inventory levels and distributing goods to individual stores in line with demand, work to an annual merchandising plan and budget, which is adjusted on a monthly basis by an automated control system that identifies the types of merchandise that require restocking. This is further refined by the data generated by Matahari's sophisticated management information systems, which enables the buyers to track customer preferences by identifying which items are selling strongly as well as those that are moving more slowly, allowing them to tailor their purchasing to real-time trends.

Distribusi

Efisiensi operasi logistik Matahari telah diakui secara luas, dengan adanya 180 vendor konsinyasi yang menggunakan jasa kami untuk memindahkan produk mereka, dengan membayar biaya jasa. Biaya bersih dari operasi logistik Perusahaan (setelah mengurangi biaya jasa pihak ketiga) adalah Rp 1,2 miliar dan Rp 1,8 miliar di 2011 dan 2012, secara berurutan. Manajemen percaya bahwa ini tergolong rendah jika dibandingkan dengan skala operasi Perusahaan, terutama karena biaya jasa yang diterima dari vendor konsinyasi. Di 2013, biaya jasa pihak ketiga yang diterima melebihi biaya operasi logistik, menghasilkan keuntungan Rp 4,9 miliar bagi Perusahaan.

Kami percaya bahwa efisiensi dari operasi logistik, terutama dengan geografis Indonesia yang luas dan menantang, sulit untuk direplikasi oleh kompetitor atau pendatang baru yang kecil dalam jangka waktu menengah. Oleh karena itu ini menjadi kunci keunggulan kompetitif Matahari.

Pusat distribusi Matahari di Jakarta mencakup luas area lebih dari 26.000 m². Kapasitas telah diperluas di 2013, melalui instalasi sistem konveyor baru. Pusat distribusi ini didukung oleh *hub* di Bandung, Surabaya, dan Medan, yang biasanya dioperasikan oleh perusahaan ekspediter dan transportasi, yang mendistribusikan barang ke gerai-gerai di daerah. Sejalan dengan strategi pertumbuhan kami, *hub* akan dibangun di

Distribution

The efficiency of Matahari's logistics operation is widely acknowledged, with some 180 consignment vendors using its services to transport their own merchandise, for which they pay a service fee. The net cost of the Company's logistics operations (after deducting third party service fees) was Rp 1.2 billion and Rp 1.8 billion in 2011 and 2012, respectively. Management believes this is relatively low, given the scale of the Company's operations, due largely to the service fees earned from the consignment vendors. In 2013, third party service fees received exceeded the costs of the logistics operation, earning the Company a profit of Rp. 4.9 billion.

We believe that the efficiency of our logistics operations, particularly in light of Indonesia's vast territory and challenging geography, would be difficult for smaller competitors or new entrants to replicate over the medium term, and is therefore a key competitive advantage for Matahari.

Matahari's central distribution centre in Jakarta covers an area of more than 26,000 square metres. Capacity was significantly expanded in 2013 with the installation of a new conveyor system. The distribution centre is backed up by regional hubs in Bandung, Surabaya and Medan, which are typically operated by forwarders and transportation companies, who distribute the merchandise to stores within each region. In line with our growth



TINJAUAN OPERASIONAL

Operational Overview

setiap daerah di masa mendatang. Seluruh barang DP kecuali kosmetik akan dijalankan melalui pusat distribusi Matahari.

Supply chain Matahari laksanakan berdasarkan sistem 'just in time'. Barang tidak disimpan di pusat distribusi; karena pusat distribusi melayani fasilitas *flow-through*, di mana pemasok mengantar barang secara rutin ke pusat, kemudian mendistribusikan secepatnya ke gerai-gerai. Hal ini dapat menekan biaya dan risiko persediaan serta memaksimalkan efisiensi dan fleksibilitas.

Sekitar 80% volume dari pusat distribusi diangkut melalui jalan darat ke Jawa, Sumatera dan Bali. Armada dari 27 truk dan minivan mengantarkan barang ke daerah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi), melayani total 38 gerai MDS per 31 Desember 2013. Pengantaran dilakukan selama enam hari dalam seminggu, setiap kendaraan melakukan satu hingga dua perjalanan per hari. Di masa ramai, pusat distribusi juga dapat menggunakan jasa transporter lainnya.

Transporter yang dikontrak juga digunakan untuk mengantar barang ke Jawa, Bali dan Sumatera. Pengantaran dilakukan tiga hingga enam kali per minggu, memakan waktu dua hingga sepuluh hari untuk mencapai tujuannya. Sejak 31 Desember 2013, para transporter melayani lebih dari 64 gerai Matahari.

Semua transporter yang dikontrak termasuk dalam daftar vendor yang telah disetujui, sehingga Perseroan tidak mengantisipasi isu-isu material dengan menggunakan jasa mereka.

Sisa 20% volume dari pusat distribusi diangkut dan dipindahkan melalui laut. Barang dikirim ke tujuan di bagian timur Indonesia, termasuk Sulawesi, Ambon dan Kalimantan, dan kepulauan Batam, melalui *freight forwarder* satu atau dua kali per minggu, membutuhkan waktu rata-rata 12 hingga 21 hari hingga tiba di tempat tujuan. Di 2013, Matahari menggunakan *freight forwarder* untuk pengiriman ke 23 gerai Matahari.

PEMASARAN

Iklan dan Promosi

Matahari mempromosikan gerai dan produknya melalui media *online* dan *offline*, termasuk televisi, radio, media cetak dan website Matahari. Matahari beriklan sepanjang tahun melalui *direct mail*, surat kabar, majalah, banner dan surat edaran. Selain *website*, Matahari juga hadir melalui akun *Facebook* dan *Twitter*, yang kini menjadi bagian yang penting dalam kegiatan promosi dan pemasaran kami. Kampanye pemasaran melalui SMS untuk menargetkan anggota kartu *loyalti* juga digunakan. Kampanye iklan Perseroan yang terus berubah dirancang tak hanya untuk menarik konsumen tapi juga untuk menekankan citra Matahari sebagai merek yang berasosiasi dengan mode, keragaman dan nilai.

Penekanan pada nilai tambah disampaikan melalui iklan Perseroan yang berfokus pada promosi. Penawaran promosi

strategy, hubs will be established in other regions in future. All DP goods with the exception of cosmetics, flow through the central distribution centre.

Matahari's supply chain is run on a 'just in time' basis. Goods are not stored at the distribution centre; instead, it serves as a 'flow-through' facility, with suppliers making regular deliveries to the centre, from where the goods are distributed immediately to the stores. This reduces costs and inventory risk while maximizing efficiency and flexibility.

Some 80% of the distribution centre's volume is transported over land to destinations in Java, Sumatera and Bali. A fleet of 27 trucks and minivans makes deliveries within the Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi) area, serving a total of 38 MDS stores as at December 31, 2013. Deliveries are made six days a week, with each vehicle making one to two trips a day. During peak seasons, the distribution centre may also use contract transporters.

Contract transporters are also used for deliveries to the rest of Java, Bali and Sumatera. Deliveries are made three to six times each week, taking two to ten days to reach their destinations. As of December 31, 2013, they were serving over 64 Matahari stores.

All contract transporters are on the approved vendor list and the Company do not anticipate any material issues with regard to the use of their services.

The remaining 20% of the distribution centre's volume is transported as sea freight. Goods are shipped to destinations in Eastern Indonesia, including Sulawesi, Ambon and Kalimantan, and the island of Batam, via freight forwarders once or twice each week, taking an average of 12 to 21 days to arrive. In 2013, Matahari used freight forwarders to convey shipments to 23 Matahari stores.

MARKETING

Advertising and Promotion

Matahari promotes its stores and product offerings through exposure in a mix of online and offline media, including television, radio, print media, social media and the Matahari website. Matahari advertises year-round through direct mail, newspapers, magazines, banners and handbills. As well as its website, Matahari has an online presence through its Facebook and Twitter accounts, and these are assuming growing importance in its promotional and marketing activities. SMS marketing campaigns targeting Matahari's loyalty card members are also used. The Company's continuously evolving advertising campaigns are designed not only to draw in customers but also to reinforce Matahari's image as a brand associated with fashion, variety and value.

The emphasis on value is conveyed through the Company's "promotions"-focused advertising. Daily promotion offers



harian dikombinasikan dengan diskon harian melalui produk *marked-down* dan *bonus buys* yang mana vendor konsinyasi sering berpartisipasi, selain juga kampanye iklan yang berkaitan dengan acara *sale* khusus. Kampanye iklan disesuaikan dengan musim. Mendekati perayaan besar seperti Lebaran, Natal dan Imlek, Matahari meningkatkan kegiatan pemasarannya melalui surat kabar dan katalog, *flyer* dan *banner*. Matahari juga mengambil peluang perubahan musim untuk menghabiskan inventori dari musim sebelumnya. Acara-acara *sale* rutin seperti hari ‘office fair’ dan ‘back to school’, juga pembukaan gerai baru dan ulang tahunan, juga menyediakan peluang untuk kegiatan pemasaran dan iklan yang lebih aktif.

Iklan Perseroan menampilkan nada ceria dan aspirasional, mencerminkan citra modern, gaya hidup keluarga menengah Indonesia, terutama melalui katalog dan *flyer* yang dicetak. Hal ini menekankan secara visual berbagai merek yang tersedia di gerai melalui penggunaan logo dan warna yang dikenal. Logo Matahari yang menarik juga ditampilkan di tas belanja, yang sering digunakan ulang. Manajemen percaya bahwa penekanan visual memainkan peran penting dalam mempromosikan merek Matahari. Kegiatan iklan dan promosi Perseroan di media dihubungkan ke iklan di dalam gerai melalui penggunaan tanda-tanda visual yang kuat dan konsisten dirancang untuk menarik konsumen untuk membeli produk Matahari.

Kegiatan promosi Perusahaan disesuaikan dengan kondisi, pasar dan acara setempat. Misalnya, promosi utama yang dibangun di sekitar pembukaan gerai Matahari baru, diadakan

are complemented by regular discount days with marked-down items and “bonus buys” in which consignment vendors frequently participate, as well as advertising campaigns to tie in with specific sales events. Advertising campaigns are also carefully adjusted on a seasonal basis. During the approach to major holidays such as Lebaran, Christmas and Chinese New Year, Matahari steps up its marketing activities through newspapers and catalogues, flyers and banners. Matahari also takes advantage of changing seasons to clear inventory from prior seasons. Regular brand sales events such as office fairs and ‘back to school’ days, as well as new store openings and anniversaries, also provide opportunities for more active marketing and advertising.

The Company’s advertising projects an upbeat, aspirational tone, reflecting the image of the modern, lifestyle-conscious middle-income Indonesian family, particularly through the catalogues and flyers it publishes. These visually reinforce the various brands carried in-store with prominent use of recognizable logos and identifying colours. Matahari’s eye-catching logo is also prominently displayed on the shopping bags, which are often re-used. The Management believes that this visual reinforcement has played a significant role in promoting the Matahari brand. The Company’s advertising and promotional activities in the media are linked to in-store advertising through the consistent use of strong visual cues designed to encourage customers to purchase Matahari’s merchandise.

The Company’s promotional activities are tailored to local conditions, markets and events. For example, major campaigns are built around each opening of a new Matahari store, tying

TINJAUAN OPERASIONAL

Operational Overview

bersamaan dengan promosi khusus dalam gerai tersebut. Terutama di kota-kota kecil, acara pembukaan toko sering diadakan atas koordinasi dengan pusat perbelanjaan atau pengembang mall, pejabat dan pemasok setempat. Biasanya, liputan yang didapat dari acara-acara dari media daerah dapat menjadi faktor utama untuk menarik konsumen. Di daerah di mana gerai Matahari memiliki kompetitor yang aktif, program promosi khusus dirancang untuk memastikan *visibility* yang tinggi bagi Matahari.

Untuk menekankan merek Matahari sebagai ritel mode-terdepan, Perseroan secara rutin mensponsori dan berpartisipasi dalam acara-acara fashion, termasuk Gadis Sampul, Jakarta Fashion Week 2014, Jakarta Kids Festival, dan Wajah Femina.

Visibility tinggi dari merek eksklusif Matahari melalui kegiatan pemasaran dan iklan Perseroan telah membantu mengkonsolidasi posisinya di kalangan merek populer Indonesia, dan meraih banyak penghargaan merek populer di 2013.

Total dana pemasaran Perseroan adalah Rp 130,9 miliar di 2013, mewakili 1,03% dari total penjualan barang dagangan selama tahun tersebut.

Pelayanan Konsumen

Perseroan berupaya untuk terus memperbaiki standar pelayanan konsumen agar dapat melampaui harapan konsumen, sehingga pengalaman belanja mereka menjadi sesuatu yang ingin mereka ulang. Sejumlah inisiatif telah diterapkan, termasuk *call centre* khusus untuk layanan konsumen, peningkatan waktu pelayanan di kasir, dan pelatihan tambahan bagi karyawan yang mencakup tak hanya pelayanan konsumen tapi juga kemampuan umum seperti bahasa Inggris dan rasa percaya diri.

Matahari bertujuan untuk memastikan kenyamanan konsumen melalui berbagai fasilitas seperti kamar kecil, ruang shalat, ruang duduk, parkir mobil dan layanan bungkus kado. Dari waktu ke waktu, acara khusus dan peragaan diadakan di gerai Matahari untuk meningkatkan pengalaman belanja dan memperagakan beberapa produk. Dengan jaringan nasional Perseroan, kami juga dapat menawarkan lebih banyak kemudahan, seperti pembayaran barang di satu gerai dan pengambilan di gerai lainnya. Sejalan dengan praktek industri ini di Indonesia, Perseroan tidak memiliki ketentuan pengembalian barang. Namun, konsumen dapat menukarkan produk dalam kurun waktu tujuh hari dari pembelian (misalnya barang rusak, atau pertukaran warna yang berbeda untuk produk yang sama).

Seluruh karyawan Matahari dan vendor konsinyasi dipastikan agar menggunakan seragam untuk memenuhi standar dan tampilan fisik. Vendor konsinyasi bertanggung jawab untuk memastikan agar setiap karyawannya memenuhi standar Perseroan dalam pelatihan dan presentasi.

them in with special in-store promotions. Particularly in smaller cities and towns, store opening events are often held in coordination with the shopping centre or mall developer, local officials and suppliers. The considerable local media coverage typically generated by such events can be a major factor in drawing in customers. In areas where a Matahari store has active competition, special promotional programs are designed to ensure that Matahari has greater visibility.

To reinforce Matahari's branding as a fashion-forward retailer, the Company regularly sponsors and participates in fashion events, including Gadis Sampul, Jakarta Fashion Week 2014, Jakarta Kids Festival, Wajah Femina.

The high visibility of Matahari's exclusive brands through the Company's marketing and advertising activities has helped to consolidate their position among Indonesia's top brands and garnered the Company numerous top brand awards in 2013.

The Company's total marketing expenses were Rp 130.9 billion for 2013, representing 1.03% of total merchandise Sales during the year.

Customer Service

The Company seeks continuous improvements in the standard of its customer service to ensure that it exceeds our customers' expectations and makes their shopping experience is the one they want to repeat. A number of initiatives have been implemented, including a dedicated customer care call centre, improved checkout times, and additional training for employees that covers not only customer service but more general competencies such as English language skills and self-confidence.

Matahari aims to ensure customers' comfort by providing various amenities such as restrooms, prayer rooms, seating areas, car parking facilities and gift wrapping services. From time to time, special events and demonstrations are held in Matahari's stores to enhance the shopping experience and showcase certain products. With the Company's nationwide network, it can also offer customers greater convenience, such as paying for an item in one store and arranging for collection in another. In line with industry practice in Indonesia, the Company does not have a returns policy. However, customers may exchange certain goods within seven days of purchase (e.g. damaged merchandise, or exchanges for different colours of the same product).

All Matahari store staff and consignment vendors' staff are required to wear uniforms and to meet certain standards of grooming and physical appearance. Consignment vendors are responsible for ensuring that each of their staff meet the Company's standards on training and presentation.



Untuk mengukur kinerja pelayanan konsumen, Matahari menggunakan jasa pihak ketiga untuk mengadakan ulasan dua kali setahun, yang mencakup layanan konsumen, barang, suasana gerai, kebersihan kamar kecil dan kategori lainnya, dan membandingkan Matahari dengan kompetitor di daerah tertentu. Perseroan juga menjadwalkan kunjungan evaluasi rutin oleh pengawas yang akan menilai pengalaman belanja secara keseluruhan. Halo Matahari, *call centre* layanan konsumen yang baru, menyediakan *channel* khusus bagi konsumen untuk memberikan masukan selain juga meminta informasi tentang produk, gerai, promosi atau *loyalty program* Matahari, dari *frontliner* terlatih.

MATAHARI CLUB CARD

Loyalty Program Matahari Club Card (MCC) merupakan program yang sangat sukses bagi Perseroan. Pertama dikenalkan di 2000, untuk memelihara hubungan jangka panjang dengan konsumen, diluncurkan kembali pada Juni 2011, dengan meningkatkan penghargaan dan manfaat serta *website* khusus. Selain kartu reguler (dimiliki oleh kebanyakan pemegang kartu MCC), MCC juga menawarkan kartu premium dan kartu *beauty*. Anggota MCC yang aktif telah mencapai lebih dari 2,6 juta per 31 Desember 2013, menjadikannya *loyalty program department store* yang terbesar di Indonesia dan masih terus tumbuh, menambahkan 550.000 anggota baru di 2013, lebih dari dua kali lipat dari 2012.

To measure performance on customer service, Matahari uses a third party service to conduct a semi-annual review that covers customer service, merchandise, store ambience, restroom cleanliness and several other categories, benchmarking Matahari against its competition in major area markets. The Company also schedules regular evaluation visits by supervisors, who assess the overall shopping experience. Halo Matahari, Matahari's new customer care call centre, provides a dedicated channel for customers to provide feedback as well as request information on products, stores, promotions or Matahari's loyalty programs from trained frontliners.

MATAHARI CLUB CARD

The Matahari Club Card (MCC) loyalty program has been a tremendous success for the Company. First introduced in 2000 to cultivate long-term relationships with customers, it was relaunched in June 2011 with upgraded rewards and benefits and a dedicated website. As well as the regular card (held by the majority of MCC cardholders), MCC also offers a premium card and a beauty card. MCC's active membership of over 2.6 million as at December 31, 2013 makes it the largest department store loyalty program in Indonesia and it is still growing, adding 550,000 new members in 2013, more than twice as many as in 2012.



Pemegang kartu MCC dapat menikmati serangkaian manfaat yang luas seperti poin *rewards*, kesempatan berbelanja eksklusif dan kerja sama dengan pihak ketiga termasuk diskon spesial di lebih dari 120 outlet hotel, F&B, dan hiburan. Pemegang kartu premium dan kartu beauty dikenakan biaya berlangganan untuk mendapatkan manfaat tambahan seperti 2% (dibandingkan dengan 1% bagi kartu reguler) potongan harga untuk pembelian melalui penukaran poin, diskon promosi, diskon spesial di lebih dari 70 outlet dan asuransi gratis kecelakaan pribadi. Calon anggota maupun anggota MCC dapat mengakses informasi program di gerai melalui website Matahari khusus dan melalui call centre layanan konsumen, Halo Matahari.

Anggota MCC memberikan kontribusi hampir 50% terhadap total penjualan kotor memiliki nilai transaksi rata-rata sekitar 80% lebih tinggi dari konsumen non-MCC.

Loyalty program MCC memberikan Perseroan akses ke pengetahuan berharga tentang kebiasaan belanja lebih dari 2,6 juta konsumennya yang paling setia. Dengan menggunakan data yang dikumpulkan melalui penggunaan kartu loyalti MCC, Perseroan dapat memantau pilihan produk dan kebiasaan berbelanja konsumen berdasarkan waktu maupun masing-masing gerai. Hal ini memudahkan untuk menargetkan program pemasaran Perseroan secara lebih akurat dan mengkomunikasikannya secara langsung dengan konsumen melalui SMS. Masih banyak lagi kesempatan untuk menggali informasi secara lebih strategis dengan program yang dapat membantu membuat keputusan lebih tajam tentang *merchandise mix* di setiap gerai, harga, peluang untuk gerai baru, tampilan gerai, dan strategi etalase dan program iklan dan promosi.

MCC cardholders enjoy a broad array of benefits such as reward points, exclusive shopping opportunities and third party tie-ins, including special discounts with over 120 hotel, F&B, and entertainment merchants. Holders of beauty and premium cards are charged a subscription fee in return for additional benefits, such as a 2% (as opposed to 1% for the regular card) effective rebate on purchases by way of redemption points, discount promotions, special discounts with over 70 merchants and free personal accident insurance. Potential and existing MCC members can access information about the program in stores, through a dedicated site on the Matahari website and via the Company's dedicated customer call centre, Halo Matahari.

MCC members contribute close to 50% of the Company's total Gross Sales and in 2013 had an average transaction value that was approximately 80% higher than that of non-MCC customers by basket size.

The MCC loyalty programme allows the Company access to valuable insights into the purchasing habits of over 2.6 million of its most loyal customers. Using data collected through the use of MCC loyalty cards, it can track merchandise preferences and purchasing habits on a time-specific and store-by-store basis. This enables it to target marketing programmes more accurately and communicate directly with customers via SMS. There is still considerable scope for mining even more strategic information through the program that will inform decisions on the merchandise mix in individual stores, pricing, new store opportunities, in-store merchandising and display strategies and advertising and promotional programmes.

TEKNOLOGI INFORMASI

Matahari terus berinvestasi dalam sistem IT untuk meningkatkan efisiensi dan keamanan operasi bisnisnya. Di 2010 dan 2011, Perseroan memindahkan sistem *software* intinya ke *hardware* khusus, dirumahkan di suatu pusat data yang dikelola oleh VisioNet. Sistem inti Perseroan terintegrasi sepenuhnya, membentuk *backbone* IT untuk menghindari kesalahan duplikasi dan meningkatkan kecepatan dan efektifitas operasional Perseroan secara keseluruhan. Hal ini termasuk:

Sistem Merchandising – Retek

Retek Merchandising System memantau inti dari proses ritel Perseroan, dari perencanaan produk hingga ke penyesuaian tagihan untuk pembayaran kepada pemasok. Retek System dintegrasikan dengan sistem pengelolaan keuangan Perseroan dan *warehouse management system* untuk memberikan data yang akurat dan konsisten di seluruh *platform* ini.

Sistem Akuntansi – Oracle Financial Accounting

Software pengelolaan akun ini memudahkan Perseroan untuk menghasilkan akun mendetil, dapat di-audit, dan disesuaikan dari berbagai macam sistem berbeda. Sistem ini menggabungkan mesin transformasi akuntansi dengan validasi yang luas ditambah gudang penyimpanan peraturan dan akuntansi, yang memungkinkan kontrol terpusat dan audit terperinci, untuk mendukung berbagai kebutuhan laporan manajemen dan korporasi.

Sistem Distribusi Pusat – Manhattan

Manhattan Warehouse Management System memungkinkan Perseroan untuk mengelola proses manajemen persediaan dan pemesanan ulang di pusat distribusi, secara akurat dan efisien.

Beberapa proyek perbaikan dilaksanakan di 2013, untuk mendukung pertumbuhan jaringan gerai dan meningkatnya kompleksitas bisnis. Hal ini termasuk simplifikasi infrastruktur EDC untuk meningkatkan kecepatan dan akurasi dari transaksi, terutama karena meningkatnya jumlah konsumen pengguna kartu kredit; sistem pendukung *call centre* Halo Matahari yang baru, dirancang untuk meningkatkan efisiensi dalam menanggapi permintaan konsumen dan menangani keluhan; meningkatkan intranet Perseroan, yang menyediakan media untuk berkomunikasi antar karyawan di seluruh Indonesia. Perbaikan juga dilakukan pada Workflow Management System untuk menghasilkan biaya yang lebih efisien dan mempercepat waktu resolusi, dan pada Infrastructure Monitoring System, yang mengawasi arsitektur dan sistem di seluruh jaringan pendukung bisnis.

Pusat Pemulihan Bencana

Pusat pemulihan bencana Perseroan, yang dikelola oleh penyedia pihak ketiga, menyimpan duplikasi *set-up* dari seluruh perangkat lunak dan keras Perseroan, dan dapat berfungsi penuh sebagai unit sendiri. Jika gangguan signifikan terjadi pada pusat data utama, pengoperasian dapat dialihkan ke pusat pemulihan bencana secara mulus dengan gangguan yang minimal. Kerentanan Indonesia terhadap bencana alam seperti

INFORMATION TECHNOLOGY

Matahari continues to invest in its systems capabilities to improve the efficiency and security of its business operations. In 2010 and 2011, the Company transferred its core software systems on to its own dedicated hardware, which is housed in a data centre managed by VisioNet. The Company's core systems are fully integrated, forming an IT backbone that avoids duplication errors and improves the overall speed and effectiveness of the Company's operations. They include the following:

Merchandising System – Retek

The Retek Merchandising System monitors the Company's core retail processes, from merchandise planning to invoice matching for suppliers' payments. The Retek System is integrated with both the Company's financial and warehouse management systems to provide consistent, accurate data across all these platforms.

Accounting system – Oracle Financial Accounting

This account management software allows the Company to generate detailed, auditable, reconcilable accounts from a variety of source systems. It incorporates an accounting transformation engine with extensive validations plus accounting and rules repositories, which enable centralised control and detailed audit trails and support various corporate, management and reporting requirements.

Distribution centre system – Manhattan

The Manhattan Warehouse Management System allows the Company to manage inventory management and re-ordering processes in its distribution centre accurately and efficiently.

Several improvement projects were undertaken in 2013 to support the growing store network, and the increasing complexity of the business. These included a simplification of the EDC infrastructure to improve the speed and accuracy of transactions, particularly for the growing number of our customers who use credit cards; systems to support the new Halo Matahari call centre, designed to improve efficiency in responding to customer requests and resolving complaints; enhancing the Company intranet, which provides a medium for communication for all employees throughout Indonesia. Improvements were also made to the Workflow Management system to deliver greater cost efficiency and speed up issue resolution times, and to the Infrastructure Monitoring System, which oversees the business support architecture and systems across the entire network.

Disaster Recovery Centre

The Company's disaster recovery centre, which is managed by a third party provider, houses a duplicate set-up of all of the Company's hardware and software and is fully functional on a standalone basis. In the event of any significant disruption to the main data centre, operations can be seamlessly switched to the disaster recovery centre with minimal delay and disruption. Given Indonesia's vulnerability to natural phenomena such as

TINJAUAN FUNGSIONAL

Functional Overview

gempa bumi, banjir dan kegiatan gunung merapi, menjadikan pusat pemulihan bencana ini sebagai bagian penting dari strategi Perseroan untuk mengelola risiko demi kelangsungan bisnis.

Sumber Daya Manusia

Sebagai perusahaan jasa, Matahari menyadari pentingnya sumber daya manusia terhadap kesuksesan bisnis. Dengan pesatnya perkembangan jaringan gerai, sangat penting bagi Perseroan untuk dapat menarik dan mempertahankan karyawan yang memadai di setiap daerah dan bagian bisnis. Untuk memenuhi tantangan ini, Perusahaan secara konsisten berupaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya, serta memastikan bahwa Matahari memberikan suasana kerja yang menarik dan kompetitif.

Hingga kini, inisiatif yang diambil di 2013 untuk memperkuat program pelatihan Perseroan, berfokus pada pembangunan budaya yang berorientasi kepada konsumen, dan untuk membangun program suksesi yang kuat. Pada saat yang bersamaan, Perseroan terus berinvestasi untuk menjaga hubungan kerja yang tanggap dan kooperatif dengan karyawannya melalui dukungan aktif bagi asosiasi karyawan Matahari, forum koperasi dan biparti. Kegiatan ini membantu untuk menanamkan budaya integritas dan hormat: nilai penting bagi seluruh kegiatan Matahari dan diekspresikan melalui Kode Etik perusahaan, yang diperbarui oleh setiap anggota Perseroan melalui komitmen setidaknya sekali dalam setahun.

earthquakes, floods and volcanic eruptions, the disaster recovery centre is an important part of the Company's strategy for managing risks to the continuity of the business.

Human Resources

As a service company, Matahari recognises that its people are critical to the success of the business. With a rapidly expanding store network, it is vital that the Company can attract and retain sufficient staff accross all areas and levels of the business. To meet this challenge, the Company consistently seeks to improve the quality of its people and to ensure that Matahari offers an attractive and competitive working environment.

To this end, additional initiatives were undertaken in 2013 to strengthen the Company's training programs, the focus on building a customer-oriented culture, and building a strong succession pipeline. At the same time, the Company continued to invest in maintaining a responsive and mutually cooperative relationship with employees through its active support for Matahari's employee associations, cooperatives and bipartite forums. These actions help to enhance a culture of integrity and respects values which are at the core of all Matahari's operations and embedded in the Company's corporate Code of Conduct, to which every member of the Company renews his or her commitment at least once a year.



Susunan Karyawan

Hingga 31 Desember 2013, Matahari memperkerjakan 13.654 karyawan, dimana 12.890 diantaranya adalah karyawan gerai dan 764 adalah eksekutif, manajer senior dan staf kantor pusat. Jumlah karyawan meningkat dari 12.702 orang di 2012, mencerminkan penambahan karyawan yang dibutuhkan untuk mendukung pertumbuhan jumlah gerai. Tingkat *turnover* terus turun, dari rata-rata 6,16% di 2012 ke 5,32% di 2013. Manajemen percaya bahwa ini merupakan indikator positif dari kepuasan dan motivasi kerja. Tabel di bawah ini menunjukkan rincian dari karyawan Matahari dari posisi kerja, pendidikan, fungsi dan lokasi geografis.

Staffing

As at December 31, 2013, Matahari employed 13,654 employees, of which 12,890 were store personnel and 764 were executives, senior managers and head office staff. The size of the workforces increased from 12,702 people in 2012, reflecting the additional personnel needed to support the growth in store numbers. Staff turnover has continued to fall, from an average 6.16% in 2012 to 5.32% in 2013. Management believes that this is a positive indicator of job satisfaction and motivation. The following tables show the breakdown of Matahari's employees by job position, education, function and geographical location.

Pengelompokan Karyawan Berdasarkan Jabatan / Employee Classification by Grade

Keterangan	2013	2012	Description
Direktur	9	10	Director
General Manager	43	43	General Manager
Senior Manager	240	211	Senior Manager
Manager	409	390	Manager
Supervisor	1,466	1,352	Supervisor
Staf	11,487	10,696	Staff
Jumlah	13,654	12,702	Total

Note: Data sudah dikurangi karyawan seasonal sebanyak 478 orang

Data as at : 31 Desember 2013

Pengelompokan Karyawan Berdasarkan Pendidikan / Employee Classification by Educational

Keterangan	2013	2012	Description
S2	17	33	S2
S1	1,348	1,278	S1
D3	172	153	D3
D2	7	9	D2
D1	53	56	D1
SMA	12,016	11,152	SMA
SMP	41	21	SMP
Jumlah	13,654	12,702	Total

Data as at : 31 Desember 2013

TINJAUAN FUNGSIONAL

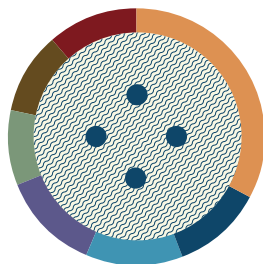
Functional Overview

Pengelompokan Karyawan Berdasarkan Usia / Employee Classification by Age

Keterangan	2013	2012	Description
<25	8,228	7,469	<25
26-30	1,014	803	26-30
31-35	903	1,019	31-35
36-40	1,352	1,950	36-40
40-45	1,554	977	40-45
>45	603	484	>45
Jumlah	13,654	12,702	Total

Data as at : 31 Desember 2013

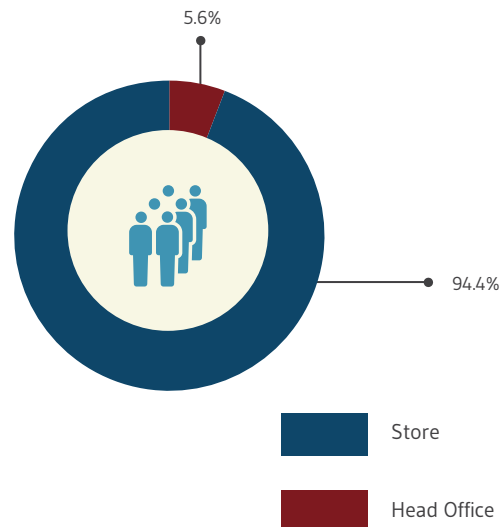
Rincian Karyawan di Tahun 2013 Berdasarkan Geografi /
2013 Employee Breakdown by Geography



Regional	Jumlah	Region
Jakarta	4,503	Greater Jakarta (incl. HQ)
Jawa Barat	1,542	West Java
Jawa Tengah	1,673	Central Java
Jawa Timur	1,718	East Java
Kalimantan	1,268	Kalimantan
Sumatera	1,414	Sumatera
Indonesia Timur	1,536	East Indonesia
Jumlah	13,654	Total

Data as at : 31 Desember 2013

Rincian Karyawan di Tahun 2013 Berdasarkan Fungsi /
2013 Employee Breakdown by Function



Data as at : 31 Desember 2013

Sebanyak 37.283 staf konsinyasi bekerja di seluruh jaringan gerai Matahari di 2013. Mereka adalah karyawan yang dipekerjakan oleh vendor konsinyasi khusus menjual barang konsinyasi di gerai kami. Staf konsinyasi mengenakan seragam Matahari (dibiayai oleh perusahaan mereka) dan menghadiri program pelatihan Matahari untuk memastikan bahwa mereka memenuhi standar pelayanan dan peraturan Matahari.

Berbagai faktor menentukan jumlah staf penjualan yang dipekerjakan oleh Perusahaan dan oleh vendor konsinyasi di setiap gerai, atau di setiap waktu, tergantung hampir sepenuhnya pada luas gerai dan penjualan kotor. Secara umum, semakin luas gerai, semakin banyak karyawan penjualan yang dibutuhkan per meter persegi; semakin tinggi penjualan juga biasanya menyebabkan kebutuhan karyawan yang

A total of 37,283 consignment staff were working across Matahari's store network in 2013. These are personnel employed by consignment vendors specifically to sell consignment goods in our stores. Consignment staff wear Matahari uniforms (paid for by their employers) and attend Matahari's training programs to ensure that they comply with Matahari's service standards and regulations.

Various factors determine the number of sales staff employed by the Company and by consignment vendors at any particular store or at any one time. Primarily this is related to the store's retail selling space and gross sales. As a general rule, the larger the store, the more sales staff are required per square metre; higher gross sales also usually lead to a higher staffing requirement. The Company monitors employee sales

lebih banyak. Perusahaan memantau produktifitas penjualan karyawan dan tingkat pelayanan di setiap gerai agar dapat mengoptimalkan tingkat pelayanan dan produktivitas.

Di masa perayaan (seperti Lebaran, Imlek dan Natal, dan masa 'back to school' setelah liburan sekolah), dan berbagai waktu di sepanjang tahun, karyawan kontrak dapat dipekerjakan di gerai Matahari.

Pelatihan dan Suksesi Karyawan

Pelatihan dan pengembangan di Matahari ditujukan untuk membangun kompetensi yang relevan bagi karyawan, membekali mereka untuk dapat memenuhi potensi mereka dan memenuhi tanggung jawab mereka secara efektif. Program pelatihan di Matahari juga dirancang untuk membangun budaya yang berorientasi kepada konsumen Matahari. Kebanyakan dari pelatihan tersebut dilakukan secara internal, walaupun terdapat pula *vendor* dari luar, terutama program untuk staf manajerial, keuangan dan IT. Untuk pramuniaga gerai yang memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi konsumen, pelatihan berfokus pada pengembangan kemampuan pelayanan konsumen dan pembangunan rasa percaya diri dan motivasi diri. Pelatihan untuk pengawas termasuk menganalisa kebutuhan gerai dan kompetisi kerja spesifik lainnya, sedangkan pelatihan untuk Manajer mencakup kualitas profesional seperti kemampuan berinteraksi, mengelola diri dan berpikir secara kreatif. Perseroan juga menyediakan berbagai program pelatihan umum termasuk induksi tentang ketentuan dan prosedur Perseroan bagi karyawan, program "train the trainers", dan kursus Bahasa Inggris. Dengan pertumbuhan jaringan gerai Perseroan, manajer toko baru, asisten manajer, pengawas dan koordinator di gerai, diciptakan setiap tahunnya. Untuk membekali kandidat dengan peran ini, Perseroan menawarkan pelatihan kepemimpinan. Staf gerai yang dipekerjakan oleh *vendor* konsinyasi mengenakan seragam yang sama dengan staf Matahari dan karena itu, mereka juga memainkan peran penting dalam memproyeksikan citra Perseroan ke konsumen. Mereka diharuskan untuk menjalani pelatihan Perseroan untuk memastikan bahwa mereka memenuhi standar kualitas pelayanan Perseroan yang tinggi.

Total pengeluaran Matahari untuk pelatihan dan pengembangan karyawan di 2012 dan 2013, bernilai Rp 2,2 miliar dan Rp 2,4 miliar, secara berurutan.

Untuk mendukung strategi pertumbuhannya, Perseroan berupaya untuk mempertahankan talenta terbaiknya melalui jalur pengembangan karir yang menjanjikan bagi mereka yang berbakat di manajemen. Secara berkala, karyawan menjalani program testing dan pelatihan untuk mengidentifikasi pemimpin masa depan. Kandidat terbaik akan ditempatkan di program pengembangan yang mempersiapkan mereka untuk di posisi manajemen menengah dan senior. Kebanyakan dari mereka yang berada di posisi manajemen telah dipromosikan secara internal. Program ini juga telah diterapkan di jaringan gerai, di mana hampir seluruh manajer di gerai baru adalah mereka yang memiliki pengalaman mengelola gerai Matahari yang telah ada.

productivity and service levels in each store in order to optimise service levels and productivity.

During peak periods (such as Lebaran, Chinese New Year and Christmas and during the 'back to school' period following school holidays), and at various other times throughout the year, temporary staff may be employed in Matahari stores.

Employee Training and Succession

Training and development at Matahari is aimed at building relevant employee competencies, equipping them to fulfill their potential and perform their responsibilities effectively. Our training programs are also designed to build Matahari's customer-oriented corporate culture. Much of the training is done in-house, while external vendors are also used, particularly for programs for managerial, finance and IT staff. For in-store sales staff, who play a critical role in creating a positive shopping experience for customers, training focuses on developing customer service skills and building self-confidence and self-motivation. Supervisor training includes analysing store needs and other job-specific competencies, while training for Managers covers professional qualities such as interpersonal skills, self-management and creative thinking. The Company also provides various general training programs including induction for new employees on the Company's policies and procedures, "train the trainers" programmes, and English courses. With the Company's growing store network, several store manager, assistant store manager, supervisor and coordinator positions are created each year. To equip candidates for these roles, the Company offers leadership training. Store-based staff hired by consignment vendors wear the same uniform as Matahari staff and as such, they also play a role in projecting the Company's image to customers. They are therefore required to undergo the Company's training to ensure that they meet the Company's high standards of service quality.

Matahari's total expenditure on training and development for employees in 2012 and 2013 amounted to Rp 2.2 billion and Rp 2.4 billion, respectively.

To support its growth strategy, the Company seeks to retain the best talent by ensuring a rewarding career development path for those with management potential. Employees periodically undergo testing and training programmes that seek to identify such future leaders. The very best of these candidates are placed on development programs to prepare them for positions in middle and senior management. The majority of those currently in management positions have been promoted internally. This continuity is similarly applied in our growing store network, where almost all the managers of new stores are those with prior experience of managing existing Matahari stores.

TINJAUAN FUNGSIONAL

Functional Overview

Kegiatan Training Internal 2013

Program-Program Internal Untuk Pelatihan dan Pengembangan Karyawan Employee's Internal Training and Development Programs

General Training		
Induction Training	Pelatihan bagi karyawan baru untuk mengetahui peraturan perusahaan serta sistem kerja.	Training program for new employees on the Company's policies and procedures.
Positive Thinking & Motivation Building	Memahami cara berpikir positif.	Training program to improve employee's ability to think positively.
Retail Challenge	Memahami pola pikir bisnis dan mengelola bisnis retail bagi seorang Store Manager.	Training to understand business mindset and manage retail business for Store Manager.
Business & Communication Effectiveness	Memahami pola pikir bisnis, memahami perannya dalam proses bisnis dan mampu menjalankan perannya dengan sebagai VM dengan komunikasi yang efektif.	Training to understand business mindset, to know manager's roles in business process and to do VM activities with communication effectiveness.
Coordinator Development		
Leadership	Pelatihan untuk menumbuhkan sifat kepemimpinan.	Training for developing leadership behaviour.
Self Management	Peserta mampu mengelola diri sendiri, membangun motivasi sebagai seorang pemimpin dan membuat prioritas dalam melakukan tugas sehari-hari.	Perform self management, build self motivation to become a leader and make priority in daily activities.
Supervisor Competencies Development		
HR Supervisor Development	Pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan fungsi HR Supervisor.	Training HR Supervisor to improve their ability and skills relating to MDS standards.
Emotional Intelligence for Supervisor	Memahami hakekat kecerdasan emosi.	Training program to understand the emotional intelligence.
Coaching	Memahami proses coaching dan bagaimana mengimplementasikannya melalui proses ACT (Assess - Conduct - Track)	Training to understand and practice the coaching process correctly through ACT (Assess - Conduct - Track) process
Manager Competencies Development		
Business Performance Analysis	Pelatihan untuk mengasah kemampuan jajaran manager untuk memahami peran dan tanggung jawabnya dalam meningkatkan kinerja.	Training to improve Managers' skills and understanding of their roles and responsibilities.
Develop Others for Assistant Store Manager	Memahami cara melakukan <i>coaching</i> terhadap bawahan.	Training for improve ability to coach the subordinates.
Emotional Intelligence for Managers	Memahami hakekat kecerdasan emosi.	Training program to understand the emotional intelligence.
Relationship Management	Pelatihan untuk masing-masing individu untuk dapat meningkatkan kualitas interaksi interpersonal.	Interpersonal skills training.
Career Development Program (CDP)		
CDP: - Coordinator - Supervisor - Assistant Store Manager - Store Manager	Pelatihan yang didesain untuk mengembangkan karyawan unggulan untuk menjadi kader pemimpin di masa mendatang. Diadakan untuk setiap tingkat jabatan di divisi Store Operations.	Leadership training for succession planning. Carried out for all positions in the Store Operations division.

Periode: Jan - Des 2013

Program-Program Eksternal Untuk Pelatihan dan Pengembangan Karyawan
Employees' External Training and Development Programs

No	Training Vendor	Training Modul
1	Clariden	Effective Tax Risk Management
2	HM Latjuba	Owner Estimate
3	Shifthink	MBTi
4	Mercer	3P Pay for Person
5	HRD Club	Pel Manajemen bagi para profesional SDM Pemula
6	Proaktif	Cara Cerdas Menulis Artikel
7	Asprinet	Kaizen Maintenance
8	Value Consult	Basic Supervisory Skill
9	Proaktif	Effective Problem Solving
10	Dunamis	The 5 choices Extraordinary Productivity
11	Frontier	Measuring Customer Satisfaction & Loyalty
12	Dunamis	Leadership
13	LEAD	Creative Visual Merchandising
14	FGD Expo	Bagaimana memberdayakan platform digital untuk bisnis retail?
15	FGD Expo	Workshop VM
16	Towers Watson	PSAK 24 & IAS 19 - Accounting for Employee Benefits in Indonesia Seminar
17	Prasetiya Mulya	Strategic Business Analysis
18	Dunamis	Strategic Business Analysis

Kepuasan dan Kesetiaan Karyawan

Manajemen percaya bahwa karyawan yang merasa terpenuhi dan puas dengan pekerjaan dan kondisi kerja mereka akan lebih merasa berdaya dan termotivasi untuk melakukan yang terbaik sebatas kemampuan mereka untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik, yang akhirnya akan memperkuat posisi kompetitif Matahari di pasar. Bagian Sumber Daya Manusia mengukur tingkat keterlibatan karyawan melalui survei dua kali dalam setahun, di mana area dengan nilai rendah akan menjadi fokus perbaikan di masa yang akan datang. Bagian ini juga mencari masukan tentang kinerjanya sendiri melalui survei rutin dari bagian lainnya.

Employee Satisfaction and Retention

Management believes that employees who feel fulfilled and satisfied with their work and employment conditions will be more empowered and motivated to perform to the best of their abilities and deliver better quality service, which will ultimately strengthen Matahari's competitive position in the marketplace. The Human Resources Department gauges the level of employee engagement through twice yearly surveys, with low-scoring areas influencing subsequent improvement efforts. The Department also seeks feedback on its own performance through regular surveys of the other departments.

TINJAUAN FUNGSIONAL

Functional Overview

Ukuran ini adalah bagian dari strategi yang dirancang untuk memastikan bahwa Matahari dapat terus merekrut dan mempertahankan karyawan berkualitas tinggi di setiap jajaran di organisasi. Secara rutin Perseroan meninjau gaji dan benefit, membandingkannya dengan perusahaan lainnya untuk memastikan bahwa paket yang Perseroan tawarkan kompetitif. Manajemen percaya bahwa hal ini telah menyumbangkan ke tingkat *turnover* karyawan yang rendah bagi Perusahaan, selain faktor lainnya, termasuk prospek pengembangan karir yang menarik dan suasana kebersamaan dibangun baik di dalam maupun di luar suasana gerai oleh Asosiasi Karyawan Matahari dan koperasi.

Setelah melihat hasil dari tinjauan suasana dan kondisi kerja bagi karyawan gerai, Bagian Sumber Daya Manusia memprakarsai program '5 R' untuk mendorong perbaikan dan perubahan dalam pengelolaan gerai, terutama pada kondisi *backroom*. Bagian dari program, kampanye kebersihan diluncurkan di 2013 untuk memotivasi setiap gerai untuk memperbaiki kondisi, kebersihan dan penampilan ruang di mana karyawan menghabiskan waktunya saat mereka istirahat. Kombinasi dari pelatihan internal, lokakarya dan penghargaan melalui kompetisi bersahabat untuk mencari manajer gerai terbaik untuk pengelolaan gerai di tingkat daerah dan nasional, telah mengubah pola pikir dan menanamkan rasa bangga akan tempat kerjanya, membantu untuk menanamkan budaya pengelolaan yang baik, di ruang gerai juga di kantor pendukung gerai.

Manajemen Prestasi

Setiap departemen di Perusahaan memiliki *Key Performance Indicators* (KPI) terperinci yang mencakup target spesifik, kualitas dan kompetensi. Perusahaan secara rutin menilai kinerja seluruh karyawan terhadap indikator ini. Evaluasi kinerja dilakukan setiap semester atau dua kali dalam setahun dan termasuk ukuran kinerja karyawan secara kuantitatif refleksikan ke KPI target penjualan, di mana penilaian kompetensi mengevaluasi kompetensi seorang karyawan dan mengidentifikasi perbaikan yang dibutuhkan. HRD menggunakan hasil evaluasi kinerja dan penilaian kompetensi ini untuk menganjurkan program pelatihan, memastikan bahwa karyawan ditempatkan di posisi yang sesuai dan mengidentifikasi karyawan berpotensi yang dapat dipersiapkan untuk posisi pemimpin dengan tanggung jawab lebih besar di Perusahaan.

Kenaikan gaji dan bonus karyawan juga dikaitkan dengan kinerja. Lebih dari itu, Matahari telah memprakarsai beberapa program penghargaan dan pengakuan yang memberikan kedekatan pribadi terhadap hubungan perusahaan-karyawan, melalui ungkapan selamat, penghargaan untuk masa kerja dan ucapan ulang tahun, selain ucapan belasungkawa dan hal lainnya di waktu-waktu yang tepat.

These measures are part of a strategy designed to ensure that Matahari can continue to recruit and retain high quality people at all levels of the organisation. The Company regularly review salaries and benefits, benchmarking them against those of peer companies to ensure that the Company offer a competitive package. Management believes that this has contributed to the Company's very low rate of staff turnover, alongside other factors, including exciting career development prospects and the sense of community that is fostered both in and outside the store environment by the Matahari Employees' Association and cooperatives.

Following a review of the working environment and conditions for store employees, the Human Resource Department initiated the '5 R' program to drive improvements and change attitudes to store housekeeping, focusing particularly on backroom conditions. As part of the program, a cleanliness campaign was launched in 2013 to motivate each store to improve the condition, cleanliness and appearance of the spaces where employees go during break and when 'off duty'. A combination of internal training, workshops and rewards, through a friendly competition to find the best store manager for housekeeping at regional and national level, has change employees' mindsets and instilled a sense of pride in their workplace, helping to embed good store housekeeping as a culture, on the shop floor as well as behind the scenes.

Performance Management

Each department in the Company has a set of detailed Key Performance Indicators (KPIs) that may cover specific targets, qualities and competencies. The Company regularly assesses the performance of all employees against these indicators. Performance appraisals are evaluated every semester or twice a year and include a quantitative measurement of an employee's performance with reference to KPIs as sales targets, whereas competency assessments evaluate a particular employee's competencies and identify where improvement is needed. The HR Department uses the results of such performance appraisals and competency assessments to inform training programs, ensure that employees are placed in appropriate positions and identify outstanding employees who can be prepared for positions of greater responsibility and leadership in the Company.

Employee bonuses and salary increments are also tied to job performance. In addition, Matahari has initiated a number of recognition and reward programs that give a more personal touch to corporate-employee relations, through congratulatory notes, service year rewards and birthday greetings, as well as condolence cards and notices at appropriate times.

Hubungan Karyawan

Secara hukum, seluruh karyawan Perseroan berhak untuk mendapatkan manfaat yang dibayarkan melalui Jamsostek (Jaminan Sosial Tenaga Kerja), program keamanan sosial bagi pekerja di sector formal. Karyawan berkontribusi sebesar 5,7% dari pendapatan kotornya ke program tersebut, yang mana 2% dibayarkan oleh karyawan dan 3,7% langsung dari Perseroan. Selain kontribusi ini, Perseroan juga harus memberikan pembayaran jasa dan pemutusan kerja kepada karyawan saat mencapai usia pensiun pada 55 tahun.

Matahari menawarkan bonus dan serangkaian insentif yang dirancang untuk meningkatkan kepuasan karyawan dan meningkatkan loyalitas karyawan. Insentif ini termasuk program kepemilikan kendaraan (sesuai dengan tingkatan mereka), jaminan kesehatan, asuransi jiwa dan cuti hamil.

Hubungan Matahari dengan karyawannya dilandasi tiga pilar: forum bipartit (Lembaga Kerja Sama, LKS); Ikatan Karyawan Matahari (IKM); dan Koperasi Matahari. Setiap institusi ini hadir di gerai Matahari, di kantor pusat dan pusat distribusi untuk memfasilitasi komunikasi dan hubungan baik antara Perseroan dan karyawan.

Forum bipartit yang independen atau badan kooperasi, yang dikenal sebagai LKS, pertama kali dibentuk oleh Matahari pada tahun 2002, sesuai ketentuan ketenagakerjaan Indonesia untuk seluruh perusahaan yang memperkerjakan 50 orang atau lebih. Meskipun Matahari tidak memiliki serikat, permasalahan di tempat kerja dapat dimediasi melalui LKS tanpa pihak ketiga atau keterlibatan serikat. LKS terdiri dari minimum tiga perwakilan karyawan dan tiga perwakilan Manajemen. Kasus yang tidak dapat diselesaikan melalui LKS dibawa ke Departemen Ketenagakerjaan Indonesia untuk ditinjau dan diselesaikan. Sejak forum bipartit dikembangkan, Matahari tak pernah mengalami gangguan ketenagakerjaan yang signifikan, dan sebelumnya tak pernah mengalami gangguan ketenagakerjaan yang signifikan selama bertahun-tahun.

IKM didirikan pada tahun 2003 untuk membina hubungan yang kondusif bagi seluruh karyawan Matahari. IKM mengorganisir kegiatan olah raga, agama, sosial dan lainnya untuk karyawan, dimana semuanya merupakan anggota IKM.

Setiap gerai memiliki Koperasi Matahari, suatu badan yang dibentuk dan dikelola oleh karyawan tanpa dukungan dari Perseroan. Selain membantu karyawan untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari dengan pinjaman darurat, dukungan kesejahteraan dsb, koperasi ini juga menyediakan pelatihan pengelolaan usaha kecil dan keuangan bagi karyawan.

Employee Relations

By law, all the Company's employees are entitled to pension benefits paid out through Jamsostek (Jaminan Sosial Tenaga Kerja), the social security program for people in formal work. Employees contribute 5.7% of their gross salary to the program, of which 2% is paid by the employee and 3.7% directly by the employer. Other than this contribution by law, the Company also give severance & service payments to its employees when they reach pension age at 55.

Matahari offers bonuses and a range of other incentives designed to improve employee satisfaction and increase retention. These incentives include a car ownership programme (in accordance with the employee's grade level), healthcare, life insurance and maternity leave.

Matahari's relationship with its employees is based upon three pillars: the bipartite forum (LKS); Ikatan Karyawan Matahari, IKM (the Matahari Employees' Association); and the Matahari Cooperative. Each of these three institutions is present in Matahari's stores as well as our head office and distribution centre in order to facilitate communication and good relations between the Company and the employees.

An independent bipartite forum or cooperation body, known as the Lembaga Kerjasama or 'LKS', was first established by Matahari in 2002, as required by Indonesian labour regulations for all companies employing 50 or more people. Although Matahari has no union, local workplace issues can be mediated through the LKS without third party or union involvement. The LKS comprises a minimum of three employee representatives and three Management representatives. Any case that cannot be resolved through the LKS is forwarded to Indonesia's Manpower Department for review and settlement. Since developing the bipartite forum, Matahari has not experienced any significant labour disturbances, and prior to that had not experienced a significant labour disturbance for several years.

The Matahari Employees' Association (Ikatan Karyawan Matahari or 'IKM') was founded in 2003 to foster conducive relations between all Matahari's employees. IKM organises sporting, religious, social, and other events for the employees, all of whom are automatically members of IKM.

Each store has a Matahari Cooperative, a body founded and managed by employees with support from the Company. As well as helping to meet the day-to-day needs of employees with emergency loans, welfare support etc., the Cooperative also provides small enterprise and financial management training for employees.

ANALISA DAN
PEMBAHASAN
MANAJEMEN

*Management
Discussion & Analysis*



KINERJA KEUANGAN

Financial Review

SEKILAS MATAHARI

Matahari merupakan operator *department store* terbesar di Indonesia berdasarkan nilai penjualan ritel dengan pangsa pasar 32,8% di sektor ritel *department store* pada tahun 2012 (sumber: Euromonitor, April 2013). Matahari memiliki jaringan *department store* terluas di Indonesia, dengan 125 gerai yang mencakup ruang gerai dengan luas total sekitar 807.663 meter persegi di 61 kota di seluruh Indonesia sampai dengan 31 Desember 2013. Luas setiap gerai Matahari umumnya berkisar antara 5.000 hingga 9.000 meter persegi. Dengan lebih dari 2,6 juta anggota aktif hingga pada tanggal 31 Desember 2013, Matahari menjadi salah satu pemegang *loyalty program* terbesar di negeri ini, yaitu Matahari Club Card atau MCC.

Strategi Matahari adalah memberikan nilai yang baik bagi pelanggan, dengan menawarkan pilihan produk *fashion* yang sangat beragam dan berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau, ditata dalam lingkungan gerai yang menarik dan modern dengan berfokus pada layanan pelanggan. Segmen demografis yang menjadi target Matahari adalah segmen konsumen berpenghasilan menengah yang besar dan terus bertumbuh di Indonesia. Manajemen meyakini bahwa pilihan produk yang sangat beragam di gerai Matahari mampu menarik minat setiap anggota keluarga kalangan menengah Indonesia. Matahari menawarkan beraneka ragam produk ritel dan produk konsinyasi dengan kategori produk meliputi busana pria, wanita dan anak-anak, sepatu, peralatan rumah tangga, kosmetik dan aksesoris.

Matahari menetapkan komposisi antara produk ritel dengan produk konsinyasi di setiap gerai yang disesuaikan dengan target pasar lokal gerai tersebut dan penilaian untuk harga yang sesuai untuk pasar tersebut. Pendapatan Matahari didapat dari (i) margin konsinyasi dari penjualan produk konsinyasi (*CV sales*) dan (ii) penjualan ritel (*DP sales*). Pada tahun 2013, sebesar 68% dari nilai Penjualan Barang Dagangan Perseroan merupakan hasil dari penjualan produk konsinyasi dan 32% adalah hasil penjualan ritel. Karena *vendor* konsinyasi mengelola sendiri persediaan mereka (memiliki persediaan produk sampai saat penjualan) dan menanggung biaya-biaya pembelian, penggajian, modal kerja, distribusi, pergudangan dan biaya lainnya, kontribusi margin efektif bagi Matahari untuk produk konsinyasi dan produk ritel relatif sama.

Matahari membuka 13 gerai baru di tahun 2012 dan 9 gerai baru di tahun 2013. Manajemen meyakini bahwa pasar *department store* Indonesia masih belum terlayani dengan baik, terutama mengingat ukuran dan laju pertumbuhan segmen

OVERVIEW OF MATAHARI

Matahari is Indonesia's largest department store operator by retail value sales with a market share of 32.8% of the department store retail sector in 2012 (source: Euromonitor, April 2013). Matahari has the most extensive department store network in Indonesia, with 125 stores covering a total store space of approximately 807,663 square metres in 61 cities across Indonesia as at 31 December 2013. Matahari stores typically range from 5,000 to 9,000 square metres in size. With over 2.6 million active members as at 31 December 2013, Matahari has one of the largest department store loyalty programmes, the Matahari Club Card or MCC, in the country.

Matahari's strategy is to provide its customers with great value, by offering a large selection of fashionable high quality merchandise at affordable prices, housed in an attractive and modern store environment with a focus on customer service. Matahari's target demographic segment is Indonesia's large and growing middle income consumer segment. Management believes that Matahari's broad selection of merchandise allows it to appeal to the tastes of all members of a typical middle income Indonesian family. Matahari offered an extensive range of directly purchased and consignment goods across product categories including men's, women's and children's clothing, shoes, homeware, cosmetics and accessories.

Matahari customises its merchandise mix and the mix between DP Goods and Consignment Goods for each store in accordance with the store's local target market and its judgement of appropriate price points for that market. Matahari generates revenues from (i) consignment margins from CV Sales and (ii) DP Sales. For 2013, 68% of the Company's Merchandise Sales was CV Sales and 32% was DP Sales. Since consignment vendors maintain their own inventory (owning the merchandise until time of sale) and bear all purchasing, payroll, working capital, distribution, warehousing and certain other costs, the effective contribution margins for Consignment Goods and DP Goods for Matahari are similar.

Matahari opened 13 new stores in 2012 and 9 new stores in 2013. Management believe that the Indonesian department store market is underserved, particularly given the size and rate of growth of the middle income segment, and see significant

berpenghasilan menengah, sehingga Manajemen melihat adanya peluang yang besar untuk memperluas jaringan gerai Matahari. Matahari terus membangun jaringan gerainya dan saat ini berencana untuk membuka sekitar 15 gerai per tahun pada periode tahun 2014 sampai dengan tahun 2016. Termasuk 15 gerai yang diharapkan akan dibuka pada tahun 2014, Matahari telah mengidentifikasi 73 lokasi yang berpotensi untuk pembukaan gerai baru dan terus secara konsisten mengevaluasi lokasi strategis lainnya yang berpeluang untuk meningkatkan jumlah gerai sesuai dengan rencana pengembangan usaha. Matahari berencana untuk terus mengembangkan jaringannya baik di kota-kota di mana Matahari telah hadir maupun memperluas ke lokasi-lokasi baru di seluruh Indonesia.

PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN

Perseroan menyajikan tambahan data keuangan ini sehingga para pemegang saham dapat memperoleh informasi atas parameter yang digunakan Manajemen untuk mengukur kinerja usahanya. Manajemen percaya bahwa parameter tersebut merupakan tambahan yang bermanfaat bagi data keuangan yang disajikan berdasarkan PSAK sebagai ukuran sejarah kinerja operasional Perseroan dan kemampuannya untuk menghasilkan "cash flow" dari aktivitas operasional. Data ini disesuaikan untuk (i) dampak dari biaya berulang (*recurring cost*) yang dianggap sebagai biaya non-operasional dan (ii) biaya tak-berulang (*non-recurring cost*) dan beban yang mempengaruhi laba bersih Perseroan. Biaya berulang terutama terdiri dari kewajiban imbalan kerja non-tunai. Sedangkan biaya tak-berulang dan biaya lainnya timbul dari *refinancing* dan pelunasan *Vendor Loan* pada tahun 2012.

Data tambahan ini juga mencakup parameter berikut yang diukur secara *non-GAAP* (*Generally Accepted Accounting Principles*) untuk mengukur Penjualan Kotor, Penjualan Barang Dagangan, Laba Kotor yang Disesuaikan, Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel, Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi, Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan, Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel, Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi, EBIT yang Disesuaikan, EBIT Marjin yang Disesuaikan, EBITDA yang Disesuaikan, EBITDA Marjin yang Disesuaikan, EBITDAR yang Disesuaikan dan EBITDAR Marjin yang Disesuaikan.

opportunities to further expand Matahari' store network. Matahari continues to build its pipeline of store openings and currently plans to open approximately 15 stores a year in the period from 2014 to 2016. Including the 15 stores it expects to open in 2014, Matahari has identified 73 possible sites for stores and is constantly evaluating site opportunities to increase the number of sites which may lead to store openings in accordance with its expansion plan. The Company plans to further grow its network in cities where it has an existing presence as well as expanding into new locations across Indonesia.

MEASURES OF FINANCIAL PERFORMANCE

The Company has provided supplemental financial data so that shareholders are provided with the information that Management use to measure the performance of the business. Management believe that these measures are useful supplements to the financial data presented under IFAS as a measure of the Company's historical operating performance and its ability to generate cash from operations. This data is adjusted for (i) the effects of recurring costs that Management consider non-operating and (ii) non-recurring costs and charges that impact the Company's net profit. Recurring costs primarily comprise non-cash employee benefits obligations. Nonrecurring costs and charges are attributable to the refinancing and repayment in 2012 of *Vendor Loan*.

This supplemental data includes the following measures that are non-GAAP measures including Gross Sales, Merchandise Sales, Adjusted Gross Profit, Adjusted Gross Profit from DP Sales, Adjusted Gross Profit from CV Sales, Adjusted Gross Profit Margin, Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales, Adjusted Gross Profit Margin from CV Sales, Adjusted EBIT, Adjusted EBIT Margin, Adjusted EBITDA, Adjusted EBITDA Margin, Adjusted EBITDAR and Adjusted EBITDAR Margin.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Dalam Miliar Rupiah kecuali Dinyatakan Lain/ Rp Billions unless otherwise stated

	2013	2012
Penjualan Barang Dagangan/ Merchandise Sales	12,735.0	10,866.9
Pendapatan MCC/ MCC Subscription Revenue	34.4	17.1
Penjualan Kotor/ Gross Sales	12,769.4	10,884.0
Laba Kotor yang Disesuaikan/ Adjusted Gross Profit	4,347.9	3,685.3
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan (%)/ Adjusted Gross Profit Margin (%)	34.1	33.9
Beban Usaha yang Disesuaikan/ Adjusted Operating Expenses	2,465.7	2,046.8
EBIT yang Disesuaikan/ Adjusted EBIT	1,883.2	1,638.5
Marjin EBIT yang Disesuaikan (%)/ Adjusted EBIT Margin (%)	14.8	15.1
EBITDA yang Disesuaikan/ Adjusted EBITDA	2,095.8	1,818.6
Marjin EBITDA yang Disesuaikan (%)/ Adjusted EBITDA Margin (%)	16.5	16.7
EBITDAR yang Disesuaikan/ Adjusted EBITDAR	2,912.4	2,513.1
Marjin EBITDAR yang Disesuaikan (%)/ Adjusted EBITDAR Margin (%)	22.9	23.1
Pertumbuhan Penjualan pada Gerai yang Sama (%)/ SSSG (Same Stores Sales Growth (%))	12.1	11.1
Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel (Rp Ribu)/ Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space (Rp Thousands)	16.560	15.466

Penjualan Kotor, Laba Kotor yang Disesuaikan, EBIT yang Disesuaikan, EBITDA yang Disesuaikan, dan EBITDAR yang Disesuaikan serta Beban Usaha yang Disesuaikan direkonsiliasi dengan baris akun yang relevan pada Laporan Keuangan yang dibahas berikut ini.

Gross Sales, Adjusted Gross Profit, Adjusted EBIT, Adjusted EBITDA, and Adjusted EBITDAR and Adjusted Operating Expenses are reconciled to the relevant line items in the Financial Statements in the discussion below.

Penjualan Kotor

Penjualan Kotor adalah nilai transaksi kotor dari penjualan di gerai Perseroan setelah potongan harga, tidak termasuk pajak pertambahan nilai ("**Penjualan Kotor**"). Penjualan Kotor terdiri Penjualan Ritel, Penjualan Konsinyasi dan pendapatan dari *loyalty program* MCC dan pendapatan sewa, yang disesuaikan dengan beberapa akun tertentu lainnya seperti yang dijelaskan dalam catatan kaki untuk tabel di bawah ini.

Gross Sales

Gross Sales is the gross transactional value of the sales in the Company's stores after discounts excluding value added tax ("**Gross Sales**"). Gross Sales comprise DP Sales, CV Sales and revenue from the MCC loyalty programme and tenant income, adjusted for certain other items as described in the footnotes to the table below.

Penjualan Barang Dagangan

Adalah penjualan kotor di luar pendapatan dari *loyalty program* MCC.

Merchandise Sales

Is Gross Sales excludes MCC loyalty program revenue.

Rekonsiliasi Antara Pendapatan Bersih dengan Penjualan Kotor

Tabel berikut ini menyajikan rekonsiliasi antara pendapatan bersih, dengan ukuran GAAP dan Penjualan Kotor, dengan ukuran *non-GAAP*. Pendapatan bersih terdiri dari penjualan

Reconciliation from Net Revenue to Gross Sales

The following table sets forth the reconciliation from net revenue, a GAAP measure, to Gross Sales, a non-GAAP measure. Net revenue comprises retail sales, net revenue from the sale

ritel, pendapatan bersih dari penjualan Produk Konsinyasi dan pendapatan jasa. Pendapatan bersih merupakan baris akun pada pernyataan laba rugi komprehensif Perseroan. Pendapatan bersih berbeda dari Penjualan Kotor karena Pendapatan Bersih (i) hanya terdiri dari pendapatan bersih dari Penjualan Produk Konsinyasi, bukan nilai transaksi kotor Penjualan Produk Konsinyasi yang termasuk dalam Penjualan Kotor, (ii) termasuk biaya jasa yang dibebankan kepada pihak ketiga, terutama pendapatan dari pusat distribusi, yang tidak termasuk sebagai bagian dari Penjualan Kotor, dan (iii) dikurangi nilai akrual terkait poin *reward* MCC.

of Consignment Goods and services fees. Net revenue is a line item in the Company's statement of comprehensive income. Net revenue differs from Gross Sales because net revenue (i) comprises only the net revenue from CV Sales instead of the gross transactional value of CV Sales included in Gross Sales; (ii) includes services fees charged to third parties, primarily revenue from the distribution centre, which is not included as part of Gross Sales; and (iii) deducts the accrued value of MCC reward points.

Dalam Miliar Rupiah kecuali Dinyatakan Lain/ Rp Billions unless otherwise stated

	2013	2012
Pendapatan Bersih/ Net Revenue	6,754.3	5,616.9
Beban Penjualan Konsinyasi/ CV Cost of Sales ⁽¹⁾	6,021.5	5,305.3
Nilai Akrual Poin Reward MCC/ Accrued Value of MCC Reward Points ⁽²⁾	7.4	(3.0)
Pendapatan Pusat Distribusi/ Distribution Centre Revenue ⁽³⁾	(36.6)	(34.7)
Potongan Kupon Tunai/ Discount Cash Voucher	23.3	-
Pendapatan Jasa Konsultasi/ Consultant Fee Income ⁽⁴⁾	(0.5)	(0.5)
Penjualan Kotor/ Gross Sales	12,769.4	10,884.0

- ⁽¹⁾ Beban Penjualan Konsinyasi ("**Beban penjualan CV**") adalah proporsi Penjualan Kotor yang dikirimkan kepada vendor konsinyasi. Sebagaimana diungkapkan dalam Catatan 2 pada laporan keuangan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2012 dan 2013 yang merupakan bagian dari Laporan Tahunan ini, pendapatan penjualan konsinyasi dibukukan sebesar jumlah penjualan produk konsinyasi kepada pelanggan dikurangi jumlah yang terutang kepada pemilik (*consignors*).
Consignment cost of sales ("**CV cost of sales**") is the proportion of Gross Sales that is remitted to the consignment vendor. As disclosed in Note 2 to the financial statements for the years ended 31 December 2012 and 2013 included elsewhere in this Annual Report, revenues from consignment sales are recorded at the amount of sales of consigned goods to customers less amounts payable to consignors.
- ⁽²⁾ Potongan terkait poin *reward* MCC ditambahkan kembali untuk menghitung nilai Penjualan Kotor karena diperlakukan sebagai beban pemasaran dalam laporan manajemen internal Perseroan. Di tahun 2012, Perseroan memperbarui tingkat penebusan yang digunakan dalam perhitungan penghasilan tangguhan terkait dengan poin *reward* MCC berdasarkan tarif penebusan aktual tahun 2012. Hal ini mengakibatkan kredit terhadap nilai yang masih harus dibayar poin *reward* MCC yang dicatat pada tahun 2012. Poin *reward* MCC dapat dikonversi menjadi kupon yang diberikan kepada pelanggan dan nilai kupon diperlakukan sebagai pendapatan ditangguhkan pada laporan posisi keuangan Perseroan sampai kupon tersebut ditebus dan dipertanggungjawabkan sesuai dengan kebijakan penghasilan tangguhan Perseroan.
The accrued value of MCC reward points is added back to calculate Gross Sales because it is treated as a marketing expense in the Company's internal management reports. In 2012, the Company updated the rate of redemption used in the calculation of deferred income related to MCC reward points based on actual redemption rates in 2012. This resulted in a credit toward the accrued value of MCC reward points being recorded in 2012. MCC reward points can be converted into vouchers and the value of the vouchers is treated as deferred income on the Company's statement of financial position until the voucher is redeemed and accounted for according to the Company's deferred income policy.
- ⁽³⁾ Pendapatan pusat distribusi terdiri dari biaya layanan yang dibayarkan kepada Perseroan, terutama oleh vendor konsinyasi, untuk penggunaan pusat distribusi dan pusat logistik milik Perseroan dalam proses pendistribusian produk mereka ke gerai-gerai Perseroan. Pendapatan pusat distribusi dikurangi dari pendapatan bersih sebagai rekonsiliasi terhadap Penjualan Kotor karena tidak berasal dari penjualan oleh gerai Perseroan. Pendapatan pusat distribusi disertakan sebagai biaya pendapatan jasa bersih.
Distribution centre revenue comprises the service fees paid to the Company, principally by consignment vendors, for the use of the Company's distribution centre and logistics centre to deliver their products to the Company's stores. Distribution centre revenue is subtracted from net revenue in the reconciliation to Gross Sales because it does not arise from sales by the Company's stores. Distribution centre revenue is included as service fees in net revenue.
- ⁽⁴⁾ Pendapatan jasa konsultasi terdiri dari biaya yang dibayarkan oleh MAC ke Matahari untuk penyediaan laporan mengenai sektor ritel di Indonesia yang hanya berisi data publik yang tersedia di pasar secara keseluruhan dan pemain kunci di sektor ritel termasuk Perseroan dan pesaingnya. Pendapatan jasa konsultasi dikurangi dari pendapatan bersih sebagai rekonsiliasi terhadap Penjualan Kotor karena tidak berasal dari penjualan oleh gerai Perseroan.
Consultant fee income comprises fees paid by MAC to Matahari for the provision of reports on the Indonesian retail sector containing only publicly available data on the overall market and key players in the sector including the Company and its competitors. Consultant fee income is subtracted from net revenue in the reconciliation to Gross Sales because it does not arise from sales by the Company's stores.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Komponen Penjualan Barang Dagangan

Tabel berikut ini memuat jenis penjualan yang terdiri dari Penjualan Barang Dagangan, dimana proporsi setiap jenis penjualan mewakili persentase dari Penjualan Barang Dagangan dan kenaikan Penjualan Ritel dan Penjualan Konsinyasi.

Components of Merchandise Sales

The following table sets forth the types of sales that comprise Merchandise Sales, the proportion that each type of sale represents as a percentage of Merchandise Sales and the increase in DP Sales and CV Sales.

Dalam Miliar Rupiah kecuali Dinyatakan Lain/ Rp Billions unless otherwise stated

	2013	2012
Penjualan Ritel/ DP Sales ⁽¹⁾	4,074.3	3,171.9
Sebagai Persentase dari Penjualan Barang Dagangan/ As a Percentage of Merchandise Sales	32.0	29.2
Kenaikan Penjualan Ritel (%) / Increase in DP Sales (%)	28.4	21.2
Penjualan Konsinyasi/ CV Sales	8,660.7	7,695.0
Sebagai Persentase dari Penjualan Barang Dagangan/ As a Percentage of Merchandise Sales	68.0	70.8
Kenaikan Penjualan Konsinyasi (%) / Increase in CV Sales (%)	12.5	16.3

⁽¹⁾ Penjualan Ritel di sini berbeda dari penjualan ritel yang masuk dalam baris akun laporan keuangan historis Perseroan yang diaudit yang berisi sejumlah kecil pendapatan tahun 2012 dari program loyalitas MCC selama dua tahun yang jumlahnya tidak material. DP Sales differs from retail sales (a line item in the Company's audited historical financial statements) because retail sales includes small amounts of revenue from the MCC loyalty programme in all two years in 2012. These amounts are not material.

Penjualan Barang Dagangan menurut segmen geografis

Tabel berikut menyajikan Penjualan Barang Dagangan menurut segmen geografis.

Merchandise Sales by geographical segment

The following table sets forth Merchandise Sales by geographical segment.

Tahun yang Berakhir Desember/ Years Ended December

	2013	2012	2013	2012
	Milliar Rp/ Rp Billions		Kenaikan/ Increase (%)	
Java	7,911.9	6,726.9	17.6	16.8
Sumatera	2,032.0	1,768.3	14.9	16.9
Kalimantan, Sulawesi and Maluku	2,150.9	1,832.8	17.4	22.5
Others	640.2	538.9	18.8	16.4
Total	12,735.0	10,866.9		

Tabel berikut menyajikan Penjualan Barang Dagangan untuk periode tahun 2009-2013. Angka Penjualan Barang Dagangan tahun 2009 adalah angka yang dicapai Matahari sebelum menjadi perusahaan yang berdiri sendiri dan merupakan Divisi *Department Store* dari Matahari Putra Prima (MPP).

Peningkatan Penjualan Barang Dagangan terutama disebabkan oleh meningkatnya penjualan pada gerai yang sama, ditambah kontribusi dari pertumbuhan gerai baru yang pengoperasiannya belum cukup lama untuk dipertimbangkan sebagai pertumbuhan penjualan gerai yang sama (SSSG) dan gerai yang baru dibuka pada tahun 2013.

The following table sets forth Merchandise Sales for 2009 to 2013. Merchandise Sales figures for 2009 is from before Matahari was a standalone company and were reported by MPP with respect to its department store division.

Increases in Merchandise Sales are due primarily to same store sales increases, with the balance being contributed by growth of newer stores that were not open long enough to be considered as part of SSSG and new stores opened during the year.

	2013	2012	2011	2010	2009 ⁽¹⁾
Dalam Miliar Rupiah, kecuali Dinyatakan Lain/ Rp Billions, unless otherwise stated					
Penjualan Barang Dagangan/ Merchandise Sales	12,735.0	10,866.9	9,247.2	7,907.1	6,919.5
Kenaikan Penjualan Barang Dagangan/ Increase in Merchandise Sales (%)	17.2	17.5	16.9	14.3	16.1

⁽¹⁾ Angka Penjualan Barang Dagangan untuk tahun 2009 dilaporkan oleh MPP sebagai bagian dari divisi *department store* MPP. KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (anggota jaringan global PwC) tidak terlibat untuk mengaudit, mereview atau menerapkan prosedur apapun terhadap informasi keuangan untuk tahun 2009. Merchandise Sales figures for 2009 was reported on by MPP with respect to its department store division. KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member of PwC global network) was not engaged to audit, review or apply any procedures to the financial information for 2009.

Pembahasan

Peningkatan Penjualan Barang Dagangan pada periode tahun 2009-2013 disebabkan oleh peningkatan produktivitas gerai yang ada dan penambahan gerai baru terutama disebabkan meningkatnya perekonomian Indonesia serta meluasnya segmen berpenghasilan menengah yang menjadi target pelanggan Perseroan. Sejalan dengan perluasan basis pelanggan yang menjadi target dan permintaan yang meningkat, Perseroan telah meningkatkan penawarannya dengan menyesuaikan kombinasi produk yang dijual untuk lebih memenuhi harapan pelanggan. Perseroan juga melakukan program renovasi gerai untuk menciptakan suasana gerai yang lebih menarik bagi pelanggan. Peningkatan terhadap kombinasi produk dan program renovasi gerai telah mendorong peningkatan SSSG seperti yang dijelaskan di bawah ini. Perseroan juga telah berkespansi dengan penambahan gerai baru (masing-masing sebanyak 5, 7, 9, 13 dan 9 gerai pada tahun 2009, 2010, 2011, 2012 dan 2013). Rata-rata transaksi telah meningkat selama periode tersebut (Rp183 ribu tahun 2012 dan Rp202 ribu pada tahun 2013). Faktor-faktor ini telah mendorong pertumbuhan Penjualan Barang Dagangan dan parameter kinerja keuangan lainnya seperti dijelaskan di bawah ini.

Discussion

The increase in Merchandise Sales from 2009 to 2013 was due to improved productivity in existing stores, and the addition of new company stores, as the Indonesian economy developed and the middle income segment, the Company's target customer segment, expanded. As its target customer base expanded and associated demand increased, the Company improved its offering by adjusting its merchandise mix to better meet customer expectations. The Company also undertook a refurbishment programme to make its stores more attractive to its target customers. Improvements in merchandise mix and the Company's refurbishment programme have driven improvements in SSSG as described below. The Company has also expanded by adding new stores, (5, 7, 9, 13 and 9 in 2009, 2010, 2011, 2012 and 2013, respectively). Average transaction size has increased during the period (Rp183 thousand in 2012 and Rp202 thousand in 2013). These factors have driven the growth in Merchandise Sales and the other measures of financial performance described below.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Penjualan Barang Dagangan meningkat sebesar Rp1.868,1 miliar atau 17,2%, dari Rp10.866,9 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp12.735 miliar pada tahun 2013. Peningkatan ini disebabkan oleh naiknya SSSG sebesar 12,1% dan pembukaan 9 gerai baru di 2013. Kenaikan SSSG sebesar 12,1% didukung oleh kinerja positif SSSG yang dialami oleh gerai di seluruh wilayah. Kinerja SSSG gerai-gerai di Jawa sebesar 13,9%, gerai-gerai di Sumatera sebesar 10,9%, gerai-gerai di Kalimantan, Sulawesi dan Maluku sebesar 6,9% dan di wilayah lainnya sebesar 8,8%. Pada tahun 2013, Penjualan Konsinyasi tumbuh sebesar 12,5% dan Penjualan Ritel 28,4%. Persentase Penjualan Barang Dagangan didapat dari Penurunan Penjualan Konsinyasi dari 70,8% pada 2012 menjadi 68,0% pada tahun 2013 yang mencerminkan peningkatan permintaan terhadap Produk Ritel.

Laba Kotor yang Disesuaikan dan Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan

Laba Kotor Disesuaikan adalah Penjualan Barang Dagangan dikurangi beban pokok pendapatan (yang disebabkan Penjualan Ritel) dan Beban Penjualan Konsinyasi ("**Laba Kotor yang Disesuaikan**"). Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan adalah Laba Kotor yang Disesuaikan dibagi dengan Penjualan Barang Dagangan ("**Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan**").

Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel adalah Laba kotor yang Disesuaikan yang berasal dari Penjualan Ritel ("**Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel**") dan Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel adalah Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel dibagi dengan penjualan ritel ("**Marjin Laba Kotor Disesuaikan dari Penjualan Ritel**").

Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi adalah Laba Kotor yang Disesuaikan yang berasal dari Penjualan Konsinyasi ("**Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi**") dan Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi adalah Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi dibagi dengan Penjualan Konsinyasi ("**Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi**").

Merchandise Sales increased by Rp1,868.1 billion, or 17.2%, from Rp10,866.9 billion in 2012 to Rp12,735 billion in 2013. This increase was due to SSSG of 12.1% and the opening of 9 new stores in 2013. The 12.1% SSSG was supported by positive SSSG performance across all regions and, in particular, by SSSG performance in the Java stores of 13.9%, in the Sumatera stores of 10.9%, in the Kalimantan, Sulawesi & Maluku stores of 6.9% and in the Others stores of 8.8%. In 2013, there was an increase in CV Sales of 12.5% and an increase in DP Sales of 28.4%. The percentage of Merchandise Sales attributable to CV Sales decreased from 70.8% in 2012 to 68.0% in 2013 reflecting increased demand for DP Goods.

Adjusted Gross Profit and Adjusted Gross Profit Margin

Adjusted Gross Profit is Merchandise Sales minus the cost of revenue (which are attributable to DP Sales) and CV Costs of Sales ("**Adjusted Gross Profit**"). Adjusted Gross Profit Margin is Adjusted Gross Profit divided by Merchandise Sales ("**Adjusted Gross Profit Margin**").

Adjusted Gross Profit from DP Sales is the Adjusted Gross profit attributable to DP Sales ("**Adjusted Gross Profit from DP Sales**") and Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales is Adjusted Gross Profit from DP Sales divided by retail sales ("**Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales**").

Adjusted Gross Profit from CV Sales is the Adjusted Gross profit attributable to CV Sales ("**Adjusted Gross Profit from CV Sales**") and Adjusted Gross Profit Margin from CV Sales is Adjusted Gross Profit from CV Sales divided by CV Sales ("**Adjusted Gross Profit Margin from CV Sales**").



Tahun Berakhir pada 31 Desember/ Years Ended December 31

	2013	2012
	Miliar Rp, kecuali dinyatakan lain/ Rp Billions, unless otherwise stated	
Laba Kotor yang Disesuaikan/ Adjusted Gross Profit	4,347.9	3,685.3
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan/ Adjusted Gross Profit Margin (%)	34.1	33.9
Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel/ Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales	1,674.3	1,278.4
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel/ Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales (%)	41.1	40.3
Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi/ Adjusted Gross Profit from CV Sales	2,673.6	2,406.9
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi/ Adjusted Gross Profit Margin from CV Sales (%)	30.9	31.3

Rekonsiliasi dari Laba Kotor dengan Laba Kotor yang Disesuaikan

Laba Kotor yang Disesuaikan berbeda dari laba kotor (pada baris akun laporan laba rugi komprehensif Perseroan) karena laba kotor termasuk pendapatan yang timbul dari program loyalitas MCC, yang tidak termasuk dalam Laba Kotor yang Disesuaikan. Sementara, Laba Kotor yang Disesuaikan tidak termasuk pendapatan dari pusat distribusi dan pendapatan jasa konsultasi, yang termasuk dalam laba kotor. Tidak terdapat perbedaan yang material antara nilai Laba Kotor yang Disesuaikan dan laba kotor pada tahun 2012 dan 2013.

Tabel berikut ini menyajikan rekonsiliasi dari laba kotor, dengan ukuran GAAP dan Laba Kotor yang Disesuaikan, dengan ukuran non-GAAP.

Reconciliation from gross profit to Adjusted Gross Profit

Adjusted Gross Profit differs from gross profit (a line item on the Company's statement of comprehensive income) because gross profit includes revenue arising from the MCC loyalty programme, which is not included in Adjusted Gross Profit. Furthermore, Adjusted Gross Profit does not include revenue from the distribution centre and consultant fee income, which is included in gross profit. The differences between Adjusted Gross Profit and gross profit were not material in 2012 and 2013.

The following table sets forth the reconciliation from gross profit, a GAAP measure, to Adjusted Gross Profit, a non-GAAP measure.

Tahun yang Berakhir 31 Desember/ Years Ended December 31

	2013	2012
	Miliar Rp/ Rp Billions	
Laba Kotor/ Gross Profit	4,363.1	3,706.1
Plus(minus):		
Nilai Pengurangan dari Poin Reward MCC/ Accrued Value of MCC Reward Points	7.4	(3.0)
Pendapatan Pusat Distribusi/ Distribution Centre Revenue	(36.6)	(34.7)
Biaya Pusat Distribusi/ Distribution Centre Cost	14.5	17.4
Pendapatan Jasa Konsultasi / Consultant Fee Income	(0.5)	(0.5)
Laba yang Kotor Disesuaikan/ Adjusted Gross Profit	4,347.9	3,685.3

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Pembahasan

Laba Kotor yang Disesuaikan meningkat sebesar Rp662,6 miliar, atau 17,9%, dari Rp 3.685,3 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp4.347,9 miliar pada tahun 2013. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh meningkatnya Penjualan Barang Dagangan sebesar 17,2% pada tahun 2013 dan turunnya beban pokok pendapatan sebagai persentase dari pendapatan bersih yang menyebabkan peningkatan Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari 33,9% pada tahun 2012 menjadi 34,1% pada tahun 2013. Kenaikan Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan tahun 2013 mencerminkan peningkatan dalam Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel yang disebabkan oleh perbaikan berkelanjutan dalam program *merchandise* produk ritel dimana jenis produk ritel utama dipilih dan dibeli dalam jumlah besar dengan harga yang lebih menguntungkan. Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan untuk Penjualan Ritel mengalami peningkatan dari 40,3% pada tahun 2012 menjadi 41,1% pada tahun 2013. Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan untuk Penjualan Konsinyasi turun dari 31,3% pada 2012 menjadi 30,9% pada tahun 2013.

Beban Usaha yang Disesuaikan

Tabel di bawah ini menyajikan perhitungan Beban Usaha yang Disesuaikan ("Beban Usaha yang Disesuaikan"), ukuran *non-GAAP*. Manajemen menggunakan Beban Usaha yang Disesuaikan bersama dengan EBIT yang Disesuaikan, EBITDA yang Disesuaikan dan EBITDAR yang Disesuaikan untuk mengukur kinerja operasional Perseroan.

Discussion

Adjusted Gross Profit increased by Rp662.6 billion, or 17.9%, from Rp3,685.3 billion in 2012 to Rp4,347.9 billion in 2013. This increase was primarily due to an increase in Merchandise Sales of 17.2% in 2013 and a lower cost of sales as a percentage of net revenue which caused an increase in Adjusted Gross Profit Margin from 33.9% in 2012 to 34.1% in 2013. The increase in Adjusted Gross Profit Margin in 2013 reflected improvements in Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales due to continued improvements in the DP merchandising programme whereby key DP items are selected and purchased in large quantities at more favourable prices. Adjusted Gross Profit Margin for DP Sales increased from 40.3% in 2012 to 41.1% in 2013. Adjusted Gross Profit Margin for CV Sales decreased from 31.3% in 2012 to 30.9% in 2013.

Adjusted Operating Expenses

The table below sets forth the calculation of Adjusted Operating Expenses ("Adjusted Operating Expenses"), a non-GAAP measure. Management use Adjusted Operating Expenses along with Adjusted EBIT, Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDAR to measure the performance of the Company's operations.

Tahun Berakhir pada 31 Desember/ Years Ended December 31

	2013	2012
	Miliar Rp/ Rp Billions	
Beban usaha/ Operating expenses	2,581.9	2,132.2
(Keuntungan)/Kerugian lainnya – bersih/ Other (gains)/losses – net	(33.7)	(10.4)
Beban usaha - bersih/ Operating expenses - net	2,548.2	2,121.8
Kewajiban imbalan kerja ⁽¹⁾ / Employee benefits obligations	(67.0)	(48.8)
Biaya terkait aksi korporasi ⁽²⁾ / Costs related to corporate actions	-	(10.2)
Beban lain-lain/ Other costs	(1.2)	(0.6)
Keuntungan atas kebakaran gerai ⁽³⁾ / Gain associated with fire destroying store	-	5.4
Nilai yang masih harus dibayar dari poin reward MCC ⁽⁴⁾ / Accrued value of MCC reward points	7.4	(3.0)
Pendapatan pusat distribusi ⁽⁵⁾ / Distribution centre revenue	(36.6)	(34.7)
Biaya pusat distribusi ⁽⁶⁾ / Distribution centre cost	14.5	17.4
Pendapatan jasa konsultasi, pendapatan bersih/ Consultant fee income, net of expenses	(0.5)	(0.5)
Beban Usaha yang Disesuaikan/ Adjusted Operating Expenses	2,464.8	2,046.8
Penyusutan/ Depreciation	(206.6)	(176.1)

Tahun Berakhir pada 31 Desember/ Years Ended December 31

	2013	2012
	Miliar Rp/ Rp Billions	
Amortisasi/ Amortisation	(6.0)	(4.0)
Beban Usaha yang Disesuaikan, sebelum penyusutan dan amortisasi / Adjusted Operating Expenses before depreciation and amortisation	2,252.1	1,866.7
Sewa ⁽⁷⁾ / Rent	(816.6)	(694.5)
Beban Usaha yang Disesuaikan, sebelum penyusutan, amortisasi dan sewa/ Adjusted Operating Expenses before depreciation, amortisation and rent	1,435.6	1,172.2

- ⁽¹⁾ Kewajiban imbalan kerja dibuat sebagai akun kewajiban sesuai dengan hukum ketenagakerjaan Indonesia. Akrua atas kewajiban imbalan kerja adalah kewajiban yang disajikan dalam laporan keuangan Perseroan yang oleh Manajemen dianggap seolah-olah sebagai akun pinjaman. Penyesuaian ini dilakukan berulang. Manajemen mengeluarkan kewajiban ini untuk menghitung Beban Usaha yang Disesuaikan karena cadangan non tunai ini dipertimbangkan bersifat non-operasional. Lihat Catatan 20 atas laporan keuangan untuk diskusi mengenai kewajiban tersebut. Employee benefit obligations are made to account for liabilities that accrue in accordance with Indonesian labour law. The accrual of employee benefits obligations is a liability on the Company's statement of financial position that Management consider to be a debt-like item. These adjustments are recurring. Management subtract these provisions to calculate Adjusted Operating Expenses because it considers these non-cash provisions as non-operating in nature. See Note 20 to the financial statements for a discussion of these liabilities.
- ⁽²⁾ Biaya yang berkaitan dengan aksi korporasi merupakan pelunasan *Vendor Loan* pada tahun 2012. Biaya ini termasuk biaya pengacara, biaya konsultan dan pungutan pengalihan saham. Manajemen mengeluarkan biaya-biaya tersebut untuk menghitung Beban Usaha yang Disesuaikan karena biaya ini tidak dipertimbangkan sebagai biaya yang sifatnya operasional. Costs related to corporate actions comprise costs attributable to the repayment of the Vendor Loan in 2012. These costs include lawyer fees, consultant fees and share transfer levies. The Management subtract these costs to calculate Adjusted Operating Expenses because it does not consider these expenses to be operating in nature.
- ⁽³⁾ Biaya yang berhubungan dengan penutupan gerai karena kebakaran pada tahun 2011, dicatat sebagai keuntungan /(kerugian) lain - bersih. Manajemen mengurangi kerugian akibat kebakaran pada tahun 2011 dan menambahkan kembali hasil klaim asuransi untuk mengganti kerugian tersebut pada tahun 2012 untuk menghitung Beban Usaha yang Disesuaikan karena penyesuaian ini tak-berulang. Lihat Catatan 19 atas laporan keuangan. Biaya ini sepenuhnya diasuransikan dan sebagian diganti pada tahun 2012. Perseroan mendapatkan sisa klaim asuransi yang belum diterima pada tahun 2013. Expenses associated with the loss of a store due to fire in 2011, which were recorded as other gains/(losses) - net. Management subtract losses due to fire in 2011 and add back the insurance proceeds paid to reimburse those losses in 2012 to calculate Adjusted Operating Expenses because these adjustments are non-recurring. See Note 19 to the financial statements. These expenses were fully insured and partially reimbursed in 2012. The Company received the balance of the loss to be reimbursed in 2013.
- ⁽⁴⁾ Nilai akrual terkait poin *reward* MCC ditambahkan kembali untuk menghitung Beban Usaha yang Disesuaikan karena diperlakukan sebagai beban pemasaran dalam laporan manajemen internal Perseroan. Pada tahun 2012, Perseroan memperbarui tingkat penebusan yang digunakan dalam perhitungan penghasilan tangguhan terkait dengan poin *reward* MCC berdasarkan tarif penebusan aktual tahun 2012. Hal ini mengakibatkan kredit terhadap nilai yang masih harus dibayar terkait poin *reward* MCC yang dicatat pada tahun 2012 yang dikurangi dalam perhitungan Beban Usaha Disesuaikan. The accrued value of MCC reward points is added back to calculate Adjusted Operating Expenses because it is treated as a marketing expense in the Company's internal management reports. In 2012, the Company updated the rate of redemption used in the calculation of deferred income related to MCC reward points based on actual redemption rates in 2012. This resulted in a credit towards the accrued value of MCC reward points being recorded in 2012 which was subtracted in the calculation of Adjusted Operating Expenses.
- ⁽⁵⁾ Pendapatan pusat distribusi terdiri dari biaya layanan yang dibayarkan kepada Perseroan, terutama oleh *vendor* konsinyasi, untuk penggunaan pusat distribusi dan pusat logistik milik Perseroan dalam proses distribusi produk mereka ke gerai Perseroan. Manajemen mengurangi pendapatan ini dari Beban Usaha Disesuaikan, karena memperlakukan pendapatan ini sebagai *offset* untuk beban usaha pusat distribusi. Distribution centre revenue comprises the service fees paid to the Company, principally by consignment vendors, for the use of the Company's distribution centre and logistics centre to deliver their products to the Company's stores. Management subtract this revenue from Adjusted Operating Expenses because it treats this revenue as an offset to the operating expenses of the distribution centre.
- ⁽⁶⁾ Beban pusat distribusi terdiri dari biaya yang berhubungan dengan pusat distribusi. Manajemen menambahkan biaya ini dari Beban Usaha yang Disesuaikan, karena Perseroan tidak mempertimbangkan pendapatan atau beban pusat distribusi sebagai komponen dalam perhitungan Laba Kotor yang Disesuaikan. Distribution centre expense comprises the expenses related to the distribution centre. Management add this expense from Adjusted Operating Expenses because the Company does not consider distribution centre revenue or expense as a component in its calculation of Adjusted Gross Profit.
- ⁽⁷⁾ Sewa termasuk biaya sewa dan pemeliharaan untuk gerai, kantor pusat dan pusat distribusi Perseroan. Rent includes rent and service charges for the Company's stores, headquarters and distribution centre.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Beban Usaha yang Disesuaikan meningkat dari Rp2.046,8 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp2.464,8 miliar pada tahun 2013. Beban Usaha yang Disesuaikan sebagai persentase dari Penjualan Barang Dagangan naik dari 18,8% pada tahun 2012 menjadi 19,3% pada tahun 2013.

Adjusted Operating Expenses increased from Rp2,046.8 billion in 2012 to Rp2,464.8 billion in 2013. Adjusted Operating Expenses as a percentage of Merchandise Sales increased from 18.8% in 2012 to 19.3% in 2013.

Rekonsiliasi antara Laba Bersih dengan EBIT yang Disesuaikan, EBITDA yang Disesuaikan dan EBITDAR yang Disesuaikan

Tabel berikut menyajikan rekonsiliasi dari Laba Bersih, ukuran GAAP, dengan EBIT yang Disesuaikan, EBITDA yang Disesuaikan dan EBITDAR yang Disesuaikan yang diperlakukan dengan ukuran *non-GAAP*.

Reconciliation from Net Profit to Adjusted EBIT, Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDAR

The following table sets forth the reconciliation from Net Profit, a GAAP measure, to Adjusted EBIT, Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDAR which are non-GAAP measures.

Tahun yang Berakhir 31 Desember/ Years Ended December 31

	2013	2012
	Miliar Rp/ Rp Billions	
Laba Bersih-Plus/(Minus) Penyesuaian/ Net Profit-Plus/(Minus)Adjustments	1,150.2	770.9
Beban Keuangan-Bersih/ Finance Expense-Net	291.2	425.3
Beban Pajak Penghasilan/ Income Tax Expense	373.5	388.1
Laba Usaha/ Operating Profit	1,814.9	1,584.3
Kewajiban Imbalan Kerja/ Employee Benefits Obligations ⁽¹⁾	67.0	48.8
Biaya Terkait Aksi Korporasi/ Costs Related to Corporate Actions ⁽²⁾	-	10.2
Biaya Lain-Lain/ Other Costs	1.3	0.6
(Keuntungan) atas Kebakaran Gerai/ (Gain) associated with Fire Destroying Store ⁽³⁾	-	(5.4)
EBIT yang Disesuaikan/ Adjusted EBIT	1,883.2	1,638.5
Penyusutan/ Depreciation	206.6	176.1
Amortisasi/ Amortisation	6.0	4.0
EBITDA yang Disesuaikan/ Adjusted EBITDA	2,095.8	1,818.6
Sewa/ Rent ⁽⁴⁾	816.6	694.5
EBITDAR yang Disesuaikan/ Adjusted EBITDAR	2,912.4	2,513.1

⁽¹⁾ Kewajiban imbalan kerja dibuat sebagai akun kewajiban sesuai dengan hukum ketenagakerjaan Indonesia. Akrua atas kewajiban imbalan kerja adalah kewajiban yang disajikan dalam laporan keuangan Perseroan yang oleh Manajemen dianggap seolah-olah sebagai akun pinjaman. Penyesuaian ini dilakukan berulang. Manajemen mengeluarkan kewajiban ini untuk menghitung Beban Usaha yang Disesuaikan karena cadangan non tunai ini dipertimbangkan bersifat non-operasional. Lihat Catatan 20 atas laporan keuangan untuk diskusi mengenai kewajiban tersebut. Employee benefit obligations are made to account for liabilities that accrue in accordance with Indonesian labour law. The accrual of employee benefits obligations is a liability on the Company's statement of financial position that Management consider to be a debt-like item. These adjustments are recurring. Management subtract these provisions to calculate Adjusted Operating Expenses because it considers these non-cash provisions as non-operating in nature. See Note 20 to the financial statements for a discussion of these liabilities.

⁽²⁾ Biaya yang berkaitan dengan aksi korporasi merupakan pelunasan *Vendor Loan* pada tahun 2012. Biaya ini termasuk biaya pengacara, biaya konsultan dan pungutan pengalihan saham. Manajemen menambahkan kembali biaya ini untuk perhitungan EBIT yang Disesuaikan, EBITDA yang disesuaikan dan EBITDAR yang Disesuaikan karena Manajemen mempertimbangkan ketentuan ini bersifat non-operasional. Costs related to corporate actions comprise costs attributable to the repayment of the Vendor Loan in 2012. These costs include lawyer fees, consultant fees and share transfer levies. Management add back these costs to the calculation of Adjusted EBIT, Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDAR because it considers them to be non-operating in nature.

- ⁽³⁾ Biaya yang berhubungan dengan penutupan gerai karena kebakaran pada tahun 2011, dicatat sebagai keuntungan/(rugi) lain - bersih. Lihat Catatan 19 pada laporan keuangan. Biaya ini sepenuhnya diasuransikan dan sebagian klaim asuransi telah dibayarkan pada tahun 2012. Perseroan mendapatkan sisa klaim asuransi pada tahun 2013. Untuk menghitung EBIT yang Disesuaikan, Manajemen menambahkan kembali kerugian akibat kebakaran tahun 2011 dan mengurangi keuntungan yang diperoleh dari penerimaan klaim asuransi pada tahun 2012 karena Manajemen mempertimbangkan hal ini sebagai penyesuaian ini tak-berulang.
Expenses associated with the loss of a store due to fire in 2011, which were recorded as other gains/(losses) – net. See Note 19 to the financial statements. These expenses were fully insured and partially reimbursed in 2012. The Company received the balance of the loss to be reimbursed in 2013. To calculate Adjusted EBIT, Management add back the loss due to fire in 2011 and subtract the gain due to the receipt of insurance proceeds from the fire in 2012 because Management consider these adjustments to be non-recurring.
- ⁽⁴⁾ Sewa termasuk biaya sewa dan pemeliharaan untuk gerai, kantor pusat dan pusat distribusi Perseroan.
Rent includes rent and service charges for the Company's stores, headquarters and distribution centre.

EBITDAR yang Disesuaikan dan Marjin EBITDAR yang Disesuaikan

EBITDAR yang Disesuaikan didefinisikan sebagai laba bersih Perseroan sebelum beban keuangan-bersih, beban pajak penghasilan, penyusutan, amortisasi dan sewa, yang disesuaikan dengan menambahkan kembali biaya tak-berulang dan biaya berulang tertentu sebagai laba bersih Perseroan sebagaimana dijelaskan di atas.

Marjin EBITDAR yang Disesuaikan adalah EBITDAR yang Disesuaikan dibagi dengan Penjualan Barang Dagangan.

Pembahasan

EBITDAR yang Disesuaikan mengalami peningkatan sebesar Rp399,3 miliar atau 15,9%, dari Rp2.513,1 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp2.912,4 miliar pada tahun 2013. Peningkatan EBITDAR yang Disesuaikan didorong oleh peningkatan Penjualan Barang Dagangan sebesar 17,2% pada tahun 2013 dan mencerminkan adanya kemajuan dalam Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel karena perbaikan berkelanjutan dalam program *merchandise* produk ritel dimana produk ritel utama dipilih dan dibeli dalam jumlah besar dengan harga yang lebih menguntungkan.

Marjin EBITDAR yang Disesuaikan turun dari 23,1% pada tahun 2012 menjadi 22,9% pada tahun 2013 karena kenaikan Beban Usaha yang Disesuaikan sebelum penyusutan, amortisasi dan sewa (yang ditambahkan kembali ke EBITDAR yang Disesuaikan) sebagai persentase dari Penjualan Barang Dagangan dari 10,8% pada tahun 2012 menjadi 11,3% pada tahun 2013. Beban Usaha yang Disesuaikan sebelum penyusutan, amortisasi dan sewa meningkat Rp 264,3 miliar atau 22,6% dari Rp1.172,2 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp1.436,5 miliar pada tahun 2013.

Adjusted EBITDAR and Adjusted EBITDAR Margin

Adjusted EBITDAR is defined as the Company's net profit before finance expense-net, income tax expenses, depreciation, amortisation and rent and is adjusted by adding back certain non-recurring and recurring expenses to the Company's net profit as described above.

Adjusted EBITDAR Margin is Adjusted EBITDAR divided by Merchandise Sales.

Discussion

Adjusted EBITDAR increased by Rp399.3 billion, or 15.9%, from Rp2,513.1 billion in 2012 to Rp2,912.4 billion in 2013. The increase in Adjusted EBITDAR was driven by an increase in Merchandise Sales of 17.2% in 2013 and reflected improvements in Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales due to continued improvements in the DP merchandising programme whereby key DP items are selected and purchased in large quantities at more favourable prices.

Adjusted EBITDAR margin decreased from 23.1% in 2012 to 22.9% in 2013 due to an increase in Adjusted Operating Expenses before depreciation, amortisation and rent (which are added back to Adjusted EBITDAR) as a percentage of Merchandise Sales from 10.8% in 2012 to 11.3% in 2013. Adjusted Operating Expenses before depreciation, amortisation and rent increased by Rp264.3 billion, or 22.6% from Rp1,172.2 billion in 2012 to Rp1,436.5 billion in 2013.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

EBITDA yang Disesuaikan dan Marjin EBITDA yang Disesuaikan

EBITDA yang Disesuaikan didefinisikan sebagai laba bersih Perseroan sebelum beban keuangan-bersih, beban pajak penghasilan, penyusutan dan amortisasi yang disesuaikan dengan menambahkan kembali biaya tak-berulang dan berulang tertentu sebagai laba bersih Perseroan sebagaimana dijelaskan di atas.

Marjin EBITDA yang Disesuaikan adalah EBITDA yang Disesuaikan dibagi Penjualan Barang Dagangan.

Pembahasan

EBITDA yang Disesuaikan meningkat Rp277,2 miliar, atau 15,2%, dari Rp1.818,6 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp2.095,8 miliar pada tahun 2013. Peningkatan ini terutama karena alasan yang telah dijelaskan di atas, dioffset dengan adanya kenaikan upah minimum lebih dari 30% di tahun 2013. Kenaikan tarif listrik sebesar 27,5% juga berdampak terhadap EBITDA. Marjin EBITDA yang Disesuaikan menurun dari 16,7% pada tahun 2012 menjadi 16,5% pada tahun 2013.

EBIT yang Disesuaikan dan EBIT Marjin yang Disesuaikan

EBIT yang Disesuaikan didefinisikan sebagai laba bersih Perseroan sebelum beban keuangan-bersih dan beban pajak penghasilan, yang disesuaikan dengan menambahkan kembali biaya tak-berulang dan biaya berulang tertentu sebagai laba bersih Perseroan sebagaimana dijelaskan di atas.

Marjin EBIT yang Disesuaikan adalah EBIT yang Disesuaikan dibagi dengan Penjualan Barang Dagangan.

Pembahasan

EBIT yang Disesuaikan meningkat Rp319,3 miliar atau 14,9%, dari Rp1.638,5 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp1.883,2 miliar pada tahun 2013. Peningkatan ini terutama karena alasan yang dijelaskan di atas, dioffset akibat peningkatan beban penyusutan dan amortisasi sebesar 17,9% dari Rp180,1 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp212,5 miliar pada tahun 2013 sehubungan dengan pembukaan 9 gerai baru, renovasi dari 16 gerai dan belanja modal lainnya yang terjadi pada tahun 2013. Sebagai persentase dari penjualan kotor, besarnya penyusutan dan amortisasi adalah 1,7% untuk tahun 2012 dan 2013. Marjin EBIT yang Disesuaikan menurun dari 15,1% pada tahun 2012 menjadi 14,8% pada tahun 2013.

Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA Margin

Adjusted EBITDA is defined as the Company's net profit before finance expense-net, income tax expenses, depreciation and amortisation and is adjusted by adding back certain non-recurring and recurring expenses to the Company's net profit as described above.

Adjusted EBITDA Margin is Adjusted EBITDA divided by Merchandise Sales.

Discussion

Adjusted EBITDA increased by Rp277.2 billion, or 15.2%, from Rp1,818.6 billion in 2012 to Rp2,095.8 billion in 2013. This increase was primarily due to the reasons described above and was offset by an increase of the minimum wage which was more than 30% in 2013. An increase of electricity fare of 27.5% also gave impact on EBITDA. Adjusted EBITDA Margin decreased from 16.7% in 2012 to 16.5% in 2013.

Adjusted EBIT and Adjusted EBIT Margin

Adjusted EBIT is defined as the Company's net profit before finance expense-net and income tax expenses, and is adjusted by adding back certain non-recurring and recurring expenses to the Company's net profit as described above.

Adjusted EBIT Margin is Adjusted EBIT divided by Merchandise Sales.

Discussion

Adjusted EBIT increased by Rp319.3 billion, or 14.9%, from Rp1,638.5 billion in 2012 to Rp1,883.2 billion in 2013. This increase was primarily due to the reasons described above and an 17.9% increase in depreciation and amortisation expenses from Rp180.1 billion in 2012 to Rp212.5 billion in 2013 associated with the opening of 9 new stores, the refurbishment of 16 stores and other capital expenditure incurred in 2013. As a percentage of Gross Sales, depreciation and amortisation was 1.7% for 2012 and 2013. Adjusted EBIT margin decreased from 15.1% in 2012 to 14.8% in 2013.



SSSG (Pertumbuhan Penjualan Pada Gerai Yang Sama)

SSSG adalah perubahan kontribusi Penjualan Barang Dagangan dari gerai yang telah beroperasi setidaknya selama satu tahun kalender lengkap (1 Januari - 31 Desember) pada awal periode. SSSG digunakan oleh Manajemen untuk mengukur pertumbuhan usaha Perseroan yang sudah ada dibandingkan dengan pertumbuhan karena adanya penambahan gerai.

Tabel berikut menyajikan SSSG untuk periode tahun 2009 sampai 2013. Angka SSSG tahun 2009 dan angka kontribusi tahun 2009 sebagai dasar perhitungan SSSG untuk 2010 berasal dari saat Matahari sebelum menjadi perusahaan mandiri dan dilaporkan oleh MPP dimana Matahari masih sebagai divisi *department store* MPP. Tabel di bawah ini juga menetapkan jumlah gerai yang dimasukkan dalam perhitungan SSSG dan jumlah gerai baru dan lebih baru yang tidak dimasukkan dalam perhitungan SSSG.

SSSG (Same Store Sales Growth)

SSSG is the change in Merchandise Sales contribution made by stores that have been in operation for at least one complete calendar year (1 January to 31 December) at the beginning of the period. SSSG is used by Management to measure the growth of the Company's existing business as opposed to growth due to additional stores.

The following table sets forth SSSG for 2009 to 2013. SSSG figures for 2009 and the 2009 contribution baseline figures used to calculate SSSG for 2010 are from before Matahari was a standalone company and were reported by MPP with respect to its department store division. The table below also sets forth the number of stores included in the SSSG calculation and the number of newer and new stores excluded from the SSSG calculation.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Tahun yang Berakhir 31 Desember/ Years Ended December 31

	2013	2012	2011	2010	2009 ⁽¹⁾
SSSG (%)	12.1	11.1	13.6	11.2 ⁽¹⁾	9.9 ⁽¹⁾
Jumlah Gerai yang Dibuka pada Tahun Tersebut/ Number of Stores Opened during the Year	9	13	9	7	5

⁽¹⁾ Angka SSSG tahun 2009 dan angka dasar kontribusi tahun 2009 yang digunakan untuk menghitung SSSG tahun 2010 adalah dari sebelum Matahari menjadi perusahaan mandiri dan dilaporkan oleh MPP sebagai divisi *department store* MPP. KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (anggota jaringan global PwC) tidak terlibat untuk mengaudit, mereview atau menerapkan prosedur apapun terhadap informasi keuangan untuk tahun 2009. SSSG figures for 2009 and the 2009 contribution baseline figures used to calculate SSSG for 2010 are from before Matahari was a standalone company and were reported on by MPP with respect to its department store division. KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member of PwC global network) were not engaged to audit, review or apply any procedures to the financial information for 2009.

Pembahasan

Perseroan telah mengalami pertumbuhan penjualan gerai yang sama (SSSG) yang kuat, rata-rata 11,6% per tahun selama periode tahun 2009-2013. Tingkat SSSG yang baik didorong oleh program renovasi gerai, perbaikan dalam kombinasi produk, tanggapan yang lebih baik terhadap keinginan pelanggan serta didukung oleh pertumbuhan segmen berpenghasilan menengah dan peningkatan *disposable income* dari target pelanggan.

Tingkat SSSG selalu di atas 10% setiap tahunnya kecuali pada tahun 2009 yang mencapai 9,9% sebagai dampak dari krisis ekonomi global.

Tabel berikut menyajikan SSSG berdasarkan segmen geografis.

Discussion

The Company has experienced strong same store sales growth, averaging 11.6% a year, from 2009 to 2013. Growth in same store sales has been driven by the Company's refurbishment programme, improvements in its mix of products, better response to customer demands, growth in its target middle income segment as well as growth in the disposable income of its target customers.

SSSG has exceeded 10% each year except for 2009, when it was 9.9% due to the impact of the global economic crisis.

The following table sets forth SSSG by geographical segment.

Tahun yang Berakhir 31 Desember/ Years Ended December 31

	2013	2012
	%	
Java	13.9	11.5
Sumatera	10.9	8.6
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	6.9	11.3
Lainnya/ Others	8.8	13.3
Total SSSG	12.1	11.1

Kinerja SSSG per daerah dipengaruhi oleh banyak faktor termasuk kondisi ekonomi lokal serta persaingan di tingkat lokal dan regional.

SSSG performance by region is affected by many factors including local economic conditions and competition on a local and regional level.

Dalam hal kinerja SSSG, Manajemen percaya bahwa seluruh gerai telah menunjukkan kinerja yang baik selama periode tahun 2010-2013. Manajemen meyakini bahwa konsistensi kinerja SSSG yang baik di semua daerah adalah hasil dari proses pemilihan lokasi gerai yang ketat dan fokus Perseroan pada keunggulan operasional seluruh jaringan gerai.

In terms of SSSG performance, Management believe its stores have performed well during the period from 2010 to 2013. Management believe consistently good SSSG performance across all regions is a result of rigorous site selection process for store location and the Company's focus on operating excellence across its store network.

Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel

Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel adalah jumlah Penjualan Barang Dagangan dalam satu tahun buku dibagi dengan rata-rata dari meter persegi total Ruang Ritel di akhir setiap bulan ("**Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel**"). Meter persegi ruang ritel adalah meter persegi ruang ritel jumlah yang digunakan pada akhir bulan tidak termasuk setiap ruang yang sedang mengalami renovasi.

Merchandise Sales per square metre of Retail Space

Merchandise Sales per square metre of Retail Space is total Merchandise Sales for the year divided by the average of the total square metres of Retail Space at the end of each month ("**Merchandise Sales per square metre of Retail Space**"). Square metres of retail space is the aggregate square metres of retail space in use at the end of the month and is not adjusted for any space under refurbishment.

Pembahasan

Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel telah meningkat rata-rata 7,9% pada periode tahun 2011-2013, mencerminkan kecenderungan yang sama seperti peningkatan parameter kinerja lainnya yang dibahas di atas. Tabel berikut ini memuat Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel dan peningkatan Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel selama periode laporan.

Discussion

Merchandise Sales per square metre of Retail Space has increased an average of 7.9% from 2011 to 2013, reflecting similar trends as the other measures discussed above. The table below sets forth Merchandise Sales per square metre of Retail Space and the increase in Merchandise Sales per square metre of Retail Space during the period under review.

Tahun yang Berakhir 31 Desember/ Years Ended December 31

	2013	2012
Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel (Ribu Rupiah)/ Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space (Rp Thousands)	16.560	15.466
Penjualan per Meter Persegi Ruang Ritel (%)/ Sales per Square Metre of Retail Space (%)	7.1	6.9

DASAR PERSIAPAN LAPORAN KEUANGAN

Laporan keuangan historis Perseroan untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2012 dan 2013 yang disajikan pada bagian lain dari Laporan Tahunan ini telah diaudit oleh KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (anggota jaringan global PwC) sesuai dengan standar audit yang ditetapkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI).

BASIS OF PREPARATION OF FINANCIAL STATEMENTS

The Company's historical financial statements included elsewhere in this Annual Report as at and for the years ended 31 December 2012 and 2013 have been audited by KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member of the PwC global network) in accordance with the auditing standards established by the Indonesian Institute of Certified Public Accountants.

Efektif sejak tanggal 30 September 2011, PT Meadow Indonesia dan Perseroan menyelesaikan proses penggabungan usaha dengan Perseroan sebagai entitas yang dipertahankan dan MI dibubarkan.

Effective 30 September 2011, PT Meadow Indonesia and the Company completed their Merger with the Company as the surviving entity and with MI being dissolved.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Pada tanggal tersebut, MI dan Perseroan digabung dengan Perseroan sebagai entitas yang dipertahankan sedangkan MI bubar demi hukum ("Merger"). Selisih antara harga pengalihan yang dibayar saat MI mengakuisisi Perseroan dan nilai buku aset bersih MI pada tanggal akuisisi yang timbul dari transaksi restrukturisasi entitas sepengendali yang dicatat dalam akun "Selisih Nilai Transaksi Restrukturisasi Entitas Sepengendali" dan disajikan sebagai bagian ekuitas pada laporan keuangan Perseroan. Dalam menerapkan metode tersebut sesuai PSAK No 38, unsur laporan keuangan dari entitas yang direstrukturisasi untuk periode dimana transaksi restrukturisasi terjadi dan untuk periode perbandingan yang diungkapkan harus disajikan seolah-olah Perseroan dan MI telah bergabung sejak tanggal terjadi sepengendali. Konsekuensinya, laba dan beban Perseroan sebelum akuisisi tidak termasuk.

On 30 September 2011, MI and the Company merged, with the Company as the surviving entity (the "Merger"). MI was dissolved by law. The difference between the transfer price paid when MI acquired the Company and the book value of MI's net assets as at the acquisition date arising from the restructuring transactions of entities under common control is recorded under the account "Difference in Value from Restructuring Transactions among Entities under Common Control" and is presented as a component of the equity section in the statement of financial position. In applying such method under PSAK No. 38, the financial statement items of the restructured entities for the period in which the restructuring transactions occur and for any comparative periods disclosed should be presented as if the Company and MI had been combined from the date the common control exists. Consequently, the pre-acquisition income and expenses of the Company had been excluded.

URAIAN DARI BARIS AKUN TERPILIH DI DALAM LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF

Pembahasan berikut memberikan uraian tentang komposisi baris akun tertentu dalam laporan laba rugi komprehensif untuk periode laporan.

DESCRIPTION OF SELECTED LINE ITEMS IN THE STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME

The following discussion provides a description of the composition of certain line items in the Company's statement of comprehensive income for the periods indicated.

Pendapatan bersih

Pendapatan bersih Perseroan terdiri dari penjualan ritel, pendapatan bersih dari penjualan konsinyasi dan biaya jasa tertentu. Pendapatan dari penjualan Produk Ritel dan Produk Konsinyasi didapat pada saat produk diserahkan ke pelanggan di titik kassa.

Net revenue

The Company's net revenue comprises retail sales, net revenue from consignment sales and certain services fees. Revenue from sales of DP Goods and CV Goods is recognised when goods are delivered to customers at the point of sale.

Penjualan ritel

Pendapatan penjualan ritel terdiri dari penjualan produk perdagangan yang terdiri dari Produk Ritel (termasuk merek eksklusif), juga diartikan sebagai Penjualan Ritel, setelah dikurangi potongan harga penjualan dan pajak pertambahan nilai.

Retail sales

Retail sales revenue comprises sales of trading products comprising DP Goods (including exclusive brands), also referred to as DP Sales, net of sales discounts and value added tax.

Penjualan Konsinyasi – bersih

Pendapatan bersih dari penjualan konsinyasi terdiri dari pendapatan atas penjualan Produk Konsinyasi kepada konsumen dikurangi jumlah utang kepada vendor konsinyasi terkait.

Consignment Sales – net

Net revenue on consignment sales comprises revenue from the sale of Consignment Goods to consumers less amounts payable to the relevant consignment vendor.

Pendapatan jasa

Pendapatan jasa terutama terdiri dari pendapatan pusat distribusi yang diperoleh sebagai imbalan memberikan jasa logistik kepada pihak ketiga.

Service fees

Service fees primarily comprise distribution centre income earned by providing logistics services to third parties.

Pendapatan jasa juga termasuk biaya yang dibayarkan untuk konsultasi dan jasa manajemen yang diberikan kepada MI

Service fees also comprise fees paid for consultancy and management services provided to MI on developments in the

untuk pengembangan di sektor ritel Indonesia. Komponen biaya jasa ini terus berlanjut walaupun MI digabungkan ke dalam Perseroan di tahun 2011.

Pendapatan jasa didapat pada saat jasa diberikan, dimana besarnya ditentukan secara terukur dan wajar. Pendapatan jasa yang dihasilkan oleh pusat distribusi diperlakukan sebagai utang berdasarkan perjanjian dengan masing-masing *vendor* konsinyasi.

Beban pokok pendapatan

Beban pokok pendapatan terutama merupakan biaya Produk Ritel yang dijual selama periode tersebut. Beban pokok pendapatan juga termasuk biaya jasa yang timbul dari kegiatan yang menghasilkan pendapatan jasa seperti pendapatan pusat distribusi. Beban pokok pendapatan diakui pada saat penjualan.

Laba kotor

Laba kotor terdiri dari pendapatan bersih dikurangi beban pokok pendapatan.

Beban usaha

Beban usaha terutama terdiri dari biaya sewa, biaya pemasaran, jasa operasional, biaya transaksi kartu kredit, kantong plastik, gaji dan kesejahteraan karyawan, utilitas dan telekomunikasi, penyusutan, konsultan, asuransi, perjalanan dinas, pemeliharaan dan perbaikan, pajak, perijinan, amortisasi, beban konsumsi, dan beban seragam.

Keuntungan lainnya – bersih

Pada 2013, keuntungan lainnya –bersih terutama terdiri dari keuntungan dari klaim asuransi yang diterima dalam hubungannya dengan kerugian akibat kebakaran di sebuah gerai pada tahun 2011. Keuntungan lainnya juga termasuk nilai dari kupon MCC yang telah melewati batas waktu dan penjualan kelebihan kotak kardus.

Penghasilan keuangan

Penghasilan keuangan terutama terdiri dari bunga deposito bank dan pendapatan bunga.

Biaya keuangan

Biaya keuangan terutama terdiri dari biaya bunga atas pinjaman dan amortisasi biaya transaksi pinjaman.

Indonesian retail sector. This component of service fees still continue eventhough MI was merged into the Company in 2011.

Services fees are recognised when services are performed, provided that the amount can be measured reliably. The services fees generated by the distribution centre are payable under agreements with each consignment vendor.

Cost of revenue

Cost of revenue represents primarily the costs of DP Goods sold during the period. Cost of revenue also includes the cost of services provided which generate service fees such as distribution centre income. These expenses are recognised at the time of sale.

Gross profit

Gross profit comprises net revenue less cost of revenue.

Operating expenses

Operating expenses primarily comprise rent expenses, marketing expenses, operational services, credit card transaction fees, plastic bags, salaries and allowances, utility and telecommunication costs, depreciation, consultant fees, insurance, business travel, repair and maintenance, tax and license expenses, amortisation, consumables expense, and uniform expense.

Other gain – net

In 2013, other gains – net primarily comprises a gain for insurance proceeds received in conjunction with losses due to a fire in a store in 2011. Other gains also include the value of expired MCC vouchers and the sale of surplus cardboard boxes.

Finance income

Finance income primarily comprises interest from bank deposits and interest income.

Finance cost

Finance cost primarily comprises interest cost on borrowings and amortisation of borrowing transaction costs.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Pendapatan komprehensif lainnya

Akun Pendapatan komprehensif lainnya terdiri dari originasi dan pembalikan selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali.

Selisih dari nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali mencerminkan selisih antara harga pengalihan yang dibayar ketika MI mengakuisisi Perseroan dan nilai buku aset bersih MI pada tanggal penggabungan usaha.

Pembalikan selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali merupakan selisih antara harga pengalihan dengan nilai buku entitas sepengendali setelah transaksi restrukturisasi yang dibalik pada saat Perseroan sudah bukan merupakan entitas sepengendali, yaitu saat Perseroan diakuisisi oleh MI pada tahun 2010 dan hubungan entitas sepengendali dengan MPP berhenti.

Other comprehensive income

Other comprehensive income items comprise the origination and reversal of differences in value from restructuring transactions among entities under common control.

The originated difference in value from restructuring transactions among entities under common control reflects the difference between the transfer price paid when MI acquired the Company and the book value of MI's net assets as at the acquisition date.

The reversal of difference in value from restructuring transactions among entities under common control reflects the difference in value between the transfer price and book value among entities under common control following restructuring transactions that is reversed when common control ceases, as occurred in 2010 when the Company was acquired by MI and common control with MPP ceased.



KINERJA USAHA TAHUN 2013 DAN 2012 / RESULTS OF OPERATIONS FOR 2013 AND 2012

Tahun yang Berakhir 31 Desember/ Years Ended December 31

	2013	2012
	Miliar Rp/ Rp Billions	
Pendapatan/ Revenue		
- Penjualan Ritel/ Retail Sales	4,043.6	3,174.8
- Penjualan Konsinyasi-Bersih/ Consignment Sales-Net	2,673.6	2,406.9
- Pendapatan Jasa/ Services Fee	37.1	35.2
Pendapatan Bersih/ Net Revenue	6,754.3	5,616.9
Beban Pokok Pendapatan/ Cost of Revenue	(2,391.3)	(1,910.8)
Laba Kotor/ Gross Profit	4,363.0	3,706.1
Beban Usaha/ Operating Expenses	(2,581.9)	(2,132.2)
Keuntungan Lainnya -Bersih/ Other Gains-Net	33.7	10.4
Laba Usaha/ Operating Profit	1,814.9	1,584.3
Penghasilan Keuangan/ Finance Income	17.9	26.2
Biaya Keuangan/ Finance Cost	(309.2)	(451.5)
Biaya Keuangan-Bersih/ Finance Expense-Net	(291.2)	(425.4)
Laba sebelum Pajak Penghasilan/ Profit before Income Tax	1,523.6	1,159.0
Beban Pajak Penghasilan/ Income Tax Expense	(373.5)	(388.1)
Laba Bersih/ Net Profit	1,150.2	770.9
Pendapatan Komprehensif Lainnya/ Other Comprehensive Income	-	-
Pendapatan Komprehensif/ Comprehensive Income	1,150.2	770.9

PERBANDINGAN HASIL KINERJA USAHA TAHUN 2012 DAN 2013**Pendapatan bersih**

Pendapatan Bersih Perseroan meningkat Rp1.137,4 miliar atau 20,2%, dari Rp5.616,9 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp6.754,3 miliar pada tahun 2013. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh peningkatan Penjualan Barang Dagangan sebesar 17,2% yang dipicu oleh peningkatan SSSG sebesar 12,1% pada tahun 2013, pertumbuhan segmen pelanggan yang menjadi target Perseroan, peningkatan *disposable income* dari segmen pelanggan tersebut, perbaikan berkelanjutan dalam kombinasi produk, serta pembukaan 9 gerai baru dan renovasi 16 gerai lainnya.

Penjualan Ritel Perseroan, yang terutama terdiri dari Penjualan Ritel, meningkat sebesar Rp868,8 miliar, atau 27,4%, dari Rp3.174,8 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp4.043,6 miliar pada tahun 2013. Peningkatan ini disebabkan oleh alasan-alasan yang diuraikan di atas dan terutama oleh meningkatnya permintaan terhadap Produk Ritel.

COMPARISON OF THE RESULTS OF OPERATIONS FOR 2012 AND 2013**Net revenue**

The Company's net revenue increased by Rp1,137.4 billion, or 20.2%, from Rp5,616.9 billion in 2012 to Rp6,754.3 billion in 2013. This increase was primarily due to an increase in Merchandise Sales of 17.2% due to increases in SSSG of 12.1% in 2013, growth of the Company's target customer segment, increased disposable income of that customer segment, improvements in merchandise mix, the opening of 9 new stores and the refurbishment of 16 stores.

The Company's retail sales, which primarily comprises DP Sales, increased by Rp868.8 billion, or 27.4%, from Rp3,174.8 billion in 2012 to Rp4,043.6 billion in 2013. This increase was due to the reasons described above and, in particular, increased demand for DP Goods.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Pendapatan bersih Perseroan dari Penjualan Konsinyasi meningkat Rp266,7 miliar, atau 11,1%, dari Rp2.406,9 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp2.673,6 miliar pada tahun 2013. Kenaikan ini disebabkan alasan yang dijelaskan di atas, yang sebagian diimbangi dengan pergeseran dari Penjualan Konsinyasi ke Penjualan Ritel.

Pendapatan Jasa Perseroan meningkat sebesar Rp1,9 miliar, atau 5,1%, dari Rp35,2 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp37,1 miliar pada 2013. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh peningkatan penggunaan pusat distribusi dan logistik Perseroan oleh *vendor* konsinyasi untuk kegiatan pendistribusian produk mereka ke gerai Perseroan.

Beban pokok pendapatan

Beban pokok pendapatan Perseroan meningkat Rp480,5 miliar, atau 25,1%, dari Rp1.910,8 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp2.391,3 miliar pada tahun 2013. Hal ini disebabkan oleh adanya kenaikan penjualan ritel sebesar 27,4%, yang terutama terdiri dari Produk Ritel seperti dijelaskan di atas.

Pertumbuhan beban pokok pendapatan masih dibawah pertumbuhan penjualan ritel karena meningkatnya daya beli Perseroan dari peningkatan volume Produk Ritel yang dibeli dan inisiatif lain seperti program utama yang bertujuan untuk mengoptimalkan jumlah SKU sebagai upaya meningkatkan Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan untuk Penjualan Ritel. Beban pokok pendapatan sebagai persentase dari penjualan ritel pada tahun 2013 adalah 59,1%, turun dari 60,2% pada tahun 2012.

Laba kotor

Karena faktor di atas, laba kotor Perseroan meningkat Rp656,9 miliar atau 17,7%, dari Rp3.706,1 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp4.363,0 miliar pada tahun 2013 terutama disebabkan meningkatnya kontribusi dari Penjualan Konsinyasi dan Penjualan Ritel. Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Produk Ritel meningkat 31,0%. Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi, yang diukur dengan pendapatan bersih dari penjualan konsinyasi, meningkat sebesar 11,1% pada tahun 2013.

The Company's net revenue from CV Sales increased by Rp266.7 billion, or 11.1%, from Rp2,406.9 billion in 2012 to Rp2,673.6 billion in 2013. This increase was due the reasons described above, offset in part by a shift from CV Sales to DP Sales.

The Company's services fees increased by Rp1.9 billion, or 5.1%, from Rp35.2 billion in 2012 to Rp37.1 billion in 2013. This increase was principally due to increased use by consignment vendors of the Company's distribution and logistics centre to deliver their products to the Company's stores.

Cost of revenue

The Company's cost of revenue increased by Rp480.5 billion, or 25.1%, from Rp1,910.8 billion in 2012 to Rp2,391.3 billion in 2013. This increase was due to the 27.4% increase in retail sales, primarily comprising DP Goods, as described above.

Cost of revenue grew less quickly than retail sales due to the Company's increased purchasing power from increased volume of DP Goods purchased and other initiatives such as the key item programme, which aimed to optimise the number of SKUs in order to improve Adjusted Gross Profit Margins for DP Sales. Cost of revenue as a percentage of retail sales in 2013 was 59.1% which represented a decrease from 60.2% in 2012.

Gross profit

Due to the factors described above, the Company's gross profit increased by Rp656.9 billion, or 17.7%, from Rp3,706.1 billion in 2012 to Rp4,363.0 billion in 2013 primarily due to increased contribution from CV Sales and DP Sales. Adjusted Gross Profit from DP Sales increased by 31.0%. Adjusted Gross Profit from CV Sales, which is measured by net revenue from CV Sales, increased by 11.1% in 2013.

Tabel di bawah ini menyajikan komponen-komponen beban usaha pada tahun 2013 dan 2012.

The table below sets forth the components of operating expenses in 2013 and 2012.

	2013	2012	Increase Between 2012 and 2013
	Miliar Rp/ Rp Billions		%
Sewa / Rent	816.6	694.5	17.6
Gaji dan Kesejahteraan Karyawan / Salaries and Allowance	788.5	615.2	28.2
Utilitas / Utilities	248.8	184.9	34.6
Penyusutan / Depreciation	206.6	176.1	17.3
Pemasaran / Marketing	147.3	142.4	3.4
Jasa Operasional / Operational Services	146.5	118.3	23.8
Kartu Kredit / Credit Card	45.5	38.9	17.0
Asuransi / Insurance	38.2	29.0	32.0
Kantong Plastik / Plastics Bags	30.2	25.0	21.0
Perjalanan Dinas / Business Travel	22.6	19.0	18.9
Pemeliharaan dan Perbaikan / Repair and Maintenance	18.7	17.0	9.9
Telekomunikasi / Telecommunication	15.4	13.9	11.4
Pajak dan Ijin / Tax and Licenses	15.3	15.7	-2.2
Barang Konsumsi / Consumables	10.3	6.0	72.8
Konsultan / Consultant	8.1	15.9	-48.9
Amortisasi / Amortisation	6.0	4.0	48.4
Seragam / Uniform	5.3	5.3	0.8
Lain-lain / Others	11.9	11.3	5.6
Jumlah / Total	2,581.9	2,132.2	21.1

Beban usaha Perusahaan meningkat sebesar Rp449,7 miliar atau sebesar 21,1% dari Rp2.132,2 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp2.581,9 miliar pada tahun 2013. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh kenaikan beban sewa beban gaji dan kesejahteraan karyawan, beban utilitas dan beban jasa operasional.

The Company's operating expenses increased by Rp449.7 billion or 21.1% from Rp2,132.2 billion in 2012 to Rp2,581.9 billion in 2013. This increase was primarily due to increase in rent, salaries and allowance, utilities, and operational services.

Selama tahun 2013, beban sewa meningkat sebesar Rp122,0 miliar atau 17,6% dan beban utilitas meningkat Rp64,0 miliar atau 34,6% sebagai akibat dari pembukaan 9 gerai baru. Sedangkan peningkatan beban gaji dan kesejahteraan karyawan sebesar Rp173,3 miliar atau 28,2% disebabkan oleh kenaikan upah minimum sebesar 32,8%, penambahan karyawan karena pembukaan 9 gerai baru dan perluasan pada gerai yang ada. Jasa operasional yang terdiri dari jasa keamanan dan kebersihan di gerai Perusahaan meningkat Rp28,1 miliar atau 23,8% pada 2013 dikarenakan pembukaan 9 gerai baru dan peningkatan upah minimum karyawan.

In 2013, rent increased by Rp122.0 billion or 17.6% and utilities increased by Rp64.0 billion or 34.6% due to the opening of 9 new stores. Whereas, the increase of salaries and allowance by Rp173.3 billion or 28.2% due to increase in the minimum wage of 32.8%, increased in staffing as a result of the opening 9 new stores and increased in activity in existing stores. Operational services, which comprise security and cleaning services increased Rp28.1 billion or 23.8% in 2013 due to the opening of 9 new stores and increase in the minimum wage.

Keuntungan lainnya – bersih

Keuntungan lainnya - bersih bertambah Rp23,3 miliar dari Rp10,4 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp33,7 miliar pada tahun 2013.

Other gains – net

The Company's other gains – net changed by Rp23.3 billion from Rp10.4 billion in 2012 to Rp33.7 billion in 2013.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Keuntungan lain termasuk Rp13,7 miliar dari klaim asuransi, dan pembalikan akun neraca sebesar Rp20,0 miliar.

Other gains included a Rp13.7 billion from the receipt of insurance claim, and reversal of old balance sheet accounts amounting to Rp 20.0 billion.

Penghasilan keuangan

Penghasilan keuangan Perseroan turun Rp8,2 miliar atau 31,4%, dari Rp26,2 miliar pada 2012 menjadi Rp17,9 miliar pada 2013 karena berkurangnya *cash on hand* Perseroan setelah melakukan pembayaran pokok pinjaman atas fasilitas kredit sindikasi sebesar Rp1.400,0 juta pada tahun 2013 serta pembayaran biaya sewa tahun 2013.

Finance income

The Company's finance income decreased by Rp8.2 billion, or 31.4%, from Rp26.2 billion in 2012 to Rp17.9 billion in 2013 because the Company had less cash on hand following prepayments on the syndicated loan facility of Rp1,400.0 million in 2013 and a prepayment of rent expenses in 2013.

Biaya keuangan

Biaya keuangan Perseroan turun Rp142,3 miliar atau 31,5%, dari Rp451,5 miliar pada 2012 menjadi Rp309,2 miliar pada tahun 2013. Penurunan ini disebabkan oleh penurunan saldo utang Perseroan karena percepatan pembayaran pokok pinjaman atas fasilitas pinjaman sindikasi sebesar Rp700,0 miliar, Rp400,0 miliar dan Rp300,0 miliar masing-masing pada bulan Maret, Juli, dan Desember 2013. Penurunan Biaya keuangan juga mencerminkan turunnya beban suku bunga secara keseluruhan setelah pelunasan Pinjaman pihak ketiga pada bulan Agustus 2012 dan ditariknya fasilitas pinjaman sindikasi yang mengurangi suku bunga dari suku bunga pinjaman pihak ketiga yang besarnya 13% menjadi suku bunga pinjaman sindikasi sebesar JIBOR+4,75%.

Finance cost

The Company's finance cost decreased by Rp142.3 billion, or 31.5%, from Rp451.5 billion in 2012 to Rp309.2 billion in 2013. This decrease was due to decreases in the Company's outstanding indebtedness following accelerated prepayment of loan principal under the syndicated loan facility of Rp700.0 billion, Rp400.0 billion, and Rp300.0 billion in March, July, and December 2013 respectively. Decreased finance costs also reflects lower overall interest rates following the repayment of the Vendor Loan in August 2012 and the drawn down of the syndicated loan facility which reduced the interest rate from 13% under the Vendor Loan to JIBOR + 4.75% under the syndicated loan.

Biaya keuangan – bersih

Biaya keuangan-bersih Perseroan turun Rp134,1 miliar atau 31,5%, dari Rp425,3 miliar pada 2012 menjadi Rp291,2 miliar pada tahun 2013. Penurunan ini terutama disebabkan oleh penurunan beban bunga yang harus dibayarkan karena penurunan saldo utang Perseroan.

Finance expense – net

The Company's finance expense-net decreased by Rp134.1 billion, or 31.5%, from Rp425.3 billion in 2012 to Rp291.2 billion in 2013. This decrease was primarily due to a decrease in interest paid because of a decrease in the Company's outstanding indebtedness.

Laba sebelum pajak penghasilan

Laba Perseroan sebelum pajak penghasilan meningkat Rp364,6 miliar atau 31,5% dari Rp1.159,0 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp1.523,6 miliar pada tahun 2013 karena alasan yang dijelaskan di atas, termasuk kenaikan 20,2% pada pendapatan bersih, peningkatan laba kotor menjadi sebesar Rp4.363,0 miliar dan penurunan beban keuangan sebesar Rp142,3 miliar.

Profit before income tax

The Company's profit before income tax increased Rp364.6 billion, or 31.5% from Rp1,159.0 billion in 2012 to Rp1,523.6 billion in 2013 due to reasons described above including, the 20.2% increase in net revenue, the increase of gross profit to Rp4,363.0 billion and a decrease in finance expenses of Rp142.3 billion.

Beban pajak penghasilan

Beban pajak penghasilan turun sebesar Rp14,6 miliar atau 3,8%, dari Rp388,1 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp373,5 miliar pada tahun 2013 karena sejak 30 September 2013, Perseroan telah memenuhi semua ketentuan untuk dapat menggunakan tarif pajak perseroan sebesar 20% dari penghasilan kena pajak untuk tahun pajak yang berakhir pada 31 Desember 2013.

Income tax expense

Income tax expense decreased Rp14.6 billion, or 3.8%, from Rp388.1 billion in 2012 to Rp373.5 billion in 2013 due to since 30 September 2013, the Company has complied with all the conditions to apply Income Tax tariff amounting to 20% of taxable income for the fiscal year ended 31 December 2013.



Laba bersih

Dengan penjelasan di atas, maka laba bersih Perseroan meningkat Rp379,3 miliar atau 49,2%, dari Rp770,9 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp1.150,2 miliar pada tahun 2013.

Net profit

For the reasons described above, the Company's net profit increased Rp379.3 billion or 49.2% from Rp770.9 billion in 2012 to Rp1,150.2 billion in 2013.

LAPORAN POSISI KEUANGAN

STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

Aset

Total aset meningkat dari Rp2.929,7 miliar pada tahun 2012 menjadi Rp2.936,8 miliar pada tahun 2013, terutama dari piutang lain-lain dan beban dibayar di muka.

Assets

Total assets increased from Rp2,929.7 billion in 2012 to Rp2,936.8 billion in 2013, mainly for other receivables and prepaid expenses.

Laporan Posisi Keuangan/ Statements of Financial Position	December 2013	December 2012	Change
Kas dan Setara/ Cash and Cash Equivalents	772.2	999.9	-23%
Piutang Usaha/ Trade Receivables	32.8	57.7	-43%
Piutang Lain-Lain/ Other Receivables	30.1	15.9	89%
Persediaan/ Inventories	723.8	519.6	39%
Pajak Dibayar di Muka/ Prepaid Taxes	27.8	44.7	-38%
Beban Dibayar di Muka/ Prepaid Expenses	9.3	6.4	47%
Sewa Dibayar di Muka / Prepaid Rent Expenses	81.6	73.7	11%
Uang Muka Sewa/ Rental Advance	12.4	13.6	-9%
Aset Lancar Lainnya/ Other Current Assets	13.0	12.7	2%
Jumlah Aset Lancar/ Total Current Assets	1,703.0	1,744.2	-2.4%

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Laporan Posisi Keuangan/ Statements of Financial Position	December 2013	December 2012	Change
Kas yang Dibatasi Penggunaannya/ Restricted Cash	25.6	39.2	-35%
Uang Muka Pembelian Aset Tetap/ Advances for Purchases of Fixed Asset	11.6	14.7	-21%
Aset Pajak Tangguhan/ Deferred Tax Assets	43.0	53.9	-20%
Aset Tetap/ Fixed Asset	727.2	694.0	5%
Sewa Jangka Panjang/ Long-Term Lease	289.3	270.1	7%
Uang Jaminan/ Refundable Deposits	108.9	89.3	22%
Piutang Lain-lain / Other Receivables	-	2.4	-100%
Aset Tidak Lancar Lainnya/ Other Non Current Assets	28.2	21.9	29%
Jumlah Aset Tidak Lancar/ Total Non Current Asset	1,233.8	1,185.5	4.1%
Jumlah Aset/ Total Assets	2,936.8	2,929.7	0.2%

Aset lancar

Aset lancar Perseroan yang sebagian besar terdiri dari kas, setara kas dan persediaan, menurun 2,4% dari tahun 2012 menjadi Rp1.703,0 miliar pada tahun 2013. Penurunan kas dan setara kas dikarenakan Perseroan membayar pinjaman sebesar Rp1.400 miliar selama tahun 2013.

Current assets

The Company's current assets consisted predominantly of cash, cash equivalents and inventories, decreasing 2.4% from 2012 to Rp1,703.0 billion in 2013. The decrease in cash and cash equivalent was mainly due to payment of loan amounting to Rp1,400 billion during 2013.

Aset tidak lancar

Aset tidak lancar meningkat 4,1% menjadi Rp1,233,8 miliar pada akhir tahun 2013 dengan kontribusi utama dari tambahan uang jaminan.

Non current assets

Non-current assets increased 4.1% to Rp1,233.8 billion by year end 2013 with the major contribution from additional refundable deposits.

Kewajiban

Secara keseluruhan, kewajiban Perseroan mengalami penurunan sebesar Rp1.143,0 miliar yang menunjukkan efektivitas strategi Perseroan untuk melakukan pelunasan pinjaman pihak ketiga.

Liabilities

Overall, liabilities decreased Rp1,143.0 billion since shown effectiveness of company strategy to paid vendor loan from third parties.

Laporan Posisi Keuangan/ Statements of Financial Position	December 2013	December 2012	Change
Utang Usaha/ Trade Payables	1,265.9	1,054.7	20%
Utang Lain-Lain/ Other Payables	92.9	85.4	9%
Utang Pajak/ Taxes Payable	87.1	191.0	-54%
Akrual - Bagian Jatuh Tempo dalam 1 Tahun/ Accrued Expenses- Current Portion	303.7	270.8	12%
Kewajiban Imbalan Tenaga Kerja Jangka Pendek / Short-term Employee Benefits Obligation	3.3	12.7	-74%
Penghasilan Tangguhan/ Deferred Income	108.1	84.4	28%
Pinjaman Bank - Bagian Jatuh Tempo dalam 1 Tahun/ Bank Loans-current portion	29.1	483.9	-94%
Jumlah Kewajiban Lancar/ Total Current Liabilities	1,890.1	2,182.9	-13.4%

Laporan Posisi Keuangan/ Statements of Financial Position	December 2013	December 2012	Change
Pinjaman Bank - Bagian Jatuh Tempo Lebih dari 1 Tahun/ Bank Loans-Non Current Portion	1,566.5	2,475.1	-37%
Akrual - Bagian Jatuh Tempo Lebih dari 1 Tahun/ Accrued Expenses- Non Current Portion	-	-	0%
Pinjaman dari Pihak Ketiga/ Loan from Third Party	-	-	0%
Kewajiban Imbalan Kerja/ Employee Benefits Obligation	261.6	203.2	29%
Jumlah Kewajiban Tidak Lancar/ Total Non Current Liabilities	1,828.1	2,678.3	-31.7%
Jumlah Kewajiban/ Total Liabilities	3,718.2	4,861.2	-23.5%

Kewajiban lancar

Kewajiban lancar menurun menjadi Rp1.890,1 miliar pada tahun 2013 dari Rp2.182,9 miliar pada tahun 2012 sebagai dampak dari pembayaran pinjaman pihak ketiga.

Current liabilities

Current liabilities decreased to Rp1,890.1 billion in 2013 from Rp2,182.9 billion in 2012 as a result of third parties loan repayment.

Kewajiban tidak lancar

Kewajiban tidak lancar menurun sebagai hasil dari pembayaran pinjaman pihak ketiga. Tingkat suku bunga untuk Fasilitas A, B dan Pinjaman *Revolving* adalah 4,75% per tahun ditambah JIBOR.

Non current liabilities

Non-current liabilities decreased as a result of third parties loan repayment. The rate of interest payable in respect of each of Facility A, Facility B and Revolving Loan is 4.75% per annum plus JIBOR.

Ekuitas

Setelah penggabungan antara Matahari dan MI pada tahun 2010, Perseroan mengalami kondisi ekuitas negatif. Kemudian, saldo laba positif pada tahun 2013 dapat menurunkan ekuitas negatif dari Rp1.931,5 miliar pada 31 Desember 2012 menjadi Rp781,4 miliar pada 31 Desember 2013.

Equity

Following the merger between Matahari and MI in 2010, the Company has been in a situation of negative equity. Positive profit balances in 2012 have impact the decreasing of negative equity from Rp1,931.5 billion in 31 December 2012 to Rp781.4 billion in December 31, 2013.

Laporan Posisi Keuangan/ Statements of Financial Position	December 2013	December 2012	Change
Modal Saham/ Share Capital	386.8	386.8	0%
Tambahan Modal Disetor/ Additional Paid in Capital	(3,571.9)	195.2	-1930%
Selisih Nilai Transaksi Restrukturisasi Entitas Sepengendali/ Restructuring of Entities Under Common Control	-	(3,767.1)	100%
Saldo Laba/ Retained Earning	2,403.7	1,253.6	92%
Dicadangkan/ Appropriated	116.4	10.9	963%
Tidak Dicadangkan/ Unappropriated	2,287.3	1,242.7	84%
Jumlah Ekuitas/ Total Equity	(781.4)	(1,931.5)	59%
Jumlah Kewajiban dan Ekuitas/ Total Liabilities and Equity	2,936.8	2,929.7	0.2%

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

STRUKTUR MODAL / CAPITAL STRUCTURE

Modal Ditempatkan dan Disetor / Issued and Fully Paid Shares

Pemegang Saham/ Shareholders	31 December 2013			31 December 2012		
	Jumlah Saham/ Number of Shares	Nilai Saham/ Value of Shares (Rupiah)	%	Jumlah Saham/ Number of Shares	Nilai Saham/ Value of Shares (Rupiah)	%
1. Asia Color Company Limited						
a. Seri A @Rp 5,000	3.495.552	17.477.760.000	0.12	4.683.831	23.419.155.000	0.16
b. Seri B @ Rp 350	67.951.843	23.783.145.050	2.33	211.037.131	73.862.995.850	7.23
c. Seri C @ Rp 100	867.192.236	86.719.223.600	29.72	2.648.213.669	264.821.366.900	90.76
Subtotal	938.639.631	127.980.128.650	32.17	2.863.934.631	362.103.517.750	98.15
2. PT Multipolar Tbk						
a. Seri A @Rp 5,000	1.188.290	5.941.450.000	0.04	-	-	-
b. Seri B @ Rp 350	44.017.453	15.406.108.550	1.51	-	-	-
c. Seri C @ Rp 100	552.323.757	55.232.375.700	18.93	-	-	-
Subtotal	597.529.500	76.579.934.250	20.48	-	-	-
3. Public						
a. Seri A @Rp 5,000	1.485.118	7.425.590.000	0.05	1.485.129	7.425.645.000	0.05
b. Seri B @ Rp 350	147.127.024	51.494.458.400	5.04	48.059.189	16.820.716.150	1.65
c. Seri C @ Rp 100	1.233.136.807	123.313.680.700	42.26	4.439.131	443.913.100	0.15
Subtotal	1.381.748.949	182.233.729.100	47.34	53.983.449	24.690.274.250	1.85
TOTAL	2.917.918.080	386.793.792.000	100.00	2.917.918.080	386.793.792.000	100.00

Tidak ada perbedaan dalam hak yang diberikan kepada pemegang saham seri A, seri B dan seri C, termasuk berkaitan dengan hak suara, hak untuk menerima dividen, dan hak atas likuidasi dimana mereka semua berpartisipasi berbasis per saham meskipun ada perbedaan dalam nilai nominal. Masing-masing jenis saham sepadan, dapat dipertukarkan satu sama lain dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan simbol "LPPF".

Ketika saham diperdagangkan, proses penyelesaian transaksi jual-beli saham dapat terjadi untuk masing-masing saham atau kombinasi dari ketiganya.

There are no differences in the rights afforded to holders of type A, type B and type C Shares, including with regard to voting rights, rights to receive dividends, and rights upon liquidation where they all participate *pari passu* on a per Share basis despite the differences in nominal value. Each of these types of Shares is fungible with each other and trade on the IDX under the symbol of LPPF.

When Shares are traded settlement can take place in any type of Share or in a combination of types.

RASIO/ RATIO

Rasio Operasional / Operational Ratio	December 2013	December 2012
Peningkatan Penjualan dari Tahun Sebelumnya / Sales increase over prior year	17.2%	17.7%
Kinerja Gerai Pembanding* / Compstore performance	12.1%	11.1%
Laba Kotor (per total penjualan barang dagangan) / Gross profit (as % of merchandise sales)	34.2%	34.1%
Laba Operasional (per total penjualan barang dagangan) / Operating profit (as % of merchandise sales)	14.2%	14.6%

* Gerai Pembanding adalah gerai yang telah beroperasi selama setidaknya satu tahun kalender lengkap.
Comparable Store is stores that have been in operation for at least one complete calendar year.

SOLVABILITAS

Sebagaimana dapat dilihat dari tabel di bawah ini, operasional Perusahaan berjalan dengan baik dalam ikatan perjanjian bank, dan terus meningkatkan kinerjanya pada tahun 2013.

SOLVENCY

As can be seen from the table below, the Company operates well within its bank covenants, and continues to improve its performance in 2013.

Perjanjian/ <i>Covenant</i>	2013	2012
1. Utang kotor terhadap Laba usaha sebelum penyusutan, bunga dan pajak / Gross Debt to EBITDA		
Batas maksimal / <i>Covenant</i>	2.50 x	3.25 x
Pencapaian / <i>Actual</i>	0.8 x	1.74 x
2. Rasio kemampuan membayar kembali pinjaman / Debt Service Coverage Ratio		
Batas maksimal / <i>Covenant</i>	1.40 x	1.40 x
Pencapaian / <i>Actual</i>	9.71 x	3.97 x

KOMITMEN DAN LIABILITAS KONTINGJENSI

Komitmen

Perseroan memiliki beberapa kewajiban kontraktual dan komitmen komersial untuk melakukan pembayaran di masa depan, termasuk pinjaman bank dan biaya sewa. Tabel di bawah ini menganalisa kewajiban keuangan Perseroan termasuk bunga. Jumlah yang diungkapkan dalam tabel dihitung merupakan kontraktual arus kas tidak terdiskontokan.

Kewajiban keuangan lainnya, tidak termasuk pinjaman, jatuh tempo dalam waktu kurang dari 3 bulan pada tanggal 31 Desember 2013.

COMMITMENTS AND CONTINGENT LIABILITIES

Commitments

The Company has various contractual obligations and commercial commitments to make future payments, including bank borrowings and rent. The table below analyses the Company's financial liabilities including interest. The amounts disclosed in the table are the contractual undiscounted cash flows.

The Company's other financial liabilities, excluding borrowings, were due in less than 3 months as of December 31, 2013.

Miliar Rp / Rp billions

	Kurang dari 3 Bulan/ <i>Less than Three Months</i>	Antara 3 Bulan dan 1 Tahun/ <i>Between 3 Months and 1 Year</i>	Antara 1 dan 2 Tahun/ <i>Between 1 and 2 Years</i>	Antara 2 dan 5 Tahun/ <i>Between 2 and 5 Years</i>	Jumlah/ <i>Total</i>
Pinjaman Bank/ Bank Loans	43.7	188.0	886.5	951.3	2,069.5

Perseroan juga memiliki perjanjian sewa. Diperkirakan pada tanggal 31 Desember 2013 total komitmen sewa mencapai Rp638 miliar untuk jangka waktu sewa 10 sampai 11 tahun.

Sampai dengan tanggal 31 Desember 2013 Perseroan menandatangani 8 nota kesepahaman untuk membuka gerai baru di tahun 2014 dan 4 nota kesepahaman untuk membuka gerai baru di tahun 2015. Gerai-gerai tersebut berlokasi di berbagai wilayah Indonesia dan diharapkan sudah akan ada yang mulai beroperasi secara komersial pada akhir tahun 2014.

The Company also has lease commitments. These estimated total lease commitments as at December 31, 2013 are Rp638 billion for leases of 10 to 11 years.

As at December 31, 2013 the Company has also signed 8 memorandum of understanding for opening new stores in 2014 and 4 memorandum of understanding for opening new stores in 2015. The stores are located in several locations in Indonesia and are expected to start commercial operations by the end of 2014.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Liabilitas kontinjensi

Perseroan tidak memiliki liabilitas kontinjensi yang signifikan sampai pada tanggal 31 Desember 2013, dan 2012.

Contingent Liabilities

The Company had no significant contingent liabilities as at December 31, 2013, and 2012.

BELANJA MODAL

Tabel berikut menyajikan komitmen belanja modal Perseroan, yang didefinisikan sebagai biaya aktual ditambah biaya diproyeksikan dimana proyek yang disetujui diharapkan dapat diselesaikan sesuai:

CAPITAL EXPENDITURE

The following table sets forth the Company's capital project commitments, which are defined as the actual cost incurred plus the projected cost expected to complete approved projects, in the periods indicated:

	Tahun Berakhir pada 31 Desember / Years ended December 31	
	2013	2012
	(Rp billions)	
Gerai baru/ New stores ⁽¹⁾	104.9	162.7
Renovasi/ Refurbishments ⁽²⁾	105.3	98.0
TI dan perawatan/ IT & maintenance	61.5	52.3
Total	271.7	313.0

⁽¹⁾ Perseroan membuka 13 dan 9 gerai baru masing-masing pada tahun 2012 dan 2013.
The Company opened 13 and 9 new stores in 2012 and 2013, respectively.

⁽²⁾ Perseroan merenovasi 15 dan 16 gerai masing-masing pada tahun 2012 dan 2013.
The Company refurbished 15 and 16 stores in 2012 and 2013, respectively.

Perseroan membelanjakan antara Rp5,3 miliar hingga Rp14,7 miliar untuk belanja modal pada pembukaan setiap gerai baru. Perseroan membelanjakan antara Rp0,6 miliar hingga Rp11,8 miliar untuk belanja modal untuk renovasi gerai.

The Company spends between approximately Rp5.3 billion to 14.7 billion in capital expenditure on the opening of each new store. The Company spends between approximately Rp0.6 billion to Rp11.8 billion in capital expenditure on the refurbishment of a store.

Pada tanggal 31 Desember 2013, Perseroan mempunyai komitmen untuk membeli aset tetap, termasuk perlengkapan untuk gerai baru dan gerai yang diperbaharui dan peralatan teknologi informasi, sebesar Rp544,0 miliar. Pada tahun 2012, Perseroan memiliki komitmen modal sebesar Rp437,4 miliar.

As at December 31, 2013, the Company had commitments to purchase fixed assets, comprising the fixtures for new and refurbished stores and IT equipment, amounting to Rp544.0 billion. In 2012, the Company had capital commitments amounting to Rp437.4 billion.

PERPAJAKAN

Rasio pajak terutang selama periode laporan adalah 33,5% untuk 2012 dan 24,5% untuk 2013. Hal ini terutama disebabkan oleh adanya biaya-biaya yang tidak dapat dibebankan secara fiskal oleh Perseroan (*non-tax deductible*) sebesar Rp420,7 miliar pada tahun 2012 dan Rp308,8 miliar pada tahun 2013. Beban *non-tax deductible* tersebut termasuk beban bunga dari pinjaman bank. Kenaikan laba sebelum pajak dan penurunan beban keuangan mengurangi dampak timbulnya biaya *non-tax deductible*, pada tarif pajak yang berlaku. Selanjutnya, rasio pajak terutang menurun dari 33,5% pada tahun 2012 menjadi 24,5 % pada tahun 2013 terutama disebabkan oleh biaya bunga yang turun pada tahun 2013.

Perseroan berharap bahwa rasio pajak terutang dapat berkurang lagi karena Perseroan terus berupaya melunasi pinjaman, yang terkait dengan bunga yang tidak dapat dibebankan.

Berdasarkan peraturan perpajakan Indonesia, perseroan berhak atas tarif pajak korporasi yang lebih rendah yaitu sebesar 20% dengan ketentuan sebagai berikut: (i) setidaknya 40% atau lebih dari total modal saham disetor dimiliki oleh masyarakat, (ii) setidaknya memiliki 300 pemegang saham yang masing-masing memiliki kurang dari 5% dari total modal saham disetor, dan (iii) kriteria (i) dan (ii) ketentuan di atas telah terpenuhi untuk jangka waktu lebih dari enam bulan (183 hari kalender) selama tahun buku yang bersangkutan.

Berdasarkan Laporan Kepemilikan Saham Emiten dari PT Sharestar Indonesia, selaku Biro Administrasi Efek yang melaksanakan administrasi kepemilikan saham Perseroan, Perseroan telah memenuhi semua ketentuan di atas sejak 30 September 2013.

ANALISIS KEMAMPUAN PERUSAHAAN DALAM MEMBAYAR UTANG DAN MENAGIHKAN PIUTANG

Seperti dapat dilihat dari laporan arus kas Perseroan dan perbandingan aset lancar terhadap kewajiban lancar, Perseroan berada pada posisi yang baik dalam kemampuan membayar utang Perseroan. Perbandingan antara Aset Lancar dengan Kewajiban Lancar adalah 9 : 10.

INFORMASI DAN KEJADIAN MATERIAL SETELAH TANGGAL LAPORAN AKUNTAN

Manajemen menyatakan tidak terdapat informasi dan kejadian material setelah tanggal laporan akuntan publik yang dapat mempengaruhi laporan keuangan 31 Desember 2013.

TAXATION

The tax payable ratio during the period under review were 33.5% in 2012 and 24.5% in 2013. This is mainly due to non-tax deductible expenses of Rp420.7 billion and Rp308.8 billion in 2012 and 2013. Non-tax deductible expenses include mainly interest expense from the Company's bank loans. The increase in profit before tax and the decrease in finance costs decreases the impact of non-tax deductible expenses on the effective tax rate. The tax payable ratio decreased from 33.5% in 2012 to 24.5% in 2013 mainly due to decrement of finance cost in year 2013.

The Company expects that its tax payable ratio will further decrease as the Company continues to repay debt which related to non-deductible interest expenses.

Under Indonesian tax rules and regulations, companies are entitled to a lower corporate tax rate of 20% provided that: (i) at least 40% or more of the company's total paid up share capital is owned by the public; (ii) the company has at least 300 shareholders who each own less than 5% of the company's total paid up share capital; and (iii) criteria (i) and (ii) above are met for a period of more than six months (183 calendar days) during the relevant fiscal year.

Based on shareholding information from PT Sharestar Indonesia, the Company's share registrar, the Company has complied with the above conditions since September 30, 2013.

ANALYSIS OF THE COMPANY'S ABILITY TO SERVICE DEBT AND TO COLLECT ACCOUNTS RECEIVABLE

As can be seen from the Company's cash flow statements and comparison of current assets to current liabilities, the Company is in a good position regarding its debt servicing ability. Current Assets : Current Liabilities = 9 : 10.

MATERIAL INFORMATION AND EVENTS SUBSEQUENT TO THE ACCOUNTANT'S REPORT DATE

Management do not aware of any material information and subsequent events that may impact to Financial Statement as at December 31, 2013.

KINERJA KEUANGAN

*Financial Review***INFORMASI YANG BERKAITAN DENGAN TRANSAKSI AFILIASI**

Transaksi berikut terjadi pada tahun 2013 antara Perseroan dengan pihak terkait:

- Perseroan memperoleh pendapatan jasa dari Meadow Asia Company Ltd sebesar Rp480 juta.
- Bantuan yang diberikan sehubungan dengan Penawaran Saham.
Sehubungan dengan Penawaran Saham, Perseroan telah setuju untuk memberikan bantuan kepada pemegang saham mayoritas Perseroan ("Pemegang Saham Penjual"). Berdasarkan Surat Permintaan Bantuan tanggal 13 November 2012 yang dilengkapi dengan Surat Permintaan Bantuan tanggal 5 Desember 2012 dari Pemegang Saham Penjual, ruang lingkup bantuan yang diminta oleh Pemegang Saham Penjual dari Perseroan sehubungan dengan Penawaran Saham adalah sebagai berikut:
 - a. Membantu Pemegang Saham Penjual dan setiap pihak yang terlibat dalam Penawaran Saham dalam melakukan uji kelayakan (*due diligence*) atas Perseroan, dan untuk bekerja sama dengan Pemegang Saham Penjual dan setiap pihak yang terlibat dalam Penawaran Saham dalam kaitannya dengan proses *due diligence* tersebut, sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku;
 - b. Membantu setiap pihak dalam Penawaran Saham dalam persiapan dokumen yang diperlukan untuk pelaksanaan Penawaran Saham, termasuk namun tidak terbatas pada Penawaran Saham Sirkuler, presentasi analis dan penyediaan materi pemasaran lainnya yang diminta oleh para pihak yang berkepentingan pada Penawaran Saham;
 - c. Berpartisipasi dalam presentasi analis, pertemuan investor, dan/atau *road show* sehubungan dengan pelaksanaan Penawaran Saham;
 - d. Ikut dalam perjanjian atau dokumen yang berkaitan dengan Penawaran Saham, termasuk tapi tidak terbatas pada perjanjian penempatan/penjaminan internasional dan perjanjian *lock-up*, dan untuk menyediakan di dalamnya atau yang berhubungan dengan representasi, jaminan, usaha, perjanjian dan ganti rugi;
 - e. Ketersediaan Manajemen Perseroan untuk berpartisipasi dalam semua kegiatan tersebut di atas;
 - f. Melakukan semua tindakan yang diperlukan, termasuk tapi tidak terbatas untuk memperoleh semua persetujuan Perseroan dan regulator yang

INFORMATION RELATING TO AFFILIATED TRANSACTIONS

The following transaction occurred in 2013 between the Company and its related parties:

- The Company received service fees from Meadow Asia Company Ltd in the amount of Rp480 million.
- Assistance provided in connection with the Shares Offering.
In connection with the Shares Offering, the Company has agreed to provide assistance to the Company's majority shareholders ("the Selling Shareholders"). Based on a Request for Assistance Letter dated November 13, 2012 as supplemented by a Request for Assistance Letter dated 5 December 2012 from the Selling Shareholders, the scope of assistance required by the Selling Shareholders from the Company in connection with the Shares Offering includes:
 - a. To assist the Selling Shareholders and any parties involved in the Shares Offering in their due diligence review of the Company, and to cooperate with the Selling Shareholders and any parties involved in the Shares Offering in relation to the above due diligence process, in accordance with applicable laws and regulations;
 - b. To assist any parties to the Shares Offering in the preparation of documents required for the implementation of the Shares Offering, including but not limited to the Shares Offering Circular and the analysts' presentation and other marketing materials requested by the parties to the Shares Offering;
 - c. To participate in analysts' presentations, investor meetings, and/or road shows in connection with the implementation of the Shares Offering;
 - d. To enter into such agreements or documents related to the Shares Offering, including without limitation an international placement/underwriting agreement and lock-up agreement, and to provide therein or in connection therewith representations, warranties, undertakings, covenants and indemnities;
 - e. To make the management of the Company available to participate in all of the activities referred to above;
 - f. To do any and all acts necessary, including without limitation obtaining all necessary corporate and regulatory approvals, in order to carry out all matters in



diperlukan, dalam rangka melaksanakan segala hal dalam kaitannya dengan pelaksanaan Penawaran Saham, dalam setiap kondisi sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku, dan

- g. Mendukung Pemegang Saham Penjual dan pihak-pihak yang terkait Penawaran Saham sehubungan dengan pelaksanaan Penawaran Saham, termasuk hal-hal tersebut di atas, sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

Pemberian bantuan dari Perseroan kepada Pemegang Saham Penjual ditandai sebagai pemberian akses kepada Pemegang Saham Penjual dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan Penawaran ke materi informasi non-publik yang berkaitan dengan Perseroan dan kegiatan usahanya pada tanggal 7 Desember 2012.

Berdasarkan kebijakan OJK saat ini, pemberian bantuan dari Perseroan kepada Pemegang Saham Penjual merupakan transaksi pihak terafiliasi. Oleh karena itu, sesuai dengan Peraturan Bapepam-LK Nomor IX.E.1, Perseroan diharuskan, antara lain, (i) memperoleh pendapat wajar dari penilai independen yang menyatakan bahwa pemberian bantuan dari Perseroan kepada Pemegang Saham Penjual adalah transaksi yang wajar, dan (ii) membuat pengumuman kepada publik untuk memberikan alasan, penjelasan, dan pertimbangan terkait dengan pemberian bantuan, dalam waktu dua hari kerja pertama setelah Perseroan memberikan bantuan kepada Pemegang Saham Penjual.

Untuk hal tersebut di atas, Perseroan telah memperoleh pendapat wajar melalui surat nomor RAO.YUHAL-B-ODN-XII/12 tanggal 6 Desember 2012 dari Kantor Jasa Penilai Publik RAO, Yuhail & Rekan yang berpendapat bahwa pemberian bantuan oleh Perseroan kepada Pemegang Saham Penjual

relation to the implementation of the Shares Offering, in each case in accordance with applicable laws and regulations; and

- g. To support the Selling Shareholders and the parties to the Shares Offering in connection with the implementation of the Shares Offering, including with respect to the items above, in accordance with applicable laws and regulations.

The granting of assistance from the Company to the Selling Shareholders is characterised as the granting of access to the Selling Shareholders and the parties to the Offering to material non-public information related to the Company and its business on December 7, 2012.

Under OJK's current policy, the grant of assistance from the Company to the Selling Shareholders constitutes an affiliated party transaction. Therefore, pursuant to Bapepam-LK Regulation No. IX.E.1, the Company is required, among other things, to (i) obtain a fairness opinion from an independent appraiser stating that the granting of assistance from the Company to the Selling Shareholders is a fair transaction, and (ii) make an announcement to the public explaining the reasoning, explanation, and consideration related to the granting of assistance within two working days of the first time the Company provides the assistance to the Selling Shareholders.

In respect of the above, the Company has obtained fairness opinion number RAO.YUHAL-B-ODN-XII/12 dated December 6, 2012 from the Public Appraiser Service Office of RAO, YUHAL & Rekan that opined that the granting of assistance by the Company to the Selling Shareholders is a fair transaction,

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

adalah transaksi yang wajar, dan Perseroan telah membuat pengumuman yang dibutuhkan di sebuah koran nasional pada tanggal 10 Desember 2012. Sebuah pendapat wajar berikutnya diperoleh pada tanggal 25 Maret 2013 dan pengumuman tambahan telah dilakukan oleh Perseroan sesuai dengan peraturan di Indonesia.

Manajemen percaya bahwa semua transaksi yang dijelaskan di atas bersifat wajar, adil dan saling menguntungkan semua pihak terutama kepentingan terbaik Perseroan.

PERUBAHAN KEBIJAKAN AKUNTANSI

Pada tanggal 1 Januari 2013, Perseroan menerapkan pernyataan standar akuntansi keuangan ("PSAK") dan interpretasi standar akuntansi keuangan ("ISAK") baru dan revisi yang efektif sejak tanggal tersebut. Perubahan kebijakan akuntansi Perseroan telah dibuat seperti yang disyaratkan, sesuai dengan ketentuan transisi dalam masing-masing standar dan interpretasi.

Penerapan standar dan interpretasi baru atau revisi, yang relevan dengan operasi Perseroan dan memberikan dampak pada laporan keuangan, adalah sebagai berikut:

and the Company has made the required announcement in a national newspaper on 10 December 2012. A further fairness opinion was obtained on 25 March 2013 and an additional announcement has been made by the Company in accordance with Indonesian regulations.

Management believes that all transactions described above are on arms length terms and are all in the best interests of the Company.

CHANGES IN THE ACCOUNTING POLICY

On January 1, 2012, the Company adopted new and revised statements of financial accounting standards ("SFAS") and interpretations of statements of financial accounting standards ("ISFAS") that are mandatory for application from that date. Changes to the Company's accounting policies have been made as required, in accordance with the transitional provisions in the respective standards and interpretations.

The adoption of the following new or revised standards and interpretations, which are relevant to the Company's operations and resulted in an effect on the financial statements is as follows:



PSAK No. 38 (Revisi 2012): “Kombinasi Bisnis pada Entitas Sepengendali”

Standar ini diterapkan secara prospektif dengan ketentuan bahwa saldo selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali berdasarkan PSAK 38 (2004): Akuntansi Restrukturisasi Entitas Sepengendali pada tanggal awal penerapan (1 Januari 2013) disajikan di ekuitas dalam pos tambahan modal disetor dan selanjutnya tidak dapat diakui sebagai laba rugi direalisasi maupun direklasifikasi ke saldo laba.

REALISASI PENGGUNAAN DANA HASIL PENAWARAN UMUM TERBATAS

Dana penawaran umum terbatas telah digunakan seluruhnya dan telah dilaporkan kepada pihak berwenang.

PERUBAHAN HUKUM DAN PERATURAN

Direksi yakin bahwa tidak ada perubahan undang-undang dan peraturan yang memiliki dampak signifikan terhadap Perseroan.

AKSI KORPORASI

Pada tahun 2013, Perseroan tidak melakukan aksi korporasi termasuk *stock split*, *reverse stock*, pembagian dividen saham atau saham bonus, dan penurunan nilai nominal saham. Perseroan juga tidak memiliki obligasi, sukuk, atau obligasi konversi dalam 2 tahun terakhir.

INFORMASI MATERIAL TERKAIT DENGAN INVESTASI, EKSPANSI, DIVESTASI, AKUISISI DAN RESTRUKTURISASI HUTANG/MODAL

Pada tahun 2013, Matahari mengembangkan jaringan bisnisnya dengan membuka 9 gerai baru.

Selain itu, Matahari tidak memiliki informasi material terkait dengan investasi, ekspansi, divestasi, akuisisi, dan restrukturisasi hutang/modal.

SFAS No. 38 (Revised 2012): “Business Combination on Entities under Common Control”

This standard shall be applied prospectively with the requirement that the beginning balance of difference in value from restructuring transactions among entities under common control based on SFAS 38 (2004): Accounting for Restructuring Transactions of Entities Under Common Control at the first implementation (1 January 2013) is presented in the equity as part of additional paid in capital and will not be recognised as realised gain/loss or reclassified into retained earnings.

REALIZATION OF UTILIZATION OF PROCEEDS FROM THE LIMITED PUBLIC OFFERING

The limited public offering funds had been fully used and reported to the authorities.

CHANGES IN LAWS AND REGULATIONS

The Board of Directors believes that there were no changes in laws and regulations that have significant impacts to the Company.

CORPORATE ACTIONS

In 2013, the Company did not undertake corporate actions include stock split, reverse stock, distribution of share dividends or bonus shares, and decrease in share nominal value. The Company also does not have bonds, sukuk, or convertible bonds in the last 2 years.

MATERIAL INFORMATION CONCERNING INVESTMENT, EXPANSION, DIVESTMENT, ACQUISITION, AND DEBT / CAPITAL RESTRUCTURING

In 2013, Matahari expanded its business coverage by opening 9 new stores.

Furthermore, Matahari did not have any other material information concerning investment, expansion, divestment, acquisition, and debt/ capital restructuring.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

RISIKO USAHA

FAKTOR PENTING YANG MEMPENGARUHI HASIL OPERASIONAL PERSEROAN

Keadaan pasar ritel Indonesia dan kondisi ekonomi secara umum

Perseroan mengoperasikan bisnis ritel yang sangat tergantung pada keadaan ekonomi Indonesia. Permintaan untuk produk di gerai-gerai Perseroan tergantung pada ukuran dan tingkat *disposable income* segmen berpenghasilan menengah di Indonesia (sebagai segmen pasar yang menjadi target utama Perseroan) yang akan sangat tergantung pada kondisi perekonomian Indonesia. Dengan bertumbuhnya ekonomi, pertumbuhan konsumen yang memiliki *disposable income* yang cukup untuk dapat membeli produk di gerai-gerai Perseroan dan pelanggan yang ada dapat berbelanja lebih banyak lagi untuk produk di gerai Perseroan, keduanya berpotensi meningkatkan skala pasar konsumen yang menjadi target Perseroan serta meningkatkan permintaan untuk produk di gerai Perseroan. Menurut Euromonitor, pertumbuhan PDB riil Indonesia adalah sebesar 6,5% pada tahun 2011, 6,7% pada tahun 2012. Pertumbuhan PDB di tahun 2013 sebesar 5,8%.

Populasi pelanggan yang menjadi target

Target demografis Perseroan adalah segmen konsumen berpendapatan menengah yang populasinya cukup besar dan terus bertumbuh di Indonesia (didefinisikan oleh Manajemen sebagai segmen dengan pengeluaran konsumtif antara Rp0,7 juta sampai Rp4,5 juta per kapita, per bulan). Manajemen percaya bahwa pilihan produk Perseroan yang sangat beragam memungkinkan Perseroan untuk menarik selera semua anggota keluarga Indonesia berpenghasilan menengah untuk berbelanja dalam satu gerai.

Selama periode laporan, Indonesia telah mengalami pertumbuhan kelas menengah yang sangat pesat. Berdasarkan data statistik tahun 2010 dari Badan Pusat Statistik mengenai segmentasi penduduk Indonesia berdasarkan pengeluaran konsumen per kapita per bulan, manajemen memperkirakan bahwa penduduk berpendapatan menengah Indonesia terdiri 125 juta jiwa pada tahun 2010, atau 52,4% dari total penduduk Indonesia.

Dengan naiknya tingkat pendapatan, segmen populasi berpenghasilan menengah Indonesia akan terus bertumbuh seiring dengan pertumbuhan masyarakat dari segmen berpenghasilan rendah yang populasinya sangat besar, sekitar 106 juta jiwa (didefinisikan oleh Manajemen sebagai segmen dengan pengeluaran konsumtif dibawah Rp0,7 juta per kapita, per bulan) yang bertransisi ke segmen berpenghasilan

BUSINESS RISK

SIGNIFICANT FACTORS AFFECTING THE COMPANY'S RESULTS OF OPERATIONS

The state of the Indonesian retail market and general economic conditions

The Company operates a retail business that is highly dependent on the state of the Indonesian economy. Demand for products in the Company's stores depends upon the size and pendapatan disposabellevels of Indonesia's middle income segment (the Company's primary consumer target market segment) which in turn depends primarily upon the state of the Indonesian economy. As the economy grows, more consumers have sufficient pendapatan disposabelto be able to afford the products in the Company's stores and existing customers are able to spend more on the products in the Company's stores, both of which potentially increase the size of the Company's target consumer market and demand for the products in the Company's stores. According to Euromonitor, Indonesia's real GDP growth was 6.5% in 2011, 6.7% in 2012. GDP Growth in 2013 was 5.8%.

Target customer population

The Company's target demographic is Indonesia's large and growing middle income consumer segment (defined by Management as people with a consumption expenditure of between Rp0.7 million – 4.5 million per capita, per month). Management believe that the Company's broad selection of products allows the Company to appeal to the tastes of all members of a typical middle income Indonesian family in a single store.

During the period under review, Indonesia has witnessed a rapid emergence of the middle income segment. According to 2010 data from the Central Bureau of Statistics on Indonesian population segmentation by consumer expenditure per capita per month, Management estimate that the Indonesian middle income population comprised 125 million people in 2010, or 52.4% of Indonesia's total population.

With increasing income levels, the Indonesian middle income segment is set to grow further as people from the large lower-income segment of approximately 106 million people (defined by Management as people with a consumption expenditure of below Rp0.7 million per capita, per month) transition into the middle-income group. As people move into the middle income segment and their disposable income increases, they

menengah. Masyarakat yang baru masuk segmen menengah ini diharapkan untuk membeli lebih banyak produk bermerek dengan harga terjangkau, yang diyakini akan meningkatkan permintaan untuk produk-produk Perseroan.

Menurut Euromonitor, total belanja konsumtif penduduk Indonesia diperkirakan akan tumbuh pada CAGR sebesar 5,3% antara tahun 2011 dan 2016. Peningkatan permintaan untuk produk-produk konsumsi telah mendukung pertumbuhan Perseroan dalam peningkatan SSSG dan program perluasan usaha dengan penambahan 31 gerai baru pada tahun 2011-2013.

Produktivitas

Pendapatan Perseroan tergantung pada produktivitas gerai, yang diukur dengan mengacu pada parameter SSSG dan Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel. SSSG adalah perubahan kontribusi Penjualan Barang Dagangan yang dihasilkan oleh gerai yang telah beroperasi selama setidaknya satu tahun kalender lengkap (dari 1 Januari sampai 31 Desember) yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan bisnis Perseroan yang ada, sebagai pembandingan dalam mengukur pertumbuhan karena ekspansi gerai baru. Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel adalah jumlah Penjualan Barang Dagangan Perseroan dalam satu tahun dibagi dengan rata-rata total meter persegi Ruang Ritel di akhir setiap bulan ("**Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel**"). Meter persegi ruang ritel adalah meter persegi ruang ritel agregat yang digunakan pada akhir bulan termasuk ruang yang sedang direnovasi.

Perseroan telah mengalami pertumbuhan SSSG yang kuat, rata-rata 11,6% per tahun, selama periode tahun 2009-2013. Berdasarkan kondisi usaha saat ini dan prospek ke depan, manajemen berharap bahwa SSSG masa depan akan terus meningkat selaras dengan kinerja historis selama ini. SSSG Perseroan telah didorong oleh perbaikan program, kombinasi produk dan pertumbuhan populasi serta *disposable income* dari segmen pasar yang menjadi target utama Perseroan. Karena faktor-faktor yang sama, Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel telah meningkat sebesar 7,1% dari Rp15.466 ribu di tahun 2012 menjadi Rp16.560 ribu pada tahun 2013.

are expected to aspire to purchase more branded products at affordable prices, which Management believe increases demand for the Company's products.

Consumer expenditure for the total Indonesian population is expected to grow at a CAGR of 5.3% between 2011 and 2016 according to Euromonitor. Increased demand for consumer goods has supported the growth of the Company's improvements in same store sales and its expansion programme with the addition of 31 new stores from 2011 to 2013.

Productivity

The Company's financial results are dependent on the productivity of its stores, which is measured by reference to SSSG and Merchandise Sales per square metre of Retail Space. SSSG is the change in Merchandise Sales contribution made by stores that have been in operation for at least one complete calendar year (from 1 January to 31 December) and primarily measures the growth of the Company's existing business as opposed to growth due to new store expansion. Merchandise Sales per square metre of Retail Space is the Company's total Merchandise Sales for the year divided by the average of the total square metres of Retail Space at the end of each month ("**Merchandise Sales per square metre of Retail Space**"). Square metres of retail space is the aggregate square metres of retail space in use at the end of the month and is not adjusted for any space under refurbishment.

The Company has experienced strong SSSG, averaging 11.6% a year, from 2009 to 2013. Based on current operating conditions and outlook, Management expect that future SSSG will continue in line with historic performance over the near to medium term. The Company's SSSG has been driven by its refurbishment programme, improvements in its mix of products and growth in the size and disposable income of the Company's primary target market segment. Due to similar factors, Merchandise Sales per square metre of Retail Space has increased by 7.1% from Rp15,466 thousand in 2012 to Rp16,560 thousand in 2013.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Tahun Berakhir pada 31 Desember/ Years ended December 31

	2013	2012
SSSG (%)	12.1	11.1
Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel (ribu Rupiah) / Merchandise Sales per square metre of Retail Space ⁽¹⁾ (Rp thousands)	16,560	15,466

⁽¹⁾ Dihitung sebagai total Penjualan Barang Dagangan Perseroan untuk satu tahun dibagi dengan rata-rata total meter persegi Ruang Ritel di akhir setiap bulan.
Calculated as the Company's total Merchandise Sales for the year divided by the average of the total square metres of Retail Space at the end of each month.

Produktivitas gerai dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan persaingan di Indonesia. Selain itu, produktivitas gerai juga tergantung pada aktivitas pemasaran yang efektif, kombinasi *merchandise* dan poin harga, daya tarik *merchandise* Perseroan serta daya tarik dan operasional dari sebuah gerai. Setiap publisitas buruk dapat menyebabkan penurunan Penjualan Barang Dagangan. Lima gerai dengan performa terbaik memberi kontribusi terhadap Penjualan Barang Dagangan sebesar 12,8% dan 14,4% terhadap EBITDA yang Disesuaikan pada tahun 2013. Sedangkan lima gerai dengan performa terendah (gerai yang beroperasi selama setidaknya satu tahun kalender penuh) memberikan kontribusi terhadap Penjualan Barang Dagangan sebesar 1,2% dan 0,3% terhadap EBITDA yang Disesuaikan pada basis gerai yang setara.

Daya tarik barang dagangan Perseroan (baik Produk Konsinyasi maupun Produk Ritel) memberi dampak pada jumlah pelanggan potensial yang datang, jumlah transaksi, rata-rata pengeluaran per transaksi, Penjualan Barang Dagangan dan, produktivitas gerai. Walaupun Perseroan tidak setiap hari memantau kombinasi *merchandise* yang dipasok oleh *vendor* konsinyasi ataupun memantau level harga di mana Produk Konsinyasi dijual, Perseroan memiliki fleksibilitas untuk mengakhiri (atau negosiasi ulang) perjanjian dengan *vendor* konsinyasi untuk mencapai titik kombinasi yang sesuai antara produk dan poin harga untuk memenuhi permintaan konsumen di pasar gerai yang spesifik. Ketika *vendor* konsinyasi baru dan yang sudah ada menempati atau meningkatkan alokasi ruang gerai mereka, Perseroan dapat membuat penyesuaian yang diperlukan untuk kombinasi *merchandise* dan poin harga yang disediakan oleh *vendor* konsinyasi tersebut. Penggunaan pemasok Produk Ritel yang menghasilkan Produk Ritel khusus untuk Perseroan memungkinkan Perseroan untuk mengubah penyajian *merchandise* dengan cepat untuk beradaptasi dengan tren baru.

Store productivity is affected by the state of the Indonesian economy and competition. In addition, store productivity depends on effective marketing, merchandise and price point mix, the attractiveness of the Company's merchandise and the overall attractiveness and operation of a store. Any adverse publicity may cause a decline in Merchandise Sales. The top five best performing stores contributed 12.8% to Merchandise Sales and 14.4% to Adjusted EBITDA in 2013 while the bottom five stores (of stores in operation for at least one full calendar year) contributed 1.2% to Merchandise Sales and 0.3% to Adjusted EBITDA in 2013 on a comparable store basis.

The attractiveness of the Company's merchandise (both Consignment Goods and DP Goods) impacts the volume of potential customers in the stores, the number of transactions, the average spend per transaction, Merchandise Sales and, accordingly, the stores' productivity. Whilst the Company does not have day to day control over the merchandise mix supplied by a consignment vendor or the prices at which the Consignment Goods are sold, the Company has flexibility to terminate (or renegotiate) an agreement with a consignment vendor in arriving at the appropriate merchandise and appropriate price points mix to meet customer demand in a specific store's market. When new and existing consignment vendors acquire or increase their allocation of store space, the Company can make necessary adjustments to the merchandise and price point mix provided by such consignment vendors. The use of DP suppliers that produce DP Goods exclusively for the Company allows the Company to change merchandise presentations quickly and adapt to new trends.

Pertumbuhan Penjualan Barang Dagangan dan peningkatan produktivitas didorong oleh sejumlah faktor, termasuk strategi *merchandise* Perseroan yang dapat disesuaikan untuk merespon kondisi ekonomi eksternal dan kondisi usaha, program perbaikan gerai dan program pembukaan gerai baru. Manajemen berkeyakinan bahwa hubungan Perseroan yang kuat dengan basis pemasok yang luas dan beragam memungkinkan Perseroan untuk secara efektif menyesuaikan strategi *merchandise* untuk merespon baik selera pelanggan, kondisi ekonomi dan kondisi usaha eksternal.

Perseroan secara ketat mengawasi gerai yang mempunyai kinerja di bawah standar dan melakukan perubahan kombinasi *merchandise* dan poin harga. Jika perubahan ini tidak meningkatkan kinerja sampai pada level yang dapat diterima, Perseroan mungkin akan berusaha untuk mengidentifikasi lokasi lain yang berpotensi lebih baik dan, dalam kondisi tertentu, menutup atau memodifikasi gerai di bawah performa atau membuka gerai baru di lokasi yang berbeda untuk menggantikannya.

Produktivitas gerai dapat ditingkatkan dengan upaya renovasi. Perseroan telah merenovasi 15 gerai pada tahun 2012 dan 16 gerai pada tahun 2013, dan berencana untuk merenovasi antara 20% dan 25% dari gerai yang dimiliki setiap tahunnya. Jika sebuah gerai diperbarui, Perseroan mengeluarkan belanja modal tambahan antara Rp0,6 miliar hingga Rp11,8 miliar per gerai. Belanja modal dapat bervariasi menurut wilayah karena adanya perbedaan di tiap daerah dalam hal biaya transportasi dan biaya tenaga kerja, tetapi Manajemen berharap untuk dapat mempertahankan rasio belanja modal terhadap Penjualan Barang Dagangan yang setara sesuai dengan hasil historis.

Perseroan merenovasi gerai secara bertahap sehingga tidak perlu menghentikan operasional gerai. Penjualan Barang Dagangan sebuah gerai dan profitabilitas akan terganggu untuk sementara karena aktivitas renovasi yang sedang dilakukan, tetapi tingkat penjualan umumnya akan segera pulih dan kemudian mampu melampaui kinerja gerai tahun sebelumnya setelah diperbaharui.

Laju program renovasi selama periode laporan telah dan diharapkan akan relatif konstan. Manajemen meyakini bahwa gangguan sementara yang berkaitan kegiatan renovasi tidak akan memberi dampak material terhadap hasil usaha gerai ke depan dibandingkan kinerja gerai historisnya.

Program perluasan usaha

Setiap Perseroan membuka gerai baru dan meningkatkan jumlah gerai yang sudah beroperasi, maka Penjualan Barang Dagangan, pendapatan bersih dan beban pokok pendapatan akan meningkat. Meskipun Perseroan mengkapitalisasi biaya

Merchandise Sales growth and productivity improvements are driven by a number of factors, including the Company's merchandising strategy, which may be adjusted to respond to external economic and operating conditions, its refurbishment programmes and its new store opening programmes. Management believe the Company's strong relationship with a broad and diverse supplier base allows the Company to effectively adjust its merchandising strategy to respond to both customers' preferences and external economic and operating conditions.

The Company closely monitors under-performing stores and it changes its merchandise mix and price points. If these changes do not improve performance to acceptable levels, it may seek to identify potentially better locations for the relevant stores and, in certain circumstances, close or modify under-performing stores or open new stores in different locations to replace them.

Store productivity can be enhanced by refurbishment. The Company has refurbished 15, and 16 stores, in 2012, and 2013, respectively, and plans to refurbish between 20% and 25% of stores each year. If a store is refurbished, the Company incurs additional capital expenditure of between approximately Rp0.6 billion and Rp11.8 billion per store. Capital expenditure can vary by region due to regional variations in transportation costs and labour costs, but Management expect to maintain a similar capital expenditure to Merchandise Sales ratio in the near to mid-term in line with historical results.

The Company refurbishes its stores on a phased basis so that entire stores are not closed. A store's Merchandise Sales and profitability are, at times, temporarily impacted by the disruption caused by refurbishments, but sales levels generally recover and then exceed the prior years' performance for similar stores following the refurbishment.

The rate of refurbishment during the period under review has been and is expected to be relatively constant. Management do not believe that disruptions associated with refurbishment plans will have a material impact on its results of operations going forward as compared to historical results of operations.

Expansion programme

As the Company opens new stores and increases the total number of stores that it operates, its Merchandise Sales, net revenue and cost of revenue increase. Although the Company capitalises the cost of fitting-out new stores, opening new stores

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

renovasi atau pembangunan gerai, membuka gerai baru meningkatkan biaya operasional Perseroan, seperti tambahan beban sewa, gaji dan upah, penyusutan, konsumsi energi, distribusi dan biaya asuransi.

Sebuah gerai baru biasanya menghasilkan laba operasional pada tahun pertama, dan Matahari mendapat pengembalian investasi modalnya di gerai baru dalam waktu tiga sampai empat tahun. Hanya setelah empat sampai lima tahun, produktivitas gerai baru, pendapatan bersih dan marjin EBITDA yang Disesuaikan biasanya termasuk pada pendapatan rata-rata untuk sebuah gerai berukuran hampir sama, karena itu, gerai baru cenderung kurang menguntungkan di tahun-tahun awal dibandingkan dengan gerai yang lebih mapan. Untuk setiap periode tertentu, pembukaan gerai baru akan cenderung mengurangi marjin laba kotor sampai gerai baru tersebut menjadi lebih mapan dan marjin laba kotornya menyatu dengan marjin laba kotor rata-rata Perseroan.

Tabel berikut menyajikan jumlah gerai yang dioperasikan Perseroan, jumlah gerai baru yang dibuka selama periode yang relevan dan jumlah gerai ditutup selama periode berjalan.

increases the Company's operating expenses, such as additional rent, salary and wages, depreciation, energy, distribution and insurance expenses.

A new store typically generates operating profit in its first year, and Matahari earns back its capital investment in the new store within three to four years. Only after four to five years, a new store's productivity, net revenue and Adjusted EBITDA margin typically converges on the average revenue for a similarly sized store. As such, new stores tend to be less profitable in the early years than more mature stores. For any given period, the opening of new stores will tend to reduce gross profit margins until the new store matures and its gross profit margin converges on the average gross profit margin.

The following table presents, for the dates indicated, the total number of stores the Company operated, the number of new stores opened during the relevant period and the number of stores closed during the period.

Sampai dengan 31 Desember / As at December 31

	2013	2012
JUMLAH GERAI/ TOTAL STORES	125	116
Jawa/ Java	79	75
Sumatera	20	18
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	22	19
Lainnya/Others ⁽¹⁾	4	4
GERAI BARU DIBUKA/ NEW STORES OPENED	9	13
Jawa/ Java	4	7
Sumatera	2	1
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	3	4
Lainnya/Others ⁽¹⁾	-	1
GERAI DITUTUP/ STORE CLOSED	-	-
Jawa/ Java	-	-
Sumatera	-	-
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	-	-
Lainnya/ Others ⁽¹⁾	-	-
Total ruang penjualan (meter persegi)/ Total selling space (square metres)	807,663	750,024

⁽¹⁾ "Lainnya" adalah gerai-gerai di Bali dan Papua.
Others comprises stores in Bali and Papua.

Program perluasan usaha Perseroan telah meningkatkan area penjualan menjadi 750.024 meter persegi pada sampai dengan tanggal 31 Desember 2012 dan 807.663 meter persegi pada tanggal 31 Desember 2013.

Perseroan terus membangun jaringan gerai baru dan saat ini berencana untuk membuka sekitar 15 gerai per tahun pada periode tahun 2014 hingga 2016.

Keberhasilan sebuah gerai baru tergantung pada sejumlah faktor, yang beberapa diantaranya berada dalam kendali Perseroan seperti keberhasilan integrasi gerai baru dengan kegiatan operasional yang telah berjalan dan pencapaian sinerginya, serta keberhasilan upaya pengenalan atas kombinasi *merchandise* yang optimal yang mampu secara sukses memenuhi harapan target konsumen lokal dengan harga yang menarik. Namun demikian, terdapat faktor-faktor lainnya yang berada di luar kendali Perseroan, termasuk keberhasilan dan pengoperasian pusat perbelanjaan di mana gerai baru berada dan kompetisi lokal yang dihadapi oleh Perseroan. Selain itu, kemampuan perseroan untuk memperluas usaha ke daerah baru juga tergantung pada pembangunan infrastruktur dan pembangunan pusat perbelanjaan baru di daerah tersebut.

The Company's expansion programme has increased its selling space to 750,024 square metres and 807,663 square metres as at 31 December 2012 and 2013, respectively.

The Company continues to build its pipeline of new stores and currently plans to open approximately 15 stores per year in the period from 2014 to 2016.

The success of a new store is dependent on a number of factors, of which some are within the Company's control, including the successful integration of the new stores with its existing operations and the achievement of related synergies, and the successful introduction of an optimal mix of merchandise which successfully meets target local consumer preferences at attractive prices. However certain other factors are outside of the Company's control, including the success and operation of the mall where the new store is located and the local competition that is faced by the Company. In addition, the Company's ability to expand into new areas is dependent on the development of infrastructure and the construction of new shopping malls in these areas.



KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Kombinasi *merchandise*

Sebuah proporsi yang signifikan dari pendapatan bersih Perseroan (42,9% pada tahun 2012 dan 39,6% pada tahun 2013) terdiri dari pendapatan bersih dari Penjualan Konsinyasi. Pendapatan bersih ini biasanya terdiri dari laba kotor minimum yang dijamin dan margin konsinyasi berdasarkan jumlah Penjualan Konsinyasi. Penjualan Konsinyasi sebesar Rp7.695,0 miliar dan Rp8.660,7 miliar masing-masing pada tahun 2012 dan 2013, yang mencapai 70,8% dan 68,0% dari Penjualan Barang Dagangan untuk periode-periode tersebut. Pendapatan bersih pada Penjualan Konsinyasi pada tahun 2012 dan 2013 masing-masing sebesar Rp2.406,9 miliar dan Rp2.673,6 miliar. Manajemen percaya bahwa margin konsinyasi akan tetap stabil di masa mendatang mengingat kekuatan hubungan dengan *vendor* konsinyasi dan kekuatan merek Matahari Department Store.

Vendor konsinyasi secara berkala dievaluasi oleh Perseroan dan dapat diganti jika mereka tidak menunjukkan kinerja sesuai harapan. Perseroan yakin memiliki basis *vendor* konsinyasi yang stabil dan penggantian biasanya dilakukan untuk meningkatkan kinerja bisnis dalam kegiatan usaha yang normal. Margin konsinyasi pada Produk Konsinyasi bisa berubah ketika kesepakatan dengan *vendor* konsinyasi sedang atau telah diperbaharui, yang umumnya terjadi secara dua tahunan.

Harga yang dikenakan Perseroan untuk Produk Ritel dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk biaya penjualan Perseroan, kesepakatan Perseroan dengan pemasok, keseluruhan pasokan dan permintaan produk konsumen ritel di Indonesia, kompetisi, inflasi (atau deflasi), musiman, volume persediaan, umur persediaan, fashion dan tren konsumen, promosi dan rekomendasi produsen. Mengingat beragamnya Produk Ritel, strategi harga untuk setiap produk ritel tertentu jarang memberi dampak material terhadap pendapatan bersih Perseroan. Kegiatan promosi nasional, seperti diskon atau potongan harga yang dirancang untuk meningkatkan pangsa pasar dan/atau menghabiskan persediaan saat ini, mungkin dapat mempengaruhi secara material penjualan, pendapatan dan profitabilitas dalam suatu periode tertentu. Perseroan memiliki fleksibilitas untuk mengubah harga dan margin laba kotor pada Produk Ritel.

Mengendalikan beban usaha

Beban usaha meningkat karena peningkatan aktivitas di gerai yang telah beroperasi, pembukaan gerai baru sebagai bagian dari program perluasan usaha Perseroan dan peningkatan biaya upah, komoditas dan produk akibat inflasi dan kekuatan ekonomi makro lainnya. Perseroan telah berfokus pada pengendalian biaya operasional dan telah berhasil menekan pertumbuhan beban usaha yang lebih rendah dibandingkan

Merchandise mix

A significant proportion of the Company's net revenue (42.9%, and 39.6% in 2012 and 2013, respectively) comprises net revenue on Consignment Sales. This net revenue typically comprises a guaranteed minimum gross profit amount and a consignment margin based on the amount of Consignment Sales. CV Sales amounted to Rp7,695.0 billion and Rp8,660.7 billion, respectively, in 2012 and 2013, which accounted for 70.8% and 68.0% of Merchandise Sales for such periods. Net revenue on Consignment Sales in 2012 and 2013 amounted to Rp2,406.9 billion and Rp2,673.6 billion, respectively. Management believe that its consignment margins will remain stable for the foreseeable future given the strength of its relations with consignment vendors and the strength of the Matahari Department Store brand.

Consignment vendors are regularly evaluated by the Company and may be replaced if they are not performing in accordance with its expectations. The Company believes it has a stable consignment vendor base and replacements are typically made to improve business performance in the ordinary course of business. The consignment margins on Consignment Goods can be changed when an agreement with a consignment vendor is being entered into or renewed, which tends to occur on a bi-annual basis.

The prices the Company charges for its DP Goods are affected by a number of factors, including the Company's cost of sales, the Company's terms with suppliers, overall supply and demand for retail consumer products in Indonesia, competition, inflation (or deflation), seasonality, inventory volume, inventory age, fashion and consumer trends, promotions and manufacturer recommendations. Given the diverse range of DP Goods it carries, the pricing strategy for any particular retail product rarely has a material impact on the Company's net revenue. National promotional activities, such as discounts or rebates designed to increase market share and/or clear out of date inventory, may also materially affect sales, revenue and profitability in a given period. The Company has flexibility to change the price of, and gross profit margin on DP Goods.

Controlling operating expenses

Operating expenses increase due to increased activity at existing stores, the opening of new stores as part of the Company's expansion programme and general increases in the costs of wages, commodities and goods due to inflation and other macroeconomic forces. The Company has focused on controlling its operating expenses and has achieved lower levels of growth in operating expenses as compared with increases

dengan peningkatan Penjualan Barang Dagangan, sehingga memberikan pengaruh positif pada Laba Kotor yang Disesuaikan dan Marjin EBITDA. Beban usaha sebagai persentase dari Penjualan Barang Dagangan mengalami peningkatan dari 19,6% pada tahun 2012 menjadi 20,3% pada tahun 2013. Perseroan telah mencapai pertumbuhan beban usaha yang lebih lambat melalui program pengendalian biaya yang dirancang untuk menekan beban penjualan, umum dan administrasi, dan beban lainnya termasuk mengoptimalkan operasi distribusi dan logistik, serta menggunakan daya belinya dengan pemasok dalam bernegosiasi untuk mendapat harga yang lebih baik.

Beban usaha utama Perseroan adalah biaya karyawan, sewa, utilitas dan telekomunikasi serta biaya pemasaran. Beban usaha Perseroan meningkat karena kenaikan upah minimum, kenaikan upah karena inflasi dan harga bahan bakar, listrik dan bahan baku serta peningkatan yang terkait dengan pengembangan usaha. Pembukaan sebuah gerai baru akan menimbulkan peningkatan biaya, seperti tambahan sewa,

in Merchandise Sales, which has had a positive effect on the Company's Adjusted Gross Profit and Adjusted EBITDA Margins. Operating expenses as a percentage of Merchandise Sales have increased from 19.6% in 2012 to 20.3% in 2013. The Company has achieved slower growth in operating expenses by using cost-control programmes designed to contain the growth of its selling, general and administrative, and other expenses, including optimising its distribution and logistics operations, as well as using its purchasing power with suppliers to negotiate for better prices.

The Company's key operating expenses are employee costs, rent, utilities and telecommunications and marketing expenses. The Company's operating expenses increased due to increases in the minimum wage, general increases in wages due to inflation and in the prices of fuel, electricity and raw materials as well as increases associated with increased volumes as the business expands. When the Company opens new stores, it



KINERJA KEUANGAN

Financial Review

beban gaji dan biaya upah, penyusutan, konsumsi energi dan asuransi.

Gaji dan tunjangan sebagai persentase dari Penjualan Barang Dagangan masing-masing adalah 5,7% dan 6,2% pada tahun 2012 dan 2013. Gaji dan tunjangan meningkat 28,2% pada tahun 2013. Perseroan diwajibkan untuk meningkatkan upah yang dibayarkan kepada karyawan Perseroan untuk mematuhi peraturan kenaikan upah minimum yang terjadi setiap tahun. Peningkatan pada tahun 2013 adalah sekitar 32,8%, lebih tinggi dari tahun-tahun sebelumnya karena revisi peraturan nasional dalam kebijakan upah minimum. Perseroan berusaha untuk tetap kompetitif dalam hal tingkat upah dibandingkan dengan operator ritel lainnya. Upah juga meningkat karena bertambahnya karyawan sehubungan dengan pembukaan gerai baru.

Perseroan mempunyai beban sewa tahunan terkait dengan gerai-gerai, yang semuanya menyewa, kantor pusat dan pusat distribusi. Perseroan membayar beban sewa Rp694,5 miliar pada tahun 2012 dan Rp816,6 miliar pada tahun 2013, yang keduanya mewakili 32,6% dari beban usaha Perseroan untuk periode yang sesuai. Perseroan biasanya melakukan perjanjian sewa jangka panjang.

Utilitas dan telekomunikasi telah meningkat (12,6% pada 2012 dan 33,0% pada tahun 2013) karena Perseroan membuka gerai baru dan adanya kenaikan tarif utilitas.

Jasa operasional, yang terutama terdiri dari jasa keamanan dan kebersihan, telah meningkat (24,9% pada tahun 2012 dan 23,8% pada tahun 2013) karena Perseroan telah membuka gerai baru dan sejalan dengan kenaikan upah minimum.

Perseroan mempertahankan rendahnya tingkat penyusutan persediaan (atau kehilangan produk karena alasan apapun antara titik pengiriman dari pemasok dan titik penjualan) dengan menggunakan tim distribusi *in-house*, sistem pengawasan artikel elektronik untuk produk dagangan bernilai tinggi dan kontrol persediaan yang ketat. Praktik ini telah membantu Perseroan mencapai tingkat penyusutan persediaan Produk Ritel yang rendah yang tidak melebihi 1,2% pada tahun 2011-2013. Perseroan tidak bertanggung jawab atas penyusutan persediaan Produk Konsinyasi.

Inflasi

Hasil usaha Perseroan dipengaruhi oleh inflasi melalui peningkatan biaya Produk Konsinyasi dan Produk Ritel, biaya karyawan dan biaya lainnya. Meskipun inflasi yang signifikan dapat mengurangi permintaan keseluruhan untuk Produk Ritel dan Produk Konsinyasi karena penghasilan konsumen untuk belanja sekunder berkurang, inflasi pada tingkat yang terkendali, walaupun meningkatkan biaya, cenderung

incurs increased expenses, such as additional rent, salary and wage, depreciation, energy and insurance expenses.

Salaries and allowances as a percentage of Merchandise Sales were 5.7% and 6.2% in 2012 and 2013, respectively. Salaries and allowances increased 28.2% in 2013. The Company is required to increase the wages paid to the Company's employees to comply with increases in minimum wage regulations which occur each year. The increase in 2013 was approximately 32.8%, which was higher than in previous years due to nationwide regulatory revisions in minimum wage policy. The Company endeavours to remain competitive with wage levels at other retail operators. Wages also increase as additional staffs are employed in connection with the opening of new stores.

The Company incurs annual rent associated with its stores, which are all leased, its headquarters and its distribution centre. The Company incurred rent expenses of Rp694.5 billion and Rp816.6 billion in 2012 and 2013, which both represents 32.6% of the Company's operating expenses for the corresponding periods. The Company typically enters into long term lease agreements.

Utilities and telecommunications have increased (12.6% in 2012 and 33.0% in 2013) due to the Company opening more stores and increases in utility prices.

Operational services, which mainly comprise security and cleaning services, have increased (24.9% in 2012 and 23.8% in 2013) as the Company has opened new stores and in line with minimum wage increases.

The Company maintains a low level of inventory shrinkage (or the loss of merchandise for any reason between point of delivery from suppliers and point of sale) by the use of an in-house distribution team, electronic article surveillance system for high-price merchandise and tight inventory control. These practices have helped the Company achieve low levels of inventory shrinkage with respect to its DP Goods that did not exceed 1.2% from 2011 to 2013. The Company is not responsible for inventory shrinkage with respect to Consignment Goods.

Inflation

The Company's results are affected by inflation through increases in the costs of its Consignment Goods and DP Goods, staff costs and other costs. Although significant inflation can dampen overall demand for the Company's DP and consignment goods as consumers have less discretionary income to spend, inflation at manageable levels, while increasing its costs, tends to actually benefit its business, as inflation-led price increases



memberikan keuntungan bisnis, karena kenaikan harga akibat inflasi memiliki dampak positif pada margin. Konsumen di segmen kelas menengah umumnya memiliki lebih banyak *disposable income* sehingga mereka dapat menyerap sebagian dari kenaikan harga. Inflasi yang signifikan akan berdampak negatif terhadap permintaan produk Perseroan. Tingkat inflasi tahunan Indonesia, yang diukur dengan perubahan dalam indeks harga konsumen di Indonesia, adalah 4,3% pada tahun 2012 dan diperkirakan menjadi 8,4% pada tahun 2013. Tingkat inflasi pada tahun 2014 diperkirakan sebesar 4,5 – 5,5%.

Musiman

Gerai Perseroan mengalami perubahan tren penjualan sepanjang tahun. Kegiatan promosi dan iklan Perseroan dilakukan dengan mengambil momentum peristiwa penting dan hari libur seperti Lebaran, periode Juni-Juli saat liburan sekolah ('back to school'), Tahun Baru Imlek dan Natal. Periode 44 hari sebelum Lebaran menyumbang Penjualan Barang Dagangan sebesar 25,3% pada tahun 2012 dan 26,8% pada tahun 2013. Sekitar dua minggu sebelum Lebaran, seluruh karyawan di Indonesia menerima tunjangan satu bulan gaji sesuai dengan peraturan ketenagakerjaan di Indonesia. Hal ini langsung meningkatkan *disposable income* pelanggan sebelum Lebaran dan memiliki dampak positif pada Penjualan Barang Dagangan. Tunjangan wajib juga meningkatkan beban umum dan administrasi Perseroan, khususnya gaji dan tunjangan, pada kuartal dimana terjadi pembayaran, tetapi peningkatannya relatif kecil dibandingkan dengan peningkatan Penjualan Barang Dagangan dan pendapatan bersih selama periode tersebut. Tanggal jatuhnya hari raya Lebaran berubah dari tahun ke tahun dan puncak penjualan dapat terentang pada kuartal yang berbeda di tahun yang berbeda.

Bulan Juli dan Agustus, yang bertepatan dengan liburan sekolah dan berhimpitan waktu dengan periode Lebaran menyumbang Penjualan Barang Dagangan 19,3% pada tahun 2012 dan 29% pada tahun 2013.

have a positive impact on its margins. Consumers in its target middle class segment generally have more disposable income so they can typically absorb a portion of consumer price increases. Significant inflation will negatively impact the demand for the Company's products. Indonesia's annual inflation rate, as measured by changes in Indonesia's consumer price index, was 4.3% in 2012 and was forecasted to be 8.4% in 2013. Inflation in 2014 is currently projected at 4.5 – 5.5%.

Seasonality

The Company's stores experience sales seasonality throughout the year. The Company promotes and advertises based on key events and holidays such as Lebaran, the June-July period covering school holidays ('back to school'), Chinese New Year and Christmas. The 44 days prior to Lebaran accounted for 25.3% and 26.8% of Merchandise Sales in 2012 and 2013, respectively. In the month prior to Lebaran, all employees in Indonesia receive an allowance of a month's salary in accordance with Indonesian labour laws. This increases customers' disposable income immediately prior to Lebaran and has a positive impact on Merchandise Sales. The mandated allowance also increases the Company's general and administrative expenses, specifically salaries and allowances, in the quarter in which the payment occurs, but those increased expenses are small relative to the increase in Merchandise Sales and net revenue during the period. The date of Lebaran changes from year to year and the peak in sales may span different quarters in different years.

The months of July and August, which coincide with school holidays and overlap with the Lebaran period accounted for 19.3%, 29% of Merchandise Sales in 2012 and 2013, respectively.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Perseroan juga mengalami peningkatan penjualan di sekitar Hari Raya Imlek dan Natal. Setelah Natal, penjualan Perseroan kembali ke tingkat rata-rata.

Setiap periode puncak memiliki dampak positif pada hasil usaha Perseroan. Selain Lebaran dan Hari Raya Imlek, ada beberapa hari libur lainnya sepanjang tahun yang tidak terjadi pada tanggal yang sama. Akibatnya, hasil dari suatu periode keuangan interim yang diperoleh belum tentu dapat dibandingkan secara langsung dengan hasil dari periode interim sebelumnya atau dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Disamping mengalami periode puncak penjualan yang berdekatan pada tahun tertentu, Penjualan Barang Dagangan dapat mengalami penurunan pada periode tertentu di tahun yang tidak mempunyai periode puncak penjualan yang berdekatan. Penjualan Barang Dagangan juga dapat dipengaruhi oleh jumlah periode pembayaran di puncak musim tertentu. Jika periode pembayaran lebih dari biasanya, Perseroan dapat mengalami peningkatan penjualan. Demikian juga, periode pembayaran yang lebih rendah selama puncak musim dapat memiliki dampak negatif.

Perbedaan geografis

Proporsi yang signifikan dari Penjualan Barang Dagangan Perseroan dihasilkan dari gerai Perseroan di Jawa (masing-masing 61,9% dan 62,2% untuk tahun 2012 dan 2013), namun karena meningkatnya persaingan, gerai-gerai di Jawa menunjukkan Penjualan Barang Dagangan yang rendah per meter persegi Ruang Eceran dari total rata-rata di semua daerah. Tingkat SSSG telah memberikan hasil positif dan Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel telah meningkat di setiap segmen geografis selama periode laporan. Gerai di Jawa telah menunjukkan produktivitas yang lebih tinggi dari produktivitas rata-rata sepanjang periode. SSSG dapat dipengaruhi oleh masuknya gerai baru, karena sebuah gerai baru membutuhkan empat sampai lima tahun untuk menjadi mapan dan menunjukkan tingkat pertumbuhan rata-rata.

The Company also sees increases around Chinese New Year and Christmas. Following Christmas, the Company's sales return to average levels.

Each of these peak periods has a positive impact on the Company's results. In addition to Lebaran and Chinese New Year, there are several other holidays throughout the year that do not occur on fixed dates. Consequently, the results of a given interim financial period may or may not be directly comparable to results from the preceding interim period or to the corresponding period in prior years. To the extent that any of these peak sales periods overlap in a particular year, Merchandise Sales may suffer at that particular period relative to years in which the peak sales periods did not overlap. Merchandise Sales can also be impacted by the number of pay periods spanned by a particular peak season. If more pay periods than usual are spanned, the Company may experience increased sales. Likewise, a smaller than usual number of pay periods during the peak season can have a negative impact.

Geographical diversity

A significant proportion of the Company's Merchandise Sales are generated from the Company's stores in Java (61.9%, and 62.2% for 2012 and 2013, respectively), but due to increased competition, the Java stores exhibit lower Merchandise Sales per square metre of Retail Space than the total average across all regions. SSSG has been positive and Merchandise Sales per square metre of Retail Space have increased in each geographical segment during the period under review. Stores in Java have exhibited higher than average productivity across the period. SSSG can be affected by the inclusion of newer stores, because it takes new stores four to five years to mature and to exhibit average growth rates.

Tabel berikut menyajikan SSSG dan Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel berdasarkan segmen geografis Perseroan.

The following table sets forth SSSG and Merchandise Sales per square metre of Retail Space by the Company's geographical segments.

Tahun berakhir 31 Desember/ Years ended December 31

	2013	2012
	%	
Jawa / Java	13.9	11.5
Sumatera	10.9	8.6
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	6.9	11.3
Lainnya/ Others	8.8	13.3
Total SSSG (%)	12.1	11.1
	Ribuan Rp/ Rp thousands	
Jawa / Java	15,808	14,479
Sumatera	17,328	16,043
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	17,741	17,811
Lainnya/ Others	22,431	21,638
Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel/ Merchandise Sales per square metre of Retail Space	16,560	15,466

Kompetisi

Industri ritel Indonesia sangat kompetitif, khususnya yang berkaitan dengan kombinasi produk dan kualitas, lokasi gerai, desain dan suasana, persediaan, harga, layanan pelanggan, ketersediaan kredit dan iklan. Saat ini, Matahari adalah peritel *department store* terbesar di Indonesia yang berfokus pada segmen menengah. Perseroan menghadapi peningkatan persaingan dari *department store* sejenis dan peritel spesialis serta pendatang baru ke segmen pasar yang sama, termasuk peritel internasional yang saat ini hanya beroperasi di pasar luar negeri tapi yang menargetkan basis pelanggan Perseroan. Meskipun ada hambatan yang cukup tinggi bagi kompetitor untuk masuk di pasar yang dipilih Perseroan, tindakan yang diambil oleh pesaing dan tindakan yang diambil oleh Perseroan baik secara proaktif maupun reaktif dalam menanggapi tekanan kompetitif dapat mempengaruhi hasil usaha.

Competition

The Indonesian retail industry is highly competitive, particularly with respect to merchandise mix and quality, store location, design and ambiance, inventory, price, customer service, credit availability and advertising. Currently, Matahari is the largest department store retailer in Indonesia that focuses on the middle income segment. The Company faces increased competition from existing department stores and specialist retailers and from new entrants to the markets in which it operates, including international retailers currently only operating in offshore markets but who are targeting the Company's customer base. While there are high barriers to entry in the Company's chosen market, actions taken by the Company's competitors and actions taken by the Company both proactively and in response to competitive pressures may impact its results of operations.

Pinjaman bank dan tingkat suku bunga

Peningkatan utang dan fluktuasi suku bunga berdampak pada biaya keuangan Perseroan. Perseroan secara historis telah bebas hutang dan telah mendanai biaya operasional dan belanja modal melalui kas yang dihasilkan dari operasional Perseroan.

Bank borrowing and interest rates

Increases in debt and fluctuations in interest rates impact the Company's finance costs. The Company has historically been debt free and has funded its operating expenses and capital expenditures through cash generated from operations.

Biaya keuangan Perseroan untuk tahun 2012 adalah Rp451,5 miliar dan untuk tahun 2013 sebesar Rp309,2 miliar, mencerminkan penurunan hutang Perseroan pada tahun 2013 setelah melakukan pembayaran pokok pinjaman

For 2012 and 2013, the Company's finance costs were Rp451.5 billion and Rp309.2 billion, respectively, reflecting a decrease in the Company's debt in 2013 following voluntary prepayments of principal Rp350.0 billion in 2012 and Rp 1,400.0 billion in 2013

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

sebesar Rp350,0 miliar pada 2012 dan Rp 1.400,0 pada 2013 mendahului jadwal pembayaran pokok pinjaman yang telah ditetapkan. Manajemen bermaksud untuk memanfaatkan kas yang dihasilkan dari operasi untuk membayar pinjamannya.

Pada bulan April 2010, Perseroan mendapatkan utang sebesar Rp3.250,0 miliar melalui pinjaman sindikasi, yang digunakan untuk dipinjamkan kepada MI dan untuk keperluan lainnya. Pada saat yang sama, MI, induk Perseroan sebelum *merger*, memperoleh pinjaman pihak ketiga, yang sebagian digunakan MI untuk mendanai proses akuisisi saham Perseroan. Pinjaman pihak ketiga dikenakan tingkat suku bunga 13%. Pada bulan Agustus 2012, Perseroan menarik Rp1.225,0 miliar dari fasilitas pinjaman sindikasi dan menggunakannya untuk melunasi pinjaman pihak ketiga secara penuh. Langkah ini menyebabkan penurunan biaya bunga secara keseluruhan untuk ke depan.

Pada bulan Maret 2013, Perseroan melakukan negosiasi kembali atas fasilitas pinjaman sindikasi.

Pada tanggal 8 Maret 2012, 4 Maret 2013, 31 Juli 2013, dan 27 Desember 2013, Perusahaan telah melakukan pembayaran pokok pinjaman dipercepat masing-masing sebesar Rp 350.000, Rp 700.000, Rp 400.000, dan Rp 300.000.

Manajemen menargetkan untuk mengurangi pinjaman melalui pembayaran secara sukarela dan pembayaran terjadwal di kisaran Rp1.000 miliar hingga Rp1.300 miliar pada tahun 2014. Target untuk melakukan hal yang sama pada tahun 2015 tergantung pada kondisi bisnis dan kebutuhan kas operasional. Manajemen berkeyakinan saldo kas minimum yang diperlukan untuk operasi yang efisien dari bisnis Perseroan pada waktu tertentu adalah Rp200 miliar.

in addition to scheduled repayments of principal. Management intends to continue to direct cash generated from operations to repay its outstanding indebtedness.

In April 2010, the Company incurred indebtedness of Rp3,250.0 billion through a syndicated loan, which was used to on-lend to MI and for other corporate purposes. At the same time, MI, the Company's parent prior to the merger, obtained the Vendor Loan, which partially funded MI's acquisition of the Company's Shares. The Vendor Loan carried an interest rate of 13%. In August 2012, the Company raised an additional Rp1,225.0 billion from a new tranche under its syndicated loan facility and used the proceeds to repay the Vendor Loan in full. This will have the effect of decreasing overall interest costs going forward.

In March 2013, the Company renegotiated its syndicated loan facilities.

On March 8, 2012, March 4, 2013, July 31, 2013, and December 27, 2013 the Company made accelerated payments of the loan principal amounting to Rp 350,000, Rp 700,000, Rp 400,000 and Rp 300,000, respectively.

Management target to reduce debt through voluntary prepayment and scheduled repayments in the range of Rp1,000 billion to Rp1,300 billion in 2014, and targets to do the same in 2015 subject to business conditions and operational cash needs. Management believe the minimum cash balance required for the efficient operation of The Company's business at any given time is Rp200 billion.

KEBIJAKAN DIVIDEN

Pengaruh posisi ekuitas negatif pada kemampuan Perseroan untuk membayar dividen

Setelah terjadi penggabungan perusahaan antara Matahari dan MI pada tahun 2011, Perseroan mengalami situasi ekuitas negatif (yaitu kewajiban melebihi asetnya), yang berpengaruh pada kemampuan Perseroan dalam membayar dividen, terutama dividen interim. Pada tanggal 31 Desember 2013, jumlah ekuitas negatif Perseroan mencapai Rp781,4 miliar. Namun, Perseroan membukukan saldo laba positif dalam laporan keuangan 2012 dan 2013 yang telah diaudit.

Perusahaan telah mendapat saran dari konsultan bahwa kondisi ekuitas negatif tidak melarang Perseroan untuk mendistribusikan dividen final kepada pemegang saham selama Perseroan membukukan saldo laba positif di akhir tahun buku berjalan dan telah menyisihkan sebagian saldo laba positif

DIVIDEND POLICY

Effect of the negative equity position on the Company's ability to pay dividends

Following the merger between Matahari and MI in 2011, the Company has been in a situation of negative equity (i.e. its liabilities exceed its assets), which impacts the Company's ability to pay dividends, in particular interim dividends. As at December 31, 2013, the amount of the Company's negative equity was Rp781.4 billion. However, the Company has booked positive profit balances in its 2012 and 2013 audited financial statements.

The Company has been advised by its Indonesian counsel that its negative equity situation does not prohibit it from distributing a final dividend to its Shareholders so long as it has booked a positive profit balance at the close of the relevant financial year and it has set aside part of its positive profit balance for its



untuk cadangan wajib sampai jumlah cadangan wajib mencapai sekurang-kurangnya 20% dari total modal ditempatkan dan disetor.

Sampai dengan tanggal 31 Desember 2013, jumlah cadangan wajib yang ditentukan Perseroan telah memenuhi 20% dari total modal ditempatkan dan disetor. Pada tanggal 31 Desember 2013, jumlah laba bersih yang belum ditentukan penggunaannya sebesar Rp2.287,4 miliar. Secara hukum Perseroan diperbolehkan mengumumkan dan membayar dividen final (tergantung persetujuan pemegang saham) sehubungan dengan tahun buku 2013 dan tahun buku berikutnya dengan asumsi Perseroan memperoleh laba. Perseroan bermaksud untuk membagikan dividen pada tahun buku 2013.

Setiap pembagian dividen final akan mengurangi laba Perseroan yang telah terakumulasi dan memperpanjang kondisi ekuitas negatif. Sejalan dengan tugas untuk bertindak bagi kepentingan terbaik Perseroan, Direksi perlu mengkonfirmasi bahwa, dalam penilaian terbaiknya setelah melakukan pengkajian yang memadai, pembayaran dividen final tidak akan menghasilkan efek negatif yang material terhadap posisi keuangan Perseroan.

Perseroan telah mendapat saran dari konsultan bahwa Perseroan tidak akan mampu membagikan dividen interim selama Perseroan tetap dalam situasi ekuitas negatif, karena jika dilakukan akan bertentangan dengan ketentuan Pasal 72 Undang-Undang Perseroan Terbatas karena aset bersih Perseroan akan kurang dari jumlah total modal ditempatkan dan disetor ditambah cadangan wajib. Kondisi di mana situasi ekuitas negatif dapat dibatalkan tergantung pada berbagai faktor khususnya laba bersih dan kebijakan dividen Perseroan.

mandatory reserves until the amount of its mandatory reserves reaches at least 20% of its total issued and paid up capital.

As at December 31, 2013, the amount of the Company's prescribed mandatory reserves has been 20% of its total issued and paid up capital. As at 31 December 2013, the Company's unappropriated retained earnings was Rp2,287.4 billion. It will be legally permissible for a final dividend to be declared and paid (subject to shareholder's approval) in respect of the 2013 financial year and subsequent financial years assuming profits are available. The Company intends to declare a dividend in respect of the 2013 financial year.

Any distribution of final dividends will reduce accumulated profits of the Company and prolong its situation of negative equity. In exercising their duty to act in the Company's best interests, the Board of Directors will need to confirm that in its best judgment, after making due enquiries, the payment of a final dividend will not result in any material adverse effect to the Company's financial position.

The Company has been advised by its Indonesian counsel that it will not be able to distribute interim dividends so long as it remains in a situation of negative equity, as to do so would be contrary to the requirements of Article 72 of the Company Law as the Company's net assets are less than the total amount of the Company's issued and paid up capital plus mandatory reserves. The timeframe within which the negative equity situation may be reversed is dependent upon various factors including in particular the net profits of the Company and the Company's dividend policy.

KINERJA KEUANGAN

Financial Review

Manajemen meyakini bahwa posisi ekuitas negatif tidak memiliki dampak material lain pada bisnis atau operasional Perseroan.

Management do not believe the negative equity position has any other material impact on its business or operations.

Pembayaran dividen

Perseroan tidak melakukan pembayaran dividen pada tahun 2012.

Dividend payments

The Company did not make any dividend payments in 2012.

Dalam batasan persyaratan hukum dan peraturan, Perseroan bermaksud untuk membuat batasan pembayaran dividen yang akan memberikan aliran penghasilan berkala bagi pemegang saham sekaligus memungkinkan Perseroan memperoleh sebagian besar labanya untuk berinvestasi kembali dalam usahanya terutama untuk keperluan belanja modal dan pembayaran hutang.

Within the constraints of legal and regulatory requirements, the Company intends to establish a dividend rate that will provide its shareholders with a regular income stream, while allowing it to retain a substantial portion of its earnings for reinvestment into its business principally by way of capital expenditure and repayment of indebtedness.

Perseroan bermaksud untuk menetapkan dividen final sebesar 40% dari laba bersih pada tahun buku 2013, dengan persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham berdasarkan rekomendasi dari Direksi. Jika disetujui, dividen ini akan dibayarkan pada tahun 2014. Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan diharapkan terselenggara paling lambat pada bulan Juni setiap tahunnya. Perseroan berharap dividen tahun buku 2014 dan tahun-tahun berikutnya berada di kisaran yang sama.

The Company intends to declare a final dividend of 40% of net profits in respect of its 2013 financial year, subject to approval at a general meeting of Shareholders based on a recommendation from the Board of Directors. If approved, this dividend will be paid in 2014. The annual general meeting of Shareholders is expected to be held at the latest in June of each year. The Company expects the dividends in respect of its 2014 financial year and subsequent years to be in a similar range.

Meskipun merupakan keinginan dari Perseroan, tidak ada jaminan bahwa Perseroan akan membayarkan dividen sehubungan dengan tahun keuangan. Keputusan Direksi untuk merekomendasikan pembayaran dividen disebabkan oleh sejumlah faktor yang meliputi, antara lain, laba bersih Perseroan, ketersediaan cadangan, pembatasan kontrak, kebutuhan modal kerja dan belanja modal untuk periode yang berlaku dan prospek di masa yang akan datang.

Notwithstanding the Company's intentions, there can be no assurance that the Company will pay dividends in respect of any financial year. The decision of the Board of Directors to recommend a dividend payment is subject to a number of factors which include, among others, the Company's net profits, availability of reserves, contractual restrictions, working capital requirements and capital expenditure requirements for the applicable period and future prospects.





PROSPEK USAHA

Business Prospects

KEKUATAN

Matahari adalah operator *department store* Indonesia terbesar dan terpercaya¹, menghasilkan penjualan nilai ritel tertinggi per meter persegi dari semua *department store* lainnya di Indonesia di 2011, menurut estimasi Euromonitor. Dengan model bisnis yang sangat tanggap dan berisiko rendah, Matahari berada di posisi kuat untuk meraih keuntungan di segmen *department store* di Indonesia yang penetrasi pasarnya masih relatif rendah. Penetrasi *department store* di Indonesia adalah 2,7 gerai per juta penduduk di 2011, dibandingkan dengan rata-rata 4,8 gerai per juta penduduk di Thailand, Singapore, Malaysia, Philippines dan China, menurut estimasi Euromonitor.

Penjualan ritel campuran di Indonesia diperkirakan tumbuh dengan 7,5% CAGR antara 2011 dan 2016 (Euromonitor). Di Indonesia, ritel campuran hampir seluruhnya diisi oleh operator *department store*. Posisi Matahari sebagai pemimpin pasar dan model bisnis yang kompetitif memberikan Perusahaan ini sejumlah kekuatan utama, seperti yang diuraikan di bawah, membuatnya sulit untuk dikejar oleh kompetitor menurut Manajemen.

MEREK RITEL TERKEMUKA DILENGKAPI DENGAN MEREK EKSLUSIF: Operator *department store* terbesar di Indonesia; merek ritel nasional dengan warisan lebih dari 50 tahun; dan portofolio merek eksklusif yang kuat

Dengan pangsa pasar 32,8% dari sektor ritel *department store* di 2012 (Euromonitor, April 2013), Matahari adalah operator *department store* terbesar di Indonesia menurut nilai penjualan ritel, menempatkannya sejauh 22,4% mengungguli operator *department store* lainnya. Tidak ada operator lainnya yang memiliki pangsa pasar lebih dari 8% di 2012.

Matahari memelopori konsep *department store* modern di Indonesia. Setelah pembukaan gerai pakaian pertamanya di Oktober 1958, Matahari membuka *department store* modernnya yang pertama di negeri ini pada 1972. Jejak rekam lebih dari lima dasawarsa dalam bisnis telah memberikan Matahari status merek *iconic* di dunia ritel Indonesia.

STRENGTHS

Matahari is Indonesia's largest and most trusted¹ department store operator in Indonesia, generating the highest retail value sales per square metre of retail space out of all department store operators in Indonesia in 2011, according to Euromonitor estimates. With a highly responsive, low-risk business model, Matahari is strongly positioned to take advantage of the growth opportunities in Indonesia's under-penetrated department store segment. Indonesia's department store penetration rate was just 2.7 stores per million people in 2011, compared to an average of 4.8 stores per million people in Thailand, Singapore, Malaysia, the Philippines and China, according to Euromonitor estimates.

Mixed retail sales in Indonesia are expected to grow at a CAGR of 7.5% between 2011 and 2016 (Euromonitor). In Indonesia, mixed retail is almost entirely accounted for by department store operators. Matahari's market leading position and competitive business model give the Company a number of key strengths, outlined below, that Management believe will be difficult for competitors to match.

LEADING RETAIL BRAND COMPLEMENTED BY STRONG EXCLUSIVE BRANDS: Indonesia's largest department store operator; an iconic nationwide retail brand with a heritage of more than 50 years; and a strong portfolio of exclusive brands

With a market share of 32.8% of the department store retail sector in 2012 (Euromonitor, April 2013), Matahari is the largest department store operator in Indonesia by retail value sales, putting it significantly ahead of the next largest department store operator at 22.4%. None of the remaining department store operators had a market share above 8% in 2012.

Matahari pioneered the modern department store concept in Indonesia. After opening its first clothing store in October 1958, it opened the country's first modern department store in 1972. This track record of more than five decades in business has given the Matahari brand iconic status in the Indonesian retail landscape.

¹ MarkPlus Independent Consumer Survey, December 2012



Matahari adalah merek *department store* yang paling diakui dan dipercaya di Indonesia, seperti yang diindikasikan oleh beberapa survei konsumen, mewakili pakaian yang modis dan berkualitas yang memberikan nilai lebih. Suatu independen survei konsumen yang dilaksanakan oleh Matahari di 2012, menunjukkan bahwa Matahari adalah jaringan *department store* yang paling sering dikunjungi konsumen di Indonesia selama lima tahun terakhir (MarkPlus Insight). Merek eksklusif Matahari, Nevada, Cole, Little M dan Connexion masuk ke top 10 'merek mode harga terjangkau' di Indonesia menurut survei yang sama, menegaskan citra Matahari sebagai tujuan belanja yang aspirasional bagi sasaran konsumen. Nevada, yang berada di peringkat teratas, adalah merek pemenang penghargaan yang menarik konsumen potensi ke gerai Matahari.

Indikasi lain dari kekuatan merek Matahari adalah kesuksesan *loyalty program* MCC, yang memiliki lebih dari 2,6 juta anggota yang aktif di akhir 2013, menjadikannya salah satu program kartu *loyalti* terbesar di Indonesia.

The Matahari department store brand is one of the most recognised and trusted brands in Indonesia, as indicated by several customer surveys, representing fashionable, quality merchandise that provides great value for money. An independent consumer survey commissioned by Matahari in 2012 found that Matahari had been by far the most visited department store chain in Indonesia over the past five years (MarkPlus Insight). Matahari's exclusive brands Nevada, Cole, Little M and Connexion were among the top ten most popular 'fashionable affordable clothing brands' in Indonesia, according to the same survey, affirming Matahari's image as an aspirational shopping destination for its target customers. Nevada, which topped the survey, is an award-winning brand that draws potential customers to Matahari stores.

Another indication of the power of the Matahari brand is the success of the MCC *loyalty programme*, which had more than 2.6 million active members at the end of 2013, making it one of the largest *loyalty card* programmes in the country.



MEMBIDIK KONSUMEN SEGMENT MENENGAH YANG BESAR DAN TERUS TUMBUH: Posisi pasar dominan di dalam konsumen segmen menengah di Indonesia

Di mana operator *department store* lainnya di Indonesia memenuhi segmen tengah ke atas atau tengah bawah ke bawah, Manajemen percaya bahwa Matahari adalah satu-satunya operator *department store* yang fokus pada segmen menengah.

Manajemen yakin bahwa sejarah yang panjang di industri ritel di Indonesia memberikannya pengetahuan yang mendalam akan segmen kelas menengah dan perbedaan pola konsumsi dan selera di setiap daerah. Hal ini, digabungkan dengan kolaborasi hubungan kemitraan jangka panjang dengan pemasok, memungkinkan Matahari untuk memberikan berbagai produk yang modis dan terjangkau luas, yang relevan di setiap daerah setempat. Dengan pengertian yang kuat tentang konsumen, Manajemen percaya bahwa Matahari ada di posisi strategis, dibandingkan dengan kompetitor, untuk terus meningkatkan pertumbuhan dari perkiraan kenaikan pengeluaran konsumen Indonesia segmen menengah yang besar dan terus tumbuh.

Indonesia sebagai negara berpenduduk nomor 4 terbesar di dunia, dan dengan usia penduduk rata-rata 29 tahun, adalah negara yang relatif muda. Setelah menikmati laju pertumbuhan GDP dan peningkatan penghasilan yang kuat beberapa tahun terakhir, kini Indonesia memiliki kelas menengah yang tengah berkembang. Berdasarkan data 2010 dari Biro Pusat Statistik tentang segmentasi populasi berdasarkan pengeluaran konsumen per kapita per bulan, Manajemen mengestimasi bahwa segmen kelas menengah di Indonesia (didefinisikan oleh Manajemen sebagai penduduk dengan pengeluaran Rp 0,7 juta – 4,5 juta per kapita, per bulan) berisi 125 juta penduduk di 2010, atau 52,4% dari total populasi.

Manajemen juga mengantisipasi bahwa 107 juta penduduk di segmen kelas bawah Indonesia (estimasi 2010) akan bergeser secara perlahan ke segmen menengah dengan upah minimum yang terus meningkat. Meningkatnya *disposable income*, pertumbuhan ekonomi dan kenaikan urbanisasi yang pesat, diperkirakan akan mendorong kenaikan pengeluaran konsumen pada 5,3% CAGR antara 2011 dan 2016, menurut Euromonitor. Manajemen percaya bahwa penduduk bergeser ke segmen menengah dan *disposable income* mereka naik, mereka beraspirasi untuk membeli produk bermerek dengan harga terjangkau. Rangkaian produk Matahari, termasuk merek eksklusif terjangkau, dirancang untuk menarik konsumen tersebut.

TARGETING THE LARGE AND GROWING MIDDLE-INCOME SEGMENT: Dominant market position in the large and growing middle-income segment in Indonesia

While other department store operators in Indonesia cater either to the mid- to upper-income segment or the middle-low and lower-income segments, Management believes that Matahari is the only major department store operator in Indonesia that focuses on the middle-income segment.

Management believes that Matahari's long history in Indonesian retail gives it a deep understanding of the middle-income segment and the regional variation in consumption patterns and tastes. This, together with Matahari's longstanding, collaborative relationships with suppliers, enables it to offer a broad mix of affordable, stylish merchandise that is relevant to each region or locale. With such a strong understanding of the customers, Management believes that Matahari is strategically positioned, relative to competitors, to continue to leverage growth from the projected rise in spending by Indonesia's large and growing middle-income segment.

Indonesia's population is the 4th largest in the world, and, with a median age of 29, it is relatively youthful. Having enjoyed a strong rate of GDP growth and rising incomes in recent years, Indonesia now has a burgeoning middle class. Based on 2010 data from Indonesia's Central Bureau of Statistics on population segmentation by consumer expenditure per capita per month, Management estimate that the middle-income segment in Indonesia (defined by Management as people with a consumer expenditure of Rp0.7 million–4.5 million per capita, per month) comprised 125 million people in 2010, or 52.4% of Indonesia's total population.

Management also anticipate that the 107 million people in the Indonesian lower-income population segment (2010 estimate) will steadily shift into the middle-income segment as minimum wages continue to rise. Rising disposable incomes, economic growth and a rapidly urbanising population are expected to drive an increase in consumer spending at a CAGR of 5.3% between 2011 and 2016, according to Euromonitor. Management believes that as people move into the middle-income segment and their disposable income increases, they aspire to purchase more branded products at affordable prices. Matahari's range of merchandise, which includes affordable exclusive brands, is designed to appeal to such consumers.

PROSPEK USAHA

Business Prospects

JARINGAN GERAI NASIONAL TERBESAR DIDUKUNG OLEH INFRASTRUKTUR LOGISTIK YANG EFISIEN:

Jaringan gerai nasional terbesar dan logistik yang efisien menempatkan Perseroan untuk meraih keuntungan dari peluang pertumbuhan di seluruh Indonesia

Dengan 125 gerai di 61 kota, Matahari memiliki jaringan *department store* terbesar di Indonesia. Gerai Matahari meliputi total luas sekitar 807.663 meter persegi per 31 Desember 2013, dan hadir dengan kuat sebagai penyewa andalan di mall perbelanjaan di seluruh negeri.

Jaringan gerai Matahari didukung oleh distribusi komprehensif dan infrastruktur logistik, menggunakan armada kendaraan, transporter kontrak, serta kargo ekspediter untuk mengangkut barang langsung ke gerai-gerainya. Sekitar 220 vendor konsinyasi menggunakan jasa logistik Matahari untuk mengangkut barang mereka dengan membayar jasa, merupakan bukti kualitas dan efisiensi jaringan kami. Biaya jasa pihak ketiga yang kami terima membantu mengurangi biaya bersih distribusi Matahari. Manajemen percaya bahwa efisiensi dari operasi logistik, terutama dengan kondisi geografis Indonesia yang luas dan menantang, membuatnya sulit bagi kompetitor kecil atau pendatang baru untuk mereplikasinya dalam jangka waktu menengah, dan oleh karena itu merupakan keunggulan kompetitif bagi Matahari.

Jaringan sistem logistik nasional Matahari yang komprehensif dan efisien memungkinkannya untuk memasok gerai-gerainya, dengan barang yang dibutuhkan secara tepat waktu. Liputan ini memungkinkan Matahari untuk mempertimbangkan lokasi baru tak hanya di daerah metropolitan, tapi bahkan menembus kota-kota besar dan menengah di seluruh negeri untuk meraih pertumbuhan.

MODEL BISNIS YANG SIAP DIPERBESAR UNTUK PERTUMBUHAN PESAT: Model bisnis dan keahlian operasional terbukti telah memberikan keuntungan yang konsisten di seluruh gerai, dan memungkinkan Matahari untuk berkembang secara pesat dan menguntungkan

Model bisnis Matahari telah terbukti efisien dan kompetitif, menghasilkan pertumbuhan pendapatan dari gerai baru, pertumbuhan penjualan dari gerai yang ada, dan margin lebih besar dari inisiatif mengendalikan biaya dan peningkatan produktivitas. Dikombinasikan dengan keahlian operasional Matahari, model bisnis ini telah menghasilkan jejak rekam yang kuat dari operasi gerai yang menguntungkan, dengan ukuran dan lokasi geografis yang sangat beragam di seluruh Indonesia.

LARGEST NATIONWIDE STORE NETWORK SUPPORTED BY EFFICIENT LOGISTICS

INFRASTRUCTURE: Largest nationwide store footprint and efficient logistics positions Company to benefit from growth opportunities across Indonesia

With 125 stores in 61 cities, Matahari has the most extensive department store footprint in Indonesia. Matahari's stores cover a total space of approximately 807,663 square metres as at 31 December 2013, and it has a strong presence as an anchor tenant in shopping malls throughout the country.

Matahari's nationwide store network is supported by a comprehensive distribution and logistics infrastructure, using its own fleet of vehicles, contract transporters, as well as freight forwarders to transport merchandise directly to the stores. Some 220 consignment vendors are currently using Matahari's logistics services to transport their own merchandise on a fee-paying basis, which is testament to the quality and efficiency of the network. The third party service fees received help to offset Matahari's net distribution costs. Management believe that the efficiency of the logistics operation, particularly given Indonesia's vast territory and challenging geography, would be difficult for smaller competitors or new entrants to replicate over the medium term, and is therefore a key competitive advantage for Matahari.

Matahari's nationwide network and comprehensive, cost-efficient logistics system enables stores across the country to be supplied promptly with the merchandise they need. This coverage allows Matahari to consider new sites not just in metropolitan areas, but by penetrating large and mid-sized middleweight cities across the country in order to capture growth.

HIGHLY SCALABLE BUSINESS MODEL FOR RAPID GROWTH: A proven business model and operating expertise have led to consistent profitability across the store base, and enable Matahari to expand rapidly and profitably

Matahari's business model has proven to be efficient and competitive, generating revenue growth from new store openings, sales growth from existing stores, and expanding margins driven by cost control initiatives and productivity enhancements. In combination with Matahari's operating expertise, this business model has yielded a strong track record of operating profitable stores of varying sizes and in highly diverse geographical locations across Indonesia.

Manajemen percaya bahwa kekuatan merek Matahari Department Store, skala dan posisi pemimpin pasar menjadikan Matahari sebagai penyewa andalan yang terpilih bagi para pengembang properti. Matahari memiliki hubungan jangka panjang dengan pengembang properti terkemuka, termasuk PT Lippo Karawaci Tbk, dan didukung oleh tim properti khusus yang secara aktif terlibat dengan pengembang untuk memantau peluang lokasi. Sebagai hasilnya, Matahari dapat memperoleh lokasi prima di daerah baru, sebagai penyewa andalan dengan sewa jangka panjang yang menguntungkan. Pengalaman Matahari dalam menggulirkan konsep Matahari Department Store mengurangi kebutuhan waktu pemasangan dan pengeluaran modal, memungkinkan Perusahaan untuk memulai operasi komersilnya secara relatif cepat dan memudahkan pengembalian investasi yang cepat, sementara strategi "lease-only" Perusahaan menjaga agar investasi pada aset tetapnya tetap minimal.

Management believes that the strength of the Matahari Department Store brand, its scale and market leading position make Matahari one of the anchor tenants of choice for real estate developers. Matahari has longstanding relationships with leading real estate developers, including PT Lippo Karawaci Tbk, and is supported by a dedicated real estate team which actively engages with developers to track site opportunities. As a result, Matahari has been able to secure prime locations in new developments, typically as an anchor tenant on a favourable long-term lease. Matahari's experience in rolling out the Matahari Department Store concept reduces both fit-out times and capital expenditure requirements, allowing the Company to begin commercial operations relatively quickly and enabling a fast payback on investment, while the Company's "lease-only" strategy keeps investments in fixed assets to a minimum.



PROSPEK USAHA

Business Prospects

Ekspansi bisnis Matahari didukung lebih lanjut oleh sistem informasi manajemen, pusat pemulihan bencana dan sistem *merchandise, accounting* dan *warehouse management* yang canggih, yang semuanya dapat diperbesar.

Manajemen percaya bahwa strategi-strategi ini telah berkontribusi terhadap kenaikan *operating leverage* Matahari dan kuatnya laju konversi kas dan pengembalian aset, memudahkan Perusahaan untuk terus berkembang secara pesat dan menguntungkan. Menurut Euromonitor, di antara 2009 dan 2011, Matahari membuka lebih banyak gerai baru dibandingkan dengan operator *department store* lain di Indonesia.

Matahari membuka 7 gerai di 2010, 9 gerai di 2011, 13 gerai di 2012, dan 9 gerai di 2013. Manajemen memperkirakan bahwa tren ekspansi gerai akan terus berlanjut dengan dibukanya 15 gerai baru di 2014.

The ongoing expansion of Matahari's business is further supported by a management information system, a nationwide disaster recovery centre and sophisticated merchandise, accounting and warehouse management systems, all of which are scalable.

Management believes that these strategies have contributed to an increase in Matahari's operating leverage and a strong levels of cash conversion and return on assets, enabling the Company to continue to expand rapidly and profitably. According to Euromonitor, Matahari opened more stores between 2009 and 2011 than any other department store operator in Indonesia.

Matahari opened 7 stores in 2010, 9 stores in 2011, 13 stores in 2012, and 9 stores in 2013. Management expects to continue this trend of store expansion by opening an additional 15 stores in 2014.



BERBAGAI PRODUK YANG BERORIENTASI KONSUMEN: Matahari menyesuaikan pilihan produknya dengan pilihan konsumen di setiap gerainya

Strategi Matahari adalah untuk memberi nilai lebih pada konsumen dengan menawarkan pilihan yang luas akan barang modis dengan harga terjangkau. Sistem informasi gerai dan produk yang canggih, riset pasar yang terus dilakukan dan database berisi 2,6 juta anggota MMC memberikan pengetahuan terhadap perbedaan pola dan konsumsi di setiap daerah dan gerai. Hal ini memungkinkan Matahari untuk menyesuaikan kombinasi produknya secara tepat ke setiap konsumen setempat di setiap gerainya, memastikan kombinasi yang pas antara produk pembelian langsung dan konsinyasi pada titik harga yang tepat, demi memaksimalkan keuntungan setiap gerainya. Kemampuan menyesuaikan penawaran produk di setiap gerai ini juga didukung oleh jumlah pemasok yang besar baik dari vendor konsinyasi dan vendor pembelian langsung, margin kontribusi efektif yang sama di seluruh produk pembelian langsung dan konsinyasi, dan pengetahuan tentang konsumen dan daerah setempat yang dibangun selama beberapa dasawarsa di bisnis ini.

Manajemen percaya bahwa kekuatan merek Matahari dan posisi terdepan di pasar menjadikan Matahari mitra pilihan bagi vendor konsinyasi dan vendor pembelian langsung. Kini menangani lebih dari 850 vendor konsinyasi dan vendor pembelian langsung, Matahari telah membina hubungan erat dan jangka panjang dengan komunitas pemasok, memungkinkan Perseroan untuk meraih manfaat dari harga yang menguntungkan dan prioritas waktu dan volume barang yang dipasok. Karena mayoritas dari penjualan barang dagangan Matahari terjadi melalui vendor konsinyasi, investasi persediaan, biaya tenaga kerja dan resiko mode diperkecil, memungkinkan untuk rangkaian produk yang beragam, meningkatkan citra merek Matahari dan menjadikan gerainya lebih menarik, hingga meningkatkan *traffic* konsumen.

Sekitar 90% dari barang Matahari berasal dari sumber lokal, Matahari dapat menghindari keterlambatan terkait dengan impor barang, dan cepat tanggap terhadap perubahan kebutuhan inventori dan tren mode lokal, serta membatasi eksposur terhadap risiko pertukaran kurs mata uang asing dan pajak impor.

CUSTOMER-DRIVEN MERCHANDISE MIX: Matahari tailors its merchandise mix to customer preferences on a store-by-store basis

Matahari's strategy is to deliver value-for-money to customers by offering a broad selection of high quality, fashionable merchandise at affordable prices. Matahari's sophisticated merchandising and store information systems, ongoing market research and database of over 2.6 million MMC members provide insights into regional variations in consumption as well as sales patterns in individual stores. This allows Matahari to tailor the merchandise mix precisely to each store's local target market, ensuring an appropriate balance between DP Goods and Consignment Goods at appropriate price points, in order to maximise each store's profitability. This ability to customise product offerings on a store-by-store basis is also supported by Matahari's large supplier base of both consignment vendors and direct-purchase suppliers, similar Effective Contribution Margins across both consignment goods and DP goods, and its understanding of its customers and local markets built over several decades in business.

Management believes that the strength of the Matahari brand and its leading position in the market make Matahari a partner of choice for both consignment vendors and direct-purchase suppliers. Currently dealing with over 850 consignment vendors and direct-purchase suppliers, Matahari has cultivated close and longstanding relationships with the supplier community, allowing the Company to benefit from favourable pricing terms and priority in terms of timing and volume of merchandise supplied. As the majority of Matahari's Merchandise Sales are realised through consignment vendors, inventory investment, employment costs and fashion risks are reduced, while allowing for a wider range of merchandise, enhancing Matahari's brand image and making stores more enticing, thereby increasing customer traffic.

As some 90% of Matahari's merchandise is sourced locally, Matahari can avoid delays associated with the import of goods, respond quickly to changing inventory needs and fashion trends, and limit its exposure to foreign exchange risks and import taxes.

PROSPEK USAHA

Business Prospects

OPERASI GERAI OPTIMUM MENDORONG PENGALAMAN BELANJA YANG INSPIRASIONAL DAN MENARIK: Tingginya produktivitas gerai melalui presentasi gerai yang optimum, operasi yang efisien dan promosi yang rutin

Manajemen yakin bahwa tampilan dan format setiap gerai, bersamaan dengan presentasi barang, sangat berpengaruh pada keputusan membeli konsumen. Strategi Matahari adalah untuk menciptakan suasana belanja yang menarik untuk mengundang konsumen, didukung oleh promosi barang yang efektif, akan memaksimalkan produktivitas gerai.

Manajemen juga percaya bahwa cara barang ditampilkan di dalam gerai dapat mendorong impuls untuk membeli secara efektif sambil mengkomunikasikan harga, tren terkini dan nilai. Inisiatif 'centre core' Matahari adalah satu contoh dari area 'high impact' yang, Manajemen percaya, telah meningkatkan reputasi Matahari sebagai 'destinasi' untuk kosmetik, sepatu, tas tangan dan aksesoris, dan telah membawa kenaikan *traffic* ke gerainya.

Untuk meningkatkan pengalaman belanja secara menyeluruh, Matahari terus memperbaiki dan memperbarui desain gerainya, mengoptimalkan alokasi ruang untuk mendukung pendorong utama penjualan dan mendorong arus ke bagian-bagian toko sambil memberi perhatian pada penempatan dan kondisi kaca, kamar pas dan toilet. Program peremajaan gerai yang terus berlangsung memastikan bahwa desain gerai selalu modern dan relevan terhadap perubahan selera dan pola konsumsi konsumen.

Matahari mempromosikan gerai dan produknya melalui gabungan antara media online dan offline, termasuk media sosial. Manajemen percaya bahwa strategi pemasaran Matahari adalah yang teraktif di kalangan kompetitor *department store* di Indonesia, dan ini telah berkontribusi untuk mempertahankan citra Matahari sebagai pemimpin pasar ritel yang menawarkan nilai lebih pada konsumennya. Manajemen percaya bahwa investasi untuk merek melalui iklan dan kampanye pemasaran secara terus menerus meningkatkan nilai merek eksklusif Matahari dan menarik konsumen ke gerai-gerainya. Kegiatan promosi ini dikaitkan dengan tampilan visual barang di gerai Matahari melalui penggunaan tanda-tanda visual yang konsisten, dirancang untuk mengajak konsumen untuk membeli.

OPTIMISED STORE OPERATIONS DRIVING AN INSPIRING AND ATTRACTIVE SHOPPING EXPERIENCE: High store productivity driven through optimised store presentation, efficient operations and frequent promotions

Management believes that the look and format of each store, along with the presentation of merchandise, have a strong influence on customers' purchasing decisions. Matahari's strategy is therefore to create an attractive shopping environment that appeals to and draws in customers, supported by effective promotion of its merchandise, to maximise store productivity.

Management believes that the way in-store merchandise is presented can effectively encourage impulse purchases while communicating information on price, current trends and value. Matahari's 'centre core' initiative is one example of a 'high impact' area, which Management believes has reinforced Matahari's reputation as a 'destination' for cosmetics, shoes, handbags and accessories, and has led to increased traffic at its stores.

To enhance the overall shopping experience for customers and increase store productivity, Matahari continually updates and improves the design of its stores, optimising space allocation to support key sales drivers and encourage flow to all parts of the store while also paying attention to the placement and condition of mirrors, fitting rooms and toilets. An ongoing store refurbishment programme ensures that the store design is always modern and relevant to evolving customer tastes and consumption patterns.

Matahari promotes its stores and product offerings through a mix of online and offline media, including social media. Management believes that Matahari's marketing strategy is among the most active of all its department store competitors in Indonesia, and that this has contributed to sustaining Matahari's image as a retail market leader that offers value for money to customers. Management believes that investing behind its brands through continuous advertising and targeted marketing campaigns enhances the value of Matahari's exclusive brands and draws customers to its stores. These promotional activities are linked to Matahari's visual merchandising in store through the consistent use of visual cues designed to persuade customers to make purchases.

MENINGKATKAN FOKUS PADA LAYANAN KONSUMEN: membina kesetiaan konsumen melalui pelayanan yang unggul

Manajemen percaya bahwa pengalaman konsumen di dalam gerai ditingkatkan lebih lanjut dengan adanya staf penjualan yang tanggap dan terlatih. Untuk memastikan tingkat pelayanan konsumen yang tinggi dan konsisten, seluruh staf gerai, termasuk yang dipekerjakan oleh vendor konsinyasi, menjalani pelatihan rutin, dan pengawas pelayanan konsumen dikerahkan dalam jumlah besar ke beberapa gerai inti dan besar.

Manajemen percaya bahwa dengan menyediakan sarana bagi konsumen untuk menampung keluhan dan meminta informasi, membantu membuat mereka merasa dihargai, dan meningkatkan kemungkinan untuk menyesuaikan dengan keinginan konsumen. Matahari memiliki *call centre* khusus untuk konsumennya, yang dikelola oleh staf pelayanan konsumen yang terlatih untuk menjalankan fungsi ini.

Dengan lebih dari 2,6 juta anggota yang aktif pada 31 Desember 2013, Manajemen percaya bahwa program loyalti MCC adalah salah satu yang terbesar untuk jenisnya di Indonesia. Anggota MCC memberikan kontribusi hampir 50% dari total penjualan kotor (44,7% di 2012) dan di 2013, memiliki nilai rata-rata transaksi sekitar 80% lebih tinggi dari konsumen non-MCC, berdasarkan ukuran keranjang belanja.

KARYAWAN BERDEDIKASI DAN MANAJEMEN BERPENGALAMAN: Karyawan yang terlatih dan berdedikasi didukung oleh tim manajemen dengan kombinasi pengalaman ritel global dan kekuatan implementasi lokal

Tim manajemen Matahari berisi para ahli yang berkompentensi tinggi di industrinya dengan dalamnya pengalaman yang didapat dari berbagai ritel global terkemuka seperti Macy's, SteinMart, Debenhams, dan JC Penney serta di sektor ritel lokal. Masing-masing anggota Tim Manajemen memiliki pengalaman ritel yang beragam selama 17-35 tahun, dan secara kolektif mereka memiliki pengetahuan mendalam tentang ritel department store dan kekuatan implementasi lokal.

Tim manajemen memainkan peran utama dalam mengembangkan dan mengimplementasikan strategi yang mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan bagi bisnis. Mereka berperan penting dalam mempercepat ekspansi gerai Matahari, menerapkan praktek terbaik dari dunia dan memastikan kepatuhan dengan standar keunggulan operasional secara internasional. Untuk lebih meyakinkan pada tata kelola yang baik, mereka telah membentuk komite properti, komite pemasaran dan komite manajemen, yang mengawasi dan membimbing dalam hal kepatuhan terhadap aspek kritis dari operasi Matahari.

INCREASING FOCUS ON CUSTOMER SERVICE: fostering customer loyalty through service excellence

Management believes that the customers' experience in its stores is further enhanced by the presence of well-trained, responsive sales staff. To ensure high and consistent levels of customer service, all store staff, including those employed by consignment vendors, undergo regular training, and customer service supervisors are deployed in a number of large, key Matahari stores.

Management believes that providing a channel for customers to lodge complaints, voice concerns and request information helps them to feel valued, and increases the chance of their continued custom. Matahari has a dedicated customer call centre, staffed by trained customer service officers, to serve this function.

With over 2.6 million active members as at 31 December 2013, Management believe that the Matahari Club Card (MCC) loyalty programme is one of the largest of its kind in Indonesia. MCC members contribute almost 50% of the Company's total Gross Sales (44.7% in 2012) and in 2013 had an average transaction value that was approximately 80% higher than that of non-MCC customers by basket size.

DEDICATED EMPLOYEES AND EXPERIENCED MANAGEMENT: Well trained and dedicated employees supported by a management team that combines global retail experience with local execution strength

Matahari's management team comprises highly competent industry veterans with a depth of experience gained from working with leading global retailers such as Macy's, SteinMart, Debenhams, and JC Penney as well as in the Indonesian retail sector. With each member of the Board of Management bringing to the team retail experience ranging from 17 to 35 years, they collectively possess an in-depth understanding of department store retailing and local execution strength.

The management team plays a leading role in developing and executing that strategies that are driving the sustainable growth of the business. They have been instrumental in accelerating Matahari's store expansion, implementing global best practices and ensuring compliance with international standards of operational excellence. To provide further assurance on good governance, they have established a real estate committee, a marketing committee and a risk management committee, which provide oversight and guidance on compliance in these critical aspects of Matahari's operations.

PROSPEK USAHA

Business Prospects

Melalui program pelatihan dan kesadaran rutin, tim manajemen berupaya untuk menanamkan budaya orientasi-konsumen yang tanggap ke seluruh organisasi, serta menciptakan suasana kerja yang memotivasi dan memuaskan bagi karyawan. Matahari percaya bahwa tim manajemen senior telah berperan penting dalam membangun dasar yang kuat untuk menjaga dan meningkatkan daya saing Matahari dalam waktu panjang.

Dalam mengelola talentanya, Matahari memiliki program yang aktif untuk mengidentifikasi dan mengembangkan staf dengan potensi kepemimpinan, mendukung rencana ekspansi dan memastikan gerai baru dikelola oleh manajer gerai yang berpengalaman. Di 2013, seluruh gerai baru Matahari memiliki manajer gerai dengan pengalaman dan latihan dari jaringan gerai Matahari yang ada.

STRATEGI

Sasaran jangka panjang Matahari adalah untuk terus memperkuat dan mengkonsolidasi posisinya sebagai operator department store terdepan di Indonesia. Perusahaan bertujuan untuk mencapai sasaran ini dengan mengimplementasikan strategi berikut ini:

Through regular training and awareness programmes, the management team has sought to embed a responsive, customer-oriented corporate culture throughout the organisation, while creating a motivating and rewarding working environment for employees. Matahari believes that the senior management team has been instrumental in building a strong foundation to maintain and enhance Matahari's long-term competitiveness.

Matahari has an active talent management programme to identify and develop staff with leadership potential to support its expansion plans and ensure that new stores are staffed with experienced store managers. In 2013, all Matahari's new stores had store managers with prior experience and training within Matahari's existing store network.

STRATEGIES

Matahari's principal long-term goal is to further strengthen and consolidate its position as the leading department store operator in Indonesia. The Company aims to achieve this goal by implementing the following strategies:



Ekspansi gerai secara pesat dan terus menerus ke seluruh Indonesia

Matahari akan menggunakan posisinya sebagai pemimpin merek dan pasar dengan terus mengembangkan pangsa pasar melalui ekspansi gerai secara pesat dan meraih pertumbuhan pengeluaran konsumen di segmen menengah yang kian mapan dan membesar. Jaringan logistik Perusahaan yang komprehensif dan efisien, kapasitas untuk menyesuaikan campuran barang di masing-masing gerai ke kondisi setempat, dan kedekatan hubungan dengan komunitas pengembang properti dan antrian potensi lokasi baru yang kuat memberikan Matahari fleksibilitas yang tinggi untuk mempertimbangkan lokasi gerai di seluruh Indonesia.

Per 31 Desember 2013, Matahari memiliki 73 lokasi yang telah dievaluasi dan diidentifikasi sebagai lokasi yang cocok untuk gerai baru. Jumlah ini termasuk sekitar 15 gerai yang diperkirakan akan dibuka di 2014. Matahari berharap untuk mempertahankan laju pembukaan gerai selama periode dari 2014 ke 2016, dan terus mengevaluasi lokasi berpotensi untuk membawanya ke gerai baru di masa depan, sesuai dengan rencana ekspansinya. Perusahaan berencana untuk memperlus jejaknya di kota di mana Matahari telah hadir dan di lokasi baru di seluruh Indonesia, terutama di daerah kurang tersentuh yang memiliki pertumbuhan pesat di luar Jakarta dan sekitarnya.

Di 2013, produktivitas tahunan Perusahaan (berdasarkan rata-rata tahunan penjualan kotor per meter persegi dari luas ruang ritel), untuk gerai setara, tertinggi di luar Jawa. Produktivitas gerai di luar Jawa, dan gerai di dalam Jawa (namun di luar Jakarta dan sekitarnya) adalah 17,5% dan 5,5% secara berurutan, lebih tinggi dari produktivitas gerai di dalam Jakarta dan sekitarnya.

Luas gerai baru secara umum berkisar antara 5.000 hingga 9.000 per meter persegi, tergantung dari lokasi yang tersedia dan sasaran pasar setempat, selain faktor lainnya. Matahari terus mencari peluang untuk membuka gerai baru di pengembangan mall ritel dan pusat perbelanjaan utama untuk mendapatkan *traffic* konsumen yang tinggi. Sampai saat ini, tim khusus properti Matahari akan terus secara aktif melibatkan pengembang mall untuk memantau dan mengevaluasi peluang lokasi di seluruh negeri. Dalam menilai kemungkinan potensi untuk lokasi gerai baru, tim mempertimbangkan luas area tangkapan air, kepadatan penduduk, *disposable income* per kapita dari total pasar, perkiraan biaya sewa, perkiraan keuntungan dan pengembalian modal serta kompetisi dari ritel lain di daerah tersebut.

Perusahaan memiliki hubungan jangka panjang dengan pengembang properti dan jejak rekam yang baik atas kesuksesan dalam membuka gerai. Oleh karena itu,

Continuous, rapid store expansion across Indonesia

Matahari will seek to capitalise on its brand and market leadership by continuing to grow its market share through rapid store expansion and by capturing the anticipated growth in consumer spending by Indonesia's growing and increasingly affluent middle-income segment. The Company's comprehensive and efficient logistics network, its capacity to tailor the merchandise mix of individual stores to local conditions, its close relationship with the real estate developer community and a robust pipeline of potential new sites afford Matahari considerable flexibility in considering new store locations across Indonesia.

As of December 31, 2013, Matahari has a pipeline of 73 sites that have been evaluated and identified as viable locations for possible new stores. This total includes approximately 15 stores that the Company expects to open in 2014. Matahari expects to maintain this rate of store openings over the period from 2014 to 2016 and is constantly evaluating further potential sites that may lead to store openings in future, in accordance with its expansion plan. The Company plans to extend its footprint both in cities where it has an existing presence and in new locations across Indonesia, particularly in underserved high growth regions outside Greater Jakarta.

In 2013, the Company's annual productivity (based on annualised average of Gross Sales per square metre of Retail Space) for comparable stores was the highest outside Java. Productivity for stores outside Java, and for stores within Java (but outside Greater Jakarta) were 17.5% and 5.5%, respectively, higher than that of productivity for stores within Greater Jakarta.

New stores generally range from 5,000 to 9,000 square metres in size, depending on the site available and the size of the local target market, among other factors. Matahari will continue seek opportunities to open new stores in keystone retail mall and shopping centre developments to take advantage of higher customer traffic. To this end, Matahari's dedicated real estate team will continue to engage actively with mall developers to track and evaluate site opportunities across the country. In assessing the viability of a potential new store site, the team takes into account the size of the catchment area, population density, disposable per capita income of the total target market, expected rental costs, expected profitability and financial returns and competition from other retailers in the surrounding area.

The Company has longstanding relationships with real estate developers and a strong track record on successful store openings. Management is therefore confident in its ability to

PROSPEK USAHA

Business Prospects

manajemen merasa yakin akan kemampuannya untuk mengimplementasikan rencana ekspansi, tergantung dari ketersediaan lokasi gerai dan ketepatan waktu dalam membangun mall belanja oleh pengembangnya.

Optimisasi produktivitas gerai selanjutnya

Matahari bertujuan untuk terus mendorong produktivitas penjualan dari SSSG dengan mengimplementasikan berbagai inisiatif, termasuk berikut ini:

- Memperkuat persepsi konsumen terhadap nilai lebih yang mereka terima melalui kampanye iklan dan pemasaran yang ditargetkan di berbagai media, termasuk, media sosial seperti Facebook dan Twitter. Matahari akan terus menjalankan kampanye pemasaran selektif, termasuk promosi penawaran harian dan *bonus buys*, untuk menarik lebih banyak konsumen lagi ke gerainya. Kampanye pemasaran yang lebih tinggi akan terus dibangun di sekitar '*major events*' seperti pembukaan gerai baru, hari-hari perayaan, liburan, dan '*back to school*'.
- Terus meninjau kebutuhan peremajaan setiap gerai setiap tahun untuk memperkuat merek Matahari Department Store dan memastikan bahwa masing-masing tetap relevan dengan konsumen Matahari yang selera dan kebutuhannya terus berubah, selain juga meningkatkan pengalaman belanja secara keseluruhan. Matahari terus memonitor praktek-praktek terbaik di dunia untuk desain gerai dan *remodeling* untuk memastikan bahwa ini diterapkan di gerai-gerainya. Suatu peremajaan gerai dapat melibatkan instalasi dan perbaikan lampu, pembaruan pemajangan produk dan tanda-tanda, atau instalasi kamar pas baru, lorong yang lebih luas dan perlengkapan yang lebih modern, dengan fokus utama pada peningkatan seleksi persediaan tanpa mengorbankan rasa luas pada gerai.
- Meningkatkan rangkaian dan presentasi barang di '*centre core*' department store, untuk menekankan reputasi Matahari sebagai tujuan utama untuk sepatu, tas tangan, aksesoris dan kosmetik, dan untuk meningkatkan *traffic* konsumen.
- Meningkatkan alokasi ruang produk. Contoh inisiatif yang sukses seperti Nevada, merek eksklusif Matahari terpopuler dan merek "pakaian modis terjangkau" Indonesia yang terpopuler, menurut survei konsumen yang dilakukan oleh Markplus Insight di 2012. Untuk Nevada, bagian khusus di dalam toko dialokasikan untuk menciptakan suatu 'Denim Bar' yang menampilkan jeans dan celana pendek denim secara lebih efektif. Inisiatif dan presentasi berdampak besar serupa akan diperkenalkan di masa mendatang.
- Mengerahkan visual dan presentasi barang terkait di dalam gerai secara tepat dan konsisten untuk mengkomunikasikan harga, tren dan nilai beli, sambil mendorong *impuls* untuk membeli.

execute its current expansion plan, subject to the availability of store locations and the timely completion of shopping malls by developers.

Further optimisation of store productivity

Matahari intends to continue to drive sales productivity and same-store-sales growth (SSSG) by implementing various initiatives, including the following:

- Strengthen customers' perception of receiving value for money by conducting targeted advertising and marketing campaigns through multiple media, including, increasingly, social media such as Facebook and Twitter. Matahari will also continue to run selective marketing campaigns, including daily promotion offers and bonus buys, to attract more customers to the stores. Intensified marketing campaigns will continue to be built around 'major events' such as new store openings, anniversaries, holidays, and 'back to school'.
- Continue to review each store's refurbishment needs annually to strengthen the Matahari Department Store brand and ensure that they remain relevant to the evolving needs and preferences of Matahari's customers, as well as to enhance the overall shopping experience. Matahari continuously monitors international best practices on store design and remodelling to ensure that these are applied in its own stores. A store refurbishment may involve installing or improving lighting, updating product displays and signage, or installing new fitting rooms, wider aisles and more modern fixtures, with a particular focus on improving inventory selection without adversely affecting the store's feeling of space.
- Upgrade the presentation and range of merchandise in the 'centre core' of its department stores, to reinforce Matahari's reputation as a premier destination for shoes, handbags, accessories and cosmetics, and to increase customer traffic.
- Improve product space allocation. Successful initiatives have included designating a dedicated section in-store for Nevada, which is Matahari's most popular exclusive brand and Indonesia's most popular "fashionable affordable clothing brand", according to a 2012 consumer survey conducted by Markplus Insight; and creating a 'Denim Bar' to display denim jeans and shorts more effectively. Similar high-impact initiatives and presentations will be introduced in future.
- Deploy in-store merchandise presentations and associated visual merchandising properly and consistently to effectively communicate price information, trends and value, whilst encouraging impulse purchases.



- Membidik klasifikasi barang tertentu untuk perbaikan dan pertumbuhan, misalnya sepatu, kategori produk dengan penjualan tercepat dan tertinggi di Matahari; pakaian wanita, yang menikmati peningkatan kedua tertinggi; dan tas dan kosmetik, untuk menekankan bahwa Matahari adalah tujuan berbelanja pilihan konsumen kami.
- Fokus pada perbaikan produk yang ditawarkan kepada konsumen mudah, yang menghasilkan sekitar 40% penjualan kasar antara 2011 dan 2013.
- Koreksi campuran barang untuk setiap gerai agar rata-rata harga barang terjual di setiap gerai sesuai dengan pendapatan dan profil konsumen setempat.
- Terus mengangkat kekuatan merek eksklusif Matahari, seperti Nevada, dengan menawarkan rangkaian produk baru, dan menunjuk bagian khusus sebagai tambahan, untuk merek-merek yang unggul.
- Memantau dan menanggapi pergerakan tren dalam pola belanja, misalnya dengan membuat pajangan dan tanda-tanda di bagian pakaian pria lebih 'masculine' untuk menarik perkembangan jumlah pria yang berbelanja pakaian untuk dirinya sendiri.
- Terus memperbesar basis anggota MCC melalui penawaran diskon dan manfaat lebih. Nilai rata-rata transaksi dari anggota MCC sekitar 80% lebih tinggi dari konsumen non-MCC di 2013.
- Target certain merchandise classifications for improvement and growth, such as shoes, Matahari's highest selling and fastest growing product category; female apparel, which is enjoying the second largest increases; and handbags and cosmetics, to reinforce Matahari as the shopping destination of choice for our target customers.
- Focus on improving product offerings for young customers, who generated approximately 40% of Gross Sales between 2011 and 2013.
- Adjust the merchandise mix for each store so that the average price points of merchandise sold at each store are appropriate for the income and spending profile of the local target market.
- Continue to leverage the strengths of Matahari's most popular exclusive brands, such as Nevada, by offering new product lines, and assign additional dedicated sections for top performing brands.
- Monitor and respond to evolving trends in shopping patterns, for example by making displays and signage in male apparel sections more 'masculine' to appeal to the growing numbers of men who are shopping for their own clothes.
- Continue to grow the Company's MCC membership base by offering improved benefits and discounts. The average transaction value of MCC members was approximately 80% higher than that of non-MCC members in 2013.

PROSPEK USAHA

Business Prospects

Terus fokus pada efisiensi operasional dan peningkatan utilisasi aset

Matahari akan terus fokus untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengendalikan biaya dan meningkatkan utilisasi aset demi memudahkan Perusahaan untuk mengimplementasikan rencana ekspansinya secara penuh dan terus memastikan pertumbuhan keuntungan. Untuk ini, Matahari berniat untuk mengimplementasikan inisiatif berikut, antara lain:

- Meningkatkan ketajaman menggali data agar dapat mendapatkan pengetahuan lebih mendalam dari 2,6 juta anggota aktif MCC sebagai masukan untuk keputusan strategis mengenai: (i) campuran barang di gerai; (ii) harga; (iii) peluang gerai baru; (iv) strategi *merchandising* dan *display*; dan (v) program iklan dan promosi.
- Terus mengoptimasi pilihan vendor konsinyasi dan alokasi ruang, untuk mendorong porsi pertumbuhan jualan yang signifikan selain mengurangi biaya gaji dan modal kerja, pengeluaran perlengkapan, biaya distribusi dan gudang, yang mana proporsinya dibebani ke vendor konsinyasi.
- Terus meningkatkan dan memperbaiki *centralised procurement system* Matahari.
- Terus mengoptimasi distribusi dan logistik melalui pusat distribusi Matahari dengan meningkatkan kemampuan "*just-in-time*", menurunkan jeda waktu dan mencari sumber-sumber efisiensi biaya.
- Terus mengoptimasi utilisasi operasi logistik Matahari melalui penyediaan jasa logistik dengan biaya jasa ke beberapa vendor konsinyasi, yang membantu menurunkan biaya bersih operasi Matahari.
- Menjaga fokus pada pengelolaan persediaan aktif melalui *computerised inventory control* dan *inventory level monitoring* oleh staf *merchandising* di gerai.
- Penggunaan secara optimal dari *markdowns* dan diskon untuk membersihkan barang-barang yang lambat penjualannya.
- Terus mengimplementasikan dan memperkuat indikator pengukur untuk menahan pengcilan persediaan Perusahaan ke minimum, melalui penggunaan seperti *sensormatic tags* pada barang mahal, kamera CCTV dan kehadiran keamanan di setiap gerai.
- Terus memperkuat pengelolaan risiko bisnis melalui upaya komite pengelolaan risiko, yang bertanggung jawab untuk: (i) mengelola perencanaan asuransi dan pemulihan bencana; (ii) mengembangkan dan mengimplementasikan program pencegahan kerugian yang efektif; (iii) memantau kepatuhan terhadap prosedur standar operasi Perusahaan dan kontrol di seluruh organisasi; dan (iv) mengelola infrastruktur keamanan Perusahaan.
- Terus mencari sumber efisiensi dan penghematan dari seluruh gerai, dan pos-pos pengeluaran.

Continued focus on operational efficiency and improved asset utilisation

Matahari will intensify its focus on enhancing operational efficiencies, controlling costs and improving asset utilisation to enable the Company to fully execute its expansion plans and ensure further growth in profitability. To do this, Matahari intends to implement the following initiatives, among others:

- Further refine its data mining capabilities in order to obtain valuable insights from its MCC database of over 2.6 million active members to inform strategic decisions on: (i) the merchandise mix of a store; (ii) pricing; (iii) new store opportunities, locations and sizes; (iv) in-store merchandising and display strategies; and (v) advertising and promotional programmes.
- Continue to optimise consignment vendor selection and space allocation to drive a significant portion of sales growth as well as to reduce payroll and working capital costs, fit-out expenses, distribution and warehousing costs, a proportion of which are borne by consignment vendors.
- Continue to upgrade and refine Matahari's centralised procurement system.
- Continue to optimise distribution and logistics through Matahari's centralised distribution centre by refining "*just-in-time*" capabilities, reducing lead times and seeking further cost efficiencies.
- Continue to optimise the utilisation of Matahari's logistics operations by providing logistical services on a fee basis to certain consignment vendors, which reduces the net cost to Matahari of the operation.
- Maintain the focus on active inventory management through computerised inventory controls and the monitoring of inventory levels by in-store merchandising personnel.
- Optimise the use of markdowns and discounting to clear slow-selling merchandise.
- Continue to implement and strengthen measures to keep the Company's inventory shrinkage to a minimum, such as sensormatic tags on higher priced items, CCTV cameras and maintaining a security presence at each store.
- Continue to strengthen business risk management through the efforts of the risk management committee, which is responsible for: (i) managing insurance and disaster recovery planning; (ii) developing and implementing effective loss prevention programmes; (iii) monitoring compliance with the Company's standard operating procedures and controls across the organisation; and (iv) managing the Company's security infrastructure.
- Continue to look for efficiencies and savings across all stores and expense headings.

- Terus memantau produktivitas penjualan intensitas jasa (luas meter persegi yang diliput oleh setiap staf penjual) karyawan di setiap gerai untuk mengoptimasi tingkat jasa dan keuntungan.
- Terus mengimplementasikan pengelolaan kontrol kas yang ketat dengan menerapkan kebijakan yang konsisten di seluruh jaringan gerai dan mencocokkan data penjualan dengan catatan tanda terima setiap harinya.
- Mempertahankan strategi resiko-rendah, aset-ringan “lease only” Matahari, sebisa mungkin masuk ke kontrak jangka panjang dengan termin yang menguntungkan dengan membawa reputasi Matahari sebagai operator *department store* terdepan dan melalui kemitraan dengan pengembang properti dan tuan tanah. Strategi ini dapat membatasi modal yang dibutuhkan untuk membuka gerai baru, sambil melindungi Matahari dari kenaikan sewa komersil yang signifikan.
- Continuously monitor employee sales productivity and service intensity (the number of square metres covered by each sales person) in each store in order to optimise service levels and profitability.
- Continue to implement strict cash control management by applying consistent policies throughout the store network and reconciling sales data with receipt records on a daily basis.
- Maintain Matahari’s low-risk, asset-light “lease only” strategy, where possible entering into long-term lease contracts on favourable terms by leveraging both Matahari’s reputation as a leading department store operator and its existing partnerships with landlords and property developers. This strategy will serve to limit capital required to open new stores, while better insulating Matahari from significant increases in commercial rental rates.

Memperkuat dan menanamkan budaya orientasi-konsumen pada Perseroan

Manajemen percaya bahwa dengan memperkuat budaya orientasi-konsumen pada Perseroan akan meningkatkan daya saing dalam jangka panjang.

Matahari berniat untuk terus menanamkan budaya ini dengan menyediakan pelatihan berfokus konsumen dan standar kualitas layanan selain membangun motivasi dan percaya diri bagi karyawan agar mereka dapat melibatkan diri dengan konsumen secara lebih efektif. Matahari juga terus mengimplementasikan strateginya untuk merekrut, mengembangkan dan menahan karyawan bertalenta (termasuk karyawan *vendor* konsinyasi) untuk memastikan standar yang tinggi dan konsisten, dan untuk mempertahankan dan memperbaiki posisi daya saingnya.

Perseroan juga terus menjalankan strateginya untuk mengidentifikasi dan mengembangkan staf dengan potensi kepemimpinan untuk mendukung rencana ekspansi jaringan gerai dan pertumbuhan bisnisnya. Perseroan telah mengembangkan program pelatihan dan tes yang dirancang untuk mengidentifikasi karyawan berbakat untuk pindah ke manajemen, dan akan terus mengimplementasikan dan mempertajam program ini demi memenuhi kebutuhan tersebut.

Matahari akan terus meninjau dan memperbarui program pengembangan dan pelatihan (baik di dalam maupun dari luar) untuk memudahkan karyawan dalam menangani perubahan kebutuhan dan pilihan konsumen.

Strengthening and embedding a customer-oriented corporate culture

Management believes that strengthening Matahari’s customer-oriented corporate culture will enhance its competitiveness over the long term.

Matahari intends to further embed this culture by providing focused training for employees on customer-centric initiatives and service quality standards as well as building staff motivation and self-confidence so that they can engage with customers more effectively. Matahari will continue to implement strategies to recruit, develop and retain talented employees (including the employees of consignment vendors) to ensure high and consistent standards, and to maintain and improve its competitive position.

The Company will continue to pursue its strategy of identifying and developing staff with leadership potential in order to support its store network expansion and business growth plans. The Company has already developed testing and training programmes designed to identify employees who have potential to move into management, and it will continue to implement and refine these programmes to meet its needs.

Matahari will continue to review and update its training and development programmes (both in-house and outsourced) to ensure that they enable employees to address customers’ changing needs and preferences.

TINJAUAN
TATA KELOLA
PERUSAHAAN

Corporate Governance Overview



STRUKTUR TATA KELOLA

Corporate Governance Structure

Praktek Tata Kelola

Sebagai jaringan *department store* Indonesia yang terkemuka, Matahari berupaya untuk memastikan bahwa Perusahaan terus tumbuh dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi seluruh pemegang kepentingan dengan mempraktekkan pengelolaan secara efektif dan bertanggung jawab. Prinsip dari Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance, GCG*)—transparan, akuntabel, bertanggung jawab, mandiri, adil dan kesamaan hak—oleh karena itu mendasari seluruh operasi kami dan membentuk rangka dari Kode Etik perusahaan. Penerapan GCG di dalam Perusahaan terus dipantau dan diperkuat agar kami dapat:

1. Terus mengkonsolidasi hubungan antara Dewan Komisaris dan Dewan Direksi;
2. Terus memperkuat fungsi pengawasan dan pengelolaan Perusahaan;
3. Memastikan akurasi dan integritas keuangan;
4. Memastikan pengungkapan informasi secara tepat waktu;
5. Membuat keputusan secara etis dan akuntabel;
6. Mengidentifikasi dan mengelola risiko;
7. Menjunjung hak pemegang saham secara konsisten;
8. Memberikan remunerasi yang sesuai dan bertanggung jawab;

Selain itu juga memastikan kepatuhan pada hukum dan ketentuan yang berlaku secara terus menerus.

Sejak 2012, kerangka tata kelola perusahaan Matahari menekankan garis yang jelas antara pengawasan dan pengambil keputusan, kontrol internal yang kuat, audit eksternal, pengelolaan risiko, program *whistleblowing*, pengungkapan informasi online secara penuh dan tepat waktu, dan fungsi Sekretaris Perusahaan yang proaktif.

Struktur Tata Kelola Perusahaan

Sesuai dengan Undang-Undang Perseroan Terbatas Indonesia, badan tertinggi di Matahari adalah Pemegang Saham, yang harus bertemu setidaknya setahun sekali. Dewan Direksi membuat keputusan strategis dalam mengelola Perusahaan, sedangkan Dewan Komisaris melaksanakan pengawasan pada Dewan Direksi atas nama Pemegang Saham. Kedua dewan merupakan dewan yang terpisah, dan tak seorang pun dapat merangkap sebagai anggota dari kedua dewan. Hak dan obligasi masing-masing anggota dari Dewan Komisaris dan Dewan Direksi didefinisikan di Anggaran Dasar Perseroan. Anggaran Dasar Perseroan disetujui oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) berdasarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas, dan ketentuan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, sebelumnya BAPEPAM-LK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan juga memiliki Tim Manajemen, yang membantu Dewan Direksi dalam mengimplementasikan strategi dan keputusan sehari-hari.

Good Governance in Practice

As one of Indonesia's leading department store chains, Matahari Department Store Tbk strives to ensure that the Company continues to grow and deliver sustainable benefits to all our stakeholders by practising effective and responsible management. The principles of Good Corporate Governance (GCG)—transparency, accountability, responsibility, independence, fairness and equality—therefore underpin all our operations and form the core of our corporate Code of Conduct. The application of GCG in the Company is continuously monitored and strengthened so that we can:

1. Continue to consolidate the relationship between the Board of Commissioners and the Board of Directors;
2. Continue to strengthen the Company's supervisory and management functions;
3. Ensure financial accuracy and integrity;
4. Ensure timely disclosure of information;
5. Make ethical and accountable decisions;
6. Identify and manage risk;
7. Uphold shareholders' rights consistently;
8. Provide appropriate remunerations responsibly;

As well as to ensure ongoing compliance with all relevant laws and regulations.

Since 2012, Matahari's corporate governance framework has emphasised a clear separation of oversight and decision making, strong internal controls, external audit, risk management, a whistleblowing program, full and timely disclosure of information online, and a proactive Corporate Secretarial function.

Corporate Governance Structure

In line with Indonesia's Company Law, the highest governing body in Matahari is the Shareholders, who must meet at least once every year. The Board of Directors makes strategic decisions on the Company's management, while the Board of Commissioners exercises oversight over the Board of Directors on behalf of the Shareholders. The two boards are separate, and no individual may serve concurrently as a member of both boards. The rights and obligations of each member of the Board of Commissioners and the Board of Directors are defined by the Company's Articles of Association. The Company's Articles of Association were approved by the general meetings of Shareholders, Based on the Company Law, and the regulations of the Financial Services Authority (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), previously BAPEPAM-LK) and the Indonesia Stock Exchange (IDX). The Company also has a Board of Management, which assists the Board of Directors in the implementation of the strategic and day-to-day decision making.

Anggota Dewan Komisaris dan Dewan Direksi diangkat dan diberhentikan melalui RUPS. Sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan, Dewan Komisaris dan Dewan Direksi mulai bekerja sejak diangkat hingga RUPS tahunan berikutnya. Anggota Dewan Komisaris dan Direksi sekarang telah diangkat berdasarkan Akta No. 50 tanggal 14 Juni 2013 oleh Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito, SH.

The members of the Board of Commissioners and Board of Directors are appointed/dismissed by the General Meeting of Shareholders. In accordance with the Company's Articles of Association, the Board of Commissioners and the Board of Directors serve from the date of their appointment until the next annual general meeting of shareholders. The present members of the Boards of Commissioners and Directors were appointed pursuant to Notarial Deed No. 50 dated 14 June 2013 of Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito, SH.

Rapat Umum Pemegang Saham

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) membuat keputusan utama Perseroan seperti pembayaran dividen, penunjukkan dan pemberhentian anggota Dewan Komisaris dan Direksi, serta persetujuan atas transaksi dengan nilai yang substansial.

General Meeting of Shareholders

The General Meetings of Shareholders (GMS) make major corporate decisions such as the payment of dividends, the appointment and dismissal of members of the Board of Commissioners and Board of Directors, and transactions of a substantial value.

Rapat Umum Pemegang Saham tahun 2013 dilaksanakan pada 14 Juni di Ruang Monas 2, Hotel Aryaduta, Jl. Prapatan Kav. 44-48, Jakarta, dan dihadiri oleh para pemegang saham atau kuasanya yang mewakili 77,7% dari saham yang beredar.

The 2013 Annual General Meeting of Shareholders was held on June 14 in the Monas 2 Room of the Aryaduta Hotel, Jalan Prapatan Kav. 44-48, Jakarta, and was attended by shareholders or their proxies representing 77.7% of outstanding shares.

Berikut adalah hal-hal yang diputuskan dalam rapat:

The following resolutions were decided at the meeting:

1. Menerima baik dan menyetujui laporan Direksi Perseroan mengenai kegiatan operasional dan tata usaha keuangan Perseroan tahun buku 2012 serta laporan tugas pengawasan Dewan Komisaris Perseroan.
2. Menyetujui dan mengesahkan Laporan Keuangan Tahunan Perseroan tahun buku 2012 sebagaimana telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana dan Rekan (anggota jaringan global PwC) dalam laporan suratnya tertanggal 9 Februari 2013 dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian serta memberikan pembebasan dan pelunasan (*acquit et de charge*) sepenuhnya kepada seluruh anggota Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan selama tahun buku 2012 dalam arti yang seluas-luasnya termasuk untuk kegiatan yang dilakukan dalam rangka pelaksanaan *private placement* dan *over-allotment* atau stabilisasi yang dilakukan dalam rangka *private placement*, dari tanggung jawab untuk tindakan pengurusan serta pengawasan yang telah mereka jalankan, atas setiap dan seluruh kebijakan, keputusan, kesepakatan, persetujuan, perjanjian, kontrak, kerjasama, relasi, kemitraan, investasi dan divestasi, pembelian dan penjualan dan perdagangan, pengadaan, perdagangan lainnya, sewa menyewa, renovasi, pembangunan, pembukaan dan penutupan fasilitas dan gerai, kebijakan sistem dan transaksi pembukuan dan laporan, penempatan dan penggunaan dana dan keuangan, transaksi dan administrasi dan

1. Received and approved the report of Board of Directors of the Company's operation and financial activities for book year 2012 and oversight reports of the Board of Commissioners.
2. Approved and ratified the Financial Statements for book year 2012, as audited by public accountants Tanudiredja, Wibisana & Co (a member of the PwC global network) in their report dated 9 February, 2013 with an unqualified opinion letter, and provided full release and discharge (*acquit et de charge*) to all members of the Board of Commissioners and Board of Directors of the Company during the book year 2012 in the broadest sense, including the private placement and over-allotment transactions or stabilization in relation to the private placement, of the responsibility for the management and supervisory activities they have run, for any and all policies, decisions, agreements, consent, contracts, cooperation, relationships, partnerships, investments and divestments, purchases and sales and trading, procurement, trading, leasing, renovation, construction, opening and closing of facilities and outlets, system policies and accounting transactions and reports, placement and use of funds and financial and administrative transaction and financial statements, relationships and lending or borrowing transactions, and the management of Company in any form, directly or indirectly, during the book year 2012 and until the

STRUKTUR TATA KELOLA

Corporate Governance Overview

laporan keuangan, relasi dan transaksi pinjam meminjam, dan pengelolaan Perseroan dalam bentuk apapun juga, secara langsung maupun tidak langsung selama tahun buku 2012 dan sampai dengan tanggal ditutupnya Rapat hari ini sepanjang tercermin dalam Laporan Direksi Perseroan serta Laporan Keuangan Tahunan Perseroan.

3. Menyetujui Perseroan tidak melakukan pembagian keuntungan sehingga penggunaan keuntungan Perseroan tahun buku 2012 sebesar Rp. 770.881.691.327,- (tujuh ratus tujuh puluh miliar delapan ratus delapan puluh satu juta enam ratus sembilan puluh satu ribu tiga ratus dua puluh tujuh rupiah) adalah sebagai berikut :
 - Untuk dana cadangan sebagaimana dimaksud dalam pasal 70 ayat 3 Undang-Undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas, Perseroan wajib menyisihkan paling sedikit 20% dari modal ditempatkan dan disetor atau sampai dengan paling sedikit Rp. 116.397.133.487 (seratus enam belas miliar tiga ratus sembilan puluh tujuh juta seratus tiga puluh tiga ribu empat ratus delapan puluh tujuh rupiah). Sampai dengan tanggal 31 Desember 2012, jumlah cadangan wajib yang ditentukan Perseroan adalah sebesar Rp. 10.950.000.000 (sepuluh miliar sembilan ratus lima puluh juta rupiah). Agar Perseroan memenuhi persyaratan 20% maka Perseroan menyisihkan sebesar Rp. 105.447.133.487 (seratus lima miliar empat ratus empat puluh tujuh juta seratus tiga puluh tiga ribu empat ratus delapan puluh tujuh rupiah) atau 14% dari laba bersih.
 - Sisa laba bersih tahun 2012 adalah sebesar Rp 665.434.557.840 (enam ratus enam puluh lima miliar empat ratus tiga puluh empat juta lima ratus lima puluh tujuh ribu delapan ratus empat puluh rupiah) dibukukan sebagai laba ditahan Perseroan.
4. Melimpahkan wewenang kepada Dewan Komisaris dan/atau Direksi Perseroan untuk memilih dan mengangkat Akuntan Publik Terdaftar untuk mengaudit pembukuan Perseroan tahun buku 2013 serta memberikan wewenang kepada Direksi Perseroan untuk menetapkan honorarium dan persyaratan lain pengangkatan tersebut.
5. Menerima penetapan dan pengangkatan anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris Perseroan yang baru untuk masa jabatan berikutnya terhitung sejak ditutupnya Rapat ini sampai dengan ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan untuk tahun buku 2013 yang akan diadakan pada tahun 2014 (dua ribu empat belas) dengan susunan sebagai berikut :

Dewan Komisaris :

Presiden Komisaris Independen	: John Bellis
Komisaris Independen	: Jonathan L. Parapak
Komisaris	: Roy Kuan
Komisaris	: Rene Mang Wing Ming
Komisaris	: Henry Jani Liando
Komisaris	: William Travis Saucer

closing date of today's Meeting as reflected in the Board of Director's Report and in the Company's Financial Statement.

3. Approved the Company's plan not to distribute a dividend, and to use the net income of book year 2012 of Rp. 770,881,691,327,- (seven hundred and seventy billion eight hundred and eighty-one million six hundred and ninety-one thousand three hundred and twenty-seven rupiah) as follows:
 - In order to meet the 20% reserve funds in accordance with Article 70 paragraph 3 of the Company Law No 40/2007, the Company allocated Rp 116,397,133,487,- (one hundred and sixteen billion three hundred and ninety-seven million one hundred and thirty-three thousand four hundred and eighty-seven rupiah). As of December 31, 2012, the amount of mandatory reserve funds stood at Rp 10,950,000,000,- (ten billion nine hundred fifty million rupiah). In order for the Company to meet the 20% requirement, the Company allocated Rp 105,447,133,487,- (one hundred and five billion four hundred and forty seven million one hundred and thirty-three thousand four hundred and eighty-seven rupiah), or 14% of the net profit.
 - The remaining net profit in 2012 amounting to Rp 665,434,557,840 (six hundred and sixty-five billion four hundred and thirty-four million five hundred and fifty-seven thousand eight hundred and forty rupiah) was recorded as retained earnings of the Company.
4. Gave the authority to the Board of Commissioners and/or Board of Directors to appoint the registered Public Accountant to audit the financial statements for the book year 2013 and determined fees and other terms and conditions in relation to the above.
5. Approved the new appointment of the members of the Board of Directors and Board of Commissioners for the next tenure effective as of the closing of this Meeting until the closing of the next Annual General Meeting of Shareholders for fiscal year 2013, which will be held in 2014, with the following composition:

Board of Commisioners:

President Commissioner (Independent)	: John Bellis
Commissioner (Independent)	: Jonathan L. Parapak
Commissioner	: Roy Kuan
Commissioner	: Rene Mang Wing Ming
Commissioner	: Henry Jani Liando
Commissioner	: William Travis Saucer

Direksi :

Presiden Direktur	: Bunjamin J. Mailool
Wakil Presiden Direktur	: Michael Remsen
(Direktur Tidak Ter-afiliasi)	
Direktur	: Sigit Prasetya
Direktur	: Wai Hoong Fock
Direktur	: Joo Suk Kim
Direktur (Direktur Tidak Ter-afiliasi)	: Andre Rumantir

- Menyetujui usulan atas sistem remunerasi termasuk gaji atau honorarium dan tunjangan atau remunerasi lainnya bagi Anggota Dewan Komisaris dengan landasan perumusan berdasarkan orientasi *performance*, *market competitiveness* dan penyesuaian kapasitas finansial Perseroan untuk memenuhinya, serta hal-hal lain yang diperlukan dengan batasan jumlah kolektif sebesar maksimal 0,2% (nol koma dua persen) dari penjualan bersih Perseroan.
- Memberikan wewenang kepada Dewan Komisaris untuk merancang, menetapkan dan memberlakukan sistem remunerasi termasuk honorarium, tunjangan, gaji, bonus dan atau remunerasi lainnya bagi anggota Direksi Perseroan dengan landasan perumusan berdasarkan orientasi *performance*, *market competitiveness* dan penyesuaian kapasitas finansial Perseroan untuk memenuhinya, serta hal-hal lain yang diperlukan.

Board of Directors:

President Director	: Bunjamin J. Mailool
Vice President Director	: Michael Remsen
(Non-Affiliated Director)	
Director	: Sigit Prasetya
Director	: Wai Hoong Fock
Director	: Joo Suk Kim
Director (Non-Affiliated Director)	: Andre Rumantir

- Approved the proposed remuneration, including salary and/or honorarium and allowances or other remuneration, for the members of the Board of Commissioners based on a performance-oriented formula, market competitiveness, and alignment of the Company's financial capacity, and other matters necessary, with a maximum collective amount of 0.2% (zero point two percent) of the Company's net sales.
- Gave the authority to the Board of Commissioners to design, establish, and execute the remuneration system, including honorarium, allowances, salaries, bonuses, and other remuneration, for the members of the Board of Directors of the Company, based on a performance-oriented formula, market competitiveness, and alignment of the Company's financial capacity to meet them, as well as the other necessary matters.



STRUKTUR TATA KELOLA

Corporate Governance Overview

- Memberikan wewenang dan kuasa dengan hak substitusi kepada Direksi Perseroan untuk melakukan segala tindakan sehubungan dengan pengangkatan anggota Dewan Komisaris dan Direksi tersebut diatas termasuk tetapi tidak terbatas untuk mendaftarkan susunan anggota Dewan Komisaris dan Direksi tersebut dalam Daftar Perusahaan dan untuk mengajukan serta menandatangani semua permohonan dan dokumen lainnya yang diperlukan.
 - Gave the authority, with substitution rights, the Board of Directors to execute any actions related to the appointment of members of the Board of Commissioners and Directors, including but not limited to registering the composition of the Board of Commissioners and Board of Directors in the Company Register and proposing and signing any requests and other required documents.
6. Menyetujui dan/atau meratifikasi penegasan kembali susunan pemegang saham dalam Perseroan yaitu sebagai berikut:
6. Approved and/or ratified the affirmation of the Company's current shareholdings as follows:
- a. ASIA COLOR COMPANY LIMITED selaku pemilik dan/atau pemegang saham mewakili 32,2% dengan perincian sebagai berikut:
 - (i) 3.495.552 (tiga juta empat ratus sembilan puluh lima ribu lima ratus lima puluh dua) saham Seri A;
 - (ii) 67.951.843 (enam puluh tujuh juta sembilan ratus lima puluh satu ribu delapan ratus empat puluh tiga) saham Seri B;
 - (iii) 867.192.236 (delapan ratus enam puluh tujuh juta seratus sembilan puluh dua ribu dua ratus tiga puluh enam) saham Seri C;
 - a. ASIA COLOR COMPANY LIMITED as the owner and/or the shareholder representing 32.2% of the shares, with details as follows:
 - (i) 3,495,552 (three million four hundred and ninety five thousand five hundred and fifty two) Series A shares;
 - (ii) 67,951,843 (sixty seven million nine hundred and fifty one thousand eight hundred and forty three) Series B shares;
 - (iii) 867,192,236 (eight hundred and sixty seven million one hundred and ninety two thousand two hundred and thirty six) Series C shares;
 - b. PT MULTIPOLAR TBK selaku pemilik dan/atau pemegang saham mewakili 20,5% dengan perincian sebagai berikut:
 - (i) 1.188.290 (satu juta seratus delapan puluh delapan ribu dua ratus sembilan puluh) saham Seri A;
 - (ii) 44.017.453 (empat puluh empat juta tujuh belas ribu empat ratus lima puluh tiga) saham Seri B;
 - b. PT MULTIPOLAR TBK as the owner and/or the shareholder representing 20.5% of the shares, with details as follows:
 - (i) 1,188,290 (one million one hundred and eighty eight thousand two hundred and ninety) Series A shares;
 - (ii) 44,017,453 (forty four million seventeen thousand four hundred and fifty three) Series B shares;



- (iii) 552.323.757 (lima ratus lima puluh dua juta tiga ratus dua puluh tiga ribu tujuh ratus lima puluh tujuh) saham Seri C
- c. MASYARAKAT selaku pemilik dan/atau pemegang mewakili 47,4% dari total saham dengan perincian sebagai berikut:
 - (i) 1.485.118 (satu juta empat ratus delapan puluh lima ribu seratus delapan belas) saham Seri A.
 - (ii) 147.127.024 (seratus empat puluh tujuh juta seratus dua puluh tujuh ribu dua puluh empat) saham Seri B;
 - (iii) 1.233.136.807 (satu miliar dua ratus tiga puluh tiga juta seratus tiga puluh enam ribu delapan ratus tujuh) saham Seri C.

- (iii) 552,323,757 (five hundred and fifty two million three hundred and twenty three thousand seven hundred and fifty seven) Series C shares;
- c. The PUBLIC as the owner and/or shareholder representing 47.4% with details as follows:
 - (i) 1,485,118 (one million four hundred and eighty five thousand one hundred and eighteen) Series A shares;
 - (ii) 147,127,024 (one hundred and forty seven million one hundred and twenty seven thousand and twenty four) Series B shares;
 - (iii) 1,233,136,807 (one billion two hundred and thirty three million one hundred and thirty six thousand eight hundred and seven) Series C shares.

DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris mengawasi seluruh urusan Perusahaan memberikan saran dan bimbingan untuk Direksi. Setiap anggota Dewan Komisaris bertindak secara independen dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya ke Perusahaan. Tidak satupun dari Komisaris yang memiliki hubungan keluarga, keuangan, manajemen dan/atau hubungan dengan anggota lain dari Dewan Komisaris atau dengan Direksi. Dewan Komisaris bertanggung jawab ke pemegang saham.

BOARD OF COMMISSIONERS

The Board of Commissioners oversees the affairs of the Company by supervising the Board of Directors and providing advice and guidance. Each member of the Board of Commissioners acts independently in fulfilling their duties and responsibilities to the Company. None of the Commissioners have any familial, financial, management and/or shareholding relationships with any other members of the Board of Commissioners or with members of the Board of Directors. The Board of Commissioners is accountable to the shareholders.

Struktur dan Keanggotaan

Dewan Komisaris memiliki dua Komisaris Independen (salah satunya adalah Presiden Komisaris) dari total enam Komisaris, untuk memenuhi persyaratan bahwa setidaknya 30% dari anggota harus independen, seperti yang ditentukan dalam Surat Edaran Ketua BAPEPAM No. SE-03/PM/2000 tanggal 5 Mei 2000; BEI Peraturan No. I-A tanggal 20 Januari 2014 juncto 19 Juli 2004; dan Peraturan Bapepam-LK No.IX.1.5 tanggal 7 Desember 2012.

Anggota Dewan Komisaris diangkat dan diberhentikan melalui RUPS. Pada 14 Juni 2013, Pemegang Saham menerima pengunduran diri dari Artapong Porndhiti dari Dewan Komisaris dan mengangkat kembali William Travis Saucer sebagai Komisaris; ini adalah satu-satunya perubahan keanggotaan selama 2013.

Per tanggal 31 Desember 2013, komposisi Dewan Komisaris sebagai berikut:

Structure and Membership

The Board of Commissioners has two Independent Commissioners (one of whom is the President Commissioner) out of a total of six Commissioners, there by fulfilling the requirement that at least 30% of the members should be independent, as specified in Chairman of BAPEPAM Circular No. SE-03/PM/2000 dated May 5, 2000; IDX Rule No I-A dated July 19, 2004; and Bapepam-LK Regulation No.IX.1.5 dated December 7, 2012.

Members of the Board of Commissioners are appointed and dismissed by the General Meeting of Shareholders. On June 14, 2013, the Shareholders accepted the resignation of Artapong Porndhiti from the Board of Commissioners; this was the only change in membership during 2013.

As at December 31, 2013, the composition of the Board of Commissioners was as follows:

Posisi	Nama/Name	Position
Presiden Komisaris Independen	John Bellis	Independent President Commissioner
Komisaris Independen	Jonathan L. Parapak	Independent Commissioner
Komisaris	William Travis Saucer	Commissioner
Komisaris	Roy Kuan	Commissioner
Komisaris	Rene Mang Wing Ming	Commissioner
Komisaris	Henry Jani Liando	Commissioner

STRUKTUR TATA KELOLA

Corporate Governance Overview

Tugas dan Tanggung Jawab

Dewan Komisaris bertanggung jawab untuk melakukan pengawasan dan memberikan bimbingan kepada Dewan Direksi, sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar Perusahaan dan Keputusan No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas. Mereka juga harus bertanggung jawab untuk setiap penyimpangan perilaku pada bagian Direksi dalam menjalankan tugasnya.

Dalam kapasitas mereka sebagai pengawas, Komisaris memegang peranan penting dalam mendukung operasi yang efektif dan tata kelola perusahaan yang baik, serta memenuhi kewajiban CSR. Pengaruh ini tercermin dari persetujuan mereka untuk strategi Perusahaan dan implementasi rencana strategis Direksi yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

Rapat Dewan Komisaris

Dewan Komisaris mengadakan rapat tahunan dan per triwulan dengan Direksi, selain rapat interim apabila dianggap perlu, untuk memastikan dialog reguler antara kedua dewan.

Pemberitahuan tentang rapat gabungan tahunan, diselenggarakan di setiap awal tahun, dikirimkan oleh Sekretaris Perusahaan atas nama Ketua ke setiap anggota Komisaris dan Direksi. Pemberitahuan tentang rapat lainnya diberikan oleh Ketua Dewan Komisaris, atau dua Komisaris lainnya. Rapat dewan gabungan dipimpin oleh Ketua atau Komisaris yang dipilih oleh anggota lainnya saat rapat berjalan.

Kuorum dicapai saat lebih dari 50% anggota dari Dewan Komisaris hadir atau, dalam hal rapat gabungan, saat lebih dari 50% Dewan Komisaris dan Direksi hadir. Setiap anggota dewan memiliki satu suara dan diperbolehkan untuk mewakili satu anggota lainnya melalui surat kuasa jika diinstruksikan.

Rapat dipimpin oleh Komisaris, dan satu anggota lainnya bertanggung jawab untuk mencatat isi rapat. Rata-rata kehadiran pada rapat selama 2013 mencapai lebih dari 80%, berarti kuorum telah tercapai di setiap rapat.

Duties and Responsibilities

The Board of Commissioners is responsible for exercising oversight and providing guidance to the Board of Directors, as set out in the Company's Articles of Association and Decree No. 40/2007 on Limited Liability Companies. They must also be accountable for any misconduct on the part of the Directors in the course of their duties.

In their supervisory capacity, the Commissioners play an important role in supporting the effective operation and good corporate governance of the Company, as well as the fulfilment of its Corporate Social Responsibility (CSR) obligations. Their influence is also reflected in their approval of the strategic direction of the Company and in the effective and efficient implementation of the Directors' strategic plans to achieve corporate objectives.

Board of Commissioners' Meetings

The Board of Commissioners holds annual and quarterly meetings with the Board of Directors, as well as interim meetings whenever deemed necessary, to ensure a regular dialogue between the two boards.

Notice of the annual joint meeting, held at the beginning of each year, is sent by the Corporate Secretary on behalf of the Chairman to each member of the Board of Commissioners and the Board of Directors. Notice of all other meetings is given by the Chairman of the Board of Commissioners, or by two other Commissioners. Joint Board meetings are chaired by the Chairman or by a Commissioner chosen by the other members during the meeting.

A quorum is reached when more than 50% of all members of the Board of Commissioners are in attendance or, in the case of joint meetings, when more than 50% of the Board of Commissioners and Board of Directors are present. Each Board member has one vote and is allowed to represent one other member by proxy if so instructed.

Meetings are chaired by a Commissioner, and one other member is responsible for recording the minutes of each meeting. Attendance at meetings during 2013 averaged more than 80%, meaning that a quorum was achieved at all meetings.

Nama Name	February 15, 2013	April 25, 2013	July 26, 2013	October 25, 2013	% Kehadiran % Attendance
John Bellis	✓	✓	✓	✓	100%
Jonathan L. Parapak	✓	✓	-	✓	75%
William Travis Saucer	✓	✓	✓	✓	100%
Roy Kuan	✓	✓	✓	-	75%
Rene Mang Wing Ming	✓	✓	✓	✓	100%
Henry Jani Liando	✓	✓	-	✓	75%

KOMITE DI BAWAH DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris didukung oleh Komite Audit dan Komite Nominasi dan Remunerasi.

Komite Audit

Komite Audit dibentuk oleh Dewan Komisaris untuk mendukung mereka dalam menjalankan tugas untuk mengawasi Dewan Direksi dan Dewan Manajemen sesuai dengan prinsip Tata Kelola Perusahaan Yang Baik. Komite Audit patuh pada seluruh ketentuan OJK.

a. Basis Hukum Pembentukan

Komite Audit Perusahaan dibentuk sesuai Peraturan Bapepam-LK No. IX.I.5. Selain itu, Komite Audit tunduk pada Keputusan Ketua Bapepam No. Kep-29/PM/2004 jo No. Kep-643/BL/2012 tentang Komite Audit, dan Peraturan Bursa Efek Jakarta No. Kep-305/BEJ/07-2004.

b. Struktur dan Keanggotaan

Anggota Komite Audit pada tahun 2013 adalah sebagai berikut:

Ketua	: Jonathan L. Parapak
Anggota	: Loh Min Jiann
Anggota	: Lim Kwang Tak
Anggota	: Rene Mang Wing Ming

Rene Mang Wing Ming mengundurkan diri sebagai anggota Komite Audit sejak 26 Juli 2013.

Seluruh anggota Komite Audit adalah independen. Anggota independen tidak memiliki koneksi keuangan dengan Perusahaan selain dari remunerasi yang mereka terima karena melaksanakan tugas sebagai anggota Komite Audit dan Dewan Komisaris, dan mereka tidak mempunyai hubungan saudara atau bisnis dengan anggota Dewan Komisaris atau Direksi lainnya atau pemegang saham mayoritas. Tugas umum dan khusus dari Komite Audit ditetapkan dalam Piagam Komite Audit.

Di 2013, Piagam Komite Audit baru telah diterapkan dan perubahan telah dilakukan pada komposisi dari Komite Audit sesuai dengan keputusan Dewan Komisaris seperti yang tertera di Surat Edaran No. 001/Dekom-MDS/VII/2013 tanggal 26 Juli 2013, agar dapat mematuhi peraturan baru OJK pada Komite Audit.

Biografi ringkas tentang anggota Komite Audit dapat ditemukan di halaman 250-251.

c. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Audit membantu Dewan Komisaris untuk meninjau, salah satunya:

- Hasil keuangan Perusahaan dan informasi lainnya;
- Kepatuhan Perusahaan pada ketentuan yang relevan;
- Keefektifan kegiatan dan kontrol internal Perusahaan; dan

COMMITTEES UNDER THE BOARD OF COMMISSIONERS

The Board of Commissioners is assisted by an Audit Committee and a Nomination and Remuneration Committee.

Audit Committee

The Audit Committee was established by the Board of Commissioners to assist them in exercising their duty of overseeing the Board of Directors and the Board of Management in accordance with the principles of Good Corporate Governance. The Audit Committee complies with all OJK regulations.

a. Legal Basis for Establishment

The Company's Audit Committee exists in compliance with the provisions of Bapepam-LK Regulation No. IX.I.5. In addition, the Audit Committee complies with Decree of the Bapepam Chairman No. Kep-29/PM/2004 jo No. Kep-643/BL/2012 regarding Audit Committees, and Jakarta Stock Exchange Regulation No. Kep-305/BEJ/07-2004.

b. Structure and Membership

The Audit Committee members in 2013 were as follows:

Chairman	: Jonathan L. Parapak
Member	: Loh Min Jiann
Member	: Lim Kwang Tak
Member	: Rene Mang Wing Ming

Rene Mang Wing Ming resigned as Audit Committee members since July 26, 2013.

All the members of the Audit Committee are independent. The independent members have no financial connection to the Company other than the remuneration they receive for carrying out their duties as members of the Audit Committee and Board of Commissioners, nor do they have any family or business ties with any member of the Board of Commissioners or Board of Directors or any majority shareholder. The general and specific duties of the Audit Committee are specified in the Audit Committee Charter.

In 2013, a new Audit Committee Charter was put in place and changes were made to the composition of the Audit Committee pursuant to a decision of the Board of Commissioners stated in Circular No. 001/Dekom-MDS/VII/2013 dated July 26, 2013, in order to comply with a new OJK regulation on audit committees.

Brief biographies of Audit Committee members are to be found on page 250-251.

c. Duties and Responsibilities

The Audit Committee assists the Board of Commissioners by reviewing, among other matters:

- The Company's financial results and other related financial information;
- The Company's compliance with the relevant regulations;
- The effectiveness of the Company's internal controls and activities; and

STRUKTUR TATA KELOLA

Corporate Governance Overview

- d. Kemampuan Perusahaan untuk mengelola risiko dan menangani keluhan konsumen.

Komite Audit juga memantau kinerja keseluruhan Perusahaan, dan melaporkan penemuannya secara rutin kepada Dewan Komisaris.

Tugas khusus dilaksanakan secara rutin termasuk:

- Meninjau pekerjaan auditor eksternal, menilai independensi dan obyektivitas selain kecukupan pemeriksaan eksternal mereka;
- Meninjau kegiatan pengelolaan risiko perusahaan;
- Meninjau sistem kontrol internal yang kritis;
- Meninjau bagian dengan risiko penyalahgunaan wewenang, atau penipuan yang tinggi;
- Menilai bagian untuk meningkatkan efisiensi pengeluaran dan/atau keuntungan;
- Menilai aspek operasional, keuangan, dan teknologi informatika dari bisnis;
- Meninjau kepatuhan Perseroan dengan pasar modal dan peraturan perundang-undangan lainnya;
- Menguji keputusan yang dibuat di rapat Direksi, dan pelaksanaannya.

Dalam melaksanakan tugas-tugas ini, Komite Audit memiliki akses penuh terhadap laporan keuangan, penemuan audit internal dan catatan rapat dari Direksi. Lebih dari itu, Komite Audit melaksanakan diskusi intensif dengan Manajemen di mana diperlukan, selain dengan Auditor Internal dan Eksternal.

d. Frekuensi dan Kehadiran Rapat

Komite Audit bertemu 4 kali selama 2013, dengan kehadiran 100%.

- d. The Company's ability to manage risks and handle customer complaints.

The Audit Committee also monitors the Company's overall performance, and reports its findings regularly to the Board of Commissioners.

Specific tasks that are conducted routinely include:

- Reviewing the work of the external auditors, assessing their independence and objectivity as well the adequacy of their external examination;
- Reviewing the company's risk management activities;
- Reviewing critical internal control systems;
- Reviewing areas with high risk of abuse of authority, or fraud;
- Assessing areas to increase cost efficiencies and/or profitability;
- Assessing operational, financial, and information technology aspects of the business;
- Reviewing the Company's compliance with capital market and other laws and regulations;
- Examining decisions made at Board of Directors' meetings, and their implementation.

In executing these tasks, the Audit Committee has full access to all financial reports, Internal Audit findings and minutes from Board of Directors' meetings. Moreover, the Audit Committee conducts intensive discussions with Management whenever necessary, as well as with the Internal and External Auditors.

d. Meeting Frequency and Attendance

The Audit Committee met 4 times in 2013, with an attendance rate of 100%.

Nama Name	Jumlah Kehadiran Total Attendance	% Kehadiran % Attendance
Jonathan L. Parapak	4	100
Rene Mang Wing Ming*	3	100
Loh Min Jiann	4	100
Lim Kwang Tak	4	100

*Meletakkan jabatannya sebagai anggota Komite Audit sejak 26 Juli 2013. / Resigned as Audit Committee member since July 26, 2013.

e. Laporan Komite Audit

Untuk memenuhi ketentuan sebagaimana diatur dalam Surat Edaran Ketua Bapepam No. Kep-29/PM/2004 jo Kep-643/BL/2012 tentang Pembentukan Dan Pedoman Pelaksanaan Kinerja Komite Audit dan Peraturan Bursa Efek Jakarta No. Kep-305/BEJ/07-2004 tentang Ketentuan Umum Pencatatan Efek Bersifat Ekuitas di Bursa, kami selaku Komite Audit Perseroan telah :

1. Melakukan penelaahan atas Laporan Keuangan, Proyeksi Keuangan dan informasi keuangan lainnya untuk periode satu tahun yang berakhir pada 31 Desember 2013.
2. Menelaah independensi dan obyektivitas Akuntan Publik.

e. Audit Committee Report

In compliance with the regulation as stipulated in the Chairman of Bapepam's Regulation No. Kep-29/PM/2004 jo Kep-643/BL/2012 regarding Establishment And Guidelines Implementation of The Audit Committee Performance and the Jakarta Stock Exchange Regulation No. Kep-305/BEJ/07-2004 regarding the General Rules on the Registration of the Equity-like Securities on the Stock Exchange, the Audit Committee has performed the following:

1. Review of the Company's Financial Statements, Financial Projections and other financial information for one year period ended at December 31, 2013.
2. Review of the independency and objectivity of the External Auditor.

3. Melakukan penelaahan atas kecukupan pemeriksaan yang dilakukan oleh Akuntan Publik untuk memastikan bahwa seluruh risiko Perseroan yang substansial telah tercakup serta dipertimbangkan secara memadai (*adequate*), yang meliputi:
 - a. Area di mana sistem pengendalian internal sangat kritikal;
 - b. Area yang berpotensi meningkatkan profitabilitas dan efisiensi biaya;
 - c. Area yang mengandung risiko tinggi penyalahgunaan wewenang;
 - d. Area yang rawan penyelewengan; dan
 - e. Aspek operasional, keuangan, dan teknologi informasi.
4. Melakukan penilaian terhadap pemilihan Akuntan Publik yang direkomendasikan oleh Direksi.
5. Melakukan penelaahan atas keefektifan pengendalian internal Perseroan.
6. Menelaah tingkat kepatuhan Perseroan terhadap peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal dan perundangan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan Perseroan.

Dalam melakukan penelaahan di atas, di samping mencermati laporan keuangan, laporan hasil pemeriksaan Audit Internal, kami melakukan pengamatan atas prosedur dan kebijakan akuntansi, pengujian efektivitas pengawasan terpadu dalam kegiatan operasional dan mencermati serta melakukan diskusi secara intensif dengan Manajemen, Auditor Internal dan Eksternal.

Memenuhi kewajiban pengungkapan hasil penelaahan Komite Audit dalam Laporan Tahunan Perseroan, berikut kami sampaikan bahwa:

- a. Kegiatan usaha Perseroan dijalankan dengan pengendalian internal yang cukup efektif, yang secara terus menerus ditingkatkan kualitasnya, sesuai dengan kebijakan yang digariskan oleh Direksi serta diawasi oleh Dewan Komisaris.
- b. Laporan keuangan yang telah disusun dan disajikan dengan baik memenuhi prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia.
- c. Perseroan telah mematuhi peraturan perundang-undangan pasar modal dan peraturan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan Perseroan.
- d. Pemilihan Akuntan Publik untuk tahun 2013 direkomendasikan oleh Direksi dengan mempertimbangkan aspek independensi dan kompetensi dan disetujui oleh Dewan Komisaris yang telah menerima wewenang dari pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham yang diselenggarakan pada tanggal 14 Juni 2013.
- e. Tidak ditemukan adanya potensi penyalahgunaan wewenang atau penyelewengan yang memerlukan perhatian serta pertimbangan dari Dewan Komisaris Perseroan.
- f. Tidak ditemukan ketidak-patuhan atas resolusi Pemegang Saham atas jumlah dan pembayaran remunerasi tahunan Dewan Komisaris.

3. Review of the adequacy of the examination conducted by the External Auditor to ensure that all of the Company's critical risks have been covered and adequately addressed, to include:
 - a. Areas where the internal control system is critical;
 - b. Potential areas to increase profitability and cost efficiency;
 - c. Areas with high risk of authority abuse;
 - d. Areas sensitive to misconduct; and
 - e. Operational, financial, and information technology aspects.
4. Evaluation of the appointment of the External Auditor recommended by the Board of Directors.
5. Review of the effectiveness of the Company's internal control.
6. Review of the Company's compliance with the capital market and other laws relevant to its activities.

In the performance of the above-mentioned reviews, as well as the examination of the Company's financial report, the Internal Auditors' findings, , the Audit Committee has examined the Company's accounting policies and procedures, tested the effectiveness of its internal control and conducted intensive discussions with the Management, Internal and the External Auditors.

In the fulfillment of its responsibility to disclose its examination results to the Company's Annual Report, the Audit Committee herewith reports that:

- a. The Company's business activities have been conducted under an effective internal control, whose quality has been continually improved in accordance with the policies set by the Board of Directors under the supervision of the Board of Commissioners.
- b. The financial statements have been properly prepared and presented in accordance with generally accepted accounting principles in Indonesia.
- c. The Company has complied with the capital market and other regulations relevant to its activities.
- d. The appointment of the External Auditors for 2013 has been recommended by the Board of Directors on the basis of their competence and independency, and approved by the Board of Commissioners mandated by the shareholders at the General Shareholders' Meeting held on June 14, 2013.
- e. No potential for the abuse of authority or misconduct have been identified which need the attention and the consideration of the Company's Board of Commissioners.
- f. No non-compliance with Shareholders' resolution guiding the amount and payment of total annual remuneration to the Board of Commissioners.



AUDIT COMMITTEE CALENDAR

No.	Responsibilities	14-Feb-2012	Completed Y/end 2012	Q1	Q2	Q3	Q4	As Required
1	Review and update the Audit Committee Charter and Responsibilities Calendar annually						√	
2	Complete an annual evaluation of the committee's performance			√				
3	Provide a report in the annual report that includes the Committee's review and discussion of matters with management and the Independent Auditor		√					
4	Appoint or replace the Independent Auditor and approve the terms on which the Independent Auditor is engaged for the ensuing fiscal year				√			
5	At least annually, evaluate the Independent Auditor's qualifications, performance, and Independence, including that of the lead partner. The evaluation will include obtaining a written report from the independent auditor describing the firm's internal quality control procedures, any material issues raised by the most recent public company accounting oversight board inspection, internal quality control review, of the firm or by any inquiry or investigation by governmental or professional authorities within the past five years, concerning an independent audit or audits carried out by the firm, and any steps taken to deal with those issues and all relationships between independent auditor and the company				√			
6	Resolve any disagreements between management and the independent auditor about financial reporting	√						
7	Establish and oversee a policy designating permissible services that the independent auditor may perform for the company, providing for preapproval of those services by the Committee subject to the de minimis exceptions permitted under applicable rules, and quarterly review of any services approved by the designated member under the policy and the firm's non audit services and related fees					√		√
8	Review the responsibilities, resources, functions and performance of the company's internal audit department			√				
9	Review and approve the appointment or change in the internal audit executive							√
10	Ensure receipt from the independent auditor of a formal written statement delineating all relationships between the auditor and the company, consistent with applicable requirements of the public company accounting oversight board regarding the independent auditor's communications with the Committee concerning independence, actively engage in a dialogue with the auditor about any disclosed relationships or services that may impact the objectivity and independence of the auditor, and take appropriate action to oversee the independence of the independent auditor					√		√
11	Advise the Board about the Committee's determination whether the Committee consists of three or more members who are financially literate, including at least one member who has financial sophistication and is a financial expert			√				
12	Inquire of management, the internal audit executive, and the independent auditor about significant risks or exposures, review the company's policies for risk assessment and risk management, and assess the steps management has taken to control such risk to the company	√	√	√	√	√	√	√
13	Review the Finance management, the independent auditor and the internal audit executive the audit scope and plan, and coordination of audit efforts to ensure completeness of coverage, reduction of redundant efforts, the effective use of audit resources, and the use of independent public accountants other than the appointed auditors of the company				√			√

STRUKTUR TATA KELOLA

Corporate Governance Overview

No.	Responsibilities	14-Feb-2012	Completed Y/end 2012	Q1	Q2	Q3	Q4	As Required
14	Review with finance management, the independent auditor and the internal audit executive:							
	a. The company's annual assessment of the effectiveness of its internal controls and the independent auditor's attestation		√					
	b. The adequacy of the company's internal control, including computerized information system controls and security		√					
	c. Any "material weakness" or "significant deficiency" in the design or operation of internal control over financial reporting, and any steps taken to resolve the issue		√					
	d. Any related significant findings and recommendations of the independent auditor and internal audit together with management's responses		√					√
15	Review with finance management any significant changes to GAAP and/or MDS policies or standards	√	√	√	√	√	√	
16	Review with the Finance Management and the independent auditor at the completion of the annual audit:							
	a. The company's annual financial statements and related footnotes		√					
	b. Any significant changes required in the independent auditor's audit plan		√					√
	c. Any serious difficulties or disputes with management encountered during the course of the audit, and management's response		√					√
	d. Other matters related to the conduct of the audit, which are to be communicated to the Committee under generally accepted auditing standards		√					√
17	Review with Finance Management and the independent auditor at least annually the company's critical accounting policies and significant judgements and estimates, including any significant changes in the company's selection or application of accounting principles and the effect of regulatory and accounting initiatives on the financial statements of the company						√	√
18	Review policies and procedures with respect to transactions between the company and officers and directors, or affiliates of officers or directors, or transactions that are not a normal part of the company's business, and review and approve those related party transactions						√	√
19	Review with Finance Management, the independent auditor and the internal audit executive:	√	√	√	√	√	√	
	a. Significant findings by the independent auditor and the internal audit executive							
	b. Any difficulties encountered in the course of the audit work of the independent auditor or internal audit, including any restrictions on the scope of their work or access to required information							
	c. Any changes required in planned scope of the audit plans of the independent auditor or internal audit							
20	Participate in a telephonic meeting among finance management, the internal audit executive and the independent auditor before each earnings release to review the earnings release and financial information		√	√	√	√		
21	Review with the independent auditor the following:							
	a. Alternative treatments of financial information within generally accepted accounting principles related to material items that have been discussed with management, ramifications of use of the alternative disclosures and treatments, and the treatment preferred by the independent auditor			√			√	√
	b. Other material written communications between the independent auditor and management (i.e. schedule unadjusted differences)							√
	c. Any correspondence with regulators or governmental agencies, and any published reports that raise material issues, concerning the company's financial statements or accounting policies							√

No.	Responsibilities	14-Feb-2012	Completed Y/end 2012	Q1	Q2	Q3	Q4	As Required
22	Review with the Legal Director for any regulatory matters that may have a material impact on the financial statements, related company compliance policies and programs, and report received from regulators	√		√	√	√	√	
23	Develop, review and oversee procedures for (i) treatment of complaints received by the company regarding accounting, internal accounting controls, and auditing matters and (ii) the confidential, anonymous submission of employee concerns regarding accounting or auditing matters				√			√
24	Meet with the independent auditor in executive session to discuss any matters the Committee or the independent auditor believes should be discussed privately with the Audit Committee	√		√	√	√	√	
25	Meet with the internal audit executive in executive session to discuss any matters the Committee or the internal audit executive believes should be discussed privately with the Audit Committee	√		√	√	√	√	
26	Meet with finance management in executive session to discuss any matters the Committee or finance management believes should be discussed privately with the Audit Committee							√
27	Set clear hiring policies for the company's hiring of employees or former employees of the independent auditor who are engaged in the company's account, and ensure the policies comply with any regulations applicable to the company							√

Komite Nominasi dan Remunerasi

Komite Nominasi dan Remunerasi dibentuk oleh Dewan Komisaris untuk membantu mengawasi implementasi kebijakan pada nominasi dan remunerasi dari Direksi, Tim Manajemen dan karyawan. Nominasi dan remunerasi dari Dewan Komisaris sendiri dibahas di RUPS, seperti halnya kriteria dan ketentuan pengangkatan anggota dari Komite Nominasi dan Remunerasi.

a. Struktur dan Keanggotaan

Di 2013, komposisi dari Komite Nominasi dan Remunerasi adalah sebagai berikut:

Ketua	: Sigit Prasetya
Anggota	: Bunjamin J. Mailool
Anggota	: Michael Remsen

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Nominasi dan Remunerasi bertanggung jawab untuk:

- mengawasi tugas dan tanggung jawab dari Direksi mengenai visi dan misi perusahaan;
- mengembangkan kebijakan sumber daya manusia, termasuk tapi tidak terbatas pada kebijakan nominasi, remunerasi, pengelolaan talenta, retensi, rencana suksesi, pelatihan, desain organisasi dan rekrutment; dan
- evaluasi dan implementasi tata kelola perusahaan terkait kebijakan sumber daya manusia dan Kode Etis

Nomination and Remuneration Committee

The Nomination and Remuneration Committee was established by the Board of Commissioners to assist them in supervising the implementation of policies on the nomination and remuneration of the Board of Directors, Board of Management and employees. The nomination and remuneration of the Board of Commissioners itself is dealt with at the General Meeting of Shareholders, as are the criteria and rules for the appointment of members of the Nomination and Remuneration Committee.

a. Structure and Membership

In 2013, the composition of the Nomination and Remuneration Committee was as follows:

Chairman	: Sigit Prasetya
Member	: Bunjamin J. Mailool
Member	: Michael Remsen

b. Duties and Responsibilities

The Nomination and Remuneration Committee is responsible for:

- supervising the duties and responsibilities of the Directors with regard to the corporate vision and mission;
- developing human resource policies, including but not limited to policies on nomination, remuneration, talent management, retention, succession planning, training, organisation design and recruitment; and
- evaluating and implementing good corporate governance with regard to HR policies and the Code of Conduct.

STRUKTUR TATA KELOLA

Corporate Governance Overview

c. Frekuensi dan Kehadiran Rapat

Komite Nominasi and Remunerasi rapat 3 kali di sepanjang 2013, dengan 100% kehadiran.

PENILAIAN KINERJA ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Penilaian kinerja anggota Dewan Komisaris dan Direksi dilaksanakan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi berdasarkan kinerja individu.

KEBIJAKAN REMUNERASI BAGI ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Nilai remunerasi dari Dewan Komisaris dan Direksi ditentukan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi. Penghitungan nilai ini ditinjau oleh Dewan Komisaris dan dilaporkan di RUPS. Nilai remunerasi dihitung berdasarkan kinerja individu dan Perseroan.

Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi untuk 2013, yang telah disetujui di RUPS pada 14 Juni 2013, dihitung berdasarkan hasil kinerja, persaingan pasar, dan kapasitas keuangan Perusahaan, selain hal penting lainnya, dan nilainya secara kolektif dibatasi sebesar 0,2% dari penjualan bersih Perseroan.

Dewan Komisaris diberikan wewenang oleh RUPS untuk merancang, membentuk dan menerapkan sistem remunerasi, termasuk honorarium, uang saku, gaji, bonus dan remunerasi lainnya untuk anggota Direksi. Di 2013, total remunerasi bagi anggota Dewan Komisaris adalah Rp 5,2 miliar, dan untuk anggota Direksi adalah Rp 13,5 miliar.

DIREKSI

Sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan, Direksi memimpin, mengelola dan mewakili Perusahaan dalam seluruh interaksi dengan publik termasuk di sidang hukum, demi memfasilitasi pencapaian visi, misi dan target Perusahaan.

Tidak ada hubungan keuangan, manajemen, pemegang saham atau keluarga antara anggota Direksi, Dewan Komisaris atau pemegang saham pengendali.

c. Meeting Frequency and Attendance

The Nomination and Remuneration Committee met 3 times in 2013, and there was a 100% attendance rate.

PERFORMANCE ASSESSMENT OF MEMBERS OF THE BOARDS OF COMMISSIONERS AND DIRECTORS

Performance assessment of the members of the Board of Commissioners and the Board of Directors is conducted by the Nomination and Remuneration Committee based on individual performance.

REMUNERATION POLICY FOR MEMBERS OF THE BOARD OF COMMISSIONERS AND DIRECTORS

The amount of the remuneration of the Board of Commissioners and Board of Directors is determined by the Nomination and Remuneration Committee. Their calculation of this amount is reviewed by the Board of Commissioners and presented to the Annual General Meeting of Shareholders. Remuneration amounts are based on individual performance and the Company's results.

The calculation of the remuneration of the Board of Commissioners and Board of Directors for the year 2013, which was approved at the Annual General Meeting of Shareholders on June 14, 2013, was based on performance results, market competitiveness, and the Company's financial capacity, as well as other necessary matters, and the collective amount was limited to 0.2% of the Company's net sales.

At the General Meeting of Shareholders, the Board of Commissioners was authorized to design, establish and enforce the remuneration system, including honoraria, allowances, salaries, bonuses and other remuneration for the members of the Company's Board of Directors. In 2013 the total remuneration for the members of the Board of Commissioners was Rp 5.2 billion, and for the members of the Board of Directors Rp 13.5 billion.

BOARD OF DIRECTORS

Pursuant to the Company's Articles of Association, the Board of Directors leads, manages and represent the Company in all interactions with the public, including in courts of law, in order to facilitate the achievement of the Company's vision, mission and targets.

There are no financial, management, shareholding or familial relationships between any of the members of the Board of Directors, Board of Commissioners or the controlling shareholders.



Struktur dan Keanggotaan

Direksi berisi enam anggota, yang mana satu adalah Presiden Direktur, satu Wakil Presiden Direktur dan empat Direktur. Anggota Direksi diangkat dan diberhentikan di RUPS.

Tidak ada perubahan dalam keanggotaan Direksi di 2013. Anggota Direksi kini adalah sebagai berikut:

Structure and Membership

The Board of Directors comprises six members, of whom one is the President Director, one is the Vice President Director and four are Directors. Members of the Board of Directors are appointed and removed at the General Meeting of Shareholders.

There were no changes in the membership of the Board of Directors in 2013. The current members of the Board of Directors are as follows:

Posisi	Nama/Name	Position
Presiden Direktur	Bunjamin J. Mailool	President Director
Wakil Presiden Direktur (Direktur Tidak Ter-afiliasi)	Michael Remsen	Vice President Director (Non-Affiliated Director)
Direktur	Sigit Prasetya	Director
Direktur	Wai Hoong Fock	Director
Direktur	Joo Suk Kim	Director
Direktur (Direktur Tidak Ter-afiliasi)	Andre Rumanthir	Director (Non-Affiliated Director)

Tugas dan Tanggung Jawab

Direksi bertanggung jawab untuk mengelola bisnis Perusahaan, dan mewakili Perusahaan di depan publik. Peran utama Direksi adalah untuk mengkoordinasikan kegiatan Perusahaan secara efektif ke pencapaian obyektif dari strateginya. Hal ini dicapai melalui rapat rutin untuk mendiskusikan dan mencari solusi bagi hal-hal yang membutuhkan perhatian langsung di seluruh bisnis. Dalam menjalankan rencana strategis, Direksi didukung oleh Tim Manajemen, yang mana setiap anggotanya adalah ahli di bidangnya masing-masing.

Duties and Responsibilities

The Board of Directors is responsible for the management of the Company's business, and represents the Company in public. The principal role of the Board of Directors is to coordinate the Company's activities effectively towards the achievement of its strategic objectives. This is achieved through regular meetings to discuss and find solutions for matters that require immediate attention within all business units. In the execution of its strategic plans, the Board of Directors is supported by the Board of Management, which each member is an experts in his or her respective field.

STRUKTUR TATA KELOLA

Corporate Governance Overview

Rapat Direksi

Direksi mengadakan rapat setiap triwulan untuk mendiskusikan kinerja operasional dan hal-hal strategis lainnya. Rapat ini dipimpin oleh Presiden Direktur. Rapat tambahan dapat diadakan atas permintaan satu Direktur atau lebih. Kuorum untuk mengikat keputusan dicapai saat lebih dari setengah dari anggota Direksi hadir dalam rapat. Seluruh rapat Direksi yang diadakan selama 2013, memenuhi syarat kuorum.

Board of Directors' Meetings

The Board of Directors meets every quarter to discuss the Company's operational performance and other strategic matters. These meetings are chaired by the President Director. Additional meetings may be convened at the request of one or more Directors. A quorum for binding decisions is reached when more than half of the members of the Board of Directors attend the meeting. All Board Of Directors meetings held during 2013 fulfilled the quorum requirements.

Nama Name	February 15, 2013	April 25, 2013	July 26, 2013	October 25, 2013	% Kehadiran % Attendance
Bunjamin J Mailool	√	√	√	√	100%
Michael Remsen	√	√	√	√	100%
Sigit Prasetya	√	√	√	√	100%
Wai Hoong Fock	√	√	√	-	75%
Joo Suk Kim	√	√	√	-	75%
Andre Rumanthir	√	-	√	√	75%

TIM MANAJEMEN

Tim Manajemen bertindak untuk dan atas nama Direksi dalam hubungannya ke tugas dan pekerjaan manajerial khusus. Misalnya, Tim Manajemen bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mengimplementasikan rencana strategis dan operasional Perusahaan. Deskripsi pekerjaan dan tanggung jawab Tim Manajemen sesuai dengan visi, misi, nilai dan strategi Perseroan, dan ditujukan untuk memastikan implementasi tata kelola perusahaan yang baik melalui garis wewenang dan kontrol yang jelas.

BOARD OF MANAGEMENT

The Board of Management acts for and on behalf of the Board of Directors in relation to certain managerial tasks and duties. For example, the Board of Management is responsible for developing and implementing the Company's operational and strategic plans. The job descriptions and responsibilities of the Board of Management are in accordance with the Company's vision, mission, values and strategies, and are intended to assure the implementation of good corporate governance by providing clear lines of control and authority.

Struktur dan Keanggotaan

Tim Manajemen berisi sepuluh anggota: 1 Chief Executive Officer, 1 Chief Financial Officer, 7 Direktur dan 1 Consignment Merchandise Operations, masing-masing bertanggung jawab untuk area bisnis yang berbeda di Perseroan.

Structure and Membership

The Board of Management comprises ten members: 1 Chief Executive Officer, 1 Chief Financial Officer, 7 directors and 1 Consignment Merchandise Operations, each of whom is responsible for a different area of the Company's business.

Posisi/Position	Nama/Name
Chief Executive Officer	Michael Remsen
Chief Financial Officer	Richard Gibson
DC & Logistic Operations	Keith Jones
Director - Store Operations	Sunny Setiawan
Director - Merchandising & Marketing	Christian Kurnia
Director - Store Planning & Development	Irwin Abuthan
Director - Procurement, Systems & Procedures	Martinus Laihad
Director - Human Resources	Andre Rumanthir
Director - Legal & Corporate Secretary	Miranti Hadisusilo
Consignment Merchandise Operations	Bob E. Baublits*

*Bergabung dengan Perseroan pada Juni 2013/ Joined the Company in June 2013

Tugas dan Tanggung Jawab

Tugas dan tanggung jawab dari Tim Manajemen adalah untuk:

1. Mengembangkan rencana strategis dan operasional secara detail, sejalan dengan sasaran dan tujuan Perusahaan, untuk disetujui oleh Direksi dan Dewan Komisaris.
2. Mengembangkan rencana keuangan secara mendetail untuk merefleksikan rencana strategis dan operasional.
3. Mengelola sumber daya manusia dan keuangan untuk melaksanakan rencana yang telah disetujui.
4. Memberikan update secara rutin, mendetil dan tepat waktu kepada Direksi dan Dewan Komisaris atas kemajuan pelaksanaan dari rencana yang telah disetujui.
5. Mencatat dan menyimpan hasil RUPS.
6. Menindaklanjuti segala temuan dan rekomendasi audit dari Komite Audit, auditor eksternal dan yang berwenang lainnya.
7. Memastikan penerapan prinsip GCG pada seluruh operasi Matahari di seluruh organisasi.
8. Mengkomunikasikan kebijakan strategi sumber daya manusia Matahari ke karyawan di setiap tingkatan, menggunakan media yang mudah diakses oleh karyawan.
9. Menjaga integritas dalam seluruh laporan dan delegasi tugas dan tanggung jawab lainnya ke pemegang saham.
10. Memenuhi kepentingan pemegang saham secara etis dan sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku.

Duties and Responsibilities

The duties and responsibilities of the Board of Management are to:

1. Develop detailed operational and strategic implementation plans, in line with the Company's goals and objectives, for approval by the Board of Directors and Board of Commissioners.
2. Develop detailed annual financial plans to reflect the operational and strategic plans.
3. Manage the Company's financial and human resources to execute the agreed plans.
4. Provide regular, detailed and timely updates to the Board of Directors and Board of Commissioners on progress on the execution of the agreed plans.
5. Take and keep minutes of the General Meeting of Shareholders.
6. Follow up on any audit findings and recommendations from the Audit Committee, the external auditor and other authorities.
7. Ensure the implementation of GCG principles in all of Matahari's operations across the entire organization.
8. Communicate Matahari's strategic human resource policies to employees at all levels, using media that is easily accessible by employees.
9. Maintain integrity in all reporting and other discharge of duties and responsibilities to shareholders.
10. Attend to the shareholders' interests in an ethical manner and in accordance with existing laws and regulations.

Rapat Tim Manajemen

Nama Name	Jumlah Kehadiran Total Attendance	% Kehadiran % Attendance
Michael Remsen	49	100
Richard Gibson	48	98
Keith Jones	47	96
Sunny Setiawan	47	96
Christian Kurnia	47	96
Irwin Abuthan	47	96
Martinus Laihad	49	100
Andre Rumantir	47	96
Miranti Hadisusilo	47	96
Bob E. Baublits*	26	100

*Bergabung dengan Perseroan pada Juni 2013/ Joined the Company in June 2013

Board of Management's Meetings

KOMITE DI BAWAH DIREKSI

Ada 3 komite tambahan yang mendukung Direksi: Komite Real Estate, Komite Pemasaran, Komite Pengelolaan Risiko.

COMMITTEES UNDER THE BOARD OF DIRECTORS

There are 3 additional committees who assist the Board of Directors: the Real Estate Committee, the Marketing Committee and the Risk Management Committee.

STRUKTUR TATA KELOLA

Corporate Governance Overview

Komite Real Estate

Komite Real Estate mendukung Direksi dengan memantau proyek pengembangan utama Perseroan, dan mengevaluasi lokasi yang berpotensi untuk gerai baru.

a. Struktur dan Keanggotaan

Komite Real Estate memiliki 5 anggota, yang di 2013 sebagai berikut:

Ketua	: Michael Remsen
Anggota	: Richard Gibson
Anggota	: Sunny Setiawan
Anggota	: Irwin Abuthan
Anggota	: Martinus Laihad

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Real Estate bertanggung jawab untuk:

- mengawasi implementasi dari rencana pengembangan real estate;
- mengevaluasi dan menyetujui lokasi gerai baru sesuai dengan sasaran investasi internal Perseroan;
- memantau kemajuan dari seluruh proyek pengembangan properti yang sedang berjalan sesuai dengan dana dan waktu yang disepakati; dan
- mengevaluasi dan memberikan masukan atas program ekspansi Perseroan, dari rencana ke implementasi hingga penilaian kinerja secara terus menerus.

Real Estate Committee

The Real Estate Committee assists the Board of Directors in monitoring the Company's major development projects and assessing potential locations for new stores.

a. Structure and Membership

The Real Estate Committee has 5 members, who in 2013 were as follows:

Chairman	: Michael Remsen
Member	: Richard Gibson
Member	: Sunny Setiawan
Member	: Irwin Abuthan
Member	: Martinus Laihad

b. Duties and Responsibilities

The Real Estate Committee is responsible for:

- supervising the implementation of the Company's real estate expansion plans;
- evaluating and approving new store locations in accordance with the Company's internal investment goals;
- monitoring the progress of all ongoing property development projects in accordance with the predetermined timeline and budget; and
- evaluating and providing feedback on the Company's expansion programme, from planning and implementation to ongoing performance assessments.

Nama Name	Jumlah Kehadiran Total Attendance	% Kehadiran % Attendance
Michael Remsen	45	100
Richard Gibson	45	100
Sunny Setiawan	45	100
Irwin Abuthan	45	100
Martinus Laihad	45	100

Komite Pemasaran

Komite Pemasaran mengawasi pengembangan dan implementasi dari program pemasaran dan komunikasi Perseroan.

a. Struktur dan Keanggotaan

Komite Pemasaran terdiri dari 8 anggota. Di 2013 mereka adalah:

Ketua	: Michael Remsen
Anggota	: Christian Kurnia
Anggota	: Sunny Setiawan
Anggota	: Diah Minarni
Anggota	: Tanty Muliawan
Anggota	: Dharsana Sulistijo
Anggota	: Tjhai A Eng
Anggota	: Richard Edgar

Marketing Committee

The Marketing Committee oversees the development and implementation of the Company's marketing and communications programmes.

a. Structure and Membership

The Marketing Committee consists of 8 members. In 2013 they were:

Chairman	: Michael Remsen
Member	: Christian Kurnia
Member	: Sunny Setiawan
Member	: Diah Minarni
Member	: Tanty Muliawan
Member	: Dharsana Sulistijo
Member	: Tjhai A Eng
Member	: Richard Edgar

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Pemasaran bertanggung jawab untuk mempublikasikan produk Perseroan melalui promosi dan kampanye, dan untuk mengembangkan citra, merek eksklusif dan hak cipta Perseroan lainnya.

b. Duties and Responsibilities

The Marketing Committee is responsible for publicising the Company's products through promotions and campaigns and for developing the Company's image, exclusive brands and other trademarks.

Nama <i>Name</i>	Jumlah Kehadiran <i>Total Attendance</i>	% Kehadiran <i>% Attendance</i>
Michael Remsen	45	100
Christian Kurnia	45	100
Sunny Setiawan	45	100
Diah Minarni	45	100
Tanty Muliawan	45	100
Dharsana Sulistijo	45	100
Tjhai A Eng	45	100
Richard Edgar	45	100

Komite Manajemen Risiko

Komite Pengelolaan Risiko dibentuk oleh Dewan untuk mendukung mereka dalam mengembangkan, mengimplementasikan dan mengatur kebijakan pengelolaan risiko di seluruh Perseroan.

Risk Management Committee

The Risk Management Committee was established by the Board to assist them in developing, implementing and managing Company-wide risk management policies.

a. Struktural dan Keanggotaan

Komite Pengelolaan Risiko terdiri dari 5 anggota, yang pada 2013 adalah sebagai berikut:

Ketua : Michael Remsen
 Anggota : Richard Gibson
 Anggota : Andre Rumantir
 Anggota : Maju Tarigan
 Anggota : Sunny Setiawan

a. Structure and Membership

The Risk Management Committee consists of 5 members, who in 2013 were as follows:

Chairman : Michael Remsen
 Member : Richard Gibson
 Member : Andre Rumantir
 Member : Maju Tarigan
 Member : Sunny Setiawan

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Tanggung jawab utama dari Komite Pengelolaan Risiko termasuk:

- mengembangkan dan mengelola program sekuritas, asuransi, pemulihan bencana dan pencegahan kerugian;
- memastikan kepatuhan pada prosedur operasi standar di seluruh Perusahaan; dan
- menyidik laporan yang diterima melalui mekanisme *whistleblower*.

b. Duties and Responsibilities

The primary responsibilities of the Risk Management Committee include:

- developing and managing security, insurance, disaster recovery and loss prevention programmes;
- ensuring Company-wide compliance with standard operating procedures and controls; and
- investigating reports received through the whistleblower mechanism.

Nama <i>Name</i>	Jumlah Kehadiran <i>Total Attendance</i>	% Kehadiran <i>% Attendance</i>
Michael Remsen	25	100
Richard Gibson	25	100
Andre Rumantir	25	100
Maju Tarigan	25	100
Sunny Setiawan	25	100

STRUKTUR TATA KELOLA

Corporate Governance Overview

AUDIT EKSTERNAL

Auditor eksternal Perseroan dipilih di RUPS berdasarkan rekomendasi Komite Audit. Sesuai dengan keputusan yang diambil di RUPS pada 14 Juni 2013, Perusahaan menunjuk Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana & Rekan, suatu kantor anggota PwC Global Network, sebagai auditor independen untuk mengaudit laporan keuangan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2013. Eddy Rintis, S.E., CPA, adalah mitra penandatanganan untuk PwC.

Kantor ini telah mengaudit laporan keuangan Perseroan selama 4 tahun fiskal belakangan, sedangkan akuntan yang ditunjuk telah mengaudit laporan keuangan Perseroan untuk 1 tahun fiskal. Jasa yang disediakan oleh PwC sepenuhnya untuk mengaudit laporan keuangan Perusahaan untuk tahun berakhir 31 Desember 2013, yang mana PwC dibayar sebesar USD 150.000.

LEMBAGA PENUNJANG PASAR MODAL

Matahari menggunakan jasa lembaga pendukung perusahaan profesional untuk mendukung bisnisnya, termasuk auditor independen, penilai dan aktuaris, dengan total biaya sebesar Rp 8,1 miliar di 2013.

EXTERNAL AUDIT

The Company's external auditor is nominated at the Annual General Meeting of Shareholders on the basis of the Audit Committee's recommendation. In accordance with the decision taken at the Annual General Meeting of Shareholders on June 14, 2013, the Company appointed the public accounting firm of Tanudiredja, Wibisana & Rekan, a member firm of the PwC global network, as independent auditor to audit Matahari's financial statements for the year ending December 31, 2013. Eddy Rintis, S.E., CPA, was the signing partner for PwC.

The appointed firm has audited the Company's financial statements for the last 4 fiscal years, while the appointed accountant has audited the Company's financial statements for 1 fiscal years.. The services provided by PwC were solely to audit the Company's financial statements for the year ending December 31, 2013, for which PwC was paid a fee of USD 150,000.

CAPITAL MARKET SUPPORTING INSTITUTIONS

Matahari used the services of professional corporate support institutions to support its business, including the independent auditor, appraiser and actuary, with fees amounting to a total of Rp 8.1 billion in 2013.



SEKRETARIS PERUSAHAAN

Perseroan memiliki Sekretaris Perusahaan yang berfungsi sebagai penghubung antara Perseroan dengan pihak yang berwenang di pasar modal, investor dan publik, dan memastikan bahwa Perseroan patuh pada prinsip tata kelola perusahaan yang baik.

Sekretaris Perusahaan saat ini dijabat oleh Miranti Hadisusilo, yang telah menjabat di posisi ini selama hampir 4 tahun. Penunjukannya sebagai Sekretaris Perusahaan didasarkan pada Keputusan Dewan Direksi PT. Matahari Department Store Tbk 103/MDS/ X/2010 tentang Pengangkatan Sekretaris Perusahaan, pada 15 Oktober 2010. Biografi singkat dari Sekretaris Perusahaan dapat ditemukan di halaman 248.

Tugas dan Tanggung Jawab

Tugas Sekretaris Perusahaan termasuk:

- Mengikuti perkembangan pasar modal, terutama perubahan pada hukum dan ketentuan;
- Memberikan saran bagi Direksi tentang kepatuhan pada ketentuan Undang-Undang No. 8/1995 tentang Pasar Modal, dan peraturan pelaksanaannya;
- Bertindak sebagai perantara antara Perusahaan, OJK dan masyarakat untuk mengungkapkan informasi yang relevan dengan status Perseroan sebagai perusahaan publik (seperti informasi mengenai kegiatan operasional dan kinerja Perseroan);
- Memfasilitasi pencatatan dan penyimpanan hasil rapat pemegang saham dan rapat dewan; dan
- Mengirimkan laporan yang dibutuhkan suatu perusahaan publik, seperti laporan per kuartal, laporan manajemen, pengelolaan laporan dan laporan tahunan ke pihak yang berwenang.

Program and Implementasi

Di 2013, Sekretaris Perusahaan melakukan tugas di bawah ini:

- Menghubungkan antara Matahari dan pihak berwenang di pasar modal, investor dan masyarakat, bertanggung jawab untuk persiapan dan pembagian materi informasi;
- Menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan eksternal dan memastikan pengungkapan informasi tepat waktu tentang kinerja, operasional, isu Matahari lainnya;
- Memfasilitasi pencatatan dan penyimpanan hasil rapat Dewan Komisaris, dan Direksi dan Manajemen.
- Mengkoordinasi untuk RUPS;
- Memasukkan 102 laporan mandatori ke pihak berwenang yang relevan, termasuk Laporan Kuartal, Laporan Manajemen, dan Laporan Tahunan;
- Pencarian dana yang terkoordinasi untuk program Tanggung Jawab Sosial.

CORPORATE SECRETARY

The Company has a Corporate Secretary who serves as the Company's liaison with capital market authorities, investors and the public, and ensures the Company's compliance with the principles of good corporate governance.

The current Corporate Secretary is Miranti Hadisusilo, who has served in this position for almost 4 years. Her appointment as Corporate Secretary was based on Decision of the Board of Directors of PT. Matahari Department Store Tbk. 103/MDS/ X/2010 regarding the Appointment of the Corporate Secretary, dated October 15, 2010. A brief biography of the Corporate Secretary can be found on page 248.

Duties and Responsibilities

The duties of the Corporate Secretary include:

- Staying abreast of capital market developments, in particular changes to statutory laws and regulations;
- Advising the Board of Directors on compliance with the provisions of Law No. 8/1995 concerning the Capital Market, and its implementing regulations;
- Acting as the intermediary between the Company, OJK and the public to disclose information relevant to the Company's status as a public company (such as information on the Company's performance and operating activities);
- Facilitating the taking and keeping of minutes from all meetings of the shareholders and the boards; and
- Submitting to the relevant authorities all the reports required of a public company, such as quarterly reports, management reports and annual reports.

Programs and Implementation

In 2013, the Corporate Secretary carried out the following duties, among others:

- Liaised between Matahari and the capital market authorities, investors and the general public, taking responsibility for the preparation and dissemination of material information;
- Maintained good relationships with external stakeholders and ensured the timely disclosure of information on Matahari's performance, operations and other issues;
- Facilitated the taking and keeping of minutes of BOC, BOD and BOM meetings;
- Coordinated the General Meeting of Shareholders;
- Submitted 102 mandatory reports to the relevant authorities, including Quarterly Reports, Management Reports, and an Annual Report;
- Coordinated the disbursement of funds for the Corporate Social Responsibility program.

SISTEM PENGAWASAN DAN PENGENDALIAN INTERNAL

Internal Monitoring and Control Systems

BUDAYA PERSEROAN

Untuk memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan bagi konsumen, Perseroan perlu memastikan bahwa orang yang dimiliki oleh Perseroan telah dibina. Oleh karena itu Perseroan berkomitmen untuk menciptakan suasana kerja yang adil, baik dan memotivasi bagi karyawan kami. Kode Etik menjelaskan standar etik yang dipatuhi oleh setiap anggota organisasi. Pada saat yang sama, Perseroan memotivasi dan menghargai karyawan dengan memberikan kesempatan untuk pengembangan dan promosi profesional. Kebutuhan dan aspirasi karyawan lainnya dipenuhi dengan dukungan sistem Tiga Pilar.

Tiga Pilar tersebut adalah IKM, Forum Bipartit, dan Koperasi Karyawan di setiap gerai. Dengan dukungan dan kerjasama dari ketiga badan ini, Perseroan dapat menyediakan layanan masyarakat yang premium, memenuhi kebutuhan konsumen, dan menjaga kontrol operasional yang kuat, sehingga tetap merasa percaya diri dan percaya pada konsumen, pemegang saham dan pemangku kepentingan.

ETIKA KORPORASI

Perseroan telah menerapkan kerangka kontrol internal yang komprehensif agar dapat melindungi kepentingan seluruh pemangku kepentingan. Sementara Direksi bertanggung jawab penuh untuk memastikan efektivitas sistem kontrol internal kami, seluruh anggota internal control departemen dan tim, dan pastinya karyawan, mengacu ke Kode Etik Perseroan dalam memformulasikan kebijakan dan mengadopsi perilaku yang sesuai.

PEDOMAN PERILAKU DAN ETIKA BISNIS

Komitmen kami untuk menjunjung prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik, salah satunya transparan, akuntabel, bertanggung jawab, independen, adil dan persamaan hak, seperti yang diekspresikan di Kode Etik kami. Kode Etik ini menjelaskan nilai inti Perseroan dan berfungsi sebagai panduan bagi Tim Manajemen, Dewan Direksi, dan Dewan Komisaris serta seluruh karyawan yang menjalankan tugasnya hari demi hari, termasuk standar perilaku untuk berinteraksi dengan karyawan, pemegang saham, pemasok, dan pejabat setempat. Kode etik memacu staf untuk:

CORPORATE CULTURE

To deliver a rewarding shopping experience for customers, the Company need to ensure that the company's own people are taken care of. The Company is therefore committed to creating a just, caring and motivating work environment for the employees. The Code of Conduct sets out the ethical standards that every member of the organization pledges to adhere to. At the same time the Company motivate and reward the employees by offering opportunities for professional development and promotion. Other employees needs and aspirations are catered for by the company's Three Pillar system of support.

The Three Pillars are the Matahari Employees' Association (Ikatan Karyawan Matahari, or IKM), the Bi-Partite Forums, and the Employee Cooperatives in each store. With the support and cooperation of these three bodies, The Company is able to provide premium customer service, meet customer needs and retain strong operational control, and thereby maintain the confidence and trust of the company's customers, shareholders and stakeholders.

CORPORATE ETHICS

The Company has put in place a comprehensive framework of internal control measures in order to protect the interests of all stakeholders. While the Board of Directors bears ultimate responsibility for ensuring the effectiveness of our internal control systems, all members of our internal control departments and teams, and indeed all employees, refer to the Company's Code of Conduct in formulating policy and adopting appropriate behaviour.

CODE OF CONDUCT AND BUSINESS ETHICS (THE "CODE OF CONDUCT")

Our commitment to upholding the principles of good corporate governance, namely transparency, accountability, responsibility, independence, fairness and equality, is articulated in our Code of Conduct. The Code outlines the Company's core values and serves as a guide for the Board of Management, Board of Directors, Board of Commissioners and all our employees in carrying out their day-to-day duties, including the accepted standard of conduct for their interactions with other employees, shareholders, suppliers, and regulatory officials. The Code of Conduct encourages staff to:



- a. Meningkatkan akuntabilitas, transparansi, dan kepatuhan dengan hukum dan ketentuan yang berlaku;
- b. Mengimplementasikan tugas dengan derajat profesionalisme dan integritas yang tinggi;
- c. Menghindari pemberian atau penerimaan hadiah perusahaan, dan suapan;
- d. Menghindari kegiatan yang dapat mengakibatkan konflik kepentingan;
- e. Melindungi informasi kepemilikan Perseroan, selama dan setelah masa kerja mereka dengan Perseroan.

Pedoman ini disosialisasikan secara teratur di seluruh Perseroan, dan seluruh karyawan harus menandatangani buku panduan Kode Etik setidaknya setiap dua tahun. Selain itu, Kode Etik ini ditinjau dan diperbarui untuk memastikan agar isinya selaras dengan tujuannya, yaitu:

1. Mengintegrasikan nilai Perseroan ke praktek bisnis yang etis bagi karyawan, sejalan dengan visi dan misi Perseroan.
2. Mendeskripsikan dengan jelas nilai Perseroan dan perilaku yang patut diikuti oleh seluruh karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sehari-hari.
3. Memberikan panduan mendasar bagi seluruh tingkatan di Perseroan mengenai interaksi antara karyawan dan atasannya, pemegang saham, pemasok, Pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya.

- a. Improve accountability, transparency, and compliance with existing laws and regulations;
- b. Implement tasks with the highest degree of professionalism and integrity;
- c. Avoid giving or accepting inappropriate corporate gifts, bribery and kickbacks;
- d. Avoid activities which may give rise to a conflict of interest with their work; and
- e. Protecting the Company's proprietary information, both during and after their term of employment with the Company.

This Code and its provisions are promoted regularly throughout the Company, and all existing and new employees must sign the Code of Conduct at least every two years. In addition, the Code of Conduct is periodically reviewed and updated to ensure that it is aligned with the Code's intended objectives, which are to:

1. Integrate Company's values into employees' ethical business practices in line with the Company's vision and mission.
2. Clearly describe the Company's values and the acceptable conduct that is to be followed by all employees in carrying out their day-to-day duties and responsibilities.
3. Provide basic guidelines for all levels in the Company with regard to interaction between employers and employees, shareholders, suppliers, Government, and other stakeholders.

MANAJEMEN RISIKO

Risk Management

Perseroan telah mengadopsi pendekatan komprehensif dan efektif untuk mengelola risiko agar dapat melindungi pencapaian obyektif strategis, meningkatkan profitabilitas kami dan memastikan keberlangsungan bisnis.

Tanggung jawab untuk mengidentifikasi, analisa, dan mengelola risiko dibagi antara Dewan Direksi dan Tim Manajemen, Komite Manajemen Risiko dan posisi manajemen lainnya. Namun, Perseroan mencari cara untuk mempromosikan budaya risiko di seluruh Perseroan, dan, di mana cocok, mitra and pemegang kepentingan dan mitra bisnis juga memainkan peran penting dalam memastikan bahwa risiko telah diantisipasi dan ditangani.

Pendekatan Perseroan terhadap pengelolaan risiko diformulasikan dalam Enterprise Risk Management Framework, yang menetapkan obyektif, strategi pengelolaan risiko, organisasi dan tata kelola, metodologi dan *monitoring*, dan proses laporan. Komponen utama dari kerangka ini adalah: 1) identifikasi risiko, termasuk kepedulian, pengukuran, monitoring dan kontrol; 2) infrastruktur pengelolaan risiko, termasuk struktur organisasi, sistem tata kelola, koleksi data, metode analisa, kebijakan dan prosedur dan *reporting*; dan 3) budaya perusahaan, termasuk pelatihan, kinerja, pengembangan nilai dan penghargaan. Kerangka ini memungkinkan Perseroan untuk menghadapi risiko secara proaktif di sejumlah area strategis.

Walaupun tanggung jawab pengelolaan risiko akhirnya ada pada Direksi, Perseroan telah membentuk Komite Manajemen Risiko untuk memperkuat *monitoring* dan kontrol dari proses pengelolaan risiko. Tugas dan tanggung jawab mereka, yang pada dasarnya terdiri dari pengembangan, implementasi dan pengelolaan strategi untuk memperkecil risiko bisnis, yang ditetapkan dalam Piagam Risk Management Committee.

Audit Internal, Komite Audit dan auditor eksternal Perseroan bekerja sama dengan Komite Manajemen Risiko untuk mengidentifikasi, menilai, dan mengurangi risiko. Grup ini menilai parameter risiko di berbagai area, fokus pada sistem yang kritis, area yang berpengaruh pada biaya dan/atau keuntungan, area penipuan dan penyalahgunaan wewenang, dan operasional, keuangan dan sistem IT di seluruh Perseroan.

The Company has adopted a comprehensive and effective approach to managing risk in order to protect the achievement of our strategic objectives, grow our profitability and assure the sustainability of the business.

Responsibility for identifying, analyzing and managing risks is shared between the Board of Directors, Board of Management, the Risk Management Committee and other relevant management positions. However, the company seek to promote a risk culture throughout the Company, and, where appropriate, stakeholders and business partners also play a role in ensuring that risks are effectively anticipated and addressed.

The company's approach to risk management is formulated in Enterprise Risk Management Framework, which sets out the objectives, the risk management strategy, organisation and governance, the methodology and the monitoring and reporting processes. The key components of the framework are: 1) risk identification, including awareness, measurement, monitoring and control; 2) risk management infrastructure, including organisational structure, governance systems, data collection, analysis methods, policies and procedures and reporting; and 3) corporate culture, including training, performance measurement, value development and rewards. This framework allows the Company to address risks proactively in a number of strategic areas.

Although responsibility for risk management lies ultimately with the Board of Directors, the Company has established a Risk Management Committee to strengthen the monitoring and control of our risk management processes. Their duties and responsibilities, which essentially consist of developing, implementing and managing strategies to minimise business risk, are defined by the Risk Management Committee Charter.

The Internal Audit, the Audit Committee and the company's external auditors work alongside the Risk Management Committee to identify, assess and mitigate risks. These groups assess risk parameters in various areas, focusing on critical systems, areas affecting costing and/or profitability, areas of fraud or abuse of authority, and Company-wide operational, financial and IT systems.



Dalam kegiatan operasinya, Perseroan menghadapi risiko umum pada semua bisnis, termasuk yang terkait kondisi politik dan ekonomi, kompetisi, dampak lingkungan dan kesehatan dan keselamatan di tempat kerja. Selain ini, Perseroan menghadapi sejumlah risiko khusus untuk bisnis ritel modern, termasuk risiko keamanan. Untuk mengurangi ini, Perseroan telah menginstalasi sistem Electronic Article Surveillance canggih, yang termasuk Closed Circuit Television (CCTV) untuk melengkapi pekerjaan staf keamanan Perseroan.

Secara agresif Perseroan mempromosikan budaya sadar risiko melalui pelatihan untuk tim operasi gerai dan divisi lainnya di kantor pusat. Kampanye dan newsletter yang didistribusikan ke pemilik proses bisnis (divisi dan departemen) untuk membagi informasi mengenai risiko signifikan dan rekomendasi mitigasi yang relevan.

Di 2012, Perseroan memulai proyek Manajemen Risiko di seluruh Perseroan, yang menghasilkan masukan komprehensif tentang risiko utama dan kontrol pada setiap proses bisnis, memungkinkan Perseroan untuk mengidentifikasi kemungkinan risiko, kerusakan atau dampak yang berkaitan dengan situasi keuangan, operasi, karyawan, citra dan reputasi, dan peraturan yang berlaku.

In the course of its operations, the company is exposed to risks that are common to all businesses, including those related to political and economic conditions, competition, environmental impact and health and safety at work. As well as these, the Company faces a number of risks specific to the modern retail business, including security risks. To mitigate this, the company has installed a sophisticated Electronic Article Surveillance system, which includes Closed Circuit Television (CCTV) to complement the work of the company's security staff.

The company are aggressively promoting a risk awareness culture through training for store operation teams and other divisions at head office, communication campaigns and a newsletter, which is distributed to business process owners (divisions and departments) to share information on significant risks and advice on relevant mitigating measures.

In 2012 the company initiated an organisation-wide Managing Risk Project, which is generating comprehensive input on key risks and controls in each business process, enabling the company to identify their likelihood, severity or impact related to our financial situation, operations, employees, image and reputation, and regulatory matters.

MANAJEMEN RISIKO

Risk Management

AUDIT INTERNAL

Perseroan memiliki Internal Audit Unit (IAU), yang melapor langsung kepada Presiden Direktur. IAU diciptakan untuk memberikan penilaian independen tentang kontrol internal Perseroan dan sistem dan implementasi pengelolaan risiko, serta untuk memberikan keyakinan pada praktek tata kelola perusahaan secara umum. Audit dilaksanakan secara teratur di seluruh organisasi, dengan fokus pada unsur dan aspek yang memiliki peringkat risiko lebih tinggi, sesuai dengan risiko assessment, maka dapat berdampak buruk pada kepentingan Perseroan dan pemangku kepentingan.

Piagam Audit Internal

Piagam Internal Audit Perseroan secara eksplisit menggambarkan struktur dan posisi Unit Internal Audit (IAU) dalam Perseroan; kualifikasi, tugas, tanggung jawab dan wewenang auditor; pengangkatan mereka, penggantian, pemberhentian; rencana dan pedoman dari IAU dan prosedur untuk laporan; independensi dan obyektivitas IAU dan Kode Etik Auditor Internal. Piagam Internal Audit dibentuk berdasarkan Keputusan Ketua Bapepam-LK No.KEP-496/BL/2008 tanggal 28 November 2008 mengenai Pembentukan dan Pedoman Audit Intern Charter, dan sebagai pengakuan akan kuatnya nilai internal tata kelola. Terakhir diperbaharui 25 Oktober 2013 dan sesuai dengan hukum, piagam tersebut telah dimasukkan di situs.

Struktur Audit Internal

Ketua IAU dan tim IA independen terhadap perusahaan. Unit Audit Internal saat ini dipimpin oleh Maju Tarigan, yang diangkat pada 1 Mei 2013. Ia mengawasi satu tim berisi tujuh auditor perusahaan. Ketua IAU dipilih dan hanya bisa diberhentikan oleh Presiden Direktur sesuai dengan Surat Edaran mengenai Pengangkatan Internal Audit Unit Head, yang disetujui oleh Dewan Komisaris. Untuk profil singkat mengenai Maju Tarigan, silahkan lihat di halaman 251.

INTERNAL AUDIT

The Company has an Internal Audit Unit (IAU), which reports directly to the President Director. The IAU was created to provide an independent assessment of the Company's internal control and risk management systems and implementation, and to provide assurance on the Company's corporate governance practices in general. Audits are carried out regularly across the organization, focusing on aspects and elements that have a higher risk rating, according to the risk assessment, and could therefore have an adverse impact on the interests of the Company and its stakeholders.

Internal Audit Charter

The Company's Internal Audit Charter explicitly describes the structure and position of the Internal Audit Unit (IAU) within the Company; the qualifications, duties, responsibilities and authority of the auditors; their appointment, replacement and termination; the plans and guidelines of the IAU and the procedures for reporting; the independence and objectivity of the IAU and the Code of Ethics for Internal Auditors. The Internal Audit Charter was established pursuant to the Decision of the Chairman of Bapepam-LK No.KEP-496/BL/2008 dated November 28, 2008 regarding the Establishment and Guidelines for Internal Audit Charters, and in recognition of the value of strong internal governance. It was last updated on October 25, 2013 and in accordance to the law, the charter has been posted in the Company's website.

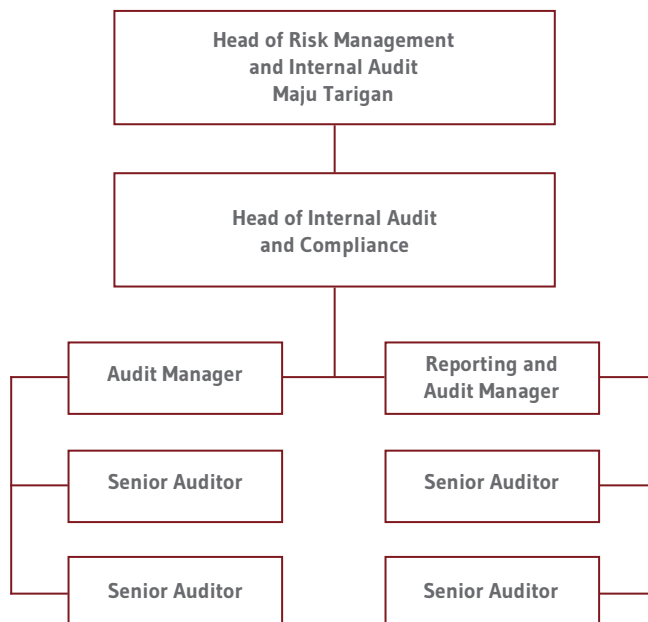
Internal Audit Structure

The Head of the IAU and the IA team are independent of all the Company's business units. The Internal Audit Unit is currently headed by Maju Tarigan, who was appointed on May 1, 2013. He supervises a team of seven corporate auditors. The Head of the IAU is selected and can be removed by the President Director pursuant to a Circular Letter regarding the Appointment of the Internal Audit Unit Head, which is approved by the Board of Commissioners. For a brief profile of Maju Tarigan, please see page 251.



MANAJEMEN RISIKO

Risk Management



Tugas dan Tanggung Jawab

Tanggung jawab utama dari Unit Audit Internal termasuk:

- Menyiapkan dan mengimplementasikan Rencana Audit Tahunan;
- Mengevaluasi pelaksanaan kontrol internal dan sistem pengelolaan resiko, merekomendasikan area perbaikan dan memantau efektivitas dari tindak lanjut yang relevan;
- Mengevaluasi efisiensi dan efektivitas kinerja Perseroan di area termasuk keuangan, akuntansi, operasional, sumber daya manusia, pemasaran dan teknologi informasi;
- Melaksanakan audit khusus dan/atau investigasi jika diperlukan;
- Menyiapkan laporan atas temuan audit untuk Presiden Direktur, Dewan Komisaris dan Komite Audit;
- Memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan memberikan informasi tentang kegiatan yang sedang ditinjau secara obyektif di seluruh tahapan manajemen;
- Memonitor, analisa, dan melapor eksekusi dari tindak lanjut atas perbaikan yang disarankan;
- Bekerjasama dengan Komite Audit;
- Merancang program untuk penilaian kualitas kegiatan yang dilaksanakan oleh Unit Internal Audit.

Duties and Responsibilities

Key responsibilities of the IAU Unit include:

- Preparing and implementing the Annual Internal Audit Plan;
- Evaluating the implementation of the internal control and risk management system, recommending areas for improvement and monitoring the effectiveness of relevant follow-up action;
- Evaluating the efficiency and effectiveness of the Company's performance in areas including finance, accounting, operation, human resources, marketing and information technology;
- Conducting special audits and/or investigation as required;
- Preparing reports on audit findings for the President Director, the Board of Commissioners and the Audit Committee.
- Giving recommendations for improvement and providing objective information about the activities under review at all management levels;
- Monitoring, analysing and reporting the execution of follow-up actions on recommended improvements;
- Cooperating with the Audit Committee;
- Designing programs for quality assessment activities conducted by the Internal Audit Unit.

Sistem Kontrol Internal

IAU mengaudit seluruh aspek operasional dan keuangan Perseroan sesuai dengan *audit checklist*, yang sejalan dengan kerangka kontrol internal yang dikeluarkan oleh COSO, berdasarkan Standard Operating Procedures (SOP) dan Store Operational Manual (MOT) referensi yang sebelumnya telah disetujui oleh manajemen.

Departemen Pencegahan Kerugian dan Keselamatan Keamanan melakukan tinjauan gerai, berjalan dan pelatihan seluruh gerai setidaknya dua kali setahun untuk memastikan bahwa sistem kontrol internal diterapkan secara efektif mendukung pencapaian obyektif dari Perseroan dan pemegang saham.

Implementasi Program di 2013

Di 2013, Perseroan meninjau 125 gerai dan enam departemen (Procurement, Merchandising, Marketing, Maintenance, Finance and Accounting and Human Resources) dengan hasil yang secara umum sangat memuaskan. Seperti di tahun sebelumnya, seluruh gerai Matahari dinilai telah sukses dalam mempresentasikan dirinya sebagai gerai yang menarik dan dinamis. Namun, masih ada ruang untuk perbaikan: pengalaman belanja konsumen masih dapat ditingkatkan di sekitar 50% gerai dengan sebagian pembetulan dan lebih banyak perhatian ke detail.

SISTEM WHISTLE BLOWING

Sadar akan perlunya pendekatan yang ketat untuk menjunjung standar etika yang tertinggi dalam perusahaan yang tumbuh cepat, di 2011 Perseroan menerapkan sistem *whistleblowing*. Kami sangat yakin bahwa kelanjutan dari viabilitas dan integritas Perseroan tak hanya tergantung dari melindungi seluruh aset, termasuk karyawan Perseroan, aset fisik, dan informasi milik Perseroan, tetapi juga menjaga keamanan dan kesehatan dari seluruh karyawan Perseroan dan memastikan bahwa mereka diperlakukan secara jujur dan adil setiap saat.

Untuk menjamin perlindungan penuh bagi informan, Perseroan telah menunjuk administrator independen, Deloitte, untuk mengoperasikan hotline *whistleblower*, yang dikenal sebagai Suara Matahari. Melalui Suara Matahari, manajemen, karyawan dan pemasok bisa melaporkan setiap tindakan ilegal atau tidak dengan sangat rahasia dan dengan anonimitas penuh.

Whistleblower hotline diiklankan secara luas untuk manajemen, karyawan dan pemasok dan dikelola oleh operator berpengalaman yang menangani laporan masuk, dan ahli investigasi forensik yang menyelidiki laporan yang diterima dan melaporkan masalah ke manajemen.

Internal Control Systems

The IAU audits all operational and financial aspects of the Company in accordance with the audit checklist, which is aligned with the internal control framework issued by COSO, and based on the Standard Operating Procedures (SOP) and Store Operational Manual (MOT) references previously approved by management.

The Loss Prevention and Security Safety Department undertakes a store review, walkthrough and training of all stores at least twice a year to ensure that the internal controls in place are effectively supporting the achievement of the objectives of both the Company and our stakeholders.

Program Implementation in 2013

In 2013, the Company reviewed 125 shops and six departments (Procurement, Merchandising, Marketing, Maintenance, Finance and Accounting and Human Resources) with generally very satisfactory results. As in the previous year, all Matahari stores were judged to have successfully presented themselves as inviting and dynamic. Nevertheless, there is scope for improvement: customers' shopping experience could be enhanced in some 50% of stores with selective adjustments and greater attention to detail.

WHISTLE BLOWING SYSTEM

Conscious of the need for a stringent approach to upholding the highest ethical standards in a rapidly growing company, in 2011 the Company instituted a whistleblowing system. The Company firmly believe that the Company's continued viability and integrity depends not only on protecting all assets, including employees, physical assets, and proprietary information, but also on maintaining the safety and wellbeing of all the employees and ensuring that they are treated honestly and justly at all times.

To guarantee full protection for informants, the Company has appointed an independent administrator, Deloitte, to operate its whistleblower hotline, known as Suara Matahari. Through Suara Matahari, management, employees and suppliers can to report any illegal or inappropriate acts in strict confidence and with full anonymity.

The whistleblower hotline is advertised widely to management, employees and suppliers and is staffed by experienced operators who handle incoming reports and forensic investigation experts who investigate the reports received and report issues to management.

MANAJEMEN RISIKO

Risk Management

Suara Matahari meliputi sebagai berikut:

1. Sejumlah media *hotline*– telepon toll-free (landline), fax, website, e-mail dan mailbox;
2. Sosialisasi *anti-fraud awareness* dan program *whistleblower* yang ditujukan kepada manajemen, karyawan, pemasok;
3. Operator *contact-center* yang berpengalaman;
4. Ahli investigasi forensik untuk menindaklanjuti laporan yang diterima dan melaporkannya ke manajemen;
5. Rekomendasi untuk perbaikan.

Laporan dapat dimasukkan melalui berbagai channel:

1. Hotline
Pemberi informasi (informan) dapat menghubungi Suara Matahari di 500-070.
Jasa ini anonim; informan tidak perlu menyebutkan nama jika tidak berkenan.
2. Facsimile
Laporan dapat dikirimkan melalui faksimili ke +62 21 2350-7055
3. E-mail
Laporan dapat dikirim melalui e-mail ke suaramatahari@tipoffs.com. Alamat e-mail informan tidak akan diungkapkan tanpa izin.

Suara Matahari features the following:

1. Numerous hotline channels – toll-free phone lines, fax, website, email and mailbox;
2. Promotion of anti-fraud awareness and the whistleblower program to all management, employees and suppliers;
3. Experienced contact center operators;
4. Forensic investigation experts to follow up the reports received and present issues to management;
5. Recommendations for improvements.

Reports may be submitted through a variety of channels:

1. Hotline
The informant can contact Suara Matahari on 500-070. This service is anonymous; the informant need not state their name if they are unwilling to do so.
2. Facsimile
Reports can be sent by facsimile to +62 21 2350-7055
3. Email
Reports can also be sent via email to suaramatahari@tipoffs.com. The informant's email address will not be disclosed without permission.



4. *Website*
Informan dapat melaporkan melalui Suara Matahari Website di <http://suaramatahari.tipoffs.com.sg>, memberikan sebanyak mungkin informasi di ruang yang disediakan.
5. *Surat*
Laporan dapat dikirim melalui surat ke Suara Matahari PO Box 6670, Jakarta Pusat.

Untuk seluruh laporan tertulis, informan harus melampirkan formulir pengungkapan, yang dapat diunduh dari *website*. Untuk memastikan bahwa tindakan sesuai dapat ditentukan, informan harus menyediakan setidaknya informasi berikut:

1. Nama orang yang terlibat
2. Nama saksi (jika ada)
3. Informasi tentang kejadian termasuk tanggal, waktu dan lokasi
4. Bukti
5. Nominal atau aset terkait
6. Frekuensi kejadian

Setelah laporan diterima, operator memberikan nomor unik dan anonim ke informan (untuk laporan yang dimasukkan melalui telfon, *e-mail* atau *website*), yang mana informan dapat menggunakan untuk meminta update kemajuan status kasus tersebut. Laporan kemudian dievaluasi oleh analis Deloitte, dan hasilnya dikembalikan ke perwakilan Perseroan dalam waktu satu hari kerja. Tindakan selanjutnya dapat diputuskan.

Informan memilih sejumlah nomor pilihan, terkait dengan ungkapan identitas.

1. *Full disclosure*: informan bersedia untuk mengungkapkan identitas ke Deloitte dan Perseroan.
2. *Partial anonymity*: informan bersedia untuk mengungkapkan identitas hanya ke Deloitte. Dalam hal ini, Deloitte akan terus menjaga identitas rahasia dari Perseroan.
3. *Full anonymity*: informan tidak bersedia untuk mengungkapkan identitas ke Deloitte atau Perseroan.

Sebanyak tujuh kasus diterima melalui Suara Matahari di 2013, melibatkan pihak internal and pihak eksternal. Tuduhan yang masuk adalah pelanggaran kode etik dan etika bisnis, dan kontrol dari MCC points. Lima dari tujuh kasus diselidiki dan dibuktikan, sementara dua sisanya masih dalam proses saat penerbitan Laporan Tahunan ini.

Perseroan menerima 14 laporan di luar luar saluran Suara Matahari, yang mana seluruh laporan ini telah diinvestigasi dan diselesaikan. Tipe laporan yang diterima termasuk antara lain pelanggaran kode etik dan etika bisnis, dan kontrol poin MCC.

4. *Website*
The informant can report via the Suara Matahari Website at <http://suaramatahari.tipoffs.com.sg>, giving as much information as much as possible in the space provided.
5. *Mail*
Reports can also be sent via regular mail to Suara Matahari PO Box 6670, Central Jakarta.

For all written reports, the informant must attach the disclosure cover sheet, which can be downloaded from the website. To ensure that an appropriate course of action can be determined, the informant should provide at least the following information:

1. Name(s) of those involved
2. Name of the witness (if available)
3. Information about the incident, including date, time and location
4. Evidence
5. The related nominal or assets
6. The frequency of the incident(s)

Once the report is received, the operator assigns a unique, anonymous reference number to the informant (for reports submitted via telephone, email or the website), which the informant can use to request updates on the progress of the case. The report is then assessed by the Deloitte analyst, and the results returned to the Company's representative within one working day. Further actions can then be determined.

Informants have a number of options regarding the disclosure of their identity:

1. *Full disclosure*: the informant is willing to disclose his/her identity to Deloitte and the Company.
2. *Partial anonymity*: the informant is willing to disclose his/her identity only to Deloitte. In this case, Deloitte will keep the informant's identity confidential from the Company.
3. *Full anonymity*: the informant is unwilling to disclose his/her identity to either Deloitte or the Company.

A total of seven cases were received through Suara Matahari In 2013, involving both internal and external parties. The allegations included code of conduct and work ethics violations, and control of MCC points. Five of the seven cases were investigated and substantiated, while the remaining two are still in progress at time of publication of this Annual Report.

Company received 14 cases out of channel of Suara Matahari which all those cases have being investigated and substantiated. Type of allegations received including: code of conduct and work ethic violation and control of MCC points.

MANAJEMEN RISIKO

Risk Management

LITIGASI

Perselisihan dapat timbul dari waktu ke waktu akibat dari kegiatan Perseroan. Meskipun Perseroan berupaya keras untuk menyelesaikannya sebelum berlanjut ke litigasi, beberapa mungkin tetap sampai ke pengadilan. Pada 2013, Perseroan tidak memiliki masalah hukum yang material yang melibatkan Perseroan, Dewan Komisaris atau Direksi yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha Perseroan.

Pada 2013, Matahari diberikan sanksi oleh OJK karena pengajuan Laporan Tahunan 2012 mengalami keterlambatan 10 hari, sebagaimana tercantum dalam surat dari OJK No S-263/PM.23/2013 pada tanggal 23 September 2013. Pengajuan keterlambatan dikonfirmasi melalui surat No.106/MDS/LGL/09/2013 pada 26 September 2013. Perseroan belum menerima tanggapan dari OJK sejak korespondensi ini.

AKSES KE INFORMASI

Situs Internet

Konsumen Matahari dan publik umumnya memiliki akses ke informasi terakhir tentang Perseroan sekaligus informasi untuk *department store*, promosi, lokasi gerai, dan topik lainnya melalui situs internet kami, www.matahari.co.id. Konsumen juga dapat memberikan masukan melalui situs ini. Situs ini di-relaunched di 2013, dengan design baru dan area Investor Relations yang lebih komprehensif.

LITIGATION

Disputes can arise from time to time as a result of the Company's activities. Although the Company makes strenuous efforts to resolve such disputes before they proceed to litigation, some may nevertheless go to court. The Company did not face any legal actions in 2013 that could have materially affected the Company or jeopardised the sustainability of the business had they been decided against the Company, the Board of Commissioners or the Board of Directors.

In 2013 Matahari was sanctioned by OJK for filing its 2012 Annual Report 10 days late, as stated in a letter from OJK No. S-263/PM.23/2013 dated September 23, 2013. The late filing was confirmed by letter No.106/MDS/LGL/09/2013 on 26 September 2013. The Company has not received any feedback from OJK since this correspondence.

ACCESS TO INFORMATION

Website

Matahari's customers and the general public have easy access to the latest information about the Company as well as information on our department stores, exclusives, promotions, store locations, and other topics through our website, www.matahari.co.id. Customers can also provide their feed back through the site. This website was relaunched in 2013 with a new design and a more comprehensive Investor Relations site.



Siaran Pers

Perseroan secara rutin memberikan hasil, produk, acara dan tindakan korporasi ke berbagai media. Siaran pers ini juga bisa diakses melalui situs internet Perseroan. Di 2013, Perusahaan menerbitkan 32 siaran pers.

Informasi Produk

Matahari mengeluarkan informasi ke konsumen tentang produk terkini melalui brosur, *booklet*, *banner* dan iklan harian di berbagai media, baik *offline* dan *online*.

Layanan Konsumen

Pada Juni 2013, Perseroan meluncurkan *customer call centre*, **Halo Matahari**, yang menyediakan channel khusus bagi konsumen untuk memasukkan keluhan dan meminta informasi mengenai produk Matahari, Club Card atau promosi dan program Matahari lainnya. Halo Matahari dapat diakses melalui telepon di (021) 500-838 antara jam 08.00 dan 22.00 setiap hari.

KEGIATAN KEBERSAMAAN

Kegiatan seperti kegiatan bersama pemasok dan karyawan diadakan setiap tahun untuk membangun hubungan erat di kalangan pemasok dan karyawan Perseroan selain juga untuk mensosialisasikan produk, visi dan tindakan korporasi.

Perseroan mengadakan paparan publik, pertemuan, telepon konferensi dan menghadiri konferensi dengan analis dan investor yang ada dan potensial, dan di 2013, mengadakan *quarterly earning calls* dengan komunitas pemegang saham. Investor juga dapat mengakses informasi dari bagian Investor Relations di situs internet www.matahari.co.id.

KOMUNIKASI INTERNAL

Perseroan memiliki jaringan komunikasi internal yang ditujukan untuk memfasilitasi komunikasi reguler di kalangan karyawan. Setiap kuartal Perseroan mempublikasikan majalah internal, Quarterly Manual Magazine (QMM).

DANA UNTUK KEGIATAN POLITIK DAN SOSIAL

Perseroan memiliki kebijakan ketat untuk tidak memberikan donasi kepada organisasi politik.

RENCANA PEMBELIAN OPSI SAHAM

Perseroan tidak memiliki rencana pembelian opsi saham bagi manajemen dan karyawan.

Press Releases

The Company regularly issues releases to various media on our results, products, corporate actions and events. These can also be accessed through the Company's website. In 2013, the Company issued 32 press releases.

Product Information

Matahari issued information to customers about the latest products in form of brochures, booklets, banners and daily advertisements in various media, both offline and online.

Customer Service

In June 2013, the Company launched its customer call centre, **Halo Matahari**, which provides a dedicated channel for customers to lodge complaints and request information about Matahari's products, Matahari Club Card or other Matahari promotions and programs. Halo Matahari can be accessed by phone on (021) 500-838 between the hours of 08.00 and 22.00 every day.

GATHERINGS

Activities such as supplier gatherings and employee gatherings are conducted annually to build strong relationship among the Company's suppliers and employees as well as a way to socialise the Company's products, vision and corporate actions.

The Company holds regular meetings, conference calls and attends conferences with analysts and existing and potential investors, and in 2013 instigated quarterly earnings calls with the shareholder community. Investors can also access information from the new Investor Relations section of the revamped www.matahari.co.id.

INTERNAL COMMUNICATIONS

The Company has an internal communication network that is intended to facilitate regular communication among employees. Every quarter the Company publish an internal magazine, Quarterly Manual Magazine (QMM).

FUNDS FOR SOCIAL AND POLITICAL ACTIVITIES

The Company has a strict policy of not making donations to political organizations.

SHARE PURCHASE OPTION PLANS

The Company does not have a management or employee share purchase option plan.

Corporate Social Responsibility

TANGGUNG JAWAB
SOSIAL PERUSAHAAN



TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Corporate Social Responsibility

Tujuan dari program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) Matahari adalah untuk mengubah kehidupan masyarakat menjadi lebih baik melalui pelayanan yang baik.

Matahari terlibat dalam berbagai kegiatan pengembangan sosial dan masyarakat di seluruh Indonesia. Selain kemitraan jangka panjang dengan UNICEF, Yayasan Dompot Dhuafa, Yayasan Pendidikan Pelita Harapan, Ikatan Karyawan Matahari dan lainnya, Matahari juga memberikan kontribusi melalui gerainya ke organisasi lainnya dan berbagai inisiatif yang layak, baik nasional maupun lokal. Matahari berfokus untuk memberikan pelayanan terbaik dari seluruh program yang didukung untuk memastikan bahwa program ini memberikan dampak perubahan yang terus berkelanjutan dalam kehidupan komunitas yang terbantu.

Hal ini sangat sejalan dengan nilai perusahaan dan Kode Etik Matahari, yang memberikan panduan untuk hubungan dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya. Walaupun Matahari tidak memiliki mekanisme formal untuk memastikan bahwa pemasok dan kontraktor patuh pada standar lingkungan dan tempat kerja, secara hukum Matahari telah mematuhi ketentuan upah minimum dan standar pemerintah untuk seluruh karyawan. Matahari telah membangun hubungan erat dan kooperatif dengan mitra pemasok, banyak dari mereka yang telah bekerja sama dengan Matahari selama puluhan tahun. Kami yakin melalui hubungan ini dan melalui inspeksi rutin oleh pihak ketiga, para mitra kerja Matahari telah menerapkan praktek-praktek yang baik pada kesehatan dan keamanan karyawan dan pengelolaan dampak lingkungan. Hubungan kerja sama akan dihentikan jika diketahui tentang adanya penyimpangan.

KEPEDULIAN LINGKUNGAN

Sebagai *department store* ritel, Matahari tentunya harus menyediakan tas belanja selama bisnisnya berjalan. Namun, penggunaan plastik yang berlebihan diketahui memberikan kontribusi ke berbagai polusi lingkungan yang mempengaruhi pemanasan global. Karena itu, Matahari menggunakan tas plastik *biodegradable*, yang dapat terurai secara biologis dalam waktu dua hingga empat tahun. Ketentuan ini telah diterapkan di seluruh gerai Matahari di Indonesia sejak 2011.

The goal of Matahari's corporate social responsibility program is to change people's lives for the better through good stewardship.

Matahari is engaged in a broad variety of social and community development activities throughout the country. As well as the longstanding partnerships with UNICEF, Yayasan Dompot Dhuafa, Yayasan Pendidikan Pelita Harapan, employee associations (IKM) and others, Matahari also contribute to many other deserving organisations and initiatives, both nationally and at the local level through the stores. Matahari place a premium on good stewardship of all the supported programs in order to ensure that they have a sustainable and transformational effect on the lives of those they reach.

This is very much in line with Matahari's corporate values and Code of Conduct, which provides guidelines for our relationships with suppliers and other business partners. While Matahari does not have formal mechanisms in place to ensure suppliers' and contractors' compliance with workplace and environmental standards, they are required by law to comply with minimum wage regulations and government standards for all employee contracts. Matahari have built up a strong and cooperative relationship with our supplier partners, many of which have worked with Matahari for several decades. We have reasonable assurance, through these relationships and through regular third party factory inspections, that they implement good practices on employee health and safety and managing environmental impact. If we have knowledge that any are not in compliance, the relationship is discontinued.

ENVIRONMENTAL CONCERN

As a department store retailer, Matahari has to provide shopping bags during the normal course of its business. However, excessive use of plastic bags is known to contribute to various forms of environmental pollution that are factors in global warming. Matahari therefore uses biodegradable plastic bags, which are broken down biologically within two to four years. This policy has been applied in all Matahari stores in Indonesia since 2011.



MENGHARGAI KARYAWAN

Tujuan kebijakan sumber daya manusia Matahari adalah untuk meningkatkan produktivitas, kesejahteraan dan retensi karyawan dengan menyediakan lingkungan kerja yang memotivasi dan menguntungkan. Selain itu, untuk membina hubungan industri yang nyaman dan memfasilitasi komunikasi, Matahari mendukung tiga forum utama, Ikatan Karyawan Matahari (IKM), Lembaga Kerja Sama (LKS) dan koperasi karyawan yang berada di setiap gerai Matahari, kantor pusat dan kantor distribusi.

Baik IKM dan LKS telah saling membantu membina hubungan saling menghormati, sadar berkomunitas di antara karyawan, dan penanganan keluhan karyawan yang efektif dan sensitif, sehingga memberikan pengaruh positif pada kepuasan kerja dan produktivitas.

Untuk melindungi karyawan, pemasok dan kontraktor dari tindakan tidak etis atau ilegal, dan praktek bisnis yang tidak adil, Matahari telah menerapkan mekanisme *whistleblower*, Suara Matahari. Segala tindakan ilegal dan tidak sesuai dapat dilaporkan melalui Suara Matahari—saluran telepon bebas pulsa, fax, *website*, *e-mail* dan pos—dengan sangat rahasia dan dengan anonimitas penuh. Untuk menjamin perlindungan penuh bagi informan, Perusahaan telah menunjuk administrator independen yaitu Deloitte.

APPRECIATING OUR EMPLOYEES

Among the objectives of Matahari's human resource policies are to increase productivity, enhance employee welfare and promote employee retention by providing a motivating and rewarding working environment. Moreover, in the interests of fostering peaceful industrial relations and facilitating communication, Matahari supports three key forums, the Matahari Employees Association (Ikatan Karyawan Matahari, or IKM), the Bipartite Forum (Lembaga Kerjasama, or LKS) and employee cooperative at each store, head office and distribution centre.

Both the IKM and the LKS have helped to foster respectful relationships, a sense of community among employees, and effective and sensitive handling and mediation of employee grievances, which in turn has a positive influence on job satisfaction and productivity.

To protect employees, suppliers and other contractors from unethical or illegal actions and unfair business practices, Matahari has put in place a whistleblower mechanism, Suara Matahari. Any illegal or inappropriate acts can be reported through Suara Matahari's multiple channels—toll-free phone lines, fax, website, email and mailbox—in strict confidence and with full anonymity. To guarantee full protection for informants, the Company has appointed an independent administrator, Deloitte.

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Corporate Social Responsibility

Matahari berpegang teguh pada praktek perekrutan yang adil tanpa diskriminasi, dan berupaya untuk sedapat mungkin merekrut secara lokal dan mempromosikan secara internal.

Seluruh faktor ini telah memberikan kontribusi pada pencatatan tingkat pergantian karyawan yang rendah, kepuasan kerja yang tinggi dan tidak adanya gangguan ketenagakerjaan dalam beberapa tahun terakhir.

Matahari adheres strictly to fair hiring practices and a no discrimination policy, and seeks to hire locally and promote internally where possible.

All these factors have contributed to a strong record of very low employee turnover, high job satisfaction and an absence of any significant labour disturbance in the last few years.

PERLINDUNGAN KONSUMEN

Sebagai bisnis yang berorientasi kepada konsumen, Matahari wajib mengakui dan melindungi hak-hak konsumen. Selain patuh dengan seluruh kode dan standard bangunan, semua gerai dan tata ruang gerai di-desain untuk kemudahan, kenyamanan dan keamanan konsumen, dan setiap gerai dilengkapi dengan alarm kebakaran, sistem *sprinkler* dan akses menuju tangga darurat.

Kebijakan jaminan dan garansi produk Matahari memberikan jaminan bagi konsumen jika adanya kerusakan. Untuk memastikan standar kualitas produk yang tinggi, Matahari mengevaluasi produk sebelum menempatkannya di rak dan memantau keluhan konsumen. Perusahaan memberikan waktu 7 hari setelah pembelian bagi konsumen untuk dapat menukar barang yang telah dibeli dengan barang serupa.

Matahari memiliki beberapa fasilitas dimana konsumen dapat menyampaikan saran, keluhan dan meminta informasi. Konsumen dapat menyampaikan hal yang menjadi perhatian mereka di meja layanan konsumen di dalam gerai selama jam operasional gerai, atau melalui Halo Matahari *call centre*, yang dikelola oleh agen terpilih dan terlatih, melalui telepon. Halo Matahari beroperasi dari jam 08.00 hingga 22.00 setiap hari. Konsumen juga dapat menghubungi Matahari melalui *website*, *e-mail* atau telepon. Seluruh masukan yang diterima dari konsumen akan dikumpulkan dan dikirim ke kantor pusat sebagai pertimbangan pengambilan keputusan.

Matahari menerima beberapa penghargaan untuk kepuasan konsumen dan layanan konsumen di tahun 2013, termasuk posisi kedua dari seluruh perusahaan di Indonesia untuk National Customer Service Championships 2013. Manajemen percaya bahwa pengakuan ini adalah cermin dari komitmen Matahari untuk mengutamakan kebutuhan konsumen.

CONSUMER PROTECTION

As a customer-oriented business, Matahari is obliged to recognise and protect the rights of our consumers. As well as being in compliance with all building codes and standards, our stores and store layouts are designed with customer ease, comfort and safety in mind, and every store is fully equipped with fire alarms, sprinkler systems and access to emergency stairs.

Matahari's product warranty and guarantee policies provide assurance for the customer in case of any defect. To ensure high standards of product quality, Matahari assesses products before shelving them and monitors customer complaints. The Company's exchange policy allows customers to exchange certain goods for similar products within 7 days of purchase.

Matahari maintains several channels through which customers can give feedback, lodge complaints and request information. Customers can voice concerns at in-store customer service desks during store opening hours, or contact the Halo Matahari customer call centre, which is staffed by carefully selected and trained agents, by phone. The Halo Matahari lines are currently open from 08.00 to 22.00 every day. Customers can also contact Matahari by the website, mail or phone. All customer feedback received is collated and sent to head office for use in decision making.

Matahari received several awards for customer satisfaction and customer service in 2013, including second place out of all companies in Indonesia in the 2013 National Customer Service Championships. The Management believes this recognition is a reflection of Matahari's commitment to prioritising customer needs.

KESEHATAN DAN KESELAMATAN KARYAWAN

Matahari berkomitmen untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi seluruh karyawan di gerai, pusat distribusi dan kantor pusat. Staf yang ada di gerai menikmati kenyamanan dan keamanan yang sama dengan konsumen, dan berpartisipasi dalam pelatihan kebakaran secara berkala dan prosedur keamanan lainnya yang diatur oleh mall, atau pengelola pusat perbelanjaan. Panduan keselamatan untuk pekerjaan yang spesifik dikomunikasikan kepada karyawan yang terlibat dalam logistik dan distribusi.

EMPLOYEE HEALTH AND SAFETY

Matahari is committed to providing a safe and secure work environment for all employees at our stores, distribution centre and head office. Store-based staff enjoy the same levels of comfort and safety as the customers, and participate in periodic fire drills and other safety procedures organised by the mall or shopping centre management. Job-specific safety guidelines are communicated to employees involved in logistics and distribution.

PROGRAM PENGEMBANGAN MASYARAKAT

Matahari telah memiliki kemitraan jangka panjang dengan beberapa organisasi yang bekerja secara efektif, di tingkat nasional maupun lokal. Matahari memberikan kontribusi terutama di bidang pendidikan, kesehatan dan pengembangan sosial dan bantuan bencana alam. Beberapa donasi untuk program ini digalang melalui proses sukarela dan transparan di mana konsumen diajak saat di bagian kasir jika mereka mau memberikan koin kembalian untuk menjadi sumbangan. Penerima donasi dari program ini akan berubah setiap 2 bulan. Program ini terbukti sangat populer di kalangan konsumen dan telah membantu beberapa ribu orang yang layak selama bertahun-tahun.

COMMUNITY DEVELOPMENT PROGRAM

Matahari has a long-standing partnership with several organisations that are working effectively, at both national and local level, to empower communities. Matahari contributes primarily in the areas of education, health and social development and natural disaster relief. Some of the donations for these programs are raised through a transparent and voluntary process whereby customers are asked at the checkout if they wish to contribute the coins they receive as change to a fund, the recipient of which changes every 2 months. This program has proved to be very popular among customers and has assisted several thousand deserving people over the years.



TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Corporate Social Responsibility

Program pengembangan masyarakat di 2013 telah diberikan sebagai berikut:

Pendidikan

Dukungan diberikan ke berbagai amal dan acara pendidikan:

- Mendonasikan kembalian konsumen sebesar Rp 240.410.168 ke Yayasan Pendidikan Lentera Harapan
- Sponsor acara tahunan Asosiasi Orang Tua Anak *Down Syndrome* di Februari 2013, Rp 15 juta
- Menyediakan dukungan sebesar Rp 25 juta untuk Karawaci Community Music Center

Bantuan Bencana

Donasi digalang dari kembalian konsumen untuk orang and masyarakat yang terkena dampak bencana alam sebagai berikut:

- Rp 100 juta untuk membantu korban banjir di Jakarta pada Januari 2013, dan korban Typhon Haiyan di Filipina pada Desember 2013, bekerjasama dengan UNICEF
- Rp 100 juta untuk membantu korban banjir di Jakarta pada Februari 2013, berupa Lippo Group Humanitarian Funds
- Rp 45 juta untuk korban banjir di seputar gerai Metropolitan Mall Bekasi, korban longsor di Manado, dan korban banjir di Kampung Baru, Pekanbaru

Kesehatan

Donasi konsumen dibagikan ke program terkait kesehatan sebagai berikut:

- Menyalurkan donasi sebesar Rp 233.421.935 yang dikumpulkan dari uang kembalian konsumen pada Februari dan Maret 2013 ke Yayasan Otak Indonesia
- Dengan Yayasan Obor Berkat Indonesia, Matahari mendonasikan sejumlah Rp 281.943.746 untuk membayar biaya operasi hernia gratis bagi masyarakat yang membutuhkannya di September – Oktober 2013
- Untuk memperingati Hari Pelanggan Nasional di September, kami menyelenggarakan program outreach pada diabetes dengan tes gula gratis di 48 gerai di seluruh Indonesia
- Donasi Rp 678.236.286 dalam bentuk dana yang digalang oleh konsumen di November-Desember 2013 ke Yayasan Obor Berkat Indonesia.
- Donasi melalui *silent auction* di *Vendor Gathering* senilai Rp 283.000.000 ke Yayasan Otak Indonesia

The community development program in 2013 benefited the following:

Education

Support went to various educational charities and events:

- Donated customer change worth Rp 240,410,168 to Yayasan Pendidikan Lentera Harapan
- Sponsored the annual event of the Association of Parents of Down Syndrome Children in Februari 2013, giving Rp 15 million
- Provided support worth Rp 25 million for the Karawaci Community Music Center

Disaster Relief

Donations raised from customer change were made to people and communities affected by natural disasters, as follows:

- Rp 100 million to assist victims of the flooding in Jakarta in January 2013, and to assist victims of Typhon Haiyan in Philippines in December 2013, in cooperation with UNICEF
- A further Rp 100 million to help flood victims in Jakarta in February 2013, in the form of Lippo Group Humanitarian Funds
- Rp 45 million to flood victims in the vicinity of our Metropolitan Mall Bekasi store, to the victims of a landslide in Manado, and to flood victims in Kampung Baru, Pekanbaru

Health

Customer donations were disbursed for health-related programs, as follows:

- Channeled Rp 233,421,935 in donations from customers collected in February and March 2013 to Yayasan Otak Indonesia
- With Yayasan Obor Berkat Indonesia, Matahari donated a total of Rp 281,943,746 to pay for free hernia operations for needy people in September and October 2013
- To commemorate National Customer's Day in September, we organised an outreach program on diabetes with free blood sugar testing at 48 stores across Indonesia
- Donated another Rp 678,236,286 in funds raised by customers in November and Desember 2013 to Yayasan Obor Berkat Indonesia. (nominal blm final)
- Donations through the silent auction in Vendor Gathering amounted Rp 283,000,000 to the Yayasan Otak Indonesia

Donasi Amal

Donasi diberikan ke berbagai kegiatan amal sebagai berikut :

1. Donasi KAFFAH untuk kegiatan spiritual karyawan di Juli 2013 sebesar Rp 50 juta
2. Donasi uang kembalian konsumen untuk Yayasan Dompot Dhuafa Republika untuk program pendidikan, kesehatan, dan lingkungan antara Agustus dan September 2013, senilai Rp 710,1 juta
3. Donasi untuk Natal Persekutuan Doa Menara Matahari pada bulan Desember 2013 sebesar Rp 100 juta

Donasi gerai yang diberikan ke beberapa panti asuhan sehubungan dengan pembukaan gerai Matahari Department Store yang baru. Gerai-gerai umumnya mempertahankan hubungan ini melalui IKM dan koperasi mereka.

Uang kembalian pelanggan diberikan kepada:

- 3 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan toko baru di Kaza Kota Surabaya sebesar Rp 30 juta
- 4 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan toko baru di Mega Town Square Palangkaraya sebesar Rp 40 juta
- 4 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan toko baru di Lippo Plaza Jakabaring Palembang sebesar Rp 40 juta
- 5 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan toko baru di Palopo Market City sebesar Rp 50 juta
- 3 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan toko baru di Citra Gran Cibubur sebesar Rp 30 juta
- 3 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan toko baru di Cibinong City Mall sebesar Rp 30 juta

Charitable Donations

Donations were made to various charities, as follows:

1. Donated KAFFAH for employees' spiritual activities in July 2013 amounting to Rp 50 million
2. Donated customer change to Yayasan Dompot Dhuafa Republika for educational, health and environmental programs between August and September 2013, worth Rp710.1 million
3. Donated Rp 100 million to Natal Persekutuan Doa Menara Matahari in December 2013

Store donations were made to several orphanages in connection with the opening of new Matahari Department Stores. The stores generally maintain these relationships through their IKMs and cooperatives.

Customer change was donated to:

- 3 orphanages in connection with the opening of the new store at Kaza City Surabaya (Rp 30 million)
- 4 orphanages in connection with the opening of the new store at Mega Town Square Palangkaraya (Rp 40 million)
- 4 orphanages in connection with the opening of the new store at Lippo Plaza Jakabaring Palembang (Rp 40 million)
- 5 orphanages in connection with the opening of the new store at Palopo City Market (Rp 50 million)
- 3 orphanages in connection with the opening of the new store at Citra Gran Cibubur (Rp 30 million)
- 3 orphanages in connection with the opening of the new store at Cibinong City Mall (Rp 30 million)



TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Corporate Social Responsibility

Donasi Perseroan diberikan kepada:

- 3 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan toko baru di Mandau City Square sebesar Rp 30 juta
- 5 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan panti asuhan sehubungan dengan pembukaan toko baru di Palu Grand Mall sebesar Rp 50 juta
- 3 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan toko baru di Jogja City Mall sebesar Rp 30 juta

Corporate donations were made to:

- 3 orphanages in connection with the opening of the new store at Mandau City Square (Rp 30 million)
- 5 orphanages in connection with the opening of the orphanages in connection with the opening of the new store at Palu Grand Mall (Rp 50 million)
- 3 orphanages in connection with the opening of the new store at Jogja City Mall (Rp 30 million)

PELAYANAN MASYARAKAT YANG DILAKUKAN LANGSUNG OLEH KARYAWAN

Matahari juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan masyarakat yang berkelanjutan melalui IKM. Matahari mensponsori kegiatan yang dikelola oleh IKM untuk membantu masyarakat setempat. Investasi langsung kepada masyarakat oleh karyawan Matahari ini membantu memastikan efektivitas program yang dijangkau dan memperkuat ikatan serta niat baik antara karyawan Matahari dan masyarakat yang mereka layani. Hal ini memberikan hal yang positif kepada Perseroan secara menyeluruh.

Manajemen yakin bahwa kontribusi Matahari terhadap pengembangan dan pemberdayaan masyarakat di seluruh Indonesia telah, dan akan terus memberikan, manfaat positif dan berkelanjutan bagi penerimanya.

EMPLOYEE-DIRECTED COMMUNITY SERVICE

Matahari also contributes to sustainable community development through its employee association, IKM. Matahari sponsors activities organised by IKMs to benefit various causes in their local communities. This direct, hands-on investment in the community by Matahari's employees helps to ensure the effectiveness of the outreach program and strengthens the bonds and goodwill between Matahari stores and the communities they serve, reflecting positively on the Company as a whole.

The Management believes that Matahari's contributions to the development and empowerment of communities all over the country has had, and will continue to have, positive and sustainable benefits for the recipients.





Surat Pernyataan Anggota Dewan Komisaris dan Direksi Tentang Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2013 PT Matahari Department Store Tbk.

Statement of the Board of Commissioners and Board of Directors Regarding Responsibility for the 2013 Annual Report of PT Matahari Department Store Tbk.

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa semua informasi dalam laporan tahunan PT Matahari Department Store Tbk tahun 2013 telah dimuat secara lengkap, dan bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi laporan tahunan perusahaan.

We, the undersigned, hereby declare that all information in the annual report of PT Matahari Department Store Tbk for the year 2013 have been presented in their entirety, and that we assume full responsibility for the accuracy of the contents of such annual report.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

This statement is duly made in all integrity.

Karawaci, Maret 2014

Dewan Komisaris Board of Commissioners



JOHN BELLIS
Presiden Komisaris Independen
President Commissioner
Independent



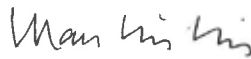
JONATHAN L. PARAPAK
Komisaris Independen
Commissioner Independent



WILLIAM TRAVIS SAUCER
Komisaris
Commissioner



ROY KUAN
Komisaris
Commissioner

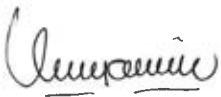


RENE MANG WING MING
Komisaris
Commissioner



HENRY JANI LIANDO
Komisaris
Commissioner

Direksi Board of Directors



BUNJAMIN J. MAILOOL
Presiden Direktur
President Director



MICHAEL REMSEN
Wakil Presiden Direktur
Vice President Director



SIGIT PRASETYA
Direktur
Director



WAI HOONG FOCK
Direktur
Director



JOO SUK KIM
Direktur
Director



ANDRE RUMANTIR
Direktur
Director



LAPORAN
LE K UANGAN
AUDIT

Audited Financial Statements



Halaman ini sengaja dikosongkan
This page is intentionally left blank

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

LAPORAN KEUANGAN/ *FINANCIAL STATEMENTS*

**31 DESEMBER 2013 DAN 2012/
*31 DECEMBER 2013 AND 2012***

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

**SURAT PERNYATAAN DEWAN DIREKSI
TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS
LAPORAN KEUANGAN PADA TANGGAL
31 DESEMBER 2013 DAN 2012 SERTA
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Bunjamin J. Mailool
Alamat kantor : Menara Matahari,
Lantai 15 Jl. Bulevar
Palem Raya No.7
Lippo Karawaci 1200,
Tangerang 15811
Alamat domisili : Gading Griya Lestari C1/7
(sesuai kartu RT. 012/RW. 005
identitas) Kec. Sukapura,
Jakarta Utara
No. Telepon : (021) 547 5333, 546 9333
Jabatan : Presiden Direktur
2. Nama : Larry Michael Remsen
Alamat kantor : Menara Matahari,
Lantai 15 Jl. Bulevar
Palem Raya No. 7
Lippo Karawaci 1200,
Tangerang 15811
Alamat domisili : Taman Golf No 62
(sesuai kartu Lippo Karawaci
identitas) Kelapa Dua
Tangerang
No. Telepon : (021) 547 5333, 546 9333
Jabatan : Wakil Presiden Direktur

menyatakan bahwa:

1. Kami bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk;

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

**BOARD OF DIRECTORS' STATEMENT
REGARDING THE RESPONSIBILITY FOR
THE FINANCIAL STATEMENTS AS AT
31 DECEMBER 2013 AND 2012 AND
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2013 AND 2012**

We, the undersigned:

1. Name : Bunjamin J. Mailool
Office address : Menara Matahari,
15th floor Jl. Bulevar
Palem Raya No.7
Lippo Karawaci 1200,
Tangerang 15811
Home address : Gading Griya Lestari C1/7
(as stated in ID) RT. 012/RW. 005
Kec. Sukapura,
North Jakarta
Phone number : (021) 547 5333, 546 9333
Title : President Director
2. Name : Larry Michael Remsen
Office address : Menara Matahari,
15th floor Jl. Bulevar
Palem Raya No. 7
Lippo Karawaci 1200,
Tangerang 15811
Home address : Taman Golf No 62
(as stated in ID) Lippo Karawaci
Kelapa Dua
Tangerang
Phone number : (021) 547 5333, 546 9333
Title : Vice President Director

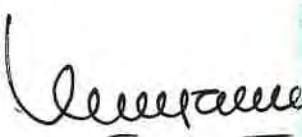
declare that:

1. *We are responsible for the preparation and presentation of PT Matahari Department Store Tbk's financial statements;*

- | | |
|--|---|
| 2. Laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk telah disusun dan disajikan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia; | 2. <i>PT Matahari Department Store Tbk's financial statements have been prepared and presented in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards;</i> |
| 3. a. Semua informasi dalam laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk telah dimuat secara lengkap dan benar; | 3. a. <i>All information in the PT Matahari Department Store Tbk's financial statements has been disclosed in a complete and truthful manner;</i> |
| b. Laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk tidak mengandung informasi atau fakta material yang tidak benar, dan tidak menghilangkan informasi atau fakta material; | b. <i>PT Matahari Department Store Tbk's financial statements do not contain any incorrect information or material facts, nor do they omit information or material facts;</i> |
| 4. Kami bertanggung jawab atas sistem pengendalian internal dalam PT Matahari Department Store Tbk. | 4. <i>We are responsible for PT Matahari Department Store Tbk's internal control systems.</i> |

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya. *Thus, this statement is made truthfully.*

Atas nama dan mewakili Direksi/
For and on behalf of the Board of Directors

  Bunjamin J. Mailool Presiden Direktur/ President Director	 Larry Michael Remsen Wakil Presiden Direktur/ Vice President Director
--	--

Jakarta, 14 Februari/February 2014



**LAPORAN AUDITOR INDEPENDEN
KEPADA PARA PEMEGANG SAHAM**

**INDEPENDENT AUDITOR'S REPORT
TO THE SHAREHOLDERS OF**

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Kami telah mengaudit laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk ("Perusahaan"), yang terdiri dari laporan posisi keuangan tanggal 31 Desember 2013, serta laporan laba-rugi komprehensif, laporan perubahan ekuitas dan laporan arus kas untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut, dan suatu ikhtisar kebijakan akuntansi signifikan dan informasi penjelasan lainnya.

We have audited the accompanying financial statements of PT Matahari Department Store Tbk (the "Company"), which comprise the statement of financial position as at 31 December 2013, and the statement of comprehensive income, statement of changes in equity and statement of cash flows for the year then ended, and a summary of significant accounting policies and other explanatory information.

Tanggung jawab manajemen atas laporan keuangan

Management's responsibility for the financial statements

Manajemen bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian wajar laporan keuangan ini sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia, dan atas pengendalian internal yang dianggap perlu oleh manajemen untuk memungkinkan penyusunan laporan keuangan yang bebas dari kesalahan penyajian material, baik yang disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan.

Management is responsible for the preparation and fair presentation of these financial statements in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards, and for such internal control as management determines is necessary to enable the preparation of financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

Tanggung jawab Auditor

Auditors' responsibility

Tanggung jawab kami adalah untuk menyatakan suatu opini atas laporan keuangan ini berdasarkan audit kami. Kami melaksanakan audit kami berdasarkan Standar Audit yang ditetapkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia. Standar tersebut mengharuskan kami untuk mematuhi ketentuan etika serta merencanakan dan melaksanakan audit untuk memperoleh keyakinan memadai tentang apakah laporan keuangan bebas dari kesalahan penyajian material.

Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit. We conducted our audit in accordance with Standards on Auditing established by the Indonesian Institute of Certified Public Accountants. Those standards require that we comply with ethical requirements and plan and perform the audit to obtain reasonable assurance about whether the financial statements are free from material misstatement.

Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana & Rekan

Plaza 89, Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X-7 No.6 Jakarta 12940 - INDONESIA, P.O. Box 2473 JKP 10001
T: +62 21 5212901, F: + 62 21 52905555 / 52905050, www.pwc.com/id



Suatu audit melibatkan pelaksanaan prosedur untuk memperoleh bukti audit tentang angka-angka dan pengungkapan dalam laporan keuangan. Prosedur yang dipilih bergantung pada pertimbangan auditor, termasuk penilaian atas risiko kesalahan penyajian material dalam laporan keuangan, baik yang disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan. Dalam melakukan penilaian risiko tersebut, auditor mempertimbangkan pengendalian internal yang relevan dengan penyusunan dan penyajian wajar laporan keuangan entitas untuk merancang prosedur audit yang tepat sesuai dengan kondisinya, tetapi bukan untuk tujuan menyatakan opini atas keefektifitasan pengendalian internal entitas. Suatu audit juga mencakup pengevaluasian atas ketepatan kebijakan akuntansi yang digunakan dan kewajaran estimasi akuntansi yang dibuat oleh manajemen, serta pengevaluasian atas penyajian laporan keuangan secara keseluruhan.

Kami yakin bahwa bukti audit yang telah kami peroleh adalah cukup dan tepat untuk menyediakan suatu basis bagi opini audit kami.

Opini

Menurut opini kami, laporan keuangan terlampir menyajikan secara wajar, dalam semua hal yang material, posisi keuangan PT Matahari Department Store Tbk tanggal 31 Desember 2013, kinerja keuangan, serta arus kas untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut, sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia.

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the financial statements. The procedures selected depend on the auditors' judgment, including the assessment of the risks of material misstatement of the financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the auditor considers internal control relevant to the entity's preparation and fair presentation of the financial statements in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the entity's internal control. An audit also includes evaluating the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the financial statements.

We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our audit opinion.

Opinion

In our opinion, the accompanying financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of PT Matahari Department Store Tbk as at 31 December 2013, the financial performance, and its cash flows for the year then ended, in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards.

JAKARTA
14 Februari/February 2014

Eddy Rintis, S.E., CPA

Surat Izin Praktik Akuntan Publik/Public Accountant License No. AP.0230

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 1 Page

LAPORAN POSISI KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012
 (Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
 kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION
AS AT 31 DECEMBER 2013 AND 2012
 (Expressed in millions of Rupiah,
 unless otherwise stated)

	2013	Catatan/ Notes	2012	
Aset				Assets
Aset lancar				Current assets
Kas dan setara kas	772,217	5	999,872	Cash and cash equivalents
Piutang usaha				Trade receivables
- pihak ketiga	32,786		57,654	third parties -
Piutang lain-lain				Other receivables
- pihak ketiga	15,094		15,920	third parties -
- pihak berelasi	15,052	24c	-	related parties -
Persediaan	723,809	6	519,601	Inventories
Pajak dibayar dimuka				Prepaid tax
- pajak lain-lain	27,765	11a	44,722	other tax -
Beban dibayar di muka				Prepaid expenses
- sewa	81,625	8	73,696	lease -
- lain-lain	9,341		6,361	others -
Uang muka sewa	12,386	8	13,653	Rental advances
Aset lancar lainnya	12,992		12,741	Other current assets
Jumlah aset lancar	1,703,067		1,744,220	Total current assets
Aset tidak lancar				Non-current assets
Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya	25,579	5	39,187	Restricted cash and cash equivalents
Uang muka pembelian aset tetap	11,619		14,739	Advances for purchase of fixed assets
Aset pajak tangguhan	43,005	11d	53,851	Deferred tax assets
Aset tetap (setelah dikurangi akumulasi penyusutan sebesar Rp 686.900; 31 Desember 2012: Rp 489.742)	727,186	7	694,005	Fixed assets (net of accumulated depreciation of Rp 686,900; 31 December 2012: Rp 489,742)
Sewa jangka panjang	289,264	8	270,098	Long-term lease
Uang jaminan	108,894		89,331	Refundable deposits
Piutang lain-lain				Other receivables
- pihak berelasi	-	24c	2,413	related parties -
Aset tidak lancar lainnya	28,268		21,908	Other non-current assets
Jumlah aset tidak lancar	1,233,815		1,185,532	Total non-current assets
Jumlah aset	2,936,882		2,929,752	Total assets

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 2 Page

LAPORAN POSISI KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION
AS AT 31 DECEMBER 2013 AND 2012
*(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)*

	2013	Catatan/ Notes	2012	
Liabilitas dan ekuitas				Liabilities and equity
Liabilitas				Liabilities
Liabilitas lancar				Current liabilities
Utang usaha				Trade payables
- pihak ketiga	1,265,953	9	1,054,745	third parties -
Utang lain-lain				Other payables
- pihak ketiga	81,492		85,386	third parties -
- pihak berelasi	11,434	24c	-	related parties -
Utang pajak		11b		Taxes payable
- pajak penghasilan badan	73,519		181,340	corporate income taxes -
- pajak lain-lain	13,546		9,675	other taxes -
Akrual				Accruals
- pihak ketiga	272,571	10	270,766	third parties -
- pihak berelasi	31,034	10, 24c	-	related parties -
Kewajiban imbalan kerja jangka pendek	3,347	20	12,724	Short-term employee benefits obligations
Penghasilan tangguhan	108,136		84,358	Deferred income
Pinjaman bank jangka panjang				Long term bank loans
- bagian jatuh tempo dalam satu tahun	29,149	12	483,935	portion due - within one year
Jumlah liabilitas lancar	1,890,181		2,182,929	Total current liabilities
Liabilitas tidak lancar				Non-current liabilities
Pinjaman bank jangka panjang				Long term bank loans
- bagian jatuh tempo lebih dari satu tahun	1,566,531	12	2,475,161	portion due - over one year
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang	261,542	20	203,194	Long-term employee benefits obligations
Jumlah liabilitas tidak lancar	1,828,073		2,678,355	Total non-current liabilities
Jumlah liabilitas	3,718,254		4,861,284	Total liabilities
Ekuitas				Equity
Modal saham -				Share capital -
Modal dasar 3.911.120.640 lembar saham,				Authorised capital
modal ditempatkan dan disetor penuh 2.917.918.080 lembar saham yang terdiri dari:				3,911,120,640 shares, issued and fully paid
6.168.960 lembar saham seri A dengan nilai nominal Rp 5.000 per saham (nilai penuh);				2,917,918,080 shares that consist of:
259.096.320 lembar saham seri B dengan nilai nominal Rp 350 per saham (nilai penuh);				6,168,960 type A shares with par value
2.652.652.800 lembar saham seri C dengan nilai nominal Rp 100 per saham (nilai penuh)	386,794	13	386,794	Rp 5,000 per share (full amount);
Tambahan modal disetor	(3,571,934)	2a, 14	195,192	259,096,320 type B shares with par value Rp 350 per share (full amount);
				2,652,652,800 type C shares with par value Rp 100 per share (full amount)
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali	-	2a, 14	(3,767,126)	Additional paid in capital
Saldo laba				Difference in value from restructuring transactions among entites under common control
- Dicapang	116,397	15	10,950	Retained earnings
- Tidak dicadangkan	2,287,371		1,242,658	Appropriated -
Jumlah ekuitas	(781,372)		(1,931,532)	Unappropriated -
Jumlah liabilitas dan ekuitas	2,936,882		2,929,752	Total liabilities and equity
Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.				The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 3 Page

**LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**

 (Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**STATEMENTS OF COMPREHENSIVE INCOME
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2013 AND 2012**

 (Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

	<u>2013</u>	<u>Catatan/ Notes</u>	<u>2012</u>	
Pendapatan				Revenue
Penjualan eceran	4,043,639		3,174,824	Retail sales
Penjualan konsinyasi - bersih	2,673,621	16	2,406,876	Consignment sales - net
Pendapatan jasa	<u>37,066</u>		<u>35,232</u>	Service fees
Pendapatan bersih	6,754,326		5,616,932	Net revenue
Beban pokok pendapatan	<u>(2,391,274)</u>	17	<u>(1,910,789)</u>	Cost of revenue
Laba kotor	<u>4,363,052</u>		<u>3,706,143</u>	Gross profit
Beban usaha	(2,581,920)	18	(2,132,216)	Operating expenses
Keuntungan lainnya - bersih	<u>33,736</u>	19	<u>10,424</u>	Other gains - net
	<u>(2,548,184)</u>		<u>(2,121,792)</u>	
Laba operasi	<u>1,814,868</u>		<u>1,584,351</u>	Operating profit
Penghasilan keuangan	17,928		26,151	Finance income
Beban keuangan	<u>(309,174)</u>	12	<u>(451,507)</u>	Finance costs
Biaya keuangan - bersih	<u>(291,246)</u>		<u>(425,356)</u>	Finance expenses - net
Laba sebelum pajak penghasilan	1,523,622		1,158,995	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan	<u>(373,462)</u>	11c	<u>(388,114)</u>	Income tax expense
Laba tahun berjalan	<u>1,150,160</u>		<u>770,881</u>	Profit for the year
Pendapatan komprehensif lain	<u>-</u>		<u>-</u>	Other comprehensive income
Pendapatan komprehensif	<u>1,150,160</u>		<u>770,881</u>	Comprehensive income
Laba bersih per saham dasar dan dilusian (nilai penuh)	<u>394</u>	21	<u>264</u>	Net earnings per share basic and diluted (full amount)

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 4 Page

STATEMENTS OF CHANGES IN EQUITY
FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2013 AND 2012
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2013 DAN 2012
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

Catatan/ Notes	Modal saham/ Share capital	Tambahan modal disetor/ Additional paid in capital	Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sependiali/ Difference in value from restructuring transactions among entities under common control	Saldo laba/ Retained earnings		Jumlah/ Total	
				Dicadangkan/ Appropriated	Tidak dicadangkan/ Unappropriated		
Saldo 1 Januari 2012	386,794	195,192	(3,767,126)	6,250	476,477	(2,702,413)	Balance at 1 January 2012
Laba/pendapatan komprehensif tahun berjalan	-	-	-	-	770,881	770,881	<i>Profit/comprehensive income for the year</i>
Pencadangan saldo laba	-	-	-	4,700	(4,700)	-	<i>Appropriation of retained earnings</i>
Saldo 31 Desember 2012	<u>386,794</u>	<u>195,192</u>	<u>(3,767,126)</u>	<u>10,950</u>	<u>1,242,658</u>	<u>(1,931,532)</u>	Balance at 31 December 2012
Saldo 1 Januari 2013	386,794	195,192	(3,767,126)	10,950	1,242,658	(1,931,532)	Balance at 1 January 2013
Penyesuaian hubungan dengan penerapan PSAK No. 38 (revisi 2012)	-	(3,767,126)	3,767,126	-	-	-	<i>Adjustment in relation to implementation of SFAS No. 38 (revised 2012)</i>
Laba/pendapatan komprehensif tahun berjalan	-	-	-	-	1,150,160	1,150,160	<i>Profit/comprehensive income for the year</i>
Pencadangan saldo laba	-	-	-	105,447	(105,447)	-	<i>Appropriation of retained earnings</i>
Saldo 31 Desember 2013	<u>386,794</u>	<u>(3,571,934)</u>	<u>-</u>	<u>116,397</u>	<u>2,287,371</u>	<u>(781,372)</u>	Balance at 31 December 2013

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5 Page

**LAPORAN ARUS KAS
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**STATEMENTS OF CASH FLOWS
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2013 AND 2012**
(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

	2013	Catatan/ Notes	2012	
Arus kas dari aktivitas operasi				Cash flows from operating activities
Penerimaan dari pelanggan	13,937,039		11,975,982	Receipts from customers
Pembayaran kepada pemasok	(9,244,711)		(7,831,342)	Payments to suppliers
Pembayaran kepada karyawan dan lain-lain	(2,568,884)		(2,255,168)	Payments to employees and others
Kas yang dihasilkan dari operasi	2,123,444		1,889,472	Cash generated from operations
Penerimaan penghasilan bunga	17,928		26,151	Interest received
Pembayaran pajak penghasilan badan	(470,437)		(315,842)	Corporate income tax paid
Arus kas bersih yang dihasilkan dari aktivitas operasi	1,670,935		1,599,781	Net cash flows provided from operating activities
Arus kas dari aktivitas investasi				Cash flows from investing activities
Perolehan aset tetap	(162,307)		(161,808)	Acquisition of fixed assets
Pembayaran uang muka pembelian aset tetap	(76,965)		(79,295)	Advance payment for purchase of fixed assets
Pembayaran uang muka sewa	-		(272,761)	Advance payment for rental
Hasil dari penjualan aset tetap	1,355	7	1,058	Proceeds from sale of fixed assets
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi	(237,917)		(512,806)	Net cash flows used in investing activities
Arus kas dari aktivitas pendanaan				Cash flows from financing activities
Pembayaran pinjaman bank	(1,650,000)	12	(616,931)	Repayments of bank loans
Pembayaran pinjaman pihak ketiga	-	22	(1,237,817)	Payments of loan from third party
Penerimaan pinjaman bank - bersih	250,000	12	1,176,173	Proceeds from bank loans - net
Pembayaran beban bunga dan biaya bank	(274,281)		(325,445)	Payments of interest and bank charges
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	(1,674,281)		(1,004,020)	Net cash flows used in financing activities
(Penurunan)/kenaikan bersih kas dan setara kas	(241,263)		82,955	Net (decrease)/increase in cash and cash equivalents
Kas dan setara kas pada awal tahun	1,039,059		956,104	Cash and cash equivalents at the beginning of the year
Jumlah kas dan setara kas pada akhir tahun	797,796	5	1,039,059	Total cash and cash equivalents at the end of the year
Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya	(25,579)	5	(39,187)	Restricted cash and cash equivalents
Kas dan setara kas pada akhir tahun	772,217	5	999,872	Cash and cash equivalents at the end of the year

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 6 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**1. UMUM****a. Pendirian dan informasi umum**

PT Matahari Department Store Tbk ("Perusahaan") didirikan dengan nama PT Stephens Utama International Leasing Corp berdasarkan Akta Notaris Misahardi Wilamarta, S.H., No. 2 tanggal 1 April 1982. Akta pendirian ini disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C2-2611-HT.01.01.TH.82 tanggal 18 November 1982 serta diumumkan dalam Berita Negara No. 4, Tambahan No. 58 tanggal 14 Januari 1983.

Perusahaan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1982. Sejak tanggal 30 Oktober 2009, Perusahaan bergerak dalam usaha jaringan gerai serba ada yang menyediakan berbagai macam barang seperti pakaian, aksesoris, tas, sepatu, kosmetik, dan peralatan rumah tangga serta jasa konsultan manajemen.

Anggaran Dasar Perusahaan telah beberapa kali mengalami perubahan, diantaranya sesuai dengan Akta Notaris Stephanie Wilamarta, S.H., No. 61 tanggal 30 Oktober 2009, antara lain mengenai:

1. Perubahan dan penambahan maksud dan tujuan serta kegiatan usaha Perusahaan menjadi usaha di bidang perdagangan;
2. Perubahan nama Perusahaan menjadi PT Matahari Department Store Tbk; dan
3. Perubahan susunan Dewan Komisaris dan Dewan Direksi Perusahaan.

Perubahan tersebut disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 30 Oktober 2009 dan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-57063.AH.01.02 tahun 2009 tanggal 23 November 2009 dan telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan No. AHU-0077854.AH.01.09 Tahun 2009 tanggal 23 November 2009.

1. GENERAL**a. Establishment and general information**

PT Matahari Department Store Tbk (the "Company") was established as PT Stephens Utama International Leasing Corp based on Notarial Deed No. 2 dated 1 April 1982, of Misahardi Wilamarta, S.H.. The deed of establishment was approved by the Minister of Justice of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. C2-2611-HT.01.01.TH.82 dated 18 November 1982, and was published in the State Gazette No. 4 dated 14 January 1983, Supplement No. 58.

The Company started its commercial operations in 1982. Since 30 October 2009, the Company has engaged in the retail business for several types of products such as clothes, accessories, bags, shoes, cosmetics, and household appliances, and management consulting service.

The Articles of Association of the Company have been amended from time to time, and among others the amendment by Notarial Deed No. 61 dated 30 October 2009 of Stephanie Wilamarta, S.H. related to:

1. Change and addition of the Company's purpose, objective and business activity to trading activity;
2. Change of the Company's name to PT Matahari Department Store Tbk; and
3. Changes in the composition of the Company's Board of Commissioners and Board of Directors.

This amendment was approved in the Extraordinary General Meeting of the Shareholders on 30 October 2009 and by the Minister of Law and Human Rights in Decision Letter No. AHU-57063.AH.01.02 year 2009 dated 23 November 2009, and was registered in Company Register No. AHU-0077854.AH.01.09 Year 2009 dated 23 November 2009.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 7 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. UMUM (lanjutan)

a. Pendirian dan informasi umum (lanjutan)

Perubahan terakhir dimuat dalam Akta No. 22A tanggal 22 Agustus 2013 yang dibuat di hadapan Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H. mengenai perubahan komposisi Dewan Komisaris Perusahaan. Perubahan tersebut telah diterima oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam Surat Penerimaan Pemberitahuan Perubahan Data Perusahaan PT Matahari Department Store Tbk No. AHU-AH.01.10-42643 tanggal 18 Oktober 2013 dan telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan No. AHU-0095278.AH.01.09 Tahun 2013 tanggal 18 Oktober 2013.

Kantor pusat operasional Perusahaan berlokasi di Menara Matahari Lantai 15, Jl. Bulevar Palem Raya No. 7, Lippo Karawaci - Tangerang, Banten dan memiliki gerai-gerai yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia. Pada tanggal 31 Desember 2013, Perusahaan mengoperasikan 125 gerai (31 Desember 2012: 116 gerai) - tidak diaudit.

Kegiatan Perusahaan yang mempengaruhi efek yang diterbitkan sejak tanggal penawaran umum perdana sampai dengan tanggal 31 Desember 2013 adalah sebagai berikut:

1. GENERAL (continued)

a. Establishment and general information (continued)

The latest amendment was by Notarial Deed No. 22A dated 22 August 2013 of Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H. relating to the changes in the composition of the Board of Commissioners of the Company. This amendment was received by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia as stated in the Receipt of Notification for Amendment of Company's Data of PT Matahari Department Store Tbk No. AHU-AH.01.10-42643 dated 18 October 2013 and was registered in the Company Register No. AHU-0095278.AH.01.09 Year 2013, dated 18 October 2013.

The Company's operational head office is located in Menara Matahari Lantai 15, Jl. Bulevar Palem Raya No. 7, Lippo Karawaci - Tangerang, Banten, and the stores are located in cities throughout Indonesia. As at 31 December 2013, the Company operates 125 stores (31 December 2012: 116 stores) - unaudited.

The Company's corporate actions that affect the number of shares issued from the date of its initial public offering up to 31 December 2013 are as follows:

Tindakan/Action	Tahun/Year	Tambahan saham beredar setelah transaksi/ Additional shares issued after the transaction
Penawaran umum perdana saham seri A dengan nilai nominal Rp 1.000 (nilai penuh) Initial public offering of type A shares with par value of Rp 1,000 (full amount)	1989	2,140,000
Pencatatan tambahan saham seri A dengan nilai nominal Rp 1.000 (nilai penuh) Additional registration of type A shares with par value of Rp 1,000 (full amount)	1990	2,250,000

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 8 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. UMUM (lanjutan)

1. GENERAL (continued)

a. Pendirian dan informasi umum (lanjutan)

a. Establishment and general information
(continued)

Tindakan/Action	Tahun/Year	Tambahan saham beredar setelah transaksi/ Additional shares issued after the transaction
Pembagian saham bonus seri A dengan nilai nominal Rp 1.000 (nilai penuh) dengan ketentuan setiap pemegang lima (5) saham lama berhak memperoleh satu (1) saham bonus/ <i>Bonus stock of type A shares with par value of Rp 1,000 (full amount) with requisite of one (1) new share for every five (5) existing shares held</i>	1990	878,000
Pembagian saham bonus seri A dengan nilai nominal Rp 1.000 (nilai penuh) dengan ketentuan setiap pemegang satu (1) saham lama berhak memperoleh dua (2) saham bonus/ <i>Bonus stock of type A shares with par value of Rp 1,000 (full amount) with requisite of two (2) new shares for every one (1) existing share held</i>	1992	10,536,000
Pembagian dividen saham seri A dengan ketentuan setiap pemegang lima (5) lembar saham lama berhak memperoleh satu (1) dividen saham/ <i>Stock dividend of type A shares with requisite of one (1) new share for every five (5) existing shares held</i>	1994	3,160,800
Pencatatan tambahan saham seri A dengan nilai nominal Rp 1.000 (nilai penuh)/ <i>Additional registration of type A shares with par value of Rp 1,000 (full amount)</i>	1997	11,880,000
Penggabungan jumlah saham seri A melalui peningkatan nilai nominal seri A dari Rp 1.000 (nilai penuh) menjadi Rp 5.000 (nilai penuh)/ <i>Reverse stock split of type A shares by increasing par value from Rp 1,000 (full amount) to Rp 5,000 (full amount)</i>	Oktober/ October 2009	<u>(24.675,840)</u>
Jumlah saham seri A per 31 Desember 2013/ <i>Total type A shares as at 31 December 2013</i>		<u>6,168,960</u>
Penerbitan saham seri B dengan nilai nominal Rp 70 (nilai penuh) dengan ketentuan setiap pemegang 42 saham seri A berhak memperoleh satu (1) lembar saham seri B (Penawaran Umum Terbatas ("PUT") I)/ <i>Issuance of type B shares with par value Rp 70 (full amount) with requisite of one (1) type B share for every 42 type A shares (Limited Public Offering ("LPO") I)</i>	Juli/July 2001	1,295,481,600
Penggabungan jumlah saham seri B melalui peningkatan nilai nominal seri B dari Rp 70 (nilai penuh) menjadi Rp 350 (nilai penuh)/ <i>Reverse stock split of type B shares by increasing par value from Rp 70 (full amount) to Rp 350 (full amount)</i>	Oktober/ October 2009	<u>(1.036.385,280)</u>
Jumlah saham seri B per 31 Desember 2013/ <i>Total type B shares as at 31 December 2013</i>		<u>259,096,320</u>

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 9 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. UMUM (lanjutan)

a. Pendirian dan informasi umum (lanjutan)

1. GENERAL (continued)

a. Establishment and general information
(continued)

Tindakan/Action	Tahun/Year	Tambahan saham beredar setelah transaksi/ Additional shares issued after the transaction
Penerbitan saham seri C dengan nilai nominal Rp 100 (nilai penuh) (PUT II) <i>Issuance of type C shares with par value of Rp 100 (full amount) (LPO II)</i>	Oktober/ October 2009	<u>2,652,652,800</u>
Jumlah saham seri C per 31 Desember 2013/ <i>Total type C shares as at 31 December 2013</i>		<u><u>2,652,652,800</u></u>

Susunan Dewan Komisaris dan Dewan
Direksi Perusahaan adalah sebagai berikut:*The compositions of the Company's Board
of Commissioners and Board of Directors
were as follows:*

	2013	2012	
Dewan Komisaris			Board of Commissioners
Presiden Komisaris	John Bellis	John Bellis	President Commissioner
Komisaris Independen	Jonathan L. Parapak	Jonathan L. Parapak William Travis Saucer	Independent Commissioners
Komisaris	Roy Kuan Rene Mang Wing Ming Henry Jani Liando William Travis Saucer	Roy Kuan Rene Mang Wing Ming Henry Jani Liando Artapong Pomdhit	Commissioners
Dewan Direksi			Board of Directors
Presiden Direktur	Bunjamin J. Mailool	Bunjamin J. Mailool	President Director
Wakil Presiden Direktur	Larry Michael Remsen	Larry Michael Remsen	Vice President Director
Direktur	Sigit Prasetya Wai Hoong Fock Joo Suk Kim Andre Rumantir	Sigit Prasetya Wai Hoong Fock Joo Suk Kim Andre Rumantir	Directors

Susunan Komite Audit Perusahaan adalah
sebagai berikut:*The compositions of the Company's Audit
Committee were as follows:*

	2013	2012	
Ketua	Jonathan L. Parapak	Jonathan L. Parapak	Chairman
Anggota	Rene Mang Wing Ming Loh Min Jiann Lim Kwang Tak	Rene Mang Wing Ming Loh Min Jiann Lim Kwang Tak	Members

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk**Halaman 10 Page****CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012***(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)***1. UMUM (lanjutan)****b. Penggabungan usaha dengan PT Meadow Indonesia**

Berdasarkan rapat umum pemegang saham luar biasa pada tanggal 20 September 2011 yang diaktakan dengan Akta Notaris Ny. Poerbaningsih Adi Warsito No. 32 tanggal 20 September 2011 dan telah diterima oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Penerimaan Pemberitahuan Penggabungan PT Matahari Department Store Tbk No. AHU-AH.01.10-30555 tanggal 26 September 2011 dan telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan No. AHU-0077329.AH.01.09 Tahun 2011 tanggal 26 September 2011 dan Perbaikan Surat Penerimaan Pemberitahuan Penggabungan PT Matahari Department Store Tbk No. AHU.2-AH.01.01-341 tanggal 13 Januari 2012, pemegang saham Perusahaan yang tidak mempunyai benturan kepentingan (independen) dengan suara mayoritas menyetujui antara lain hal-hal sebagai berikut:

- Menyetujui penggabungan Perusahaan dengan entitas induk Perusahaan (PT Meadow Indonesia), yang berlaku efektif sejak tanggal 30 September 2011.
- Menyetujui Rancangan Penggabungan Perusahaan dengan PT Meadow Indonesia.
- Menyetujui Konsep Akta Penggabungan Perusahaan dengan PT Meadow Indonesia.
- Mengubah jenis Perusahaan dari Non Fasilitas Umum menjadi Fasilitas Penanaman Modal Asing (PMA).
- Menetapkan susunan pemegang saham Perusahaan yang baru.

Keputusan pemegang saham independen didukung oleh pemegang saham yang mempunyai benturan kepentingan (dependen).

1. GENERAL (continued)**b. Merger with PT Meadow Indonesia**

Based on the extraordinary shareholders' general meeting dated 20 September 2011 which was notarised by Notarial Deed No.32 Ny. Poerbaningsih Adi Warsito dated 20 September 2011 and was received by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in the Receipt of Notification for Merger of PT Matahari Department Store Tbk No. AHU-AH.01.10-30555 dated 26 September 2011 and was registered in Company Register No. AHU-0077329.AH.01.09 Year 2011, dated 26 September 2011 and Correction of Receipt of Notification for Merger of PT Matahari Department Store Tbk No. AHU.2-AH.01.01-341 dated 13 January 2012, the Company's shareholders who do not have a conflict of interest (independent) by majority approved the following matters:

- To approve the Company's merger with its parent company (PT Meadow Indonesia), which was effective from 30 September 2011.*
- To approve the Merger Plan of the Company with PT Meadow Indonesia.*
- To approve the Concept of Merger Deed of the Company with PT Meadow Indonesia.*
- To change the type of the Company from a Non-Public Facilities Company to a Foreign Investment Facilities Company (PMA).*
- To determine the new shareholders composition.*

The decisions of the independent shareholders are supported by shareholders who have a conflict of interest (dependent).

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 11 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**1. UMUM (lanjutan)****b. Penggabungan usaha dengan PT Meadow Indonesia (lanjutan)**

Perubahan jenis Perusahaan dari Non Fasilitas Umum menjadi PMA juga telah disetujui oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal ("BKPM") berdasarkan Surat Keputusan Kepala BKPM No. 9/1/IU/IV/PMA/PERDAGANGAN/2011 tanggal 20 Oktober 2011 tentang izin usaha penggabungan perusahaan penanaman modal.

Pada tanggal 28 Desember 2011, Perusahaan mengajukan permohonan penggabungan usaha menggunakan nilai buku berdasarkan ketentuan perpajakan kepada Direktorat Jenderal Pajak. Permohonan ini disetujui pada tanggal 11 Mei 2012.

Sebagai hasil penggabungan, maka pada tanggal efektif penggabungan usaha tersebut, badan hukum PT Meadow Indonesia bubar demi hukum dan seluruh aset dan liabilitas PT Meadow Indonesia beralih kepada Perusahaan (lihat Catatan 3).

1. GENERAL (continued)**b. Merger with PT Meadow Indonesia (continued)**

The change in the type of the Company from a Non-Public Facilities Company to PMA has also been approved by the Investment Coordinating Board ("BKPM") based on Head of BKPM Decision Letter No. 9/1/IU/IV/PMA/PERDAGANGAN/2011 dated 20 October 2011 about the business license of merger capital investment company.

On 28 December 2011, the Company submitted a tax neutral merger application by using book value in accordance with tax regulation to the Directorate General of Taxes. The proposal was approved on 11 May 2012.

As a result of the merger, as from the effective date of the merger, the legal entity of PT Meadow Indonesia is dissolved by law and all assets and liabilities of PT Meadow Indonesia are transferred to the Company (see Note 3).

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING

Laporan keuangan Perusahaan disusun oleh Dewan Direksi dan diselesaikan pada tanggal 14 Februari 2014.

Laporan keuangan telah disusun sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia.

Berikut ini adalah ikhtisar kebijakan akuntansi penting yang diterapkan dalam penyusunan laporan keuangan Perusahaan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia dan peraturan yang ditetapkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Indonesia (BAPEPAM-LK) (sekarang menjadi Otoritas Jasa Keuangan atau OJK) No. VIII.G.7 dan Keputusan No. KEP-347/BL/2012 tentang Penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emiten atau Perusahaan Publik.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Company's financial statements were prepared by the Board of Directors and completed on 14 February 2014.

The financial statements have been prepared in accordance with the Indonesian Financial Accounting Standards.

Presented below is the summary of the significant accounting policies adopted for the preparation of the financial statements of the Company, which conform to the Indonesian Financial Accounting Standards and the regulations imposed by the Indonesian Capital Market and Financial Institution Supervisory Agency (BAPEPAM-LK) (currently Otoritas Jasa Keuangan or OJK) No. VIII.G.7 and Decree No. KEP-347/BL/2012 regarding the Financial Statements Presentation and Disclosure for Public Company.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 12 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****a. Dasar penyusunan laporan keuangan**

Laporan keuangan disusun berdasarkan konsep harga perolehan yang dimodifikasi dengan aset dan liabilitas keuangan (termasuk instrumen derivatif) pada nilai wajar melalui laba rugi, dan menggunakan dasar akrual, kecuali untuk laporan arus kas.

Laporan arus kas disusun menggunakan metode langsung dengan mengelompokkan arus kas atas dasar kegiatan operasi, investasi dan pendanaan.

Estimasi akuntansi yang signifikan yang diterapkan dalam penyusunan laporan keuangan Perusahaan diungkapkan pada Catatan 4.

Angka di dalam laporan keuangan dibulatkan dan dinyatakan dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain.

Perubahan pada pernyataan standar akuntansi keuangan

Pada tanggal 1 Januari 2013, Perusahaan menerapkan pernyataan standar akuntansi keuangan ("PSAK") revisi yang efektif sejak tanggal tersebut. Perubahan kebijakan akuntansi Perusahaan telah dibuat seperti yang disyaratkan, sesuai dengan ketentuan transisi dalam standar.

Penerapan revisi standar yang relevan dengan operasi Perusahaan dan memberikan dampak pada laporan keuangan adalah PSAK No. 38 (Revisi 2012): "Kombinasi Bisnis pada Entitas Sepengendali".

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****a. Basis of preparation of the financial statements**

The financial statements have been prepared on the historical cost concept as modified by the financial assets and financial liabilities (including derivative instruments) at fair value through profit or loss, and using the accrual basis, except for the statements of cash flows.

The statements of cash flows were prepared using the direct method by classifying cash flows on the basis of operating, investing and financing activities.

Significant accounting estimate applied in the preparation of these financial statements are disclosed in Note 4.

Figures in the financial statements are rounded to and expressed in millions of Rupiah unless otherwise stated.

Changes to the statement of financial accounting standards

On 1 January 2013, the Company adopted revised statements of financial accounting standards ("SFAS") that are mandatory for application from that date. Changes to the Company's accounting policies have been made as required, in accordance with the transitional provisions in the standards.

The adoption of the revised standard, which are relevant to the Company's operations and resulted in an effect on the financial statements is SFAS No. 38 (Revised 2012): "Business Combination on Entities under Common Control".

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 13 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****a. Dasar penyusunan laporan keuangan
(lanjutan)****Perubahan pada pernyataan standar
akuntansi keuangan (lanjutan)**

Standar ini diterapkan secara prospektif, dengan ketentuan bahwa saldo "selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali" berdasarkan PSAK No. 38 (2004) pada tanggal awal penerapan PSAK No. 38 (Revisi 2012), di 1 Januari 2013, disajikan di ekuitas dalam "tambahan modal disetor", dan selanjutnya tidak dapat diakui sebagai laba rugi direalisasi maupun direklasifikasi ke saldo laba.

Pada tanggal 1 Januari 2013, selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas pengendali sebesar Rp 3.767.126 disajikan ke dalam "tambahan modal disetor".

Standar baru, revisi dan interpretasi yang telah diterbitkan, namun belum berlaku efektif untuk tahun buku yang dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2013 adalah sebagai berikut:

- ISAK No. 27 "Pengalihan Aset dari Pelanggan"
- ISAK No. 28 "Pengakhiran Liabilitas Keuangan dengan Instrumen Ekuitas"
- PSAK No. 67 "Pengungkapan Kepentingan dalam Entitas Lain" *)
- PSAK No. 68 "Pengukuran Nilai Wajar" *)
- PSAK No. 1 (revisi 2013) "Penyajian Laporan Keuangan" *)
- PSAK No. 4 (revisi 2013) "Laporan Keuangan Tersendiri" *)
- PSAK No. 24 (revisi 2013) "Imbalan Kerja" *)

ISAK 27 dan 28 berlaku untuk tahun buku yang dimulai sejak 1 Januari 2014, sedangkan revisi dan standar baru lainnya akan berlaku efektif pada tahun buku yang dimulai 1 Januari 2015.

Pada saat penerbitan laporan keuangan, manajemen sedang mempelajari dampak yang mungkin timbul dari penerapan standar baru dan revisi tersebut serta pengaruhnya pada laporan keuangan Perusahaan.

*) Penerapan dini revisi dan standar baru diatas sebelum 1 Januari 2015 tidak diijinkan.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****a. Basis of preparation of the financial
statements (continued)****Changes to the statement of financial
accounting standards (continued)**

This standard shall be applied prospectively, with the requirement that the balance of "difference in value from restructuring transactions among entities under common control" based on SFAS No. 38 (2004) at the first implementation of SFAS No. 38 (Revised 2012), on 1 January 2013, is presented in equity as part of "additional paid in capital", and will not be recognised as a realised gain/loss or reclassified into retained earnings.

On 1 January 2013, the difference in value from restructuring transactions under common control amounting to Rp 3,767,126 was presented in "additional paid in capital".

New standards, amendments and interpretations issued but not yet effective for the financial year beginning 1 January 2013 are as follows:

- IFAS No. 27 "Transfer of Assets from Customer"
- IFAS No. 28 "Extinguishing Financial Liabilities with Equity Instrument"
- SFAS No. 67 "Disclosure of Interests in Other Entities" *)
- SFAS No. 68 "Fair Value Measurement" *)
- SFAS No. 1 (revised 2013) "Presentation of Financial Statements" *)
- SFAS No. 4 (revised 2013) "Separate Financial Statements" *)
- SFAS No. 24 (revised 2013) "Employee Benefits" *)

IFAS 27 and 28 will become effective for the annual period beginning 1 January 2014 while the other new and revised standards will become effective for the annual period beginning 1 January 2015.

As at the authorisation date of these financial statements, the company is evaluating the potential impact of these new and revised SFAS.

*) Early adoption of these new and revised standards prior to 1 January 2015 is not permitted.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 14 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****b. Penjabaran mata uang asing**

Laporan keuangan disajikan dalam Rupiah yang merupakan mata uang fungsional dan penyajian Perusahaan.

Transaksi dalam mata uang asing dijabarkan ke dalam mata uang Rupiah dengan menggunakan kurs yang berlaku pada tanggal transaksi.

Aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing dijabarkan ke dalam mata uang Rupiah dengan menggunakan kurs yang berlaku pada tanggal laporan posisi keuangan.

Keuntungan dan kerugian selisih kurs yang timbul dari penyelesaian transaksi dalam mata uang asing dan dari penjabaran aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing diakui di dalam laporan laba rugi komprehensif.

c. Transaksi dengan pihak-pihak berelasi

Perusahaan mempunyai transaksi dengan pihak-pihak berelasi. Definisi pihak-pihak berelasi yang dipakai adalah definisi yang diatur dalam PSAK No. 7 (Revisi 2010) "Pengungkapan Pihak-pihak Berelasi".

d. Instrumen keuangan disalinghapus

Aset keuangan dan liabilitas keuangan disalinghapus dan jumlah netonya dilaporkan pada laporan posisi keuangan ketika terdapat hak yang berkekuatan hukum untuk melakukan saling hapus atas jumlah yang telah diakui tersebut dan adanya niat untuk menyelesaikan secara neto, atau untuk merealisasikan aset dan menyelesaikan liabilitas secara bersamaan.

e. Kas dan setara kas

Kas dan setara kas mencakup kas, simpanan pada bank yang sewaktu-waktu dapat dicairkan dan investasi likuid jangka pendek lainnya dengan jangka waktu jatuh tempo tiga bulan atau kurang.

Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya, disajikan dalam laporan posisi keuangan sebagai "kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya" pada aset tidak lancar.

b. Foreign currency translation

The financial statements are presented in Rupiah, which is the functional and presentation currency of the Company.

Foreign currency transactions are translated into Rupiah using the exchange rates prevailing at the dates of the transactions.

Foreign currency monetary assets and liabilities are translated into Rupiah at the rates of exchange prevailing at the statements of financial position date.

Foreign exchange gains and losses resulting from the settlement of foreign currency transactions and from the translation of monetary assets and liabilities denominated in foreign currency are recognised in the statements of comprehensive income.

c. Related parties transactions

The Company has transactions with related parties. The definition of related parties used is in accordance with SFAS No. 7 (Revised 2010) "Related Party Disclosures".

d. Offsetting financial instruments

Financial assets and liabilities are offset and the net amount is reported in the statements of financial position when there is a legally enforceable right to offset the recognised amounts and there is an intention to settle on a net basis, or realise the asset and settle the liability simultaneously.

e. Cash and cash equivalents

Cash and cash equivalents include cash on hand, deposits held at call with banks and other short-term highly liquid investments with original maturities of three months or less.

Cash and cash equivalents which are restricted in use, are presented in the statement of financial position as "restricted cash and cash equivalents" in the non-current assets.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 15 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012***(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)***2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****f. Piutang usaha dan piutang lain-lain**

Piutang usaha dan piutang lain-lain pada awalnya diakui sebesar nilai wajar dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode bunga efektif, kecuali efek diskontonya tidak material, setelah dikurangi provisi untuk penurunan nilai piutang.

Provisi untuk penurunan nilai piutang dibentuk pada saat terdapat bukti obyektif bahwa saldo piutang tidak dapat ditagih. Piutang ragu-ragu dihapuskan pada saat piutang tersebut tidak tertagih.

f. Trade and other receivables

Trade and other receivables are recognised initially at fair value and subsequently measured at amortised cost using the effective interest method, except where the effect of discounting would be immaterial, less provision for receivable impairment.

Provision for receivable impairment is established when there is objective evidence that the outstanding amounts will not be collected. Doubtful accounts are written-off during the period in which they are determined to be not collectible.

g. Persediaan

Persediaan dinyatakan pada nilai yang lebih rendah antara harga perolehan dan nilai realisasi bersih. Harga perolehan ditentukan dengan menggunakan metode eceran.

Nilai realisasi bersih adalah estimasi harga penjualan dalam kegiatan usaha normal dikurangi estimasi beban penjualan.

Persediaan Perusahaan tidak termasuk persediaan konsinyasi.

Risiko kehilangan persediaan ditentukan berdasarkan estimasi dari pengalaman sebelumnya dan disesuaikan kembali pada tanggal perhitungan fisik persediaan. Beban kehilangan persediaan dicatat sebagai beban pokok pendapatan pada periode berjalan.

g. Inventories

Inventories are stated at the lower of cost or net realisable value. Cost is determined using the retail method.

Net realisable value is the estimate of the selling price in the ordinary course of business, less the estimated selling expenses.

The Company's inventories exclude consignment stocks.

Risk from inventory loss was estimated based on past experience and adjusted after a physical count of inventories. Cost from inventory loss was recorded as a current period cost of revenue.

h. Beban dibayar dimuka

Beban dibayar dimuka diamortisasi dengan menggunakan metode garis lurus selama periode manfaat yang diharapkan.

h. Prepaid expenses

Prepaid expenses are amortised using the straight-line method over the period of expected benefit.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 16 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****i. Sewa operasi**

Sewa yang risiko dan manfaat kepemilikannya ada di pihak yang menyewakan diperlakukan sebagai transaksi sewa-menyewa biasa (*operating leases*). Pembayaran sewa-menyewa biasa dicatat sebagai beban berdasarkan metode alokasi yang mencerminkan pola waktu dari manfaat yang dinikmati Perusahaan.

j. Aset tetap

Aset tetap diakui sebesar harga perolehan dikurangi dengan akumulasi penyusutan. Harga perolehan mencakup semua pengeluaran yang terkait secara langsung dengan perolehan aset tetap tersebut.

Penyusutan aset tetap untuk mengalokasikan biaya perolehan hingga mencapai nilai sisa sepanjang estimasi masa manfaatnya sebagai berikut:

	<u>Metode/Method</u>	<u>Tahun/Years</u>	
Renovasi bangunan	Garis lurus/ <i>Straight-line</i>	5	<i>Building renovation</i>
Peralatan dan instalasi	Saldo-menurun ganda/ <i>Double declining</i>	8 - 14	<i>Equipment and installation</i>
Kendaraan	Saldo-menurun ganda/ <i>Double declining</i>	4	<i>Vehicles</i>

Nilai residu dan masa manfaat aset ditelaah, dan jika perlu disesuaikan, pada setiap tanggal laporan posisi keuangan.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****i. Operating leases**

Leases under which all the risks and benefits of ownership are effectively retained by the lessor are classified as operating leases. Operating lease payments are recorded as an expense based on an allocation method that reflects the time pattern of benefits enjoyed by the Company.

j. Fixed assets

Fixed assets are stated at cost less accumulated depreciation. Cost includes expenditures that are directly attributable to the acquisition of the asset.

Depreciation on fixed assets is calculated to allocate their cost to their residual values over their estimated useful lives, as follows:

The assets' residual values and useful lives are reviewed, and adjusted if appropriate, at each statements of financial position date.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 17 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****j. Aset tetap (lanjutan)**

Biaya-biaya setelah pengakuan awal aset diakui sebagai bagian dari nilai tercatat aset atau sebagai aset yang terpisah, sebagaimana mestinya, hanya apabila kemungkinan besar Perusahaan akan mendapatkan manfaat ekonomis masa depan berkenaan dengan aset tersebut dan biaya perolehan aset dapat diukur dengan andal. Nilai tercatat komponen yang diganti tidak lagi diakui. Semua perbaikan dan pemeliharaan lainnya dibebankan ke dalam laporan laba rugi komprehensif selama periode dimana perbaikan dan pemeliharaan tersebut terjadi.

Apabila aset tetap dilepas, maka nilai tercatat dan akumulasi penyusutannya dikeluarkan dari laporan keuangan dan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan atas pelepasan aset tetap diakui dalam laporan laba rugi komprehensif.

Aset dalam pembangunan dinyatakan sebesar biaya perolehan dan disajikan sebagai bagian dari aset tetap. Akumulasi biaya perolehan akan dipindahkan ke masing-masing akun aset tetap yang bersangkutan pada saat aset tersebut selesai dikerjakan dan siap digunakan. Penyusutan mulai dibebankan pada saat aset tersebut siap digunakan.

k. Penurunan nilai aset tetap dan aset tidak lancar lainnya

Aset tetap dan aset tidak lancar lainnya ditelaah untuk mengetahui apakah telah terjadi penurunan nilai bilamana terdapat kejadian atau perubahan keadaan yang mengindikasikan bahwa nilai tercatat aset tersebut tidak dapat diperoleh kembali. Kerugian akibat penurunan nilai diakui sebesar selisih antara nilai tercatat aset dengan nilai yang dapat diperoleh kembali dari aset tersebut. Nilai yang dapat diperoleh kembali adalah nilai yang lebih tinggi antara nilai wajar dikurangi beban penjualan dengan nilai pakai aset. Dalam rangka mengukur penurunan nilai, aset dikelompokkan hingga unit terkecil yang menghasilkan arus kas terpisah.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****j. Fixed assets (continued)**

Subsequent costs are included in the asset's carrying amount or recognised as a separate asset, as appropriate, only when it is probable that future economic benefits associated with the asset will flow to the Company and the cost of the item can be measured reliably. The carrying amount of the replaced part is derecognised. All other repairs and maintenance are charged to statements of comprehensive income during the financial period in which they are incurred.

When fixed assets are disposed of, their carrying values and the related accumulated depreciation are eliminated from the financial statements and the resulting gain or loss on the disposal of fixed assets is recognised in the statements of comprehensive income.

Assets under construction are stated at historical cost and presented as part of fixed assets. The accumulated costs will be reclassified to the appropriate fixed assets account when construction is completed and the asset is ready for its intended use. Depreciation is charged from the date when the assets are ready for use.

k. Impairment of fixed assets and other non-current assets

Fixed assets and other non-current assets are reviewed for impairment whenever events or changes in circumstances indicate that the carrying amount may not be recoverable. An impairment loss is recognised for the amount by which the carrying amount of the asset exceeds its recoverable amount. The recoverable amount is the higher of an asset's fair value less cost to sell and value in use. For the purposes of assessing impairment, assets are grouped at the lowest levels for which there are separately identifiable cash flows.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 18 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****l. Utang usaha**

Utang usaha adalah kewajiban membayar barang atau jasa yang telah diterima dalam kegiatan usaha normal dari pemasok. Utang usaha diklasifikasikan sebagai liabilitas jangka pendek jika pembayarannya jatuh tempo dalam waktu satu tahun atau kurang (atau dalam siklus operasi normal, jika lebih lama). Jika tidak, utang tersebut disajikan sebagai liabilitas jangka panjang.

Utang usaha pada awalnya diakui sebesar nilai wajar dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode suku bunga efektif, kecuali jika efek diskontonya tidak material.

m. Provisi

Provisi diakui apabila Perusahaan mempunyai kewajiban kini (baik bersifat hukum maupun konstruktif) sebagai akibat peristiwa masa lalu dan besar kemungkinan penyelesaian kewajiban tersebut mengakibatkan arus keluar sumber daya dan kewajiban tersebut dapat diestimasi dengan andal.

n. Penghasilan tangguhan

Penghasilan tangguhan terdiri dari akrual poin loyalitas dikalikan dengan estimasi tingkat pertukaran konversi dan poin loyalitas yang sudah ditukarkan dengan kupon belanja tetapi belum digunakan. Penghasilan tangguhan diakui sebagai liabilitas dalam laporan posisi keuangan dan dikreditkan ke laporan laba rugi komprehensif berdasarkan estimasi tingkat pertukaran konversi atas poin dan penggunaan kupon tersebut.

o. Pinjaman

Pada saat pengakuan awal, pinjaman diakui sebesar nilai wajar, dikurangi dengan biaya-biaya transaksi yang terjadi. Selanjutnya, pinjaman diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode suku bunga efektif.

Pinjaman diklasifikasikan sebagai liabilitas jangka panjang kecuali yang akan jatuh tempo dalam waktu 12 bulan setelah tanggal laporan posisi keuangan.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****l. Trade payables**

Trade payables are obligations to pay for goods or services that have been acquired in the ordinary course of business from suppliers. Accounts payable are classified as current liabilities if payment is due within one year or less (or in the normal operating cycle of the business if longer). If not, they are presented as non-current liabilities.

Trade payables are initially measured at fair value and subsequently measured at amortised cost using the effective interest method, except where the effect of discounting would be immaterial.

m. Provisions

Provisions are recognised when the Company has a present obligation (legal as well as constructive) as a result of past events and when it is probable that an outflow of resources embodying economic benefits will be required to settle the obligation and a reliable estimate of the amount of the obligation can be made.

n. Deferred income

Deferred income is comprised of the value of accrued loyalty points multiplied by estimated redemption rate and the value of loyalty points exchanged for gift vouchers that have not yet been used. Deferred income is recorded as a liability in the statements of financial position and credited to the statements of comprehensive income based on estimated redemption rates of the point and coupon usage.

o. Borrowings

Borrowings are initially recognised at fair value, net of transaction costs incurred. Subsequently, borrowings are stated at amortised cost using the effective interest method.

Borrowings are classified under non-current liabilities unless their maturities are within 12 months after the statements of financial position date.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 19 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****o. Pinjaman (lanjutan)**

Beban yang dibayarkan pada saat fasilitas berjangka diterima diakui sebagai biaya transaksi pinjaman berjangka apabila besar kemungkinan bahwa sebagian atau seluruh fasilitas akan ditarik. Dalam hal ini, beban ditangguhkan sampai dengan penarikan terjadi. Sejauh tidak ada bukti bahwa besar kemungkinan beberapa atau semua fasilitas akan ditarik, beban tersebut dikapitalisasi sebagai pembayaran di muka untuk jasa likuiditas dan diamortisasi selama jangka waktu fasilitas tersebut.

p. Imbalan kerja**Imbalan kerja jangka pendek**

Imbalan kerja jangka pendek diakui pada saat terutang kepada karyawan.

Imbalan kerja jangka pendek termasuk upah, gaji, bonus dan insentif.

Imbalan pensiun

Imbalan pensiun dihitung berdasarkan kewajiban yang diberikan berdasarkan Peraturan Perusahaan dan Undang-Undang Ketenagakerjaan No. 13/2003.

Kewajiban imbalan kerja yang diakui pada laporan posisi keuangan sehubungan dengan imbalan pensiun merupakan nilai kini kewajiban imbalan pasti pada tanggal laporan posisi keuangan dan penyesuaian atas keuntungan atau kerugian aktuarial dan beban jasa lalu yang belum diakui. Kewajiban imbalan pensiun dihitung oleh aktuaris independen dengan menggunakan metode *projected unit credit*.

Nilai kini kewajiban imbalan pasti ditentukan dengan mendiskontokan estimasi arus kas masa depan dengan menggunakan tingkat bunga obligasi pemerintah jangka panjang pada tanggal laporan posisi keuangan dalam mata uang Rupiah, sesuai dengan mata uang di mana imbalan tersebut akan dibayarkan, dan yang memiliki jangka waktu yang sama dengan liabilitas imbalan pensiun yang bersangkutan.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****o. Borrowings (continued)**

Fees paid on the establishment of term loan facilities are recognised as transaction costs of the term loan facilities to the extent that it is probable that some or all of the facility will be drawn down. In this case, the fee is deferred until the draw-down occurs. To the extent there is no evidence that it is probable that some or all of the facility will be drawn down, the fee is capitalised as a prepayment for liquidity services and amortised over the period of the facility to which it relates.

p. Employee benefits**Short-term employee benefits**

Short-term employee benefits are recognised when they accrue to the employees.

Short-term employee benefits include wages, salaries, bonus and incentives.

Retirement benefits

Retirement benefits are calculated based on benefits obligations provided under the Company Regulation and Labour Law No. 13/2003.

The employee benefits obligations recognised in the statements of financial position in respect of retirement benefits are the present value of the defined benefit obligation at the statements of financial position date, and adjusted by unrecognised actuarial gains or losses and unrecognised past service costs. The defined benefit obligation is calculated by independent actuaries using the projected unit credit method.

The present value of the defined benefit obligation is determined by discounting the estimated future cash outflows using interest rates at the statements of financial position date of long term government bonds that are denominated in Rupiah, in which the benefits will be paid, and that have terms to maturity similar to the related retirement benefits liability.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 20 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****p. Imbalan kerja (lanjutan)****Imbalan pensiun (lanjutan)**

Biaya jasa lalu diakui secara langsung di laporan laba rugi komprehensif, kecuali perubahan terhadap program pensiun tersebut mensyaratkan karyawan tersebut untuk bekerja selama periode waktu tertentu. Dalam hal ini, biaya jasa lalu akan diamortisasi secara garis lurus sepanjang periode tersebut.

Keuntungan dan kerugian aktuarial yang timbul dari penyesuaian dan perubahan dalam asumsi-asumsi aktuarial yang jumlahnya melebihi 10% dari nilai kini kewajiban imbalan pasti, dibebankan atau dikreditkan ke laporan laba rugi komprehensif selama rata-rata sisa masa kerja yang diharapkan dari karyawan tersebut.

q. Perpajakan

Beban pajak suatu periode terdiri dari pajak kini dan pajak tangguhan. Pajak tersebut diakui dalam laporan laba rugi komprehensif, kecuali untuk pajak penghasilan yang berasal dari transaksi atau kejadian yang langsung diakui ke ekuitas. Dalam hal ini, pajak penghasilan diakui dalam ekuitas.

Beban pajak kini dihitung berdasarkan peraturan perpajakan yang berlaku pada tanggal pelaporan keuangan.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****p. Employee benefits (continued)****Retirement benefits (continued)**

Past-service costs are recognised in statements of comprehensive income, unless the changes to the retirement plan are conditional on the employees remaining in service for a specified period of time. In this case, the past-service costs are amortised on a straight-line basis over that period.

Actuarial gains and losses arising from experience adjustments and changes in actuarial assumptions in excess of the 10% of the present value of the defined benefit obligations are charged or credited to statements of comprehensive income over the employees' expected average remaining working lives.

q. Taxation

The tax expense for the period comprises current and deferred tax. Tax is recognised in the statements of comprehensive income, except to the extent that it relates to items recognised directly in equity. In this case, the tax is recognised in equity.

The current income tax charge is calculated on the basis of the tax laws enacted at the reporting date.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 21 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****q. Perpajakan (lanjutan)****q. Taxation (continued)**

Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 238/PMK.03/2008 tanggal 30 Desember 2008 mengenai Tata Cara Pelaksanaan dan Pengawasan Pemberian Penurunan Tarif bagi Wajib Pajak Badan Dalam Negeri yang berbentuk Perseroan Terbuka dan Peraturan Pemerintah No. 77 tahun 2013, wajib pajak dapat memperoleh penurunan tarif pajak penghasilan sebesar 5% lebih rendah dari tarif tertinggi.

Based on the Regulation of the Minister of Finance of the Republic of Indonesia No. 238/PMK.03/2008 dated 30 December 2008 regarding Procedure for Implementing and Supervising the Granting of Tariff Decrease for Resident Corporate Taxpayer with Legal Status as Publicly Listed Company and Government Regulation No. 77 of 2013, a taxpayer can obtain a decrease of tariff of income tax amounting to 5% lower than the highest tariff.

Berdasarkan Laporan Kepemilikan Saham Emiten dari PT Sharestar Indonesia, selaku Biro Administrasi Efek Perusahaan, diketahui bahwa Perusahaan telah memenuhi ketentuan di atas sejak 30 September 2013. Oleh karenanya, Manajemen menggunakan tarif pajak perseroan sebesar 20% untuk tahun pajak yang berakhir pada 31 Desember 2013.

Based on shareholding information from PT Sharestar Indonesia, the Company's share registrar, the Company has fulfilled the above regulations since 30 September 2013. As such, Management has used an income tax tariff of 20% for the fiscal year ended 31 December 2013.

Pajak penghasilan tangguhan diakui dengan menggunakan metode *balance sheet liability*, untuk semua perbedaan temporer antara dasar pengenaan pajak atas aset dan liabilitas dengan nilai tercatatnya pada laporan keuangan.

Deferred income tax is provided using the balance sheet liability method, for all temporary differences arising between the tax bases of assets and liabilities and their carrying values in the financial statements.

Pajak penghasilan tangguhan ditentukan dengan menggunakan tarif pajak yang telah diberlakukan atau secara substansi telah diberlakukan pada tanggal laporan posisi keuangan dan diharapkan berlaku pada saat aset pajak tangguhan direalisasi atau liabilitas pajak tangguhan diselesaikan.

Deferred income tax is determined using tax rates that have been enacted or substantially enacted as at the statements of financial position date and are expected to apply when the related deferred tax asset is realised or the deferred tax liability is settled.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 22 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****q. Perpajakan (lanjutan)**

Aset pajak tangguhan diakui apabila besar kemungkinan jumlah penghasilan kena pajak di masa depan akan memadai untuk dikompensasi dengan perbedaan temporer yang masih dapat dimanfaatkan.

Manajemen secara periodik mengevaluasi posisi yang dilaporkan di Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) sehubungan dengan situasi di mana aturan pajak yang berlaku membutuhkan interpretasi. Jika perlu, manajemen menentukan provisi berdasarkan jumlah yang diharapkan akan dibayar kepada otoritas pajak.

r. Pengakuan pendapatan dan beban

Penjualan eceran merupakan pendapatan bersih yang diperoleh dari penjualan barang dagangan. Pendapatan bersih adalah penjualan setelah dikurangi potongan penjualan dan pajak pertambahan nilai.

Pendapatan penjualan barang diakui pada saat penyerahan barang dagangan kepada pelanggan.

Pendapatan dari penjualan konsinyasi dibukukan sebesar jumlah penjualan barang konsinyasi kepada pelanggan dikurangi jumlah yang terutang kepada pemilik (*consignors*).

Pendapatan jasa diakui pada saat jasa diberikan selama jumlah tersebut dapat diukur dengan andal.

Beban diakui pada saat terjadinya berdasarkan metode akrual.

s. Laba per saham

Labanya bersih per saham dasar dihitung dengan membagi laba bersih dengan rata-rata tertimbang dari saham yang beredar pada periode yang bersangkutan.

Labanya bersih per saham dilusi dihitung dengan membagi laba bersih dengan rata-rata tertimbang jumlah saham yang beredar ditambah dengan rata-rata tertimbang jumlah saham yang akan diterbitkan atas konversi efek yang berpotensi saham yang bersifat dilutif.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****q. Taxation (continued)**

Deferred tax assets are recognised to the extent that it is probable that future taxable profit will be available against which the deductible temporary differences can be utilised.

Management periodically evaluates positions taken in tax returns with respect to situations in which applicable tax regulation is subject to interpretation. It establishes a provision where appropriate on the basis of amounts expected to be paid to the tax authorities.

r. Revenue and expenses recognition

Retail sales represent net revenues earned from the sale of trading products. Net revenues are net of sales discounts and value added tax.

Revenue from sales of goods is recognised when goods are delivered to customers.

Revenues from consignment sales are recorded at the amount of sales of consigned goods to customers less amounts payable to consignors.

Service fees are recognised when services are performed, provided that the amount can be measured reliably.

Expenses are recognised when incurred on an accrual basis.

s. Earnings per share

Basic earnings per share is computed by dividing net income by the weighted-average number of shares outstanding during the period.

Diluted earnings per share is calculated by dividing net income by the weighted average number of shares outstanding plus the weighted average number of shares outstanding which would be issued on the conversion of the dilutive potential shares.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 23 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****t. Pelaporan segmen**

Segmen operasi dilaporkan dengan cara yang konsisten dengan pelaporan internal yang diberikan kepada pengambil keputusan operasi utama.

Pembuat keputusan operasional diidentifikasi sebagai dewan direksi dan komite manajemen eksekutif. Pembuat keputusan operasional menelaah pelaporan internal dengan tujuan untuk menilai kinerja dan mengalokasikan sumber daya. Pembuat keputusan operasional menentukan segmen operasi berdasarkan segmen geografis.

u. Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali

Transaksi restrukturisasi entitas sepengendali adalah transaksi yang mengalihkan aset, liabilitas, saham dan instrumen kepemilikan lainnya diantara entitas sepengendali yang tidak menimbulkan laba atau rugi bagi seluruh kelompok perusahaan ataupun entitas individual dalam kelompok perusahaan tersebut. Karena transaksi restrukturisasi entitas sepengendali tidak mengakibatkan perubahan substansi ekonomi kepemilikan lainnya yang dipertukarkan, maka aset maupun liabilitas yang kepemilikannya dialihkan harus dicatat sesuai dengan nilai buku seperti penggabungan usaha berdasarkan metode penyatuan kepemilikan (*pooling of interest*).

Selisih antara harga pengalihan dengan nilai buku sehubungan dengan restrukturisasi entitas sepengendali bukan merupakan *goodwill* melainkan dicatat sebagai akun "Selisih Nilai Transaksi Restrukturisasi Entitas Sepengendali" dan disajikan sebagai bagian dari ekuitas pada laporan posisi keuangan.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****t. Segment reporting**

Operating segments are reported in a manner consistent with the internal reporting provided to the chief operating decision-maker.

The chief operating decision-maker has been identified as the board of directors and the management executive committee. The chief operating decision-maker reviews the Company's internal reporting in order to assess performance and allocate resources. The chief operating decision-maker determined the operating segment based on geographical segment.

u. Difference in value from restructuring transactions among entities under common control

Restructuring transactions of entities under common control are transactions to transfer assets, liabilities, shares and other ownership instruments between parties under the same control which do not result in profit or loss for the whole group or for an individual entity of the group. Since a transaction between entities under common control does not change the economic substance of ownership of the other instruments that are exchanged, both assets and liabilities, the ownership of which is transferred, should be recognised at book value in the same manner as a business combination that is accounted for by use of the pooling of interest method.

The difference between the transfer price and the book value arising from restructuring transactions of entities under common control is not goodwill, but it should be recorded under the account "Difference in Value from Restructuring Transactions among Entities under Common Control" and presented as a component of the equity section in the statement of financial position.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 24 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****u. Selisih nilai transaksi restrukturisasi
entitas sepengendali (lanjutan)**

Seperti yang dijelaskan pada Catatan 2a, pada tanggal 1 Januari 2013, Perusahaan menerapkan revisi Standar PSAK No. 38 (Revisi 2012) "Kombinasi Bisnis pada Entitas Sepengendali" dan mereklasifikasi akun ini ke "tambahan modal disetor".

v. Dividen

Pembagian dividen kepada para pemegang saham Perusahaan diakui sebagai sebuah liabilitas dalam laporan keuangan Perusahaan pada periode ketika dividen tersebut disetujui oleh para pemegang saham Perusahaan.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****u. Difference in value from restructuring
transactions among entities under
common control (continued)**

As explained in Note 2a, on 1 January 2013, the Company adopted revised standard SFAS No. 38 (Revised 2012): "Business Combination on Entities under Common Control" and reclassified this account to "additional paid in capital".

v. Dividend

Dividend distribution to the Company's shareholders is recognised as a liability in the Company's financial statements in the period in which the dividends are approved by the Company's shareholders.

3. TRANSAKSI PENGGABUNGAN USAHA

Pada tanggal 30 September 2011, PT Meadow Indonesia dan Perusahaan menyelesaikan proses penggabungan usaha mereka dengan Perusahaan sebagai entitas yang menerima penggabungan dan PT Meadow Indonesia bubar demi hukum. Sebelum transaksi penggabungan usaha, PT Meadow Indonesia memiliki 98,15% dari modal ditempatkan Perusahaan. Karena kedua entitas merupakan entitas sepengendali pada tanggal tersebut, hasil keuangan PT Meadow Indonesia dan Perusahaan digabungkan dengan menggunakan nilai buku aset dan liabilitas yang ditransfer pada saat penggabungan usaha. Transaksi antar entitas sepengendali dicatat dengan nilai buku seperti penggabungan usaha berdasarkan metode penyatuan kepemilikan (*pooling of interest*) sesuai dengan PSAK No. 38 (2004) "Akuntansi Restrukturisasi Entitas Sepengendali".

Selisih antara harga pengalihan yang dibayar ketika PT Meadow Indonesia mengakuisisi Perusahaan dan nilai buku PT Meadow Indonesia pada saat akuisisi akibat transaksi restrukturisasi dari entitas sepengendali sejumlah Rp 3.767.126 dicatat sebagai "Selisih Nilai Transaksi Restrukturisasi Entitas Sepengendali" dan pada tahun 2013 disajikan di dalam "tambahan modal disetor" (Catatan 2a).

3. MERGER TRANSACTION

On 30 September 2011, PT Meadow Indonesia and the Company completed their merger, with the Company as the surviving entity and PT Meadow Indonesia was dissolved by law. Before the merger transaction, PT Meadow Indonesia held 98.15% of the Company's issued share capital. Since both entities were entities under common control at that date, the financial results of PT Meadow Indonesia and the Company have been combined using the book value of such assets and liabilities transferred in the merger. Transactions between entities under common control are recognised at book value in the same manner as a business combination that is accounted for using the pooling of interest method as provided for under SFAS No. 38 (2004) "Accounting for Restructuring Transactions of Entities under Common Control".

The difference between the transfer price paid when PT Meadow Indonesia acquired the Company and the book value of PT Meadow Indonesia's net assets as at the acquisition date arising from the restructuring transactions of entities under common control amounting to Rp 3,767,126 was recorded under "Difference in Value from Restructuring Transactions among Entities under Common Control" and was presented in the "additional paid in capital" in 2013 (Note 2a).

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 25 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**4. ESTIMASI AKUNTANSI YANG PENTING**

Estimasi terus dievaluasi berdasarkan pengalaman historis dan faktor-faktor lain, termasuk ekspektasi peristiwa masa depan yang diyakini wajar berdasarkan kondisi yang ada. Hasil aktual dapat berbeda dengan jumlah yang diestimasi. Estimasi dan asumsi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah tercatat aset dan liabilitas diungkapkan di bawah ini.

Imbalan kerja

Nilai kini dari kewajiban imbalan pasti tergantung pada sejumlah faktor yang ditentukan berdasarkan basis aktuarial dengan menggunakan sejumlah asumsi. Asumsi yang digunakan dalam menentukan biaya untuk imbalan pensiun termasuk tingkat kenaikan gaji di masa datang. Setiap perubahan dalam asumsi ini akan berdampak pada nilai tercatat atas kewajiban imbalan pensiun.

Perusahaan menentukan tingkat kenaikan gaji di masa datang yang sesuai pada setiap akhir periode pelaporan. Dalam menentukan tingkat kenaikan gaji masa datang, Perusahaan mengumpulkan data historis mengenai perubahan gaji dasar pekerja dan menyesuikannya dengan perencanaan bisnis masa datang.

Asumsi kunci lainnya untuk kewajiban pensiun sebagian didasarkan pada kondisi pasar saat ini. Informasi tambahan diungkapkan dalam Catatan 20.

Pada tanggal 31 Desember 2013, jika tingkat kenaikan gaji yang digunakan berbeda 1% dari estimasi manajemen, nilai kini dari kewajiban diestimasi akan menjadi lebih rendah sebesar Rp 29.062 atau lebih tinggi Rp 24.614.

Penghasilan tangguhan

Perusahaan membuat estimasi penghasilan tangguhan atas kartu poin loyalitas milik pelanggan yang diterbitkan oleh Perusahaan sebesar Rp 108.136 (31 Desember 2012: Rp 84.358). Kartu ini memperbolehkan pelanggan untuk memperoleh poin untuk setiap transaksi pembelian di gerai. Poin tersebut dapat ditukarkan dengan kupon yang nilainya sama dengan konversi atas poin tersebut.

4. CRITICAL ACCOUNTING ESTIMATES

Estimates are continually evaluated and are based on historical experience and other factors, including expectations of future events that are believed to be reasonable under the circumstances. Actual results may differ from these estimates. The estimates and assumptions that have a significant effect on the carrying amounts of assets and liabilities are disclosed below.

Employee Benefits

The present value of the defined benefit obligation depends on a number of factors that are determined on an actuarial basis using a number of assumptions. The assumptions used in determining the cost for retirement benefits include future salary increment rate. Any changes in these assumptions will affect the carrying amount of retirement benefits obligations.

The Company determines the future salary increment rate at the end of each reporting period. In determining the future salary increment rate, the Company collects all historical data relating to changes in base salaries and adjusts it for future business plans.

Other key assumptions for retirement benefits obligations are based in part on current market conditions. Additional information is disclosed in Note 20.

As at 31 December 2013, were the future salary increase rate used to differ by 1% from management's estimates, the present value of obligations would be an estimated Rp 29,062 lower or Rp 24,614 higher.

Deferred income

The Company made deferred income estimation on loyalty point card owned by customers issued by Company amounting to Rp 108,136 (31 December 2012: Rp 84,358). This card allowed the customer to earn points from each purchase transaction in store. This point can be redeemed to get a coupon with the same value as the points converted.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 26 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)4. ESTIMASI AKUNTANSI YANG PENTING
(lanjutan)

Penghasilan tangguhan (lanjutan)

Perhitungan atas penghasilan tangguhan tersebut melibatkan estimasi tingkat pertukaran konversi atas poin tersebut. Ketidakpastian yang terkait dengan faktor tersebut dapat menghasilkan jumlah akhir yang dapat direalisasi berbeda dengan jumlah tercatat penghasilan tangguhan yang dilaporkan.

4. CRITICAL ACCOUNTING ESTIMATES
(continued)

Deferred income (continued)

The calculation of this deferred income involves estimating the redemption rate of the point conversion. Uncertainty associated with these factors may result in the ultimate realisable amount being different from the reported carrying amount of deferred income.

5. KAS DAN SETARA KAS

5. CASH AND CASH EQUIVALENTS

	2013	2012	
Kas			Cash on hand
Rupiah	84,673	159,770	Rupiah
Bank			Cash in banks
Rupiah			Rupiah
- PT Bank International Indonesia Tbk	322,859	250,289	PT Bank International Indonesia Tbk -
- PT Bank CIMB Niaga Tbk	218,250	459,824	PT Bank CIMB Niaga Tbk -
- PT Bank Nationalnobu (Nobu Bank)	61,894	5,045	PT Bank Nationalnobu (Nobu Bank) -
- PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	47,258	106,321	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk -
- PT Bank Danamon Indonesia Tbk	15,006		- PT Bank Danamon Indonesia Tbk -
- PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	14,946	11,635	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk -
- PT Bank Central Asia Tbk	12,077	37,783	PT Bank Central Asia Tbk -
- PT Bank Permata Tbk	11,900	4,820	PT Bank Permata Tbk -
- PT Bank Rakyat Indonesia Tbk	6,453	1,454	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk -
- Bank lainnya (masing-masing di bawah Rp 1.000)	252	174	Other banks (each below Rp 1,000) -
	<u>795,568</u>	<u>1,037,115</u>	
Dolar AS			US Dollar
- PT Bank CIMB Niaga Tbk	2,228	1,944	PT Bank CIMB Niaga Tbk -
	<u>797,796</u>	<u>1,039,059</u>	
Dikurangi:			Deduct:
Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya			Restricted cash and cash equivalents
- PT Bank CIMB Niaga Tbk	(25,579)	(39,187)	PT Bank CIMB Niaga Tbk -
	<u>772,217</u>	<u>999,872</u>	

Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya merupakan kas untuk jaminan atas pembayaran bunga terhadap pinjaman sindikasi yang difasilitasi PT Bank CIMB Niaga Tbk dan Standard Chartered Bank (lihat Catatan 12).

Restricted cash and cash equivalents is collateral cash for interest payments on syndicated loans that are facilitated by PT Bank CIMB Niaga Tbk and Standard Chartered Bank (see Note 12).

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 27 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

6. PERSEDIAAN

6. INVENTORIES

	2013	2012	
Pakaian pria	205,079	142,480	Menswear
Pakaian wanita	178,926	121,157	Ladieswear
Sepatu	140,945	97,819	Shoes
Produk anak-anak	137,579	104,297	Children product
Tas, kosmetik, dan aksesoris	40,155	32,269	Bags, cosmetics, and accessories
Perlengkapan rumah tangga dan perlengkapan mandi	27,007	28,247	Household appliances and toiletries
	729,691	526,269	
Dikurangi: Provisi untuk persediaan	(5,882)	(6,668)	Less: Provision for inventory
	723,809	519,601	

Pada tanggal 31 Desember 2013, persediaan Perusahaan telah diasuransikan terhadap risiko kebakaran dan risiko lainnya dengan nilai pertanggungan sejumlah Rp 715.516 (31 Desember 2012: Rp 530.600). Manajemen berkeyakinan bahwa jumlah ini telah memadai untuk menutupi kerugian atas risiko-risiko tersebut di atas.

As at 31 December 2013, the Company's inventories were insured against losses from fire and other risks for Rp 715,516 (31 December 2012: Rp 530,600). In management's opinion, the insurance is adequate to cover losses arising from such risks.

Manajemen berkeyakinan bahwa provisi persediaan cukup memadai untuk menutupi kemungkinan kerugian karena penurunan nilai persediaan dan risiko kehilangan persediaan.

Management believes that the provision for inventory is adequate to cover loss due to the decline in the value of inventories and risk from inventory loss.

7. ASET TETAP

7. FIXED ASSETS

	2013					
	Awal/ Beginning	Penambahan/ Addition	Reklasifikasi/ Reclassification	Pengurangan/ Disposal	Akhir/ Ending	
Nilai perolehan						Acquisition cost
Renovasi bangunan	324,379	23,596	56,512	(62)	404,425	Building renovation
Peralatan dan instalasi	840,726	135,330	22,129	(13,111)	985,074	Equipment and installation
Kendaraan	2,218	3,076	-	(11)	5,283	Vehicles
Aset dalam pembangunan	16,424	81,521	(78,641)	-	19,304	Assets under construction
	1,183,747	243,523	-	(13,184)	1,414,086	
Akumulasi penyusutan						Accumulated depreciation
Renovasi bangunan	(173,855)	(66,533)	-	46	(240,342)	Building renovation
Peralatan dan instalasi	(313,940)	(139,308)	-	9,414	(443,834)	Equipment and installation
Kendaraan	(1,947)	(787)	-	10	(2,724)	Vehicles
	(489,742)	(206,628)	-	9,470	(686,900)	
Nilai buku bersih	694,005				727,186	Net book value

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 28 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

7. ASET TETAP (lanjutan)

7. FIXED ASSETS (continued)

	2012					
	Awal/ Beginning	Penambahan/ Addition	Reklasifikasi/ Reclassification	Pengurangan/ Disposal	Akhir/ Ending	
Nilai perolehan						Acquisition cost
Renovasi bangunan	251,188	13,561	59,632	(2)	324,379	Building renovation
Peralatan dan instalasi	658,041	145,424	41,804	(4,543)	840,726	Equipment and installation
Kendaraan	2,218	-	-	-	2,218	Vehicles
Aset dalam pembangunan	28,348	89,512	(101,436)	-	16,424	Assets under construction
	<u>939,795</u>	<u>248,497</u>	<u>-</u>	<u>(4,545)</u>	<u>1,183,747</u>	
Akumulasi penyusutan						Accumulated depreciation
Renovasi bangunan	(113,691)	(60,166)	-	2	(173,855)	Building renovation
Peralatan dan instalasi	(201,603)	(115,586)	-	3,249	(313,940)	Equipment and installation
Kendaraan	(1,610)	(337)	-	-	(1,947)	Vehicles
	<u>(316,904)</u>	<u>(176,089)</u>	<u>-</u>	<u>3,251</u>	<u>(489,742)</u>	
Nilai buku bersih	<u>622,891</u>				<u>694,005</u>	Net book value

Perhitungan kerugian penjualan aset tetap adalah sebagai berikut:

The calculation of the loss on sale of fixed assets is as follows:

	2013	2012	
Hasil penjualan	1,355	1,058	Sales proceeds
Nilai buku bersih	(3,714)	(1,294)	Net book value
Kerugian penjualan aset tetap	<u>(2,359)</u>	<u>(236)</u>	Loss on sale of fixed assets

Beban penyusutan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2013 sejumlah Rp 206.628 (2012: Rp 176.089) telah dibebankan sebagai beban usaha (lihat Catatan 18).

Depreciation expenses for year ended 31 December 2013 of Rp 206,628 (2012: Rp 176,089) were charged as operating expenses (see Note 18).

Pada tanggal 31 Desember 2013, jumlah harga perolehan aset tetap yang telah disusutkan penuh dan masih digunakan adalah sebesar Rp 124.267.

As at 31 December 2013, the acquisition costs of fixed assets which have been fully depreciated and are still being used amounting to Rp 124,267.

Pada tanggal 31 Desember 2013, aset tetap diasuransikan terhadap risiko kerugian akibat kebakaran dan risiko kerugian lainnya dengan nilai pertanggungan sebesar Rp 1.785.322 (2012: Rp 1.223.112). Manajemen berkeyakinan bahwa jumlah ini telah memadai untuk menutupi kerugian atas risiko-risiko tersebut di atas.

As at 31 December 2013, fixed assets were insured against losses from fire and other risks for Rp 1,785,322 (2012: Rp 1,223,112). In management's opinion, the insurance is adequate to cover losses arising from such risks.

Manajemen berkeyakinan bahwa tidak terdapat penurunan nilai buku dari aset tetap.

Management believes there was no impairment of fixed assets.

Aset dalam pembangunan terdiri atas renovasi bangunan, peralatan dan instalasi. Pada 31 Desember 2013, persentase penyelesaian rata-rata atas aset dalam pembangunan yang diakui dalam pelaporan keuangan adalah berkisar 30%-70% dan diperkirakan akan selesai pada tahun 2014 (2012: 20%-70%).

Assets under construction comprised building renovation, equipment and installation. As at 31 December 2013, the average percentage of completion of the assets under construction recognised for financial reporting ranged from 30%-70% and construction is estimated to be completed in the year 2014 (2012: 20%-70%).

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 29 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

8. BEBAN DIBAYAR DIMUKA - SEWA

8. PREPAID EXPENSES - LEASE

	2013	2012	
PT Matahari Putra Prima Tbk	227,462	234,841	PT Matahari Putra Prima Tbk
PT Mitra Anda Sukses Bersama	27,166	29,928	PT Mitra Anda Sukses Bersama
PT Suryana Istana Pasundan	26,236	20,383	PT Suryana Istana Pasundan
PT Borneo Inti Graha	8,282	8,282	PT Borneo Inti Graha
PT Indah Pesona Bogor	8,250	-	PT Indah Pesona Bogor
PT Niviron Manunggal	6,900	-	PT Niviron Manunggal
PT Paramita Bangun Persada	6,286	8,025	PT Paramita Bangun Persada
PT Lamfata Retailindo Prakasa	3,853	933	PT Lamfata Retailindo Prakasa
Lain-lain	68,840	55,055	Others
	383,275	357,447	
Bagian Lancar:			Current Portion:
Uang muka sewa	(12,386)	(13,653)	Rental advances
Beban dibayar dimuka - sewa	(81,625)	(73,696)	Prepaid expense - lease
Sewa jangka panjang	289,264	270,098	Long-term lease

Saldo uang muka sewa dan sewa dibayar dimuka - pihak berelasi pada tanggal 31 Desember 2013 adalah sebesar Rp 231.439 (lihat Catatan 24c).

The balance of rental advance and prepaid expenses - lease - related parties as at 31 December 2013 was amounting to Rp 231,439 (see Note 24c).

9. UTANG USAHA - PIHAK KETIGA

9. TRADE PAYABLES - THIRD PARTIES

	2013	2012	
Pembelian	499,708	380,873	Direct purchase
Konsinyasi	766,245	673,872	Consignment
	1,265,953	1,054,745	

Utang usaha pembelian merupakan liabilitas kepada para pemasok pihak ketiga dalam rangka pembelian barang dagangan.

Trade payables from direct purchase represent liabilities to third party suppliers for the purchase of merchandise.

Utang usaha konsinyasi merupakan liabilitas yang berasal dari hasil penjualan konsinyasi yang belum disetorkan sampai dengan tanggal laporan posisi keuangan.

Trade payables of consignment represent liabilities arising from consignment sales proceeds received, but not yet remitted as of the statements of financial position date.

Pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012, seluruh nilai tercatat utang usaha berdenominasi Rupiah dan tidak ada jaminan yang diberikan sehubungan dengan utang usaha.

As at 31 December 2013 and 2012 all the carrying amount of the Company's trade payables were denominated in Rupiah and no collateral was pledged in respect of the trade payables.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 30 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

10. AKRUAL

10. ACCRUALS

	2013	2012	
Pihak ketiga			Third parties
Bonus dan insentif	122,408	102,405	Bonus and incentives
Utilitas	39,891	53,128	Utilities
Aset tetap	30,685	29,554	Fixed assets
Sewa	23,039	26,758	Rent
Pemasaran	20,160	25,229	Marketing
Transportasi	15,910	9,488	Transportation
Jasa pengendalian kualitas	6,813	3,747	Quality service
Bunga	2,439	5,189	Interest
Perjalanan dinas	2,015	1,658	Business travel
Konsultan	1,307	6,376	Consultant
Pajak reklame	617	402	Billboard tax
Asuransi	-	721	Insurance
Lain-lain	7,287	6,111	Others
Jumlah	272,571	270,766	Total
Pihak berelasi (Catatan 24c)			Related parties (Note 24c)
Utilitas	16,145	-	Utilities
Sewa	14,889	-	Rent
Jumlah	31,034	-	Total

11. PERPAJAKAN

11. TAXATION

a. Pajak dibayar dimuka

a. Prepaid tax

	2013	2012	
Pajak Pertambahan Nilai	27,765	44,722	Value Added Tax

b. Utang pajak

b. Taxes payable

	2013	2012	
Pajak Penghasilan Badan			Corporate income taxes
- Pasal 29	48,959	162,155	Article 29 -
- Pasal 25	24,560	19,185	Article 25 -
	73,519	181,340	
Pajak lain-lain			Other taxes
- Pasal 23 dan 4 (2)	9,220	6,437	Articles 23 and 4 (2) -
- Pasal 21	4,225	2,724	Article 21 -
- Pasal 26	101	514	Article 26 -
	13,546	9,675	
	87,065	191,015	

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 31 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

11. PERPAJAKAN (lanjutan)

11. TAXATION (continued)

c. Beban pajak penghasilan

c. Income tax expense

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Kini	362,616	383,346	Current
Tangguhan	<u>10,846</u>	<u>4,768</u>	Deferred
	<u>373,462</u>	<u>388,114</u>	

Rekonsiliasi antara laba sebelum pajak penghasilan dengan penghasilan kena pajak Perusahaan adalah sebagai berikut:

A reconciliation between the profit before income tax and taxable income of the Company is as follows:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Laba sebelum pajak penghasilan	1,523,622	1,158,995	Profit before income tax
Perbedaan temporer:			Temporary differences:
- Kewajiban imbalan kerja	48,971	43,073	Employee benefits obligations -
- Penyusutan dan amortisasi	(44,402)	(62,979)	Depreciation and amortisation -
- Provisi untuk persediaan	(786)	836	Provision for inventory -
Perbedaan permanen:			Permanent differences:
- Beban yang tidak dapat dikurangkan	308,815	420,671	Non-deductible expense -
- Pendapatan yang telah dikenakan pajak final	<u>(23,141)</u>	<u>(27,211)</u>	Income subject to final tax -
Penghasilan kena pajak	<u>1,813,079</u>	<u>1,533,385</u>	Taxable income
	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Beban pajak penghasilan kini	362,616	383,346	Current income tax expense
Pembayaran pajak penghasilan dimuka:			Prepayment of income taxes:
- Pasal 23	(167)	(46)	Article 23 -
- Pasal 25	<u>(313,490)</u>	<u>(221,145)</u>	Article 25 -
Kurang bayar Pajak Penghasilan Badan	<u>48,959</u>	<u>162,155</u>	Underpayment of Corporate Income Tax

Dalam laporan keuangan ini jumlah penghasilan kena pajak untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2013 didasarkan atas perhitungan sementara.

In these financial statements, the amounts of taxable income for the year ended 31 December 2013 are based on preliminary calculations.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 32 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

11. PERPAJAKAN (lanjutan)

11. TAXATION (continued)

c. Beban pajak penghasilan (lanjutan)

c. Income tax expense (continued)

Rekonsiliasi antara beban pajak penghasilan Perusahaan dengan hasil perkalian laba akuntansi Perusahaan sebelum pajak penghasilan dengan tarif pajak yang berlaku adalah sebagai berikut:

The reconciliation between the Company's income tax expense and the theoretical tax amount using the tax rate on the Company's profit before income tax is as follows:

	2013	2012	
Laba sebelum pajak penghasilan	1,523,622	1,158,995	Profit before income tax
Pajak dihitung pada tarif yang berlaku (2013: 20%, 2012: 25%) (lihat Catatan 2q)	304,724	289,749	Tax calculated at applicable rate (2013: 20%, 2012: 25%) (see Note 2q)
Pendapatan yang telah dikenakan pajak final	(4,628)	(6,803)	Income subject to final tax
Beban yang tidak dapat dikurangkan	61,763	105,168	Non deductible expense
Penyesuaian karena perubahan tarif pajak	11,603	-	Adjustment due to change in tax rate
Beban pajak penghasilan	373,462	388,114	Income tax expense

d. Aset pajak tangguhan

d. Deferred tax assets

	Awal/ Beginning 2013	Dikreditkan/ (dibebankan) ke laporan laba rugi komprehensif/ Credited/ (charged) to statements of comprehensive income	Akhir/ Ending 2013	
Kewajiban imbalan kerja	53,980	(1,002)	52,978	Employee benefits obligations
Provisi untuk persediaan	1,667	(491)	1,176	Provision for inventory
Perbedaan antara nilai buku bersih aset tetap komersial dan fiskal	(1,796)	(9,353)	(11,149)	Difference between commercial and fiscal net book value of fixed assets
	53,851	(10,846)	43,005	

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 33 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

11. PERPAJAKAN (lanjutan)

11. TAXATION (continued)

d. Aset pajak tangguhan (lanjutan)

d. Deferred tax assets (continued)

	Awal/ <i>Beginning 2012</i>	Dikreditkan/ (dibebankan) ke laporan laba rugi komprehensif/ <i>Credited/ (charged) to statements of comprehensive income</i>	Akhir/ <i>Ending 2012</i>	
Kewajiban imbalan kerja	43,212	10,768	53,980	<i>Employee benefits obligations</i>
Provisi untuk persediaan	1,458	209	1,667	<i>Provision for inventory</i>
Perbedaan antara nilai buku bersih aset tetap komersial dan fiskal	13,949	(15,745)	(1,796)	<i>Difference between commercial and fiscal net book value of fixed assets</i>
	<u>58,619</u>	<u>(4,768)</u>	<u>53,851</u>	

Aset pajak tangguhan pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012 telah memperhitungkan tarif pajak yang berlaku untuk setiap periode yang terkait.

Deferred tax assets as at 31 December 2013 and 2012 have been calculated taking into account tax rates applicable for each period.

Manajemen berkeyakinan bahwa jumlah laba fiskal pada masa datang akan memadai untuk mengkompensasi perbedaan temporer yang dapat dikurangkan.

Management believes that future taxable profit will be available against which the deductible temporary differences can be utilised.

e. Administrasi

e. Administration

Berdasarkan Undang-Undang Perpajakan yang berlaku di Indonesia, Perusahaan menghitung, menetapkan dan membayar sendiri besarnya jumlah pajak yang terutang. Direktur Jenderal Pajak ("DJP") dapat menetapkan atau mengubah kewajiban pajak dalam batas waktu lima tahun sejak saat terutangnya pajak.

Under the Taxation Laws of Indonesia, the Company submits tax returns on the basis of self assessment. Director General of Tax ("DGT") may assess or amend taxes within five years of the time the tax becomes due.

Perusahaan telah menerima pemberitahuan pada tanggal 6 Februari 2013 dari DJP yang menginformasikan bahwa Perusahaan akan diperiksa terkait kepatuhan atas Pajak Penghasilan Badan, Pajak Pemotongan/Pemungutan dan Pajak Pertambahan Nilai, untuk tahun-tahun pajak 2009, 2010 dan 2011. Sampai dengan laporan keuangan ini diselesaikan, DJP belum menerbitkan Surat Ketetapan Pajak sebagai hasil pemeriksaan untuk tahun-tahun pajak 2009, 2010 dan 2011.

The Company received a notice, dated 6 February 2013, from DGT informing the Company that it will be audited for its compliance with Corporate Income Tax, withholding income tax and value added tax obligations for fiscal years 2009, 2010 and 2011. Up to the date of the completion of these financial statements, DGT has not issued its tax assessment letters as a result of the audit for fiscal years 2009, 2010 and 2011.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 34 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

12. PINJAMAN BANK

12. BANK LOANS

	2013	2012	
Pinjaman sindikasi:			Syndicated loan:
- PT Bank CIMB			PT Bank CIMB -
Niaga Tbk ("CIMB")	659,375	1,212,393	Niaga Tbk ("CIMB")
- Standard Chartered Bank	362,466	666,465	Standard Chartered Bank -
- PT Bank International			PT Bank International -
Indonesia Tbk	601,119	1,105,276	Indonesia Tbk
- PT Bank Danamon			PT Bank Danamon -
Indonesia Tbk	46,293	85,119	Indonesia Tbk
Dikurangi:			Less:
Beban ditangguhkan	(73,573)	(110,157)	Deferred charges
	1,595,680	2,959,096	
Dikurangi:			Less:
Bagian yang jatuh tempo dalam satu tahun	(29,149)	(483,935)	Portion due within one year
Bagian jatuh tempo lebih dari satu tahun	1,566,531	2,475,161	Portion due over one year

Pinjaman sindikasi

Pada tanggal 5 Maret 2010, Perusahaan, selaku peminjam, mengadakan perjanjian fasilitas pinjaman sindikasi dengan beberapa bank (CIMB, Standard Chartered Bank, PT Bank International Indonesia Tbk, PT Bank Danamon Indonesia Tbk, PT Bank Permata Tbk), yang difasilitasi CIMB dan Standard Chartered Bank, dengan total nilai fasilitas sebesar Rp 3.500.000 yang terdiri dari fasilitas pinjaman jangka panjang sebesar Rp 3.250.000 dan fasilitas pinjaman revolving sebesar Rp 250.000. Pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012, pinjaman pada PT Bank Permata Tbk telah dibayar penuh.

Atas fasilitas pinjaman ini, pada tanggal 1 April 2010, sebesar Rp 3.250.000 telah ditarik. Pinjaman ini dikenakan bunga dengan suku bunga mengambang sebesar SBI + 6% per tahun yang harus dibayar setiap kuartal sampai dengan 30 Desember 2016. Pada tanggal 8 Juli 2011, perjanjian tersebut diubah menjadi tingkat bunga deposito berjangka Bank Indonesia + 6%. Pinjaman yang diperoleh diperuntukan untuk mendanai PT Meadow Indonesia untuk mengakuisisi Perusahaan dan modal kerja Perusahaan.

Sejak tanggal 6 September 2010, Perusahaan mendapatkan fasilitas swap suku bunga dari Standard Chartered Bank untuk bagian tertentu dari saldo pinjaman sindikasi bank dengan bunga tetap sebesar 8,42% terhadap suku bunga SBI. Fasilitas ini berakhir pada 30 Juni 2013.

Pada tanggal 8 Maret 2012, 4 Maret 2013, 31 Juli 2013, dan 27 Desember 2013, Perusahaan telah melakukan pembayaran pokok pinjaman dipercepat masing-masing sebesar Rp 350.000, Rp 700.000, Rp 400.000 dan Rp 300.000.

Syndicated loan

On 5 March 2010, the Company, as the borrower, entered into a syndicated loan facility agreement with several banks (CIMB, Standard Chartered Bank, PT Bank International Indonesia Tbk, PT Bank Danamon Indonesia Tbk, PT Bank Permata Tbk), facilitated by CIMB and Standard Chartered Bank, with total facility amount of Rp 3,500,000 which comprised long term loan facility of Rp 3,250,000 and revolving loan facility of Rp 250,000. As at 31 December 2013 and 2012, the loan to PT Bank Permata Tbk has been fully repaid.

For this loan facility, Rp 3,250,000 was withdrawn on 1 April 2010. The loan had a floating interest rate at SBI + 6% per annum that was payable quarterly until 30 December 2016. On 8 July 2011, the agreement was amended to time deposit of Bank Indonesia + 6%. The purpose of the loans is to finance PT Meadow Indonesia's acquisition of the Company and the Company's working capital.

Starting on 6 September 2010, the Company entered into an interest rate swap facility with Standard Chartered Bank for a certain portion of the syndicated loan balance with a fixed interest rate of 8.42% over the interest rate of SBI. This facility ended on 30 June 2013.

On 8 March 2012, 4 March 2013, 31 July 2013 and 27 December 2013, the Company made accelerated payments of the loan principal amounting to Rp 350,000, Rp 700,000, Rp 400,000 and Rp 300,000, respectively.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 35 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

12. PINJAMAN BANK (lanjutan)**Pinjaman sindikasi (lanjutan)**

Pada tanggal 28 Juni 2012, Perusahaan menandatangani Perjanjian Perubahan dan Pernyataan Kembali atas perjanjian fasilitas pinjaman sindikasi. Di dalam perubahan perjanjian tersebut, Perusahaan mendapatkan tambahan fasilitas pinjaman sebesar Rp 1.225.000 yang telah digunakan oleh Perusahaan tanggal 7 Agustus 2012. Pinjaman ini dibayar setiap kuartal dengan pembayaran pertama dilakukan pada tanggal 30 Juni 2013 dan pembayaran tersebut akan berakhir di 30 Desember 2016. Tujuan dari tambahan fasilitas baru adalah untuk pelunasan pokok dan utang bunga atas pinjaman dari PT Matahari Pacific (lihat Catatan 22).

Tingkat suku bunga untuk fasilitas pinjaman sindikasi yang terdahulu dan yang baru berubah menjadi JIBOR + 4,75% per tahun. Biaya bunga termasuk amortisasi beban ditangguhkan untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2013 adalah sebesar Rp 309.174 (2012: Rp 451.507).

Perusahaan telah membayar seluruh bunga atas pinjaman sesuai dengan jadwal pembayaran bunga untuk periode 1 Januari 2013 sampai 31 Desember 2013.

Pada tanggal 5 Maret 2013, Perusahaan menggunakan fasilitas pinjaman *revolving* sebesar Rp 250.000. Pinjaman ini diklasifikasikan sebagai liabilitas lancar dan dikenakan bunga sama dengan fasilitas pinjaman sindikasi. Pada bulan Juni 2013, perusahaan telah melakukan pelunasan atas pinjaman *revolving* ini.

Berdasarkan Akta Notaris Sutjipto, S.H., MKn., No. 26 tanggal 6 Juli 2010, Perusahaan memberikan jaminan fidusia atas fasilitas pinjaman sindikasi berupa seluruh kas dan setara kas, persediaan dan aset tetap yang dimiliki Perusahaan kepada CIMB.

Perusahaan juga diwajibkan untuk memiliki kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya sebesar Rp 25.579 pada tanggal 31 Desember 2013 (2012: Rp 39.187) (lihat Catatan 5).

12. BANK LOANS (continued)**Syndicated loan (continued)**

On 28 June 2012, the Company signed an Amendment and Restatement of the syndicated loan facility agreement. In the amendment to the agreement, the Company obtained additional loan facility of Rp 1,225,000 which was fully drawn down on 7 August 2012. This loan is payable quarterly with the first installment on 30 June 2013, and the last installment will be on 30 December 2016. The purpose of this new facility is for repayment of the remaining principal and accrued interest of the outstanding loan from PT Matahari Pacific (see Note 22).

The interest rate applied for the existing and new syndicated loan facilities was changed to JIBOR + 4.75% per annum. The interest cost including amortisation of deferred charges for the year ended 31 December 2013 was amounting to Rp 309,174 (2012: Rp 451,507).

The Company has paid all interests for borrowings in accordance with the interest payment schedules for the period from 1 January 2013 to 31 December 2013.

The revolving loan facility of Rp 250,000 was utilised on 5 March 2013. The loan is classified as a current liability and bears interest at the same rate as the syndicated term loan. In June 2013, the Company fully paid the revolving loan.

Based on Notarial Deed No. 26 dated 6 July 2010 of Sutjipto, S.H., MKn., the Company provided a fiduciary guarantee for the syndicated loan facility by using all cash and cash equivalents, inventories and fixed assets to CIMB.

The Company is also required to maintain restricted cash and cash equivalents amounting to Rp 25,579 as at 31 December 2013 (2012: Rp 39,187) (see Note 5).

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 36 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

12. PINJAMAN BANK (lanjutan)

Pinjaman sindikasi (lanjutan)

Sesuai dengan perjanjian fasilitas pinjaman sindikasi, Perusahaan diwajibkan memenuhi batasan-batasan tertentu antara lain batasan rasio keuangan seperti rasio *gross leverage* dan *debt service coverage*. Pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012, Perusahaan telah memenuhi batasan-batasan yang diwajibkan dalam perjanjian pinjaman tersebut.

12. BANK LOANS (continued)

Syndicated loan (continued)

Based on the syndicated loan facility agreement, the Company is required to comply with certain covenants such as financial ratio covenants that consist of gross leverage and debt service coverage ratio. As at 31 December 2013 and 2012, the Company has complied with the covenants in the borrowing agreement.

13. MODAL SAHAM

Pada 28 Maret 2013, Asia Color Company Limited menyelesaikan penjualan saham Perusahaan. Berikut adalah perubahan persentasi kepemilikan saham Perusahaan:

13. SHARE CAPITAL

On 28 March 2013, Asia Color Company Limited completed the offering of the Company's shares. Below is the change in the percentage of the share ownership of the Company:

	Sesudah/ After	Sebelum/ Before	
Asia Color Company Ltd	32.17	98.15	Asia Color Company Ltd
PT Multipolar Tbk	20.48	-	PT Multipolar Tbk
Publik	47.35	1.85	Public
	100.00	100.00	

Komposisi pemegang saham Perusahaan pada tanggal 31 Desember 2013 adalah sebagai berikut:

The composition of the Company's shareholders as at 31 December 2013 was as follows:

	Jumlah saham ditempatkan dan disetor/ Number of shares issued and paid	Persentase kepemilikan/ Percentage of ownership (%)	Jumlah/ Total
<u>Seri A - nilai nominal Rp 5.000 (nilai penuh)/ Type A - par value Rp 5,000 (full amount)</u>			
Asia Color Company Ltd	3,495,552	0.12	17,478
PT Multipolar Tbk	1,188,290	0.04	5,941
Publik/Public (masing-masing di bawah 5%/ each less than 5%)	1,485,118	0.05	7,426
Sub-jumlah/sub-total	6,168,960	0.21	30,845
<u>Seri B - nilai nominal Rp 350 (nilai penuh)/ Type B - par value Rp 350 (full amount)</u>			
Asia Color Company Ltd	67,951,843	2.33	23,783
PT Multipolar Tbk	44,017,453	1.51	15,406
Publik/Public (masing-masing di bawah 5%/ each less than 5%)	147,127,024	5.04	51,495
Sub-jumlah/sub-total	259,096,320	8.88	90,684
<u>Seri C - nilai nominal Rp 100 (nilai penuh)/ Type C - par value Rp 100 (full amount)</u>			
Asia Color Company Ltd	867,192,236	29.72	86,719
PT Multipolar Tbk	552,323,757	18.93	55,232
Publik/Public (masing-masing di bawah 5%/ each less than 5%)	1,233,136,807	42.26	123,314
Sub-jumlah/sub-total	2,652,652,800	90.91	265,265
	2,917,918,080	100.00	386,794

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 37 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

13. MODAL SAHAM (lanjutan)

13. SHARE CAPITAL (continued)

Komposisi pemegang saham Perusahaan pada tanggal 31 Desember 2012 adalah sebagai berikut:

The composition of the Company's shareholders as at 31 December 2012 was as follows:

	Jumlah saham ditempatkan dan disetor/ Number of shares issued and paid	Persentase kepemilikan/ Percentage of ownership (%)	Jumlah/ Total
<u>Seri A - nilai nominal Rp 5.000 (nilai penuh)/</u> <u>Type A - par value Rp 5,000 (full amount)</u>			
Asia Color Company Ltd	4,683,831	0.16	23,419
Publik/Public	1,485,129	0.05	7,426
Sub-jumlah/sub-total	6,168,960	0.21	30,845
<u>Seri B - nilai nominal Rp 350 (nilai penuh)/</u> <u>Type B - par value Rp 350 (full amount)</u>			
Asia Color Company Ltd	211,037,131	7.23	73,863
Publik/Public	48,059,189	1.65	16,821
Sub-jumlah/sub-total	259,096,320	8.88	90,684
<u>Seri C - nilai nominal Rp 100 (nilai penuh)/</u> <u>Type C - par value Rp 100 (full amount)</u>			
Asia Color Company Ltd	2,648,213,669	90.76	264,821
Publik/Public	4,439,131	0.15	444
Sub-jumlah/sub-total	2,652,652,800	90.91	265,265
	2,917,918,080	100.00	386,794

Tidak terdapat perbedaan hak antara saham seri A, B dan C.

There are no differences in the rights of type A, B and C shares.

Saham seri A, B, dan C merupakan saham biasa.

Type A, B, and C shares represent ordinary shares.

14. TAMBAHAN MODAL DISETOR

14. ADDITIONAL PAID IN CAPITAL

Rincian akun ini pada posisi tanggal 31 Desember 2013 dan 2012 adalah sebagai berikut:

The account details as at 31 December 2013 and 2012 are as follows:

	2013	2012	
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali (lihat Catatan 2a)	(3,767,126)	-	Difference in value from restructuring transactions among entities under common control (see Note 2a)
Agio saham atas PUT I dan II kepada para pemegang saham dalam rangka penerbitan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu ("HMETD")	198,023	198,023	Share premium from LPO I and II with pre-emptive rights to the shareholders
Biaya emisi saham	(2,831)	(2,831)	Share issuance cost
Bersih	(3,571,934)	195,192	Net

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 38 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**14. TAMBAHAN MODAL DISETOR (lanjutan)**

Agio saham yang berasal dari PUT I dan II atas penawaran saham seri C kepada para pemegang saham dalam rangka penerbitan HMETD masing-masing sebesar Rp 38.864 dan Rp 159.159.

Beban emisi saham yang berasal dari PUT I kepada para pemegang saham dalam rangka penerbitan HMETD adalah sebesar Rp 2.831.

14. ADDITIONAL PAID IN CAPITAL (continued)

The share premiums arising from the LPO I and II to the shareholders, regarding issuance of pre-emptive rights, were Rp 38,864 and Rp 159,159 respectively.

Share issuance expenses arising from LPO I to shareholders regarding issuance of pre-emptive rights was Rp 2,831.

15. PENCADANGAN SALDO LABA

Berdasarkan Undang-undang Perseroan Terbatas, perusahaan diharuskan untuk membuat penyisihan cadangan wajib hingga sekurang-kurangnya 20% dari jumlah modal yang ditempatkan dan disetor penuh.

Berdasarkan rapat umum pemegang saham tahunan yang diaktakan dalam Akta Notaris Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, S.H. No. 99 tanggal 22 Juni 2012, para pemegang saham Perusahaan menyetujui, diantaranya, penambahan pencadangan saldo laba sebesar Rp 4.700.

Berdasarkan rapat umum pemegang saham tahunan yang diaktakan dalam Akta No. 50 tanggal 14 Juni 2013 yang juga dituangkan dalam Pernyataan Keputusan Rapat No. 22A tanggal 22 Agustus 2013 yang semuanya dibuat di hadapan Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H., para pemegang saham Perusahaan menyetujui, diantaranya, penambahan pencadangan saldo laba sebesar Rp 105.447, sehingga Perusahaan memenuhi persyaratan 20% cadangan wajib. Pada tanggal 31 Desember 2013, saldo laba yang dicadangkan adalah sebesar Rp 116.397.

15. APPROPRIATION OF RETAINED EARNINGS

Under Indonesian Limited Company Law, companies are required to set up a statutory reserve amounting to at least 20% of the issued and paid up capital.

Based on the annual shareholders' meeting which was notarised in Notarial Deed No. 99 dated 22 June 2012 by Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, S.H., the Company's shareholders approved, among others, additional appropriation of retained earnings amounting to Rp 4,700.

Based on the annual shareholders' meeting which was notarised in Notarial Deed No. 50 dated 14 June 2013 and also in Shareholder's Resolution Deed No. 22A dated 22 August 2013 by Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H., the Company's shareholders approved, among others, additional appropriation of retained earnings amounting to Rp 105,447, in order for the Company to meet the 20% statutory reserve requirement. As at 31 December 2013, the balance of appropriation of retained earnings was Rp 116,397.

16. PENJUALAN KONSINYASI - BERSIH**16. CONSIGNMENT SALES - NET**

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Penjualan konsinyasi	8,695,121	7,712,146	Consignment sales
Beban penjualan konsinyasi	<u>(6,021,500)</u>	<u>(5,305,270)</u>	Cost of consignment sales
	<u>2,673,621</u>	<u>2,406,876</u>	

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 39 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**17. BEBAN POKOK PENDAPATAN****17. COST OF REVENUE**

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Persediaan awal	526,269	467,845	Merchandise for sale - beginning
Pembelian bersih	<u>2,579,953</u>	<u>1,950,987</u>	Purchases - net
Persediaan yang tersedia untuk dijual	3,106,222	2,418,832	Merchandise available for sale
Persediaan akhir	(729,691)	(526,269)	Merchandise for sale - ending
Perubahan provisi untuk persediaan	<u>(786)</u>	<u>836</u>	Change in provision for inventory
Beban pokok pendapatan - persediaan	2,375,745	1,893,399	Cost of revenue - merchandise
Beban pokok pendapatan - jasa	<u>15,529</u>	<u>17,390</u>	Cost of revenue - service fees
Beban pokok pendapatan	<u>2,391,274</u>	<u>1,910,789</u>	Cost of revenue

Tidak terdapat transaksi pembelian persediaan dari pemasok yang secara individu melebihi 10% dari jumlah pembelian bersih untuk setiap periode.

There was no purchase from an individual supplier with transactions more than 10% of total net purchases for each period ended.

18. BEBAN USAHA**18. OPERATING EXPENSES**

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Sewa	816,582	694,543	Rent
Gaji dan kesejahteraan karyawan	788,480	615,173	Salaries and allowance
Utilitas	248,846	184,859	Utilities
Penyusutan (lihat Catatan 7)	206,628	176,089	Depreciation (see Note 7)
Pemasaran	147,281	142,405	Marketing
Jasa operasional	146,457	118,335	Operational services
Kartu kredit	45,463	38,853	Credit card
Asuransi	38,232	28,961	Insurance
Kantong plastik	30,249	25,009	Plastic bags
Perjalanan dinas	22,570	18,987	Business travel
Pemeliharaan dan perbaikan	18,732	17,046	Repair and maintenance
Telekomunikasi	15,444	13,865	Telecommunication
Pajak dan ijin	15,316	15,656	Tax and licenses
Barang konsumsi	10,304	5,963	Consumables
Konsultan	8,119	15,875	Consultant
Amortisasi	5,992	4,038	Amortisation
Seragam	5,339	5,299	Uniform
Lain-lain	<u>11,886</u>	<u>11,260</u>	Others
	<u>2,581,920</u>	<u>2,132,216</u>	

19. KEUNTUNGAN LAINNYA - BERSIH**19. OTHER GAINS - NET**

	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
Keuntungan klaim asuransi	13,677	5,397	Gain from insurance claim
Kerugian penjualan aset tetap	(2,359)	(236)	Loss on sale of fixed assets
Lain-lain - bersih	<u>22,418</u>	<u>5,263</u>	Others - net
	<u>33,736</u>	<u>10,424</u>	

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 40 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

20. KEWAJIBAN IMBALAN KERJA

20. EMPLOYEE BENEFITS OBLIGATIONS

Kewajiban pada tanggal laporan dihitung dengan menggunakan metode *Projected Unit Credit*, dengan asumsi kunci sebagai berikut:

Obligations as at financial statements dates are calculated using the *Projected Unit Credit* method, with the following key assumptions:

	2013	2012	
Tingkat diskonto	8.90%	5.90%	Discount rate
Tingkat kenaikan gaji	10%	10%	Salary increment rate
Tingkat kematian	TMI 2011	CSO 1980	Mortality rate
			Disability rate
Tingkat ketidakmampuan/cacat (persentase dari tingkat kematian)	10%	10%	(as a percentage of mortality rate)
Usia pensiun normal	55 tahun/years	55 tahun/years	Normal retirement age

Kewajiban imbalan kerja pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012 berdasarkan laporan aktuaris independen PT Dayamandiri Dharmakonsilindo masing-masing tanggal 9 Januari 2014 dan 9 Januari 2013.

Employee benefits obligations as at 31 December 2013 and 2012 were based on independent actuary report PT Dayamandiri Dharmakonsilindo dated 9 January 2014 and 9 January 2013, respectively.

Penyisihan imbalan kerja yang diakui di laporan posisi keuangan ditentukan sebagai berikut:

The employee benefits obligations recognised in the statements of financial position were as follows:

	2013	2012	
Nilai kini dari kewajiban	279,403	344,369	Present value of obligation
Kerugian aktuarial yang belum diakui	(14,514)	(128,451)	Unrecognised actuarial loss
	<u>264,889</u>	<u>215,918</u>	
Kewajiban imbalan kerja jangka pendek	(3,347)	(12,724)	Short-term employee benefits obligations
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang	<u>261,542</u>	<u>203,194</u>	Long-term employee benefits obligations

Beban yang diakui di laporan laba rugi komprehensif adalah sebagai berikut:

The amounts recognised in the statements of comprehensive income were as follows:

	2013	2012	
Biaya jasa kini	31,885	24,669	Current service cost
Biaya bunga	20,127	17,582	Interest cost
Kerugian aktuarial yang diakui	<u>14,990</u>	<u>6,542</u>	Recognition of actuarial loss
	<u>67,002</u>	<u>48,793</u>	

Mutasi kewajiban imbalan kerja adalah sebagai berikut:

The movement in employee benefits obligations was as follows:

	2013	2012	
Saldo awal	215,918	172,845	Beginning balance
Penambahan selama tahun berjalan	67,002	48,793	Addition during the year
Pembayaran selama tahun berjalan	<u>(18,031)</u>	<u>(5,720)</u>	Payment during the year
	<u>264,889</u>	<u>215,918</u>	

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 41 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**20. KEWAJIBAN IMBALAN KERJA (lanjutan)**

Penyesuaian pengalaman pada liabilitas program dan aset program untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2013 dan 2012 adalah sebagai berikut:

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Nilai kini kewajiban imbalan pasti	279,403	344,369
Defisit program	279,403	344,369
Penyesuaian pengalaman pada liabilitas program	<u>(1,181)</u>	<u>(11,429)</u>

**20. EMPLOYEE BENEFITS OBLIGATIONS
(continued)**

The experience adjustment on liability and asset program for the year ended 31 December 2013 and 2012 are as follows:

Present value of defined benefit obligation

Deficit in the plan
Experience adjustments on plan liabilities

21. LABA BERSIH PER SAHAM

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Laba tahun berjalan	1,150,160	770,881
Rata-rata tertimbang jumlah saham yang beredar dasar dan dilusian (dalam jutaan lembar)	2,917	2,917
Laba bersih per saham - dasar dan dilusian (nilai penuh)	<u>394</u>	<u>264</u>

21. NET EARNINGS PER SHARE

Profit for the year

Weighted average number of ordinary shares outstanding - basic and diluted (in million shares)

Net earnings per share - basic and diluted (full amount)

Perusahaan tidak mempunyai efek berpotensi saham biasa yang dilutif. Oleh karena itu, laba per saham dilusian sama dengan laba per saham dasar.

The Company has no potential dilutive ordinary shares. Therefore, diluted earnings per share is equivalent to basic earnings per share.

22. PINJAMAN DARI PIHAK KETIGA

Pinjaman dari PT Matahari Pacific sebesar Rp 1.000.000 sehubungan dengan pembelian saham Perusahaan oleh PT Meadow Indonesia, berdasarkan perjanjian tertanggal 29 Maret 2010 dan dikenakan bunga dengan tarif 13% sampai 15% per tahun selama lima tahun setelah PT Meadow Indonesia menggunakan fasilitas pinjaman tersebut. Bunga disajikan sebagai penambah pinjaman. Setelah dilakukannya transaksi penggabungan usaha pada bulan September 2011, pinjaman tersebut dialihkan ke Perusahaan.

Pada tanggal 7 Agustus 2012, Perusahaan membayar seluruh pokok pinjaman dan bunga terutang sebesar Rp 1.237.817.

22. LOAN FROM THIRD PARTY

The loan from PT Matahari Pacific amounting to Rp 1,000,000 was in connection with PT Meadow Indonesia's purchase of shares of the Company, based on the agreement dated 29 March 2010 and bears interest at a rate of 13% up to 15% per year during five years after PT Meadow Indonesia used the loan facility. Interest is presented as addition to loan principal. After the merger transaction in September 2011, the loan was transferred to the Company.

On 7 August 2012, the Company fully repaid the outstanding loan principal and interest in the amount of Rp 1,237,817.

23. BIAYA KARYAWAN

Jumlah biaya karyawan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2013 adalah sebesar Rp 788.480 (2012: Rp 615.173).

23. EMPLOYEE COSTS

Total employee costs for year ended 31 December 2013 amounting to Rp 788,480 (2012: Rp 615,173).

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 42 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

23. BIAYA KARYAWAN (lanjutan)

Pada tanggal 31 Desember 2013, Perusahaan mempunyai karyawan sejumlah 13.654 orang (2012: 12.702) - tidak diaudit.

23. EMPLOYEE COSTS (continued)

As at 31 December 2013, the Company had 13,654 employees (2012: 12,702 employees) - unaudited.

24. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI

a. Hubungan dengan pihak berelasi

Hubungan dan sifat transaksi dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut:

24. RELATED PARTY INFORMATION

a. The nature of relationships with related parties

The nature of relationships and transactions with related parties are as follows:

Pihak berelasi/ Related party	Sifat hubungan/ Nature of relationship	Sifat transaksi/ Nature of transactions
Asia Color Company Ltd (ACC)	Pemegang saham mayoritas/Majority shareholder	Penggantian beban/Expense reimbursement
PT Multipolar Tbk (MLPL)*	Pemegang saham mayoritas/Majority shareholder	Pembelian asset tetap, biaya sewa, biaya listrik/Purchase of fixed assets, rent expense, electricity expense
Meadow Asia Company Ltd (MAC)	Pemegang saham tidak langsung/Indirect shareholder	Pendapatan jasa, penggantian beban/Service fees, expense reimbursements
PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA)*	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa, biaya listrik, penggantian beban/Rent expense, electricity expense, expense reimbursement
PT Prima Gerbang Persada*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa, biaya listrik/Rent expense, electricity expense
PT Surya Asri Lestari*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa/Rent expense
PT Serang Gemilang*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa/Rent expense
PT Cahaya Pesona Nusantara*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa/Rent expense
PT Panca Megah Utama*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa/Rent expense
PT Mega Duta Persada*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa, biaya listrik/Rent expense, electricity expense
PT Mulia Persada Pertiwi*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa, biaya listrik/Rent expense, electricity expense
PT Mentari Singosaren*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa/Rent expense
PT Citra Cito Perkasa*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa/Rent expense
PT Surya Pekalongan*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa/Rent expense
PT Persada Simpang Lima*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa/Rent expense
PT Surya Menara Lestari*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Biaya sewa, biaya listrik/Rent expense, electricity expense
PT Visionet Internasional ("Visionet")*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/Subsidiary of shareholder (MLPL)	Beban jasa penyediaan sistem retail/Retail system service expense
Dewan Direksi dan Dewan Komisaris, Personil manajemen kunci lainnya/Board of Directors and Commissioners, other key management personnel	Manajemen kunci Perusahaan/Key management of the Company	Kompensasi dan remunerasi/Compensation and remuneration

*) Pihak berelasi sejak Maret 2013

*) Related party since March 2013

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 43 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)24. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI
(lanjutan)

24. RELATED PARTY INFORMATION (continued)

b. Transaksi dengan pihak berelasi

b. Transactions with related party

Pendapatan jasaService fees

	2013	2012
Meadow Asia Company Ltd	480	480
Persentase dari jumlah pendapatan bersih	0.01	0.01

Meadow Asia Company Ltd

Percentage of total net revenue

Biaya SewaRent expense

	2013	2012
PT Matahari Putra Prima Tbk	56,941	-
PT Mega Duta Persada	12,595	-
PT Prima Gerbang Persada	11,200	-
PT Surya Asri Lestari	9,765	-
PT Multipolar Tbk	8,467	-
PT Mulia Persada Pertiwi	7,424	-
PT Cahaya Pesona Nusantara	6,155	-
PT Persada Simpang Lima	5,594	-
PT Serang Gemilang	5,239	-
PT Surya Menara Lestari	4,829	-
PT Mentari Singosaren	4,817	-
PT Surya Pekalongan	4,166	-
PT Panca Megah Utama	4,074	-
PT Citra Cito Perkasa	4,026	-
Lain-lain (masing-masing di bawah Rp 2,9 miliar)	12,269	-
Jumlah	157,561	-
Persentase dari beban usaha	6.10	0.00

PT Matahari Putra Prima Tbk
PT Mega Duta Persada
PT Prima Gerbang Persada
PT Surya Asri Lestari
PT Multipolar Tbk
PT Mulia Persada Pertiwi
PT Cahaya Pesona Nusantara
PT Persada Simpang Lima
PT Serang Gemilang
PT Surya Menara Lestari
PT Mentari Singosaren
PT Surya Pekalongan
PT Panca Megah Utama
PT Citra Cito Perkasa

Others (each below Rp 2.9 billion)

Total

Percentage of total operating expenses

Beban jasa penyediaan sistem retailRetail system service expense

PT Visionet Internasional	9,612	-
Persentase dari jumlah beban usaha	0.37	0.00

PT Visionet Internasional

Percentage of total operating expenses

Biaya listrikElectricity expense

PT Matahari Putra Prima Tbk	17,226	-
PT Prima Gerbang Persada	3,867	-
PT Mulia Persada Pertiwi	3,735	-
PT Multipolar Tbk	3,401	-
PT Surya Menara Lestari	2,990	-
PT Mega Duta Persada	2,906	-
Lain-lain (masing-masing di bawah Rp 2,9 miliar)	21,884	-
Jumlah	56,009	-
Persentase dari jumlah beban usaha	2.17	0.00

PT Matahari Putra Prima Tbk
PT Prima Gerbang Persada
PT Mulia Persada Pertiwi
PT Multipolar Tbk
PT Surya Menara Lestari
PT Mega Duta Persada

Others (each below Rp 2.9 billion)

Total

Percentage of total operating expenses

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 44 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)24. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI
(lanjutan)

24. RELATED PARTY INFORMATION (continued)

b. Transaksi dengan pihak berelasi
(lanjutan)b. Transactions with related party
(continued)Pembelian aset tetapPurchase of fixed assets

PT Multipolar Tbk	17,235	-	PT Multipolar Tbk
Persentase dari aset tetap	2.37	0.00	Percentage of total fixed assets

Kompensasi manajemen kunciKey management compensation

Manajemen kunci termasuk dewan komisaris, dewan direksi dan personil manajemen kunci lainnya. Kompensasi yang dibayar atau terutang pada manajemen kunci atas jasa pekerja adalah sebagai berikut:

Key management includes board of commissioners, board of directors and other key management personnel. The compensation paid or payable to key management for employee services is shown below:

31 Desember/December 2013				
	Dewan Direksi/ Board of Directors	Dewan Komisaris/ Board of Commissioners	Personil manajemen kunci lainnya/ Other key management personnel	
Gaji dan imbalan karyawan jangka pendek lainnya	13,534	5,208	33,362	Salaries and other short-term employee benefits
Imbalan kerja karyawan	-	-	1,939	Employee benefits obligations
	13,534	5,208	35,301	
31 Desember/December 2012				
	Dewan Direksi/ Board of Directors	Dewan Komisaris/ Board of Commissioners	Personil manajemen kunci lainnya/ Other key management personnel	
Gaji dan imbalan karyawan jangka pendek lainnya	10,144	3,427	30,884	Salaries and other short-term employee benefits
Imbalan kerja karyawan	-	-	1,539	Employee benefits obligations
	10,144	3,427	32,423	
	2013	2012		
Sebagai persentase dari jumlah beban karyawan	6.85	7.48		As a percentage of total employee costs

Beban ini dicatat sebagai bagian dari beban usaha.

This expense is recorded as part of operating expenses.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 45 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)24. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI
(lanjutan)

24. RELATED PARTY INFORMATION (continued)

c. Saldo dengan pihak berelasi

c. Balances with related party

Uang muka sewa dan
beban dibayar dimukaRental advances and
prepaid expense

	2013	2012
PT Matahari Putra Prima Tbk	227,462	-
PT Panca Megah Utama	2,089	-
PT Surya Menara Lestari	1,325	-
PT Surya Asri Lestari	563	-
	<u>231,439</u>	<u>-</u>
Persentase dari jumlah aset	<u>7.88</u>	<u>0.00</u>

PT Matahari Putra Prima Tbk
PT Panca Megah Utama
PT Surya Menara Lestari
PT Surya Asri Lestari

Percentage of total assets

Piutang lain-lain pihak berelasiOther receivables related parties

	2013	2012
PT Matahari Putra Prima Tbk	15,052	-
Meadow Asia Company Ltd	-	2,413
	<u>15,052</u>	<u>2,413</u>
Persentase dari jumlah aset	<u>0.51</u>	<u>0.08</u>

PT Matahari Putra Prima Tbk
Meadow Asia Company Ltd

Percentage of total assets

Utang lain-lain pihak berelasiOther payables related parties

	2013	2012
PT Matahari Putra Prima Tbk	9,181	-
Asia Color Company Ltd	2,253	-
Jumlah	<u>11,434</u>	<u>-</u>
Persentase dari jumlah liabilitas	<u>0.31</u>	<u>0.00</u>

PT Matahari Putra Prima Tbk
Asia Color Company Ltd

Total

Percentage of total liabilities

Akrual pihak berelasiAccruals related parties

	2013	2012
PT Matahari Putra Prima Tbk	13,839	-
PT Cahaya Pesona Nusantara	5,313	-
PT Mulia Persada Pertiwi	5,089	-
Lain-lain (masing-masing di bawah Rp 2,9 miliar)	<u>6,793</u>	<u>-</u>
Jumlah	<u>31,034</u>	<u>-</u>
Persentase dari jumlah liabilitas	<u>0.83</u>	<u>0.00</u>

PT Matahari Putra Prima Tbk
PT Cahaya Pesona Nusantara
PT Mulia Persada Pertiwi

Others (each below Rp 2.9 billion)

Total

Percentage of total liabilities

25. PERJANJIAN-PERJANJIAN PENTING

25. SIGNIFICANT AGREEMENTS

- a. Pada bulan November 2009, Perusahaan menandatangani "Perjanjian Penyediaan Jasa Teknologi Informasi" dengan PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA), di mana Perusahaan telah sepakat untuk menerima jasa layanan Sistem Teknologi Ritel yang Berbasis Teknologi Informasi ("Sistem Ritel") dari MPPA untuk menunjang seluruh kegiatan usaha Perusahaan.

- a. In November 2009, the Company signed an "Information Technology Services Agreement" with PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA), in which the Company agreed to accept the services of Retail Technology Systems with Information Technology-Based ("Retail Systems") from MPPA to support all activities of the Company.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 46 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**25. PERJANJIAN-PERJANJIAN PENTING
(lanjutan)**

Perusahaan mengalihkan Perjanjian Penyediaan Jasa Teknologi Informasi dari MPPA ke Visionet pada tanggal 1 Juli 2010. Perjanjian ini berlaku untuk jangka waktu 5 tahun. Tidak ada perubahan mengenai lingkup jasa dan beban jasa penyediaan sistem ritel dibandingkan dengan perjanjian sebelumnya dengan MPPA.

Beban jasa penyediaan sistem ritel dibebankan sebagai bagian dari "Beban usaha" sebesar Rp 12.687 untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2013 (2012: Rp 12.744).

- b. Pada tanggal 28 Desember 2010, Perusahaan menandatangani "Perjanjian Konsultasi dan Jasa Manajemen" dengan MAC, dimana Perusahaan bertindak sebagai penasihat dan konsultan manajemen dan bisnis MAC. Perjanjian ini mulai efektif pada tanggal 1 Oktober 2010. Pendapatan jasa untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2013 dan 2012 masing-masing sejumlah Rp 480.
- c. Pada tahun 2013, Perusahaan telah menandatangani 12 *Memorandum of Understanding* (MoU) untuk pembukaan gerai-gerai baru yang berada di beberapa lokasi di Indonesia dan diperkirakan akan beroperasi pada tahun 2014 dan 2015. Pada tanggal 31 Desember 2013, total estimasi komitmen sewa dari gerai-gerai tersebut adalah Rp 638.261 untuk masa sewa 10-11 tahun.

25. SIGNIFICANT AGREEMENTS (continued)

The Company transferred the Information Technology Services Agreement from MPPA to Visionet on 1 July 2010. This agreement is valid for a period of 5 years. There are no changes related to scope of service and retail system service expense compared to the previous agreement with MPPA.

Retail system service expense was charged as part of the "Operating expenses", amounting to Rp 12,687 for the year ended 31 December 2013 (2012: Rp 12,744).

- b. On 28 December 2010, the Company signed an "Agreement of Consultation and Management Services" with MAC, whereby the Company acts as advisor and consultant to the management and business of MAC. This agreement is effective started on 1 October 2010. Service fees for the year ended 31 December 2013 and 2012 was amounting to Rp 480 each.
- c. In 2013, the Company has signed 12 *Memorandum of Understanding* (MoU) for opening new stores located in several locations in Indonesia and expected to start commercial operations in 2014 and 2015. As at 31 December 2013, the estimated total lease commitment for those new stores is Rp 638,261 for a lease period of 10-11 years.

26. PELAPORAN SEGMENT

Pembuat keputusan operasional menggunakan indikator kinerja gerai sebagai alat untuk menganalisa bisnisnya. Kinerja gerai dikelompokkan berdasarkan area geografis. Oleh karena itu, Perusahaan melaporkan segmennya berdasarkan area geografis.

Ikhtisar gerai berdasarkan area geografis adalah sebagai berikut:

	2013	2012	
Sumatera	21	18	Sumatera
Jawa	76	75	Java
Kalimantan, Sulawesi dan Maluku	24	19	Kalimantan, Sulawesi and Maluku
Lainnya	4	4	Others
	<u>125</u>	<u>116</u>	

Ikhtisar segmen berdasarkan area geografis adalah sebagai berikut:

26. SEGMENT REPORTING

The chief operating decision-maker uses store performance indicators as tools in analysing its business. The store performance is grouped into geographical areas. Therefore, the Company reports its segment by geographical area.

A summary of stores by geographical area is as follows:

	2013	2012	
Sumatera	21	18	Sumatera
Jawa	76	75	Java
Kalimantan, Sulawesi dan Maluku	24	19	Kalimantan, Sulawesi and Maluku
Lainnya	4	4	Others
	<u>125</u>	<u>116</u>	

A summary of segments by geographical area is as follows:

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 47 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

26. PELAPORAN SEGMENT (lanjutan)

26. SEGMENT REPORTING (continued)

	2013				
	Sumatera	Jawa/ Java	Kalimantan, Sulawesi and Maluku	Lainnya/ Others	Jumlah segmen/ Total segment
Pendapatan/Revenue	1,043,645	4,189,937	1,161,656	322,022	6,717,260
Pendapatan jasa/Service fees					37,066
					6,754,326
Hasil segmen/Segment result	401,928	1,406,939	428,471	112,838	2,350,176
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan/ Unallocated operating expenses					(535,308)
Laba operasi/Operating profit					1,814,868
Aset segmen/Segment assets	234,480	854,507	280,267	63,539	1,432,793
Aset yang tidak dapat dialokasikan/ Unallocated assets					1,504,089
Jumlah aset/Total assets					2,936,882
Aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/Fixed assets net of accumulated depreciation	115,535	400,881	136,233	29,965	682,614
Aset tetap yang tidak dapat dialokasikan setelah dikurangi akumulasi penyusutan/ Unallocated fixed assets net of accumulated depreciation					44,572
Jumlah aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/Total fixed assets net of accumulated depreciation					727,186
Penambahan aset tetap/Addition of fixed assets	52,726	113,736	50,044	8,438	224,944
Penambahan aset tetap yang tidak dapat dialokasikan/Unallocated addition of fixed assets					18,579
Jumlah penambahan aset tetap/Total additions of fixed assets					243,523
Beban penyusutan/Depreciation expenses	27,089	122,899	35,871	8,592	194,451
Beban penyusutan yang tidak dapat dialokasikan/Unallocated depreciation Expenses					12,177
Jumlah beban penyusutan/Total depreciation expenses					206,628

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 48 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**26. PELAPORAN SEGMENT (lanjutan)****26. SEGMENT REPORTING (continued)**

	2012				
	Sumatera	Jawa/ Java	Kalimantan, Sulawesi and Maluku	Lainnya/ Others	Jumlah segmen/ Total segment
Pendapatan/Revenue	887,197	3,475,590	963,060	255,853	5,581,700
Pendapatan jasa/Service fees					35,232
					5,616,932
Hasil segmen/Segment result	355,420	1,212,234	377,839	93,359	2,038,852
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan/ Unallocated operating expenses					(454,501)
Laba operasi/Operating profit					1,584,351
Aset segmen/Segment assets	165,160	749,216	209,772	59,904	1,184,052
Aset yang tidak dapat dialokasikan/ Unallocated assets					1,745,700
Jumlah aset/Total assets					2,929,752
Aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/Fixed assets net of accumulated depreciation	83,566	410,857	115,263	30,922	640,608
Aset tetap yang tidak dapat dialokasikan setelah dikurangi akumulasi penyusutan/ Unallocated fixed assets net of accumulated depreciation					53,397
Jumlah aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/Total fixed assets net of accumulated depreciation					694,005
Penambahan aset tetap/Addition of fixed assets	25,681	133,555	56,924	17,354	233,514
Penambahan aset tetap yang tidak dapat dialokasikan/Unallocated addition of fixed assets					14,983
Jumlah penambahan aset tetap/Total additions of fixed assets					248,497
Beban penyusutan/Depreciation expenses	21,847	107,488	27,180	5,488	162,003
Beban penyusutan yang tidak dapat dialokasikan/Unallocated depreciation expenses					14,086
Jumlah beban penyusutan/Total depreciation expenses					176,089

**27. ASET DAN LIABILITAS MONETER DALAM
MATA UANG ASING**

Pada tanggal 31 Desember 2013, Perusahaan hanya memiliki aset moneter dalam mata uang asing berupa kas dan setara kas sejumlah USD 182.772 (nilai penuh) (2012: USD 201.058 (nilai penuh)) yang dijabarkan dalam Rupiah senilai Rp 2.228 (2012: Rp 1.944).

**27. MONETARY ASSETS AND LIABILITIES IN
FOREIGN CURRENCIES**

As at 31 December 2013, the Company only had monetary assets denominated in foreign currencies in the form of cash and cash equivalents amounting to USD 182,772 (full amount) (2012: USD 201,058 (full amount)) translated into Rupiah amounting to Rp 2,228 (2012: Rp 1,944).

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 49 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

28. INFORMASI TAMBAHAN UNTUK ARUS KAS

28. SUPPLEMENTARY INFORMATION FOR CASH FLOWS

	2013	2012	
Aktivitas signifikan yang tidak mempengaruhi arus kas			Significant activities not affecting cash flows
- Penambahan aset tetap melalui akrual	30,685	29,554	Addition of fixed assets - through accruals

29. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN

29. FINANCIAL RISK MANAGEMENT

(i) Faktor risiko keuangan

(i) Financial risk factors

Berbagai aktivitas yang dilakukan membuat Perusahaan terekspos terhadap berbagai macam risiko keuangan: risiko pasar (termasuk risiko tingkat bunga dan risiko harga), risiko kredit serta risiko likuiditas. Perusahaan tidak mempunyai risiko yang signifikan terhadap nilai tukar mata uang asing karena sebagian besar transaksi Perusahaan adalah dalam Rupiah. Kebijakan keuangan Perusahaan dimaksudkan untuk mengurangi dampak keuangan dari fluktuasi tingkat bunga dan nilai tukar mata uang asing serta meminimalisasi potensi kerugian yang dapat berdampak pada risiko keuangan Perusahaan.

The Company's activities are exposed to a variety of financial risks: market risk (including interest rate risk and price risk), credit risk and liquidity risk. The Company has no significant foreign exchange risk as the Company's transactions are mostly in Rupiah. The Company's treasury policies are designed to mitigate the financial impact of fluctuations in interest rates and foreign exchange rates and to minimise potential adverse effects on the Company's financial risk.

(a) Risiko pasar

(a) Market risk

Risiko tingkat bunga

Interest rate risk

Perusahaan terekspos risiko tingkat suku bunga yang timbul dari pinjaman bank dengan suku bunga mengambang.

The Company is exposed to interest rate risk arising from floating rates of bank loans.

Kenaikan tingkat suku bunga akan menaikkan beban pinjaman dan berdampak buruk terhadap keuntungan Perusahaan. Kenaikan tingkat suku bunga yang signifikan, khususnya untuk periode yang panjang, dapat berdampak besar dan buruk terhadap bisnis, posisi keuangan, hasil operasi dan prospek Perusahaan.

An increase in interest rates would increase borrowing costs and adversely affect the profitability of the Company. Any significant increase in interest rates, especially for a prolonged period, could have a material and adverse effect on the business, financial position, result of operations and prospects of the Company.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 50 Page

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

29. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (lanjutan)

29. FINANCIAL RISK MANAGEMENT (continued)

(i) Faktor risiko keuangan (lanjutan)

(i) Financial risk factors (continued)

(a) Risiko pasar (lanjutan)

(a) Market risk (continued)

Risiko tingkat bunga (lanjutan)

Interest rate risk (continued)

Profil pinjaman Perusahaan setelah memperhitungkan transaksi lindung nilai adalah sebagai berikut:

The Company's borrowings profile after taking into account hedging transactions is as follows:

	2013	2012	
Pinjaman dengan tingkat suku bunga tetap	-	1,235,000	Fixed interest rates borrowings
Pinjaman dengan tingkat suku bunga mengambang	1,669,253	1,834,253	Floating interest rates borrowings
	<u>1,669,253</u>	<u>3,069,253</u>	

Pada tanggal 31 Desember 2013, jika tingkat bunga atas pinjaman yang didenominasikan dalam Rupiah lebih tinggi/rendah 1% dan variabel lain dianggap tetap, laba setelah pajak untuk periode berjalan akan lebih rendah/tinggi sebesar Rp 13.354 (2012: Rp 13.757), terutama sebagai akibat tingginya/rendahnya beban bunga dari pinjaman dengan suku bunga mengambang.

As at 31 December 2013, if interest rates on Rupiah-denominated borrowings had been 1% higher/lower with all other variables held constant, post-tax profit for the period would have been Rp 13,354 (2012: Rp 13,757) lower/higher, mainly as a result of higher/lower interest expense on floating rate borrowings.

Risiko harga

Price risk

Perusahaan tidak mempunyai risiko harga yang signifikan.

The Company has no significant price risks.

(b) Risiko kredit

(b) Credit risk

Perusahaan memiliki risiko kredit yang terutama berasal dari simpanan di bank.

The Company is exposed to credit risk primarily from deposits with banks.

Perusahaan mengelola risiko kredit yang terkait dengan simpanan di bank dengan hanya menggunakan bank-bank dengan predikat yang baik.

The Company manages credit risk exposed from its deposits with banks by only using banks with good ratings.

Tidak terdapat risiko kredit yang signifikan atas piutang usaha, karena hanya merupakan piutang kartu kredit dari bank yang biasanya akan dilunasi dalam periode 2 sampai dengan 3 hari kerja dari tanggal transaksi.

There is no significant credit risk from trade receivables, as they only represent credit card receivables from banks that are usually settled within 2 or 3 days of the transaction date.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 51 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**29. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (lanjutan)****(i) Faktor risiko keuangan (lanjutan)****(c) Risiko likuiditas**

Perusahaan mengelola risiko likuiditas dengan pengawasan proyeksi dan arus kas aktual secara terus menerus serta pengawasan tanggal jatuh tempo aset dan liabilitas keuangan.

Perusahaan juga membuat proyeksi arus kas rutin untuk memantau pembayaran pokok pinjaman dan bunga pinjaman.

Tabel di bawah ini menganalisis liabilitas keuangan Perusahaan, termasuk bunga. Jumlah yang diungkapkan dalam tabel merupakan arus kas kontraktual yang tidak didiskontokan.

	Kurang dari 3 bulan/ <i>Less than 3 months</i>	Antara 3 bulan dan 1 tahun/ <i>Between 3 months and 1 year</i>	Antara 1 dan 2 tahun/ <i>Between 1 and 2 years</i>	Antara 2 dan 5 tahun/ <i>Between 2 and 5 years</i>	Jumlah/ <i>Total</i>
31 Desember 2013					
Pinjaman	<u>43,710</u>	<u>188,015</u>	<u>886,513</u>	<u>951,285</u>	<u>2,069,523</u>
31 Desember 2012					
Pinjaman	<u>79,967</u>	<u>691,754</u>	<u>977,606</u>	<u>1,959,309</u>	<u>3,708,636</u>

Selain pinjaman, liabilitas keuangan Perusahaan memiliki jatuh tempo kurang dari 3 bulan.

(ii) Manajemen permodalan

Tujuan Perusahaan dalam pengelolaan permodalan adalah untuk mempertahankan kelangsungan usaha Perusahaan guna memberikan imbal hasil kepada pemegang saham dan manfaat kepada pemangku kepentingan lainnya serta menjaga struktur modal yang optimal untuk mengurangi biaya modal.

Untuk mempertahankan atau menyesuaikan struktur modal, Perusahaan menyesuaikan jumlah dividen yang dibayar kepada pemegang saham.

29. FINANCIAL RISK MANAGEMENT (continued)**(i) Financial risk factors (continued)****(c) Liquidity risk**

The Company manages its liquidity risk by continuously monitoring rolling forecasts of the Company's liquidity requirements and actual cash flow and the due date of financial assets and liabilities.

The Company also prepares regular cash flow projections to monitor the payment of maturity loan principals and interest.

The table below analyses the Company's financial liabilities, including interest. The amounts disclosed in the table are the contractual undiscounted cash flows.

31 December 2013
Borrowings

31 December 2012
Borrowings

Except for borrowings, the Company's financial liabilities are due within less than 3 months.

(ii) Capital management

The Company's objectives when managing capital are to safeguard the Company's ability to continue as a going concern in order to provide returns for shareholders and benefits for other stakeholders and to maintain an optimal capital structure to reduce the cost of capital.

In order to maintain or adjust the capital structure, the Company may adjust the amount of dividends paid to shareholders.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 52 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012***(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)***29. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (lanjutan)****(ii) Manajemen permodalan (lanjutan)**

Jumlah modal yang dikelola Perusahaan dihitung dengan mengeluarkan saldo selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali dari ekuitas sebesar Rp 3.767.126. Sehingga, modal yang dikelola Perusahaan pada tanggal 31 Desember 2013 adalah Rp 2.985.754 (2012: Rp 1.835.594).

(iii) Nilai wajar instrumen keuangan

Nilai wajar aset dan liabilitas keuangan diestimasi untuk keperluan pengakuan dan pengukuran atau untuk keperluan pengungkapan.

Nilai tercatat aset keuangan seperti kas dan setara kas, piutang usaha, piutang lain-lain, aset lancar lainnya, aset tidak lancar lainnya serta liabilitas keuangan seperti pinjaman bank, utang usaha, utang lain-lain dan akrual mendekati nilai wajarnya.

Pada tanggal 31 Desember 2013, nilai tercatat uang jaminan sebesar Rp 108.894 (2012: Rp 89.331) sedangkan nilai wajarnya adalah sebesar Rp 75.630 (2012: Rp 67.236).

Nilai wajar dari uang jaminan untuk keperluan penyajian diestimasi dengan mendiskontokan arus kas kontrak masa depan pada tingkat bunga pasar saat ini yang berkisar antara 7%-8% per tahun.

29. FINANCIAL RISK MANAGEMENT (continued)**(ii) Capital management (continued)**

Total capital which is managed by the Company is calculated by excluding the balance of difference in value from restructuring transactions among entities under common control from equity of Rp 3,767,126. As a result, the capital which was managed by the Company as of 31 December 2013 was Rp 2,985,754 (2012: Rp 1,835,594).

(iii) Fair values of financial instruments

The fair value of financial assets and liabilities is estimated for recognition and measurement or for disclosure purposes.

The carrying amount of financial assets such as cash and cash equivalents, trade receivables, other receivables, other current assets, other non-current assets and financial liabilities such as bank loans, trade payables, other payables and accruals approximate their fair value.

On 31 December 2013, the carrying value of refundable deposits amounts to Rp 108,894 (2012: Rp 89,331) while their fair value amounts to Rp 75,630 (2012: Rp 67,236).

The fair value of refundable deposits for disclosure purposes is estimated by discounting the future contractual cash flows at the current market interest rate which is 7%-8% per annum.

30. KOMITMEN BARANG MODAL DAN LIABILITAS KONTINJENSI

Pada tanggal 31 Desember 2013, Perusahaan mempunyai komitmen untuk pembelian aset tetap sebesar Rp 32.809 (2012: Rp 64.033). Tidak ada liabilitas kontinjensi yang signifikan pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012.

30. CAPITAL COMMITMENTS AND CONTINGENT LIABILITIES

As at 31 December 2013, the Company had commitments to purchase fixed assets amounting to Rp 32,809 (2012: Rp 64,033). There are no significant contingent liabilities as at 31 December 2013 and 2012.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 53 Page

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2013 DAN 2012**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2013 AND 2012**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**31. REKLASIFIKASI AKUN**

Beberapa akun dalam laporan keuangan untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2012 telah direklasifikasikan agar sesuai dengan penyajian laporan keuangan untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2013.

31. RECLASSIFICATION OF ACCOUNTS

Certain accounts in the financial statements for the year ended 31 December 2012 have been reclassified to conform with the presentation of the financial statements for the year ended 31 December 2013.

	Sebelum reklasifikasi/ <i>Before reclassification</i>	Reklasifikasi/ <i>Reclassification</i>	Setelah reklasifikasi/ <i>After reclassification</i>	
Laporan posisi keuangan:				<i>Statement of financial position:</i>
Imbalan kerja karyawan jangka panjang	215,918	(12,724)	203,194	<i>Long-term employee benefits obligations</i>
Imbalan kerja karyawan jangka pendek	-	12,724	12,724	<i>Short-term employee benefits obligations</i>
Laporan laba rugi komprehensif:				<i>Statement of comprehensive income:</i>
Beban penjualan	(1,049,593)	1,049,593	-	<i>Selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi	(1,082,623)	1,082,623	-	<i>General and administration expenses</i>
Beban usaha	-	(2,132,216)	(2,132,216)	<i>Operating expenses</i>

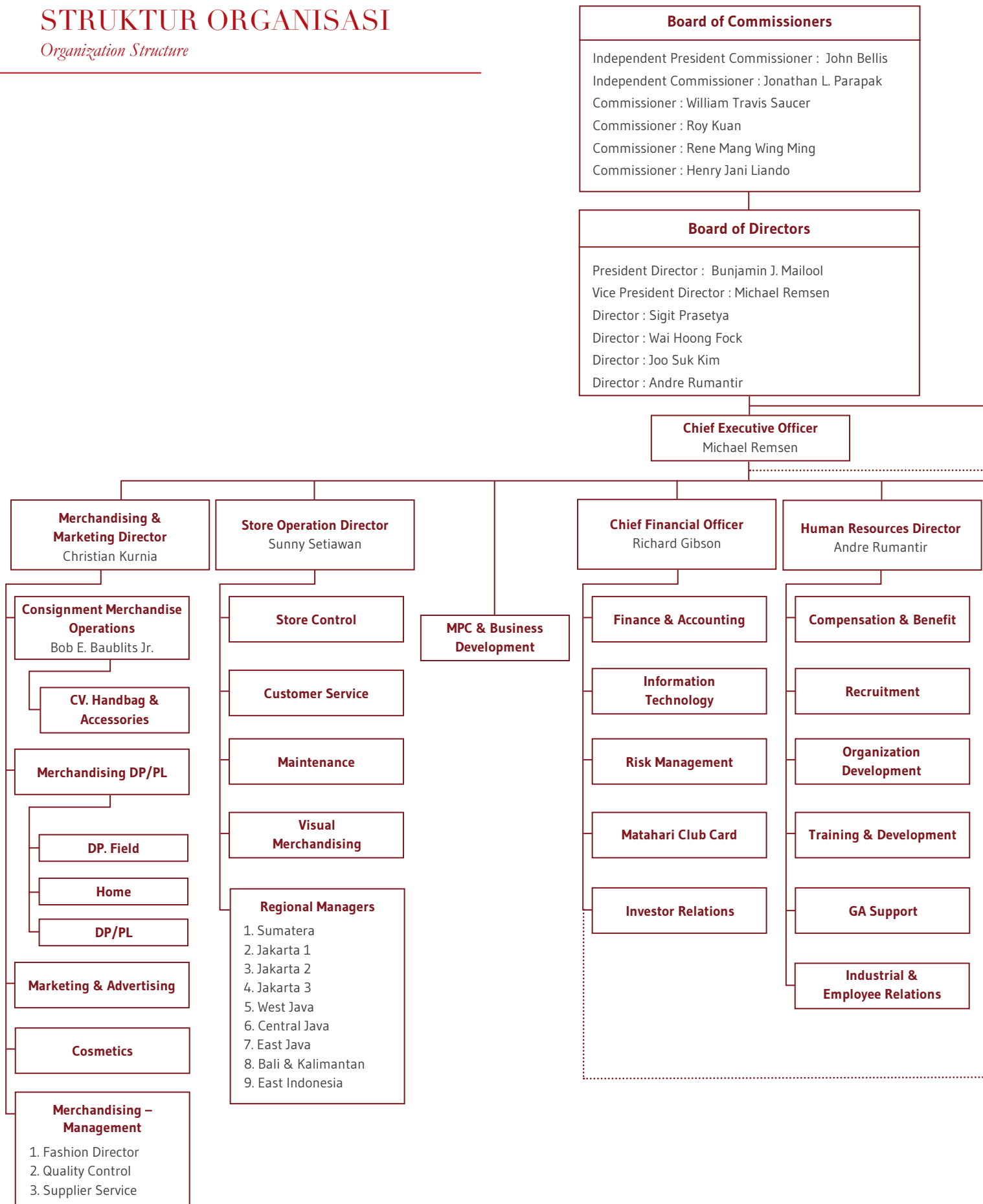


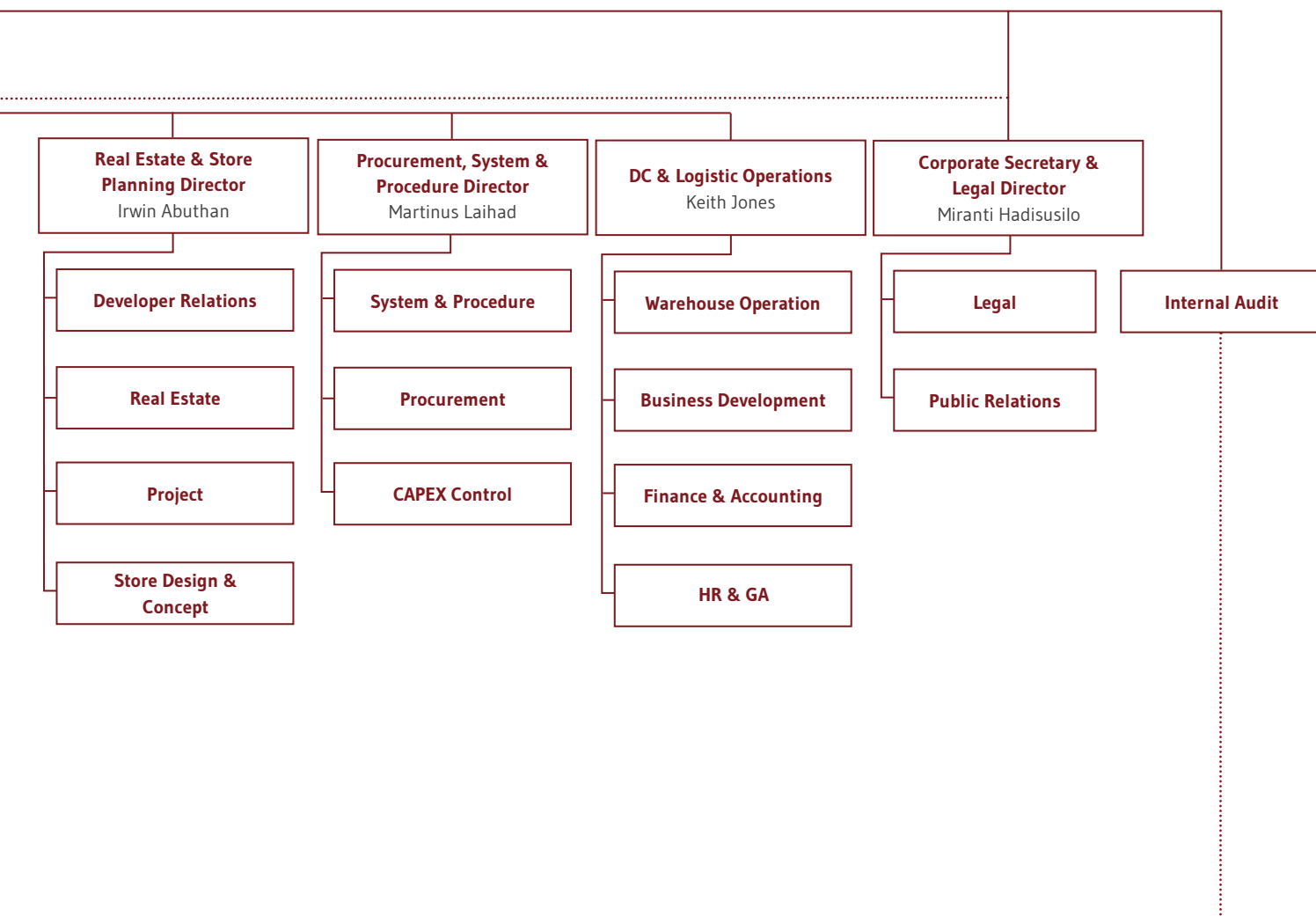
D^{ATA}
Corporate Data P^{ERUSAHAAN}



STRUKTUR ORGANISASI

Organization Structure





PROFIL DEWAN KOMISARIS

Board of Commissioners' Profile



JOHN BELLIS

Presiden Komisaris Independen / Independent President Commissioner

Diangkat sebagai Presiden Komisaris Independen pada tanggal 26 Maret 2010 setelah sebelumnya menjabat sebagai *Chief Executive Officer* Perseroan. Sejak bergabung dengan Perseroan pada tahun 2001, beliau juga pernah menjabat sebagai Komisaris Independen dan *Senior Adviser*. Memulai karirnya sebagai *management trainee* di John Lewis Partnership Stores, United Kingdom (1961 - 1965), kemudian menjadi *General Manager* di Booker Group, Zambia (1965 - 1970). Selanjutnya beliau menempati posisi sebagai *General Manager* dan setelah itu *Managing Director* di Edgars Stores Ltd, Afrika Selatan (1970-1998). John Bellis adalah lulusan NRDC dari St Martins College, United Kingdom. Saat ini beliau berusia 70 tahun.

Was appointed as the Company's President Commissioner Independent on March 26, 2010. He previously served as the Chief Executive Officer of the Company. Since joining the Company in 2001, Mr Bellis has also previously served as Independent Commissioner and Senior Adviser. Mr Bellis began his career as a Management Trainee at John Lewis Partnership Stores, United Kingdom (1961 – 1965). He has also worked as a General Manager at Booker Group, Zambia (1965 – 1970) and a General Manager and Managing Director at Edgars Stores Ltd, South Africa (1970 – 1998). Mr Bellis is a NRDC graduate of St. Martins College, United Kingdom. He is 70 years old.



JONATHAN L. PARAPAK

Komisaris Independen / Independent Commissioner

Diangkat sebagai Komisaris Independen pada tanggal 26 Maret 2010. Bergabung dengan Perseroan sejak tahun 2000, sebelumnya beliau telah menjabat berbagai posisi penting termasuk Sekretaris Jenderal Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (1991 - 1998), Sekretaris Jenderal Departemen Pariwisata, Seni dan Budaya (1998 - 1999), serta Presiden Direktur dan Presiden Komisaris PT Indosat Tbk (1980 - 2000). Saat ini, beliau adalah Rektor Universitas Pelita Harapan dan Komisaris Independen PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA). Beliau meraih gelar Sarjana dan Master serta Doktor (semua dalam bidang *Engineering*) dari University of Tasmania, Australia. Saat ini beliau berusia 71 tahun.

Was appointed as an Independent Commissioner of the Company on March 26, 2010. He joined the Company in 2000. He has held a wide range of positions including Secretary General of the Department of Tourism, Post and Telecommunications (1991 – 1998), Secretary General of the Department of Tourism, Arts and Culture (1998 – 1999); and President Director and President Commissioner of PT Indosat Tbk (1980 – 2000). At present, Mr Parapak is a Rector of Pelita Harapan University and an Independent Commissioner of MPP. He holds a Bachelors and Masters degree as well as a Doctorate (all in Engineering) from the University of Tasmania, Australia. He is 71 years old.



WILLIAM TRAVIS SAUCER

Komisaris / Commissioner

Diangkat kembali sebagai Komisaris pada tanggal 14 Juni 2013. Sebelumnya pernah menjadi Komisaris Independen Perseroan sejak 22 Juni 2012 sampai 9 April 2013. Bergabung dengan Grup Matahari pada tahun 2006 dan pernah menjabat sebagai *Chief Executive Officer*. Beliau memiliki pengalaman lebih dari 36 tahun di bidang *merchandising* dan pemasaran dalam industri *department store* di Amerika Serikat - bekerja di berbagai perusahaan terkemuka seperti Saks Inc dan JC Penney. Selain itu, beliau juga pernah menjabat sebagai *Chief Executive Officer* dan Presiden Direktur di berbagai jaringan *department store* terkemuka seperti: Parisian Department Stores (1999 – 2011), McRae's Department Stores (1998 – 1999) dan Matahari Department Stores (2006 – 2011). Beliau memperoleh gelar sarjana di bidang Advertising dari Troy University, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 61 tahun.

Was appointed as Commissioner of the Company on June 14, 2013. Previously, he was a Commissioner Independent of the Company since June 22, 2012 to April 9, 2013. He joined the Matahari Group in 2006 and previously served as the Chief Executive Officer of the Company. He has over 36 years of experience with particular expertise in merchandising and marketing in the department store business in the United States – working for companies such as Saks Inc and JCPenney. In addition, he has held the post of Chief Executive Officer and President Director of the following: Parisian Department Stores (1999 – 2011), McRae's Department Stores (1998 – 1999) and Matahari Department Stores (2006 – 2011). Mr Saucer holds a bachelor's degree in Advertising from Troy University, United States. He is 61 years old.

**ROY KUAN**

Komisaris / Commissioner

Diangkat sebagai Komisaris Perseroan pada tanggal 26 Maret 2010. Beliau adalah *Managing Partner* di CVC Asia Pacific Limited. Memiliki pengalaman lebih dari 17 tahun di bidang *private equity* di kawasan Asia dimana selama periode tersebut beliau memimpin atau ikut memimpin banyak investasi CVC di Daratan Cina, Asia Tenggara, Jepang dan Korea. Beliau merupakan anggota dari Komite Investasi dan Portofolio Asia Pasifik CVC. Beliau saat ini menjadi Direksi di Hong Kong Broadband Network, Sun Hung Kai & Co. dan Nien Made Holdings. Sebelumnya, ia pernah bergabung dengan tim investasi Asia Private Equity Citigroup dengan fokus pada investasi di Korea Selatan dan Filipina. Beliau memperoleh gelar BA dari Georgetown University, Amerika Serikat dan gelar MBA dari Wharton School, University of Pennsylvania, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 47 tahun.

Was appointed as a Commissioner of the Company on March 26, 2010. He is a Managing Partner at CVC Asia Pacific Limited. Mr. Kuan has over 17 years of private equity experience in the region. Over that period he has led or co-led many of CVC's investments in Greater China, Southeast Asia, Japan and Korea. He is a member of CVC's Asia Pacific Investment and Portfolio Committees. Mr. Kuan currently is a Board of Director at Hong Kong Broadband Network, Sun Hung Kai & Co., and Nien Made Holdings. Previously, Mr. Kuan Roy worked in Citigroup's Asia Private Equity investment team, focusing on investments in South Korea and the Philippines. He holds a BA Degree from Georgetown University, USA, and an MBA from the Wharton School, University of Pennsylvania, USA. He is 47 years old.

**RENE MANG WING MING**

Komisaris / Commissioner

Diangkat sebagai Komisaris Perseroan pada tanggal 26 Maret 2010. Saat ini masih menjabat sebagai *Managing Partner Silversteps Limited*. Beliau pernah memegang posisi senior di berbagai *retailer* besar selama 20 tahun terakhir termasuk *Group Chief Executive Officer* G200 Apparel Limited Hong Kong, China dan Asia (2009-2013), *Chief Operating Officer* Trust-Mart, Cina - anak perusahaan Wal-Mart (2007 - 2008), *Chief Administrative Officer* Wal-Mart, Cina (2005 - 2006), *Country President* Wal-Mart, Korea (1998 - 2004) dan *Chief Executive Officer* Seibu Department Store, Hong Kong dan China (1997 - 1998). Beliau adalah anggota AICPA (*American Institute of Certified Public Accountants*) dan lulusan Chinese University of Hong Kong, Hong Kong. Saat ini beliau berusia 62 tahun.

Was appointed as a Commissioner of the Company on March 26, 2010. He is presently the Managing Partner of Silversteps Limited. He has held senior positions in various large retailers over the past 20 years including Group Chief Executive Officer of G2000 Apparel Limited over Hong Kong, China and Asia (2009-2013), Chief Operating Officer of Trust-Mart, China - a wholly owned subsidiary of Wal-Mart (2007 - 2008), Chief Administrative Officer of Wal-Mart, China (2005 - 2006), Country President of Wal-Mart, Korea (1998 - 2004), and Chief Executive Officer of Seibu Department Store, Hong Kong and China (1997 - 1998). Mr Mang is a member of AICPA (American Institute of Certified Public Accountants) and graduated from the Chinese University of Hong Kong, Hong Kong. He is 62 years old.

**HENRY JANI LIANDO**

Komisaris / Commissioner

Diangkat sebagai Komisaris pada tanggal 26 Maret 2010. Beliau bergabung dengan Perseroan pada tahun 2008 sebagai Direktur Keuangan dan Perencanaan Strategis yang bertanggung jawab untuk merumuskan rencana strategis dan jangka panjang Perseroan. Sebelum bergabung dengan Perseroan, pernah menjabat sebagai *Chief Financial Officer and Treasurer, Global Customer Group* di Citibank NA, Indonesia. Meraih gelar Sarjana Teknik Kimia dari Institut Teknologi Bandung, Indonesia dan MBA (*Finance*) dari Oregon State University, Amerika Serikat. Beliau juga direktur ACC sampai 15 Maret 2013. Saat ini beliau berusia 50 tahun.

Was appointed as a Commissioner of the Company on March 26, 2010. He joined the Company in 2008 as Director of Financial and Strategic Planning and is responsible for formulating the Company's strategic and long term plans. Prior to joining the Company, he held the positions of Chief Financial Officer and Treasurer of the Global Customer Group, at Citibank NA, Indonesia. He holds a Bachelor of Engineering (Chemical Engineering) Degree from Institut Teknologi Bandung, Indonesia and a MBA (Finance) from Oregon State University, United States. Mr Liando was also a Director of ACC up until 15 March 2013. He is 50 years old.

PROFIL DIREKSI

Board of Directors' Profile



BUNJAMIN J. MAILOOL

Presiden Direktur / President Director

Diangkat sebagai Presiden Direktur Perseroan pada tanggal 30 Oktober 2009. Beliau juga menjabat sebagai Presiden Direktur PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA) yang sebelumnya menaungi operasional usaha *Department Store* sebelum menjadi PT Matahari Department Store Tbk sejak Januari 2002. Beliau pernah bekerja di Citibank NA, Jakarta (1989-1997) di berbagai posisi hingga mencapai posisi *Vice President - Head of Risk Management Treasury*. Antara tahun 1997 dan 2001 beliau menjabat sebagai *Chief Executive Officer* dan Wakil Presiden Direktur PT Sentul City Tbk sebelum bergabung dengan Perseroan. Beliau meraih gelar BSc dari California State University, Amerika Serikat dan MBA dari University of Oklahoma, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 50 tahun.

Was appointed as the Company's President Director on October 30, 2009. He is also President Director of PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA), which used to manage the business operational of Department Store before it becomes the separate entity as PT Matahari Department Store Tbk since January 2002. Mr. Mailool worked at Citibank NA, Jakarta (1989-1997) in a variety positions including Vice President - Head Risk of Management Treasury. Between 1997 and 2001, he served as Chief Executive Officer and Vice President Director PT Sentul City Tbk prior to joining the Company. Mr. Mailool holds a Bachelor's of Science degree from the California State University, United States and a MBA from the University of Oklahoma, United States. He is 50 years old.



MICHAEL REMSEN

Wakil Presiden Direktur / Vice President Director

Diangkat sebagai Wakil Presiden Direktur pada tanggal 22 Juni 2012 dan sebagai *Chief Executive Officer* pada tahun 2011. Beliau bergabung dengan Perseroan sejak tahun 2009 sebagai Presiden dan COO. Berpengalaman lebih dari 35 tahun di industri ritel di Amerika Serikat, meliputi berbagai posisi di bidang *merchandise* di Allied Stores Corp (1975 - 1987), serta pernah menempati posisi sebagai *Vice President - Divisional Merchandise Manager* dan *Vice President for Planning* di Macy's West (1987 - 1991), *Executive Vice President of Merchandising* di SteinMart (1992 - 2000), *Vice President of Merchandising* di JCPenney (2001 - 2006), *Executive Vice President* dan *Chief Merchandising Officer* di Gordmans Inc (2006 - 2009). Beliau memperoleh gelar *Bachelor of Science (Advertising)* dari University of Florida, Amerika Serikat dan *Master of Arts (Distributive Education)* dari University of South Florida, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 67 tahun.

Was appointed as the Company's Vice-President Director on June 22, 2012 and as the Company's Chief Executive Officer in 2011. He joined the Company in 2009 as President and COO. He has worked for over 35 years in the United States retail industry. In particular, he has held merchandise positions with Allied Stores Corp (1975 - 1987), and was Vice President - Divisional Merchandise Manager and Vice President for Planning at Macy's West (1987 - 1991), Executive Vice President of Merchandising at SteinMart (1992 - 2000), Vice President of Merchandising at JCPenney (2001 - 2006) and Executive Vice President and Chief Merchandising Officer at Gordmans Inc (2006 - 2009). Mr Remsen holds a Bachelor of Science (Advertising) from the University of Florida, United States and a Master of Arts (Distributive Education) from the University of South Florida, United States. He is 67 years old.



SIGIT PRASETYA

Direktur / Director

Diangkat sebagai Direktur pada tanggal 26 Maret 2010. Beliau adalah *Managing Partner* di CVC Asia Pacific Limited dan anggota Komite Investasi Asia Pasifik CVC. Sebelum tahun 2007, beliau pernah bekerja untuk Henderson Private Capital sebagai Head of South East Asia (2006 - 2007) dan Morgan Stanley sebagai *Head of Indonesian Investment Banking Business* (1999 - 2006). Sebelumnya beliau juga pernah bekerja untuk Booz Allen Hamilton (1996 - 1999) dan Citibank (1991-1992). Saat ini, beliau menjabat sebagai Direktur di Amtek Engineering Limited, Magnum Berhad, PT Link Net dan Triple Platform Sdn Bhd. Beliau menyandang gelar MBA (Dist.) dari University of New South Wales, Australia. Saat ini beliau berusia 45 tahun.

Was appointed as a Director on March 26, 2010. He is a Managing Partner at CVC Asia Pacific Limited and a member of CVC's Asia Pacific Investment Committee. Prior to 2007, he worked for Henderson Private Capital as Head of South East Asia (from 2006 - 2007) and Morgan Stanley (from 1999 - 2006) as Head of its Indonesian Investment Banking Business. Prior to that, Mr Prasetya worked for Booz Allen Hamilton from 1996 - 1999 and Citibank, (from 1991 - 1992). At present, Mr Prasetya's directorships include Amtek Engineering Limited, Magnum Berhad, PT Link Net, and Triple Platform Sdn Bhd. Mr Prasetya holds a MBA (Dist.) from the University of New South Wales, Australia. He is 45 years old.

**WAI HOONG FOCK**

Direktur / Director

Diangkat sebagai Direktur pada tanggal 26 Maret 2010. Beliau adalah *Managing Director* di CVC Asia Pacific Limited. Sebelum bergabung dengan CVC, beliau pernah menjadi *Vice President* di Headland Capital Partners (2006 - 2007), Blum Capital Partners (2004 - 2006) dan Morgan Stanley - Divisi Investasi Perbankan (2001-2004). Saat ini beliau juga menjadi Direktur di Magnum Holdings Sdn Bhd dan PT Link Net. Beliau menyandang gelar Master Kebijakan Publik dan BA di bidang Ekonomi (Honors) dari University of Michigan, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 37 tahun.

Was appointed as a Director on March 26, 2010. He is a Managing Director at CVC Asia Pacific Limited. Prior to joining CVC, Wai Hoong worked as Vice President at Headlands Capital Partners (2006 – 2007), Blum Capital Partners (2004 – 2006) and Morgan Stanley - Investment Banking Division (2001 – 2004). At present, his other directorships include Magnum Holdings Sdn Bhd and PT Link Net. Mr Fock holds a Master degree in Public Policy and a BA in Economics (Honors) from the University of Michigan, United States. He is 37 years old.

**JOO SUK KIM**

Direktur / Director

Diangkat sebagai Direktur pada tanggal 26 Maret 2010. Beliau adalah *Managing Director* di CVC Asia Pacific Limited sekaligus *Head of Asia Financing Team*. Sejak bergabung dengan CVC pada tahun 2004, ia menempati kantor Seoul dan Hong Kong dan telah terlibat dalam aktivitas investasi di berbagai industri yang mencakup sebagian besar negara di Asia Pasifik. Saat ini beliau menjabat sebagai Direktur Non- Eksekutif di sejumlah perusahaan portofolio CVC, termasuk Hong Kong Broadband Network Limited dan WiniaMando Inc. Sebelum tahun 2004, beliau adalah seorang Analis Keuangan di Seoul Z Partners, sebuah perusahaan investasi berbasis di Korea. Beliau meraih gelar Sarjana Administrasi Bisnis dari Universitas Yonsei, Korea. Saat ini beliau berusia 38 tahun.

Was appointed as a Director on March 26, 2010. He is a Managing Director at CVC Asia Pacific Limited and is Head of its Asia Financing Team. Since joining CVC in 2004, Mr Kim has been based in its Seoul and Hong Kong offices and has been involved in investments across a wide range of industries spanning across most Asia Pacific countries. He currently serves as a Non-Executive Director on the boards of a number of CVC portfolio companies, including Hong Kong Broadband Network Limited and WiniaMando Inc. Prior to 2004, Mr. Kim was a Financial Analyst at Seoul Z Partners, an investment firm based in Korea. Mr Kim holds a Bachelor's Degree in Business Administration from Yonsei University, Korea. He is 38 years old.

**ANDRE RUMANTIR**

Direktur / Director

Diangkat sebagai Direktur pada tanggal 22 Juni 2012. Beliau bergabung dengan Perseroan pada bulan Oktober 2004, diangkat sebagai Direktur SDM (*Corporate Division*) MPPA pada tahun 2005 dan diangkat sebagai anggota Tim Manajemen pada bulan Juni 2011. Sebelum bergabung dengan Perseroan, selama 24 tahun beliau bekerja di PT International Nickel Indonesia Tbk (1978 - 1986) dan PT Goodyear Indonesia Tbk (1986 - 2002). Beliau meraih gelar Sarjana Teknik Mesin dari Universitas Trisakti, Indonesia dan MBA dari Greenwich University, Hawaii. Saat ini beliau berusia 61 tahun.

Was appointed as a Director on June 22, 2012. He joined the Company in October 2004, was appointed HR Director (Corporate Division) of MPP in 2005 and appointed to the Company's Board of Management in June 2011. Prior to joining the Company, he spent 24 years working in PT International Nickel Indonesia Tbk (1978 – 1986) and PT Goodyear Indonesia Tbk (1986 – 2002). He holds a Bachelor's Degree (Mechanical Engineering) from Trisakti University, Indonesia and a MBA from Greenwich University, Hawaii. He is 61 years old.

PROFIL ANGGOTA MANAJEMEN

Board of Managements' Profile

THE BOARD OF DIRECTORS IS SUPPORTED BY SENIOR MANAGEMENT EXECUTIVES, ALL EXPERTS IN THEIR RESPECTIVE FIELDS, WITH DUTIES AND AUTHORITY SIMILAR TO THE BOARD MEMBERS.



(dari kiri ke kanan/ from left to right)

BOB E. BAUBLITS

Consignment Merchandise Operations

CHRISTIAN KURNIA

Director - Merchandising & Marketing

IRWIN ABUTHAN

Director - Store Planning & Development

MIRANTI HADISUSILO

Director - Legal & Corporate Secretary

MICHAEL REMSEN

Chief Executive Officer

MARTINUS LAIHAD

Director - Procurement, Systems & Procedures

SUNNY SETIAWAN

Director - Store Operations

ANDRE RUMANTIR

Director - Human Resources

RICHARD GIBSON

Chief Financial Officer

KEITH JONES

DC & Logistic Operations



CHRISTIAN KURNIA

Director - Merchandising & Marketing

Diangkat sebagai *Merchandising & Marketing Director* pada tahun 2002. Beliau memulai karirnya di PT Metrodata Electronics (1992 - 2002) dengan posisi terakhir sebagai Direktur Distribusi. Beliau pernah terlibat dalam aktivitas pemasaran berbagai merek teknologi ternama seperti Acer, Seagate Technology, Epson, Creative Technology dan Compaq di Jakarta dimana PT Metrodata Electronic menjadi distributor utama. Beliau telah menerima penghargaan untuk *Hundred Percent Achiever* (1993 - 1998) dan *Business Management Award* (1999 - 2000) dari PT Metrodata Electronics. Beliau memiliki gelar Sarjana Teknik dari Institut Teknologi Bandung, Indonesia.

Was appointed as the Company's Merchandising & Marketing Director in 2002. He started his career at PT Metrodata Electronics (1992 – 2002) and his last position there was as Distribution Director. Mr Kurnia was previously involved with marketing leading technology brands including Acer, Seagate Technology, Epson, Creative Technology and Compaq in Jakarta with PT Metrodata Electronic as the main distributor for those brands. He has received awards for Hundred Percent Achiever (1993 – 1998) and Business Management Award (1999 – 2000) from PT Metrodata Electronics. Mr. Kurnia has a Bachelor's degree from Bandung Institute of Technology, Indonesia.



MARTINUS LAIHAD

Director - Procurement, Systems & Procedures

Diangkat sebagai *Procurement, System & Procedures Director* saat bergabung dengan Perseroan pada tahun 2006. Sebelumnya beliau bekerja di Grup Lippo (1990 - 2005) dan MPPA (2005-2006). Beliau adalah lulusan Technical University, Berlin, Jerman.

Was appointed as the Company's Procurement, Systems & Procedures Director in 2006. He joined the Company in 2006. Prior to working at the Company, he worked at Lippo Group (1990 – 2005) and MPP (2005 – 2006). Mr. Laihad graduated from the Technical University, Berlin, Germany.



SUNNY SETIAWAN

Director - Store Operations

Bergabung dengan Perseroan sebagai *Store Operations Director* pada tahun 2003. Beliau bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional dari semua gerai Perseroan. Beliau juga bertugas sebagai *Liaison Officer* Perseroan untuk IGDS (Intercontinental Group of Department Stores). Dalam perjalanan karirnya, beliau telah menjabat berbagai posisi di sejumlah perusahaan termasuk PT Johnsons & Sons (1992), Duty Free Shoppers (1994) dan PT Mitra Adiperkasa Tbk (1993 dan 1997). Beliau meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Tarumanegara, Indonesia dan gelar Master di bidang *Retailing* dari Stirling University, United Kingdom.

Joined the Company as its Store Operations Director in 2003. She is responsible for the overall operations of all of the Company's stores. She also serves as the Liaison Officer for IGDS (Intercontinental Group of Department Stores). In the course of her career, she has held various positions in a number of companies including PT Johnsons & Sons (1992), Duty Free Shoppers (1994), and PT Mitra Adiperkasa Tbk (1993 and 1997). She holds a Bachelor degree from the Department of Economics, Universitas Tarumanegara, Indonesia and a Masters degree in Retailing from Stirling University, United Kingdom.



RICHARD GIBSON

Chief Financial Officer

Bergabung dengan Perseroan untuk menempati posisi *Chief Financial Officer* pada tahun 2010. Beliau berpengalaman lebih dari 25 tahun dalam industri ritel di Eropa dan Amerika Serikat. Pernah bekerja untuk Debenhams Department Store di United Kingdom (1985 - 1987), juga pernah menempati posisi Direktur Keuangan untuk Eropa yang berbasis di London dan kemudian Wakil Presiden Keuangan, untuk Warner Bros Studio Stores yang berbasis di Amerika Serikat (1989 - 1997). Selain itu, beliau juga pernah menjadi *Retail Global Controller* untuk divisi ritel Nike di seluruh dunia, *Chief Financial Officer* David's Bridal, sebuah divisi dari May Department Store (2001 - 2006) dan *Chief Financial Officer* Orchard Supply Hardware, sebuah divisi dari Sears (2006 - 2008). Beliau memiliki berbagai kualifikasi profesional termasuk keanggotaan dari *Association of Chartered Certified Accountants* dan *Institute of Internal Auditors*.

Joined the Company to take up the role of Chief Financial Officer in 2010. He has over 25 years experience in the retail industry working in both Europe and the United States. Mr Gibson worked for Debenhams Department Stores in the United Kingdom (1985 – 1987), and was European Director of Finance, based in London, and subsequently Vice President of Finance, for Warner Bros Studio Stores based in the United States (1989 – 1997). In addition Mr. Gibson was the Retail Global Controller for Nike's worldwide retail division, Chief Financial Officer of David's Bridal, a division of May Department Stores (2001 – 2006) and Chief Financial Officer of Orchard Supply Hardware, a division of Sears (2006 – 2008). Mr Gibson's professional qualifications include membership of the Association of Chartered Certified Accountants and the Institute of Internal Auditors.



MIRANTI HADISUSILO

Director - Legal & Corporate Secretary

Diangkat sebagai *Corporate Secretary & Legal Director* sejak tahun 2010. Beliau bergabung dengan Perseroan sejak tahun 2010 dan berpengalaman selama hampir 20 tahun sebagai *Corporate Secretary*. Beliau memulai karirnya sebagai auditor senior di Kantor Akuntan Publik Prasetyo, Utomo & Co - Afiliasi Arthur Andersen (1992-1995). Pada tahun 1995 hingga 2010 beliau bekerja di PT Tunas Ridean Tbk, perusahaan asosiasi Jardine Matheson, di mana beliau membentuk Divisi *Corporate Secretary* yang menangani tugas-tugas *corporate secretary, legal, corporate communications, investor relations, customer relations* dan *corporate affairs*. Saat ini, beliau juga menjadi anggota Komite Audit PT Selamat Sempurna Tbk, anggota dari Indonesian Institute of Corporate Directorship, anggota komite dari Asosiasi Emiten Indonesia dan General Secretary dari Indonesian Corporate Secretary Association. Beliau meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Indonesia.

Was appointed as Corporate Secretary & Legal Director of the Company in 2010. She joined the Company in 2010 and has almost 20 years of experience as a Corporate Secretary. She started her career as a senior auditor in Prasetyo, Utomo & Co (an Arthur Andersen affiliate) (1992 – 1995). Between 1995 and 2010, she worked at PT Tunas Ridean Tbk, a Jardine Matheson associate company, where she set up and oversaw the corporate secretary, legal, corporate communications, investor relations, customer relations and corporate affairs. At present, she is an Audit Committee member of PT Selamat Sempurna Tbk, a member of the Indonesian Institute of Corporate Directorship, a committee member of Asosiasi Emiten Indonesia (the Indonesian Listed Company Association) and General Secretary of the Indonesian Corporate Secretary Association. Ms. Hadisusilo holds an Economic Degree from the University of Indonesia.

**KEITH JONES**

DC & Logistic Operations

Bergabung dengan Perseroan pada tahun 2005, setelah sebelumnya menangani aspek distribusi dan logistik Perseroan sebagai Senior Consultant dari PT Exel Indonesia pada tahun 2004. Selama 35 tahun karir profesionalnya beliau memfokuskan pada manajemen distribusi dan rantai pasokan. Sebelumnya bekerja di PT Exel Indonesia, ASDA Superstores, Buck & Hickman Ltd, Hanson Transport Ltd, Cougar ekspres/BMW Singapura dan TNT Logistic (M) Sdn Bhd. Keith Jones adalah anggota UK Institute of Transport and Logistics.

Joined the Company in 2005, after serving the Company's distribution and logistical aspects as a Senior Consultant from PT Exel Indonesia since 2004. Mr Jones' 35 year professional career has been focused on distribution and supply chain management. He previously worked for PT Exel Indonesia, ASDA Superstores, Buck & Hickman Ltd, Hanson Transport Ltd, Cougar Express/BMW Singapore and TNT Logistic (M) Sdn Bhd. He is a member of the UK Institute of Transport and Logistics.

**IRWIN ABUTHAN**

Director - Store Planning & Development

Bergabung dengan Perseroan sebagai *Store Planning & Development Director* pada tahun 2010. Dari tahun 2002 sampai 2010 beliau telah menempati berbagai posisi di Lippo Group (Food Division) termasuk sebagai Direktur Perencanaan dan Pengembangan. Beliau memulai karirnya di Bank Credit Lyonnais Indonesia (1995-1997). Beliau pernah menempati posisi sebagai *Manager of Corporate Finance and Corporate Banking* di American Express Bank Ltd (1997 - 1999) dan sebagai Wakil Presiden Divisi Manajemen Aset di Badan Penyehatan Perbankan Indonesia (BPPN) (1999-2002). Irwin Abuthan memegang gelar *Bachelor of Commerce (Banking & Finance)* dari Curtin University of Technology, Australia Barat.

Joined the Company as its Store Planning & Development Director in 2010. From 2002 to 2010, he held various positions in the Lippo Group (Food Division) including as its Director of Planning and Development. He began his career at Bank Credit Lyonnais Indonesia (1995 – 1997). He has also worked as the Manager of Corporate Finance and Corporate Banking at American Express Bank Ltd (1997 – 1999) and as Vice President in the Asset Management Division of the Indonesian Bank Restructuring Agency (IBRA) (1999 – 2002). Mr Abuthan holds a Bachelor of Commerce (Banking & Finance) from Curtin University of Technology, Western Australia.

**BOB E. BAUBLITS**

Consignment Merchandise Operations

Bergabung dengan Perseroan pada bulan Juni 2013. Beliau sebelumnya adalah seorang eksekutif senior yang sukses dalam manajemen ritel yang ekstensif. Tahun demi tahun mencatat hasil yang melebihi target pendapatan, laba dan pertumbuhan pasar. Berpengalaman dalam proses sentralisasi dan pengembangan untuk meningkatkan kinerja. Karir profesional beliau telah ditempa dalam industri ritel AS selama lebih dari 37 tahun terakhir dengan posisi terakhir sebagai *Senior Vice President, Director of Revenue Business* di JCPenney. Meraih gelar sarjana dari Universitas Texas Tech.

Joined the Company in June 2013. He previously was a senior executive with extensive retail management success. Year after year results exceeding revenue, profit and market growth objectives, broad experience in centralizing and developing process to improve performance. His professional career has been forged in the US retail industry over the last 37 years and last position as a Senior Vice President, Director of Revenue Business at JCPenney. He holds a bachelor's degree from Texas Tech University.

* Profil Michael Remsen dan Andre Rumantir telah disajikan pada segmen Profil Direksi/
Michael Remsen and Andre Rumantir profiles are as forth as in the Board of Directors profile segment.

PROFIL ANGGOTA KOMITE AUDIT

Audit Committee's profile



(dari kiri ke kanan/ from left to right)

LIM KWANG TAK

Anggota / Member

JONATHAN L. PARAPAK

Ketua / Chairman

LOH MIN JIANN

Anggota / Member



LOH MIN JIANN

Anggota / Member

Diangkat sebagai anggota Komite Audit pada tahun 2012. Beliau saat ini menjabat sebagai CFO Magnum Corporation Sdn Bhd, Malaysia, yang merupakan kontributor pendapatan dan laba yang utama bagi Multi-Purpose Holdings Berhad. Beliau memulai karirnya di Peat Marwick (sekarang KPMG), sebuah kantor akuntan publik di Kuala Lumpur tahun 1987 dan memiliki kualifikasi sebagai Certified Public Accountant dan Chartered Accountant. Kemudian beliau bergabung dengan sebuah perusahaan utilitas yang berbasis di Inggris untuk membentuk konsorsium proyek konsesi penanganan air limbah nasional di Malaysia. Kemudian, beliau bergabung dengan tim manajemen senior sebagai Head of Finance di pengelola konsesi tersebut dan secara aktif berpartisipasi dalam perencanaan strategis dan manajemen perubahan.

Appointed to the Audit Committee in 2012. He is presently the CFO of Magnum Corporation Sdn Bhd, Malaysia, which is the main revenue and profit contributor to Multi-Purpose Holdings Berhad. He started his career with Peat Marwick (now KPMG), a public accountant firm in Kuala Lumpur back in 1987 and qualified as a Certified Public Accountant and Chartered Accountant. He later joined a UK-based utility company to form a consortium to bid for the national sewerage concession of Malaysia. Subsequently, he joined the senior management team as Head of Finance in the concessionaire and actively participates in strategic planning and change management.



LIM KWANG TAK

Anggota / Member

Diangkat sebagai anggota Komite Audit pada tahun 2012. Saat ini beliau menjabat sebagai Komisaris PT Trisula Insan Tiara, Komisaris PT Mido Indonesia, Komisaris PT Trisula Textile Industries, Komisaris PT Paramount Land Development, Presiden Direktur PT Trimas Sarana Garment Industry dan Komisaris di PT Trisula International Tbk. Dari tahun 1981, beliau telah menempati berbagai posisi konsultansi dan direksi di dalam industri tekstil, garmen, *furniture* dan *property*. Beliau lulus pada tahun 1980 dengan gelar Sarjana Akuntansi dari Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Jakarta.

Appointed to the Audit Committee in 2012. He is presently Commissioner of PT Trisula Insan Tiara, Commissioner at PT Mido Indonesia, Commissioner at PT Trisula Textile Industries, Commissioner at PT Paramount Land Development, President Director of PT Trimas Sarana Garment Industry and Commissioner at PT Trisula International Tbk. From 1981, Mr. Lim Kwang Tak has held a wide variety of consulting and director positions within the textiles, garment, furniture and property industry. He graduated in 1980 with an Accounting Degree from the Faculty of Economics, Universitas Indonesia, Jakarta.

* Profil Jonathan L. Parapak telah disajikan pada segmen Profil Dewan Komisaris/
Jonathan L. Parapak profiles is as forth as in the Board of Commissioners profile segment.

PROFIL KEPALA UNIT AUDIT INTERNAL

Head of Internal Audit Unit's profile



MAJU TARIGAN

Memulai karirnya di PT Matahari Department Store Tbk, pada tahun 2011 sebagai Head of Risk Management. Pada Mei 2013, Divisi Audit dan Social Affairs digabungkan dengan Divisi Risk Management dan beliau dipercaya untuk menduduki jabatan barunya sebagai Head of Risk Management and Internal Audit. Sebelum bergabung dengan Matahari, beliau mengawali karirnya bersama Prasetyo Utomo & Co-afiliasi dengan Arthur Andersen (sekarang menjadi member dari Ernst & Young International) pada tahun 1995 sebagai Audit Supervisor. Beliau kemudian bergabung dengan PT. Goodyear Indonesia Tbk (1995-2007) dimana beliau menempati berbagai posisi, diantaranya sebagai Financial Controller, Corporate Secretary and Treasurer, Treasury Manager, Purchasing Manager, Manager Credit and Sales Accounting, dan juga sebagai Internal Auditor Asia Region. Dan kemudian pada tahun 2007-2011 beliau menjabat sebagai Internal Control Manager di PT. HM Sampoerna Tbk – afiliasi dengan Philip Morris International. Beliau meraih gelar Sarjana Akuntansi dari Universitas Sumatera Utara dan kemudian meraih gelar Magister Management dari Institut Pertanian Bogor di tahun 2002.

He joined at PT Matahari Department Store Tbk in 2011 and was appointed as Head of Risk Management. Due to reorganization of Audit and Social Affairs Division with Risk Management Division in May 2013, he was appointed as Head of Risk Management and Internal Audit Division. Before joining Matahari, he started his career at Prasetyo Utomo & Co-affiliated with Arthur Andersen (now member of Erenst & Young International) in 1995 as Audit Supervisor. He also held several positions at PT Goodyear Indonesia Tbk (1995-2007) as Financial Controller, Corporate Secretary and Treasurer, Treasury Manager, Purchasing Manager, Credit and Sales Accounting Manager and Internal Auditor for Asia Region. At PT HM Sampoerna Tbk – affiliated with Phillip Morris International (2007-2011), as Internal Control Manager. He graduated with Accounting degree from University of Sumatera Utara, Medan and a Master degree in Management from Institut Pertanian Bogor in 2002.

PENGHARGAAN DAN SERTIFIKASI

Awards and Certificates

Excellent Service Experience Award [ESEA] 2013



Dianugerahi oleh : Bisnis Indonesia – Carre CCSL, untuk Good Performance in Delivering Positive Customer Experience berdasarkan ISEI Mystery Shopping Research 2013
7 Februari 2013

Powered by : Bisnis Indonesia – Carre CCSL, for Good Performance in Delivering Positive Customer Experience based on Mystery Shopping Research ISEI 2013
7 February 2013

Prasasti Jagaddhita 2013



Dianugerahi oleh : Dompot Dhuafa sebagai salah satu mitra penggalang dana di “Rumah Sehat”
3 April 2013

Powered by : Dompot Dhuafa
As one of the fundraising partner in “Rumah Sehat”
3 April 2013

Top Brand Awards for Kids 2013



Dianugerahi oleh : Frontier Consulting Group & Marketing Magazine
Kategori “Top Brand”: Kids’ T-Shirt (Nevada)
17 April 2013

Powered by : Frontier Consulting Group & Marketing Magazine
“Top Brand” Category: Kids’ T-Shirt (Nevada)
17 April 2013

Top Brand Awards for Kids 2013



Dianugerahi oleh : Frontier Consulting Group & Marketing Magazine
Kategori “Top Brand”: T-Shirt (Nevada)
17 April 2013

Powered by : Frontier Consulting Group & Marketing Magazine
“Top Brand” Category: T-Shirt (Nevada)
17 April 2013

Top Brand Awards for Kids 2013



Dianugerahi oleh : Frontier Consulting Group & Marketing Magazine

Kategori "Top Brand": Kids' T-Shirt (Little M)

17 April 2013

Powered by : Frontier Consulting Group & Marketing Magazine

"Top Brand" Category: Kids' T-Shirt (Little M)

17 April 2013

Service Quality Award 2013



Dianugerahi oleh : Center for Customer Satisfaction & Loyalty, untuk Achieving Excellent Total Service Quality Satisfaction berdasarkan ISSI Customer Perception Survey 2012

Kategori: Department Store
28 Mei 2013

Powered by : Center for Customer Satisfaction & Loyalty, for Achieving Excellent Total Service Quality Satisfaction Based on Customer Perception Survey ISSI 2012

Category: Department Store
28 May 2013

Indonesia's Most Admired Companies (IMAC) Award for Department Store Category



Dianugerahi oleh : Bloomberg Businessweek Magazine and Frontier Consulting Group, Best in Building and Managing Corporate Image Award 2013

Kategori: Department Store
11 Juni 2013

Powered by : Bloomberg Businessweek Magazine and Frontier Consulting Group
The Best in Building and Managing Corporate Image Award 2013

Category: Department Store
11 June 2013

Satria Brand Award 2013



Dianugerahi oleh : Suara Merdeka

Kategori: Department Store
20 Juni 2013

Powered by : Suara Merdeka

Category: Department Store
20 June 2013

The 9th National Customer Service Championship 2013 by Carre-CCSL



- 'The Best 1 Service Star Award' dalam kategori Manager
- 'The Best Case Study' dalam kategori Manager
- 'The Most Presenter' dalam kategori Manager
- 'The Most Constructive' dalam kategori Team Leader
- 'The Most Inspiring' dalam kategori Team Leader
- 'The Most Committed' dalam kategori Team Leader
- 'The Most Empowered' dalam kategori Front Liner
- 'The Most Energetic' dalam kategori Front Liner
- 3rd place dalam the Cheering Competition
- 4th place dalam the Cheering Competition
- 2nd Grand Champion untuk Corporate Level Across Categories

18 Juli 2013

- 'The Best 1 Service Star Award' for Manager category
- 'The Best Case Study' for Manager category
- 'The Most Presenter' for Manager category
- 'The Most Constructive' for Team Leader category
- 'The Most Inspiring' for Team Leader category
- 'The Most Committed' for Team Leader category
- 'The Most Empowered' for Front Liner category
- 'The Most Energetic' for Front Liner category
- 3rd place in Cheering Competition
- 4th place in Cheering Competition
- 2nd Grand Champion for Corporate Level Across Categories

18 July 2013

Top Brand Award 2013



Dianugerahi oleh : Marketing Magazine & Frontier Consulting Group

Kategori: Department Store
25 Juli 2013

Powered by : Marketing Magazine & Frontier Consulting Group

Category: Department Store
25 July 2013

Indonesia's 100 Largest Companies



Peringkat diumumkan oleh : Majalah Fortune Indonesia

MDS meraih posisi 92 dalam 100 Largest Companies in Indonesia berdasarkan pendapatan bersih (posisi 47 berdasarkan penjualan kotor).

Peringkat 23 dalam sektor jasa dan ritel berdasarkan pendapatan bersih (posisi 9 berdasarkan penjualan kotor).

21 Juli 2013

Powered by : Majalah Fortune Indonesia

MDS achieved 92nd position in the list of 100 Largest Companies in Indonesia based on net revenue (47th position based on gross sales)

23rd position in retail and service sector based on net revenue (9th position based on gross sales)

21 July 2013

Reader's Choice Award 2013



Dianugerahi oleh : majalah Mother & Baby Indonesia

Favorite 2, Kategori 1: Produk untuk Ibu, Mode Ibu Hamil, untuk merek St. Yves.

27 September 2013

Powered by : Mother & Baby Indonesia

Favorite 2 Category 1: Products for Mom, Maternity Fashion (St. Yves)

27 September 2013

Social Media Award 2013



Dianugerahi oleh : Marketing Magazine & Frontier Consulting Group, untuk Great Performing Brand dalam Social Media

Kategori: Department Store
22 Oktober 2013

Powered by : Marketing Magazine & Frontier Consulting Group
Great Performing Brand in Social Media

Category: Department Store
22 October 2013

Digital Marketing Award 2013



Dianugerahi oleh : Survey One & Marketing Magazine, untuk Great Performing Website

Kategori: Department Store
7 November 2013

Powered by : Survey One & Marketing Magazine Great Performing Website

Category: Department Store
7 November 2013

Shoppers-Insight Service Quality Award 2013



Dianugerahi oleh : Markplus Insight and Marketeers, Gold Champion of Shoppers-Insight Service Quality Award 2013

Kategori: Department Store
31 Oktober 2013

Powered by : Markplus Insight and Marketeers, Gold Champion of Shoppers-Insight Service Quality Award 2013

Category: Department Store
31 October 2013

Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA) 2013



Dianugerahi oleh : Frontier Consulting Group and SWA Magazine, untuk the Best in Achieving Total Customer Satisfaction

Kategori: Pakaian Dalam Wanita (Nevada)
20 November 2013

Powered by : Frontier Consulting Group and SWA Magazine, for the Best in Achieving Total Customer Satisfaction

Category: Women's Underwear (Nevada)
20 November 2013

The Best Company in Developing Female Labors 2013 for Provincial Level



**Untuk MDS Brylian Kendari
Dianugerahi oleh :**

- Kementerian Pemberdayaan Wanita dan Perlindungan Anak Republik Indonesia
 - Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia
- 18 Desember 2013

For MDS Brylian Kendari

Powered by :

- Ministry of Women Empowerment and Child Protection of Republic Indonesia
 - Ministry of Manpower and Transmigration of Republic Indonesia
- 18 December 2013

The Best Company in Developing Female Labors for Provincial Level of Southeast Sulawesi



**For MDS Brylian Kendari
Dianugerahi oleh :** Gubernur
Sulawesi Tenggara
28 Desember 2013

For MDS Brylian Kendari

Powered by : Governor
of Southeast Sulawesi
28 December 2013





PERISTIWA PENTING 2013

2013 Event Highlights



14 Juni 2013 | 14 June 2013

Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan
Annual General Meeting of Shareholders

Pembukaan Gerai Baru *New Store Openings*



10 April 2013 | 10 April 2013

MDS Kaza City, Surabaya



30 Mei 2013 | 30 May 2013

MDS Lippo Plaza Jakabaring, Palembang



24 April 2013 | 24 April 2013

MDS Mega Town Square, Palangkaraya



13 Juni 2013 | 13 June 2013

MDS Palopo City Market



27 Juni 2013 | 27 June 2013

MDS Mal Ciputra Cibubur



5 Desember 2013 | 5 December 2013

MDS Palu Grand Mall



17 Oktober 2013 | 17 October 2013

MDS Cibinong City Mall



19 Desember 2013 | 19 December 2013

MDS Yogya City Mall



28 November 2013 | 28 November 2013

MDS Mal Mandau City

INFORMASI LAINNYA

Other Informations

ALAMAT PROFESI PENUNJANG

Kantor Akuntan Publik

Tanudiredja, Wibisana & Rekan
Firma anggota jaringan global PwC
Plaza 89
Jl. HR Rasuna Said Kav.X-7 No.6
Jakarta 12940, Indonesia
Tel : 62-21 521 2901
Fax : 62-21 529 055 55

ADDRESS OF ANCILLARY CONSULTANTS

Public Accounting Firm

Tanudiredja, Wibisana & Rekan
A member firm of PwC global network
Plaza 89
Jl. HR Rasuna Said Kav.X-7 No.6
Jakarta 12940, Indonesia
Tel : 62-21 521 2901
Fax : 62-21 529 055 55

Biro Administrasi Saham

PT Sharestar Indonesia
Gedung Citra Graha Lantai 7
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36
Jakarta 12950, Indonesia
Tel : 62-21 527 7966
Fax : 62-21 527 7967

Share Register

PT Sharestar Indonesia
Gedung Citra Graha 7th Floor
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36
Jakarta 12950, Indonesia
Tel : 62-21 527 7966
Fax : 62-21 527 7967

INFORMASI PERUSAHAAN

Nama

PT Matahari Department Store Tbk
(Dahulu PT Pacific Utama Tbk)

COMPANY INFORMATION

Name

PT Matahari Department Store Tbk
(Formerly PT Pacific Utama Tbk)

Bidang Usaha

Jaringan *department store*

Line of Business

Department store chain

Kepemilikan

Asia Color Company Ltd 25,66%
PT Multipolar Tbk 20,48%
Masyarakat 53,86%

Ownership

Asia Color Company Ltd 25.66%
PT Multipolar Tbk 20.48%
Public 53.86%

Tanggal Pendirian

24 Oktober 1958

Establishment

October 24, 1958

Dasar Hukum Pendirian

- Akta Notaris Misahardi Wilamarta, S.H., No. 2 tanggal 1 April 1982 (sebagaimana telah diubah).

Legal Basis of Incorporation

- Notarial Deed No. 2 dated April 1, 1982 by Misahardi Wilamarta, S.H. (as amended).

- SK Menteri Kehakiman Republik Indonesia (Sekarang Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia) No. C2-2611-HT.01.01.TH.82 Tanggal 18 November 1982.
- Berita Negara No.4, Tambahan No. 58 tanggal 14 Januari 1983.
- SK Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU- 57063.AH.01.02.Tahun 2009 tanggal 23 November 2009.
- Daftar Perusahaan No. AHU-0077854.AH.01.09 tahun 2009 tanggal 23 November 2009.
- Daftar Perusahaan No. AHU-072998.AH.01.09 tahun 2012 tanggal 9 Agustus 2012.

- Decree of the Minister of Justice of the Republic of Indonesia (now Minister of Law and Human Rights) No. C2-2611-HT.01.01.TH.82 dated November 18, 1982.
- State Gazette No. 4 dated January 14, 1983 Supplement No. 58
- Decree of the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia No. AHU-57063.AH.01.02.Year 2009 dated November 23, 2009.
- Company List No. AHU-0077854.AH.01.09 year 2009 dated November 23, 2009.
- Company List No. AHU-0072998.AH.01.09 year 2012 dated August 9, 2012.

Bursa Efek

Saham PT Matahari Department Store Tbk dicatat dan diperdagangkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI)

Stock Exchange

Shares of PT Matahari Department Store Tbk are listed and traded on the Indonesian Stock Exchange (IDX)

Kode Saham

LPPF

Share Code

LPPF

ISIN Code

ID1000113301

ISIN Code

ID1000113301

Entitas Anak, Perusahaan Asosiasi, dan Perusahaan Ventura bersama

Perseroan tidak memiliki entitas anak, perusahaan asosiasi, maupun perusahaan ventura bersama

Subsidiaries, Associated Company, and Joint Venture Company

The Company does not have any subsidiaries, associated company, as well as joint venture company.

Kantor Pusat Operasional

Menara Matahari Lantai 15
Jl. Bulevar Palem Raya No.7
Lippo Karawaci 1200
Tangerang 15811
Indonesia
Tel. (62-21) 547 5333
Fax. (62-21) 547 5232
Website www.matahari.co.id
Email: corporate.communication.mds@matahari.co.id;
ir@matahari.co.id

Operational Head Office

Menara Matahari 15th Floor
Jl. Bulevar Palem Raya No.7
Lippo Karawaci 1200
Tangerang 15811
Indonesia
Tel. (62-21) 547 5333
Fax. (62-21) 547 5232
Website www.matahari.co.id
Email: corporate.communication.mds@matahari.co.id;
ir@matahari.co.id

INFORMASI ATAS SAHAM DAN KEPEMILIKAN SAHAM

Shares and Shareholding Information

Penawaran saham Perseroan ke publik oleh Asia Color Company Limited dan PT Multipolar Tbk pada 2013, telah menarik perhatian dunia. Ditutup pada 28 Maret di tahun yang sama, penawaran saham tersebut meningkatkan kepemilikan publik terhadap Perseroan dari 1,85% ke 47,35%. Kepemilikan saham yang luas diharapkan akan menguntungkan Perseroan dengan (i) meningkatnya likuiditas perdagangan saham di IDX, (ii) memberikan kemungkinan untuk mendapat manfaat pajak penghasilan sesuai dengan peraturan pajak yang berlaku di Indonesia; (iii) memudahkan akses dana ke pasar modal domestik dan internasional; dan (iv) mengangkat profil Perseroan di Indonesia dan luar negeri. Sejak 31 Desember 2013, Asia Color Company memiliki 32,17% saham Matahari, PT Multipolar Tbk memiliki 20,48%, dan publik, termasuk pemegang saham baru, memiliki 47,35% saham.

Sehubungan dengan penawaran saham di atas, Perseroan mengajukan permohonan suspensi sukarela sementara perdagangan saham Perseroan kepada PT Bursa Efek Indonesia sebagaimana tercantum dalam surat Perseroan no. 021/MDS/LGL/03/2013 tanggal 20 Maret 2013 untuk periode 22 Maret 2013 sampai dengan 25 Maret 2013.

PT Bursa Efek Indonesia telah mencabut suspensi sementara perdagangan saham Perseroan di Pasar Negosiasi pada Sesi Ke-II Perdagangan saham pada 25 Maret 2013, dan di Pasar Reguler dan Pasar Tunai pada tanggal 26 Maret 2013.

Pada 3 Maret 2014, Asia Color Company Limited melakukan penjualan saham Matahari sebesar 6,5%. Sejak 31 Maret 2014, Asia Color Company memiliki 25,66% dari saham Matahari, PT Multipolar Tbk memiliki 20,48% dari saham Matahari, dan masyarakat, termasuk pemilik saham yang baru, sebesar 53,86%.

The public offering of the Company's shares by Asia Color Company Limited and PT Multipolar Tbk in 2013 attracted global interest. Completed on March 28, of that year, the float increased the public's stake in the Company from 1.85% to 47.35%. The broader shareholder base is expected to benefit the Company by (i) increasing the liquidity of the trading of its shares on the IDX, (ii) making it potentially eligible for a reduced rate of income tax, in accordance with prevailing taxation regulations in Indonesia; (iii) facilitating access to funds through domestic and international capital markets; and (iv) leveraging the Company's visibility, both in Indonesia and abroad. As at December 31, 2013, Asia Color Company held 32.17% of Matahari's shares, PT Multipolar Tbk held 20.48%, and the public, including new shareholders, had a shareholding of 47.35%.

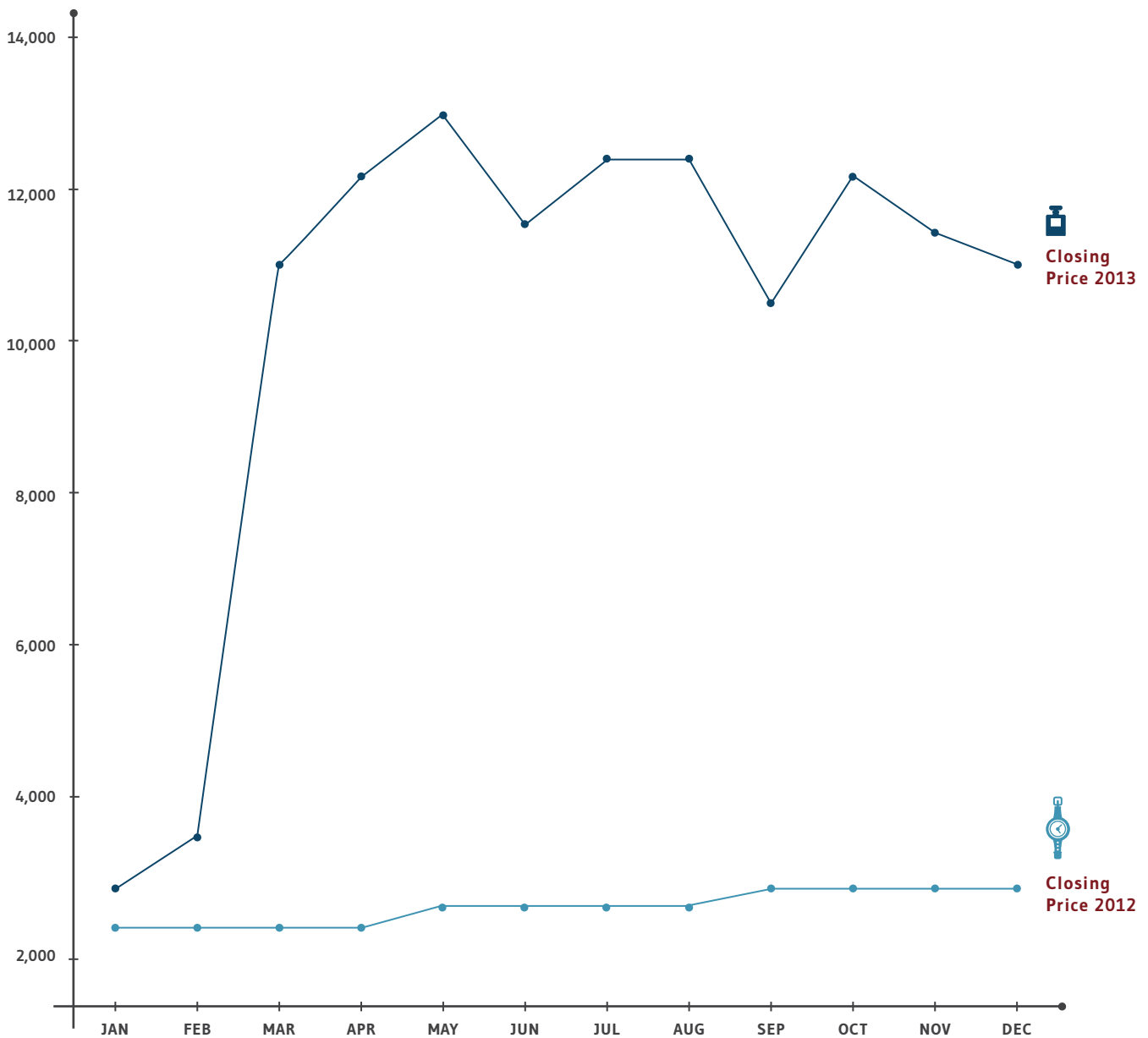
Regarding the offering above, the Company submitted a request to PT Bursa Efek Indonesia for a temporary voluntary suspension of the Company's stock trading as stated in the Company's letter number 021/MDS/LGL/03/2013 dated March 20, 2013 for the period of March 22, 2013 to March 25, 2013.

PT Bursa Efek Indonesia had lifted the temporary suspension of the Company's stock trading in the Negotiation Market on the 2nd Session of Shares Trading on March 25, 2013, and in the Regular Market and Cash Market on March 26, 2013.

On March 3, 2014, Asia Color Company Limited sold approximately 6.5% of Matahari's shares. As of March 31, 2014, Asia Color Company held 25.66% of Matahari's shares, PT Multipolar Tbk held 20.48% of Matahari's shares and the public, including new shareholders, had a shareholding of 53.86%.



Perbandingan Harga Penutupan 2012 dan 2013 (nilai Rp/saham) Comparison of Closing Prices 2012 and 2013 (amount Rp/share)



Kronologis Harga Saham Chronology of Share Price

	2013							2012							
Quarter	High (Amount Rp/Share)	Low (Amount Rp/Share)	Close (Amount Rp/Share)	Volume (Quantity)	Volume (Amount Rp)	Frek (Quantity)	Market Capitalization	High (Amount Rp/Share)	Low (Amount Rp/Share)	Close (Amount Rp/Share)	Volume (Quantity)	Volume (Amount Rp)	Frek (Quantity)	Market Capitalization	
Quarter 1	11,550	4,200	11,000	147,196,500	1,609,872,712,500	5,604	32,097,098,880,000	2,300	2,300	2,300	20,500	47,150,000	5	6,711,211,584,000	
Quarter 2	13,050	9,750	11,600	290,458,500	3,448,811,450,000	52,384	33,847,849,728,000	2,500	2,300	2,500	12,500	29,150,000	4	7,294,795,200,000	
Quarter 3	13,600	10,000	10,500	361,991,000	4,309,501,625,000	88,456	30,638,139,840,000	2,700	2,500	2,700	25,000	62,900,000	7	7,878,378,816,000	
Quarter 4	11,400	10,300	11,000	117,240,500	1,319,976,300,000	45,590	32,097,098,880,000	2,700	2,500	2,700	–	–	–	7,878,378,816,000	



Sejarah Pencatatan Saham History of Share Listing

Penjelasan	Tahun/ Year	Penambahan / Pengurangan Jumlah Saham/ Additional / Reduction Number Of Shares	Jumlah Saham/ Total Shares	Description
Penawaran umum perdana	1989		2,140,000	Initial public offering
Pencatatan tambahan	1990	2,250,000	4,390,000	Additional listing
Pembagian saham bonus (1 untuk 5)	1990	878,000	5,268,000	Bonus share (1 for 5)
Pembagian saham bonus (2 untuk 1)	1992	10,536,000	15,804,000	Bonus share (2 for 1)
Pembagian dividen saham (1 untuk 5)	1994	3,160,800	18,964,800	Dividend share (1 for 5)
Pencatatan tambahan	1997	11,880,000	30,844,800	Additional listing
HMETD (42 untuk 1) @Rp 70/saham	2001	1,295,481,600	1,326,326,400	Right issue (42 for 1) @Rp 70/share
Penggabungan saham (1 untuk 5)	2009	(1,061,061,120)	265,265,280	Stock reversal (1 for 5)
HMETD II @Rp 100/saham	2009	2,652,652,800	2,917,918,080	Right issue II @Rp 100/share
Jumlah per 31 Desember 2013			2,917,918,080	Total per 31 December 2013

Struktur Pemegang Saham Company Shareholding Structure

Pemegang Saham/ Shareholder	%Kepemilikan/ %Ownership			
	31 Dec 2011	31 Dec 2012	31 Dec 2013	31 Mar 2014 ³
Asia Color Company Ltd	98.15	98.15	32.2	25.66
PT Multipolar Tbk	-	-	20.48	20.48
Lain-Lain (Kurang Dari 5%)	1.875	1.85	47.4	53.86
Jumlah	100.00	100.00	100.00	100.00

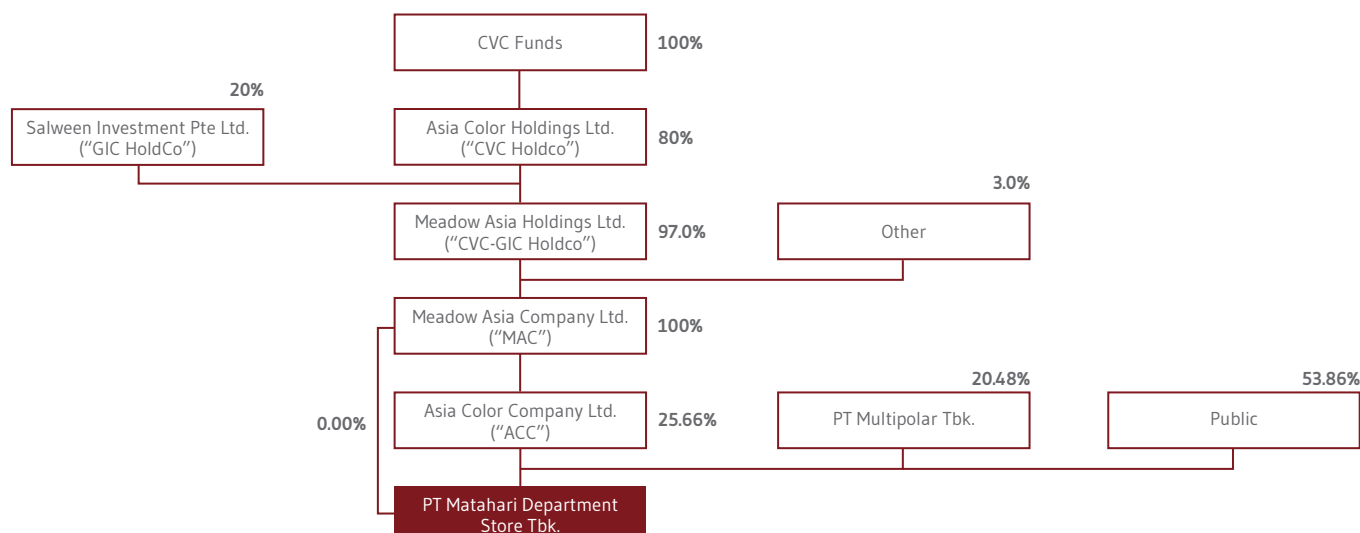
Catatan:

1. Tidak ada anggota Dewan Komisaris maupun Direksi Perseroan yang memiliki saham secara langsung di Perseroan.
2. Perseroan tidak memiliki efek lain di luar saham yang diperjualbelikan di Bursa Efek Indonesia.
3. Berdasarkan penjualan saham Perseroan sebesar 190.000.000 oleh Asia Color Company pada 3 Maret 2014.

Notes:

1. No member of the Board of Commissioners and the Board of Directors of the Company who owned directly the Company's shares.
2. The Company does not have any other securities traded outside of the Indonesia Stock Exchange.
3. Due to a placement by Asia Color Company of 190,000,000 of the company's shares on March 3, 2014.

Struktur Kepemilikan Saham per 31 Maret 2014 Company Holding Structure as at March 31, 2014



JARINGAN GERAJ

Stores Network





JABOTABEK

Store Name	Address	Phone Number
MDS KRAMAT JATI INDAH	Jl. Raya Bogor Km 19, Jakarta Timur	(021) 8095512-13, 80068822, Fax: (021) 8095572
MDS BLUE MALL BEKASI	Jl. Chairil Anwar No. 27 - 36, Bekasi 17113	(021) 29085626, Fax: (021) 29085625
MDS ARTHA GADING	Jl. Artha Gading Selatan No. 1, Jakarta Utara	(021) 45864225, Fax: (021) 45864224
MDS PONDOK GEDE	Pondok Gede Plaza Lt. 3, Jl. Raya Pondok Gede, Bekasi 17411	(021) 84971440, 84971355, 84971622 Fax: (021) 8469520
MDS KTC KELAPA GADING	Mal KTC, Jl. Boulevard Barat Raya, Komp. Plasa Gading Blok A	(021) 45851493, Fax: (021) 45851490
MDS GRAND MALL BEKASI	Jl. Jend Sudirman Kranji, Bekasi	(021) 88954751-53, Fax: (021) 88954756
MDS METROPOLITAN MALL BEKASI	Jl. Raya Ujung Kalimalang, Bekasi - Barat	(021) 8840761, 8840205, 8853968, 8866926, Fax: (021) 8848592
MDS LIPPO CIKARANG	Jl. M. Husni Thamrin Lippo Cikarang, Bekasi	(021) 8972513-14, Fax: (021) 8972518
MDS KLENDER	Jl. Teratai Putih Raya Klender	(021) 8606136, Fax: (021) 8605827
MDS CIMANGGIS	Jl. Raya Bogor Km. 29, Cimanggis Depok	(021) 29378335, Fax: (021) 29378330
MDS DEPOK TOWN SQUARE	Jl. Margonda Raya No. 1, Depok	(021) 78870241-2, Fax: (021) 78870245
MDS GALERIA PASAR BARU	Jl. Raya Pasar Baru No. 74-82, Jakarta Pusat	(021) 3863551-54, Fax: (021) 3863550
MDS KALIBATA	Jl. Raya Makam Pahlawan Kalibata, Kali Bata Plaza Lt. UG & 1, Jakarta Selatan	(021) 7975779, Fax: (021) 79188726
MDS PEJATEN VILLAGE	Jl. Warung Jati Barat No. 39 Jati Padang, Psr. Minggu Jakarta Selatan	(021) 7827313, Fax: (021) 7827312
MDS TAMAN ANGGREK	Mall Taman Anggrek, Jl. S. Parman Kav 21, Slipi, Jakarta Barat	(021) 5639503-4, Fax: (021) 5639507
MDS GAJAH MADA PLAZA	Jl. Gajah Mada No. 19 - 26, Petojo Utara, Gambir, Jakarta Pusat 101330	(021) 6338278, Fax: (021) 6338832
MDS PLUIT	Jl. Pluit Permai Raya, Jakarta Utara	(021) 6684130-31, Fax: (021) 6684132
MDS TAMAN PALEM MALL	Jl. Kamal Raya, Outer Ring Road, Cengkareng Timur	(021) 54352175, Fax: (021) 54352176
MDS CILANDAK TOWN SQUARE	Jl. TB. Simatupang Kav 17, Cilandak, Jakarta Selatan	(021) 75920377, 75920383, Fax: (021) 75920373
MDS ARION PLAZA I	Jl. Pemuda Kav 3, Jakarta Timur	(021) 4701482-83, Fax: (021) 4712544
MDS CITRALAND	Jl. Raya Tanjung Duren Utara, Grogol, Jakarta Barat	(021) 5681492-93, Fax: (021) 5681491
MDS GALERIA BLOK M	Jl. Bulungan No. 76 Kebayoran, Jakarta Selatan	(021) 7209346-48, Fax: (021) 7209349
MDS ATRIUM PLAZA	Jl. Senen Raya No. 135, Jakarta Pusat	(021) 3863770 Fax: (021) 3862771
MDS DAAN MOGOT MALL	Jl. Raya Daan Mogot Km 16, Jakarta Barat	(021) 54390154, 5448022, Fax: (021) 54382883
MDS BOGOR TECHNO WORLD	Jl. Veteran No. 27, Bogor	(0251) 7562521, Fax: (0251) 7562514
MDS CIBINONG CITY MALL	Jl. Tegar Beriman No. 01 Cibinong	(021) 29860039-38, Fax: (021) 29860037

MDS CIBUBUR JUNCTION	Jl. Jambore Raya No. 01	(021) 87756401-02, Fax: (021) 87756342
SM BOGOR	Jl. Raya Kapten Mulihat No. 14, Bogor	(0251) 338634, 376734 (S1), Fax: (0251) 322547
MDS EKALOKASARI	Jl. Siliwangi No. 123, Bogor	(0251) 8362973-74, Fax: (0251) 362967
MDS CBD CILEDUG	Jl. Hos Cokroaminoto No. 93, Karang Tengah Ciledug Tangerang	(021) 73449576, Fax: (021) 73449586
MDS METROPOLIS TOWN SQUARE	Jl. Hartono Raya GM 1 No. 17, Cikokol, Tangerang	(021) 55780959-60, Fax: (021) 55780963
MDS WTC MALL SERPONG	Jl. Raya Serpong No. 39, Desa Pondok Jagung, Tangerang 15326	(021) 53154766, Fax: (021) 53154767
MDS BALEKOTA TANGERANG	Jl. Jendral Sudirman, Tangerang	(021) 29519457 s/d (021) 29519459, Fax: (021) 29519456
MDS SUPERMALL KARAWACI	Supermall Karawaci Lt.1, Jl. Boulevard Diponegoro Tangerang	(021) 5472855-58, Fax: (021) 5472886
MDS CITRA GRAND CIBUBUR	Jl. Alternatif Cibubur Cilengsi KM. 04 Jatikarya Jati Sampurna Kota Bekasi	(021) 29376842, Fax: (021) 29484504

JAWA BARAT

Store Name	Address	Phone Number
MDS ISTANA PLAZA BANDUNG	Jl. Pasir Kaliki No 121 - 123 Bandung	(022) 6000693, Fax: (022) 6000770
MDS MAYOFIELD MALL SUKABUMI	Jl. Jend. A.Yani No. 125 - 127 Kota Sukabumi	(0266) 232816, Fax: (0266) 232815
MDS CIREBON SUPERBLOK	Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo No. 26 Cirebon	(0231) 8291233, Fax: (0231) 8291232
MDS FESTIVAL CITY LINK BANDUNG	Jl. Peta (Pembela Tanah Air) No. 241 Kel. Suka Asih Kec. Bojong Loa Kaler Bandung	(022) 6128521, Fax: (022) 6128533
MDS MALL SERANG	Mall Of Serang Jln. Raya Serang Timur, Lingkungan Kemang, Rt.001/002, Kel. Penancangan, Kec Cipocok Jaya 42124	(0254) 8483738-39, Fax: (0254) 8483740
MDS GRAGE MALL CIREBON	Jl. Cipto Mangkunkusumo No.1 Cirebon	(0231) 242503, Fax: (0231) 242504
MDS MAYOFIELD CILEGON	Jl. Sultan Ageng Tirtayasa Km 47 Simpang Tiga, Cilegon	(0254) 398596, 386846, Fax: (0254) 377298
MDS KING PLAZA BANDUNG	Jl. Kapatihan No. 11-17 Bandung	(022) 4208130, Fax: (022) 4208152
MDS MEGA MALL TASEKMALAYA	Jl. Veteran No. 10 Tasikmalaya	(0265) 335080, Fax: (0265) 329320
MDS GALERIA BANDUNG	Jl. Sumatera No. 53 Bandung	(022) 4203890, 4214845, Fax: (022) 4201635
MDS MAYOFIELD MALL KARAWANG	Jl. Tuparev No. 1 Karawang	(0267) 412702, 412704, Fax: (0267) 412694

JAWA TENGAH

Store Name	Address	Phone Number
MDS HARTONO LIFESTYLE SOLO	Jl. Raya Solo Permai, Sukoharjo	(0271) 7890940
MDS PARAGON SEMARANG	Jln. Pemuda No. 116, Semarang	(024) 86579001-08, Fax: (024) 86579003
MDS JOGJA CITY MALL	Jl. Magelang Km 6 No. 18. Sinduadi-Mlati, Sleman-Jogjakarta	(0274) 6429272, Fax: (0274) 6429277
MDS SOLO SQUARE	Jl. Slamet Riyadi No. 451 - 455, Solo	(0271) 7651771-73, Fax: (0271) 7651772
MDS ARMADA TOWN SQUARE	Jl. Bambang Soegeng No.1, Magelang, 56172	(0293) 3218900, Fax: (0293) 3218902
MDS SINGOSAREN	Jl. Gatot Subroto 27-28 Solo	(0271) 664022, 664711, Fax: (0271) 664722
MDS JAVA SUPERMALL	Jl. Mt Haryono 992-994 Jomblang Semarang	(024) 8410316, 8410317, Fax: (024) 8410333
MDS MAGELANG	Jl. Jend. A Yani No. 4, Magelang	(0293) 364468, 312433, Fax: (0293) 364469
MDS SIMPANG LIMA SEMARANG	Jl. Ahmad Yani No. 1 Simpang Lima Semarang	(024) 8417511, 8417600, Fax: (024) 8414153
MDS MALIOBORO I	Jl. Malioboro No. 11A, Jogjakarta	(0274) 582562, 548636, Fax: (0274) 561888
MDS KUDUS	Jl. Lukmonohadi Kudus	(0291) 439114, Fax: (0291) 433113
MDS GRAND MALL SOLO	Jl. Slamet Riyadi No. 273, Solo	(0271) 741365, 741394, 741345, Fax: (0271) 741369
MDS MALIOBORO II	Jl. Malioboro No. 52-56, Jogjakarta	(0274) 586796-97, Fax: (0274) 586794
MDS KLATEN	Jl. Pemuda Tengah No. 75, Klaten	(0272) 320727, Fax: (0272) 323150
MDS GALERIA JOGJAKARTA	Jl. Jend Sudirman No. 99 - 101, Jogjakarta	(0274) 584516-18, Fax: (0274) 584515
MDS PEKALONGAN	Jl. Nusantara No. 5, Pekalongan	(0285) 434400, Fax: (0285) 434404
MDS PURWOKERTO	Jl. Suprpto Kebondalem Purwokerto	(0281) 636534, Fax: (0281) 636533

JAWA TIMUR

Store Name	Address	Phone Number
MDS BATU TOWN SQUARE	Jl. Diponegoro No. 1 Kel. Temas Kec. Batu. Malang	(0341) 2991226, Fax: (0341) 2991222
MDS BANGKALAN PLAZA	Bangkalan Plaza, Jl. Halim Perdana Kusuma, Bangkalan Madura	(031) 51162088, Fax: (031) 51162077
MDS MALANG TOWN SQUARE	Jl. Veteran No. 2 - Malang 65114	(0341) 559223, Fax: (0341) 559224
MDS KAZA SURABAYA	Jl. Kapas Krampung 45 Surabaya	(031) 3740604, Fax: (031) 3740602
MDS PASAR BESAR MALANG	Jl. Kyai Tamin Kompleks Pasar Besar Malang	(0341) 331788, Fax: (0341) 333122
MDS ROYAL PLAZA SURABAYA	Jl. Ahmad Yani No. 16 - 18, Lt. Ground - Up Ground, Surabaya 60231	(031) 8271290-91, Fax: (031) 8271281
MDS SIDOARJO TOWN SQUARE	Jl. Raya Jati No 1, Sidoarjo Jatim	(031) 58204743, Fax: (031) 58204745
MDS CITY OF TOMORROW	Jl. Ahmad Yani No. 288, Surabaya	(031) 58251298, Fax: (031) 58251003

MDS MALL OF KEDIRI	Jl. Hasanuddin No. 2 Rt. 22 Rw. 6 Balowerti Kediri, Jatim	(0354) 673900-01, Fax: (0354) 673902
MDS MADIUN	Jl. Pahlawan No. 38 - 40, Madiun	(0351) 499180, 499185, 499186, Fax: (0351) 499181
MDS GRESIK	Jl. Veteran 1 Kel. Sidomoro. Kec. Kebomas. Kab. Gresik	(031) 3973355, Fax: (031)3973351
MDS SUPERMALL PAKUWON SURABAYA	Komp.Perumahan Pakuwon Indah Kel. Lontar Kec. Lakarsanti	(031) 7390333, 7390313-15, Fax: (031) 7390322
MDS TUNJUNGAN PLAZA	Jl. Basuki Rachmat No 8 - 12, Surabaya	(031) 5468236-38, 5468220, Fax: (031) 5468188
MDS SIDOARJO	Jl. Gajah Mada No. 120 Sidoharjo	(031) 8921756, 8968080, Fax: (031) 8962132
MDS JEMBER	Jl. Diponegoro No. 66, Jember	(0331) 482447, Fax: (0331) 482087
MDS GALERIA DELTA SURABAYA	Jl. Pemuda No. 31- 37, Surabaya	(031) 5316109, 5316112, Fax: (031) 5316837

BALI

Store Name	Address	Phone Number
MDS MALL BALI GALERIA	Jl. By Pass Ngurah Rai, Bali	(0361) 758540-41, Fax: (0361) 758526
MDS DUTA PLAZA	Jl. Dewi Sartika No. 4-G Denpasar, Bali	(0361) 237364-65, Fax: (0361) 246493
MDS KUTA SQUARE	Jl. Ciung Wanara No. 1 Kuta, Bali	(0361) 757588-89, 757590, Fax: (0361) 757587

INDONESIA BAGIAN TIMUR

Store Name	Address	Phone Number
MDS AMBON CITY CENTER	Ambon City Centre Jl. Wolter Monginsidi Negeri Passo Kec. Teluk Ambon Baguala Ambon	(0911)361724-26 , Fax: (0911) 361778
MDS JAYAPURA MALL	Jl. Sam Ratulangi - Jayapura 99112	(0967) 5150 242, Fax: (0967) 5150 241
MDS PASSO AMBON	Jl. Sam Ratulangi No. 126 Ambon	(0911) 347493-94, Fax: (0911) 348850

SUMATERA

Store Name	Address	Phone Number
MDS MAL MANDAU CITY	Jl. Jend Sudirman Kav. 109 Kompl. Duri Indah Raya Kel. Babusalam, Kec Mandau. Duri Riau	(0765) 597442, Fax: (0765) 597451
MDS MEDAN FAIR	Plaza Medan Fair Lt. 3, Jl. Gatot Subroto No. 30 Medan 20114	(061) 4140052, Fax: (061) 4140051
MDS CIPUTRA SERAYA PEKANBARU	Jl. Riau No. 58 Kec. Senapelan, Pekanbaru 28145	(0761) 868500, 868700, Fax: (0761) 868600
MDS SKA PEKANBARU	Komplek Sentral Komersial Arengka, Jl. Sukarno Hatta - Tuanku Tambusai, Pku 28294	(0761) 864031-32, Fax: (0761) 864034

MDS MEGA MALL BATAM	Jl. Engku Putri Batam Center	(0778) 470122, 470123, Fax: (0778) 470140
MDS GRAND PALLADIUM	Jl. Kapt. Maulana Lubis No. 8, Medan 20112	(061) 4512411, Fax: (061) 4511944
MDS NAGOYA HILL BATAM	Komp.Super Block Nagoya Hill, Jl.Teuku Umar Nagoya - Batam 29444	(0778) 7493555, 7493556, Fax: (0778) 7493505
MDS BINJAI	Jl. Soekarno Hatta No. 14, Binjai 20731, Sumatera Utara	(061) 8826942,8821750, Fax: (061) 8828862
MDS BASKO PADANG	Jl. Prof.Dr. Hamka No.2A Padang 25132	(0751) 4488877, Fax: (0751) 4488879
MDS KEPRI BATAM	Jl. Jend. Sudirman Simpang Muka Kuning Kel. Sukajadi Kec. Batam Kota, Batam Kepri	(0778) 7490007-09, Fax: (0778) 7490003
MDS HERMES PALACE MALL	Jl. Hasan Dek, Kel. Beurawe, Kec. Kuta Alam, Banda Aceh 23124	(0651) 636661-62, Fax: (0651) 636667
MDS MEDAN THAMRIN	Jl. Thamrin No. 75 Medan	(061) 7362342, 7357231, Fax: (061) 7366983
MDS PLAZA CITRA PEKANBARU	Jl. Pepaya No. 78, Pekanbaru	(0761) 28412, 28415, Fax: (0761) 28416
MDS MEDAN MALL	Jl. MT-Haryono No. 8-9 Medan	(061) 4565453, 4564731, Fax: (061) 4158577
MDS INTERNATIONAL PLAZA PALEMBANG	Jl. Jend Sudirman No. 147 Palembang	(0711) 350519, 362890, Fax: (0711) 360283
MDS ANGSO DUA JAMBI	Jl. Gatot Subroto No. 53, Jambi	(0741) 7550512, 7550811, 7550813, Fax: (0741) 7550511
MDS CENTRAL PLAZA LAMPUNG	Jl. Kartini No. 21 Tj. Karang - Lampung	(0721) 242825-26, Fax: (0721) 242827
MDS BENGKULU	Jl. Putri Gading Cempaka No. 4 Penurunan Bengkulu	(0736) 9611096-97, Fax: (0736) 5611098
MDS PXS PALEMBANG	Jl. Pom IX RT 30 RW 09 Kel. Lorok Pakjo, Kec. Ilir Barat, Palembang	(0711) 5649140, Fax: (0711) 5649122
MDS LIPPO PLAZA JAKABARING	Jl. Gubernur H. Bastari Kel. Silaberanti, Kec. Seberang Ulu I. Palembang	(0711) 5649535

SULAWESI

Store Name	Address	Phone Number
MDS PANAKUKANG MAKASAR	Mall Panakukang Lt. Dasar & Lt. 1, Jl. Boulevard, Komp.Panakukang Mas, Makasar 9222	(0411) 424185-86, Fax: (0411) 424174
MDS LIPPO MALL KENDARI	Jl. MT. Haryono. Kendari	Fax: (0401) 3196662
MDS MEGA MALL MANADO	Jl. Piere Tendean Boulevard Manado	(0431) 879434-35, Fax: (0431) 879432
MDS PALU	Jl. Cumi-Cumi No. 77, Bumi Bahari, Palu Sulawesin Tengah	(0451) 4134505, Fax: (0451) 4134497
MDS KENDARI	Jl. Sao-Sao Saranani Kel. Bende , Kendari Kp.93117 Sulawesi Tenggara	(0401) 3191913 , Fax: (0401) 3194270
MDS MALL RATU INDAH MAKASAR	Jl. Dr. Sam Ratulangi No.35 Makassar 90132 Sulawesi Selatan	(0411) 834363-64, Fax: (0411) 831570

MDS PALOPO CITY MARKET	Jl. Sam Ratulangi No.78 Kompleks Palopo City Market Kel, Salo Bulu, Kec. Wara Utara, Kota Palopo Sulawesi Selatan	(0471) 327060 Fax: (0471) -327144
MDS MANADO TOWN SQUARE	Kawasan Manado Town Square (Mantos) Jl. Piere Tendeau Boulevard Manado Sulawesi Utara 95113	(0431) 8882804, 8882085, Fax: (0431) 8882820
MDS GORONTALO	Business Park Gorontalo Jl. Hos Cokroaminoto (Jl. Aloe Saboe) Gorontalo	(0435) 8592566, Fax: (0435) 827199
MDS GTC TANJUNG BUNGA MAKASAR	Mall GTC Jl. Metro Tanjung Bunga Lt. UG & 1 Makasar 90134	(0411) 8114297, Fax: (0411) 8114105
MDS MANADO TRADE CENTER	Kawasan Mega Mas Gedung Mega Trade Center Lt. 1 Jl. Piere Tendeau Manado Sulawesi Utara	(0431) 8819441, Fax: (0431) 8819439

KALIMANTAN

Store Name	Address	Phone Number
MDS PALANGKARAYA	Jl. Yos Sudarso No. 57 Palangkaraya	(0536) 4200060/61, Fax: 4200055
MDS AHMAD YANI PONTIANAK	Jl. Ahmad Yani, Pontianak 78122	(0561) 761325, 761326, Fax: (0561) 761555
MDS Q MALL BANJARBARU	Jl. A. Yani Km 36,7 Banjarbaru	(0511) 4770093, Fax: (0511) 4770092
MDS BANJARMASIN	Jl. Achmad Yani Pal 2, Duta Mall, Banjarmasin Kp. 70232	(0511) 4365551-52, Fax: (0511) 4364584
MDS MULIA PLAZA SAMARINDA	Jl. Bhayangkara No. 58 Samarinda	(0541) 7770856-57, Fax: (0541) 7770854
MDS BALIKPAPAN SUPERBLOK	Jl. Jendral Sudirman No. 47 Kalimantan Timur 76114	(0542) 7586777, Fax: (0542) 7586776
MDS LEMBUSWANA SAMARINDA	Mal Lembuswana Lt.1 No. 1, Jl. M Yamin / S. Parman Samarinda	(0541) 205079, 205083-84, Fax: (0541) 205085
MDS PONTIANAK	Jl. Urip Sumoharjo Pontianak	(0561) 769013, 769014, Fax: (0561) 764488
MDS BALIKPAPAN	Jl. Jend Sudirman Balikpapan Kalimantan Timur	(0542) 423257, 423377, 424926, Fax: (0542) 423327

REFERENSI PERATURAN BAPEPAM-LK NO. X.K.6

Bapepam Regulation No. X.K.6 Cross Reference

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
I. UMUM General		
1. Laporan tahunan disajikan dalam Bahasa Indonesia yang baik dan benar dan dianjurkan menyajikan juga dalam Bahasa Inggris. Written in a good and correct Indonesian, it is recommended to present the report in English as well.		√
2. Laporan Tahunan wajib dibuat sedemikian rupa sehingga mudah dibaca. Gambar, grafik, tabel, dan diagram disajikan dengan mencantumkan judul dan/atau keterangan yang jelas. The Annual Report shall be made in such a way that is easy to read. Pictures, graphs, tables, and charts by mentioning the title and/or description clearly.		√
3. Laporan Tahunan dicetak dengan kualitas yang baik dan menggunakan jenis dan ukuran huruf yang mudah dibaca. Printed in good quality and using readable type and size of font.		√
4. Laporan Tahunan ditampilkan di website Perusahaan. The Annual Report is posted in The Company's website.		√
II. IKHTISAR DATA KEUANGAN PENTING Financial Highlights		
1. Ikhtisar data keuangan penting disajikan dalam bentuk perbandingan selama 3 (tiga) tahun buku atau sejak memulai usahanya jika perusahaan tersebut menjalankan kegiatan usahanya selama kurang dari 3 (tiga) tahun.	Informasi memuat antara lain : 1. Pendapatan 2. Laba Bruto 3. Laba (Rugi) 4. Jumlah laba (rugi) yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk dan kepentingan non pengendali 5. Total laba (rugi) komprehensif 6. Jumlah laba (rugi) komprehensif yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk dan kepentingan non pengendali 7. Laba (rugi) per saham 8. Jumlah aset 9. Jumlah liabilitas 10. Jumlah ekuitas 11. Rasio laba (rugi) terhadap jumlah aset 12. Rasio laba (rugi) terhadap ekuitas 13. Rasio laba (rugi) terhadap pendapatan 14. Rasio lancar 15. Rasio liabilitas terhadap ekuitas 16. Rasio liabilitas terhadap jumlah aset 17. Informasi dan rasio keuangan lainnya yang relevan dengan perusahaan dan jenis industrinya	12-13

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
Financial information in comparative form over a period of 3 (three) financial years or since the commencement of business if the company has been running its business activities for less than 3 (three) years.	The information includes : 1. Revenues 2. Gross profit 3. Income (Loss) 4. Total income (loss) attributable to owners of the parent entity and non controlling interest 5. Total comprehensive income (loss) 6. Total comprehensive income (loss) attributable to owners of the parent entity and non controlling interest 7. Income (loss) per share 8. Total Asset 9. Total Liability 10. Total Equity 11. Income (loss) ratio to the total asset 12. Income (loss) ratio to the equity 13. Income (loss) ratio to the revenues 14. Current ratio 15. Liability ratio to the equity 16. Liability ratio to the total asset 17. Other information and financial ratios relevant to the company and its industry.	12-13
2. Laporan tahunan wajib memuat informasi mengenai saham yang diterbitkan untuk setiap masa triwulan dalam 2 (dua) tahun buku terakhir (jika ada). The Annual Report must include information regarding the shares issued for each quarter in the period of 2 (two) financial years (if any).	Informasi memuat antara lain : 1. Jumlah saham yang beredar 2. Kapitalisasi pasar 3. Harga saham tertinggi, terendah, dan penutupan 4. Volume perdagangan Information includes : 1. Number of outstanding shares 2. Market capitalization 3. Highest, lowest, and closing share price 4. Trading volume	262-265
3. Dalam hal terjadi aksi korporasi, seperti pemecahan saham (stock split), penggabungan saham (reverse stock), dividen saham, saham bonus, dan penurunan nilai nominal saham, maka informasi harga saham sebagaimana dimaksud dalam angka 2), wajib ditambahkan	Informasi memuat antara lain : 1. Tanggal pelaksanaan aksi korporasi 2. Rasio stock split, reverse stock, dividen saham, saham bonus, dan penurunan nilai saham. 3. Jumlah saham beredar sebelum dan sesudah aksi korporasi 4. Harga saham sebelum dan sesudah aksi korporasi	95

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
In case of corporate actions such as stock split, reverse stock, stock dividend, bonus shares and shares value reduction, the stock pricing information referred to in point 2), shall be added	Information includes : 1. Implementation date of corporate action. 2. Stock split, reverse stock, share dividend, bonus share ratio, and decline in share value 3. Number of outstanding share before and after corporate action 4. Share price before and after corporate action	95
4. Dalam hal perdagangan saham perusahaan dihentikan sementara (suspension) dalam tahun buku, maka laporan tahunan wajib memuat penjelasan mengenai alasan penghentian sementara tersebut In terms of stock trading suspension during the year, the annual report must include an explanation of the reason for the suspension		262
5. Dalam hal penghentian sementara sebagaimana dimaksud dalam angka 4) masih berlangsung hingga tanggal penerbitan laporan tahunan, maka Emiten atau Perusahaan Publik wajib menjelaskan pula tindakan-tindakan yang dilakukan perusahaan untuk menyelesaikan masalah tersebut In terms of suspension as referred in point 4) still being imposed until the date of annual report issuance, the Issuer or Public Company must also explain the actions of the company to resolve the issue		N/A

III. LAPORAN DEWAN KOMISARIS

Board of Commissioners Report

Laporan Dewan Komisaris

Board of Commissioners Report

Informasi memuat antara lain :

1. Penilaian terhadap kinerja Direksi mengenai pengelolaan perusahaan
2. Pandangan atas prospek usaha perusahaan yang disusun Direksi
3. Perubahan komposisi anggota Dewan Komisaris dan alasan perubahannya (jika ada).

Information includes :

1. Assessment on the performance of the Board of Directors in managing the company
2. View on the prospects of the company's business as established by the Board of Directors
3. Change in the composition of members of the Board of Commissioner and the reason of its change (if any).

15-17

[illegible]

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
3. Kegiatan usaha Line of Business	Informasi memuat antara lain : 1. Kegiatan usaha yang dijalankan perusahaan menurut Anggaran Dasar terakhir 2. Jenis produk dan/atau jasa yang dihasilkan Information includes : 1. Company's line of business as stated in the last Articles of Association 2. Type of products and/or services produced	260
4. Struktur organisasi perusahaan Organization Structure	Dalam bentuk bagan, paling kurang sampai dengan struktur satu tingkat di bawah Direksi, disertai dengan nama dan jabatan In the form of a chart, at least until one level below the Board of Directors, along with names and titles	240-245
5. Visi dan Misi Perusahaan Vision and Mission of the Company		8
6. Profil Dewan Komisaris Board of Commissioners profile	Informasi meliputi antara lain : 1. Nama 2. Riwayat jabatan, pengalaman kerja yang dimiliki, dan dasar hukum penunjukkan pertama kali pada Emiten atau Perusahaan Publik, sebagaimana dicantumkan dalam berita acara keputusan RUPS 3. Riwayat pendidikan 4. Penjelasan singkat mengenai jenis pelatihan dalam rangka meningkatkan kompetensi Dewan Komisaris yang telah diikuti dalam tahun buku (jika ada) 5. Pengungkapan hubungan afiliasi dengan anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris lainnya, serta pemegang saham (jika ada) Information includes : 1. Name 2. Position history, work experience, and legal basis for the first appointment in publicly listed companies, as set out in the minutes of GMS decisions 3. Education history 4. A brief description of the type of trainings attended in order to improve the competency of the Board of Commissioners during the year. 5. Disclosure of affiliated relations with other members of the Board of Directors and Board of Commissioners, as well as shareholders (if any)	242-243, 135

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
7. Profil Direksi Board of Directors Profile	Informasi meliputi antara lain : 1. Nama dan uraian singkat tentang tugas dan fungsi yang dilaksanakan 2. Riwayat jabatan, pengalaman kerja yang dimiliki, dan dasar hukum penunjukkan pertama kali pada Emiten atau Perusahaan Publik, sebagaimana dicantumkan dalam berita acara keputusan RUPS 3. Riwayat pendidikan 4. Penjelasan singkat mengenai jenis pelatihan dalam rangka meningkatkan kompetensi Direksi yang telah diikuti dalam tahun buku (jika ada) 5. Pengungkapan hubungan afiliasi dengan anggota Direksi lainnya, serta pemegang saham (jika ada) Information includes : 1. Name 2. Position history, work experience, and legal basis for the first appointment in publicly listed companies, as set out in the minutes of GMS decisions 3. Education history 4. A brief description of the type of trainings attended in order to improve the competency of the Board of Commissioners during the year. 5. Disclosure of affiliated relations with other members of the Board of Directors, as well as shareholders (if any)	244-245, 144
8. Dalam hal terdapat perubahan susunan Dewan Komisaris dan/atau Direksi yang terjadi setelah tahun buku berakhir sampai dengan batas waktu penyampaian laporan tahunan sebagaimana dimaksud dalam angka 1 huruf a, maka susunan yang dicantumkan dalam laporan tahunan adalah susunan Dewan Komisaris dan/atau Direksi yang terakhir dan sebelumnya In case of a change in the composition of the Board of Commissioners and/or Board of Directors after the end of financial year until the time limit of submission of annual report as referred in item number 1 letter a, the composition has set in annual report is the composition of the last and before of the Board of Commissioners and/or Board of Directors		N/A

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
9. Jumlah Karyawan Number of Employee	Informasi meliputi antara lain : 1. Jumlah Karyawan berdasarkan aspek pendidikan 2. Pelatihan karyawan yang telah dilakukan Information includes : 1. Number of employees based on education 2. Competency Development for Employees	53-57
10. Uraian tentang nama pemegang saham dan persentase kepemilikannya pada akhir tahun buku Description of the name of shareholder and the percentage of its ownership at the end of financial year	Informasi meliputi antara lain : 1. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Emiten atau Perusahaan Publik 2. Komisaris dan Direktur yang memiliki saham Emiten atau Perusahaan Publik 3. Kelompok Pemegang Saham masyarakat, yaitu kelompok pemegang saham yang masing-masing memiliki kurang dari 5% saham Emiten atau Perusahaan Publik Information includes : 1. Shareholder who owns 5% or more of the issued shares of Public Company 2. Commissioner and Director who own the issued shares of the Public Company 3. Public Shareholders who own less than 5% of the shares and percentage of their ownership	265
11. Informasi mengenai pemegang saham utama dan pengendali Emiten atau Perusahaan Publik, baik langsung maupun tidak langsung, sampai kepada pemilik individu, yang disajikan dalam bentuk skema atau diagram Information regarding the majority and controlling shareholders of the issuer or Public Company both directly or indirectly, up to individual shareholder which is presented in form of scheme or chart		265
12. Entitas anak, Perusahaan Asosiasi, Perusahaan Ventura Subsidiaries, associated company, joint venture	Informasi meliputi antara lain : 1. Nama entitas anak / asosiasi / ventura 2. Presentase kepemilikan saham 3. Bidang Usaha 4. Keterangan status operasi perusahaan 5. Alamat entitas anak Information includes : 1. Name of the subsidiaries / associations / joint venture 2. Percentage of share ownership 3. Line of business 4. Information of the operational status 5. Address	N/A

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
13. Kronologis pencatatan saham dan perubahan jumlah saham dari awal hingga akhir tahun buku serta nama Bursa Efek dimana saham perusahaan dicatatkan Share listing chronology and the changes of the total shares where the shares are listed		261, 265
14. Kronologis Pencatatan Efek lainnya dan Peringkat Efek (jika ada) Listing chronology of other securities and securities rating (if any)		265
15. Nama dan Alamat Perusahaan pemeringkat Efek (jika ada) Name and address of the rating Agency (if any)		N/A
16. Lembaga dan/atau profesi penunjang pasar modal Capital market supporting institutions	Informasi meliputi antara lain : 1. Nama dan Alamat lembaga 2. Jasa yang diberikan 3. Fee 4. Periode penugasan yang dilakukan Information includes : 1. Name and address 2. Type of service 3. Fee 4. Period of duty	150, 260
17. Penghargaan dan sertifikasi yang diterima perusahaan baik yang berskala nasional maupun internasional dalam tahun buku terakhir (jika ada) Awards and certification received by the company, both national and international levels during the year (if any)		252-256

VI. ANALISIS DAN PEMBAHASAN MANAJEMEN Management Discussion and Analysis

1. Tinjauan operasi per segmen operasi sesuai dengan jenis industri Emiten atau Perusahaan Publik Review of operations per business segments in accordance with the type of industry or Public Company	Informasi meliputi antara lain : 1. Produksi, yang meliputi proses, kapasitas, dan perkembangannya 2. Pendapatan 3. Profitabilitas Information includes : 1. Production, including process, capacity, and its development 2. Revenues 3. Profitability	66-67
---	---	-------

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
2. Analisis kinerja keuangan komprehensif yang mencakup perbandingan kinerja keuangan dalam 2 (dua) tahun buku terakhir, penjelasan mengenai penyebab adanya perubahan dan dampak perubahan tersebut Comprehensive analysis of financial performance includes a comparison of the financial performance in the last 2 (two) years, explanation regarding the changes and impact of its changes	Informasi meliputi antara lain : 1. Aset lancar, aset tidak lancar, dan total aset 2. Liabilitas jangka pendek, liabilitas jangka panjang, dan total liabilitas 3. Ekuitas 4. Pendapatan, beban, laba (rugi), pendapatan komprehensif lain, dan total laba (rugi) komprehensif 5. Arus kas Information includes : 1. Current Asset, non current asset, and total asset 2. Short term liabilities, long term liabilities, and total liabilities 3. Equity 4. Revenues, expense, income (loss), other comprehensive revenues, and total comprehensive income (loss) 5. Cash flow	81-87
3. Kemampuan membayar utang dengan menyajikan perhitungan rasio yang relevan Ability to pay debts by presenting relevant calculation ratio		89, 91
4. Tingkat kolektibilitas piutang perusahaan dengan menyajikan perhitungan rasio yang relevan Receivables collectability level by presenting the relevant calculation ratio		91
5. Struktur permodalan dan kebijakan manajemen atas struktur permodalan tersebut Discussion of capital structure and capital structure policy		88
6. Bahasan mengenai ikatan yang material untuk investasi barang modal Discussion of material commitments for capital expenditure	Informasi meliputi antara lain : 1. Tujuan dari ikatan tersebut 2. Sumber dana yang diharapkan untuk memenuhi ikatan tersebut 3. Mata uang yang menjadi denominasi 4. Langkah yang direncanakan untuk melindungi risiko dari posisi mata uang asing yang terkait Information includes : 1. The purpose of the commitments 2. Expected sources of funds to honor the commitment 3. Currency 4. Planned actions to hedge against foreign currency risks	90

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
7. Informasi dan fakta material yang terjadi setelah tanggal laporan akuntan Material information and facts subsequent to the date of the accountant's report		91
8. Prospek usaha dari perusahaan dikaitkan dengan kondisi industri, ekonomi secara umum dan pasar internasional serta dapat disertai data pendukung kuantitatif dari sumber data yang layak dipercaya Business prospects of the company in relation to the industry and the economy in general, with supporting quantitative data from the reliable sources		112-127
9. Perbandingan antara target/proyeksi pada awal tahun buku dengan hasil yang dicapai (realisasi), mengenai pendapatan, laba, struktur permodalan, atau lainnya yang dianggap penting bagi perusahaan Comparison between targets/projections at the initial of financial year with the realization, regarding the revenues, profit, capital structure, or others are considered important for the company		
10. Target/Proyeksi yang ingin dicapai perusahaan paling lama untuk satu tahun mendatang, mengenai pendapatan, laba (rugi), struktur modal, kebijakan dividen, atau lainnya yang dianggap penting bagi perusahaan Targets/projections set by the Company at least for the next one year, in terms of revenues, income (loss), capital structure, dividend policy, or others are considered important for the company		
11.. Aspek pemasaran atas produk dan jasa perusahaan Marketing aspects of company's products and services	Informasi meliputi antara lain : 1. Strategi Perusahaan 2. Pangsa pasar Information includes : 1. Marketing strategy 2. Market shares	46-48
12. Dividen	Informasi meliputi antara lain : 1. Kebijakan dividen 2. Tanggal serta jumlah dividen per saham (kas dan/atau non kas) 3. Jumlah dividen per tahun yang diumumkan atau dibayar selama 2 (dua) tahun buku terakhir	108-110

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
16. Perubahan kebijakan akuntansi, alasan dan dampaknya terhadap laporan keuangan (jika ada) Changes in accounting policy, reasons and its impact on the financial report (if any)		94-95
VII. TATA KELOLA PERUSAHAAN Good Corporate Governance		
1. Dewan Komisaris Board of Commissioners	Informasi meliputi antara lain : 1. Uraian pelaksanaan tugas Dewan Komisaris 2. Pengungkapan prosedur, dasar penetapan, dan besarnya remunerasi anggota Dewan Komisaris 3. Pengungkapan kebijakan perusahaan dan pelaksanaannya, tentang frekuensi rapat Dewan Komisaris, termasuk rapat gabungan dengan Direksi, dan tingkat kehadiran anggota Dewan Komisaris dalam rapat Information includes : 1. Description of the Board of Commissioners' duty 2. Disclosure of the procedure, basis for determining, and the amount of the remuneration for Board of Commissioners members 3. Disclosure of the company's policy and the implementation regarding the meeting frequency of the Board of Commissioners, includes joint meeting with the Board of Directors and the members' attendance rate	135-136, 144
2. Direksi	Informasi meliputi antara lain : 1. Ruang lingkup pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing anggota Direksi 2. Pengungkapan prosedur, dasar penetapan, dan besarnya remunerasi anggota Direksi, serta hubungan antara remunerasi dengan kinerja perusahaan 3. Pengungkapan kebijakan perusahaan dan pelaksanaannya, tentang frekuensi rapat Direksi, termasuk rapat gabungan dengan Dewan Komisaris, dan tingkat kehadiran anggota Direksi dalam rapat 4. Keputusan RUPS tahun sebelumnya dan realisasinya pada tahun buku, serta alasan dalam hal terdapat keputusan yang belum direalisasikan 5. Pengungkapan kebijakan perusahaan tentang penilaian terhadap kinerja anggota Direksi (jika ada)	144-146

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
Board of Directors	Information includes : 1. Scope of work and responsibilities for each member of Board of Directors 2. Disclosure of the procedure, basis for determining, and the amount of the remuneration for Board of Directors members, as well as the relation between the remuneration and the company's performance 3. Disclosure of the company's policy and the implementation regarding the meeting frequency of the Board of Directors, includes joint meeting with the Board of Commissioners and the members' attendance rate 4. Decision of GMS for the previous year and the realization in the financial year, as well as the reason in case there is a decision that has not been realized 5. Disclosure of the company's policy relating to the assessment of the Board of Directors' performance (if any)	144-146
3. Komite Audit	Informasi meliputi antara lain : 1. Nama 2. Riwayat jabatan, pengalaman kerja, dan dasar hukum penunjukkan 3. Riwayat pendidikan 4. Periode jabatan anggota Komite Audit 5. Pengungkapan independensi Komite Audit 6. Pengungkapan kebijakan perusahaan dan pelaksanaannya, tentang frekuensi rapat Komite Audit dan tingkat kehadiran anggota Komite Audit dalam rapat tersebut 7. Uraian singkat pelaksanaan kegiatan Komite Audit pada tahun buku sesuai dengan yang dicantumkan dalam piagam (charter) Komite Audit Information includes : 1. Names 2. Positions, qualifications, work experience of the Committee members and the legal basis of the appointment 3. Education history 4. Office period of the Audit Committee members 5. Disclosure of Audit Committee's Independence 6. Disclosure of company's policy and its implementation, regarding frequency of audit committee meetings and attendance rate 7. Brief report on activities of the audit committee in financial year specified accordance in the Audit Committee charter	137-143
Audit Committee		

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
4. Komite lain yang dimiliki Emiten atau Perusahaan Publik dalam rangka mendukung fungsi dan tugas Direksi dan/atau Dewan Komisaris, seperti komite nominasi dan remunerasi. Other committee to support the functions and duties of the Board of Directors and/or Board of Commissioners, such as nomination and remuneration committee	Informasi meliputi antara lain : 1. Nama 2. Riwayat jabatan, pengalaman kerja yang dimiliki, dan dasar hukum penunjukkan 3. Riwayat pendidikan 4. Periode jabatan anggota komite 5. Pengungkapan kebijakan perusahaan mengenai independensi komite 6. Uraian tugas dan tanggung jawab 7. Pengungkapan kebijakan perusahaan dan pelaksanaannya, tentang frekuensi rapat komite dan tingkat kehadiran anggota komite dalam rapat tersebut 8. Uraian singkat pelaksanaan kegiatan komite pada tahun buku Information includes : 1. Name 2. Positions, working experience, and legal basis of the appointment 3. Education history 4. Office period of the members 5. Disclosure of the company's policy relating to the independency of the committees members 6. Duties and responsibilities description 7. Disclosure of company's policy and the implementation, regarding the frequency of the committee meetings and attendance rate 8. Brief explanation regarding to the committee's activities in financial year	147-149
5. Sekretaris Perusahaan Corporate Secretary	Informasi meliputi antara lain : 1. Nama 2. Riwayat jabatan, pengalaman kerja yang dimiliki, dan dasar hukum penunjukkan 3. Riwayat pendidikan 4. Periode jabatan sekretaris perusahaan uraian singkat pelaksanaan tugas sekretaris perusahaan pada tahun buku Information includes : 1. Name 2. Positions, working experience, and legal basis of the appointment 3. Education history 4. Office period of the corporate secretary 5. Brief explanation about the duties performance of the corporate secretary in the financial year	151, 248

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
6. Audit Internal Internal Audit	Informasi meliputi antara lain : 1. Nama 2. Riwayat jabatan, pengalaman kerja yang dimiliki, dan dasar hukum penunjukkan 3. Kualifikasi atau sertifikasi sebagai profesi audit internal (jika ada) 4. Struktur dan kedudukan Unit Audit Internal 5. Tugas dan tanggung jawab Unit Audit Internal sesuai dengan yang dicantumkan dalam piagam (charter) Unit Audit Internal 6. Uraian singkat pelaksanaan tugas unit audit internal pada tahun buku Information includes : 1. Name 2. Positions, working experience, and legal basis of the appointment 3. Qualifications and certifications as internal audit (if any) 4. Structure or status of the Internal Audit Unit 5. Duties and responsibilities of Internal Audit Unit in accordance with the points listed in the Charter of Internal Audit Unit 6. Brief explanation the duties performance in the financial year	156-159, 251
7. Sistem Pengendalian Interen yang diterapkan oleh perusahaan Internal Control System implemented by the company	Informasi meliputi antara lain : 1. Pengendalian keuangan dan operasional, serta kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan lainnya 2. Reviu atas efektivitas sistem pengendalian interen Information includes : 1. Financial and operational controlling, and submission to other laws and regulation 2. Review of the effectiveness of the internal control system	159
8. Sistem manajemen risiko yang diterapkan oleh perusahaan Risk management system implemented by the company	Informasi meliputi antara lain : 1. Gambaran umum mengenai sistem manajemen risiko perusahaan 2. Jenis risiko dan cara pengelolaannya 3. Review atas efektivitas sistem manajemen risiko perusahaan Information includes : 1. Overview of the company's risk management system 2. Type of risks and its management 3. Review of the effectiveness of the company's risk management system	154-155

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
9. Perkara penting yang dihadapi oleh Emiten atau Perusahaan Publik, entitas anak, anggota Dewan Komisaris dan Direksi yang sedang menjabat Significant cases involving the Company, or Public Company, subsidiaries, or incumbent members of the Board of Commissioners and/or Board of Directors	Informasi meliputi antara lain : 1. Pokok perkara/gugatan 2. Status penyelesaian perkara/gugatan 3. Pengaruhnya terhadap kondisi perusahaan Information includes : 1. Subject of cases/claims 2. Settlement status of cases/claims 3. Effect on the company	162
10. Informasi tentang sanksi administratif yang dikenakan kepada Emiten atau Perusahaan Publik, anggota Dewan Komisaris dan Direksi, oleh otoritas pasar modal dan otoritas lainnya pada tahun buku terakhir (jika ada) Information regarding administrative sanctions imposed on issuers or public companies, members of the Board of commissioners and the Board of Directors, by the capital market regulators and other authorities during the financial year (if any)		162
11.. Informasi mengenai kode etik dan budaya perusahaan (jika ada) Information regarding the Company's code of conduct and culture (if any)	Informasi meliputi antara lain : 1. Pokok-pokok kode etik 2. Pokok-pokok budaya perusahaan 3. Bentuk sosialisasi kode etik dan upaya penegakkannya 4. Pengungkapan bahwa kode etik berlaku bagi Dewan Komisaris, Direksi, dan karyawan perusahaan Information includes : 1. Code of Conduct contents 2. Corporate culture contents 3. Dissemination of the code of conduct and efforts to enforce the code 4. Disclosure that the code of conduct is applicable to the Board of Commissioners, Board of Directors, and company's employees	152
12.. Uraian mengenai program kepemilikan saham oleh karyawan dan/atau manajemen yang dilaksanakan Emiten atau Perusahaan Publik, antara lain jumlah, jangka waktu, persyaratan karyawan dan/atau manajemen yang berhak, serta harga exercise (jika ada) Description regarding share ownership program by employee and/or management implemented by Issuer or Public Company, such as total, period, requirements of eligible employees/management, as well as the exercise price (if any)		163

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
13. Uraian mengenai sistem pelaporan pelanggaran (whistle blowing system) di Emiten atau Perusahaan Publik yang dapat merugikan perusahaan maupun pemangku kepentingan (jika ada) Description regarding whistleblowing systems in the company regarding the violation that could harm the company or stakeholders (if any)	Informasi meliputi antara lain : 1. Cara penyampaian laporan pelanggaran 2. Perlindungan bagi pelapor 3. Penanganan pengaduan 4. Pihak yang mengelola pengaduan 5. Hasil dari penanganan pengaduan Information includes : 1. The violation reporting method 2. Protection for the informant 3. The reports handling 4. Party that handles the report 5. The outcome of the reports	159-161
VII. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN Corporate Social Responsibility		
1.. Bahasan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan meliputi kebijakan, jenis program, dan biaya yang dikeluarkan Discussion regarding corporate social responsibility including policy, type of programs, and the cost incurred	Informasi meliputi antara lain : 1. Aspek lingkungan hidup, seperti penggunaan material dan energi yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang, sistem pengolahan limbah perusahaan, sertifikasi di bidang lingkungan yang dimiliki 2. Praktik ketenagakerjaan, kesehatan, dan keselamatan kerja, seperti kesetaraan gender dan kesempatan kerja, sarana dan keselamatan kerja, tingkat perpindahan (turnover) karyawan, tingkat kecelakaan kerja, pelatihan, dan lain-lain 3. Pengembangan sosial dan kemasyarakatan, seperti penggunaan tenaga kerja lokal, pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan, perbaikan sarana dan prasarana sosial, bentuk donasi lainnya 4. Tanggung jawab produk, seperti kesehatan dan keselamatan konsumen, informasi produk, sarana, jumlah dan penanggulangan atas pengaduan konsumen Information includes : 1. Environment aspects, such as the use of materials and friendly and recyclable environmental energy, company's waste management system, certification in environment 2. Employment practice, occupational safety and health, such as the equality of gender and work opportunity, facilities and safety, employee's turnover rate, work incident rate, and training	166-172

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
	3. Social and community development, such as the use of local worker, community empowerment around companies, improvement of social infrastructure, other form of donations 4. Responsibilities for the products, such as customers' health and safety, products information, infrastructure, the amount and countermeasures of consumer's complaints	
2. Emiten atau Perusahaan Publik dapat mengungkapkan informasi sebagaimana dimaksud dalam angka 1) pada laporan tahunan atau laporan tersendiri yang disampaikan bersamaan dengan laporan tahunan kepada Bapepam dan LK, seperti laporan keberlanjutan (sustainability report) atau laporan tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility report) Information referred to point 1) can be disclosed and submitted to Bapepam and LK in the Annual Report or separate report such as Sustainability Report or Corporate Social Responsibility Report		N/A
VII. LAPORAN KEUANGAN YANG TELAH DIAUDIT Audited Consolidated Financial Statement		
1. Laporan Keuangan Tahunan yang dimuat dalam laporan tahunan wajib disusun sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia yang telah diaudit oleh Akuntan. Laporan keuangan dimaksud wajib memuat pernyataan mengenai pertanggungjawaban atas Laporan Keuangan sebagaimana diatur pada Peraturan Nomor VIII.G.11 atau Peraturan Nomor X.E.1 Annual Financial Statement included in the Annual Report must be prepared in accordance with the accounting standards in Indonesia that have been audited by an Accountant. Financial statement must include a statement regarding the responsibility for the Financial Statement \s as stipulated in the Regulation No. VIII.G.11 or Regulation No.X.E.1		179-236

KRITERIA CRITERIA	PENJELASAN DESCRIPTION	HALAMAN PAGE
VIII. TANDA TANGAN DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI Signature of the Board of Commissioners and the Board of Directors		
1. Tanda tangan Dewan Komisaris dan Direksi	Memuat hal-hal berikut : 1. Ditandatangani oleh seluruh anggota Dewan Komisaris dan Direksi yang sedang menjabat 2. Tanda tangan pada lembaran tersendiri 3. Pernyataan bahwa Dewan Komisaris dan Direksi bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi laporan tahunan, sesuai dengan Formulir Nomor X.K.6-1 4. Penjelasan tertulis dalam surat tersendiri dari yang bersangkutan dalam hal terdapat anggota Dewan Komisaris atau Direksi yang tidak menandatangani laporan tahunan, atau penjelasan tertulis dalam surat tersendiri dari anggota yang lain dalam hal tidak terdapat penjelasan tertulis dari yang bersangkutan Information includes : 1. Signed by all the incumbent members of Board of Commissioner and Directors 2. The signatures are on a separate sheet 3. Statement that the Board of Commissioners and Board of Directors are fully responsible to the truthfulness of the content of the Annual Report, in accordance with the form No. X.K.6-1 4. Written explanation in a separate letter from the concerned member in the event of not signing the Annual Report, or written explanation in separate letter from other member in the event the concerned member did not provide written explanation.	174
Signature of the Board of Commissioners and the Board of Directors		



PT Matahari Department Store Tbk
Menara Matahari 15th Floor
Jl. Bulevar Palem Raya No. 7
Lippo Karawaci 1200 Tangerang 15811
Indonesia

P. (+6221) 547 5333
F. (+6221) 547 5232

www.matahari.co.id