Inspired by Lifestyle.

Driven by Innovation

2014 | LAPORAN TAHUNAN **ANNUAL REPORT**

MATAHARI
DEPARTMENT STORE

Terinsiprasi oleh Gaya Hidup. Digerakkan dengan Inovasi

Inspired by Lifestyle. Driven by Innovation

Matahari senantiasa mengutamakan pelanggan. Dengan seksama, kami mendengarkan dan memperhatikan apa yang menjadi keinginan, kebutuhan atau harapan pelanggan, dan dari sanalah kami membangun misi Perseroan, yakni menyediakan pilihan yang paling beragam dari berbagai merek eksklusif internasional, yang terinspirasi oleh pilihan gaya hidup pelangan dan disesuaikan dengan kekhasan budaya lokal.

Matahari berusaha untuk senantiasa menyempurnakan diri, didukung dengan inovasi dan visi untuk menjadi ritel utama di Indonesia. Matahari tumbuh menjadi salah satu merek ritel terkemuka di Indonesia, dan terdepan dalam hal *fashion* dan *value for money*. Selain komitmen terhadap kualitas layanan, kami juga menjaga agar ragam produk yang kami tawarkan dan tata ruang di setiap gerai yang kami miliki senantiasa dinamis dan dapat mengikuti selera pelanggan, sehingga berbelanja di Matahari selalu memberikan pengalaman yang mengesankan.

At Matahari, we put our customers first. We listen carefully to what our customers want, need and aspire to, and have made it our mission to offer an unbeatable assortment of exclusive and international brands, inspired by their lifestyle preferences and uniquely tailored to local markets.

Matahari strives for continuous improvement, powered by innovation and our vision of being Indonesia's preferred retailer. Matahari is one of Indonesia's best known brands, recognized for its fashion leadership and exceptional value for money. Our dedication to keeping our merchandise and stores dynamic, relevant and appealing to all our customers, along with our commitment to excellent service, make shopping at Matahari an outstanding experience.

18 **Laporan Dewan Komisaris**
Report from the Board of Commissioners

39

Daftar Isi CONTENTS

8 Sekilas Perseroan
Company in Brief

10 Filosofi Matahari
Philosophy of Matahari

11 Mars Matahari
March of Matahari

12 Visi Misi
Vision Mission

14 Tonggak Sejarah Perseroan
Company Milestones

16 Ikhtisar Keuangan
Financial Highlights

18 Laporan Dewan Komisaris
Report from the Board of Commissioners

24 Laporan Direksi
Report from the Board of Directors

32 Laporan Tim Manajemen
Report from the Board of Management

39 Tinjauan Bisnis
Business Overview

40 **TINJAUAN INDUSTRI**
INDUSTRY OVERVIEW

42 **TINJAUAN INDUSTRI RITEL DI INDONESIA**
OVERVIEW OF THE RETAIL INDUSTRY IN INDONESIA

43 **TINJAUAN SEGMEN PASAR *DEPARTMENT STORE* INDONESIA**
OVERVIEW OF THE INDONESIAN DEPARTMENT STORE SEGMENT
44 Persaingan Pasar | Competition

45 **TREN RITEL INDONESIA YANG MEMBERIKAN DAMPAK PADA SEGMEN *DEPARTMENT STORE***
TRENDS IN INDONESIAN RETAIL THAT IMPACT THE DEPARTMENT STORE SEGMENT
45 Pertumbuhan belanja konsumen yang kuat dan berkelanjutan
Strong and sustainable growth in consumer spending
45 Percepatan ekspansi infrastruktur ritel moden di kota-kota menengah yang tumbuh pesat
Accelerating modern retail infrastructure expansion in fast-growing second-tier cities

45 Meningkatnya popularitas produk-produk eksklusif
Increasing popularity of exclusive products

45 Meningkatnya persaingan terutama di antara peritel dengan sasaran konsumen berpendatpatan mengenah atas di kota-kota besar
Increasing competition, especially amongst retailers targeting the upper middle or high income customers in major urban areas

47 **PROSPEK | PROSPECTS**

48 TINJAUAN OPERASIONAL
OPERATIONAL OVERVIEW

53 GERAI | STORES
53 Jaringan Ritel | Retail Network
53 Perluasan dan Ekspansi Gerai Baru
New Store Roll-out and Expansion
57 Desain Gerai | Store Design
59 Perbaikan Berkesinambungan pada Gerai yang Ada
Ongoing Improvement of Existing Stores
61 Inisiatif 2014 | 2014 Initiatives
62 Melihat ke Depan | Looking Ahead

62 LOGISTIK PEMBELIAN DAN DISTRIBUSI
PURCHASING AND DISTRIBUTION LOGISTICS
62 Pembelian | Purchasing
63 Distribusi | Distribution

65 PEMASARAN | MARKETING
65 Iklan dan Promosi | Advertising and Promotion

67 PELAYANAN KONSUMEN
CUSTOMER SERVICE

69 MATAHARI CLUB CARD
MATAHARI CLUB CARD

72 TINJAUAN FUNGSIONAL
FUNCTIONAL OVERVIEW

74 TEKNOLOGI INFORMASI
INFORMATION TECHNOLOGY
74 Sistem Merchandising: Retek
Merchandising System: Retek
74 Sistem Akuntansi: Oracle Financial Accounting
Accounting System: Oracle Financial Accounting
74 Sistem Sentra Distribusi: Manhattan
Distribution Centre System: Manhattan
75 Pusat Pemulihan Bencana
Disaster Recovery Centre

76 SUMBER DAYA MANUSIA
HUMAN RESOURCES
76 Penataan Penempatan Karyawan | Staffing
80 Pelatihan dan Suksesi Karyawan
Employee Training and Succession
84 Kepuasan dan Kesetiaan Karyawan
Employee Satisfaction and Retention
86 Manajemen Kinerja
Performance Management
86 Hubungan Karyawan | Employee Relations

24 **Laporan Direksi**
Report from
The Board of Director

89 Analisa Dan Pembahasan Manajemen
Management Discussion & Analysis

90 KINERJA KEUANGAN
FINANCIAL REVIEW

92 SEKILAS MATAHARI | OVERVIEW OF MATAHARI

93 PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN
MEASURES OF FINANCIAL PERFORMANCE
94 Penjualan Kotor | Gross Sales
94 Penjualan Barang Dagangan | Merchandise Sales
94 Rekonsiliasi Antara Pendapatan Bersih dengan Penjualan Kotor
Reconciliation from Net Revenue to Gross Sales
96 Komponen Penjualan Barang Dagangan
Components of Merchandise Sales
96 Penjualan Barang Dagangan menurut Segmen Geografis
Merchandise Sales by Geographical Segment
97 Laba Kotor yang Disesuaikan dan Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan
Adjusted Gross Profit and Adjusted Gross Profit Margin
98 Rekonsiliasi dari Laba Kotor dengan Laba Kotor yang Disesuaikan
Reconciliation from Gross Profit to Adjusted Gross Profit
99 Beban Usaha yang Disesuaikan
Adjusted Operating Expenses
101 Rekonsiliasi antara Laba Bersih dengan EBIT yang Disesuaikan, EBITDA yang Disesuaikan dan EBITDAR yang Disesuaikan
Reconciliation from Net Profit to Adjusted EBIT, Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDAR
102 EBITDAR yang Disesuaikan dan Marjin EBITDAR yang Disesuaikan
Adjusted EBITDAR and Adjusted EBITDAR Margin
102 EBITDA yang Disesuaikan dan Marjin EBITDA yang Disesuaikan
Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA Margin
103 EBIT yang Disesuaikan dan EBIT Marjin yang Disesuaikan
Adjusted EBIT and Adjusted EBIT Margin
103 SSSG (Pertumbuhan Penjualan Pada Gerai Yang Sama)
SSSG (Same Store Sales Growth)
104 Penjualan Barang Dagangan per meter persegi Ruang Ritel
Merchandise Sales per square metre of Retail Space

105 DASAR PERSIAPAN LAPORAN KEUANGAN
BASIS OF PREPARATION OF FINANCIAL STATEMENTS

105 URAIAN DARI BARIS AKUN TERPILIH DI DALAM LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF
DESCRIPTION OF SELECTED LINE ITEMS IN THE STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME
105 Pendapatan bersih | Net Revenue
106 Penjualan Ritel | Retail Sales
106 Penjualan Konsinyasi-Bersih | Consignment Sales-Net
106 Pendapatan Jasa | Service Fees
106 Beban Pokok Pendapatan | Cost of Revenue
106 Laba Kotor | Gross Profit
106 Beban Usaha | Operating Expenses
106 (Kerugian)/Keuntungan Lainnya-Bersih
Other (Losses)/Gain-Net
107 Penghasilan Keuangan | Finance Income
107 Biaya Keuangan | Finance Cost

107 PERBANDINGAN HASIL KINERJA USAHA TAHUN 2013 DAN 2014
COMPARISON OF THE RESULTS OF OPERATIONS FOR 2013 AND 2014
107 Pendapatan Bersih | Net Revenue
108 Beban Pokok Pendapatan | Cost of Revenue
108 Laba Kotor | Gross Profit
109 Beban Usaha | Operating Expenses
110 Keuntungan/(Kerugian) Lainnya-Bersih
Other Gains/(Losses)-Net
110 Biaya Keuangan | Finance Cost
110 Biaya Keuangan-Bersih | Finance Expense-Net
110 Laba sebelum Pajak Penghasilan
Profit before Income Tax
110 Beban Pajak Penghasilan | Income Tax Expense
111 Laba Bersih | Net Profit

111 LAPORAN POSISI KEUANGAN
STATEMENT OF FINANCIAL POSITION
111 Aset | Assets
111 Aset Lancar | Current Assets
112 Aset Tidak Lancar | Non Current Assets
112 Kewajiban | Liabilities
112 Kewajiban Lancar | Current Liabilities
113 Kewajiban Tidak Lancar | Non Current Liabilities
113 Ekuitas | Equity

113 STRUKTUR MODAL | CAPITAL STRUCTURE

114 SOLVABILITAS | SOLVENCY

114 KOMITMEN DAN LIABILITAS KONTINJENSI
COMMITMENTS AND CONTINGENT LIABILITIES
114 Komitmen | Commitments
115 Liabilitas Kontinjensi | Contingent Liabilities

115 BELANJA MODAL | CAPITAL EXPENDITURE

116 PERPAJAKAN | TAXATION

116 ANALISIS KEMAMPUAN PERSEROAN DALAM MEMBAYAR UTANG DAN MENAGIHKAN PIUTANG
ANALYSIS OF THE COMPANY'S ABILITY TO SERVICE DEBT AND TO COLLECT ACCOUNTS RECEIVABLE

118 INFORMASI DAN KEJADIAN MATERIAL SETELAH TANGGAL LAPORAN AKUNTAN
MATERIAL INFORMATION AND EVENTS SUBSEQUENT TO THE ACCOUNTANT'S REPORT DATE

118 INFORMASI YANG BERKAITAN DENGAN TRANSAKSI AFILIASI
INFORMATION RELATING TO AFFILIATED TRANSACTIONS

118 REALISASI PENGGUNAAN DANA HASIL PENAWARAN UMUM TERBATAS
REALIZATION OF UTILIZATION OF PROCEEDS FROM THE LIMITED PUBLIC OFFERING

118 PERUBAHAN HUKUM DAN PERATURAN
CHANGES IN LAWS AND REGULATIONS

118 AKSI KORPORASI | CORPORATE ACTIONS

119 INFORMASI MATERIAL TERKAIT DENGAN INVESTASI, EKSPANSI, DIVESTASI, AKUISISI DAN RESTRUKTURISASI UTANG/MODAL
MATERIAL INFORMATION CONCERNING INVESTMENT, EXPANSION, DIVESTMENT, ACQUISITION, AND DEBT/CAPITAL RESTRUCTURING

120 RISIKO USAHA | BUSINESS RISK

120 FAKTOR PENTING YANG MEMPENGARUHI HASIL OPERASIONAL PERSEROAN
SIGNIFICANT FACTORS AFFECTING THE COMPANY'S RESULTS OF OPERATIONS
120 Keadaan Pasar Ritel Indonesia dan Kondisi Ekonomi Secara Umum
The state of the Indonesian retail market and general economic conditions
120 Populasi Pelanggan yang Menjadi Target
Target Customer Population
121 Produktivitas | Productivity
124 Program perluasan usaha | Expansion program
125 Kombinasi Merchandise | Merchandise Mix
126 Mengendalikan Beban Usaha
Controlling Operating Expenses
127 Inflasi | Inflation
128 Musiman | Seasonality
130 Sebaran Geografis | Geographical Diversity
130 Kompetisi | Competition
130 Pinjaman Bank dan Tingkat Suku Bunga
Bank Borrowing and Interest Rates

132 KEBIJAKAN DIVIDEN | DIVIDEND POLICY
132 Pengaruh Posisi Ekuitas Negatif pada Kemampuan Perseroan untuk Membayar Dividen
Effect Of The Negative Equity Position On The Company's Ability To Pay Dividends
134 Pembayaran Dividen | Dividend Payments

136 PROSPEK USAHA
BUSINESS PROSPECTS

138 KEKUATAN | STRENGTHS

138 Merek Ritel yang Memimpin Dilengkapi dengan Merek-Merek Eksklusif yang Kuat
Leading Retail Brand Complemented by Strong Exclusive Brands

139 Menargetkan Segmen Masyarakat Pendapatan Menengah yang Besar dan Bertumbuh
Targeting The Large and Growing Middle Income Segment

140 Jaringan Gerai Terluas di Seluruh Negeri Didukung oleh Infrastruktur Logistik yang Efisien
Largest Nationwide Store Network Supported by Efficient Logistics Infrastructure

142 Model Bisnis yang Mudah Disesuaikan untuk Pertumbuhan Pesat
Highly Scalable Business Model for Rapid Growth

145 Kombinasi Barang Dagangan yang Dipengaruhi oleh Konsumen
Customer-Driven Merchandise Mix

146 Optimalisasi Kegiatan Operasional Gerai Mendorong Pengalaman Berbelanja yang Menginspirasi dan Atraktif
Optimised Store Operations Driving an Inspiring and Attractive Shopping Experience

148 Meningkatkan Fokus pada Pelayanan Pelanggan
Increasing Focus on Customer Service

149 Karyawan yang Berdedikasi dan Manajemen yang Berpengalaman
Dedicated Employees and Experienced Management

150 STRATEGI | STRATEGIES

150 Ekspansi Gerai yang Berkesinambungan dan Pesat di Seluruh Indonesia
Continuous, Rapid Store Expansion Across Indonesia

151 Optimalisasi Lanjutan dari Produktivitas Gerai
Further Optimisation of Store Productivity

153 Tetap Berfokus pada Efisiensi Operasional dan Peningkatan Pemanfaatan Aset
Continued Focus on Operational Efficiency and Improved Asset Utilisation

154 Memperkuat dan Menanamkan Suatu Budaya Perseroan yang Berorientasi Kepada Pelanggan.
Strengthening and Embedding A Customer-Oriented Corporate Culture

155 PROSPEK USAHA | BUSINESS PROSPECTS

157 Tinjauan Tata Kelola Perseroan
Corporate Governance Overview

158 STRUKTUR TATA KELOLA
CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE

158 PRAKTEK TATA KELOLA
GOOD GOVERNANCE IN PRACTICE

159 STRUKTUR TATA KELOLA PERUSAHAAN
CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE

161 RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM
GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

167 DEWAN KOMISARIS
BOARD OF COMMISSIONERS
167 Struktur dan Keanggotaan | Structure and Membership
168 Tugas dan Tanggung Jawab | Duties and Responsibilites
168 Rapat Dewan Komisaris
Board of Commissioners' Meetings
169 Rapat Dewan Komisaris dan Dewan Direksi
Board of Commissioners and Board of Directors Meetings

170 KOMITE DI BAWAH DEWAN KOMISARIS
COMMITTEES UNDER THE BOARD OF COMMISSIONERS
170 Komite Audit | Audit Committee

176 Komite Nominasi dan Remunerasi
Nomination and Remuneration Committee

178 PENILAIAN KINERJA ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI
PERFORMANCE ASSESSMENT OF MEMBERS OF THE BOARDS OF COMMISSIONERS AND DIRECTORS

178 KEBIJAKAN REMUNERASI BAGI ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI
REMUNERATION POLICY FOR MEMBERS OF THE BOARD OF COMMISSIONERS AND DIRECTORS

178 DIREKSI | DIRECTORS
180 Struktur dan Keanggotaan | Structure and Membership
180 Tugas dan Tanggung Jawab | Duties and Responsibilities
180 Rapat Direksi | Directors' Meetings

181 TIM MANAJEMEN
BOARD OF MANAGEMENT
181 Struktur dan Keanggotaan | Structure and Membership
183 Tugas dan Tanggung Jawab | Duties and Responsibilities

184 KOMITE DI BAWAH DEWAN DIREKSI
COMMITTEES UNDER THE BOARD OF DIRECTORS
184 Komite Real Estate | Real Estate Committee
185 Komite Pemasaran | Marketing Committee
186 Komite Manajemen Risiko
Risk Management Committee

187 AUDIT EKSTERNAL | EXTERNAL AUDIT

187 LEMBAGA PENUNJANG PASAR MODAL
CAPITAL MARKET SUPPORTING INSTITUTIONS

188 SEKRETARIS PERUSAHAAN
CORPORATE SECRETARY
188 Tugas dan Tanggung Jawab
Duties and Responsibilities
189 Program dan Implementasi
Programs and Implementation

190 SISTEM PENGAWASAN DAN PENGENDALIAN INTERNAL
INTERNAL MONITORING AND CONTROL SYSTEM

190 BUDAYA KORPORASI | CORPORATE CULTURE

190 ETIKA KORPORASI | CORPORATE ETHICS

191 PEDOMAN PERILAKU DAN ETIKA BISNIS ("CODE OF CONDUCT")
CODE OF CONDUCT AND BUSINESS ETHICS (THE "CODE OF CONDUCT")

192 MANAJEMEN RISIKO
RISK MANAGEMENT

193 AUDIT INTERNAL | INTERNAL AUDIT
193 Piagam Audit Internal | Internal Audit Charter
194 Struktur Audit Internal | Internal Audit Structure
194 Tugas dan Tanggung Jawab | Duties and Responsibilities
195 Sistem Kontrol Internal | Internal Control System
195 Implementasi Program pada tahun 2014
Program Implementation in 2014

196 SISTEM WHISTLEBLOWING
WHISTLEBLOWING SYSTEM

198 LITIGASI | LITIGATION

198 AKSES KE INFORMASI
ACCESS TO INFORMATION
198 Media Sosial | Social Media
198 Siaran Pers | Press Releases
198 Hubungan Investor | Investor Relations
199 Informasi Produk | Product Information
199 Pelayanan Pelanggan | Customer Service

199 KEGIATAN KEBERSAMAAN | GATHERINGS

199 KOMUNIKASI INTERNAL
INTERNAL COMMUNICATIONS

199 DANA UNTUK KEGIATAN SOSIAL DAN POLITIK
FUNDS FOR SOCIAL AND POLITICAL ACTIVITIES

199 RENCANA PEMBELIAN OPSI SAHAM
SHARE PURCHASE OPTION PLANS

201 Tanggung Jawab Sosial Perseroan
Corporate Social Responsibility

202 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERSEROAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

205 KEPEDULIAN TERHADAP LINGKUNGAN
ENVIRONMENTAL CONCERN

205 MENGHARGAI KARYAWAN KAMI
APPRECIATING OUR EMPLOYEES

206 PERLINDUNGAN KONSUMEN
CONSUMER PROTECTION

207 KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA KARYAWAN
EMPLOYEE HEALTH AND SAFETY

208 PROGRAM PENGEMBANGAN KOMUNITAS
COMMUNITY DEVELOPMENT PROGRAMME
209 Pendidikan | Education
209 Bantuan Bencana Alam | Disaster Relief
210 Kesehatan | Health
210 Donasi Amal | Charitable Donations

212 PELAYANAN KOMUNITAS YANG DIBERIKAN LANGSUNG OLEH KARYAWAN
EMPLOYEE-DIRECTED COMMUNITY SERVICE

214 SURAT PERNYATAAN ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS LAPORAN TAHUNAN 2014 PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK
STATEMENT OF THE BOARD OF COMMISSIONERS AND BOARD OF DIRECTORS REGARDING RESPONSIBILITY FOR THE 2014 ANNUAL REPORT OF PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK

219 Laporan Keuangan Audit
Audited Financial Statements

281 Data Perusahaan
Corporate Data

282 STRUKTUR ORGANISASI
ORGANIZATION STRUCTURE

284 PROFIL DEWAN KOMISARIS
BOARD OF COMMISSIONERS' PROFILE

286 PROFIL DIREKSI
BOARD OF DIRECTORS' PROFILE

288 PROFIL TIM MANAJEMEN
BOARD OF MANAGEMENTS' PROFILE

294 PROFIL KOMITE AUDIT
AUDIT COMMITTEE'S PROFILE

297 PROFIL SEKRETARIS PERUSAHAAN
CORPORATE SECRETARY PROFILE

297 PROFIL KEPALA UNIT AUDIT INTERNAL
HEAD OF INTERNAL AUDIT UNIT PROFILE

298 PENGHARGAAN DAN SERTIFIKASI
AWARDS AND CERTIFICATES

302 PERISTIWA PENTING 2014
2014 EVENT HIGHLIGHTS

304 INFORMASI LAINNYA
OTHER INFORMATIONS

306 INFORMASI KEPEMILIKAN ATAS SAHAM DAN KEPEMILIKIAN SAHAM
SHARES AND SHAREHOLDING INFORMATION

309 STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM
COMPANY HOLDING STRUCTURE

310 JARINGAN GERAI | STORES NETWORK

316 REFERENSI PERATURAN BAPEPAM-LK NO. X.K.6
BAPEPAM REGULATION NO. X.K.6 CROSS REFERENCE

Sekilas Perseroan

Company in Brief

PT Matahari Department Store Tbk ("Matahari" atau "Perseroan") adalah salah satu perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang menyediakan perlengkapan pakaian, aksesoris, produk-produk kecantikan dan rumah tangga dengan harga terjangkau. Matahari bermitra dengan pemasok-pemasok terpercaya di Indonesia dan luar negeri untuk menyediakan kombinasi barang-barang *fashion* berkualitas tinggi yang dapat diterima oleh konsumen yang sadar akan nilai suatu produk. Gerai-gerai Matahari yang modern dan luas menyajikan pengalaman berbelanja dinamis dan inspiratif yang membuat konsumen datang kembali dan membantu menjadikan Matahari sebagai *department store* pilihan di kalangan kelas menengah Indonesia yang tumbuh pesat.

PT Matahari Department Store Tbk ("Matahari" or "Company") is one of Indonesia's leading retailers of affordable fashion apparel, accessories, beauty products and homeware. Matahari partners with trusted suppliers in Indonesia and overseas to deliver a compelling mix of fashion-forward, high quality merchandise that resonates with value-conscious consumers. Matahari's modern, spacious stores offer a dynamic and inspiring shopping experience that keeps customers coming back and has helped to make Matahari the preferred department store of Indonesia's growing middle class.

Gerai pertama Matahari, yang merupakan toko pakaian anak-anak, dibuka di daerah Pasar Baru, Jakarta pada tanggal 24 Oktober 1958. Sejak itu, Matahari berekspansi melebarkan jejaknya dengan membuka *department store* modern pertama di Indonesia pada tahun 1972 dan selanjutnya mewujudkan keberadaannya di seluruh tanah air. Matahari adalah sebenar-benarnya Indonesia: jejak kami tersebar di 131 toko yang terletak di 62 kota, didukung oleh tim beranggotakan 50,000 orang dan lebih dari 1,200 pemasok lokal serta lebih dari 90% pembelian langsung dari sumber-sumber di seluruh Indonesia. Merek eksklusif Matahari yang telah memenangkan penghargaan hanya dijual di gerai-gerai milik sendiri dan secara konsisten berada pada peringkat atas di kelasnya dalam hal gaya *fashion*, keterjangkauan dan bernilai istimewa sehingga membantu mewujudkan posisi Matahari sebagai *department store* terpilih di Indonesia.

Matahari berubah nama menjadi PT Matahari Department Store Tbk (Matahari) sesudah menjadi entitas terpisah dari PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP) pada tahun 2009. Asia Color Company Limited, anak Perseroan CVC Capital Partners Asia Pacific III L.P. dan CVC Capital Partners Asia Pacific III Parallel Fund – A, L.P. (bersama "CVC Asia Fund III"), menjadi pemegang saham mayoritas Matahari pada bulan April 2010.

Saham Matahari ditawarkan kepada publik oleh Asia Color Company Limited dan PT Multipolar Tbk pada tahun 2013, menarik perhatian dunia dan meningkatkan kepemilikan publik atas Perseroan dari 1,85% menjadi 47,35% sejak 28 Maret 2013. Kegiatan ini telah memperkuat Perseroan melalui (i) meningkatkan (leveraging) likuiditas perdagangan sahamnya di Bursa Efek Indonesia, (ii) meningkatkan potensi Perseroan untuk memperoleh pengenaan tarif pajak penghasilan yang lebih rendah sesuai dengan peraturan perpajakan di Indonesia; (iii) memperluas akses pembiayaan dari pasar modal domestik dan internasional; serta (iv) meningkatkan profil Perseroan di Indonesia dan di seluruh dunia.

Pada tanggal 3 Maret 2014 dan 7 Agustus 2014, Asia Color Company Limited menjual kepemilikan saham Perseroan sejumlah 6,51% dan 11,48% berturut-turut. Pada tanggal 31 Desember 2014, Asia Color Company tercatat memegang 14,18% saham Matahari, PT Multipolar Tbk memiliki 20,48%, dan publik, termasuk pemegang baru tercatat memegang 65,34%. Pada tanggal 23 Januari 2015, Asia Color Company Limited menjual lebih lanjut kepemilikan sahamnya atas Perseroan sebesar 8,18%. Pada tanggal 25 Februari 2015, Asia Color Company kembali menjual 4% kepemilikan sahamnya pada Perseroan. Per 28 Februari 2015, Asia Color Company tercatat memiliki 2,00% saham Perseroan, PT Multipolar Tbk memiliki 20,48% saham Perseroan, dan kepemilikan publik tercatat sebesar 77,52%.

The first Matahari outlet, a children's clothing store, opened in Jakarta's Pasar Baru district on October 24, 1958. Since then, Matahari has continued to expand its footprint, opening Indonesia's first modern department store in 1972 and establishing a presence right across the country. Matahari is truly Indonesian: our footprint spans 131 stores in 62 cities, supported by a team of 50,000 people and over 1,200 local suppliers, and more than 90% of direct purchases are sourced in Indonesia. Matahari's award-winning exclusive brands, sold only in the Company's stores, are consistently ranked top in their class on style, affordability and exceptional value, and have helped to position Matahari as Indonesia's preferred department store.

Matahari was renamed PT Matahari Department Store Tbk (Matahari) after becoming a separate entity from PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP) in 2009. 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 Matahari's majority shareholder in April 2010.

Matahari's shares were floated to the public by Asia Color Company Limited and PT Multipolar Tbk in 2013, attracting global attention and increasing the public ownership of the Company from 1.85% to 47.35% as of March 28 2013. This action has strengthened the Company by (i) leveraging the liquidity of its share trading on the IDX, (ii) making it potentially eligible for a reduced rate of income tax, in accordance with prevailing taxation regulations in Indonesia; (iii) broadening access to financing on domestic and international capital markets; and (iv) raising the Company's profile in Indonesia and worldwide.

On March 3, 2014 and August 7, 2014, Asia Color Company Limited sold its holdings of the Company's shares in the amount of 6.51% and 11.48% respectively. As at December 31, 2014, Asia Color Company held 14.18% of Matahari's shares, PT Multipolar Tbk held 20.48%, and the public, including new shareholders, had a shareholding of 65.34%. On January 23, 2015, Asia Color Company Limited sold a further 8.18% of its holding of the Company's shares. Asia Color Company sold a further of 4% of the Company's shares on February 25, 2015. As at February 28, 2015, Asia Color Company held 2.00 % of the Company's shares, PT Multipolar Tbk held 20.48% of the Company's shares, and the public had a shareholding of 77.52%.

Filosofi Matahari

Philosophy of Matahari

1. Matahari berusaha menciptakan tingkat hidup yang lebih baik bagi seluruh karyawan.

2. Matahari berusaha menciptakan tempat kerja yang aman, nyaman. Tentram dan sejahtera sebagai pancaran cita-cita karyawan.

3. Matahari berusaha menciptakan sistem organisasi operasional terpadu demi masa depan Perseroan dan karyawan atas dasar efisiensi kerja yang maksimal.

4. Matahari berusaha mendidik, melatih dan mengembangkan seluruh karyawan yang merata tanpa membedakan tradisi, agama, asal keturunan, sadar akan tugas dan kewajiban menjunjung tinggi tujuan Perseroan sebagai penunjang perekonomian bangsa.

5. Matahari berharap atas dasar sinkronisasi saling percaya mempercayai. Hormat menghormati kerjasama yang baik dengan azas kekeluargaan untuk mencapai kemajuan yang kekal dan abadi.

1. Matahari strives to create a better standard of living for all the employees.

2. Matahari strives to create a safe, comfortable, peaceful and prosperous working environment as the reflection of the employees' goal.

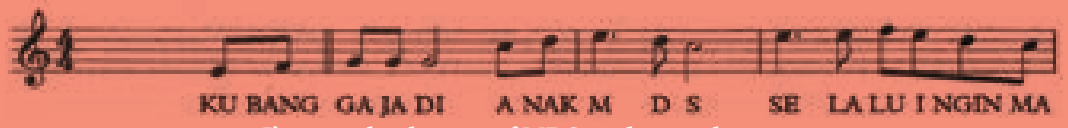
3. Matahari strives to create an integrated operational organization system for the future, on the basis of maximum work efficiency.

4. Matahari strives to educate, train and develop all of its employees equally without differentiating their tradition, religion, origin, aware of their duties and obligations, uphold the Company's objective to support the economy of the nation.

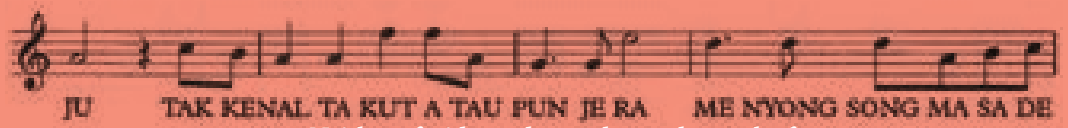
5. Matahari expects, on the basis of synchronization to trust one another, respect one another good cooperation with kinship principles to achieve a sustainable progress.

Mars Matahari
Matahari March Song

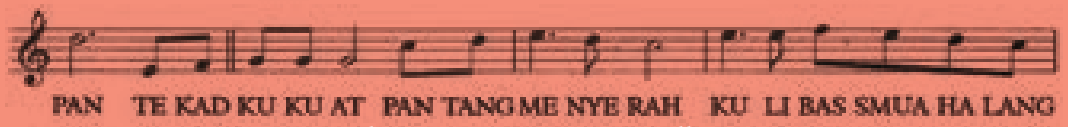
Lyric : Heru Sulistyo/Indra Prasetya
Song : Indra Prasetya
Arr : Aolomaziduhu Zebua (Kono)



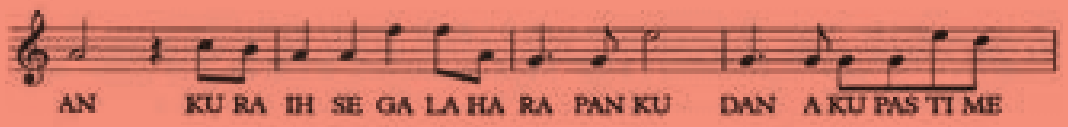
I'm proud to be part of MDS, and want always to progress



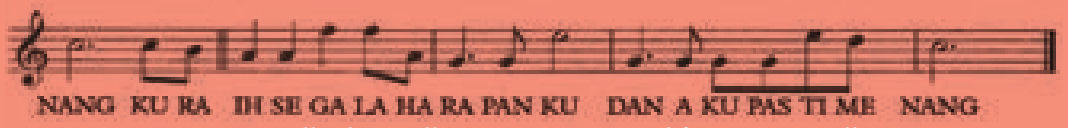
Neither afraid nor daunted to embrace the future



My determination is strong, I will never give up



I will overcome all obstacles



I will achieve all my expectations and for certain I will win

Lagu Mars Matahari selalu dinyanyikan oleh karyawan Matahari pada setiap pembukaan gerai baru dan setiap pagi sebelum gerai dibuka

Matahari March is sung by Matahari's staff at the new store openings and every morning before the store opens.

Menjadi Peritel Pilihan Utama Indonesia

Matahari ingin tidak hanya 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.

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.

VISI *Vision*

Mission MISI

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

Pertumbuhan konsumen kami 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 kami tetap menjadi tempat yang menarik untuk berbelanja dengan staf yang cekatan dan berwawasan.

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

Growing our 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 our stores remain an attractive place to shop with helpful and knowledgeable staff.

1958

Gerai usaha pertama dibuka pada 24 Oktober dan dikelola oleh Hari Darmawan. Gedung dua lantai berukuran 150m2, berlokasi di Pasar Baru, Jakarta.

The first store was opened on October 24 and was managed by Mr. Hari Darmawan. The two-storey high building, measuring 150 square meters, was located in Pasar Baru, Jakarta

1972

Matahari mempelopori konsep *department store* modern di Indonesia.

Matahari pioneered the modern department store concept in Indonesia.

1980

Matahari membuka gerai pertamanya di luar Jakarta, di Bogor.

Matahari opened its first store outside Jakarta, in Bogor.

1986

Pendirian PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP).

PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP) was established.

Tonggak Sejarah Perseroan

Company Milestones

2009

PT Pacific Utama Tbk, perusahaan afiliasi dari MPP, mengakuisisi Divisi Matahari Department Store, menjadikan Matahari sebagai satu perusahaan publik yang berdiri sendiri, dan berganti nama menjadi PT Matahari Department Store Tbk (Matahari; kode saham; LPPF).

PT Pacific Utama Tbk, an affiliate of MPP, acquired Matahari Department Store Division, allowing Matahari to become a stand-alone public company, trading as PT Matahari Department Store Tbk (Matahari; stock code; LPPF).

2010

Matahari diakusisi oleh PT Meadow Indonesia (MI), suatu anak perusahaan dari Asia Color Company Limited (ACC). Keduanya secara tidak langsung dimiliki secara mayoritas oleh CVC Asia Fund III.

Matahari was acquired by PT Meadow Indonesia (MI), a subsidiary of Asia Color Company Limited (ACC). Both MI and ACC were indirectly majority owned by CVC Asia Fund III.

2011

MI and Matahari bergabung, dimana Matahari menjadi perusahaan yang bertahan.

MI and Matahari merged, with Matahari as the surviving entity.

1992

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

With Matahari Putra Prima (MPPA)'s initial public offering on the Jakarta Stock Exchange and the Surabaya Stock Exchange, MPPA became 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 is now one of Indonesia's largest customer loyalty programs.

2008

Pembukaan 6 *department store*, termasuk 3 gerai dengan konsep New Generation, menampilkan desain *department store* modern yang terbaik.

Matahari opened 6 department stores, including 3 stores whose New Generation concept embodied the best in modern department store design.

2013

Penawaran saham oleh ACC dan PT Multipolar Tbk menghasilkan peningkatan kepemilikan saham publik dari 1,85% menjadi 47,35%

A share offering by ACC and PT Multipolar Tbk resulted in an increase in Matahari's public float from 1.85% to 47.35%.

2014

- Matahari terus menunjukkan komitmennya untuk mengembangkan jaringan gerainya dengan membuka 8 gerai baru di seluruh wilayah Indonesia. Hingga akhir tahun, Matahari telah memiliki 131 gerai di 62 kota di seluruh Indonesia.
- Sampai akhir tahun 2014, kepemilikan saham publik telah mencapai 65,34%
- Matahari kembali mencatat rekor tahunan penjualan dan pendapatan.
- Matahari membagikan dividen tunai sebesar Rp 460,2 milliar kepada para pemegang sahamnya.
- Matahari mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar ritel *department store* modern.

- Matahari upheld its commitment to the expansion of its store network, opening 8 new stores across the country. By the end of the year, Matahari had 131 stores in 62 cities throughout Indonesia.
- At the end of 2014, the percentage of public shares in Matahari had reached 65.34%.
- Matahari allocated Rp 460.2 billion as a cash dividend for its shareholders.
- Matahari posted another record year of sales and earnings growth.
- Matahari reinforced its position as market leader in Indonesia's modern retail department store sector.

Ikhtisar Keuangan
Financial Highlights

Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain

Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated

	2014	2013	2012	
Laporan Laba Rugi Komprehensif				**Statements Of Comprehensive Income**
Penjualan Barang Dagangan	**14,421.4**	**12,735.0**	**10,866.9**	**Merchandise Sales**
Pendapatan MCC	38.6	34.4	17.1	MCC Sub
Voucher Diskon Tunai	-	(23.2)	-	Discount Cash Voucher
Penjualan Kotor*	**14,460.0**	**12,746.2**	**10,884.0**	***Gross Sales**
Penjualan Eceran-gerai	4,908.1	4,051.1	3,171.9	Retail Sales-Store
Penjualan Konsinyasi	9,552.0	8,695.1	7,712.1	Consigment Sales
Beban Penjualan Konsinyasi	(6,570.5)	(6,021.5)	(5,305.3)	Consigment Cost
Penjualan Eceran-lainnya	(9.3)	(7.4)	3.0	Retail Sales-Others
Pendapatan Jasa	45.4	37.1	35.2	Service Fee
Beban Pokok Pendapatan	(2,877.5)	(2,391.3)	(1,910.8)	Cost of Revenue
Laba Kotor	**5,048.0**	**4,363.1**	**3,706.1**	**Gross Profit**
Beban Usaha	(2,937.0)	(2,581.9)	(2,132.2)	Operating Expenses
Keuntungan (Kerugian) Lainnya-Bersih	(27.1)	33.7	10.4	Other Gains (Losses)-Net
Laba Operasi	**2,083.9**	**1,814.9**	**1,584.4**	**Operating Income**
Beban Keuangan-Bersih	(233.4)	(291.2)	(425.4)	Finance Expenses (Net)
Laba sebelum Pajak Penghasilan	**1,850.5**	**1,523.6**	**1,159.0**	**Profit before Income Tax**
Beban Pajak Penghasilan	(431.4)	(373.5)	(388.1)	Income Tax Expense
Laba Bersih	**1,419.1**	**1,150.2**	**770.9**	**Net Income**
Laba Bersih per Saham (Rp)	**486.5**	**394.3**	**264.3**	**Net Earning per Share (Rp)**
Laporan Posisi Keuangan				**Statements of Financial Position**
Kas dan Setara Kas	785.9	772.2	999.9	Cash and Cash Equivalents
Persediaan	955.2	723.8	519.6	Inventories
Beban Dibayar di Muka	158.9	118.7	124.8	Prepaid Expenses
Aset Lancar Lainnya**	217.5	88.3	100.0	**Other Current Assets
Jumlah Aset Lancar	**2,117.5**	**1,703.1**	**1,744.2**	**Total Current Assets**
Aset Tetap (Setelah Dikurang Penyusutan)	726.0	727.2	694.0	Fixed Assets (Net of Accumulated Depreciation)
Sewa Jangka Panjang	317.6	289.3	270.1	Long-term Lease
Uang Jaminan	129.2	108.9	89.3	Refundable Deposits
Aset Tidak Lancar Lainnya***	118.2	108.5	132.1	***Other Non-Current Assets
Jumlah Aset Tidak Lancar	**1,290.9**	**1,233.8**	**1,185.5**	**Total Non-Current Assets**
Jumlah Aset	**3,408.4**	**2,936.9**	**2,929.8**	**Total Assets**
Jumlah Liabilitas Lancar	**2,518.5**	**1,890.2**	**2,182.9**	**Total Current Liabilities**
Jumlah Liabilitas Tidak Lancar	**712.3**	**1,828.1**	**2,678.4**	**Total Non-Current Liabilities**
Jumlah Liabilitas	**3,230.8**	**3,718.3**	**4,861.3**	**Total Liabilities**
Jumlah Ekuitas	**177.6**	**(781.4)**	**(1,931.5)**	**Total Equity**
Jumlah Liabilitas dan Ekuitas	**3,408.4**	**2,936.9**	**2,929.8**	**Total Liabilities and Equity**
Rasio Keuangan				**Financial Ratios**
Tingkat Pengembalian Aset (%)	41.6%	39.2%	26.3%	Return on Asset (%)
Aset Lancar Terhadap Liabilitas Lancar (x)	0.8	0.9	0.8	Current Asset to Current Liabilities (x)
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Ekuitas (x)	18.2	(4.8)	(2.5)	Total Liabilities to Total Equity (x)
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Aset (x)	0.9	1.3	1.7	Total Liabilities to Total Asset (x)

* 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 Perseroan secara keseluruhan.
Management, for analytical purpose, believes that Gross Sales, which is contribute from retail sales-store and consigment sales before adjusted with consignment cost reflect a better guidance to the overal activity of the Company.

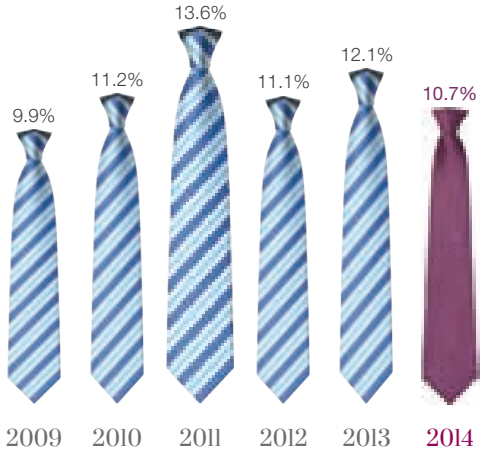
** Aset Lancar Lainnya sebagian besar terdiri dari Piutang Usaha, Piutang lain-lain, Uang Muka Sewa
Other Current Assets mainly consists of Trade Receivables, Other Receivables, and Rental Advances.

*** 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 Receivable

Gross Sales Performance Over Time

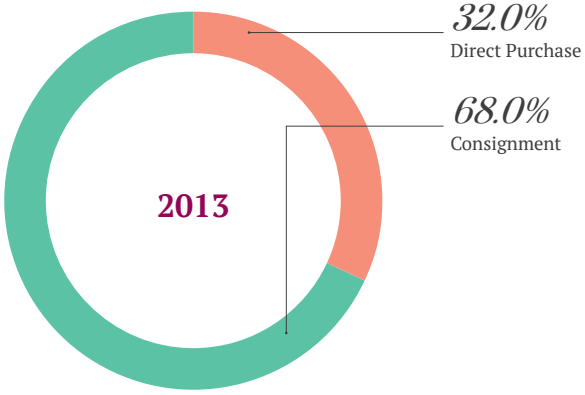
Adjusted EBITDA

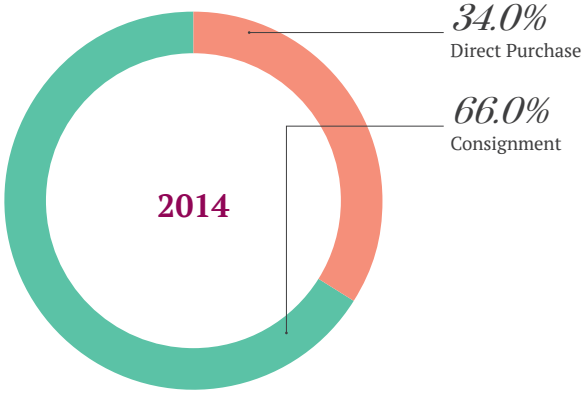
Consistent Double Digit Same Store Sales Growth

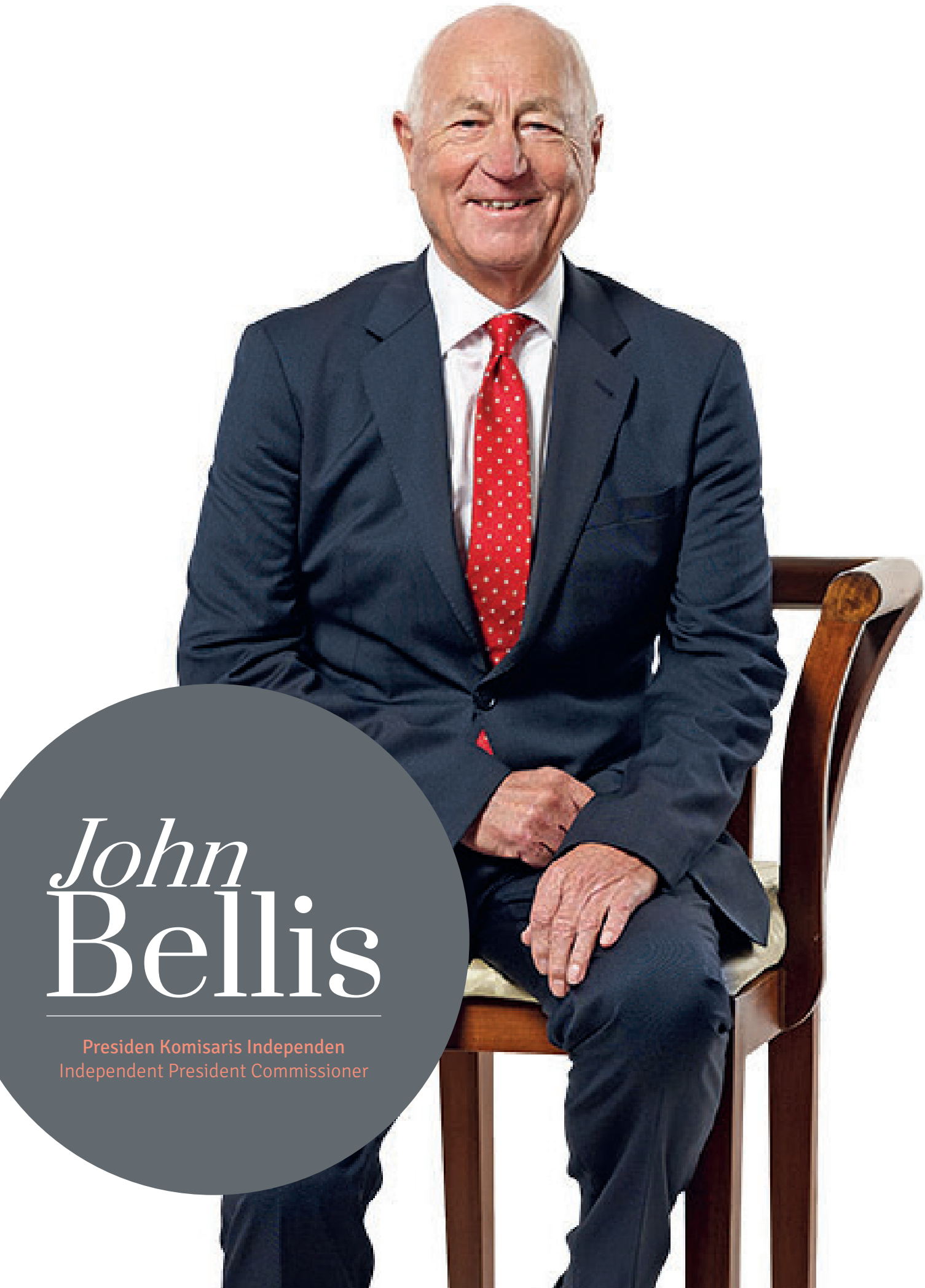


Adjusted Opex As of % of Gross Sales

Exclusive Brands Continue to Deliver Strong Performance







John Bellis

Presiden Komisaris Independen
Independent President Commissioner

Laporan Dewan Komisaris

Report from the Board of Commissioners

"Posisi Matahari yang unik di sektor ritel Indonesia membuatnya mampu menahan kondisi makroekonomi yang menantang selama dua tahun terakhir dan bahkan tampil dengan posisi yang lebih kuat".

"Matahari's unique positioning in the Indonesian retail landscape has enabled it to weather the macroeconomic headwinds over the last two years and emerge in a stronger position".

Kami sangat gembira untuk melaporkan bahwa Matahari kembali mencatatkan hasil kinerja yang tertinggi dalam industrinya di tahun 2014. Dalam lingkungan operasional yang sulit, Perseroan memperlihatkan pertahanan yang luar biasa, didukung oleh sehatnya model bisnis kami dan teguhnya fokus Perseroan dalam memberikan nilai tambah.

Perseroan kembali mencatatkan rekor hasil penjualan dan pendapatan, membuat peningkatan besar dalam produktivitas penjualan. Hal ini didorong oleh keahlian eksekusi Tim Manajemen terhadap strategi jangka panjang yang telah dirancang berdasarkan pemahaman mendalam atas sasaran pasar dan konsumen.

It gives us great pleasure to report that 2014 marked another year of industry-leading performance for Matahari. In a tough operating environment, the Company showed great resilience, underpinned by the soundness of our business model and an unwavering focus on delivering value.

The Company posted record sales and earnings results, making strong gains in sales productivity. This was driven by Management's skilful execution of a long-term strategy that is predicated on a deep understanding of our target markets and customers.

Posisi Matahari yang unik di sektor ritel Indonesia membuatnya mampu menahan kondisi makroekonomi yang menantang selama dua tahun terakhir dan bahkan tampil dengan posisi yang lebih kuat. Sasaran pasar kami, yakni segmen berpendapatan menengah, bukan hanya segmen yang tercepat pertumbuhannya secara demografis tetapi juga tercepat pertumbuhan pendapatan yang bisa dibelanjakannya — antara lain karena peningkatan upah minimum baru-baru ini. Seiring dengan bertumbuhnya kesejahteraan, pola konsumsi pun berubah dan konsumen muda Indonesia memiliki lebih banyak pendapatan yang dapat dibelanjakan untuk kebutuhan fashion dan kecantikan. Matahari yang terutama menawarkan merek-merek eksklusif dan modis dengan harga terjangkau, melayani langsung segmen ini. Selain itu, meningkatnya urbanisasi di Indonesia juga mendorong tumbuhnya pasar yang baru, terutama yang berada di luar sentra populasi di Jawa dan Sumatera. Modal merek Matahari dan kekuatan distribusi dan logistiknya memberikan manfaat lebih bagi Perseroan seiring dengan terbukanya area baru ini.

Matahari's unique positioning in the Indonesian retail landscape has enabled it to weather the macroeconomic headwinds over the last two years and emerge in a stronger position. Our target market, the middle income segment, is not only the fastest growing demographic but is also seeing the fastest growth in disposable income – partly as a result of the recent minimum wage increases. As affluence grows, consumption patterns change, and young Indonesian consumers are finding themselves with more discretionary income to spend on fashion and beauty. Matahari, with its core offering of fashion-forward exclusive brands at compelling price points, caters directly to this segment. In addition, the increasing rate of urbanization in Indonesia is helping to grow new markets, particularly outside the major population centers of Java and Sumatra. Matahari's brand equity as well as its strength in distribution and logistics give the Company an edge as these new geographies open up.

Sejak membuka gerai pertamanya pada tahun 1958, model bisnis Matahari telah berorientasi memberi proposisi nilai konsumen yang kokoh. Elemen kuncinya adalah, pengalaman berbelanja di gerai bersama dengan strategi penetapan harga dan barang dagangan. Manajemen terus mendorong penyempurnaan desain gerai, tampilan produk dan pelayanan konsumen untuk menjamin bahwa berbelanja di Matahari merupakan pengalaman yang positif dan inspirasional bagi setiap konsumen. Kinerja Perseroan memberikan konfirmasi bahwa kami melakukan hal ini dengan benar, tetapi kami juga bangga memperoleh pengakuan dari konsumen dan pengamat industri berupa penghargaan merek top brand dan pelayanan konsumen (customer service awards) pada tahun 2014.

Ever since the first store opened in 1958, Matahari's business model has been about delivering a strong customer value proposition. A key element of this, alongside pricing and merchandising, is the in-store experience. Management has continued to drive improvements in store design, product displays and customer service to ensure that shopping at Matahari is a positive and inspiring experience for every customer. The Company's results confirm that we are getting this right, but we are also proud to have received recognition from consumers and industry observers with an array of top brand and customer service awards in 2014.

The Company's share price performance reflects public confidence in Matahari's outstanding results and growth prospects. During the year, the Company's stock consistently outperformed the Jakarta Composite Index and was included, for the first time, in the exclusive IDX30 Index.

Bisnis kami didukung oleh komitmen teguh terhadap prinsip dan praktek tata kelola Perseroan. Dengan bantuan Komite Audit dan Komite Nominasi dan Remunerasi, kami terus melakukan perbaikan struktur dan proses tata kelola untuk menjamin kesesuaian dengan usaha kami dengan kerangka peraturan di Indonesia maupun dengan praktek terbaik secara global. Laporan lengkap mengenai aktivitas Komite-komite selama setahun dapat ditemukan pada bagian selanjutnya laporan ini.

Our business is underpinned by a firm commitment to the principles and practice of good corporate governance. With the support of the Audit Committee and the Nomination and Remuneration Committee, we continuously review our governance structure and processes to ensure that we remain aligned not only with Indonesia's regulatory framework but with global best practice. Full reports on the activities of our Board Committees during the year can be found later in this report.

Pada tahun 2014, Matahari berada pada posisi 30 teratas dalam 50 Emiten dengan Nilai Tertinggi di Indonesia berdasarkan ASEAN Corporate Governance Scorecard, menurut penilaian yang diselenggarakan oleh Indonesian Institute for Corporate Directorship.

Kami juga memegang teguh komitmen untuk melibatkan para pemegang saham dan investor potensial. Kami juga telah berusaha untuk menjadi lebih transparan dalam melaporkan tindakan-tindakan kami dibandingkan ketentuan yang seharusnya. Jumlah analis yang memasukkan saham Matahari dalam analisanya meningkat sebagaimana diperlihatkan dengan meningkatnya jumlah peserta asing yang berpartisipasi dalam *quarterly earnings calls* kami.

Hal ini merupakan perkembangan positif, mengingat sebagai hasil penjualan lebih lanjut dari saham kami oleh salah satu pemegang saham terbesar, Asia Color Company Limited, jumlah saham publik telah meningkat. Pada tanggal 31 Desember, 2014, ACC memiliki 14,18% saham Matahari. Namun, pada tanggal 27 Januari 2015, ACC menjual lebih lanjut 8,18% saham yang dimilikinya sehingga meningkatkan saham publik menjadi 73,52% dan pada 25 Februari 2015, Asia Color Company kembali menjual 4,00% saham Matahari. Pada 28 Februari 2015, Asia Color Company memiliki 2,00% saham Perseroan, PT Multipolar Tbk memiliki 20,48% saham Perseroan, dan publik memiliki 77,52% saham Perseroan. Peningkatan likuiditas dan lebih terbukanya akses kepada sumber pembiayaan domestik dan internasional membuat kami memiliki fleksibilitas lebih besar untuk mengejar peluang-peluang menguntungkan yang sesuai dengan tujuan pertumbuhan strategis kami.

Kinerja harga saham Perseroan merupakan refleksi kepercayaan publik terhadap hasil dan prospek pertumbuhan Matahari yang luar biasa. Sepanjang tahun 2014, saham Perseroan secara konsisten tumbuh lebih baik dibandingkan Indeks Harga Saham Gabungan Bursa Efek Indonesia. Saham Perseroan untuk pertama kalinya dimasukkan dalam Indeks LQ45—kelompok saham yang paling aktif diperdagangkan (menurut volume perdagangannya) di Bursa Efek Indonesia dan juga ke dalam Indeks IDX30, subkelompok 30 saham yang memimpin dalam Indeks LQ45 (menurut pengukuran sejumlah kriteria kuantitatif dan kualitatif). Analis Investasi MSCI juga meningkatkan bobot Matahari dalam Indeks Pasar Berkembang/Emerging Markets Index.

Prospek tahun mendatang sangat menjanjikan. Pertumbuhan sektor ritel diprediksi tetap positif seiring dengan lebih banyaknya penduduk muda yang terus tumbuh yang masuk ke dalam segmen berpendapatan menengah, yang merupakan sasaran pasar Matahari. Kami meyakini bahwa sentimen konsumen akan tetap

In 2014 Matahari was ranked in the top 30 of the Top 50 Highest Scoring Listed Companies in Indonesia based on the ASEAN Corporate Governance Scorecard, according to an assessment conducted by the Indonesian Institute for Corporate Directorship.

We are strongly committed to engaging fully with our shareholders and potential investors and we have gone beyond the regulatory requirements on being transparent about our actions. The number of analysts covering Matahari's stock has increased, as evidenced by the increasing number of worldwide participants in our quarterly earnings calls.

This is a positive development, given that, as a result of further sell-downs by one of our major shareholders, Asia Color Company Limited, the public float has increased. As of December 31, 2014, ACC owned 14.18% of Matahari's shares. However, on January 27, 2015, ACC sold a further 8.18% stake, thus increasing the public float to 73.52% and on February 25, 2015, Asia Color Company sold another 4.00% of the Company's shares. As at February 28, 2015, Asia Color Company held 2.00 % of the Company's shares, PT Multipolar Tbk held 20.48% of the Company's shares, and the public had a shareholding of 77.52%. The resulting liquidity boost and increased access to both domestic and international financing will give us greater flexibility to pursue profitable opportunities in line with our strategic growth goals.

The Company's share price performance reflects public confidence in Matahari's outstanding results and growth prospects. During the year, the Company's stock consistently outperformed the Jakarta Composite Index. The Company was admitted, for the first time, to the LQ45 Index – an exclusive group of the most traded shares by volume on the Indonesian Stock Exchange, as well as the IDX30 Index, a subset of the 30 leading stocks on the LQ45 index, based on a number of quantitative and qualitative criteria. Investment analysts MSCI also increased their weighting of Matahari in their Emerging Markets Index.

The outlook for the coming year is promising. Retail sector growth is expected to remain positive as more of Indonesia's young, growing population move into the middle income segment, Matahari's target market. We believe that consumer sentiment will remain buoyant on the back of the new government's economic reform agenda,

optimis dilatarbelakangi oleh agenda reformasi ekonomi pemerintahan baru, peningkatan tingkat upah dan turunnya harga BBM. Cepatnya gerak urbanisasi dan masih rendahnya penetrasi gerai ritel modern di sebagian besar negeri terus mengindikasikan peluang besar bagi Perseroan di mana pembukaan gerai kami baru-baru saja di berbagai kota memperlihatkan besarnya animo untuk memperoleh pengalaman berbelanja yang lebih menarik dan aspirasional. Strategi Tim Manajemen untuk tahun 2015 dirancang untuk menangkap potensi pertumbuhan ini melalui percepatan pembukaan gerai baru di berbagai lokasi strategis, dengan memanfaatkan penawaran barang dagangan kami dan menambah kapasitas pemasaran digital sementara pada saat yang sama, meningkatkan produktivitas gerai dan pelayanan konsumen. Kami percaya bahwa hal ini akan membuat Perseroan mampu membangun momentum atas hasil tahun 2014 dan mendorong peningkatan kinerja lebih lanjut.

Dalam tahun 2014, Roy Kuan dan Rene Mang Wing Ming mengundurkan diri dari Dewan Komisaris, dan kami sangat gembira menyambut kedatangan Sigit Prasetya, yang dulunya adalah salah satu Direktur kami.

Atas nama Dewan Komisaris, saya ingin menghaturkan terimakasih yang setulusnya kepada Dewan Direksi, Tim Manajemen dan seluruh karyawan, pemasok dan mitra usaha Perseroan yang telah bekerja keras mendukung posisi Matahari sebagai tujuan berbelanja favorit Indonesia. Terimakasih juga kami sampaikan kepada para pemegang saham kami yang dukungannya sangat berarti bagi pencapaian tujuan Perseroan. Kami terus mengharapkan dukungan Anda di tahun-tahun yang akan datang.

minimum wage increases and the fall in fuel prices. Rapidly advancing urbanisation and the under-penetration of modern retail outlets in much of the country continues to represent a huge opportunity for the Company, as our recent store openings in new cities have demonstrated the appetite for a more exciting and aspirational shopping experience. The Management's strategy for 2015 is designed to capture this growth potential through accelerating the rollout of new stores in strategic geographies, leveraging our merchandising offerings and adding digital marketing capabilities while enhancing store productivity and customer service levels. We believe that this will position the Company to build on the momentum of our 2014 results and drive further improvements in our performance.

During the year, Roy Kuan and Rene Mang Wing Ming resigned from the Board, and we were pleased to welcome Sigit Prasetya, who was previously one of our Directors.

On behalf of the Board, I would like to extend our sincere thanks to the Board of Directors, the Board of Management and all the Company's employees, suppliers and business partners, whose hard work has reinforced Matahari's position as Indonesia's favourite shopping destination. Our thanks are also due to the shareholders, whose continued support has been instrumental in enabling the Company to achieve its goals. We look forward to your continued support in the year ahead.

Atas nama Dewan Komisaris
On Behalf of the Board of Commissioners

John Bellis
Presiden Komisaris Independen
Independent President Commissioner

John Bellis 1
Presiden Komisaris Independen
Independent President Commissioner

Jonathan L. Parapak 2
Komisaris Independen
Independent Commissioner

Sigit Prasetya 3
Komisaris
Commissioner

William Travis Saucer 4
Komisaris
Commissioner

Henry Jani Liando 5
Komisaris
Commissioner

Presiden Direktur
President Director

Bunjamin J. Mailool

Laporan Direksi
Report from the Board of Directors

"Selain peningkatan penjualan yang didorong oleh pertumbuhan gerai, kami menyakini bahwa terdapat peluang sangat besar untuk menaikkan produktivitas gerai yang sudah ada melalui pengembangan program barang dagangan kami, terutama dalam merek-merek eksklusif kami, untuk menjamin barang dagangan kami dapat terus diperbarui untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup yang terus berubah dan sesuai dengan bertumbuhnya kesejahteraan pelanggan kami."

"On top of the sales increases driven by store growth, we believe that there will be tremendous opportunities to increase our existing store productivity through the continued development of our merchandise programs, particularly in our exclusive brands, to ensure that our merchandise meets the ever-changing lifestyle needs and growing affluence of our customers."

Matahari terus berlanjut mencatat rekor rekam jejak dengan pencapaian kinerja luar biasa pada tahun 2014. Kinerja kami sangat jelas melebihi pasar, dengan mencatat rekor penjualan dan pendapatan serta mencapai pertumbuhan dua digit untuk penjualan pada gerai yang sama (Same Store Sales Growth/SSSG). Kami meningkatkan jumlah gerai kami menjadi total 131 gerai di 62 kota pada akhir tahun dan terus menambah pangsa pasar.

Laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia melemah sepanjang tahun akibat meningkatnya defisit neraca transaksi berjalan, melemahnya mata uang domestik, meningkatnya suku bunga dan menurunnya permintaan komoditas. Seperti juga yang terjadi di tahun sebelumnya, sektor ritel juga harus mengatasi kenaikan upah minimum dan tarif listrik yang jauh lebih tinggi daripada inflasi. Meskipun begitu, kami melihat permintaan konsumen yang tetap tinggi sebagaimana diperlihatkan oleh kinerja penjualan dan pendapatan yang kuat, dan bahkan sesudah pemerintahan baru memutuskan pengurangan subsidi BBM pada kuartal keempat, tidak ada dampak material terhadap permintaan pasar dalam segmen sasaran kami.

Kami berhasil menempatkan beberapa inisiatif produktivitas staf dan pengurangan biaya yang bertujuan untuk mengurangi dampak tekanan biaya dalam jangka panjang. Selain itu, dampak kenaikan suku bunga pada tahun 2014 dapat dihindari melalui fokus berkelanjutan Perseroan untuk mempercepat pembayaran utang. Pada akhir tahun 2014, total utang kami berhasil dikurangi menjadi Rp 700 miliar.

Matahari relatif terhindar dari dampak negatif melemahnya nilai tukar Rupiah. Hal ini dikarenakan pinjaman Perseroan dilakukan dalam mata uang domestik dan mayoritas barang dagangan juga berasal dari sumber local. Dampak fluktuasi nilai tukar terhadap biaya pembelian barang yang dilakukan oleh Perseroan terbatas.

Kinerja yang Kuat

Hasil kinerja usaha bertahan secara kuat di tahun 2014. Perseroan membukukan total nilai penjualan kotor sebesar Rp 14.460 miliar, didorong oleh SSSG sebesar 10,7% dan tambahan volume yang diperoleh dari pembukaan gerai baru. Pertumbuhan pendapatan meningkat cepat, tumbuh 23,4% dibanding tahun lalu menjadi Rp 1.419 miliar, dan kami melihat adanya peningkatan marjin kotor lebih lanjut.

Matahari has a track record of exceptional performance that continued in 2014. We clearly outperformed the market, posting record sales and earnings and achieving double digit same store sales growth (SSSG). We increased our store footprint to a total of 131 stores in 62 cities by the end of the year and continued to pick up market share.

The pace of economic growth remained sluggish as Indonesia continued to grapple with a growing current account deficit, a weakening currency, rising interest rates and slowing demand for commodities. As in the previous year, retailers had to contend with minimum payroll and electricity tariff increases that ran significantly ahead of inflation. Nevertheless, we saw continued strength in consumer demand, as reflected in our strong sales and earnings performance, and even the new government's further reduction of fuel subsidies in the fourth quarter had no material effect on demand in our target segment.

We were able to put in place a number of staffing productivity and cost reduction initiatives that went a long way towards alleviating the effects of the cost pressures. Moreover, the impact of interest rate increases in 2014 was mitigated by the Company's continued focus on accelerated debt paydown. As at the end of 2014, our total debt had been reduced to Rp 700 billion.

Matahari has also been largely shielded from the adverse impacts of the weakness in the Rupiah exchange rate. As most of the Company's borrowings are in local currency, while the majority of its merchandise is sourced locally. The impact of foreign exchange fluctuations on the Company's cost of goods is limited.

Despite operating in a challenging environment, EBITDA increased to 16.7%, equaling our strongest ever level.

A Strong Performance

Results remained strong in 2014. The Company booked total gross sales of Rp 14,460 billion, driven by SSSG of 10.7% as well as the additional volume delivered by new store openings. Earnings growth increased strongly, growing 23.4% yoy to Rp 1,419 billion, and we saw further gross margin improvements.

Tindakan dan perbaikan yang efisien dalam marjin barang dagangan sebagian berhasil mengimbangi tekanan biaya, berkontribusi untuk peningkatan substansial dalam EBITDA menjadi 16,7%. Ini sama dengan rekor terkuat sebelumnya, yang tercapai pada tahun 2012, sebelum berlangsungnya periode kenaikan harga dan tarif yang berulang. Fakta bahwa kami telah melakukan perkembangan dalam lingkungan operasional yang sulit ini menunjukkan adanya peluang untuk lebih berkembang setelah kondisi membaik.

Efficiency measures and improvements in merchandise margins partially offset the cost pressures, contributing to a substantial improvement in EBITDA to 16.7%. This equaled our strongest ever level, which was achieved in 2012, prior to the recent round of cost increases and tariff hikes. The fact that we have made such progress in a tough operating environment signals considerable scope for further gains once conditions ease.

Kami menambah delapan gerai baru dalam portofolio kami di tahun 2014. Kami melihat tetap tingginya kepercayaan konsumen sesudah pemilihan umum, dan karenanya mengantisipasi lebih banyak pembukaan gerai baru pada 2015.Sepanjang tahun, kami juga melakukan ekspansi di beberapa lokasi. Jika dijumlahkan dengan dengan gerai-gerai baru, hal ini menaikkan keseluruhan ruang penjualan Matahari sebesar 5,7% dan menciptakan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan total penjualan.

We added eight new stores to our portfolio in 2014. We have seen an uptick in confidence following the election, and therefore anticipate more new store openings in 2015. During the year we also expanded several existing locations. Together with the new stores, this has increased Matahari's total sales space by 5.7% and made a significant contribution to total sales growth.

Pada tahun 2014, kami membuka satu gerai di St Moritz mall yang prestisius di Jakarta Barat. Gerai ini menyatukan beberapa perkembangan desain baru dan menarik, yang mengkombinasikan desain yang atraktif dan tampilan barang dagangan yang inspirasional untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih terfokus pada pelanggan dan dinamis. Kami juga akan menerapkan elemen yang telah berhasil dari konsep baru pada gerai-gerai lain sebagai bagian dari program perbaikan gerai berkesinambungan kami. Dalam mendorong produktivitas gerai, Matahari unggul dalam pengetahuan kami yang mendalam tentang preferensi dan kecenderungan belanja konsumen, yang memungkinkan kami untuk menyesuaikan kombinasi barang dagangan dengan cepat dan tepat, pada tingkatan gerai individual. Hal ini berarti setiap kali pelanggan mengunjungi gerai Matahari di daerah mereka, mereka akan menemukan beragam produk yang ditampilkan secara menarik dan disesuaikan dengan selera dan preferensi mereka.

In 2014 we opened a store in the prestigious new St Moritz mall in West Jakarta. This store incorporates a number of new and exciting design developments, combining leading edge design and inspired visual merchandising to create a more customer-centered, dynamic shopping experience. We will be rolling out successful elements of the new concept to other stores as part of our ongoing store refurbishment program. In driving store productivity, Matahari wins on our in-depth intelligence on customer preferences and shopping trends, which allows us to tailor the mix of merchandise quickly and precisely, right down to the individual store level. This means that when our customers visit their local Matahari store, they will always find an assortment of products, compellingly displayed, that is finely tuned to their own tastes and preferences.

Merek eksklusif kami terus diterima dengan baik oleh konsumen Indonesia. Dengan menawarkan model, kualitas dan nilai yang tinggi dengan harga yang terjangkau, merek-merek kami yang telah memperoleh banyak penghargaan, terus bertumbuh kuat di seluruh nusantara Indonesia, mengalahkan merek-merek ternama lain dan menunjukkan peluang yang menarik untuk produk fesyen dengan harga terjangkau dalam sasaran pasar kami.

Our exclusive brands continue to resonate with the Indonesian consumer. Offering unparalleled style, quality and value at their respective price points, our award-winning owned brands went from strength to strength across the archipelago, in several cases outperforming major labels and confirming the huge appetite for affordable fashion in our target market.

Untuk meringankan tekanan kenaikan biaya di tahun 2014, kami melakukan berbagai program efisiensi internal dan inisiatif pengurangan biaya seperti menggunakan penerangan LED yang hemat energi di dalam gerai-gerai sehjingga menurunkan konsumsi listrik tanpa mengurangi kenyamanan gerai. Kami telah melihat manfaatnya dan akan terus melakukan inisiatif ini di tahun 2015.

To mitigate the impact of rising cost pressures in 2014, we pushed through a number of internal efficiency programs and cost reduction initiatives, such as introducing energy-efficient LED lighting in stores, which reduces electricity consumption without compromising store ambience. We are already seeing benefits and will continue on rolling out this initiative in 2015.

Salah satu kunci keberhasilan dalam memberikan pengalaman berbelanja yang luar biasa adalah dengan menunjukkan betapa berharganya konsumen-konsumen kami. Sangatlah penting untuk bertindak responsif atas keluhan konsumen, dan karenanya, kami mengembangkan *call center* pelanggan "Halo Matahari" pada tahun 2014 dan juga memperkuat kehadiran layanan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas karyawan di konter layanan pelanggan. Kami sangat bangga dengan upaya yang dilakukan oleh seluruh tim Matahari dalam hal ini, dan karenanya merupakan kepuasan khusus melihat Perseroan memenangkan beberapa penghargaan prestisius untuk pelayanan pelanggan terbaik pada tahun 2014.

One of the keys to delivering a great retail experience is showing our customers that they are valued. Being responsive to their concerns is crucial, and for this reason we expanded the Halo Matahari customer call center in 2014 and also leveraged our customer service presence through improving staffing at the store level on our customer service counters. We are very proud of the efforts made by the entire Matahari team in this regard, and it was therefore a particular pleasure to see the Company win several prestigious awards for excellence in customer service in 2014.

Kami juga terus mendorong keterlibatan konsumen dengan memperkokoh jajaran pemasaran daring melalui berbagai jalur interaktif seperti Facebook dan Twitter, yang berkembang sangat pesat dalam segmen sasaran kami seiring dengan penetrasi internet di Indonesia yang makin dalam dan semakin terjangkau.

We have also continued to drive customer engagement through strengthening our online marketing presence across various interactive channels such as Facebook and Twitter, which are growing in importance among our target segment as internet penetration in Indonesia deepens and becomes more affordable.

Membangun Budaya Kemitraan dan Saling Mempercayai

Transparansi dan akuntabilitas sangat penting untuk mempertahankan kemitraan terpercaya dalam jangka panjang di mana usaha kami dibangun di atasnya — dengan para investor, karyawan, pelanggan dan mitra bisnis kami. Karena itu, kami menempatkan kerangka tata kelola Perseroan yang kami yakini merupakan salah satu kerangka terkuat dalam industri kami. Berdasarkan praktek terbaik dalam skala global, kerangka tata kelola Perseroan dirancang untuk menjamin para pemangku kepentingan kami terlindungi.

Building a Culture of Partnership and Trust

Transparency and accountability are essential to sustaining the long-term, trusted partnerships on which our operation is built – with our investors, employees, customers and business partners. We have therefore put in place a corporate governance framework that we believe is one of the strongest in the industry. Based on global best practice, it is designed to ensure that the interests of all our stakeholders are protected.

Salah satu instrumen penting dalam portofolio tata kelola kami adalah Suara Matahari, sistem whistleblowing kami. Sistem ini dikelola oleh pihak ketiga dengan reputasi yang tinggi untuk menjamin anonimitas penuh bagi para pelapor. Hal ini menunjukkan komitmen Perseroan untuk melindungi karyawan dan menjamin standar tata kelola yang tinggi.

One of the most important tools in our governance portfolio is Suara Matahari, our whistleblowing system. The fact that this is run by a highly reputable third party, ensuring complete anonymity for whistleblowers, is an indication of the Company's commitment to protecting the workforce and ensuring a high standard of governance.

Kami memperhatikan aspek tanggung jawab sosial Perseroan kepada masyarakat dengan sangat serius, memberikan kontribusi terhadap perkembangan sosial dan kesehatan serta program bantuan di seluruh negeri setiap tahunnya. Kami juga meyakini bahwa usaha kami memberikan pengaruh positif yang bertahan lama bagi komunitas sosial dan ekonomi dengan memperluas pasar tenaga kerja dan menstimulasi perekonomian lokal. Selain itu, karena mayoritas produk kami berasal dari sumber lokal, kami berkontribusi pertumbuhan sektor usaha kecil menengah Indonesia, yang merupakan sumber utama penciptaan lapangan kerja di negeri ini.

We take our corporate responsibility to society very seriously, contributing to social and health development and relief programs across the country every year. We also believe that our operations create a positive and lasting social and economic impact on the communities where we do business, by expanding the job market and stimulating local economies. Moreover, as the majority of our products are sourced locally, we contribute to driving growth in Indonesia's SME sector, which is a key source of employment in the country.

Menempatkan Diri untuk Bertumbuh

Kami mempunyai alasan yang baik untuk merasa optimis terhadap prospek Perseroan tahun ini. Pertama, kami berharap dampak kenaikan biaya yang signifikan di tahun 2013 dan 2014 akan membaik dalam beberapa bulan mendatang. Dengan berkurangnya tekanan tersebut, kami akan terus fokus pada pencapaian kinerja operasional yang luar biasa dengan cara mendorong perbaikan di semua lini usaha.

Kedua, posisi pasar kami yang sangat sangat menguntungkan. Matahari melayani segmen dengan pertumbuhan tercepat dalam perekonomian terbesar di Asia Tenggara. Segmen berpendapatan menengah juga memiliki pertumbuhan tercepat dalam hal pendapatan yang dapat dibelanjakan dan telah memperlihatkan kemampuannya dalam menghadapi gejolak makroekonomi. Pada saat yang bersamaan, lanskap ritel juga mengalami pergeseran fundamental menuju gerai ritel modern, dan terdapat potensi pertumbuhan yang sangat besar, terutama di sektor *department store* yang masih belum terpenetrasi sepenuhnya.

Kami berharap terwujudnya pertumbuhan penjualan yang kuat dengan ekspansi gerai yang agresif. Kami jmemiliki prospek jaringan gerai yang kuat dan kami juga telah melihat adanya potensi lokasi baru untuk pengembangan ritel dimana Matahari dengan ekuitas merek dan segmen target konsumen yang unik, merupakan tenant pilihan para developer. Dengan meningkatnya aktivitas pembangun properti sejak pemilihan presiden selesai, kami berharap dapat membuka 12 hingga 14 gerai baru pada tahun 2015.

Selain peningkatan penjualan yang didorong oleh pertumbuhan gerai, kami meyakini bahwa terdapat peluang sangat besar untuk meningkatkan produktivitas gerai yang sudah ada melalui program-program untuk mengembangkan barang dagangan kami, terutama merek-merek eksklusif kami, untuk menjamin barang dagangan kami dapat terus memenuhi kebutuhan gaya hidup yang terus berubah dan pertumbuhan kesejahteraan pelanggan kami.

Positioned for Growth

We have good reason to be upbeat about the Company's prospects this year. Firstly, we expect the impact of the substantial cost increases in 2013 and 2014 to ameliorate over the coming months. As these pressures ease, we will continue to focus on operational excellence by driving improvements across the business.

Secondly, our market positioning is highly favorable. Matahari caters to the fastest growing segment in Southeast Asia's largest economy. This middle income segment is also seeing the fastest growth in disposable income and has shown resilience in weathering the volatile macro environment. At the same time, the retail landscape is experiencing a fundamental shift towards modern retail outlets, and there is vast potential for growth, particularly in the under-penetrated department store sector.

We expect to see robust sales growth on the back of aggressive store expansion. We have a strong store pipeline and we are also seeing potential new sites becoming available in new retail developments, where Matahari, with its unique brand equity and target consumer segment, is typically a preferred tenant. Given the rise in developer activity since the presidential election, we expect to open 12 to 14 new stores in 2015.

On top of the sales increases driven by store growth, we believe that there will be tremendous opportunities to increase our existing store productivity through the continued development of our merchandise programs, particularly in our exclusive brands, to ensure that our merchandise meets the ever-changing lifestyle needs and growing affluence of our customers.

Penutup

Pada tahun 2014 Sigit Prasetya mengundurkan diri sebagai Direktur namun tetap menjadi bagian dari Perseroan sebagai anggota Dewan Komisaris. Kami menyambut kehadiran Andy N. Purwohardono sebagai penggantinya. Joo Suk Kim juga mengundurkan diri dari Dewan Direksi pada tahun 2014.

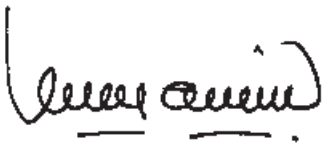
Dewan Direksi mengucapkan terimakasih kepada Dewan Komisaris atas panduan dan kepemimpinannya sepanjang tahun, dan juga kepada Tim Manajemen atas komitmennya menjalankan strategi kami. Terimakasih juga kami ucapkan kepada semua karyawan, pemasok, mitra usaha dan pelanggan yang kesetiaan dan dukungannya telah memberikan kontribusi yang sangat besar dalam memperkokoh posisi Matahari sebagai *department store* terdepan di Indonesia pada tahun 2014. Kami berharap dapat terus membawa momentum ini ke tahun-tahun yang akan datang.

In Closing

In 2014 Sigit Prasetya stood down as a Director but remains with the Company as a member of the Board of Commissioners. We welcomed Andy N. Purwohardono in his place. Joo Suk Kim also resigned from the Board in 2014.

The Board would like to thank the Board of Commissioners for their guidance and leadership throughout the year, as well as the Board of Management for their commitment in carrying out our strategy. Thanks are also due to all our employees, suppliers, business partners and customers, whose ongoing loyalty and support has contributed so much to consolidating Matahari's position as Indonesia's leading department store in 2014. We look forward to carrying this momentum into the years ahead.

Atas nama Direksi
On Behalf of the Board of Directors



Bunjamin J. Mailool
Presiden Direktur | President Director

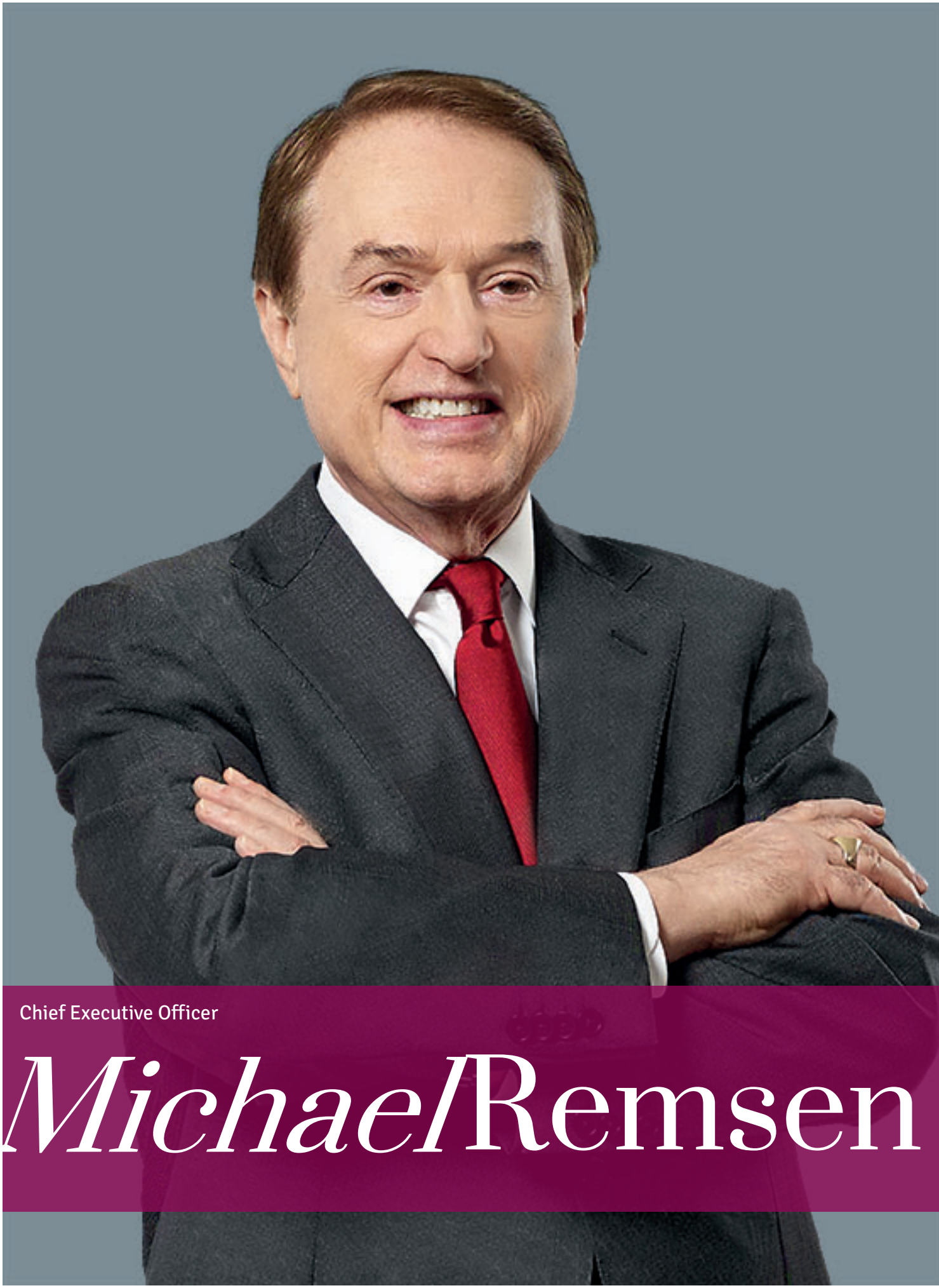
Bunjamin J. Mailool 1
Presiden Direktur
President Director

Michael Remsen 2
Wakil Presiden Direktur
Vice President Director

Wai Hoong Fock 3
Direktur
Director

Andy N. Purwohardono 4
Direktur
Director

Andre Rumantir 5
Direktur
Director



Chief Executive Officer

Michael Remsen

Laporan Tim Manajemen
Report from the Board of Management

Matahari mencapai seluruh target tahunannya, meningkatkan total penjualan kotor menjadi Rp 14.460 miliar dimana baik per unit volume dan harga meningkat, dan mencatatkan kenaikan substansial dalam EBITDA menjadi Rp 2.411 miliar. Pada tingkat 10,7%, SSSG memenuhi ekspektasi Manajemen dan tumbuh lebih tinggi daripada keseluruhan industri.

Matahari delivered on all its full year targets, growing total gross sales to Rp 14,460 billion on the back of unit volume increases and pricing, and registering a substantial gain in EBITDA to Rp 2,411 bn. At 10.7%, SSSG met Management's expectations and continues to outpace the industry.

Tinjauan Sekilas
Matahari terus melihat keunggulan penjualan dan pertumbuhan pendapatannya, yang didukung oleh model bisnis yang sehat dan posisi Perseroan yang menguntungkan dalam pasar. Keseluruhan pangsa pasar meningkat menjadi 37,4% pada tahun 2014 dan kami yakin bahwa kemajuan lebih lanjut akan diperoleh pada tahun 2014, dan menegaskan Matahari sebagai *department store* terkemuka Indonesia.

Overview
Matahari continues to see strength in sales and earnings growth, underpinned by a robust business model and favorable positioning in the market. Overall market share increased to 37.4% in 2014 and we believe that further gains were made in 2014, confirming Matahari as Indonesia's leading department store.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia melambat menjadi sedikit di atas 5% pada tahun 2014. Akan tetapi meskipun dengan tantangan-tantangan yang terjadi termasuk kenaikan upah minimum, penghapusan subsidi bahan bakar minyak dan listrik serta tidak aktifnya sektor properti selama periode pemilihan presiden berlangsung, kami tidak melihat adanya dampak material terhadap usaha kami mengingat sektor ritel terus bertumbuh dan tingkat kepercayaan konsumen tetap berada di tingkat yang tinggi hampir sepanjang tahun.

Optimisme baru ini diharapkan terbawa ke tahun 2015 bersamaan dengan hadirnya pemerintahan baru yang siap melaksanakan agenda reformasi ekonomi. Didorong terutama oleh konsumsi domestik, perekonomian Indonesia relatif terlindungi dari tekanan makroekonomi global, dan sebagai importer minyak neto, Indonesia memperoleh keuntungan dari kecenderungan turunnya harga minyak dunia. Tren demografi memperlihatkan prospek sangat positif untuk pertumbuhan sektor ritel mengingat kelas menengah muda perkotaan di Indonesia yang cepat bertumbuh — sudah mencapai 125 juta pada tahun 2012 – terus meningkat. Dengan kombinasi antara tren demografi dengan terjadinya pergeseran pola ritel tradisional ke pola ritel modern serta adanya kenaikan pendapatan yang dapat dibelanjakan, Indonesia menghadirkan kesempatan luar biasa bagi pertumbuhan segmen *department store*.

Implementasi Strategi

Matahari mencapai seluruh target tahunannya, meningkatkan total penjualan kotor menjadi Rp 14.460 miliar yang didukung oleh naiknya volume unit dan harga, dan mencatatkan kenaikan substansial dalam EBITDA menjadi Rp 2.411 miliar. SSSG tercatat sebesar 10,7%, dimana hal ini memenuhi ekspektasi Manajemen dan tumbuh lebih tinggi daripada keseluruhan industri.

Pembukaan delapan gerai baru membuat total portofolio Matahari menjadi 131 gerai sampai akhir tahun 2014, meningkatkan total luas ruang mecapai 853.679 meter persegi dari sebelumnya 807.663 meter persegi pada tahun 2013 dan dengan demikian mewujudkan keberadaannya di 62 kota di seluruh pulau besar di Indonesia. Matahari memiliki jaringan gerai yang kuat dan kami berharap untuk mempercepat pembukaan gerai pada tahun 2015 mengingat pertumbuhan pembangunan pusat perbelanjaan yang pesat. Beberapa lokasi baru akan berada pada wilayah yang bertumbuh dengan pesat dan masih belum terlayani dengan baik dimana kami berharap dapat membuat terobosan untuk berekspansi ke segmen kelas berpendapatan menengah.

Indonesia's economic growth rate slowed to just over 5% in 2014, but despite challenges that included further minimum wage increases, the withdrawal of fuel and electricity subsidies and inactivity in the property sector as the presidential election approached, we saw no material impact on our business as the retail sector continued to grow steadily and consumer confidence levels remained high throughout most of the year.

This renewed optimism is expected to carry over into 2015 as the new government embarks upon its economic reform agenda. Driven principally by domestic consumption, Indonesia's economy is relatively protected from global macroeconomic headwinds, and as a net importer of oil, the country stands to benefit from the downward trend in oil prices. The demographic trends suggest a very positive outlook for retail sector growth, as Indonesia's young, rapidly growing population urbanizes and the middle class—already numbering 125 million in 2012—expands. Allying these trends with the growing shift from traditional to modern retailing and a steady increase in discretionary spending, Indonesia presents outstanding opportunities for growth in the department store segment.

Strategy Implementation

Matahari delivered on all its full year targets, growing total gross sales to Rp 14,460 billion on the back of unit volume increases and pricing, and registering a substantial gain in EBITDA to Rp 2,411 billion. At 10.7%, SSSG met Management's expectations and continues to outpace the industry.

Eight new store openings brought Matahari's total portfolio to 131 outlets by the end of 2014, increasing total gross space area to 853,679 sqm from 807,663 sqm in 2013 and establishing a presence in 62 cities across all the major islands of the archipelago. Matahari has a strong store pipeline and we expect to accelerate store rollout in 2015 as the pace of mall development picks up. Several of the new locations will be in rapidly growing yet underserved areas where we can expect to make strong inroads into the expanding middle income segment.

Performa luar jasa yang ditunjukkan oleh merek-merek eksklusif kami sepanjang tahun lalu memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperbaiki marjin secara keseluruhan. Merek-merek eksklusif Matahari terus mencetak skor tinggi dalam hal nilai jual, tren mode dan mudah dikenali, sehingga tidak hanya memiliki konsumen yang setia namun juga memperoleh penghargaan merek terkemuka di seluruh kategori konsumen yang berbeda. Ekuitas merek yang kuat dipengaruhi oleh kontrol kualitas yang fokus dan berkesinambungan, desain dan tren mode yang terus muncul untuk menjamin barang dagangan kami tetap dapat memenuhi kebutuhan konsumen kami yang semakin beragam.

Outstanding performance in our exclusive brands during the year made a significant contribution to improving overall margins. Matahari's exclusive brands continue to score high on value, fashionability and recognizability, earning not only a loyal customer following but several top brand awards across different customer categories. This strong brand equity is leveraged by a relentless focus on quality control, design and emerging trends to ensure that our merchandise continues to meet the increasingly diverse needs of our customers.

Matahari terus melakukan peningkatan operasional yang ditujukan untuk memperkuat efisiensi dan profitabilitas. Sebagai hasilnya, produktivitas tenaga kerja dan tingkat pelayanan konsumen meningkat sepanjang tahun, sementara operasional kami semakin efisien dalam pemakaian energi dengan penggunaan penerangan LED di dalam gerai. Sebanyak 30 gerai melakukan penggantian penerangan pada tahun 2014 dan penggantian untuk sekitar 30 gerai berikutnya telah direncanakan untuk tahun 2015. Penambahan sistem pengangkutan dilakukan pada Pusat Distribusi untuk meningkatkan efisiensi dan kami melakukan investasi lebih lanjut untuk melakukan modernisasi infrastruktur IT kami. Kami juga terus menyederhanakan dan mempersingkat proses di gerai-gerai kami untuk mendukung baik staf gerai maupun konsumen .

Matahari continued to roll out operational improvements designed to strengthen efficiency and profitability. As a result, labor productivity and customer service levels increased during the year, while our operation is becoming more energy efficient with the introduction of in-store LED lighting. A total of 30 stores were re-lamped in 2014 and approximately 30 conversions are scheduled for 2015. Additional conveyor systems were deployed in the Distribution Center to improve efficiency and we invested further in modernizing our IT infrastructure. We have continued to simplify and streamline in-store processes to support both store staff and customers.

Matahari terus meningkatkan penggunaan instrumen pemasaran digital dan *online*, memanfaatkan tren penggunaan perangkat yang *mobile* dan media sosial di Indonesia untuk meningkatkan interaksi dan terus terlibat dengan pelanggan dari berbagai segmen secara lebih efektif dan berarti. Kami juga telah mulai melakukan strategi pemasaran langsung kepada konsumen Matahari Club Card (MCC).

Matahari has continued to leverage the use of digital and online marketing tools, capitalizing on the enthusiastic uptake of mobile devices and social media in Indonesia to increase our touchpoints and engage different customer segments more effectively and meaningfully. We have also begun to place more emphasis on direct marketing to our Matahari Club Card (MCC) customers.

Setelah tahun 2013 yang kuat, kami kembali melihat pertumbuhan yang tinggi pada basis keanggotaan MCC di mana sampai akhir tahun tercatat kurang lebih 2.9 juta anggota yang aktif. Sebagai kartu loyalitas terbesar di Indonesia, kami berhasil menjalin tambahan kemitraan dengan pemasok jasa lokal untuk memperluas jangkauan insentif yang lebih kokoh dan sebagai penghargaan terhadap anggota kami yang kemudian akan meningkatkan proposisi nilai keanggotaan. Kami juga terus menambah sumber daya untuk untuk mempelajari basis data MCC untuk memberikan pengertian lebih mengenai kebutuhan, perilaku dan ekspektasi konsumen kami sehingga kami dapat terus menyesuaikan dengan keinginan konsumen dan memperkaya pengalaman konsumen.

After a strong year in 2013, we again saw vigorous growth in our MCC membership base, ending the year with approximately 2.9 million active members. As the largest loyalty card in Indonesia by some margin, we have been able to forge additional partnerships with local service providers to broaden the range of powerful incentives and rewards for our card members, which further enhances the value proposition of membership. We have also continued to put more resources into leveraging learnings from our MCC database to provide more insight into our customers' needs, behaviors and expectations so that we can continue to tailor and enhance the customer experience.

Dengan menempatkan konsumen pada inti strategi kami dan secara konsisten memberikan nilai yang memuaskan, Matahari terus mempertahankan posisinya sebagai *department store* pilihan Indonesia. Diperkuat dengan model bisnis berisiko rendah dan pengalaman selama puluhan tahun melayani konsumen Indonesia, Matahari menawarkan pengalaman ritel yang berbeda yang membedakan kami dari para pesaing dan memposisikan Perseroan secara kokoh untuk tumbuh berkesinambungan.

By placing customers at the heart of our strategy and consistently delivering outstanding value, Matahari has maintained its position as Indonesia's preferred department store. Powered by a low-risk business model and decades of experience of serving Indonesian consumers, Matahari offers a well-differentiated retail experience that sets us apart from our competitors and positions the Company strongly for sustained growth.

Atas nama Tim Manajemen
On Behalf of the Board of Management

Michael Remsen
Chief Executive Officer

1 **Michael Remsen**
Chief Executive Officer

2 **Christian Kurnia**
Director - Merchandising & Marketing

3 **Martinus Laihad**
Director - Procurement, Systems & Procedures

4 **Sunny Setiawan**
Director - Store Operations

5 **Richard Gibson**
Chief Financial Officer

6 **Miranti Hadisusilo**
Director - Legal & Corporate Secretary

7 **Keith Jones**
DC & Logistic Operations

8 **Andre Rumantir**
Director - Human Resources

9 **Irwin Abuthan**
Director - Store Planning & Development

10 **Bob E. Baublits**
Consignment Merchandise Operations

TINJAUAN BISNIS

Business Overview

Tinjauan *Industri*

INDUSTRY OVERVIEW

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami perkembangan perekonomian yang cukup kuat, dan meskipun tingkat pertumbuhan sedikit menurun pada tahun 2014, namun tetap tercatat di atas 5%. Populasi Indonesia, yang merupakan keempat terbesar di dunia juga tumbuh dengan pesat. Indonesia diprediksikan menjadi perekonomian dengan pertumbuhan ketiga tercepat di dunia—diukur dari pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) antara 2011 sampai 2016 (Euromonitor).

Indonesia has experienced strong economic expansion in recent years, and despite the growth rate slowing slightly in 2014, it remained above 5%. The country's population, the world's fourth largest, is also growing fast, and Indonesia is projected to have the third fastest growing economy, in terms of Growth Domestic Product (GDP) growth, between 2011 and 2016 (Euromonitor)

TINJAUAN INDUSTRI RITEL DI INDONESIA

Perekonomian yang meningkat ini mendorong kenaikan daya beli konsumen, terutama yang berada dalam kelas menengah yang berkembang dengan pesat. Data Badan Pusat Statistik mengindikasikan bahwa pada tahun 2010, sekitar 124,5 juta konsumen atau 52,4% dari total penduduk Indonesia memiliki belanja per kapita per bulan antara Rp 0,7 juta dan Rp4,5 juta. Tim Manajemen telah mengidentifikasi segmen konsumen ini sebagai penduduk berpendapatan menengah Indonesia.

Dalam tahun 2014, penjualan ritel modern mencapai 16% total penjualan ritel di Indonesia. Angka ini lebih rendah dibandingkan di Filipina, Malaysia, Thailand dan Singapura. Luas ritel di Indonesia juga masih tergolong rendah penetrasinya, dengan hanya 11.000 meter persegi per satu juta penduduk di tahun 2013 dibandingkan dengan rata-rata 20.000 meter per segi per satu juta penduduk di Thailand dan 48.000 meter per segi per satu juta penduduk di Singapura.

Nilai penjualan ritel berdasarkan gerai di Indonesia meningkat dari Rp990 triliun pada tahun 2009 menjadi Rp1.767,9 triliun pada tahun 2014 dimana hal ini mengindikasikan tingkat pertumbuhan majemuk tahunan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 12,3% (Euromonitor). Menurut proyeksi Euromonitor, nilai penjualan ritel

OVERVIEW OF THE RETAIL INDUSTRY IN INDONESIA

The improving economy is driving an increase in consumer spending power, particularly among the rapidly expanding middle class. Central Bureau of Statistics data indicate that in 2010 some 124.5 million consumers, or 52.4% of Indonesia's total population, had a monthly expenditure per capita of between Rp0.7 million and Rp4.5 million. The Management has identified this consumer segment as Indonesia's middle-income population.

In 2014, modern retail sales as a percentage of total retail sales in Indonesia was 16%. This is lower than in Philippines, Malaysia, Thailand and Singapore. In terms of retail space, Indonesia is also relatively under penetrated, with only 11,000 square meters per million people in 2013 compared to 20,000 sqm per million people on Thailand and 48,000 sqm per million people in Singapore.

Store-based retail sales value in Indonesia increased from Rp990 trillion in 2009 to Rp1,767.9 trillion in 2014, representing a Compound Annual Growth Rate (CAGR) of 12.3% (Euromonitor). According to Euromonitor projections, store-based retailing will grow from Rp1,767.9 trillion in 2014 to Rp2,064.1 trillion in 2019, representing a CAGR of 3.1%. Indonesia's

Indonesia's economic growth has remained above 5% for the last 5 years, and is projected to maintain this rate over the next 5 years, driving an increase in spending on discretionary items, particularly non-grocery items such as apparel and footwear, electronics and appliances, homeware and garden products.

berdasarkan gerai/*store-based retailing* akan tumbuh dari Rp1.767,9 triliun di tahun 2014 menjadi Rp2.064,1 triliun pada tahun 2019, merepresentasikan CAGR sebesar 3,1%. Sektor ritel Indonesia sangat terfragmentasi: 10 besar peritel di Indonesia hanya berkontribusi kurang dari 10% dalam total penjualan ritel berdasarkan gerai. Pada tahun 2014, menurut Euromonitor, Matahari adalah satu-satunya peritel *non-grocery* yang masuk dalam lima besar peritel berdasarkan gerai di Indonesia menurut nilai penjualan ritelnya.

TINJAUAN SEGMEN PASAR *DEPARTMENT STORE* INDONESIA

Dengan 98,8% total penjualan ritel campuran/*mixed retail* di tahun 2014, *department store* mendominasi segmen ritel campuran di Indonesia (Euromonitor). Format ini diperkirakan memperlihatkan pertumbuhan tertinggi di pasar *non-grocery* dengan CAGR mencapai 11,9% antara tahun 2009 dan 2014 (Euromonitor). Ekspansi di sektor ini didorong oleh pertumbuhan ekonomi Indonesia yang kuat, populasi penduduk muda yang terus bertambah, urbanisasi yang terus berlanjut, pergerseran pola konsumsi sesuai dengan meningkatnya pendapatan yang dapat dibelanjakan dan perpindahan dari pasar tradisional ke modern.

retail sector is highly fragmented: the country's top 10 retailers account for less than 10% of store-based retail sales. In 2014, according to Euromonitor, Matahari was the only non-grocery retailer among the top five store-based retailers in the country based on retail sales value.

OVERVIEW OF THE INDONESIAN DEPARTMENT STORE SEGMENT

With 98.8% of total mixed retail sales in 2014, department stores dominate Indonesia's mixed retail segment (Euromonitor). This format is thought to be showing the fastest growth in the non-grocery segment, with a CAGR of 11.9% between 2009 and 2014 (Euromonitor). The expansion in this sector is being driven by the country's strong economic growth, a young and growing population, continued urbanisation, shifts in consumption patterns associated with the growth in disposable income and the move from traditional market to modern.

Data Euromonitor mengindikasikan bahwa pasar baju dan sepatu di Indonesia merupakan yang terbesar di regional dengan nilai sebesar USD 9 miliar pada tahun 2014. Euromonitor meramalkan bahwa pasar ini akan tumbuh dengan CAGR mencapai 9,3% antara tahun 2014 dan 2019, didorong oleh kenaikan pendapatan yang dibelanjakan dan peningkatan konsumsi baju dan sepatu berdasarkan pengamatan. Segmen *department store* diharapkan menyumbang kenaikan persentase penjualan pakaian dari 33,3% pada tahun 2014 menjadi 45,5% pada tahun 2019.

Matahari berhasil mempertahankan posisinya yang unggul dalam segmen *department store* di Indonesia, dengan pangsa pasar yang tumbuh menjadi 37,4% di tahun 2014 berdasarkan nilai penjualan ritel (Euromonitor). Antara 2008 dan 2014, pangsa pasar kolektif dari lima besar *department store* ritel meningkat dari 55,2% menjadi 71,4% dari segmen *department store*, berdasarkan nilai penjualan ritel.

Persaingan Pasar

Matahari merupakan merek yang memimpin segmen *department store* di Indonesia, berdasarkan nilai ritel. Pangsa pasar *department store* modern Matahari tumbuh dari 25,9% pada tahun 2008 menjadi 37,4% pada tahun 2014, menurut Euromonitor—mengindikasikan pertumbuhan yang konsisten sebesar hampir 2% per tahun.

Meskipun terdapat sejumlah pelaku aktif di segmen *department store* di Indonesia, saat ini segmen *department store* didominasi oleh Matahari dan satu kompetitor lainnya. Meskipun begitu, Manajemen meyakini bahwa setiap operator *department store* yang termasuk tiga besar tersebut memiliki target konsumen yang berbeda. Matahari menargetkan segmen konsumen berpendapatan menengah, dua pesaingnya masing-masing memilih sasaran konsumen berpendapatan rendah dan konsumen perkotaan dengan tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi. Pada tahun 2013, masing-masing peritel *department store* lainnya masing-masing memiliki pangsa pasar kurang dari 5% menurut nilai penjualan ritelnya (Euromonitor).

Matahari merupakan satu dari dua peritel *department store* yang beroperasi pada skala nasional, dengan gerai yang berada di pulau Jawa maupun pulau-pulau lain Sumatera, Sulawesi, Bali, Kalimantan dan Papua.

Euromonitor data indicate that Indonesia's apparel and footwear market is the largest in the region, valued at USD 9 billion in 2014. Euromonitor forecasts that this market will grow at a CAGR of 9.3% between 2014 and 2019, driven by rising discretionary incomes and an observed increase in spending on clothing and footwear. The department store segment is expected to account for an increasing percentage of total apparel sales, from 33.3% in 2014 to 45.5% in 2019.

Matahari has maintained its leading position in the department store segment in Indonesia, with its share growing to 37.4% in 2014 based on retail sales (Euromonitor). Between 2008 and 2014, the collective market share of the top five department store retailers increased from 55.2% to 71.4% of the department store segment, based on retail value sales.

Competition

Matahari is the leading brand in the Indonesian department store segment by retail value. Matahari's modern department store market share has grown from 25.9% in 2008 to 37.4% in 2014, according to Euromonitor, a consistent growth of almost 2% a year.

Although there are a number of active players in Indonesia's department store segment, it is currently dominated by Matahari and one other major competitor. However, Management believe that each of the top three department store operators target different customer segments. While Matahari focuses on the middle-income consumer segment, the other two competitors target low income consumers and affluent urban customers, respectively. In 2013 the remaining department store retailers, according to Euromonitor, each had a market share of less than 5% by retail value sales.

Matahari is one of only two department store retailers operating on a national scale, with stores in major cities on Java as well as on the islands of Sumatera, Sulawesi, Bali, Kalimantan and Papua.

TREN RITEL INDONESIA YANG MEMBERIKAN DAMPAK PADA SEGMEN *DEPARTMENT STORE*

Pertumbuhan belanja konsumen yang kuat dan berkelanjutan

Pertumbuhan ekonomi tahunan Indonesia tetap berada di atas 5% dalam 5 tahun terakhir. Meskipun pertumbuhan sedikit turun pada tahun 2014, Indonesia diperkirakan tetap dapat mempertahankan tingkat pertumbuhan ini dalam lima tahun mendatang. Pada gilirannya, hal ini akan mendorong kenaikan pendapatan yang dapat dibelanjakan serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan populasi penduduk yang relatif muda dan terus bertambah (umur rata-rata 29 tahun), diperkirakan akan terjadi kenaikan belanja barang-barang di luar pangan seperti baju dan sepatu, elektronik, barang rumah tangga dan peralatan berkebun.

Percepatan ekspansi infrastruktur ritel moden di kota-kota menengah yang tumbuh pesat

Indonesia mengalami urbanisasi yang pesat, dan kota-kota skala menengah diperkirakan akan tumbuh melampau Jakarta dalam hal tingkat pertumbuhan penduduk dan Produk Domestik Bruto (PDB). Tren ini mendorong peningkatan permintaan akan pengembangan properti di kota-kota skala menengah. Para pengembang properti terkemuka seperti Sinar Mas, Ciputra dan Lippo Karawaci, memimpin pengembangan pusat-pusat perbelanjaan berkualitas di kota-kota menengah seperti Makassar di Sulawesi, Pekanbaru di Sumatera dan Balikpapan di Kalimantan sebagai reaksi atas peningkatan permintaan dari sektor berpendapatan menengah. *Department stores*, yang biasanya berlokasi di dalam pusat perbelanjaan memperoleh manfaat dari tren ini. Dengan perbaikan infrastruktur yang berlangsung di kota-kota skala menengah di Indonesia, Manajemen memperkirakan akan terjadi pengembangan proyek-proyek properti lebih lanjut dan menyakini bahwa peritel *department store* yang menargetkan segmen konsumen berpendapatan menengah akan mendapatkan keuntungan paling banyak dari ekspansi ini.

Meningkatnya popularitas produk-produk eksklusif

Konsumen berpendapatan menengah bawah di Indonesia terus mencari produk-produk eksklusif dengan harga terjangkau yang terutama dijual di peritel *department store* dan *grocery* terkemuka. Mengetahui hal tersebut, para peritel meluncurkan strategi yang lebih agresif untuk mempromosikan merek-merek eksklusif mereka.

TRENDS IN INDONESIAN RETAIL THAT IMPACT THE DEPARTMENT STORE SEGMENT

Strong and sustainable growth in consumer spending

Indonesia's annual economic growth rate has remained above 5% for the last 5 years. Despite dipping slightly in 2014, the country is expected to maintain this rate of growth over the next 5 years. This in turn will drive an increase in disposable income and consumer confidence. With a relatively young and growing population (median age 29), Indonesia is expected to see an increase in spending on discretionary items, particularly nongrocery items such as apparel and footwear, electronics and appliances, homeware and garden products.

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

Indonesia is urbanizing rapidly, and mid-sized cities are expected to outgrow Jakarta in terms of population and Gross Domestic Product (GDP) growth rates. This trend is driving an increase in demand for large commercial real estate developments in mid-sized cities. The country's leading property developers, including Sinar Mas, Ciputra and Lippo Karawaci, are spearheading the development of high quality shopping malls in mid-sized cities such as Makassar in Sulawesi, Pekanbaru in Sumatera and Balikpapan in Kalimantan in response to growing demand from the middle-income sector. Department stores, which are typically located in shopping malls, are benefiting from this trend. With the ongoing improvement of infrastructure in Indonesia's second-tier cities, Management expects to see further development of large commercial real estate projects in these cities, and believes that department store retailers that target the middle-income consumer segment will gain the most from this expansion.

Increasing popularity of exclusive products

Low to middle-income consumers in Indonesia are increasingly seeking out affordable exclusive products, which are sold primarily by the leading grocery and department store retailers. In response, retailers are deploying more aggressive promotional strategies to push their own exclusive labels.

Meningkatnya persaingan, terutama di antara peritel dengan sasaran konsumen berpendapatan menengah atas di kota-kota besar.

Prospek pertumbuhan dan tren demografi yang positif di Indonesia menarik sejumlah peritel internasional ke Jakarta dan kota-kota besar lainnya, termasuk Lotte *Department Store*, serta beberapa *specialty store retailers* seperti Uniqlo, H&M, Bershka, Stradivarius dan Payless. Dengan peningkatan kesejahteraan di segmen berpendapatan menengah-atas, lebih banyak *department store* internasional akan selalu menargetkan Indonesia, khususnya di kota-kota besar. The Parkson Retail Group juga telah masuk Indonesia melalui akuisisi Centro, sementara Central Retail Corporation telah membuka gerai pertamanya di tahun 2014 di Jakarta Pusat dengan menargetkan segmen menengah-atas. Gerai keduanya dijadwalkan akan dibuka di Jakarta Barat.

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

The favourable growth outlook and positive demographic trends in Indonesia are attracting a growing number of 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. With rising affluence among the middle-to-high income segment, more international department store retailers are expected to target Indonesia, particularly its major urban centres. The Parkson Retail Group has already entered Indonesia through the acquisition of Centro, while the Central Retail Corporation opened its first store in 2014 in Central Jakarta, targeting the middle-to-high end segment. Its second store is scheduled to open in West Jakarta.

PROSPEK

Masih rendahnya penetrasi sektor ritel modern di Indonesia dibandingkan negara lain di Asia Tenggara membuka kesempatan yang sangat signifikan bagi ekspansi berkesinambungan dalam pasar ritel Indonesia. Prediksi yang ada mengindikasikan segmen berpendapatan menengah Indonesia yang saat ini berjumlah sekitar 125 juta orang, akan mengalami ekspansi lebih lanjut dalam beberapa tahun mendatang seiring dengan kenaikan PDB per kapita yang akan terus menarik sejumlah besar porsi segmen berpendapatan rendah yang sekarang ini berjumlah 107 juta orang untuk menjadi kelas menengah. meningkatkan pendapatan yang dapat dibelanjakan dan kepercayaan konsumen pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan yang bisa dibelanjakan oleh konsumen Indonesia untuk barang-barang non primer seperti baju dan sepatu.

Manajemen menyakini bahwa tren urbanisasi, ekspansi kota-kota di seluruh Indonesia yang pesat dan meningkatnya penetrasi format ritel modern memberikan peluang tumbuh yang besar bagi Matahari. Pasar yang tumbuh ini berada di segmen fokus Matahari yakni segmen berpendapatan menengah sehingga membuat Matahari menjadi penyewa besar pilihan bagi pengembang mal di luar Jawa.

Dengan peningkatan kesejahteraan, konsumen Indonesia akan terus mencari produk-produk gaya hidup berkualitas tinggi. Merek-merek eksklusif yang memenuhi aspirasi ini diperkirakan akan semakin popular. Peluang tumbuh yang besar di sektor ritel Indonesia telah menarik operator internasional seperti Parkson Retail Asia serta Lotte *Department Store*, dan hal ini akan semakin menarik sejumlah pendatang baru.

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. Projections indicate that Indonesia's middle income segment, which currently numbers around 125 million people, will undergo further expansion over the next few years as the rise in per capita GDP continues to pull asubstantial portion of lower income sector, now numbering 107 million people, into the middle class. This will generate a growth in disposable incomes and rising consumer confidence, which in turn is expected to drive an increase in discretionary spending by Indonesian consumers, particularly on apparel and footwear.

Management believes that the trend of urbanisation, the rapid expansion of cities across the country and increasing penetration of modern retail formats presents considerable growth opportunities for Matahari. These emerging markets fall squarely within Matahari's target middle income segment, making Matahari the anchor tenant of choice for mall developers outside Java.

As affluence rises, Indonesian consumers will increasingly seek out higher quality, lifestyle-oriented products. Exclusive brands, which address these aspirations, are therefore expected to continue to gain popularity. The substantial growth opportunities in the Indonesian retail sector has already attracted international operators such as Parkson Retail Asia and Lotte Department Store and are expected to draw an increasing number of new entrants.

Tinjauan *Operasional*

OPERATIONAL OVERVIEW

Matahari adalah operator *department store* terbesar di Indonesia berdasarkan nilai penjualan ritel, dengan pangsa pasar mencapai 37,4% dari sektor peritel *department store* pada tahun 2014 (sumber: Euromonitor, Maret 2015). Matahari membuka gerai pertamanya pada Oktober 1958 dan menjadi pelopor *department store* berkonsep modern di Indonesia dengan membuka *department store* pertamanya pada tahun 1972.

Matahari is Indonesia's largest department store operator by retail sales value, with a 37.4% share of the department store retail sector in 2014 (source: Euromonitor, March 2015). Matahari opened its first store in October 1958, and went on to pioneer the modern department store concept in Indonesia, opening its first department store in 1972.

Manajemen meyakini bahwa rekam jejak Perseroan selama lima dekade di sektor ritel Indonesia telah mengukuhkan Matahari sebagai salah satu nama *department store* yang paling dikenal dan terpercaya di Indonesia. Survei pada bulan Desember 2012 oleh MarkPlus Insight memperlihatkan bahwa Matahari adalah *department store* di Indonesia yang paling sering dikunjungi dalam waktu lima tahun sebelum survei diadakan. Survei yang sama juga mengindikasikan bahwa salah satu merek eksklusif Matahari berada pada posisi nomor satu dalam hal kesadaran merek (*brand awareness)*, melampaui merek-merek besar internasional. Program loyalitas konsumen Matahari, Matahari Club Card atau MCC, memiliki lebih dari 2,9 juta anggota aktif pada akhir tahun 2014 dan merupakan salah satu program loyalitas terbesar di Indonesia.

Pada tahun 2013 dan 2014, Perseroan mencatatkan penjualan barang dagangan masing-masing sebesar Rp 12,7 triliun dan Rp 14,4 triliun, sementara SSSG masing-masing mencapai 12,1% dan 10,7%.

Strategi inti Matahari adalah memberikan nilai tambah kepada konsumen dengan menawarkan beragam produk fashion berkualitas tinggi dengan harga terjangkau yang ditampilkan secara menarik dan dinamis dengan format *department store* yang modern, dengan penekanan khusus pada pelayanan pelanggan. Manajemen percaya bahwa saat ini Matahari adalah satu-satunya *department store* besar yang menargetkan segmen konsumen berpendapatan menengah yang tengah berkembang pesat di Indonesia dengan memastikan setiap gerai menawarkan rangkaian produk yang dirancang untuk menarik selera konsumen Indonesia berpendapatan menengah dan keluarganya. Variasi produk Matahari yang beragam terdiri dari barang dagangan yang bersumber baik dari pembelian langsung maupun konsinyasi termasuk pakaian laki-laki, perempuan, dan anak-anak, sepatu, produk rumahtangga, kosmetik dan aksesoris tetapi tidak termasuk makanan dan produk yang mudah basi.

Management believe that the Company's five-decade track record in the Indonesian retail sector has firmly established Matahari as one of the most recognized and trusted department store brands in Indonesia. A December 2012 survey by MarkPlus Insight revealed that Matahari was the most frequently visited department store in Indonesia over the five years preceding the survey. The same survey indicated that one of Matahari's exclusive brands was ranked number one on brand awareness, ahead of major international brands. Matahari's loyalty program, Matahari Club Card or MCC, had over 2.9 million active members as of the end of 2014, making it one of the largest loyalty program in the country.

In 2013 and 2014, the Company booked merchandise sales of Rp 12.7 trillion and Rp 14.4 trillion, respectively, while SSSG reached 12.1% and 10.7%, respectively.

Matahari's core strategy is delivering value to customers by offering a large assortment of high quality, affordable fashion, presented in compelling, dynamic displays in a modern and relevant department store setting, with a strong emphasis on customer service. Management believe that Matahari is currently the only major department store operator to target Indonesia's rapidly expanding middle-income segment by ensuring that each of its stores offers a wide selection of products designed to appeal to the tastes of the typical middle-income Indonesian consumer and their family. Matahari extensive range comprises both directly purchased merchandise and consignment merchandise including men's, women's and children's clothing, shoes, homeware, cosmetics and accessories, but does not include food or any other perishable products.

As at December 31, 2014, Matahari's 131 stores in 62 cities nationwide gave it by far the most extensive department store network in Indonesia, with approximately 853,679 square metres of total store space.

Matahari memperoleh pendapatan dari penjualan barang dagangan di gerai-gerainya. Pendapatan ini pada dasarnya terdiri dari (i) pendapatan bersih dari penjualan vendor konsinyasi (CV) dan (ii) penjualan barang pembelian langsung/*directly purchased* (DP). Porsi CV dalam total penjualan kotor Perseroan menurun dari 68,0% pada tahun 2013 menjadi 66,0% pada tahun 2014, sementara penjualan DP meningkat menjadi 34,0%, mencerminkan semakin besarnya permintaan akan produk-produk DP, dimana mayoritas adalah merek-merek eksklusif Matahari. Barang konsinyasi yang dijual di gerai-gerai Matahari termasuk sejumlah merek premium di Indonesia seperti Polo, Clinique, Revlon, Fladeo, Levi's, Cardinal, Logo dan Executive, yang semuanya mempunyai peran signifikan dalam menarik konsumen mendatangi gerai-gerai.

Pada tahun 2014, 79,5% penjualan DP dihasilkan oleh merek-merek eksklusif Matahari seperti Nevada, Cole, Little M dan Connexion. Nevada berada pada posisi nomor satu di antara 10 besar "merek pakaian modis yang terjangkau" (*fashionable affordable clothing brands*) yang terpopuler di Indonesia (lebih popular daripada merek internasional), menurut survei konsumen mengenai u*naided brand awareness* 2012 oleh MarkPlus Insight, sementara merek-

Matahari derives its revenues from the sale of merchandise in its stores. These revenues essentially consist of (i) net revenue from consignment vendor (CV) sales and (ii) directly purchased (DP) sales. The CV portion of the Company's gross sales decreased from 68.0% in 2013 to 66.0% in 2014, while DP Sales increased to 34.0%, reflecting the growing appetite for DP products, the majority of which are Matahari's exclusive brands. The consignment goods sold in Matahari stores include a number of brands with a premium image in the country, including Polo, Clinique, Revlon, Fladeo, Levi's, Cardinal, Logo and Executive, which have a significant role in drawing customers to the stores.

In 2014, 79.5% of DP sales were generated by Matahari's exclusive brands, which include Nevada, Cole, Little M and Connexion. Nevada is number one among the top ten most popular "fashionable affordable clothing brands" in Indonesia (ahead of international brands), according to a 2012 consumer survey for unaided brand awareness by MarkPlus Insight, while the other brands mentioned were all in the top ten. These exclusive brands are sold only at

merek lain Matahari yang sudah disebutkan sebelumnya juga berada dalam 10 merek terpopuler. Merek-merek eksklusif tersebut dijual hanya pada gerai-gerai Matahari. Oleh karena itu, Manajemen percaya bahwa merek-merek ini merupakan faktor kunci yang membedakan Perseroan dari para pesaingnya dan memperkuat citra department store Matahari secara signifikan sebagai tujuan belanja aspirasional untuk konsumen berpendapatan menengah.

Matahari stores. Management therefore believes that they are one of the key factors that differentiates Company from the competition and considerably strengthen Matahari Department Store's image as an aspirational shopping destination for middle-income consumers.

Kombinasi barang dagangan (termasuk perpaduan antara barang DP dan barang konsinyasi) disesuaikan untuk setiap gerai individual dengan memperhatikan selera dan preferensi lokal di pasar lokal masing-masing gerai serta penetapan harga yang dianggap sesuai untuk pasar yang bersangkutan. Kemampuan Perseroan untuk menyesuaikan ragam produk di setiap gerainya sesuai dengan preferensi konsumen regional dan/atau demografik terletak pada pengetahuan Perseroan yang sangat luas mengenai perilaku konsumen dan akses Perseroan kepada vendor konsinyasi maupun pemasok barang pembelian langsung yang merupakan sumber barang dagangannya. Dengan sekitar 90% barang dagangannya berasal dari sumber-sumber lokal di Indonesia, paparan risiko Matahari yang terkait barang impor — termasuk keterlambatan, pajak impor dan fluktuasi mata uang menjadi terbatas dan Perseroan dapat merespons dengan cepat terjadinya perubahan tren fashion yang dinamis dan perubahan kebutuhan persediaan. Kehadirannya selama lebih dari 56 tahun dalam pasar ritel membuat Matahari mampu membentuk hubungan dekat dan berjangka panjang dengan vendor konsinyasi dan pemasok pembelian langsung dimana hal tersebut memberikan keuntungan signifikan bagi Perseroan melalui pemberian harga yang murah dan perolehan prioritas pengiriman barang lebih cepat dan dalam volume yang dipasok.

The merchandise mix (including the mix between DP goods and consignment goods) is customized to individual stores, taking into account local tastes and preferences in the local target market of the store concerned and the price points considered suitable for that market. The Company's ability to tailor its product offerings on a store-by-store basis according to regional and/or demographic customer preferences rests on its vast insights into customer behaviour as well as its access to a large and diverse base of both consignment vendors and direct purchase suppliers from which it sources merchandise. As approximately 90% of its merchandise is sourced locally in Indonesia, Matahari's exposure to the risks associated with importing goods—including delays, import taxes and currency fluctuations—is limited, and it can respond very quickly to dynamic fashion trends and changing inventory needs. Its presence of more than 56 years in the retail market has enabled Matahari to establish close, long-term relationships with both consignment vendors and direct purchase suppliers, which gives the Company a significant advantage with regard to favourable pricing terms and priority in terms of timing and volume of merchandise supplied.

Kekuatan Matahari sebagai perseroan dan sebagai merek diakui oleh para pengamat industri. Matahari memenangkan penghargaan Carre-CCSL untuk kualitas pelayanan yang luar biasa secara berturut-turut dari tahun 2012 sampai tahun 2014, dan pada tahun 2014, untuk kedua kalinya memperoleh tempat kedua dari seluruh perseroan ritel di Indonesia dalam *Carre's National Customer Service Championships*. Matahari juga disebut sebagai *3rd Best Retail Brand* 2014 di Asia Pasifik dalam kategori *department store* oleh Interbrand dan pada bulan November 2014 termasuk salah satu dalam 10 besar peritel di Indonesia dalam kategori department store, menurut Retail Asia Publishing Pte. Ltd dan Euromonitor International. Juga di tahun 2014, Matahari memenangkan penghargaan "Top Brand" empat kali berturut-turut dari Frontier Consulting Group dan Majalah Marketing Magazine dalam kategori *department store*, serta penghargaan lain untuk merek-merek eksklusifnya.

Matahari's strengths as a company and as a brand are regularly recognized by industry observers. Matahari has won consecutive Carre-CCSL awards for excellence in service quality from 2012 to 2014, and in 2014, for the second year running, achieved second place out of all retail companies in Indonesia in Carre's National Customer Service Championships. Matahari was named 3rd Best Retail Brand 2014 in Asia Pacific in the department store category by Interbrand and in November 2014 was one of the Top 10 Retailers in Indonesia in the department store category, according to Retail Asia Publishing Pte. Ltd and Euromonitor International. Also in 2014, Matahari won its fourth consecutive 'Top Brand' award from Frontier Consulting Group and Marketing Magazine in the department store category, as well several other awards for its exclusive brands.

GERAI

Jaringan Ritel

Per tanggal 31 Desember 2014, gerai Matahari yang ke-131 di 62 kota di seluruh Indonesia menjadikannya jaringan *department store* terbesar di Indonesia. Hanya ada satu *department store* peritel lain yang mempunyai lebih dari 100 gerai di Indonesia, sementara operator *department store* terbesar berikutnya hanya mempunyai kurang dari setengah dari jumlah gerai yang dimiliki Matahari. Pada akhir tahun 2014, gerai-gerai Perseroan menempati luas gerai 853.679 meter persegi.

Kebanyakan gerai Matahari berlokasi di pulau Jawa yang merupakan tempat tinggal sekitar 60% total populasi Indonesia. Pulau Jawa terus menghasilkan porsi terbesar dari penjualan barang dagangan Perseroan (62,4% pada tahun 2013 dan 62,5% di tahun 2014). Di antara pulau-pulau lain, Sumatera menyumbang porsi penjualan barang dagangan terbesar yakni sekitar 15,8% sedangkan 17,1% dikontribusikan bersama oleh Kalimantan, Sulawesi dan Maluku dan 4,6% dari lokasi lain pada tahun 2014. Di masa mendatang, Manajemen melihat peluang yang signifikan untuk berekspansi baik di Pulau Jawa maupun di luar Pulau Jawa, terutama di kota-kota skala menengah di seluruh Indonesia. Perseroan berusaha untuk memanfaatkan kesempatan tersebut dengan membangun jaringan pembukaan gerai untuk pertumbuhan di masa depan.

Perluasan dan Ekspansi Gerai Baru

Matahari mempunyai rekam jejak yang sangat baik dalam mengoperasikan gerai-gerai dengan tingkat profitabilitas yang baik, meskipun ukuran dan kondisi geografis-demografis yang beragam di seluruh Indonesia. Kekuatan dan kedalaman jaringan logistik serta kemampuan menyesuaikan kombinasi barang dagangan yang dimiliki Matahari membuat *platform* yang kokoh bagi Perseroan untuk melaksanakan rencana ekspansinya serta memungkinkannya merespons peningkatan kesejahteraan yang pesat di seluruh kepulauan Indonesia, terutama di luar pulau Jawa dimana Matahari bisa hadir di daerah-daerah yang baru saja mengenal perkembangan ritel modern. Pembukaan gerai Matahari terbaru di Jayapura memperlihatkan besarnya keinginan akan pengalaman berbelanja yang lebih kontemporer dan relevan di daerah-daerah yang masih belum cukup terjangkau.

Jaringan gerai Matahari berkembang pesat di tahun-tahun terakhir ini, dengan 13 gerai baru digelar pada tahun 2012, 9 gerai baru di tahun 2013 dan 8 gerai baru lainnya selama tahun 2014. Dengan pembukaan gerai baru dan ekspansi gerai-gerai yang sudah ada, total luas gerai Matahari meningkat 5,7% pada tahun 2014. Manajemen meyakini bahwa hal ini memberikan kontribusi penting pada kenaikan penjualan total dibanding tahun sebelumnya. Pembukaan

STORES

Retail Network

As at December 31, 2014, Matahari's 131 stores in 62 cities nationwide gave it by an extensive department store network in Indonesia. Only one other department store retailer has more than 100 stores in the country, while the next largest department store operators have less than half the number of Matahari's stores. By the end of 2014, the Company's stores covered approximately 853,679 square metres of total store space.

Most of Matahari's stores are located in Java, which is home to approximately 60% of Indonesia's population. Java continues to generate the largest share of the Company's merchandise sales (62.4% in 2013 and 62.5% in 2014). Of other islands, Sumatera, generated the largest share merchandise sales in 2014 with 15.8%, while 17.1% was accounted for by Kalimantan, Sulawesi and Maluku, and 4.6% by other locations in 2014. Going forwards, management see significant opportunities for expansion both on Java as well as outside Java, particularly in the emerging second-tier cities across the country. The Company is preparing to capture these opportunities by building a strong pipeline of stores for future growth.

New Store Roll-out and Expansion

Matahari has a strong track record of operating profitable stores of varying size in very diverse geographies and demographies across the country. The strength and depth of Matahari's logistics network and merchandising provide a robust platform for the Company's expansion plans and allow it to respond to the rapidly rising affluence in all parts of the archipelago, particularly outside Java, where it can establish an early presence in areas where modern retailing is just beginning to take hold. Matahari's recently opened store in Jayapura demonstrates the strength of the appetite for a more contemporary and relevant shopping experience in largely underpenetrated regions.

Matahari's store network has grown strongly in recent years, with 13 new stores rolled out in 2012, 9 new stores in 2013 and another 8 new stores in 2014. Taking into account new store openings and the expansion of existing stores, Matahari's total net store space increased by 5.7% in 2014. Management believes that this has made a significant contribution to the year-on-year increase in total sales. New store openings in 2014 were slightly less than planned

gerai baru selama tahun 2014 sedikit turun daripada yang sudah direncanakan karena terjadinya keterlambatan penyelesaian pembangunan sejumlah mall. Manajemen yakin hal ini sebagai situasi yang bersifat sementara, terutama disebabkan oleh adanya kehati-hatian developer terkait situasi pemilihan umum yang berlangsung pada tahun 2014 dan tingkat bunga yang cenderung tinggi.

Perseroan melakukan peninjauan portofolionya secara berkala sehingga juga dapat menutup beberapa gerai yang kurang menguntungkan. Pada tahun 2014, Matahari menutup satu gerai di King Plaza, Bandung untuk sementara waktu karena kebakaran, serta menutup gerai di KTC-Kelapa Gading karena habisnya masa sewa. Tidak ada penutupan gerai pada tahun 2012 ataupun 2013.

Khusus di luar Jakarta, pasar *department store* Indonesia masih sangat kurang penetrasi dibandingkan dengan besar dan tingginya pertumbuhan segmen berpendapatan menengah. Manajemen meyakini bahwa kesempatan ekspansi jaringan gerai Matahari masih terbuka luas. Pengamat industri memperkirakan pertumbuhan pesat pusat-pusat perbelanjaan dan mall di Indonesia seiring dengan peningkatan tingkat pendapatan dan perbaikan

due to delays in completion of a number of mall projects. Management believes that this was a temporary situation, largely attributable to caution on the part of developers in relation to the general elections that took place in 2014 and the higher interest rate environment.

The Company constantly evaluates the entire store portfolio and may close underperforming stores. In 2014, Matahari temporarily closed one store in King Plaza, Bandung, due to fire, and closed its store in KTC-Kelapa Gading due to lease expiration. There were no store closures in either 2012 or 2013.

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 believes 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

infrastruktur. Matahari berusaha mencari lokasi gerai baru yang mempunya kelebihan seperti tingginya lalu lintas konsumen dan kondisi-kondisi lain yang ditawarkan oleh developer. Matahari merupakan *anchor tenant* pilihan para developer. Manajemen percaya bahwa hal tersebut dikarenakan oleh kuatnya merek Matahari, fokus Matahari pada konsumen berpendapatan menengah dan kemampuannya yang sudah terbukti membuat konsumen datang. Manajemen sangat percaya diri bahwa hubungan yang sudah dibina bertahun-tahun dengan para developer terkemuka, distribusi logistik yang efisien, kemampuan operasional di pasar lokal serta skala ekonomis telah memberikan platform yang kokoh untuk mengimplementasikan rencana ekspansinya.

new stores within such developments to take advantage not only of the higher customer traffic they generate, but also the favourable terms offered by developers. Matahari is a preferred anchor tenant for real estate developers, Management believes, because of its strong brand equity, focus on middle-income customers and proven ability to generate higher footfall. Management is also confident that Matahari's long-standing relationships with leading real estate developers, efficient distribution logistics, local operating knowhow and economies of scale provide a strong platform for its planned expansion.

Matahari memiliki prospek gerai yang kuat, dengan 65 lokasi potensial yang telah diidentifikasi sampai tanggal 31 Desember 2014. Daftar prospek ini telah diselaraskan dengan rencana ekspansi jaringan Perseroan yang ditinjau dan diperbarui secara berkesinambungan. Perseroan berusaha untuk memperluas kehadirannya di kota-kota yang telah dieksplor dan lokasi baru di seluruh Indonesia. Perseroan mempunyai tim *real estate* khusus yang sangat berdedikasi dan bertanggungjawab untuk mengidentifikasi lokasi potensial serta membina hubungan baik dengan developer dan perantaranya di tempat-tempat tertentu. Untuk menentukan lokasi yang sesuai, ada beberapa kriteria lokasi potensial yang harus dipenuhi, termasuk luas cakupan area, kepadatan populasi, tingkat pendapatan per kapita target pasar, tingkat keuntungan yang diharapkan, tingkat pengembalian (*return*) keuangan dan persaingan dengan peritel lain di dekat lokasi serta harga sewa. Pada akhirnya, pembukaan gerai di setiap lokasi tergantung juga pada penyelesaian pembangunan pusat perbelanjaan atau mall serta infrastruktur pendukung lain.

Matahari has a robust store pipeline, with 65 potential sites identified as of December 31, 2014. This list is closely aligned with the Company's network expansion plans, which continuously reviewed and updated. The Company seeks to extend its footprint both in cities where it has already established a presence and in new locations across Indonesia. The Company has a dedicated real estate team, which is responsible for identifying potential sites and forging relationships with developers and intermediaries at the selected sites. To be considered suitable, potential sites must fulfil certain criteria, including the size of the catchment area, population density, disposable per capita income of the target market, expected profitability and financial returns and competition from other retailers near the location, as well as expected rents. The eventual opening of a store at any selected site depends on the completion of the shopping centre or mall concerned and the development of associated infrastructure.

Matahari dapat mempersiapkan gerai baru selama kurang lebih empat bulan sesudah penandatangan perjanjian sewa. Perseroan mengeluarkan sekitar Rp8,6 miliar sampai Rp26,2 miliar untuk setiap gerai baru tergantung lokasi, luas gerai dan tata letaknya. Gerai baru umumnya hanya menghasilkan keuntungan operasional selama satu tahun pertama dibuka. Pengembalian modal investasi biasanya baru mengalir pada tahun ketiga atau keempat.

Matahari can fit out a new store within approximately four months of the lease on the site being signed. Each new store costs the Company between Rp8.6 billion and Rp26.2 billion to open, depending on the location, size and layout. A new store is expected to generate an operating profit within the first year of opening and repay its capital investment within three to four years.

Gerai baru membutuhkan staf yang sudah berpengalaman. Semua gerai baru Matahari yang dibuka pada tahun 2014 dikepalai oleh manajer gerai dengan pengalaman dan pelatihan di jaringan gerai yang sudah ada. Untuk memastikan standar pelayanan yang konsisten di seluruh jaringan gerai, staf gerai mengikuti pelatihan berbagai aspek terkait pelayanan pelanggan secara rutin. Untuk mendukung rencana ekspansi, Perseroan harus terus mengidentifikasi dan mengembangkan sumber daya manusia yang mempunyai potensi kepemimpinan pada setiap tingkatan.

New stores require experienced staff. All new Matahari stores that opened in 2014 were headed by store managers with prior experience and training within the Company's existing store network. To ensure consistently high standards of service throughout the store network, all in-store staff regularly attend training on various aspects of delivering customer-oriented service. To support its expansion plans, the Company is constantly seeking to identify and develop people at all levels who have leadership potential.

Kinerja gerai baru tergantung beberapa faktor yang tidak semuanya berada di bawah kontrol Perseroan. Faktor-faktor dimana Perseroan bisa berpengaruh termasuk integrasi gerai baru dengan operasi Perseroan yang sudah berjalan, dan kombinasi barang dagangan yang sesuai dengan selera dan daya beli pasar lokal yang menjadi target.

Matahari mempunyai rekam jejak yang baik dalam pembukaan gerai baru dan hal ini, bersama dengan hubungan antara Perseroan dengan developer properti, memberikan kepercayaan diri kepada Manajemen untuk dapat menjalankan rencana ekspansi jaringan gerainya lebih lanjut. Meskipun begitu, pada akhirnya kemampuan Perseroan membuka gerai baru ditentukan juga oleh ketersediaan lokasi gerai dan ketepatan waktu penyelesaian pembangunan mall dan infrastrukturnya.

The performance of a new store can be subject to several factors, not all of which are under the Company's control. Factors that the Company can influence include the integration of the new store into the Company's existing operations, and a merchandise mix that is appropriate to the tastes and purchasing power of the local target market.

Matahari has a strong track record of successful store openings and this, alongside the Company's established relationships with real estate developers, gives Management the confidence that the Company will be able to execute its store network expansion plans. Ultimately, however, the Company's ability to open new stores will be subject to the continued availability of store locations and the timely completion of malls and infrastructures.

Konsep desain dan penggunaan ruang yang dinamis, gerai Matahari di St. Moritz Plaza menawarkan pengalaman berbelanja yang eksklusif dan lebih menyenangkan bagi pengunjung, ditunjang oleh pemakaian lampu LED hemat-energi di seluruh area gerai.

Matahari's store at The St Moritz features a dynamic new design concept that perfectly showcases the merchandise while delivering a more exciting and engaging experience for shoppers through a more imaginative use of space. The ambience is enhanced by the use of energy-efficient LED lighting throughout the store.

Desain Gerai

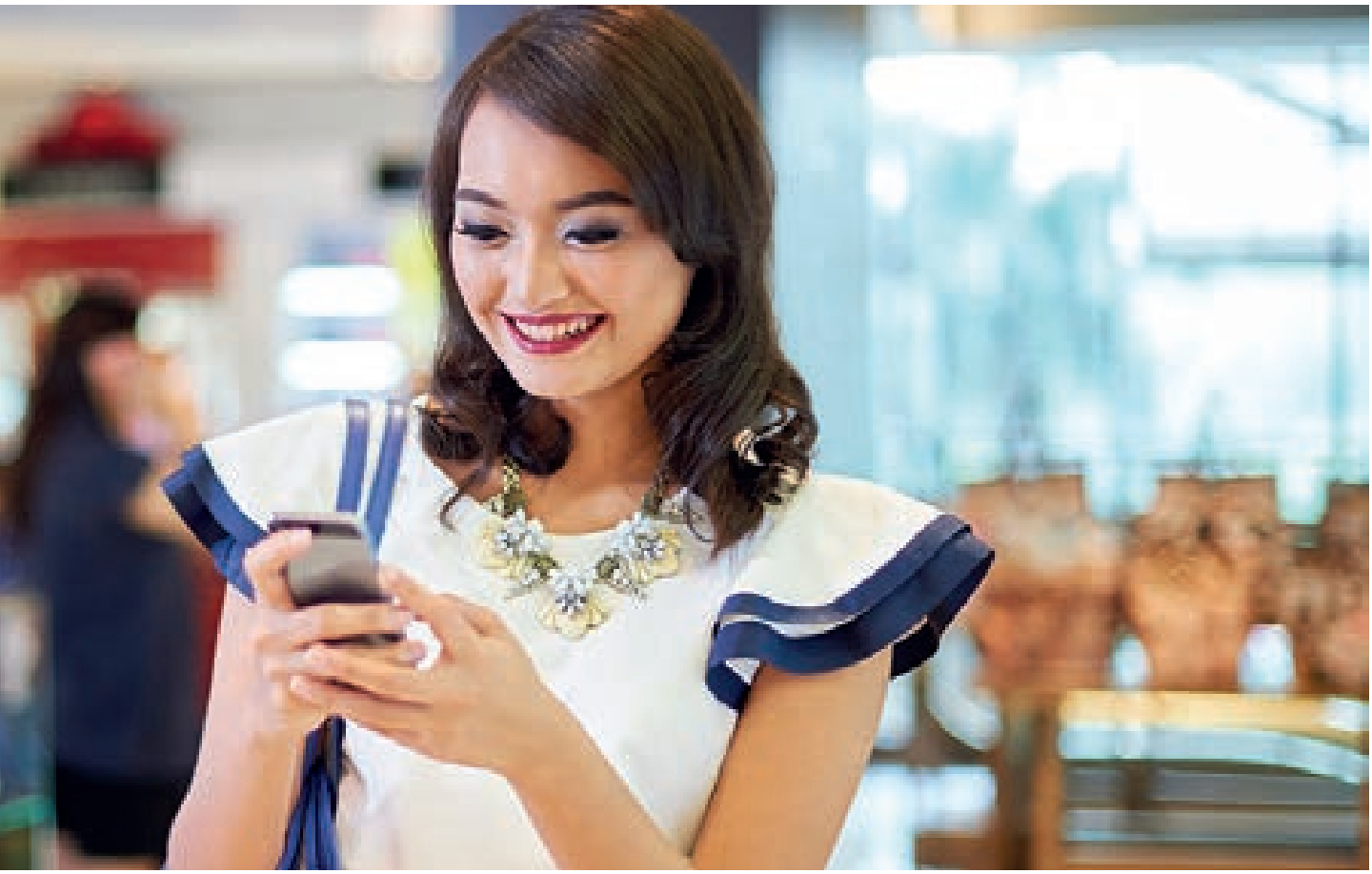
Manajemen percaya bahwa tata letak, desain interior dan tampilan visual barang dagangan di gerai-gerai Matahari mempengaruhi keputusan belanja konsumen dan karenanya hal tersebut merupakan faktor penting untuk kinerja Matahari. Perseroan terus berupaya untuk melakukan peningkatan di semua aspek kinerja gerai, oleh karena itu Perseroan memperhatikan secara khusus untuk memastikan petunjuk visual dan tampilan di dalam gerai telah dimanfaatkan secara efektif untuk menarik konsumen untuk setiap barang dagangan tertentu, memicu keinginan pembelian dan mengundang konsumen mendatangi bagian lain gerai.

Kesan visual dari suatu gerai sangatlah penting. Matahari terkenal dengan tampilan *window display* yang menarik yang didesain di bagian pusat gerai oleh tim desain yang berdedikasi dan tersebar di seluruh gerai di Indonesia. Manajemen percaya bahwa prinsip-prinsip dasar desain gerai yang baik seperti tata letak modern yang teratur dan rapi, pencahayaan yang baik dan efektif untuk menonjolkan barang dagangan, tampilan menarik, pengelompokan barang yang logis, penempatan petunjuk yang konsisten

Store Design

Management believes that the layout, interior design and merchandise presentation in Matahari stores influence customers' purchasing decisions and are an important factor in Matahari's performance. As the Company strives for continuous improvement in all aspects of store performance, it pays particular attention to ensuring that visual cues and in-store displays are being deployed effectively to attract customers to certain merchandise, encourage impulse buying, and draw them to other parts of the store.

The visual impression a store makes is important. Matahari is acclaimed for its vibrant window displays, which are designed at the central level by a dedicated design team and rolled out to stores across the country. Management believes that the basic principles of good store design, such as a modern, uncluttered layout, good lighting that effectively showcases the merchandise; compelling displays, logical grouping of products, clear, consistent signage, conveniently located mirrors and clean, tidy fitting rooms all contribute



dan jelas, penempatan cermin yang nyaman serta kamar pas yang bersih dan rapi berkontribusi dalam memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan. Oleh karena itu, Perseroan memantau secara rutin perkembangan desain gerai terkini untuk memastikan lingkungan gerai Matahari tetap *fresh* dan *up-to-date*. Contohnya, perkembangan teknologi terbaru akan diterapkan jika dinilai dapat memberi nilai tambah, seperti yang dilakukan Perseroan terhadap pencahayaan LED. Penggunaan pencahayaan LED telah dilaksanakan di 30 gerai pada tahun 2014. Manajemen memandang program ini sangat sukses dalam memberikan nuansa yang nyaman dan mengurangi pemakaian listrik pada gerai, sehingga untuk tahun 2015 direncanakan akan diimplementasikan pada 30 gerai lain.

Desain gerai juga mempengaruhi tren perilaku konsumen: sebagai contoh, ketika para pria membeli sendiri keperluan pakaiannya, tampilan gerai dan penandaan tempat di dalam gerai disesuaikan untuk menarik konsumen pria berbelanja.

Untuk memastikan pesan dan tema khusus terwakili di seluruh jaringan gerai, Perseroan memberikan panduan, pelatihan dan lokakarya rutin bagi manajer dan staf gerai tentang konsep perdagangan ritel Matahari terkini, arah pemasaran dan prinsip-prinsip presentasi gerai. Meskipun Matahari mempunyai citra yang kuat yang memancarkan penampilan dan atmosfir yang berbeda di seluruh Indonesia,

to a more enjoyable shopping experience. The Company therefore continually monitors evolving developments in store design to ensure that the store environment remains fresh and up-to-date. For example, technological advances are assessed and deployed if they are judged to add value, as the Company has done with LED lighting. LED lighting was introduced in 30 stores in 2014. Management deemed this program successful in terms of enhancing the store's ambience and reducing electricity consumption that a further 30 stores are scheduled to be re-lamped in 2015.

Store design also has to take into account customer behaviour trends; for example, as men are increasingly buying their own apparel, in-store displays and signage have been subtly changed to make them more appealing to male customers.

To ensure that key messages and themes are presented consistently across the store network, the Company provides regular guidelines, training and workshops for store managers and staff on Matahari's latest merchandising concepts, marketing directions and store presentation principles. Although Matahari has a strong brand image that informs the distinct appearance and atmosphere of its stores

preferensi konsumen lokal, budaya, perayaan-perayaan lokal juga mempengaruhi dekorasi musiman dan barang dagangan yang ada di gerai. Gerai-gerai Matahari Bali misalnya, mempunyai tema Bali dan menyediakan suvenir untuk menarik para turis.

Gerai Matahari terbesar, di Tunjungan Plaza mempunyai luas gerai sebesar lebih dari 19.000 meter persegi. Mayoritas gerai Matahari umumnya berada pada kisaran luas antara 5.000 dan 9.000 meter persegi. Beberapa faktor menentukan luas setiap gerai, tergantung ketersediaan dan luas lokasi bersangkutan.

Perbaikan Berkesinambungan pada Gerai yang Ada

Manajemen beranggapan bahwa gerai yang modern dan cerah akan meningkatkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, menarik konsumen yang lebih banyak serta mempengaruhi waktu yang dihabiskan konsumen di dalam gerai. Perseroan berusaha untuk tetap mempertahankan suasana dalam gerai agar tidak membosankan serta dapat meningkatkan produktivitas melalui program renovasi gerai secara berkala yang ditujukan untuk merombak total setiap gerai setiap lima sampai tujuh tahun sekali. Perseroan

across the country, local customer preferences, culture, local festivities and so on can also influence the store's merchandise and seasonal decoration. Matahari's Bali stores, for example, have a Balinese theme and stock souvenirs to draw tourist shoppers.

While Matahari's largest store, at Tunjungan Plaza, has a total floor space of just over 19,000 square metres, the majority of Matahari stores typically cover an area of between 5,000 and 9,000 square metres. Several factors determine the size of each store, including the availability and size of the site.

Ongoing Improvement of Existing Stores

Management believes that a bright, modern store enhances the shopping experience, attracts customer traffic and influences the length of time customers stay. The Company seeks to keep stores fresh and improve productivity through a program of periodic store refurbishment, aiming to completely remodel each store every five to seven years. However, the Company evaluates the requirements of each store annually, and depending on the results the program may be accelerated for certain stores. Stores may also

melakukan tinjauan setiap gerai pada setiap tahunnya dan dari hasil tinjauan tersebut, program renovasi dapat dipercepat untuk gerai-gerai tertentu. Gerai-gerai tertentu mengalami perombakan sebagian ataupun seluruhnya sebagai bagian dari diluncurkannya konsep gerai baru ataupun sebagai respons terhadap persaingan yang muncul di lokasi/*catchment* area gerai tersebut.

Perseroan melakukan perombakan 26 gerai pada tahun 2014, 16 gerai pada tahun 2013 serta 15 gerai pada tahun 2012, masing-masing mewakili 20%, 13% dan 13% dari total gerai pada setiap periode tersebut.

Tergantung cakupan dan jumlah pekerjaan yang diperlukan, renovasi gerai dapat diselesaikan dalam waktu beberapa minggu sampai tiga bulan. Gerai tetap buka selama periode tersebut, tetapi pekerjaan renovasi dilakukan secara bertahap untuk meminimalisasi gangguan. Gangguan yang disebabkan oleh renovasi dapat menyebabkan penurunan penjualan kotor dan tingkat keuntungan gerai secara temporer. Namun biasanya, setelah renovasi selesai, tingkat penjualan kembali membaik dan bahkan melebihi kinerja sebelumnya dalam waktu 18 sampai 24 bulan sesudah renovasi berlangsung.

Renovasi gerai ditujukan terutama untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman bagi konsumen melalui perbaikan suasana lingkungan gerai. Oleh karena

undergo a full or partial re-fit as part of the rollout of a new store concept or in response to new competitors in the catchment area concerned.

The Company refurbished 26 of its stores in 2014, 16 in 2013 and 15 in 2012, representing 20%, 13% and 13% of total stores in the periods concerned.

Depending on the scope and amount of work needed, a store refurbishment can be accomplished in a few weeks up to three months. Stores remain open during the refit, but the work may be done in phases to minimise disruption. The disruption caused by a refurbishment can temporarily impact the store's gross sales and profitability. After this, however, sales typically recover and then exceed the prior years' performance during the first 18 to 24 months following the refurbishment.

Store refurbishments are aimed primarily at delivering a better shopping experience for customers through enhancing the store environment. A refurbishment may

itu, renovasi yang dilakukan dapat termasuk pemasangan atau perbaikan pencahayaan, tampilan produk, pemasangan petunjuk, kamar pas dan perlengkapan lainnya, serta memperbaiki tata letak dengan memperluas lorong/koridor. Perbaikan yang dilakukan, pada dasarnya adalah untuk memperbanyak ragam barang dagangan yang dapat ditampilkan dan ditempatkan tanpa mengurangi keleluasaan ruang gerak dalam gerai. Sebagai contoh, memberikan energi baru pada ruang tengah/*centre core* gerai-gerai menjadi fokus renovasi yang baru-baru ini dilaksanakan dengan maksud untuk menjamin presentasi dinamis dari barang dagangan yang ditampilkan di sana seperti kosmetik, tas tangan, aksesoris dan khususnya, sepatu. Inisiatif *centre core* telah menjadi faktor kunci dalam mewujudkan reputasi Matahari sebagai "tujuan" produk-produk tersebut, menurut Manajemen. Inisiatif lainnya berfokus pada pemajangan merek-merek eksklusif Matahari secara lebih efektif dengan menggunakan konsep inovatif dan berdaya tarik tinggi seperti '*Denim Bar*' untuk mendorong penjualan jins dan celana pendek denim, serta adanya bagian khusus di dalam gerai untuk Nevada, merek eksklusif terpopuler Perseroan dan merupakan merek paling popular di Indonesia yang menyediakan busana yang fashionable dan terjangkau menurut survei konsumen "*unaided brand awareness*" tahun 2012 yang dilakukan MarkPlus Insight.

therefore include the installation or improvement of lighting, product displays, signage, fitting rooms and fixtures; and enhancing layouts by widening aisles, for example. The improvements are essentially designed to allow for a greater assortment of merchandise to be displayed and placed while retaining the sense of spaciousness in the store. As an example, re-energising the 'centre core' of the stores has been a focus of recent refurbishments in order to ensure a more dynamic presentation of the merchandise displayed there, which includes cosmetics, handbags, accessories and in particular, shoes. The centre core initiative has been a key factor establishing in Matahari's reputation as a 'destination' for these products, according to Management. Other initiatives have focused on showcasing Matahari's exclusive brands more effectively using innovative, 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 Indonesia's most popular 'fashionable affordable clothing brand' according to a 2012 consumer survey on unaided brand awareness conducted by MarkPlus Insight.

Manajemen percaya bahwa program renovasi gerai mempunyai peran penting dalam mempertahankan pertumbuhan produktivitas gerai. Renovasi telah dilakukan secara terus menerus dalam lima tahun terakhir dan diperkirakan akan tetap berlanjut di masa yang akan datang. Manajemen percaya bahwa gangguan yang disebabkan oleh rencana renovasi gerai tidak memiliki dampak material terhadap kinerja operasional yang akan datang, jika dibandingkan dengan kinerja historisnya.

Management believes that the store refurbishment program plays a critical role in sustaining the growth in productivity of its stores. Refurbishments have been carried out at a relatively constant rate over the last five years and this is expected to continue in future. Management believes that disruptions associated with refurbishment plans will not have a material impact on its results of operations going forward as compared to historical results of operations.

Inisiatif 2014

Pada tahun 2014, Manajemen terus memperbaiki kualitas pelayanan pelanggan Matahari. Secara keseluruhan, keberadaan pelayanan pelanggan ditingkatkan dengan memperbaiki penempatan karyawan di *counter* pelayanan pelanggan pada setiap gerai. Inisiatif-inisiatif dalam gerai yang sedang berjalan termasuk mempercepat waktu pembayaran dan memperbaiki kebersihan toilet, sementara investasi lain dilakukan dengan cara pelatihan karyawan dalam pelayanan pelanggan. Saat ini, di beberapa gerai sudah memiliki supervisor untuk pelayanan pelanggan yang mengkoordinasi pelayanan dan memastikan standar pelayanan yang tinggi. *Call center* yang didedikasikan untuk konsumen, Halo Matahari, juga ditingkatkan selama tahun 2014. Manajemen yakin bahwa komitmen Matahari untuk terus memperbaiki jasa pelayanan pelanggan dapat berkontribusi dalam kinerja Perseron yang diukur dengan berbagai indikator pelayanan pelanggan termasuk sejumlah penghargaan nasional.

2014 Initiatives

In 2014 Management continued to improve the quality of Matahari's customer service. The overall customer service presence was increased by improving staffing at the store level at customer service counters. Ongoing in-store initiatives include accelerating checkout times and improving the cleanliness of the restrooms, while further investments were made in training staff on customer service. Several of the larger key stores now have customer service supervisors to coordinate services and ensure high standards are maintained. Matahari's dedicated customer call centre, Halo Matahari, was also expanded during the year. Management believes that Matahari's commitment to continuously improving customer service levels contributed to the Company's performance on various independent indicators of customer service, which included winning a number of national awards.

Matahari memiliki sistem *merchandising* yang modern yang memungkinkan Perseroan untuk mengikuti tren penjualan per daerah dan per gerai, serta mampu untuk merespons dengan cepat perubahan preferensi konsumen dengan menyesuaikan alokasi barang dagangan dan ragamnya pada setiap gerai. Program loyalitas Matahari, MCC, terus meningkatkan keuntungan dan penawaran manfaat yang dapat diperoleh anggota,termasuk tambahan kemitraan dengan beberapa pihak penyedia jasa yang menawarkan diskon untuk pelanggan Matahari. Hal ini sekaligus menambah proposisi nilai konsumen. MCC terus meningkatkan basis keanggotaannya, dengan menambah 699.355 anggota baru pada tahun 2014 sehingga pada akhir tahun 2014, total anggota MCC mencapai 2,9 juta anggota aktif. Perseroan juga berupaya terus memanfaatkan basis data MCC untuk mendapatkan pengetahuan lebih dalam tentang preferensi dan perilaku belanja konsumen, sehingga Matahari mampu menyesuaikan ragam pemasaran dan barang dagangan yang lebih akurat untuk basis konsumennya yang beragam dan meningkatkan keseluruhan pengalaman belanja konsumen.

Matahari has sophisticated merchandising systems that enable the Company to track regional and store-by-store sales trends and respond rapidly to changing customer preferences by adjusting merchandise allocations and assortments in individual stores. Matahari's loyalty program, MCC, has continued to increase the range of benefits and offers for card members, including additional partnerships with local service providers who offer appealing discounts aimed specifically at Matahari's customer base, which enhances the customer value proposition. MCC continued to grow its membership base, adding 699,355 new members in 2014 to bring the total to 2.9 million active members by the end of the year. The Company continued to leverage the learnings from the MCC database to gain deeper insights into customers' purchasing behaviour and preferences, enabling Matahari to tailor its marketing and merchandise assortments more accurately to its diverse customer base and improve the overall customer experience.

Melihat ke Depan

Perseroan terus memantau kesempatan untuk meningkatkan produktivitas gerainya, membangun posisi pasar yang kuat dengan mengambil peluang yang muncul dari pergeseran profil sosial ekonomi dan demografis serta memperluas jangkauan bisnis ke pelanggan baru di pasar yang belum tersentuh di Indonesia. Perseroan akan tetap berfokus pada konsumen, menggunakan data secara strategis untuk memastikan barang dagangan yang ada sesuai dengan profil konsumen di gerai tertentu. Matahari percaya bahwa dengan model bisnisnya yang efektif, kepemimpinannya di pasar, orientasi terhadap konsumen dan daya tarik mereknya akan membantu memfasilitasi dan mempertahankan tingkat pertumbuhan usaha yang sehat.

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.

LOGISTIK PEMBELIAN DAN DISTRIBUSI

Pembelian

Matahari membeli barang dagangan dari pembelian langsung/*direct purchase* (DP) dengan jumlah signifikan dimana sebagian besar merupakan merek-merek eksklusifnya melalui sistem pengadaan tersentralisasi dari kantor pusat di Jakarta. Tim *buyers* bertanggung jawab untuk mengelola tingkat stok persediaan dan mendistribusikan barang ke tiap gerai sesuai permintaan. Mereka juga bekerja sesuai rencana dan anggaran pembelian barang dagangan tahunan yang disesuaikan setiap bulannya dengan sistem kontrol otomatis yang dapat mengidentifikasi tipe barang dagangan yang membutuhkan inventarisasi lebih. Rencana tahunan dan bulanan disesuaikan lebih jauh lagi dengan menggunakan data dari sistem teknologi

PURCHASING AND DISTRIBUTION LOGISTICS

Purchasing

Matahari purchases significant quantities of direct purchase (DP) goods, which largely consist of its exclusive brands, through a centralised procurement system operating from the head office in Jakarta. Buyers are responsible for managing inventory levels and distributing goods to individual stores on demand, working 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. The annual and monthly plans are further adjusted according to data generated by Matahari's sophisticated management information systems, which enables the buyers to track customer preferences by identifying which items

informasi Matahari yang canggih yang memungkinkan *buyers* menganalisa preferensi konsumen dengan cara mengidentifikasi barang-barang yang laku terjual ataupun barang yang penjualannya lebih lambat. Dengan begitu, *buyers* dapat menyesuaikan pembelian yang dilakukannya dengan kecenderungan tren pada saat tertentu.

Distribusi

Matahari dikenal dengan luas jangkauan dan efisiensi operasi logistiknya. Lebih dari 200 vendor konsinyasi menggunakan jasa Matahari untuk mengantarkan barang dagangannya dengan membayar biaya jasa. Biaya bersih operasi logistik Perseroan (sesudah dikurangi biaya-biaya jasa pihak ketiga) adalah Rp 1,2 miliar dan Rp 1,8 miliar pada tahun 2012 dan 2013, berturut-turut. Manajemen menganggap bahwa biaya ini relatif rendah, mengingat skala operasi Perseroan, dan terutama karena adanya pembayaran jasa yang dilakukan oleh vendor konsinyasi. Pada tahun 2014, pembayaran jasa oleh pihak ketiga melebihi biaya operasi logistik.

Dengan wilayah Indonesia yang luas dan secara geografis sangat menantang, Manajemen menyakini bahwa para pesaing yang lebih kecil ataupun pelaku baru akan sulit untuk mereplikasi operasi logistik dalam jangka waktu menengah. Oleh karena itu, operasi logistik Perseroan dianggap sebagai keuntungan kompetitif utama bagi Matahari.

Matahari mempunyai pusat distribusi yang tersentralisasi di Jakarta yang meliputi luas lebih dari 26.000 meter persegi. Perseroan terus melakukan ekspansi dengan menambah kapasitas pusat distribusi di tahun 2014, dengan memasang sistem konveyer 2-trek yang baru dan menambahkan pintu-pintu penerimaan *(initial receiving doors)*. Pusat distribusi didukung oleh hub regional yang biasanya dioperasikan oleh *forwarders* dan perseroan transportasi yang mendistribusikan barang dagangan ke gerai-gerai di wilayahnya. Hub regional yang telah ada berlokasi di Bandung, Surabaya dan Medan, tetapi Perseroan berencana untuk membentuk *hub* di daerah lain untuk mendukung strategi pertumbuhan Matahari. Dengan pengecualian untuk kosmetik, semua barang DP disalurkan melalui pusat distribusi yang tersentralisasi.

Matahari memberlakukan sistem 'tepat pada waktunya (*just in time*) untuk memastikan tercapainya efisiensi dan fleksibilitas maksimum dalam rantai pasokannya sementara pada saat yang sama, menurunkan biaya dan risiko inventori. Dengan sistem ini, pemasok-pemasok mengantarkan barang secara rutin ke pusat distribusi, yang kemudian segera membagikan barang-barang ini ke gerai. Dengan demikian, pusat distribusi tidak hanya bertindak sebagai depot penyimpanan tetapi juga sebagai fasilitas '*flowthrough*'.

are selling strongly as well as those that are moving more slowly, and allows them to tailor their purchasing to real-time trends.

Distribution

Matahari is recognized for the depth and efficiency of its logistics operations. Over 200 consignment vendors use 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 services fees) was Rp 1.2 billion and Rp 1.8 billion in 2012 and 2013, 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 2014, third party service fees received exceeded the costs of the logistics operation.

Given Indonesia's vast territory and complex geography, Management believes that smaller competitors or new entrants would be challenged to replicate such an extensive operation over the medium term, and it therefore represents a major competitive advantage for Matahari.

Matahari has a central distribution centre in Jakarta that covers an area of more than 26,000 square metres. The Company continued to expand the capacity of the distribution centre in 2014, adding a 2-track new conveyer system and initial receiving doors. The distribution centre is supported by regional hubs, which are typically operated by the forwarders and transportation companies who distribute the merchandise to stores within each region. The existing regional hubs are located in Bandung, Surabaya and Medan, but the Company plans to establish further hubs in other regions in future in support of Matahari's growth strategy. With the exception of cosmetics, all DP goods are channelled through the central distribution centre.

Matahari deploys a 'just in time' system to ensure maximum efficiency and flexibility in its supply chain while reducing costs and inventory risk. Under this system suppliers make regular deliveries to the distribution centre, from where the merchandise is distributed immediately to the stores. Thus the distribution centre serves not as a storage depot but as a 'flowthrough' facility.

Fasilitas pusat distribusi Matahari memiliki kapasitas yang memadai dan efisien untuk menangani arus barang dagangan dari pemasok untuk langsung didistribusikan ke 131 gerai Matahari di seluruh Indonesia.

Matahari's Central Distribution Center serves a highly efficient, high volume flow through facility, where merchandise is received from suppliers and immediately dispatched to our 131 stores nationwide.

Sekitar 80% volume dari pusat distribusi diantarkan melalui jalan darat ke tujuan-tujuan di Jawa, Sumatera dan Bali. Untuk melayani wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi), Perseroan tercatat memiliki armada sebanyak 33 truk dan minivan yang mengantarkan barang per tanggal 31 Desember 2014. Pengantaran dilakukan selama enam hari per minggu, dengan setiap kendaraan bisa menjalankan satu sampai dua pengantaran per harinya. Untuk pengantaran ke Jawa, Bali dan Sumatera, Perseroan menggunakan jasa perusahaan transportasi kontrak untuk mengantar barang. Pengantaran-pengantaran ini memakan waktu dua sampai sepuluh hari untuk mencapai tujuan. Semua perusahaan transportasi yang dikontrak tercatat dalam daftar vendor yang disetujui/*approved vendor list* (AVL) sehingga Perseroan perlu mengantisipasi isu material terkait penggunaan jasa mereka.

Sebanyak 20% sisa volume di pusat distribusi diantarkan dengan angkutan laut. Barang dagangan dikirimkan ke Batam dan Kalimantan, serta ke berbagai tujuan di

Approximately 80% of the distribution centre's volume is transported by land to destinations in Java, Sumatera and Bali. To serve the Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi) area, the Company has its own fleet of 33 trucks and minivans as at December 31, 2014. Deliveries are made six days a week, with each vehicle making one to two trips a day. For deliveries to the rest of Java, Bali and Sumatera, the Company uses contract transporters. These deliveries take two to ten days to reach their destinations. All contract transporters are on the approved vendor list (AVL) and the Company does 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. Merchandise is shipped to Batam and Kalimantan, as well as to various destinations in Eastern

Indonesia bagian Timur termasuk Sulawesi, Ambon dan Papua. Pengantaran-pengantaran ini dibuat satu atau dua kali tiap minggu, dengan rata-rata memakan waktu antara 12 sampai 30 hari untuk tiba di tujuan.

PEMASARAN

Iklan dan Promosi

Matahari menggunakan kombinasi media *online* dan *offline* untuk mempromosikan produk-produk yang ditawarkannya di gerai-gerai, dengan paparan pada televisi dan radio, serta di media cetak, media sosial dan situs Matahari. Promosi ini juga didukung oleh pemasangan iklan sepanjang tahun melalui surat, koran, majalah, spanduk dan surat edaran, seperti iklan besar setiap hari di koran nasional terkemuka. Namun demikian, dengan popularitas media sosial yang makin tinggi di Indonesia, Matahari mulai menggunakan kekuatan pemasaran digital dan *online*, terlibat langsung dengan konsumen melalui jalur-jalur bervariasi seperti Facebook, YouTube, Instagram dan Twitter. Akun Facebook Matahari dapat ditemukan di www.facebook.com/MataharIDepartmentStore, dimana sampai 15 April 2015 laman ini telah "disukai" oleh 136.527 orang. Pengikut twitter dan Instagram Matahari berjumlah 10,700 dan 5,646 pengikut, masing-masing sampai pada 15 April 2015. Kegiatan pemasaran digital Matahari yang terkini adalah YouTube, sejak bergabung pada Januari 2015 dimana video yang diunduh Matahari telah dilihat sebanyak 53.920 kali per 15 April 2015 orang. Upaya ini menghasilkan penghargaan nasional bagi Matahari atas kekuatan penggunaan sosial media dan pemasaran digitalnya pada tahun 2014. Matahari juga memanfaatkan basis data MCC untuk kepentingan kampanye SMS yang menargetkan anggota MCC secara langsung.

Matahari merancang kampanye periklanannya untuk menarik konsumen, memperkuat loyalitas terhadap merek dan meningkatkan citranya sebagai merek yang mengikuti *fashion* dan menawarkan nilai lebih. Kampanye ini terus diperbarui untuk menjaga relevansi dan mengoptimalkan penggunaan jalur-jalur promosi yang tersedia termasuk situs Perseroan.

Merek Matahari memperkuat penekanannya pada nilai tambah melalui iklan-iklan yang berfokus pada promosi. Selain promosi harian, Perseroan menawarkan potongan harga untuk beberapa barang tertentu dan pembelian berhadiah. Vendor konsinyasi sering berpartisipasi dalam acara-acara ini. Kampanye periklanan juga dirancang bertepatan dengan penjualan merek/acara tertentu seperti pameran produk kantor dan promosi 'kembali ke sekolah/'*back to school*', serta pembukaan gerai baru

Indonesia, including Sulawesi, Ambon and Papua. These deliveries are made once or twice each week, taking an average of 12 to 30 days to arrive.

MARKETING

Advertising and Promotion

Matahari deploys a diverse mix of online and offline media to promote its product offerings and stores, with exposure on television and radio, as well as in print media, social media and on the Matahari website. This is reinforced by year-round advertising via direct mail, newspapers, magazines, banners and handbills, including a large daily advert in a leading national newspaper. However, given the popularity of social media in Indonesia, Matahari is beginning to harness the power of digital and online marketing, engaging directly with customers through various channels including Facebook, YouTube, Instagram and Twitter. Matahari's Facebook account can be found at www.facebook.com/MataharIDepartmentStore, as of April 15, 2015, this page has been liked by 136, 527 people. Matahari's followers for Twitter and Instagram are 10,700 and 5,646 followers respectively as of April 15, 2015. The latest digital marketing activity of Matahari is YouTube, since joining in January 2015, Matahari's uploaded video has been viewed by 53,926 as at April 15, 2015 people. These efforts earned Matahari national awards for the strength of its social media and digital marketing in 2014. Matahari also leverages the MCC database to generate focused SMS campaigns that directly target MCC members.

Matahari designs its advertising campaigns to entice customers, strengthen brand loyalty and reinforce its image as a fashion-forward, value-oriented brand. These campaigns are continuously updated to keep them relevant and optimise the use of the different channels available, including the Company's website.

The brand reinforces its emphasis on value through promotions-focused advertising. In addition to daily promotions, the Company holds regular discount days offering marked down items and 'bonus buys.' Consignment vendors frequently participate in these events. Advertising campaigns are also designed to coincide with specific brand sales, events such as office fairs and 'back to school' promotions, and new store openings and anniversaries, during which advertising and marketing are more actively

dan ulang tahun gerai dimana biasanya acara-acara ini membutuhkan iklan dan pemasaran yang lebih terfokus. Hari raya besar seperti Lebaran, Natal dan Tahun Baru Imlek juga menciptakan kesempatan untuk meningkatkan aktivitas pemasaran secara substansial melalui koran dan katalog, pamflet dan spanduk.

Iklan-iklan Perseroan yang bernada positif dan aspirasional disampaikan melalui katalog dan pamflet serta mencerminkan selera keluarga Indonesia berpendapatan menengah yang bergaya hidup modern yang merupakan sasaran pasar Matahari. Kegiatan promosi dan periklanan melalui media cetak terkait dengan periklanan dalam gerai yang konsisten memakai logo yang sama yang telah dikenal, yang teridentifikasi melalui warna dan tampilan visual yang sama dan dirancang untuk mendorong konsumen membeli barang Matahari. Logo ikonik Matahari ditampilkan secara menonjol di seluruh gerai dan di semua materi promosi baik di media cetak maupun digital, selain juga pada tas belanja. Manajemen meyakini bahwa penekanan visual yang konsisten telah memainkan peran penting dalam mempromosikan merek Matahari.

Kegiatan promosi Perseroan juga disesuaikan dengan kondisi, pasar dan acara setempat. Contohnya, kampanye besar dibangun pada setiap pembukaan gerai Matahari,

focused. Major holidays such as Idul fitri, Christmas and Chinese New Year create opportunities for a substantial scale-up of marketing activities through newspapers and catalogues, flyers and banners.

The positive, aspirational tone of the Company's advertising is relayed through catalogues and flyers, reflecting the tastes of the modern, lifestyle-conscious middle-income Indonesian family that represents Matahari's target market. Print and media-based advertising and promotional activities are linked to in-store advertising through the consistent use of recognizable brand logos, identifying colours and strong visual cues designed to encourage customers to purchase Matahari's merchandise. Matahari's iconic logo is prominently displayed in-store and across all print, media and digital promotional materials, as well as on the shopping bags. The Management believes that this consistent visual reinforcement has played a significant role in promoting the Matahari brand.

The Company's promotional activities are also designed to tie in with local conditions, markets and events. For example, substantial campaigns are built around each

dikaitkan dengan promosi khusus dalam gerai. Di kota-kota yang lebih kecil, pembukaan gerai ditandai dengan acara khusus yang diadakan bekerjasama dengan developer pusat perbelanjaan ataupun mall, pemerintah dan pemasok lokal sehingga menghasilkan liputan media lokal yang luas dan menarik volume lalu lintas konsumen. Di daerah dimana gerai Matahari mempunyai pesaing aktif, program promosi khusus dirancang untuk menaikkan visibilitas Matahari.

Merek Matahari sebagai merek fashion yang unggul, diperkuat dengan peran aktif Perseroan yang secara rutin mensponsori dan berpartisipasi dalam acara-acara fashion termasuk Gadis Sampul, Jakarta Fashion Week 2014, Jakarta Kids Festival, dan Wajah Femina.

Merek-merek eksklusif Matahari menikmati visibilitas yang tinggi sebagai hasil inisiatif pemasaran dan periklanan Perseroan. Status merek-merek ini di antara merek Indonesia lain terus mendapatkan pengakuan dari pengamat industri pada tahun 2014 dalam bentuk penghargaan merek terkemuka.

Total pembelanjaan pemasaran Perseroan pada tahun 2014 mencapai Rp 164,4 miliar, mewakili 1,14% total penjualan barang dagangan dalam tahun yang sama.

PELAYANAN KONSUMEN

Perseroan berupaya untuk melebihi ekspektasi konsumen ketika mereka mengunjungi gerai Matahari dengan cara menyediakan berbagai macam barang dagangan yang menarik dan terjangkau, dalam suasana dinamis dan nyaman serta dengan pelayanan informatif dan bersahabat. Karena itu, Perseroan mengimplementasikan beberapa inisiatif yang bertujuan untuk menanamkan budaya meningkatkan pelayanan konsumen. Pada tahun 2014, inisiatif-inisiatif ini termasuk memperluas kapasitas Halo Matahari, *call center* yang didedikasikan kepada konsumen Perseroan, memperbaiki penempatan staf di konter pelayanan pelanggan di gerai-gerai, mempercepat waktu pembayaran serta menyediakan pelatihan tambahan bagi karyawan untuk membangun kompetensi umum seperti kemampuan berbahasa Inggris dan peningkatan kepercayaan diri, selain juga kompetensi yang khusus tentang pelayanan pelanggan.

opening of a new Matahari store, tying them in with special in-store promotions. In smaller cities and towns, a store opening is often a major event, held in collaboration with the shopping centre or mall developer, local officials and suppliers, and generates extensive local media coverage which attracts high volumes of customer traffic. In areas where a Matahari store has active competition, special promotional programs are designed to elevate Matahari's visibility.

Matahari's branding as a fashion leader is consolidated by the Company's regular sponsorship of and participation in fashion events, including Gadis Sampul, Jakarta Fashion Week 2014, Jakarta Kids Festival, Wajah Femina.

Matahari's exclusive brands enjoy high visibility as a result of the Company's marketing and advertising initiatives. Their status among Indonesia's leading brands continued to earn recognition from industry observers in 2014 in the form of several top brand awards.

The Company's total marketing expenditure in 2014 was Rp 164.4 billion, representing 1.14% of total merchandise sales during the year.

CUSTOMER SERVICE

The Company seeks to surpass customers' expectations when they visit a Matahari store by providing a wide assortment of appealing and affordable merchandise, a dynamic and welcoming environment and friendly, knowledgeable service. The Company has therefore implemented various initiatives aimed at embedding a culture of continuous improvement in the standard of customer service. In 2014 these included expanding the capacity of Halo Matahari, the Company's dedicated customer care call centre, improving staffing at customer service counters in stores, speeding up checkout times, and providing additional training for employees to build general competencies such as English language skills and self-confidence as well as specific customer service competencies.

Website : www.matahari.co.id
: www.facebook.com/mataharidepartmentstore
: @gayamatahari
: matahari deptstore
: Matahari Department Store

Untuk menciptakan kesan yang konsisten, baik karyawan Matahari maupun karyawan vendor konsinyasi mengenakan seragam dan diharapkan untuk memenuhi standar tertentu dalam hal perawatan dan penampilan fisik. Vendor konsinyasi bertanggung jawab untuk memastikan setiap karyawan mereka dapat mematuhi standar pelatihan dan presentasi Perseroan.

To create a consistent impression, both Matahari store staff and the staff of consignment vendors staff wear uniforms and are expected to meet certain standards of grooming and physical appearance. Consignment vendors are responsible for ensuring that each of their staff comply with the Company's standards on training and presentation.

Fasilitas seperti toilet bersih, area tempat duduk yang cukup, fasilitas parkir mobil, jasa pembungkusan hadiah dan musholla yang terletak di lokasi yang baik adalah faktor-faktor penting dalam menjamin kenyamanan dan memberikan pengalaman berbelanja yang akan membuat mereka kembali. Matahari mengadakan acara dan demo khusus di dalam gerai secara berkala untuk menarik konsumen dan memperlihatkan produk tertentu. Jaringan gerai Perseroan yang luas di seluruh Indonesia sanggup memberikan keuntungan dan kenyamanan bagi konsumen seperti misalnya bisa membayar suatu barang di gerai tertentu dan mengambilnya di gerai lain. Sejalan dengan praktek industri di Indonesia, Perseroan tidak mempunyai kebijakan pengembalian barang namun konsumen dapat menukar barang tertentu dalam waktu tujuh hari sesudah pembelian, misalnya jika barang yang dibelinya rusak atau jika konsumen ingin menukarnya dengan ukuran atau warna lain.

Amenities such as clean restrooms, adequate seating areas, car parking facilities, gift wrapping services and conveniently located prayer rooms are important factors in ensuring customers' comfort and delivering a shopping experience they will be keen to repeat. Matahari periodically holds special events and demonstrations in stores to draw customers and showcase certain products. The Company's nationwide reach offers considerable advantages and convenience for customers, such as being able to pay for an item in one store and collect it at another. In line with industry practice in Indonesia, the Company does not have a returns policy, but customers can exchange certain goods within seven days of purchase, for example if the merchandise is damaged or the customer wishes to exchange for a different size or colour.

Matahari mengukur kinerjanya dalam pelayanan konsumen melalui peninjauan pengalaman berbelanja yang dilakukan setahun dua kali/semi-annual oleh pihak ketiga yang independen, termasuk pelayanan konsumen, barang dagangan, atmosfir gerai, kebersihan toilet dan beberapa indikator lainnya. Hal ini membuat Manajemen dapat membandingkan posisi Matahari dengan para pesaingnya di pasar-pasar terpenting. Dengan Halo Matahari, *call center* konsumen Matahari, konsumen mempunyai jalur khusus yang didedikasikan untuk mereka di mana konsumen bisa memberikan masukan mengenai segala aspek Matahari seperti produk, jasa, promosi, gerai dan program loyalitas, selain juga permintaan informasi mengenai hal-hal di atas.

Matahari measures its performance on customer service through a semi-annual review, conducted by an independent third party, of the overall shopping experience, including customer service, merchandise, store ambiance, restroom cleanliness and several other indicators. This allows Management to benchmark Matahari's position vis-à-vis its competition in key markets. With Halo Matahari, Matahari's customer care call centre, customers have a dedicated channel through which to give their input on any aspect of Matahari's products, services, promotions, stores and loyalty programs, as well as to request information about the any of the above.

MATAHARI CLUB CARD

Program loyalitas Matahari Club Card (MCC) yang awalnya diperkenalkan pada tahun 2000 adalah salah satu kisah sukses Perseroan. Sejak diluncurkan pada Juni 2011, MCC terus mengalami kemajuan, menambah 699.355 anggota baru pada tahun 2014 sehingga jumlah anggota aktif MCC pada akhir Desember 2014 tercatat sebanyak 2,9 juta. Jumlah tersebut menjadikan MCC sebagai program loyalitas *department store* terbesar di Indonesia. Saat ini, MCC juga menawarkan kartu premium dan kartu kecantikan sebagai tambahan kartu biasa yang dipegang oleh mayoritas anggota MCC.

Anggota MCC mendapatkan beberapa manfaat khusus berupa *point reward*, kesempatan berbelanja eksklusif dan manfaat dari pihak ketiga terkait seperti diskon khusus di lebih dari 120 hotel, gerai makanan minuman serta tempat-tempat hiburan yang bekerja sama. Pada tahun 2014, MCC berupaya menambah ragam manfaat dan kemitraan dengan penyedia jasa lokal yang menawarkan diskon unik dan paket-paket yang didesain secara khusus untuk anggota kartu MCC. Pemegang kartu MCC kecantikan dan kartu premium membayar biaya langganan dan berhak mendapatkan manfaat tambahan seperti potongan harga yang lebih besar melalui pembelian dengan poin yang diperoleh (*redemption points*), diskon eksklusif di lebih dari 70 mitra Matahari serta memperoleh asuransi kecelakaan pribadi secara gratis.

MATAHARI CLUB CARD

The Matahari Club Card (MCC) loyalty program, originally introduced in 2000, is one of the Company's major success stories. Since its relaunch in June 2011, it has gone from strength to strength, adding 699,355 new members in 2014 to bring its active membership base to over 2.9 million as at December 31, 2014. This makes it by far the largest department store loyalty program in Indonesia. MCC now offers a premium card and a beauty card in addition to the regular card held by the majority of MCC cardholders.

MCC members have access to exceptional 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. In 2014 MCC continued to expand the array of benefits and partnerships with local service providers who offer unique discounts and packages specifically designed for MCC card members. MCC beauty and premium cardholders pay a subscription fee that entitles them to additional benefits, including bigger effective rebates on purchases by way of redemption points, exclusive discounts with more than 70 merchants and free personal accident insurance.

As at December 31, 2014 active member of MCC is over

2.9 Million

Situs Matahari mempunyai laman khusus untuk MCC dimana konsumen yang telah menjadi dan ingin menjadi anggota dapat menemukan informasi yang lebih lengkap mengenai MCC. Informasi ini juga bisa diperoleh di gerai-gerai dan melalui Halo Matahari, *call center* Perseroan yang didedikasikan untuk konsumen.

Anggota MCC memberikan kontribusi lebih dari 40% dari total penjualan kotor Perseroan dan pada tahun 2014, rata-rata nilai transaksi (per ukuran keranjang) anggota MCC adalah 73%, lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang bukan anggota MCC.

Program MCC merupakan sumber yang kaya untuk memahami tren dan preferensi perilaku sekitar 3 juta konsumen terloyal Matahari. Perseroan dapat menimba data ini untuk menelusuri preferensi barang dagangan dan kebiasaan belanja konsumen dari gerai ke gerai, pada kurun waktu tertentu serhingga bisa mengubah program pemasaran dan merchandising yang sesuai. Pada saat yang sama, Perseroan dapat memberikan informasi kepada anggota MCC melalui SMS yang berisi informasi penawaran dan promosi yang sesuai dengan preferensi masing-masing. Perseroan belum mengeksplorasi seluruh potensi program MCC namun telah berencana untuk menggunakan informasi strategis dari basis data tersebut di masa yang akan datang untuk pengambilan keputusan tentang penetapan harga, peluang gerai baru, kombinasi barang dagangan di gerai individual, *in-store merchandising* dan strategi penataan barang di gerai, serta program iklan dan promosi.

The Matahari website has a dedicated MCC page where existing and potential MCC members can find out more about the program. This information can also be obtained in stores and through Halo Matahari, the Company's dedicated customer call centre.

MCC members contribute over 40% of the Company's total Gross Sales and in 2014 the average transaction value by basket size of MCC members was 73% higher than that of non-MCC customers.

The MCC program provides a rich source of insights into the behaviour trends and preferences of almost 3 million of Matahari's most loyal customers. The Company can mine this data to track merchandise preferences and purchasing habits on store-by-store, time-specific basis, and tailor marketing and merchandising programmes accordingly. At the same time, the Company can target MCC members via SMS with information about offers and promotions that are relevant to their preferences. The Company has yet to explore the full potential of the MCC program but plans to leverage even more strategic information from the database in future that could inform decisions on pricing, new store opportunities, the merchandise mix in individual stores, in-store merchandising and display strategies, and advertising and promotional programs.

Tinjauan *Fungsional*

FUNCTIONAL OVERVIEW

Matahari terus melakukan investasi untuk memodernisasi dan revitalisasi infrastruktur teknologi informasinya untuk mendorong efisiensi dan keamanan operasi bisnisnya, serta untuk mempersingkat proses-proses dalam gerai untuk kepentingan konsumen dan staf gerai. Sistem peranti lunak inti berada pada perangkat keras khusus milik Perseroan yang berada dalam pusat data yang dikelola VisioNet.

Matahari has continued to invest in modernising and revitalising its IT infrastructure to strengthen the efficiency and security of its business operations, and to streamline in-store processes for the benefit of customers and store staff. The Company's core software systems are all on its own dedicated hardware, which is housed in a data centre managed by VisioNet.

Teknologi Informasi
Information Technology

Sistem peranti lunak inti Perseroan merupakan tulang pungung IT yang terintegrasi penuh sehingga dapat mengeliminasi kesalahan duplikasi dan menambah kecepatan serta efektivitas operasi Perseroan. Sistem inti tersebut adalah sebagai berikut:

Sistem *Merchandising*: Retek
Sistem *Merchandising* Retek memantau proses inti ritel Matahari dari perencanaan barang dagangan sampai menyesuaikan invoice/tagihan untuk pembayaran pemasok. Sistem Retek terintegrasi dengan sistem keuangan dan sistem pengelolaan pergudangan Perseroan untuk memberikan data yang akurat dan konsisten di seluruh *platform*.

Sistem Akuntansi: Oracle Financial Accounting
Sistem peranti lunak pengelolaan akun ini dapat menghasilkan akun yang rinci, dapat diaudit dan direkonsiliasi dari berbagai sumber yang berbeda. Kontrol tersentralisasi dan penelusuran oleh audit dimungkinkan karena adanya mesin transformasi akuntansi dengan validasi yang luas, ditambah lagi dengan terdapatnya kumpulan (*repository*) akuntansi dan aturan-aturannya dalam sistem ini untuk memenuhi kebutuhan pengelolaan dan pelaporan Perseroan.

Sistem Sentra Distribusi: Manhattan
Sistem pengelolaan pergudangan, *The Manhattan Warehouse Management System* memungkinkan Perseroan untuk mengelola inventarisasi barang dengan akurat dan efisien serta membantu proses *re-ordering* di pusat distribusi.

Tingkat pertumbuhan jaringan gerai membutuhkan dukungan perbaikan teknologi informasi terus menerus untuk dapat mengejar perluasan cakupan dan kompleksitas usaha. Proyek perbaikan yang dilanjutkan pada tahun 2014 termasuk simplifikasi infrastruktur EDC untuk memperbaiki kecepatan dan akurasi transaksi, terutama untuk jumlah konsumen yang menggunakan kartu kredit yang semakin bertambah banyak; perbaikan sistem pendukung *call center* Halo Matahari yang baru yang dirancang untuk memperbaiki efisiensi dalam merespons permintaan konsumen dan menangani keluhan; menambah kapasitas intranet Perseroan sebagai medium komunikasi bagi karyawan di seluruh Indonesia. Perbaikan juga dilakukan dalam sistem *Workflow Management* yang dapat meningkatkan efisiensi biaya lebih besar dan mempercepat waktu resolusi. Selain itu juga, perbaikan dilakukan pada *Infrastructure Monitoring System* yang mengawasi arsitektur dan sistem pendukung bisnis di seluruh jaringan.

The Company's core software system constitute fully integrated IT backbone that eliminates duplication errors and enhances the speed and effectiveness of the Company's operations. The key systems are as follows:

Merchandising System: Retek
The Retek Merchandising System monitors Matahari'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 sophisticated account management software can generate detailed, auditable, reconcilable accounts from various source systems. Centralized control and detailed audit trails are made possible by an accounting transformation engine with extensive validations plus accounting and rules repositories to meet a range of corporate, management and reporting requirements.

Distribution Centre System: Manhattan
The Manhattan Warehouse Management System allows for accurate, efficient inventory management and re-ordering processes in the distribution centre.

The rate of growth of the store network demands ongoing improvements in IT to keep pace with the increasing scope and complexity of the business. Improvement projects carried out in 2014 included a simplification of the in-store payment 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.

Pusat Pemulihan Bencana

Mengingat kerentanan Indonesia terhadap fenomena alam seperti gempa bumi, banjir dan letusan gunung berapi serta sejalan dengan praktik bisnis terbaik, Perseroan telah membentuk pusat pemulihan bencana dimana operasi dapat dialihkan dengan mulus dengan keterlambatan dan gangguan yang minim jika terjadi gangguan material di pusat data utama. Pusat Pemulihan Bencana yang dikelola oleh pihak ketiga juga menyimpan semua duplikasi pengaturan perangkat keras dan piranti lunak Perseroan dan dapat berfungsi penuh sebagai unit tersendiri.

Disaster Recovery Centre

In light of Indonesia's vulnerability to natural phenomena such as earthquakes, floods and volcanic eruptions, and in line with best business practice, the Company has established a disaster recovery centre, where operations can be seamlessly switched, with minimal delay and disruption, in the event of any material disruption to the main data centre. The 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.

Sumber Daya Manusia
Human Resources

Sebagai perseroan jasa, Matahari menyadari bahwa manusia merupakan elemen penting dalam kesuksesan usaha. Dengan jaringan gerai yang berekspansi dengan pesat, sangatlah penting bagi Perseroan untuk menarik dan mempertahankan karyawan yang cukup di semua area dan tingkatan usaha. Untuk menghadapi tantangan ini, Perseroan selalu konsisten mencari cara untuk memperbaiki kualitas sumber daya manusianya dan untuk memastikan Matahari dapat memberikan lingkungan kerja yang menarik dan kompetitif.

Untuk tujuan tersebut, beberapa inisiatif tambahan dilakukan pada tahun 2014 untuk memperkokoh program-program pelatihan Perseroan, berfokus untuk menanamkan budaya berorientasi kepada konsumen, dan membangun prospek suksesi yang kuat. Pada saat yang sama, Perseroan terus berinvestasi dalam menjaga hubungan yang responsif dan kooperatif dengan karyawan melalui dukungan aktif kepada asosiasi karyawan Matahari, koperasi dan forum bipartit. Semua kegiatan ini membantu memperkaya budaya integritas dan nilai saling menghormati yang menjadi inti operasi usaha Matahari dan tercantum dalam Pedoman Perilaku (*Code of Conduct*) Perseroan dimana setiap anggota Perseroan memperbaharui komitmennya sekali dalam setahun.

Penataan Penempatan Karyawan

Pada tanggal 31 Desember 2014, Matahari mempekerjakan 12.594 karyawan, dimana 11.826 atau 93,9% adalah karyawan gerai dan 768 atau 6,1% adalah eksekutif, manajer senior dan staf kantor pusat. Jumlah karyawan turun hampir sebesar 8% dari 13.654 orang pada tahun 2013, mencerminkan penempatan personel yang semakin efisien dalam mendukung jumlah gerai yang tumbuh. Perseroan memegang teguh prinsip kesamaan hak, dan tidak ada diskriminasi dalam proses rekrutmen. Tingkat *turnover* karyawan relatif stabil, meningkat sedikit dari rata-rata 5,32% di 2013 menjadi 6,19% pada tahun 2014. Tabel berikut memperlihatkan rincian karyawan Matahari menurut jabatan, pendidikan, fungsi dan lokasi geografis.

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 across 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 2014 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.

Staffing

As at December 31, 2014, Matahari employed 12,594 employees, of whom 11,826 or 93.9% were store personnel and 768 or 6.1% were executives, senior managers and head office staff. The number of employees fell by almost 8% from 13,654 people in 2013, reflecting the efficient deployment of the personnel needed to support the growing number of stores. The Company upholds the equality, and there is no gender discrimination in the recruitment process. Staff turnover has remained relatively stable, increasing slightly from an average 5.32% in 2013 to 6.19% in 2014. The tables below show the breakdown of Matahari's employees by job position, education, function and geographical location.

Pengelompokan Karyawan Berdasarkan Jabatan
Employee Classification by Grade

Keterangan	2014			2013			Description
	Pria Male	Wanita Female	Jumlah Total	Pria Male	Wanita Female	Jumlah Total	
CEO	1	-	1	1	-	1	CEO
Direktur	6	2	8	6	2	8	Director
General Manager	25	19	44	25	18	43	General Manager
Senior Manager	160	83	243	159	81	240	Senior Manager
Junior Manager	246	184	430	240	169	409	Junior Manager
Supervisor	897	612	1,509	868	598	1,466	Supervisor
Staff	3,744	6,615	10,359	4,015	7,472	11,487	Staff
Jumlah	**5,079**	**7,515**	**12,594**	**5,314**	**8,340**	**13,654**	**Total**

Data per 31 Desember 2014

Data as at December 31, 2014

Pengelompokan Karyawan Berdasarkan Pendidikan
Employee Classification by Education

Keterangan	2014	2013	2012	Description
S2	15	17	33	S2
S1	1,458	1,348	1,278	S1
D3	175	172	153	D3
D2	10	7	9	D2
D1	62	53	56	D1
SMA	10,847	12,016	11,152	SMA
SMP	27	41	21	SMP
Jumlah	**12,594**	**13,654**	**12,702**	**Total**

Data per 31 Desember 2014

Data as at December 31, 2014

Pengelompokan Karyawan Berdasarkan Usia
Employee Classification by Age

Keterangan	2014	2013	2012	Description
<25	7,181	8,228	7,469	<25
26-30	1,160	1,014	803	26-30
31-35	784	903	1,019	31-35
36-40	1,407	1,352	1,950	36-40
40-45	1,304	1,554	977	40-45
>45	758	603	484	>45
Jumlah	**12,594**	**13,654**	**12,702**	**Total**

Data per 31 Desember 2014

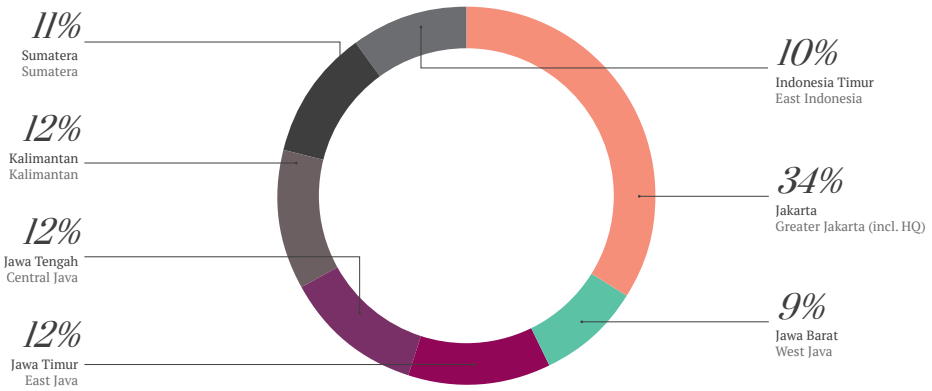
Data as at December 31, 2014

Pengelompokan Karyawan di Tahun 2014 Berdasarkan Geografi
2014 Employee Breakdown By Greography

Regional	Jumlah I Total	Region
Jakarta	4,325	Greater Jakarta (incl. HQ)
Jawa Barat	1,086	West Java
Jawa Tengah	1,537	Central Java
Jawa Timur	1,460	East Java
Kalimantan	1,572	Kalimantan
Sumatera	1,381	Sumatera
Indonesia Timur	1,233	East Ind
Jumlah	**12,594**	**Total**

Data per 31 Desember 2014

Data as at 31 December 2014

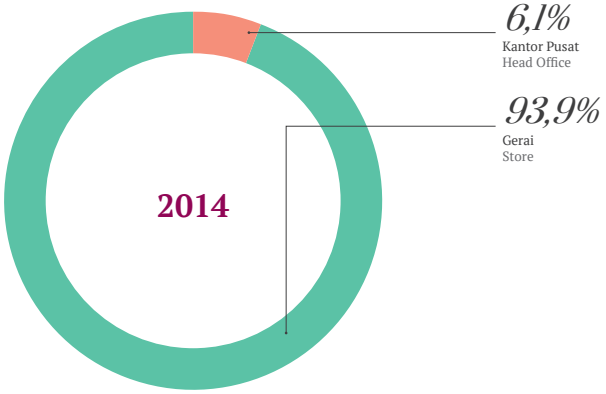


Pengelompokan Karyawan Berdasarkan Fungsi
Employee Classification by Function

Keterangan	2014	Persentase | Percentage	Description
Pusat	768	6.1%	Head Office
Gerai	11,826	93.9%	Store
Jumlah	**12,594**	**100%**	**Total**

Data per 31 Desember 2014

Data as at : 31 December 2014



Karyawan gerai Matahari diperkuat oleh sebanyak 42.137 staf konsinyasi yang bekerja di seluruh jaringan gerai pada tahun 2014. Mereka dipekerjakan oleh vendor konsinyasi untuk secara khusus menjual barang konsinyasi di gerai-gerai Matahari. Untuk menjamin standar pelayanan dan citra Matahari di semua gerai, staf konsinyasi mengenakan seragam Matahari dan mengikuti program-program pelatihan Matahari.

Jumlah karyawan penjualan yang dipekerjakan oleh Perseroan dan oleh *vendor* konsinyasi di setiap gerai atau pada waktu tertentu ditentukan oleh berbagai faktor, tetapi faktor utama adalah terkait dengan luas gerai dan penjualan kotor. Secara umum, semakin luas gerai, semakin banyak karyawan penjualan yang dibutuhkan per meter perseginya. Makin tinggi penjualan kotor juga biasanya mengindikasikan keperluan penempatan karyawan yang lebih banyak. Produktivitas penjualan karyawan dan standar pelayanan di setiap gerai selalu dievaluasi secara rutin sehingga Perseroan dapat mengoptimalkan tingkat pelayanan dan produktivitas.

Selama periode-periode puncak dimana gerai mengalami peningkatan jumlah konsumen, seperti selama Lebaran, Tahun Baru Imlek, Natal dan periode "kembali ke sekolah" setelah liburan sekolah dan waktu-waktu lain sepanjang tahun, staf sementara dapat dipekerjakan di gerai Matahari.

Matahari's store personnel were augmented by a total of 42,137 consignment staff who were working across the store network in 2014. These staff are employed by consignment vendors specifically to sell consignment goods in Matahari stores. To ensure consistency of service standards and image throughout the stores, consignment staff wear Matahari uniforms and attend Matahari's training programs.

The number of sales staff employed by the Company and by consignment vendors at any given store or time is determined by various factors, but is primarily related to the store's retail selling space and gross sales. In general, the larger the store, the more sales staff are required per square metre. Higher gross sales also typically indicate a higher staffing requirement. Employee sales productivity and service levels in each store are constantly scrutinised so that the Company can optimize service levels and productivity.

During peak periods when stores experience higher customer traffic, particularly during Lebaran, Chinese New Year, Christmas and during the 'back to school' period following school holidays, as well as at various other times throughout the year, temporary staff may be employed in Matahari stores.

Pelatihan dan Suksesi Karyawan

Matahari memberikan kombinasi pelatihan internal dan eksternal serta program-program pengembangan untuk karyawannya, yang dirancang untuk membangun kompetensi yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan Perseroan. Pada saat yang bersamaan, Matahari juga memberdayakan karyawannya untuk bekerja secara efektif dan untuk memenuhi potensi pribadi masing-masing. Melalui seluruh program pelatihannya, Matahari berusaha untuk menanamkan budaya yang berorientasi kepada konsumen.

Sebagian besar pelatihan dilakukan secara internal. Pelatihan eksternal biasanya dipilih untuk mendorong pengembangan karir karyawan manajerial, keuangan dan teknologi informasi. Pada tahun 2014, pelatihan-pelatihan ini meliputi seminar dan kursus-kursus jangka pendek dalam berbagai aspek manajemen, antara lain praktik rekrutmen, perbaikan kinerja berkesinambungan, komunikasi yang efektif, manajemen pengadaan/*procurement* dan penggunaan informasi strategis.

Bekerja di garda depan, karyawan penjualan gerai mempunyai peran sangat penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi para konsumen. Karenanya, pelatihan internal Perseroan menekankan kompetensi pelayanan konsumen serta membangun

Employee Training and Succession

Matahari offers its employees a mix of internal and external training and development programs that are designed to build the competencies needed to support the Company's growth while at the same time empowering employees to perform effectively in their jobs and fulfil their personal potential. Through all its training programs, Matahari seeks to embed a customer-oriented culture.

The majority of the training is done in-house. External trainings are typically selected to augment career development programs for managerial, finance and IT staff. In 2014 these included seminars and short courses on various aspects of management, recruitment practices, continuous improvement, effective communication, procurement management and using strategic information among others.

Working on the front line, in-store sales staff plays a vital role in creating an enjoyable shopping experience for customers. The Company's in-house training therefore places an emphasis on building customer service competencies as well as self-confidence. Training for

kepercayaan diri. Pelatihan bagi para supervisor difokuskan pada pengembangan kemampuan mengelola sumber daya manusia, termasuk kepemimpinan yang efektif dan pembinaan (*coaching*). Manajer mendapatkan berbagai pelatihan untuk meningkatkan profesionalitas, kepemimpinan, keahlian interpersonal dan fasilitasi, serta kapasitas menganalisa.

supervisors focuses on developing people management skills, including effective leadership, and coaching. Managers can access various trainings to enhance their professionalism, leadership, facilitation and interpersonal skills, and analytical capacities.

Semua karyawan baru harus menempuh program induksi yang berisi kebijakan dan prosedur Perseroan. Selanjutnya, mereka bisa meneruskan program-program umum lain, termasuk Bahasa Inggris. Tim gerai juga mendapatkan kesempatan untuk memperkuat kerja sama dan kerja kelompok melalui program-program kegiatan *outdoor*.

All new employees go through an induction program on the Company's policies and procedures and can take advantage of other general programs, including English. Store teams also have opportunities to learn how to strengthen cooperation and team work through outward-bound type programs.

Staf konsinyasi mengenakan seragam Matahari dan turut mewakili Perseroan di hadapan konsumen. Untuk menjamin bahwa mereka juga memenuhi standar pelayanan berkualitas tinggi Matahari, mereka juga mengikuti pelatihan yang sama seperti staf gerai Matahari.

Consignment staff wear the Matahari uniform and as such are representing the Company to customers. To ensure that they fulfil the Company's high standards of service quality, they undergo the same training as other in-store staff at Matahari.

Seiring dengan jaringan gerai Perseroan yang terus berekspansi, beberapa posisi manajer gerai, asisten manajer gerai, supervisor dan *coordinator* untuk gerai yang baru, terus bertambah setiap tahunnya. Untuk melengkapi kandidat pada posisi-posisi ini, Perseroan berusaha memastikan agar semua manajer gerai yang baru telah memiliki pengalaman mengelola gerai Matahari yang sudah ada, dan Perseroan juga telah membentuk Program Pengembangan Karir yang dilaksanakan untuk mengidentifikasi dan menyiapkan karyawan gerai yang sudah ada untuk melangkah ke posisi lanjut melalui pelatihan kepemimpinan dan kompetensi. Pada tahun 2014, semua promosi menjadi Manajer Gerai, Asisten Manager Gerai dan SDM regional dilakukan secara internal. Tidak ada diskriminasi gender dalam program suksesi, dimana semua karyawan mempunyai kesempatan yang sama untuk mengembangkan karirnya.

As the Company's store network expands, several new store manager, assistant store manager, supervisor and coordinator positions are created each year. To equip candidates for these roles, The Company seeks to ensure that all managers of new stores have prior experience of managing existing Matahari stores, and has established an ongoing Career Development Program to identify and prepare existing store operation staff to step into these roles through leadership and competency training. In 2014 all promotions to Store Manager, Assistant Store Manager and regional HR positions were internal. There is no gender discrimination in this succession program, thus all the employees has the same opportunities to develop their carrier.

Untuk memastikan prospek suksesi yang meyakinkan yang dapat mendukung tujuan pertumbuhan Matahari, Perseroan memprioritaskan untuk mempertahankan karyawan berbakat dengan memberikan jalur pengembangan karir untuk karyawan dengan potensi manajerial. Secara berkala, karyawan harus diuji dan mengikuti program pelatihan yang bertujuan untuk mengidentifikasi para pemimpin masa depan, dan kandidat yang paling menjanjikan akan mengikuti program pengembangan akselerasi untuk mempersiapkan mereka di posisi-posisi manajerial menengah dan senior. Untuk kegiatan operasional di gerai, mayoritas karyawan yang saat ini menempati posisi manajemen berasal dari promosi internal sebelumnya.

To ensure a strong succession pipeline that will support Matahari's growth objectives, the Company has made it a priority to retain talented employees by providing a rewarding career development path for those with management potential. Employees periodically undergo testing and training programs aimed at identifying future leaders, and the most promising candidates are fast-tracked on development programs to prepare them for middle and senior management positions. As in the store operation, the majority of those currently in management positions have been promoted internally.

Matahari mengeluarkan Rp 2,2 miliar untuk pelatihan dan pengembangan karyawan di tahun 2014, dengan lebih dari 1.800 karyawan berpartisipasi dalam pelatihan internal maupun eksternal.

Matahari spent a total of Rp 2.2 billion on training and development for employees in 2014, with over 1,800 employees has participating in both internal and external training.

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

Jenis Pelatihan	Fungsi Pelatihan	Training Function
General Training		
Induction Training	Pelatihan bagi karyawan baru yang bertujuan untuk memahami profil perseroan, mengetahui peraturan Perseroan serta sistem kerja dan benefit yang diterima karyawan.	Training for new employee with the purpose of understanding the Company's profile, acknowledging the Company's regulation as well as working system and benefits received by the employee.
Presentation Technique	Pelatihan yang bertujuan memberikan ketrampilan berpresentasi, mulai dari merencanakan, menyusun materi presentasi sampai dengan melaksanakan presentasi.	Training with the purpose of giving presentation skills, start from planning, arranging the materials and executing the presentation
Train the Trainers	Pelatihan yang bertujuan membantu para calon trainer/fasilitator memahami metode pengajaran dan menguasai teknik-teknik dasar proses belajar mengajar	Training with the purpose of assissting the new trainer/ facilitator in understanding the teaching methods and mastering the basic technic of learning
Work Simplification	Pelatihan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman pentingnya inovasi dan aktifitas perbaikan untuk memperkaya kapabilitas karyawan.	Training with the purpose of giving understanding the importance of innovation and improvement activity to increase the employee's capability
Outbond Training for SO Team	Pelatihan yang bertujuan untuk membangun sikap yang positif, meningkatkan kepemimpinan, mampu memecahkan persoalan dan membangun semangat kerja sama dalam tim gerai.	Training for the purpose of establishing positif behaviour, increasing leadership, ability of problem solving and working spirit in the store team.
Staff Competencies Development		
Self Management for Coordinator	Pelatihan bagi Koordinator yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan memotivasi diri dan membangun sikap yang positif guna mendukung tugas dan tanggung jawabnya.	Training for the Coordinator with the purpose of increasing the ability of self motivation and establishing positif attitude to supoort their duty and obligation.
Basic Training for Sales Associate & Basic Training for Cashier	Pelatihan yang bertujuan memberikan pengetahuan dasar bagi pramuniaga/sales associate dan kasir.	Training with the purpose of giving basic knowledge for sales associate/ cashier
Supervisor Competencies Development:		
Emotional Intelligence for Supervisor	Pelatihan bagi Supervisor yang bertujuan untuk meningkatkan kecerdasan emosi dengan cara memahami diri sendiri dan orang lain dan bagaimana membangun hubungan sosial	Training for Supervisor with the purpose of increasing emotional intelligence by understanding themselves and other people and how to build social relationship
Leadership for Supervisor	Pelatihan yang bertujuan agar peserta memahami peran dan tanggung jawab sebagai Supervisor, memahami nilai-nilai kepemimpinan dan memiliki keterampilan sebagai leader dalam memimpin timnya.	Training with the purpose of understanding the role and duty of Supervisor, understanding the value of leadership, and has the ability as a leaer in leading the team.
Coaching for Supervisor	Pelatihan bertujuan untuk memahami pentingnya *coaching* serta membekali Supervisor ketrampilan *coaching* guna mampu membina tim yang menjadi tanggung jawabnya.	Training with the purpose of understanding the importance of coaching to lead the team.
HR Supervisor Development	Pelatihan ini membekali HR Supervisor pengetahuan dan keterampilan mengenai Sumber Daya manusia sesuai standar PT. Matahari Department Store Tbk., yang dapat diaplikasikan secara langsung di gerai.	Training for HR Supervisor to give knowledge and ability about Human Resource according to the Company's standard, to be applied directly in store.
Filing Management	Program ini membekali peserta pengetahuan dan keterampilan untuk mampu mengelola dokumen/arsip secara tepat guna mendukung efektifitas dan efisiensi kerja.	This program is giving knowledge and ability to manage the documents / archive to support working efficiency
Retail Management System	Pelatihan yang bertujuan memberikan pengetahuan tentang retail *technology merchandising sytem* kepada tim MD	Training with the purpose of giving knowledge about retail technology merchandising system to MD team
Time Management	Peserta memahami konsep pengelolaan waktu dan bagaimana menghargai waktu serta mengetahui cara menentukan prioritas	The participant understands time management concept and how to appreciate time as well as how to determine priority
Manager Competencies Development:		

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

Jenis Pelatihan	Fungsi Pelatihan	Training Function
Business Performance Analysis	Pelatihan untuk mengasah kemampuan Store Manager dan Assistant Store Manager untuk mengasah kemampuan menganalisa dan mengukur kinerja gerai untuk menghasilkan profitabilitas bagi Perseroan.	Training to sharpen the ability of Store Manager and Assistant Store Manager to analyze and measure the store achievement of profitability.
Leadership Empowerment with Mind Power	Pelatihan bagi Assistant Store Manager yang bertujuan untuk meningkatnya kepemimpinan dan kesadaran yang tinggi untuk memberi kontribusi yang optimal bagi Perseroan maupun lingkungan.	Training for Assistant Store Manager with the purpose of increasing leadership and awareness to give an optimal contribution for the Company and the surrounding environment
Effective Leadership with Mind Optimization	Pelatihan bagi Store Manager yang bertujuan untuk menyadari potensi diri dan secara konsisten mengembangkannya guna mendukung kinerja di Perseroan serta berkomitmen mencapai sasaran Perseroan.	Training for Store Manager with the purpose of realizing self potential and develop it consistently to support the work in the Company and committed to achieve the Company's goal
Develop Others for Senior Manager Develop Others for General Manager	Pelatihan yang bertujuan membantu para Manager menjadi lebih efektif dalam melakukan bimbingan serta meningkatkan ketrampilan dalam membangun hubungan guna peningkatan kinerja orang lain/tim	Training with the purpose of helping the Manager to be more effective in executing guidance as well as increasing the ability in building relationship in order to increase other's work
Career Development Program (CDP):		
CDP - Coordinator - Supervisor - Assistant Store Manager - Coordinator - Supervisor - Assistant Store Manager	Pelatihan bagi tim Store Operation yang didesain untuk mempersiapkan karyawan unggulan menjadi kader pemimpin di masa depan, melalui program yang komprehensif sesuai jenjang yang dibutuhkan. Pelatihan yang didesain untuk mengembangkan karyawan unggulan untuk menjadi kader pemimpin di masa mendatang. Diadakan untuk setiap tingkat jabatan di divisi Store Operations.	Training for Store Operations team for preparing the excellent employee to be a leader in the future, through the comprehensive program base on the level needed Leadership training for succession planning. Carried out for all positions in the Store Operations division.

Pelatihan Eksternal Periode Januari-Desember 2014
External Training Period January-December 2014

No	Vendor Pelatihan I Training Vendor	Program Pelatihan | Training Programs
1	PT. Dunamis Intermaster	The 7 Habbits of Highly Effective People Signature Program
2	Husin Group	Recruitment Innovation: New Best Practices in Talent Acquisition and Selection
3	Sekretariat ISO Users Club Indonesia	The Keys to Sustainable Continuos Improvement
4	PT. BusinessFirst International	Think on Your Feet
5	Productivity & Quality Management Consultants	Training Effectiveness
6	Dunamis	Seminar 2014 Indonesian MAKE Study Award
7	James Gwee	Secrets of The World's Greetest Communicators
8	Intipesan	Procurement Management
9	PQM Consultans	Managing Employee Satisfaction Survey
10	Marsh & McLennan	Workforcce Metrics and Analytics: Driving Business Result with Data
11	Granada	Corporate Action Intermediate Level
12	Lex Mundus	Briefing SPIPISE BKPM
13	Rimba	Corporate Governance – Corporate Secretary Development Workshop

Kepuasan dan Kesetiaan Karyawan

Manajemen percaya bahwa karyawan yang memperoleh kepuasan kerja dan merasa kondisi kerjanya telah memenuhi kebutuhan akan lebih termotivasi untuk berprestasi sebaik-baiknya sesuai dengan kemampuan mereka dan lebih mau terlibat untuk mencapai tujuan dan sasaran Perseroan, dan mereka juga akan memberikan pelayanan yang lebih berkualitas. Hal ini, pada akhirnya akan menjadikan Matahari lebih kompetitif dalam persaingannya. Departemen Sumber Daya Manusia melakukan penilaian tingkat keterlibatan karyawan melalui survei setiap dua tahun sekali dan difokuskan kepada upaya peningkatan di beberapa aspek dengan skor rendah. Survei terkini yang dilakukan adalah pada tahun 2013.

Departemen SDM juga berusaha mencari masukan /saran melalui kunjungan rutin ke gerai, termasuk kunjungan oleh kepala-kepala Departemen. Pada kunjungan-kunjungan tersebut, manajer gerai, asisten manajer gerai dan supervisor akan disurvei secara luas mengenai berbagai isu SDM, termasuk jadwal pembayaran gaji dan insentif, fasilitas kantor, kebersihan, koperasi Matahari, LKS dan lain-lain. Masukan/saran dievaluasi dan diberikan kepada departemen yang relevan untuk ditindaklanjuti. Secara total, ada 60 gerai yang dikunjungi pada tahun 2014, sejalan dengan target departemen SDM untuk mengunjungi setiap gerai paling tidak sekali dalam dua tahun. Manajemen menyakini bahwa kunjungan gerai berhasil menyelesaikan isu-isu operasional dengan pendekatan lebih proaktif di tingkat gerai, dan telah berkontribusi dalam peningkatan moral dan motivasi pada divisi operasional gerai.

Salah satu inisiatif yang muncul dari evaluasi kondisi kerja untuk karyawan gerai adalah program Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan Rajin'5R', yang diluncurkan untuk mendorong perbaikan praktik dan perilaku kebersihan rumah tangga, dengan fokus khusus kepada kondisi, kebersihan dan penataan fasilitas *backroom*. Kombinasi pelatihan internal, workshop dan penghargaan untuk karyawan membantu menanamkan rasa bangga terhadap tempat kerjanya, dan penataan kebersihan gerai yang baik, di gerai maupun di belakang, kini menjadi bagian dari budaya Perseroan.

Ukuran-ukuran strategis ini bersama dengan kebijakan manajemen kinerja yang akan dijelaskan di bawah telah dilaksanakan untuk menjamin bahwa Matahari dapat terus merekrut dan mempertahankan karyawan berkualitas tinggi di setiap tingkatan organisasi. Selain itu, Perseroan berupaya untuk menjadi pemberi kerja pilihan/*employer of choice* dengan cara membandingkan gaji dan fasilitas yang ditawarkannya secara rutin dengan perseroan lain yang sejenis dan sekelas (*peer companies*) sehingga paket kompensasi yang ditawarkan Perseroan tetap kompetitif. Di antara beberapa manfaat yang ditawarkan Matahari

Employee Satisfaction and Retention

Management believes that employees who derive satisfaction from their work and feel that their employment conditions fulfil their needs will be more motivated to perform to the best of their abilities and more engaged with the Company's goals and objectives, and will therefore deliver better quality service. This, in turn, will ultimately make Matahari more competitive. The Human Resources Department assesses the level of employee engagement through surveys every two years, and focuses improvement efforts on low-scoring areas. The most recent survey was conducted in 2013.

The Department also seeks feedback through regular store visits, including visits by the heads of other departments. On these occasions, store managers, assistant store managers and supervisors are extensively surveyed about various HR-related issues, including timely payment of salaries and incentives, back office facilities, housekeeping, the Matahari cooperative, the LKS, and so on. The feedback is reviewed and directed to the relevant department for further action. A total of 60 stores were visited in 2014, in line with the HR department's target of visiting each store at least once every two years. Management believes that the store visits have resulted in a more proactive approach to resolving operational issues at the store level, and have contributed to an increase in morale and motivation in the store operation division.

One of the initiatives arising from these regular reviews of working conditions for store employees is the Concise, Neat, Clean, Care and Diligent (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan Rajin) '5R' program, which was launched to drive improvements in store housekeeping practices and attitudes, focusing particularly on the condition, cleanliness and appearance of backroom facilities. A combination of internal training, workshops and rewards for employees helped to embed a sense of pride in their workplace, and good store housekeeping, on the shop floor as well as behind the scenes, is now part of the corporate culture.

These strategic measures, in combination with the performance management measures outlined below, have been put in place to ensure that Matahari can continue to recruit and retain high quality people at all levels of the organisation. In addition, the Company seeks to be an employer of choice by regularly benchmarking the salaries and benefits it offers against those of peer companies to ensure that the Company's compensation package remains competitive. Among the other advantages Matahari can offer are great career development prospects and the sense of community provided by IKM (the Matahari Employees'

adalah prospek pengembangan karir yang bagus dan suasana kebersamaan yang dibina oleh IKM (Ikatan Karyawan Matahari) dan koperasi. Tim Manajemen percaya bahwa semua faktor tersebut berkontribusi pada rendahnya tingkat pergantian/turnover karyawan.

Association) and the cooperatives. Management believes that all these factors have contributed to the Company's low staff turnover.

Manajemen Kinerja

Setiap departemen dalam Perseroan mempunyai *Key Performance Indicator* (KPI) khusus yang rinci meliputi sasaran spesifik, kualitas dan kompetensi dimana kinerja karyawan dievaluasi secara rutin dengan indikator-indikator ini. Penilaian kinerja dilakukan setiap semester, termasuk pengukuran kuantitatif kinerja karyawan dengan KPI sebagai referensi, seperti pencapaian target penjualan dan pengukuran kualitatif terhadap kompetensi karyawan. Kedua pengukuran kuantatif dan kualitatif dijadikan dasar untuk memberikan penghargaan atas kinerja yang baik dan mengidentifikasi peningkatan yang dapat dilakukan. Departemen SDM menggunakan hasil penilaian tersebut sebagai panduan program pelatihan dan pengembangan untuk memastikan setiap karyawan ditempatkan secara efektif dalam organisasi dan mengidentifikasi karyawan berprestasi yang mempunyai potensi kepemimpinan sehingga mereka dapat diikutsertakan dalam program pengembangan yang sesuai.

Performance Management

Each of the Company's departments has specified a set of detailed Key Performance Indicators (KPIs) covering specific targets, qualities and competencies, against which employee performance is regularly assessed. Performance appraisals are carried out every semester and include a quantitative measurement of an employee's performance with reference to the KPIs, such as the achievement of sales targets, as well as a qualitative evaluation of the employee's competencies as a basis for rewarding good performance and identifying where improvement is needed. The HR Department uses the results of such appraisals to guide the training and development program, ensure that employees are effectively placed within the organization and identify excellent employees who have leadership potential so that they can be placed in appropriate development programmes.

Bonus dan kenaikan gaji karyawan terkait erat dengan kinerja kerja dan jangka waktu kerja. Selain memberikan sejumlah program penghargaan dan pengakuan atas kerja karyawan, Matahari juga memberikan sentuhan pribadi pada hubungan antara Perseroan dan karyawannya dengan mengirimkan ucapan selamat ulang tahun, ungkapan selamat lain maupun belasungkawa di waktu-waktu yang sesuai.

Employee bonuses and salary increments are tied to job performance as well as length of service. As well as implementing a number of recognition and reward programmes, Matahari also seeks to bring a more personal touch to relations between the Company and its employees by sending birthday greetings, congratulatory notes and condolence cards and notices at appropriate times.

Hubungan Karyawan

Perseroan sepenuhnya tunduk pada peraturan-peraturan terkait ketenagakerjaan di tingkatan nasional maupun regional, termasuk persyaratan upah minimum lokal. Secara hukum, semua karyawan Matahari berhak untuk mendapatkan manfaat pensiun, yang dibayarkan melalui BPJS Ketenagakerjaan, program jaminan sosial bagi pekerja sektor formal. Karyawan memberikan kontribusi sebesar 5,7% dari gaji kotornya sebagai kontribusi program tersebut dimana 2% dibayarkan karyawan dan 3,7% dibayar langsung oleh Perseroan. Sebagai tambahan, Perseroan juga membayarkan jasa dan pesangon pemutusan kerja kepada karyawan pada saat karyawan berusia 55 tahun, usia pensiun resmi.

Employee Relations

The Company is fully compliant with all national and regional regulations related to employment, including the local minimum wage requirements. By law, all Matahari employees are entitled to pension benefits, which are paid through BPJS Ketenagakerjaan, the social security programme 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. In addition, the Company pays out severance and service payments to employees when they reach the age of 55, the official retirement age.

Selain gaji dasar, Matahari juga memberikan berbagai bonus dan insentif lain, termasuk program kepemilikan kendaraan (tergantung tingkatan karyawan), jaminan kesehatan, asuransi jiwa, Medical Check Up setiap tahunnya

On top of the basic salary, Matahari also offers various bonuses and other incentives, including a car ownership programme (according to the employee's grade level), healthcare, life insurance, Annual Medical Check Up for

untuk tingkat Manajer ke atas, dan tunjangan kehamilan. Semua insentif ini dirancang untuk memotivasi karyawan dan dengan demikian akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan karyawan.

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

Lembaga Kerjasama atau 'LKS' adalah forum bipartit independen atau badan koperasi yang diluncurkan pertamakali oleh Matahari pada tahun 2002 sesuai dengan UU Ketenagakerjaan Indonesia yang mengharuskan semua perseroan dengan jumlah pekerja 50 atau lebih untuk memiliki forum bipartit. LKS terdiri dari minimum tiga perwakilan karyawan dan tiga perwakilan Manajemen. Setiap kasus yang tidak dapat diselesaikan melalui LKS akan diteruskan ke Kementerian Ketenagakerjaan Indonesia untuk ditinjau dan disesuaikan. Matahari belum pernah mengalami masalah gangguan ketenagakerjaan yang signifikan sejak forum bipartit dibentuk, dan bahkan sejak sebelumnya tidak ada kasus gangguan ketenagakerjaan selama beberapa tahun.

Ikatan Karyawan Matahari dibentuk pada tahun 2003 untuk mempererat hubungan dan membangun semangat bekerja sama seluruh karyawan Matahari. IKM menyelenggarakan berbagai kegiatan olahraga, agama, sosial dan acara lain untuk karyawan selama satu tahun dan juga mengadakan kegiatan sosial lokal sebagai bagian dari program tanggung jawab sosial masyarakat (CSR) Perseroan. Seluruh karyawan Matahari secara otomatis menjadi anggota IKM.

Setiap gerai memiliki koperasi Matahari, yang merupakan inisiatif yang dibentuk dan dikelola oleh karyawan. Koperasi Matahari didukung secara finansial oleh Perseroan. Koperasi memberikan pelatihan usaha kecil dan manajemen keuangan kepada karyawan, serta memberikan bantuan kepada karyawan dalam bentuk pinjaman darurat, tunjangan kesejahteraan dan lain-lain.

Managerial level and above and maternity benefits. These incentives are designed to motivate employees and thereby improve job satisfaction and retention.

The relationship between Matahari and its employees is built upon three pillars: the bipartite forum (LKS); Ikatan Karyawan Matahari, or IKM (the Matahari Employees' Association); and the Matahari Cooperative. Each of these three institutions has a presence in all Matahari stores as well as at the head office and distribution centre and serve as channels or forums to facilitate communication and maintain good relations between the Company and the employees.

The Lembaga Kerjasama or 'LKS' is an independent bipartite forum or cooperation body, initiated by Matahari in 2002 to comply with Indonesian labour law, which requires all companies employing 50 or more people to have such a bipartite forum. 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. Matahari has not experienced any significant labour disturbances since the bipartite forum was established, and even prior to that had experienced no significant labour disturbances for several years.

The Matahari Employees' Association (Ikatan Karyawan Matahari or 'IKM') was established in 2003 to strengthen relations and forge a spirit of cooperation among all Matahari's employees. IKM organises various sporting, religious, social, and other events for the employees throughout the year, as well as local social activities as part of the Company's corporate social responsibility (CSR) program. All Matahari employees automatically become members of IKM.

Each store has a Matahari Cooperative, an employee-led and managed initiative which has financial and other backing from the Company. The Cooperatives provide small enterprise and financial management training for employees, as well as support for employees in need in the form of emergency loans, welfare support and so on.

ANALISA DAN PEMBAHASAN MANAJEMEN

Management Discussion & Analysis

Kinerja *Keuangan*

FINANCIAL REVIEW

Matahari merupakan operator *department store* terbesar di Indonesia berdasarkan nilai penjualan ritel dengan pangsa pasar 37,4% di sektor ritel *department store* pada tahun 2014 (sumber: Euromonitor, Maret 2015). Matahari memiliki jaringan *department store* terluas di Indonesia, dengan 131 gerai yang mencakup ruang gerai dengan luas total sekitar 853.679 meter persegi di 62 kota di seluruh Indonesia sampai dengan 31 Desember 2014

Matahari is Indonesia's largest department store operator by retail value sales with a market share of 37.4% of the department store retail sector in 2014 (source: Euromonitor, March 2015). Matahari has the most extensive department store network in Indonesia, with 131 stores covering a total store space of approximately 853,679 square metres in 62 cities across Indonesia as at 31 December 2014

SEKILAS MATAHARI

Luas setiap gerai Matahari umumnya berkisar antara 5.000 hingga 9.000 meter persegi. Dengan lebih dari 2,9 juta anggota aktif hingga pada tanggal 31 Desember 2014, Matahari memiliki program loyalitas terbesar di negeri ini, yaitu Matahari Club Card atau MCC.

Strategi Matahari adalah memberikan nilai yang terbaik 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) marjin konsinyasi dari penjualan produk konsinyasi (*CV sales*) dan (ii) penjualan ritel (*DP sales*). Pada tahun 2014, sebesar 66% dari nilai Penjualan Barang Dagangan Perseroan merupakan hasil dari penjualan produk konsinyasi dan 34% 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 marjin efektif bagi Matahari untuk produk konsinyasi dan produk ritel relatif sama.

Matahari membuka 9 gerai baru di tahun 2013 dan 8 gerai baru di tahun 2014. Manajemen meyakini bahwa pasar *department store* Indonesia masih belum terlayani dengan baik, terutama mengingat ukuran dan laju pertumbuhan segmen berpenghasilan menengah, sehingga Manajemen melihat adanya peluang yang besar untuk memperluas jaringan gerai Matahari. Matahari terus membangun jaringan gerainya.

OVERVIEW OF MATAHARI

Matahari stores typically range from 5,000 to 9,000 square metres in size. With over 2.9 million active members as at 31 December 2014, Matahari has one of the largest department store loyalty programs, 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 offers 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 2014, 66% of the Company's Merchandise Sales was CV Sales and 34% 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 relatively similar.

Matahari opened 9 new stores in 2013 and 8 new stores in 2014. Management believes that the Indonesian department store market is still underserved, particularly given the size and rate of growth of the middle income segment, and sees significant opportunities to further expansion of Matahari store network. Matahari continues to build its pipeline of store openings.

Selain gerai yang diharapkan akan dibuka pada tahun 2015, Matahari telah mengidentifikasi 65 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.

Excluding the stores which are expected to be opened in 2015, Matahari has identified 65 possible sites for stores and constantly evaluates site opportunities to increase the number of site 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.

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 pinjaman sindikasi terdahulu.

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.

MEASURES OF FINANCIAL PERFORMANCE

The Company has provided supplemental financial data so that shareholders are provided with the information that Management uses to measure the performance of the business. Management believes 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. Non-recurring costs and charges are attributable to the refinancing and repayment of previous syndicate 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.

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | Rp Billions unless otherwise stated

Keterangan	2014	2013	Description
Penjualan Barang Dagangan	14,421.4	12,735.0	Merchandise Sales
Pendapatan MCC	38.6	34.4	MCC Subscription Revenue
Penjualan Kotor	14,460.0	12,769.4	Gross Sales
Laba Kotor yang Disesuaikan	5,028.6	4,347.9	Adjusted Gross Profit
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan (%)	34.9	34.1	Adjusted Gross Profit Margin (%)
Beban Usaha yang Disesuaikan	2,852.5	2,465.7	Adjusted Operating Expenses
EBIT yang Disesuaikan	2,176.1	1,883.2	Adjusted EBIT
Marjin EBIT yang Disesuaikan (%)	15.1	14.8	Adjusted EBIT Margin (%)
EBITDA yang Disesuaikan	2,411.1	2,095.8	Adjusted EBITDA
Marjin EBITDA yang Disesuaikan (%)	16.7	16.5	Adjusted EBITDA Margin (%)
EBITDAR yang Disesuaikan	3,352.7	2,912.4	Adjusted EBITDAR
Marjin EBITDAR yang Disesuaikan (%)	23.2	22.9	Adjusted EBITDAR Margin (%)
Pertumbuhan Penjualan pada Gerai yang Sama (%)	10.7	12.1	SSSG (Same Stores Sales Growth (%)
Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel (Rp Ribu)	17.000	16.560	Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space (Rp Thousands)

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.

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 halaman 95.

Penjualan Barang Dagangan

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

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 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 *point reward* MCC.

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.

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 program and tenant income, adjusted for certain other items as described in the footnotes to the table on page 95.

Merchandise Sales

Defined as Gross Sales excluding MCC loyalty program revenue.

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 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

Keterangan	2014	2013	Description
Pendapatan Bersih	7,925.5	6,754.3	Net Revenue
Beban Penjualan Konsinyasi (1)	6,570.5	6,021.5	CV Cost of Sales (1)
Nilai Akrual *Point Reward* MCC (2)	9.3	7.4	Accrued Value of MCC Reward Points (2)
Pendapatan Pusat Distribusi (3)	(44.9)	(36.6)	Distribution Centre Revenue (3)
Kupon Potongan Tunai	-	23.3	Discount Cash Voucher
Pendapatan Jasa Konsultasi (4)	(0.5)	(0.5)	Consultant Fee Income (4)
Penjualan Kotor	**14,460.0**	**12,769.4**	**Gross Sales**

(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 2013 dan 2014 yang merupakan bagian dari Laporan Tahunan ini, pendapatan penjualan konsinyasi dibukukan sebesar jumlah penjualan produk konsinyasi kepada pelanggan dikurangi jumlah yang terhutang 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 2013 and 2014 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 *point reward* MCC ditambahkan kembali untuk menghitung nilai Penjualan Kotor karena diperlakukan sebagai beban pemasaran dalam laporan manajemen internal Perseroan. *Point 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. 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 kepada Perseroan 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 the Company 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.

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

Keterangan	2014	2013	Description
Penjualan Ritel (1)	4,908.1	4,074.3	DP Sales (1)
Sebagai Persentase dari Penjualan Barang Dagangan	34.0	32.0	As a Percentage of Merchandise Sales
Kenaikan Penjualan Ritel (%)	20.5	28.4	Increase in DP Sales (%)
Penjualan Konsinyasi	9,552.0	8,660.7	CV Sales
Sebagai Persentase dari Penjualan Barang Dagangan	66.0	68.0	As a Percentage of Merchandise Sales
Kenaikan Penjualan Konsinyasi (%)	9.9	12.5	Increase in CV Sales (%)

(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 dari program loyalitas MCC 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 program. 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.

Keterangan	2014	2013	Mutasi | Change (%) 2014 - 2013		Description
	Milliar Rp | Rp Billions				
Jawa	9,000.3	7,911.9	13.8	17.6	Java
Sumatera	2,312.5	2,032.0	13.8	14.9	Sumatera
Kalimantan, Sulawesi dan Maluku	2,407.2	2,150.9	11.9	17.4	Kalimantan, Sulawesi and Maluku
Lainnya	701.4	640.2	9.6	18.8	Others
Jumlah	**14,421.4**	**12,735.0**			**Total**

Tahun yang Berakhir Desember | Years Ended December

Tabel berikut menyajikan Penjualan Barang Dagangan untuk periode tahun 2010-2014.

The following table sets forth Merchandise Sales for 2010 to 2014.

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | Rp Billions unless otherwise stated

Keterangan	2014	2013	2012	2011	2010	Description
Penjualan Barang Dagangan	14,421.4	12,735 .0	10,886.9	9,247.2	7,907.1	Merchandise Sales
Kenaikan Penjualan Barang Dagangan (%)	13.2	17.0	17.7	16.9	14.3	Increase in Merchandise Sales (%)

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 2014.

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.

Pembahasan

Peningkatan Penjualan Barang Dagangan pada periode tahun 2010-2014 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 berekspansi dengan penambahan gerai baru (masing-masing sebanyak 7, 9, 13, 9 dan 8 gerai pada tahun 2010, 2011, 2012, 2013 dan 2014). Rata-rata transaksi telah meningkat selama periode tersebut (Rp202 ribu tahun 2013 dan Rp222 ribu pada tahun 2014). Faktor-faktor ini telah mendorong pertumbuhan Penjualan Barang Dagangan dan parameter kinerja keuangan lainnya seperti dijelaskan di bawah ini.

Penjualan Barang Dagangan meningkat sebesar Rp1.686,4 miliar atau 13,2%, dari Rp12.735,0 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp14.421,4 miliar pada tahun 2014. Peningkatan ini disebabkan oleh naiknya SSSG sebesar 10,7% dan pembukaan 8 gerai baru di 2014. SSSG sebesar 10,7% didukung oleh kinerja positif SSSG yang dialami oleh gerai di seluruh wilayah. Kinerja SSSG gerai-gerai di Jawa sebesar 11,3%, gerai-gerai di Sumatera sebesar 13,3%, gerai-gerai di Kalimantan, Sulawesi dan Maluku sebesar 6,2% dan di wilayah lainnya sebesar 9,6%. Pada tahun 2014, Penjualan Konsinyasi tumbuh sebesar 9,9% dan Penjualan Ritel 20,5%. Persentase Penjualan Barang Dagangan didapat dari Penurunan Penjualan Konsinyasi dari 68,0% pada 2013 menjadi 66,0% pada tahun 2014 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").

Discussion

The increase in Merchandise Sales from 2010 to 2014 was due to improved productivity in existing stores, and the addition of new 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 program to make its stores more attractive to its target customers. Improvements in merchandise mix and the Company's refurbishment program have driven improvements in SSSG as described below. The Company has also expanded by adding new stores (7, 9, 13, 9 and 8 in 2010, 2011, 2012, 2013 and 2014, respectively). Average transaction size has increased during the period (Rp202 thousand in 2013 and Rp222 thousand in 2014). These factors have driven the growth in Merchandise Sales and the other measures of financial performance described below.

Merchandise Sales increased by Rp1,686.4 billion, or 13.2%, from Rp12,735.0 billion in 2013 to Rp14,421.4 billion in 2014. This increase was due to SSSG of 10.7% and the opening of 8 new stores in 2014. The 10.7% SSSG was supported by positive SSSG performance across all regions and, in particular, by SSSG performance in the Java stores of 11.3%, in the Sumatera stores of 13.3%, in the Kalimantan, Sulawesi & Maluku stores of 6.2% and in the Others stores of 9.6%. In 2014, there was an increase in CV Sales of 9.9% and an increase in DP Sales of 20.5%. The percentage of Merchandise Sales attributable to CV Sales decreased from 68.0% in 2013 to 66.0% in 2014 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").

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").

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").

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | Rp Billions unless otherwise stated

Keterangan	2014	2013	Description
Laba Kotor yang Disesuaikan	5,028.6	4,347.9	Adjusted Gross Profit
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan	34.9	34.1	Adjusted Gross Profit Margin (%)
Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel	2,047.2	1,674.3	Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel	41.7	41.1	Adjusted Gross Profit from DP Sales (%)
Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi	2,981.4	2,673.6	Adjusted Gross Profit from CV Sales
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi	31.2	30.9	Adjusted Gross Profit Margin from CV Sales (%)

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

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

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 program, which is not included in Adjusted Gross

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 2013 dan 2014.

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

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 2013 and 2014.

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

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | Rp Billions unless otherwise stated

Keterangan	2014	2013	Description
Laba Kotor	5,048.0	4,363.1	Gross Profit
Ditambah (Dikurangi) :			Plus (minus):
Nilai Pengurangan dari *Point Reward* MCC	9.3	7.4	Accrued Value of MCC Reward Points
Pendapatan Pusat Distribusi	(44.9)	(36.6)	Distribution Centre Revenue
Biaya Pusat Distribusi	16.6	14.5	Distribution Centre Cost
Pendapatan Jasa Konsultasi	(0.5)	(0.5)	Consultant Fee Income
Laba Kotor Disesuaikan	**5,028.6**	**4,347.9**	**Adjusted Gross Profit**

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

Pembahasan

Laba Kotor yang Disesuaikan meningkat sebesar Rp680,7 miliar, atau 15,6%, dari Rp 4.347,9 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp5.028,6 miliar pada tahun 2014. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh meningkatnya Penjualan Barang Dagangan sebesar 13,2% pada tahun 2014 dan turunnya beban pokok pendapatan sebagai persentase dari pendapatan bersih yang menyebabkan peningkatan Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari 34,1% pada tahun 2013 menjadi 34,9% pada tahun 2014. Kenaikan Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan tahun 2014 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 41,1% pada tahun 2013 menjadi 41,7% pada tahun 2014. Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan untuk Penjualan Konsinyasi meningkat dari 30,9% pada 2013 menjadi 31,2% pada tahun 2014.

Discussion

Adjusted Gross Profit increased by Rp680.7 billion, or 15.6%, from Rp4,347.9 billion in 2013 to Rp5,028.6 billion in 2014. This increase was primarily due to an increase in Merchandise Sales of 13.2% in 2014 and a lower cost of sales as a percentage of net revenue which caused an increase in Adjusted Gross Profit Margin from 34.1% in 2013 to 34.9% in 2014. The increase in Adjusted Gross Profit Margin in 2014 reflected improvements in Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales due to continued improvements in the DP merchandising program whereby key DP items are selected and purchased in large quantities at more favourable prices. Adjusted Gross Profit Margin for DP Sales increased from 41.1% in 2013 to 41.7% in 2014. Adjusted Gross Profit Margin for CV Sales increased from 30.9% in 2013 to 31.2% in 2014.

Beban Usaha yang Disesuaikan

Tabel di bawah ini menyajikan perhitungan 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.

Adjusted Operating Expenses

The table below sets forth the calculation of 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.

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | Rp Billions unless otherwise stated

Keterangan	2014	2013	Description
Beban Usaha	2,937.0	2,581.9	Operating Expenses
(Keuntungan)/Kerugian Lainnya – Bersih	27.1	(33.7)	Other (Gains)/Losses – Net
Beban Usaha - Bersih	2,964.1	2,548.2	Operating expenses - Net
Kewajiban Imbalan Kerja (1)	(55.9)	(67.0)	Employee Benefits Obligations (1)
Biaya terkait Aksi Korporasi (2)	(5.6)	-	Costs Related to Corporate Actions (2)
Beban Lain-Lain (3)	(19.8)	(15.0)	Other Costs (3)
(Kerugian)/Keuntungan atas Kebakaran Gerai (4)	(10.9)	13.7	(Losses)/Gain Associated with Fire Destroying Store (4)
Nilai yang Masih Harus Dibayar dari *Point Reward* (5)	9.3	7.4	Accrued value of MCC Reward Points (5)
Pendapatan Pusat Distribusi (6)	(44.9)	(36.6)	Distribution Centre Revenue (6)
Biaya Pusat Distribusi (7)	16.6	14.5	Distribution Centre Cost (7)
Pendapatan Jasa Konsultasi, Pendapatan Bersih	(0.5)	(0.5)	Consultant Fee Income, Net of Expenses
Beban Usaha yang Disesuaikan	2,874.2	2,464.8	Adjusted Operating Expenses
Penyusutan	(228.0)	(206.6)	Depreciation
Amortisasi	(7.0)	(6.0)	Amortisation
Beban Usaha yang Disesuaikan, Sebelum Penyusutan dan Amortisasi	2,639.2	2,252.2	Adjusted Operating Expenses before Depreciation and Amortisation
Sewa (8)	(941.7)	(816.6)	Rent (8)
Beban Usaha yang Disesuaikan, Sebelum Penyusutan, Amortisasi dan Sewa	1,697.5	1,435.6	Adjusted Operating Expenses before Depreciation, Amortisation and Rent

(1) Kewajiban imbalan kerja dibuat sebagai akun kewajiban sesuai dengan hukum ketenagakerjaan Indonesia. Akrual 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 19 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 substracts these provisions to calculate Adjusted Operating Expenses because it considers these non-cash provisions as non-operating in nature. See Note 19 to the financial statements for a discussion of these liabilities.

(2) Biaya terkait dengan aksi korporasi merupakan biaya-biaya atas proses *refinancing*. 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 Loan refinancing prosess. These costs include lawyer fees, consultant fees and share transfer levies. The Management substracts these costs to calculate Adjusted Operating Expenses because it does not consider these expenses to be operating in nature.

(3) Biaya lain-lain pada tahun 2014 merupakan biaya atas Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar untuk Pajak Pemotongan/Pemungutan dan Pajak Pertambahan nilai untuk tahun pajak 2009, 2010, dan 2011. Biaya ini terdiri dari pokok pajak, bunga, dan pinalti.

Other costs in 2014 represented cost attributable to Underpayment Tax Assessment Letters for Withholding Income Tax and Value Added Tax obligations for fiscal years 2009, 2010, and 2011. This cost consists of principal, interest, and penalty.

(4) 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 18 atas laporan keuangan. Biaya ini sepenuhnya diasuransikan dan sebagian diganti pada tahun 2012. Perseroan mendapatkan sisa klaim asuransi yang belum diterima pada tahun 2013. Sedangkan pada tahun 2014, biaya ini merupakan biaya atas penutupan sementara akibat kebakaran pada Gerai King Plaza Bandung dan kebakaran yang terjadi pada sebagian kecil area di Gerai Atrium.

Expenses associated with the loss of a store due to fire in 2011, which were recorded as other gains/(losses) - net. Management substracts 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 18 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. While in 2014, these expenses represented expenses of temporarily closed store due to fire for King Plaza Bandung and fire happened in small area at Atrium.

(5) Nilai akrual terkait *point reward* MCC ditambahkan kembali untuk menghitung Beban Usaha yang Disesuaikan karena diperlakukan sebagai Beban Pemasaran dalam laporan manajemen internal Perseroan.

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.

(6) 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 subtracts this revenue from Adjusted Operating Expenses because it treats this revenue as an offset to the operating expenses of the distribution centre.

(7) 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 adds 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.

(8) 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.

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

Beban Usaha yang Disesuaikan meningkat dari Rp2.464,8 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp2.874,2 miliar pada tahun 2014. Beban Usaha yang Disesuaikan sebagai persentase dari Penjualan Barang Dagangan naik dari 19,3% pada tahun 2013 menjadi 19,9% pada tahun 2014.

Adjusted Operating Expenses increased from Rp2,464.8 billion in 2013 to Rp2,874.2 billion in 2014. Adjusted Operating Expenses as a percentage of Merchandise Sales increased from 19.3% in 2012 to 19.9% in 2014.

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.

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | Rp Billions unless otherwise stated

Keterangan	2014	2013	Description
Laba Bersih Ditambah (Dikurangi) Penyesuaian	1,419.1	1,150.2	Net Profit-Plus/(Minus)Adjustments
Beban Keuangan-Bersih	233.4	291.2	Finance Expense-Net
Beban Pajak Penghasilan	431.4	373.5	Income Tax Expense
Laba Usaha	2,083.9	1,814.9	Operating Profit
Kewajiban Imbalan Kerja (1)	55.9	67.0	Employee Benefits Obligations (1)
Biaya Terkait Aksi Korporasi (2)	5.6	-	Costs Related to Corporate Actions (2)
Biaya Lain-Lain (3)	19.8	15.0	Other Costs (3)
(Kerugian)/Keuntungan atas Kebakaran Gerai (4)	10.9	(13.7)	(Losses)/Gain associated with Fire Destroying Store (4)
EBIT yang Disesuaikan	2,176.1	1,883.2	Adjusted EBIT
Penyusutan	228.0	206.6	Depreciation
Amortisasi	7.0	6.0	Amortisation
EBITDA yang Disesuaikan	2,411.1	2,095.8	Adjusted EBITDA
Sewa (5)	941.7	816.6	Rent (5)
EBITDAR yang Disesuaikan	3,352.7	2,912.4	Adjusted EBITDAR

(1) Kewajiban imbalan kerja dibuat sebagai akun kewajiban sesuai dengan hukum ketenagakerjaan Indonesia. Akrual 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 19 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 substract these provisions to calculate Adjusted Operating Expenses because it considers these non-cash provisions as non-operating in nature. See Note 19 to the financial statements for a discussion of these liabilities.

(2) Biaya terkait dengan aksi korporasi merupakan biaya-biaya atas proses *refinancing*. 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 Loan refinancing process. These costs include lawyer fees, consultant fees and share transfer levies. Management adds 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 lain-lain pada tahun 2014 merupakan biaya atas Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar untuk Pajak Pemotongan/Pemungutan dan Pajak Pertambahan nilai untuk tahun pajak 2009, 2010, dan 2011. Biaya ini terdiri dari pokok pajak, bunga, dan pinalti.

Other costs in 2014 represented cost attributable to Underpayment Tax Assessment Letters for Witholding Income Tax and Value Added Tax obligations for fiscal years 2009, 2010, and 2011. This cost consists of principal, interest, and penalty.

(4) 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 kembal 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. Sedangkan pada tahun 2014 biaya ini merupakan biaya atas penutupan sementara akibat kebakaran pada Gerai King Plaza Bandung dan kebakaran yang terjadi pada sebagian kecil area di Gerai Atrium.

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. While in 2014, these expenses represented expenses of temporarily closed store due to fire for King Plaza Bandung and fire happened in small area at Atrium.

(5) 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

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

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 Rp440,3 miliar atau 15,1%, dari Rp2.912,4 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp3.352,7 miliar pada tahun 2014. Peningkatan EBITDAR yang Disesuaikan didorong oleh peningkatan Penjualan Barang Dagangan sebesar 13,2% pada tahun 2014 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 naik dari 22,9% pada tahun 2013 menjadi 23,2% pada tahun 2014 karena kenaikan Laba Kotor sebagai persentase dari Penjualan Barang Dagangan dari 34,3% pada tahun 2013 menjadi 35,0% pada tahun 2014.

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 Rp440.3 billion, or 15.1%, from Rp2,912.4 billion in 2013 to Rp3,352.7 billion in 2014. The increase in Adjusted EBITDAR was driven by an increase in Merchandise Sales of 13.2% in 2014 and reflected improvements in Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales due to continued improvements in the DP merchandising program whereby key DP items are selected and purchased in large quantities at more favourable prices.

Adjusted EBITDAR margin increased from 22.9% in 2013 to 23.2% in 2014 due to an increase in Gross Profit as a percentage of Merchandise Sales from 34.3% in 2013 to 35.0% in 2014.

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 Rp315,3 miliar, atau 15,0%, dari Rp2.095,8 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp2.411,1 miliar pada tahun 2014. Peningkatan ini terutama karena alasan yang telah dijelaskan di atas, di*offset* dengan adanya kenaikan upah minimum lebih dari 15,0% di tahun 2014. Kenaikan tarif listrik sebesar 25.02% juga berdampak terhadap EBITDA. Marjin EBITDA yang Disesuaikan meningkat dari 16,5% pada tahun 2013 menjadi 16,7% pada tahun 2014.

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 nonrecurring 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 Rp315.3 billion, or 15.0%, from Rp2,095.8 billion in 2013 to Rp2,411.1 billion in 2014. This increase was primarily due to the reasons described above and was offset by an increase of the minimum wage which was more than 15.0% in 2014. An increase of electricity fare of 25.02% also gave impact on EBITDA. Adjusted EBITDA Margin increased from 16.5% in 2013 to 16.7% in 2014.

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 Rp292,9 miliar atau 15,5%, dari Rp1.883,2 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp2.176,1 miliar pada tahun 2014. Peningkatan ini terutama karena alasan yang dijelaskan di atas, di*offset* akibat peningkatan Beban Penyusutan dan Amortisasi sebesar 10,5% dari Rp212,5 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp235,0 miliar pada tahun 2014 sehubungan dengan pembukaan 8 gerai baru, renovasi dari 26 gerai dan belanja modal lainnya yang terjadi pada tahun 2014. Sebagai persentase dari Penjualan Kotor, besarnya Penyusutan dan Amortisasi adalah 1,6% untuk tahun 2013 dan 2014. Marjin EBIT yang Disesuaikan meningkat dari 14,8% pada tahun 2013 menjadi 15,1% pada tahun 2014.

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 Rp292.9 billion, or 15.5%, from Rp1,883.2 billion in 2013 to Rp2,176.1 billion in 2014. This increase was primarily due to the reasons described above and an 10.5% increase in Depreciation and Amortisation Expenses from Rp212.5 billion in 2013 to Rp235.0 billion in 2014 associated with the opening of 8 new stores, the refurbishment of 26 stores and other capital expenditure incurred in 2014. As a percentage of Gross Sales, Depreciation and Amortisation was 1.6% for 2013 and 2014. Adjusted EBIT margin decreased from14.8% in 2013 to 15.1% in 2014.

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 2010 sampai 2014. 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 2010 to 2014. 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.

Keterangan	2014	2013	2012	2011	2010	Description
SSSG (%)	10.7	12.1	11.1	13.6	11.2 (1)	SSSG (%)
Jumlah Gerai yang Dibuka pada Tahun Tersebut	8	9	13	9	7	Number of Stores Opened during the Year

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

Pembahasan

Perseroan telah mengalami pertumbuhan penjualan gerai yang sama (SSSG) yang kuat, rata-rata 11,7% per tahun selama periode tahun 2010-2014. Tingkat SSSG yang baik didorong oleh program renovasi gerai, perbaikan dalam

Discussion

The Company has experienced strong same store sales growth, averaging 11.7% a year, from 2010 to 2014. Growth in same store sales has been driven by the Company's refurbishment program, improvements in its mix of

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.

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.

Tabel berikut menyajikan SSSG berdasarkan segmen geografis.

The following table sets forth SSSG by geographical segment.

Persentase (%) | Percentage (%)

Keterangan	2014	2013	Description
Jawa	11.3	13.9	Java
Sumatera	13.3	10.9	Sumatera
Kalimantan, Sulawesi dan Maluku	6.2	6.9	Kalimantan, Sulawesi and Maluku
Lainnya	9.6	8.8	Others
Jumlah	**10.7**	**12.1**	**Total**

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

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 2010-2014. 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 believes its stores have performed well during the period from 2010 to 2014. Management believes consistent 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 2011-2014, 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 2014, 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.

Keterangan	2014	2013	Description
Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel (Ribu Rupiah)	17.000	16.560	Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space (Rp Thousands)
Pertumbuhan Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel (%)	2.7	7.1	Growth of Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space (%)

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

DASAR PERSIAPAN LAPORAN KEUANGAN

Laporan keuangan historis Perseroan untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2013 dan 2014 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).

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

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 di dalam "Tambahan Modal Disetor" 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.

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 2013 and 2014 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.

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

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 in the "Additional Paid in Capital" 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.

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.

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.

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.

Pendapatan Jasa juga termasuk biaya yang dibayarkan untuk konsultasi dan jasa manajemen yang diberikan kepada MI 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 besarannya ditentukan secara terukur dan wajar. Pendapatan jasa yang dihasilkan oleh pusat distribusi diperlakukan sebagai utang berdasarkan perjanjian dengan masing-masing vendor konsinyasi.

Service Fees

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

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

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.

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.

Laba Kotor

Laba Kotor terdiri dari pendapatan bersih dikurangi Beban Pokok Pendapatan.

Gross Profit

Gross Profit comprises Net Revenue less Cost of Revenue.

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, Pemeliharaaan dan Perbaikan, Pajak, Perijinan, Amortisasi, Beban Konsumsi, dan Beban Seragam.

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.

(Kerugian)/Keuntungan Lainnya-Bersih

Pada 2014, Kerugian Lainnya-Bersih terutama terdiri dari Pembayaran Surat ketetapan Pajak Kurang Bayar untuk Pajak Pemotongan/Pemungutan dan Pajak Pertambahan Nilai untuk tahun Pajak 2009, 2010, dan 2011.

Other (Losses)/Gain-Net

In 2014, other Losses-Net primarily comprises payment attributable to Underpayment Tax Assessment Letters for Witholding Income Tax and Value Added Tax Obligation for Fiscal years 2009, 2010, dan 2011 .

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.

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 Usaha Tahun 2014 dan 2013
Results of Operations for 2014 and 2013

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | Rp Billions unless otherwise stated

Keterangan	2014	2013	Description
Pendapatan			Revenue
Penjualan Ritel	4,898.7	4,043.6	Retail Sales
Penjualan Konsinyasi-Bersih	2,981.4	2,673.6	Consignment Sales-Net
Pendapatan Jasa	45.4	37.1	Services Fee
Pendapatan Bersih	7,925.5	6,754.3	Net Revenue
Beban Pokok Pendapatan	(2,877.5)	(2,391.3)	Cost of Revenue
Laba Kotor	5,048.0	4,363.0	Gross Profit
Beban Usaha	(2,937.0)	(2,581.9)	Operating Expenses
(Kerugian)/Keuntungan - Bersih	(27.1)	33.7	Other (Loss) Gains-Net
Laba Usaha	2,083.9	1,814.9	Operating Profit
Penghasilan Keuangan	22.6	17.9	Finance Income
Biaya Keuangan	(256.0)	(309.2)	Finance Cost
Biaya Keuangan-Bersih	(233.4)	(291.2)	Finance Expense-Net
Laba sebelum Pajak Penghasilan	1,850.5	1,523.6	Profit before Income Tax
Beban Pajak Penghasilan	(431.4)	(373.5)	Income Tax Expense
Laba Bersih	1,419.1	1,150.2	Net Profit
Pendapatan Komprehensif Lainnya	-	-	Other Comprehensive Income
Pendapatan Komprehensif	1,419.1	1,150.2	Comprehensive Income

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

PERBANDINGAN HASIL KINERJA USAHA TAHUN 2013 DAN 2014

Pendapatan Bersih
Pendapatan Bersih Perseroan meningkat Rp1.171,2 miliar atau 17,3%, dari Rp6.754,3 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp7.925,5 miliar pada tahun 2014. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh peningkatan Penjualan Barang Dagangan sebesar 13,2% yang dipicu oleh peningkatan SSSG sebesar 10,7% pada tahun 2014, pertumbuhan segmen pelanggan yang menjadi target Perseroan, peningkatan *disposable income* dari segmen pelanggan tersebut, perbaikan berkelanjutan dalam kombinasi produk, serta pembukaan 8 gerai baru dan renovasi 26 gerai lainnya.

Penjualan Ritel Perseroan, yang terutama terdiri dari Penjualan Ritel, meningkat sebesar Rp855,1 miliar, atau 21,1%, dari Rp4.043,6 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp4.898,7 miliar pada tahun 2014. 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 2013 AND 2014

Net Revenue
The Company's Net Revenue increased by Rp1,171.2 billion, or 17.3%, from Rp6,754.3 billion in 2013 to Rp7,925.5 billion in 2014. This increase was primarily due to an increase in Merchandise Sales of 13.2% due to increases in SSSG of 10.7% in 2014, growth of the Company's target customer segment, increasing disposable income of that customer segment, improvements in merchandise mix, the opening of 8 new stores and the refurbishment of 26 stores.

The Company's Retail Sales, which primarily comprises DP Sales, increased by Rp855.1 billion, or 21.1%, from Rp4,043.6 billion in 2013 to Rp4,898.7 billion in 2014. This increase was due to the reasons described above and, in particular, increasing demand for DP Goods.

Pendapatan Bersih Perseroan dari Penjualan Konsinyasi meningkat Rp307,8 miliar, atau 11,5%, dari Rp2.673,6 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp2.981,4 miliar pada tahun 2014. Kenaikan ini disebabkan alasan yang dijelaskan di atas, yang sebagian diimbangi dengan pergeseran dari Penjualan Konsinyasi ke Penjualan Ritel.

The Company's Net Revenue from CV Sales increased by Rp307.8 billion, or 11.5%, from Rp2,673.6 billion in 2013 to Rp2,981.4 billion in 2014. This increase was due the reasons described above, offset in part by a shift from CV Sales to DP Sales.

Pendapatan Jasa Perseroan meningkat sebesar Rp8,3 miliar, atau 22,4%, dari Rp37,1 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp45,4 miliar pada 2014. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh peningkatan penggunaan pusat distribusi dan logistik Perseroan oleh vendor konsinyasi untuk kegiatan pendistribusian produk mereka ke gerai Perseroan.

The Company's Services Fees increased by Rp8.3 billion, or 22.4%, from Rp37.1 billion in 2013 to Rp45.4 billion in 2014. This increase was principally due the increasing use by consignment vendors of the Company's distribution and logistics centre to deliver their products to the Company's stores.

Beban Pokok Pendapatan

Beban Pokok Pendapatan Perseroan meningkat Rp486,2 miliar, atau 20,3%, dari Rp2.391,3 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp2.877,5 miliar pada tahun 2013. Hal ini disebabkan oleh adanya kenaikan Penjualan Ritel sebesar 21,1%, yang terutama terdiri dari Produk Ritel seperti dijelaskan di atas.

Cost of Revenue

The Company's Cost of Revenue increased by Rp486.2 billion, or 20.3%, from Rp2,391.3 billion in 2013 to Rp2,877.5 billion in 2014. This increase was due to the 21.1% increase in Retail Sales, primarily comprising Retail Goods, as described above.

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 *key item* 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 2014 adalah 58,7%, turun dari 59,1% pada tahun 2013.

Cost of revenue grew less quickly than retail sales due to the Company's increment of purchasing power from increasing volume of DP Goods purchased and other initiatives such as the key item program, 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 2014 was 58.7% which represented a decrease from 59.1% in 2013.

Laba Kotor

Karena faktor di atas, Laba Kotor Perseroan meningkat Rp685,0 miliar atau 15,7%, dari Rp4.363,0 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp5.048,0 miliar pada tahun 2014 terutama disebabkan meningkatnya kontribusi dari Penjualan Konsinyasi dan Penjualan Ritel. Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Produk Ritel meningkat 22,2%. Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi, yang diukur dengan Pendapatan Bersih dari Penjualan Konsinyasi, meningkat sebesar 11,5% pada tahun 2014.

Gross Profit

Due to the factors described above, the Company's Gross Profit increased by Rp685.0 billion, or 15.7%, from Rp4,363.0 billion in 2013 to Rp5,048.0 billion in 2014 primarily due to increased contribution from CV Sales and DP Sales. Adjusted Gross Profit from DP Sales increased by 22.2%. Adjusted Gross Profit from CV Sales, which is measured by Net Revenue from CV Sales, increased by 11.5% in 2014.

Tabel di bawah ini meyajikan komponen-komponen Beban Usaha pada tahun 2014 dan 2013.

The table below sets forth the components of Operating Expenses in 2014 and 2013.

Keterangan	2014	2013	Mutasi | Change (%) 2014 - 2013	Description
	Milliar Rp | Rp Billions			
Sewa	941.7	816.6	15.3	Rent
Gaji dan Kesejahteraan Karyawan	861.5	788.5	9.3	Salaries and Allowance
Utilitas	316.5	248.8	27.2	Utilities
Penyusutan	228.0	206.6	10.4	Depreciation
Jasa Operasional	164.6	146.5	12.4	Operational Services
Pemasaran	164.4	147.3	11.6	Marketing

Keterangan	2014	2013	Mutasi | Change (%) 2014 - 2013	Description
	Milliar Rp | Rp Billions			
Kartu Kredit	54.1	45.5	18.9	Credit Card
Asuransi	44.0	38.2	15.2	Insurance
Kantong Plastik	32.6	30.2	7.6	Plastics Bags
Perjalanan Dinas	25.3	22.6	12.3	Business Travel
Pemeliharaan dan Perbaikan	20.7	18.7	10.7	Repair and Maintenance
Pajak dan Ijin	17.0	15.3	10.9	Tax and Licenses
Telekomunikasi	16.6	15.4	7.6	Telecommunication
Konsultan	14.4	8.1	77.7	Consultant
Barang Konsumsi	10.3	10.3	-0.1	Consumables
Amortisasi	7.0	6.0	16.1	Amortisation
Seragam	4.9	5.3	-7.9	Uniform
Lain-lain	13.4	11.9	12.8	Others
Jumlah	**2,937.0**	**2,581.9**	**13.8**	**Total**

Beban Usaha

Beban Usaha Perseroan meningkat sebesar Rp355,1 miliar atau sebesar 13,8% dari Rp2.581,9 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp2.937,0 miliar pada tahun 2014. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh kenaikan Beban Sewa, Beban Gaji dan Kesejahteraan Karyawan, Beban Utilitas dan Beban Depresiasi.

Operating Expenses

The Company's Operating Expenses increased by Rp355.1 billion or 13.8% from Rp2,581.9 billion in 2013 to Rp2,937.0 billion in 2014. This increase was primarily due to increase in Rent, Salaries and Allowance, Utilities, and Depreciation.

Selama tahun 2014, Beban Sewa meningkat sebesar Rp125,1 miliar atau 15,3% dan beban utilitas meningkat Rp67,7 miliar atau 27,2% sebagai akibat dari pembukaan 8 gerai baru. Sedangkan peningkatan Beban Gaji dan Kesejahteraan Karyawan sebesar Rp73,0 miliar atau 9,3% disebabkan oleh kenaikan upah minimum sebesar 15,9%, penambahan karyawan karena pembukaan 8 gerai baru dan perluasan pada gerai yang ada. Walaupun demikian, kenaikan ini di *offset* dengan adanya penelaahan terus menerus yang dilakukan oleh Perseroan terhadap produktivitas karyawan dan tingkat pelayanan kepada konsumen. Optimalisasi produktivitas karyawan dengan selalu menjaga tingkat pelayanan kepada konsumen ini menghasilkan komposisi karyawan yang ideal. Beban Depresiasi Perseroan meningkat Rp21,4 miliar atau 10,4% pada 2014 dikarenakan pembukaan 8 gerai baru.

In 2014, Rent increased by Rp125.1 billion or 125.1% and Utilities increased by Rp67.7 billion or 27.2% due to the opening of 8 new stores. Whereas, the increase of Salaries and Allowance by Rp73.0 billion or 9.3% due to increase in the minimum wage of 15.9%, increased in staffing as a result of the opening 8 new stores and increased in activity in existing stores. However, these increments were offseted with the Company's continuous review on employee productivity and consumer service level. Optimization of employee productivity together with consumer service level resulted to ideal employee composition. Depreciation Expense increased by Rp21.4 billion or 10.4% in 2014 due to the opening of 8 new stores.

Keuntungan/(Kerugian) Lainnya-Bersih

Kerugian Lainnya-Bersih bertambah Rp60,8 miliar dari keuntungan sebesar Rp33,7 miliar pada tahun 2013 menjadi kerugian Rp27,1 miliar pada tahun 2014.

Other Gains/(Losses)-Net

The Company's Other Losses-Net changed by Rp60.8 billion from Rp33.7 billion in 2013 to Rp27.1 billion in 2014.

Biaya Keuangan

Biaya Keuangan Perseroan turun Rp53,2 miliar atau 17,2%, dari Rp309,2 miliar pada 2013 menjadi Rp256,0 miliar pada tahun 2014. Penurunan ini disebabkan oleh penurunan saldo utang Perseroan karena percepatan pembayaran pokok pinjaman atas fasilitas pinjaman sindikasi sebesar Rp950,0 miliar selama 2014. Penurunan Biaya Keuangan juga mencerminkan turunnya Beban Suku Bunga secara keseluruhan setelah pelunasan Pinjaman Sindikasi pada bulan Juni 2014 dan ditariknya fasilitas Pinjaman Sindikasi baru yang mengurangi suku bunga dari sebesar JIBOR +4,75% menjadi sebesar JIBOR+3,00%.

Finance Cost

The Company's Finance Cost decreased by Rp53.2 billion, or 17.2%, from Rp309.2 billion in 2013 to Rp256.0 billion in 2014. This decrease was due to decreases in the Company's outstanding indebtedness following accelerated prepayment of loan principal under the syndicated loan facility of Rp950.0 billion during 2014. Decreased Finance Costs also reflects lower overall interest rates following the repayment of the Syndicated Loan in June 2014 and the drawn down of the new syndicated loan facility which reduced the interest rate from JIBOR + 4.75% to JIBOR + 3.00% .

Biaya Keuangan-Bersih

Biaya Keuangan-bersih Perseroan turun Rp57,8 miliar atau 19,8%, dari Rp291,2 miliar pada 2013 menjadi Rp233,4 miliar pada tahun 2014. 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 Rp57.8 billion, or 19.8%, from Rp291.2 billion in 2013 to Rp233.4 billion in 2014. 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 Rp326,9 miliar atau 21,4% dari Rp1.523,6 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp1.850,5 miliar pada tahun 2014 karena alasan yang dijelaskan di atas, termasuk kenaikan 17,3% pada pendapatan bersih, peningkatan laba kotor menjadi sebesar Rp5.048,0 miliar dan penurunan Biaya Keuangan sebesar Rp53,2 miliar.

Profit before Income Tax

The Company's Profit before Income Tax increased Rp326.9 billion, or 21.4% from Rp1,523.6 billion in 2013 to Rp1,850.5 billion in 2014 due to reasons described above including, the 17.3% increase in Net Revenue, the increase of Gross Profit to Rp5,048.0 billion and a decrease in Finance Cost of Rp53.2 billion.

Beban Pajak Penghasilan

Beban Pajak Penghasilan naik sebesar Rp57,9 miliar atau 15,5%, dari Rp373,5 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp431,4 miliar pada tahun 2014 karena meningkatnya kinerja Perseroan yang tercermin dalam Laba Sebelum Pajak.

Income Tax Expense

Income Tax Expense increased Rp57.9 billion, or 15.5%, from Rp373.5 billion in 2013 to Rp431.4 billion in 2014 due to increment in Company's performance that was reflected in Profit before Tax.

Laba Bersih

Dengan penjelasan di atas, maka Laba Bersih Perseroan meningkat Rp268,9 miliar atau 23,4%, dari Rp1.150,2 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp1.419,1 miliar pada tahun 2014.

Net Profit

For the reasons described above, the Company's Net Profit increased Rp268.9 billion or 23.4% from Rp1,150.2 billion in 2013 to Rp1,419.1 billion in 2014.

LAPORAN POSISI KEUANGAN

STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

Aset

Total aset meningkat dari Rp2.936,8 miliar pada tahun 2013 menjadi Rp3.408,4 miliar pada tahun 2014, terutama dari Persediaan dan Uang Muka Sewa.

Assets

Total assets increased from Rp2,936.8 billion in 2013 to Rp3,408.4 billion in 2014, mainly for Inventories and Rental Advances.

Posisi Keuangan
Statements of Financial Position

Keterangan	2014	2013	Mutasi | Change (%) 2014 - 2013	Description
	Milliar Rp | Rp Billions			
Kas dan Setara Kas	785.9	772.2	1.8%	Cash and Cash Equivalents
Piutang Usaha	45.1	32.8	37.4%	Trade Receivables
Piutang Lain-Lain	64.3	30.1	113.4%	Other Receivables
Persediaan	955.2	723.8	32.0%	Inventories
Pajak Dibayar di Muka	71.6	27.8	158.0%	Prepaid Taxes
Beban Dibayar di Muka	4.2	9.3	-55.2%	Prepaid Expenses
Sewa Dibayar di Muka	83.1	81.6	1.8%	Prepaid Rent Expenses
Uang Muka Sewa	81.9	12.4	560.9%	Rental Advance
Aset Lancar Lainnya	26.2	13.0	101.7%	Other Current Assets
Jumlah Aset Lancar	**2,118.0**	**1,703.0**	24.3%	**Total Current Assets**

Posisi Keuangan
Statements of Financial Position

Keterangan	2014	2013	Mutasi | Change (%) 2014 - 2013	Description
	Milliar Rp | Rp Billions			
Kas yang Dibatasi Penggunaannya	-	25.6	-100.0%	Restricted Cash
Uang Muka Pembelian Aset Tetap	49.0	11.6	321.3%	Advances for Purchases of Fixed Asset
Aset Pajak Tangguhan	44.7	43.0	3.9%	Deferred Tax Assets
Aset Tetap	726.0	727.2	-0.2%	Fixed Asset
Sewa Jangka Panjang	317.6	289.3	9.8%	Long-Term Lease
Uang Jaminan	129.2	108.9	18.6%	Refundable Deposits
Aset Tidak Lancar Lainnya	24.6	28.2	-13.1%	Other Non Current Assets
Jumlah Aset Tidak Lancar	**1,290.9**	**1,233.8**	**4.6%**	**Total Non Current Asset**
Jumlah Aset	**3,408.4**	**2,936.8**	**16.1%**	**Total Assets**

Aset Lancar

Aset lancar Perseroan yang sebagian besar terdiri dari Kas, Setara Kas dan Persediaan, meningkat 24,3% dari tahun 2013 menjadi Rp2.118,0 miliar pada tahun 2014. Kenaikan Persediaan sejalan dengan pembukaan 8 gerai baru pada tahun 2014. Kenaikan ini juga disebabkan oleh kenaikan harga barang dagangan dan meningkatnya jumlah persediaan untuk memenuhi kenaikan target penjualan.

Current Assets

The Company's Current Assets consisted predominantly of Cash and Cash Equivalents and Inventories, increasing 24.3% from 2013 to Rp2,118.0 billion in 2014. Increase in Inventory account was in line with the opening of 8 new stores in 2014. This increment was also due to higher merchandise price as well as higher inventory quantity in store to accomodate higher sales target.

Aset Tidak Lancar

Aset Tidak Lancar meningkat 4,6% menjadi Rp1.290,9 miliar pada akhir tahun 2014 dengan kontribusi utama dari pembayaran Uang Muka Pembelian Aset Tetap.

Non Current Assets

Non-Current Assets increased by 4.6% to Rp1,290.9 billion by year end 2014 with the major contribution from Advances for Purchases of Fixed Assets.

Kewajiban

Secara keseluruhan, Kewajiban Perseroan mengalami penurunan sebesar Rp487,0 miliar yang menunjukkan efektivitas strategi Perseroan untuk melakukan pelunasan pinjaman sindikasi.

Liabilities

Overall, Liabilities decreased Rp487.0 billion since shown effectiveness of company strategy to pay syndicated loan.

Posisi Keuangan
Statements of Financial Position

Keterangan	2014	2013	Mutasi | Change (%) 2014 - 2013	Description
	Milliar Rp | Rp Billions			
Utang Usaha	1,410.8	1,265.9	11.4%	Trade Payables
Utang Lain-Lain	148.7	92.9	60.0%	Other Payables
Utang Pajak	143.5	87.1	64.9%	Taxes Payable
Akrual - Bagian Jatuh Tempo dalam 1 Tahun	401.6	303.7	32.3%	Accrued Expenses- Current Portion
Kewajiban Imbalan Tenaga Kerja Jangka Pendek	7.9	3.3	137.4%	Short-term Employee Benefits Obligation
Penghasilan Tangguhan	127.0	108.1	17.4%	Deferred Income
Pinjaman Bank - Bagian Jatuh Tempo dalam 1 Tahun	279.0	29.1	857.1%	Bank Loans-Current Portion
Jumlah Kewajiban Lancar	**2,518.5**	**1,890.1**	**33.2%**	**Total Current Liabilities**
Pinjaman Bank - Bagian Jatuh Tempo Lebih dari 1 Tahun	410.2	1,566.5	-73.8%	Bank Loans-Non Current Portion
Kewajiban Imbalan Kerja	302.1	261.6	15.5%	Employee Benefits Obligation
Jumlah Kewajiban Tidak Lancar	**712.3**	**1,828.1**	**-61.0%**	**Total Non Current Liabilities**
Jumlah Kewajiban	**3,230.8**	**3,718.2**	**-13.1%**	**Total Liabilities**

Posisi Keuangan
Statements of Financial Position

Keterangan	2014	2013	Mutasi | Change (%) 2014 - 2013	Description
	Milliar Rp | Rp Billions			
Modal Saham	386.8	386.8	0.0%	Share Capital
Tambahan Modal Disetor	(3,571.9)	(3,571.9)	0.0%	Additional Paid in Capital
Saldo Laba	3,362.7	2,403.7	39.9%	Retained Earnings
Dicadangkan	116.4	116.4	0.0%	Appropriated
Tidak Dicadangkan	3,246.3	2,287.3	41.9%	Unappropriated
Jumlah Ekuitas	**177.6**	**(781.4)**	**-122.7%**	**Total Equity**
Jumlah Kewajiban dan Ekuitas	**3,408.4**	**2,936.8**	**16.1%**	**Total Liabilities and Equity**

Kewajiban Lancar

Kewajiban Lancar meningkat menjadi Rp2.518,5 miliar pada tahun 2014 dari Rp1.890,1 miliar pada tahun 2013 sebagai dampak dari pinjaman sindikasi baru di tahun 2014.

Current Liabilities

Current liabilities increased to Rp2,518.5 billion in 2014 from Rp1,890.1 billion in 2013 as a result of new syndicated loan in 2014.

Kewajiban Tidak Lancar

Kewajiban Tidak Lancar menurun sebagai hasil dari pembayaran pinjaman sindikasi. Tingkat suku bunga untuk pinjaman sindikasi dan Pinjaman *Revolving* adalah 3,00% per tahun ditambah JIBOR.

Non Current Liabilities

Non-Current Liabilities decreased as a result of syndicated loan repayment. The rate of interest payable for Sindicated Loan and Revolving Loan is 3.00% 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 2014 dapat menurunkan ekuitas negatif dari Rp781,4 miliar pada 31 Desember 2013 menjadi ekuitas positif Rp177,6 miliar pada 31 Desember 2014.

Equity

Following the merger between Matahari and MI in 2010, the Company has been in a situation of negative equity. Positive Profit balances in 2014 have impact the decreasing of negative equity from Rp781.4 billion in 31 December 2013 to positive equity Rp177.6 billion in 31 December, 2014.

Struktur Modal
Capital Structure

Modal Ditempatkan dan Disetor | Issued and Fully Paid Shares

Pemegang Saham / Shareholders	31 December 2014			31 December 2013		
	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	3.495.552	17.477.760.000	0.12
b. Seri B @ Rp 350	67,951,843	23,783,145,050	2.33	67.951.843	23.783.145.050	2.33
c. Seri C @ Rp 100	342,192,236	34,219,223,600	11.73	867.192.236	86.719.223.600	29.72
Subtotal	413,639,631	75,480,128,650	14.18	938.639.631	127.980.128.650	32.17
2. PT Multipolar Tbk						
a. Seri A @Rp 5,000	1,188,290	5,941,450,000	0.04	1.188.290	5.941.450.000	0.04
b. Seri B @ Rp 350	44,017,453	15,406,108,550	1.51	44.017.453	15.406.108.550	1.51
c. Seri C @ Rp 100	552,323,757	55,232,375,700	18.93	552.323.757	55.232.375.700	18.93
Subtotal	597,529,500	76,579,934,250	20.48	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	1.485.118	7.425.590.000	0.05
b. Seri B @ Rp 350	147,127,024	51,494,458,400	5.04	147.127.024	51.494.458.400	5.04
c. Seri C @ Rp 100	1,758,136,807	175,813,680,700	60.25	1.233.136.807	123.313.680.700	42.26
Subtotal	1,906,748,949	234,733,729,100	65.35	1.381.748.949	182.233.729.100	47.34
Jumlah I 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".

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.

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

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

Rasio
Ratio

Rasio Operasional	2014	2013	Operational Ratio
Peningkatan Penjualan Barang Dagangan dari Tahun Sebelumnya	13.2%	17.2%	Merchandise Sales Increase over Prior Year
Kinerja Gerai Pembanding*	10.7%	12.1%	Compstore Performance*
Laba Kotor (per Total Penjualan)	34.9%	34.2%	Gross Profit (as % of Gross Sales)
Laba Operasi (per Total Penjualan Barang Dagangan)	14.4%	14.2%	Operating Profit (as % of Merchandise Sales)

* 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 Perseroan berjalan dengan baik dalam ikatan perjanjian bank, dan terus meningkatkan kinerjanya pada tahun 2014.

SOLVENCY

As can be seen from the table below, the Company operates well within its bank covenants, and continues to improve its performance in 2014.

Perjanjian	2014	2013	Covenant
1. UTANG KOTOR TERHADAP LABA USAHA SEBELUM PENYUSUTAN, BUNGA DAN PAJAK | GROSS DEBT TO EBITDA			
Batas maksimal	1.50 x	2.50 x	Covenant
Pencapaian	-0.04 x	0.80 x	Actual
2. RASIO KEMAMPUAN MEMBAYAR KEMBALI PINJAMAN | DEBT SERVICE COVERAGE RATIO			
Batas minimal	1.30 x	1.40 x	Covenant
Pencapaian	12.95 x	9.71 x	Actual

KOMITMEN DAN LIABILITAS KONTINJENSI

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 2014.

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, 2014.

Keterangan | Description	Kurang dari 3 Bulan Less than Three Months	Antara 3 Bulan dan 1 Tahun Between 3 Months and 1 Year	Antara 1 dan 2 Tahun Between 1 and 2 Years	Antara 2 dan 5 Tahun Between 2 and 5 Years	Jumlah | Total
Pinjaman Bank | Bank Loans	14,763	331,722	430,082	-	776,567

Perseroan juga memiliki perjanjian sewa. Diperkirakan pada tanggal 31 Desember 2014 total komitmen sewa mencapai Rp918,9 miliar untuk jangka waktu sewa 10 sampai 11 tahun.

Sampai dengan tanggal 31 Desember 2014 Perseroan menandatangani 10 nota kesepahaman untuk membuka gerai baru di tahun 2015 dan 7 nota kesepahaman untuk membuka gerai baru di tahun 2016. Gerai-gerai tersebut berlokasi di berbagai wilayah Indonesia dan diharapkan sudah akan ada yang mulai beroperasi secara komersial pada akhir tahun 2015.

Liabilitas Kontinjensi

Perseroan tidak memiliki Liabilitas Kontinjensi yang signifikan sampai pada tanggal 31 Desember 2014 dan 2013.

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:

The Company also has lease commitments. These estimated total lease commitments as at December 31, 2014 are Rp918.9 billion for leases of 10 to 11 years.

As at December 31, 2014 the Company has also signed 10 memorandum of understanding for opening new stores in 2015 and 7 memorandum of understanding for opening new stores in 2016. The stores are located in several locations in Indonesia and are expected to start commercial operations by the end of 2015.

Contingent Liabilities

The Company had no significant Contingent Liabilities as at December 31, 2014 and 2013.

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:

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | Rp Billions unless otherwise stated

Keterangan	2014	2013	Description
Gerai baru (1)	142.2	104.9	New stores (1)
Renovasi (2)	170.5	105.3	Refurbishments (2)
TI dan perawatan	64.7	61.5	IT & maintenance
Jumlah	**377.4**	**271.7**	**Total**

(1) Perseroan membuka 9 dan 8 gerai baru masing-masing pada tahun 2013 dan 2014
The Company opened 9 and 8 new stores in 2013 and 2014, respectively.

(2) Perseroan merenovasi 16 dan 26 gerai masing-masing pada tahun 2013 dan 2014
The Company refurbished 16 and 26 stores in 2013 and 2014, respectively.

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

Perseroan membelanjakan antara Rp8,6 miliar hingga Rp26,2 miliar untuk belanja modal pada pembukaan setiap gerai baru. Perseroan membelanjakan antara Rp0,2 miliar hingga Rp13,8 miliar untuk belanja modal untuk renovasi gerai.

Pada tanggal 31 Desember 2014, Perseroan mempunyai komitmen untuk membeli aset tetap, termasuk perlengkapan untuk gerai baru dan gerai yang diperbaharui dan peralatan teknologi informasi, sebesar Rp596,0 miliar. Pada tahun 2013, Perseroan memiliki komitmen modal sebesar Rp544,0 miliar.

The Company spends between approximately Rp8.6 billion to 26.2 billion in capital expenditure on the opening of each new store. The Company spends between approximately Rp0.2 billion to Rp13.8 billion in capital expenditure on the refurbishment of a store.

As at December 31, 2014, the Company had commitments to purchase fixed assets, comprising the fixtures for new and refurbished stores and IT equipment, amounting to Rp596.0 billion. In 2013, the Company had capital commitments amounting to Rp544.0 billion.

PERPAJAKAN

Rasio pajak terutang selama periode laporan adalah 24,5% untuk 2013 dan 23,3% untuk 2014. Hal ini terutama disebabkan oleh adanya biaya-biaya yang tidak dapat dibebankan secara fiskal oleh Perseroan (*non-tax deductible*) sebesar Rp308,8 miliar pada tahun 2013 dan Rp292,7 miliar pada tahun 2014. 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 24,5% pada tahun 2013 menjadi 23,3 % pada tahun 2014 terutama disebabkan oleh biaya bunga yang turun pada tahun 2014.

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.

TAXATION

The tax payable ratio during the period under review were 24.5% in 2013 and 23.3% in 2014. This is mainly due to non-tax deductible expenses of Rp308.8 billion and Rp292.7 billion in 2013 and 2014. 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 24.5% in 2013 to 23.3% in 2014 mainly due to decrement of finance cost in year 2014.

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.

ANALISIS KEMAMPUAN PERSEROAN 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 7 : 8.

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 = 7 : 8.

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 2014.

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, 2014.

INFORMASI YANG BERKAITAN DENGAN TRANSAKSI AFILIASI

Perseroan memperoleh pendapatan jasa dari Meadow Asia Company Ltd sebesar Rp480 juta.

INFORMATION RELATING TO AFFILIATED TRANSACTIONS

The Company received service fees from Meadow Asia Company Ltd in the amount of Rp480 million.

REALISASI PENGGUNAAN DANA HASIL PENAWARAN UMUM TERBATAS

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

REALIZATION OF UTILIZATION OF PROCEEDS FROM THE LIMITED PUBLIC OFFERING

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

PERUBAHAN HUKUM DAN PERATURAN

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

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.

AKSI KORPORASI

Pada tahun 2014, Perseroan tidak melakukan aksi korporasi termasuk *stock split, reverse stock*, dan penurunan nilai nominal saham. Perseroan juga tidak memiliki obligasi, sukuk, atau obligasi konversi dalam 2 tahun terakhir.

Pada tanggal 6 Juni 2014, Perseroan telah melunasi semua pokok pinjaman sebesar Rp 1.669.253 juta beserta semua bunga dan semua *break cost* untuk fasilitas pinjaman tersebut di atas.

CORPORATE ACTIONS

In 2014, the Company did not undertake corporate actions include stock split, reverse stock, and decrease in share nominal value. The Company also does not have bonds, sukuk, or convertible bonds in the last 2 years.

On 6 June, 2014, the Company fully repaid the outstanding loan principal amounting to Rp 1,669,253 million and all accrued interest and all break cost for the above facilities.

Pada tanggal 24 April 2014, Perseroan menandatangani perjanjian pinjaman dengan PT Bank BNP Paribas Indonesia dan PT Bank CIMB Niaga Tbk yang meliputi fasilitas pinjaman berjangka sebesar Rp 1.650.000 juta dan fasilitas pinjaman kredit *revolving* sebesar Rp 230.000 juta. Fasilitas baru ini terutama akan digunakan untuk membayar pinjaman terdahulu, dengan fleksibilitas bagi Perseroan untuk menggunakan sisanya sebagai modal kerja dan *capital expenditure*. Fasilitas baru ini akan memberikan marjin bunga yang lebih rendah (dari JIBOR + 4,75% menjadi JIBOR + 3,00%) dan *commitment fee* (dari 1,00% menjadi 0,75%), selain itu juga meningkatkan fleksibilitas Perseroan dengan penghapusan *excess cash sweep* dan pembayaran wajib lainnya. Pinjaman ini dibayar setiap semester dan akan berakhir di 6 Juni 2016.

Terkait dengan fasilitas ini, Perseroan memberikan jaminan berupa jaminan atas hak kekayaan intelektual Perseroan, rekening bank, piutang dan aset berwujud yang sama dengan jaminan yang diberikan Perseroan kepada kreditur sesuai dengan perjanjian fasilitas yang masih berjalan. Pemberian jaminan ini telah disetujui oleh para pemegang saham Perseroan dalam Rapat Umum Pemegang Saham ("RUPS") Luar Biasa yang diadakan pada tanggal 2 Juni 2014.

Fasilitas baru telah ditarik pada 6 Juni 2014 dan telah digunakan sebagian untuk melunasi fasilitas, bersamaan dengan semua biaya.

On 24 April 2014, the Company signed a new facilities agreement with a banking group comprising of PT Bank BNP Paribas Indonesia and PT Bank CIMB Niaga Tbk in relation to a Rp 1,650,000 million term loan and Rp 230,000 million revolving credit facility. The new facilities will be primarily used to repay the previous indebtedness, with flexibility for the Company to use the remaining amounts to fund working capital and capital expenditure. The new facilities allow the Company to lower its interest expense (from JIBOR + 4.75% to JIBOR + 3.00%) and commitment fees (from 1.00% to 0.75%), while improving the Company's flexibility through the removal of excess cash sweep and other mandatory prepayments. This loan will be paid every semester and the last installment will be on 6 June 2016.

In connection with the new facilities, the Company granted security to the new banking group which include security over the Company's intellectual property rights, bank accounts, receivables and tangibles assets, similar to the security package provided by the Company to lenders under the existing facilities agreement. The provision of this security was approved by the Shareholder in the Extraordinary General Meeting of Shareholders ("EGM") on 2 June 2014.

The new term facility was drawn down on 6 June 2014 and was used, in part, to repay the existing facilities, together with all expenses.

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

Pada tahun 2014, Matahari mengembangkan jaringan bisnisnya dengan membuka 8 gerai baru.

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

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

In 2014, Matahari expanded its business coverage by opening 8 new stores.

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

RISIKO USAHA
BUSINESS RISK

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 6,7% pada tahun 2012, 5,8% pada tahun 2013. Pertumbuhan PDB di tahun 2014 sebesar 5,0%.

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 menengah. Masyarakat yang baru masuk

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 disposable income levels 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 disposable income to 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 6.7% in 2012, 5.8% in 2013. GDP Growth in 2014 was 5.0%.

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 believes 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 estimates 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 are expected to aspire to

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 30 gerai baru pada tahun 2012- 2014.

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 pembanding 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 11,7% per tahun, selama periode tahun 2010-2014. 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 menurun sebesar 2,7% dari Rp16.560 ribu di tahun 2013 menjadi Rp17.000 ribu pada tahun 2014.

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 program with the addition of 30 new stores from 2012 to 2014.

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 11.7% a year, from 2010 to 2014. Based on current operating conditions and outlook, Management expects 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 program, 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 2.7% from Rp16,560 thousand in 2013 to Rp17,000 thousand in 2014.

Keterangan	2014	2013	Description
SSSG (%)	10.7	12.1	SSSG (%)
Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Ritel (ribu Rupiah) (1)	17,000	16,560	Gross Sales per Square Metre of Retail Space (1)

(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

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

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 11,2% dan 12,8% terhadap EBITDA yang Disesuaikan pada tahun 2014. Sedangkan lima gerai dengan performa terendah (gerai yang beroperasi selama setidaknya satu tahun kalender penuh) memberikan kontribusi terhadap Penjualan Barang Dagangan sebesar 1,1% 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

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 11,2% to Merchandise Sales and 12,8% to Adjusted EBITDA in 2014 while the bottom five stores (of stores in operation for at least one full calendar year) contributed 1,1% to Merchandise Sales and 0,3% to Adjusted EBITDA in 2014 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,

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.

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.

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 programs and its new store opening programs. Management believes 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.

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.

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.

Produktivitas gerai dapat ditingkatkan dengan upaya renovasi. Perseroan telah merenovasi 16 gerai pada tahun 2013 dan 26 gerai pada tahun 2014, dan berencana untuk merenovasi gerai-gerai yang dimiliki setiap tahunnya. Jika sebuah gerai diperbarui, Perseroan mengeluarkan belanja modal tambahan antara Rp0,2 miliar hingga Rp13,8 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.

Store productivity can be enhanced by refurbishment. The Company has refurbished 16, and 26 stores, in 2013, and 2014, respectively, and plans to continue its refurbishment program going forwards. If a store is refurbished, the Company incurs additional capital expenditure of between approximately Rp0.2 billion and Rp13.8 billion per store. Capital expenditure can vary by region due to regional variations in transportation costs and labour costs, but Management expects to maintain a similar capital expenditure to Merchandise Sales ratio in the near to mid-term in line with historical results.

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.

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.

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 historisnya.

The rate of refurbishment during the period under review has been and is expected to be relatively constant. 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.

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 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.

Expansion program

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 increases the Company's Operating Expenses, such as additional Rent, Salary and Wages, Depreciation, Energy, Distribution and Insurance Expenses.

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.

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.

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

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.

Keterangan	2014	2013	Description
JUMLAH GERAI	131	125	TOTAL STORES
Jawa	79	79	Java
Sumatera	22	20	Sumatera
Kalimantan, Sulawesi, dan Maluku	25	22	Kalimantan, Sulawesi, and Maluku
Lainnya (1)	5	4	Others (1)
GERAI BARU DIBUKA	8	9	OPENED NEW STORES
Jawa	2	4	Java
Sumatera	2	2	Sumatera
Kalimantan, Sulawesi, dan Maluku	3	3	Kalimantan, Sulawesi, and Maluku
Lainnya (1)	1	-	Others (1)
GERAI DITUTUP	2	-	CLOSED STORES
Jawa	2	-	Java
Sumatera	-	-	Sumatera
Kalimantan, Sulawesi dan Maluku	-	-	Kalimantan, Sulawesi, and Maluku
Lainnya (1)	-	-	Others (1)
Total Ruang Penjualan (Meter Persegi)	**853,679**	**788,029**	**Total Selling Space (Square Metres)**

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

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

Program perluasan usaha Perseroan telah meningkatkan area penjualan menjadi 807.663 meter persegi pada sampai dengan tanggal 31 Desember 2013 dan 853.679 meter persegi pada tanggal 31 Desember 2014.

Perseroan terus membangun jaringan gerai baru dan saat ini berencana untuk membuka sekitar 12-14 gerai pada tahun 2015, dan 10-15 gerai pada tahun 2016 dan seterusnya.

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.

Kombinasi *Merchandise*

Sebuah proporsi yang signifikan dari Pendapatan Bersih Perseroan (39,6% pada tahun 2013 dan 31,3% pada tahun 2014) terdiri dari Pendapatan Bersih dari Penjualan Konsinyasi. Pendapatan Bersih ini biasanya terdiri dari Laba Kotor minimum yang dijamin dan marjin konsinyasi berdasarkan jumlah Penjualan Konsinyasi. Penjualan Konsinyasi sebesar Rp8.660,7 miliar dan Rp9.552,0 miliar masing-masing pada tahun 2013 dan 2014, yang mencapai 68,0% dan 66,2% dari Penjualan Barang Dagangan untuk periode-periode tersebut. Pendapatan Bersih pada Penjualan Konsinyasi pada tahun 2013 dan 2014 masing-masing sebesar Rp2.673,6 miliar dan Rp2.981,4 miliar. Manajemen percaya bahwa marjin 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. Marjin 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,

The Company's expansion program has increased its selling space to 807,663 square metres and 853,679 square metres as at 31 December 2013 and 2014, respectively.

The Company continues to build its pipeline of new stores and currently plans to open approximately 12-14 stores in 2015, and 10-15 in 2016 and beyond.

The success of a new store depends on a number of factor, 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.

Merchandise Mix

A significant proportion of the Company's Net Revenue (39.6%, and 31.3% in 2013 and 2014, 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 Rp8,660.7 billion and Rp9,552.0 billion, respectively, in 2013 and 2014, which accounted for 68.0% and 66.2% of Merchandise Sales for such periods. Net Revenue on Consignment Sales in 2013 and 2014 amounted to Rp2,673.6 billion and Rp2,981.4 billion, respectively. Management believes 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 biannual basis.

The prices the Company charges for its DP Goods are affected by a number of factor, including the Company's Cost of Sales, the Company's terms with suppliers, overall supply

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 Marjin 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 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 20,3% pada tahun 2013 menjadi 20,4% pada tahun 2014. Perseroan telah mencapai pertumbuhan Beban Usaha yang lebih lambat melalui program pengendalian biaya yang dirancang untuk menekan Beban Usaha 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, Beban Gaji dan Biaya Upah, Penyusutan, Konsumsi Energi dan Asuransi.

Gaji dan Tunjangan sebagai persentase dari Penjualan Barang Dagangan masing-masing adalah 6,2% dan 6,0% pada tahun 2013 dan 2014. Gaji dan Tunjangan meningkat 9,3% pada tahun 2014. Perseroan diwajibkan untuk meningkatkan upah yang dibayarkan kepada karyawan Perseroan untuk mematuhi peraturan kenaikan upah minimum yang terjadi setiap tahun. Peningkatan pada tahun 2014 adalah sekitar 15,9%, lebih tinggi dari tahun-tahun sebelumnya karena revisi peraturan nasional dalam

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 program 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 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 20.3% in 2013 to 20.4% in 2014. The Company has achieved slower growth in Operating Expenses by using cost-control programs designed to contain the growth of its Operating 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 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 6.2% and 6.0% in 2013 and 2014, respectively. Salaries and Allowances increased 9.3% in 2014. 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 2014 was approximately 15.9%, which was higher than in previous years due to nationwide regulatory revisions in minimum wage policy. The Company endeavours to remain

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.

competitive with wage levels at other retail operators. Wages also increase as additional staffs are employed in connection with the opening of new stores.

Perseroan mempunyai Beban Sewa tahunan terkait dengan gerai-gerai, yang semuanya menyewa, kantor pusat dan pusat distribusi. Perseroan membayar Beban Sewa Rp816,6 miliar pada tahun 2013 dan Rp941,7 miliar pada tahun 2014, yang mewakili 32,6% dan 32,0% dari Beban Usaha Perseroan untuk periode yang sesuai. Perseroan biasanya melakukan perjanjian sewa jangka panjang.

The Company incurs annual Rent Expenses associated with its stores, which are all leased, its headquarters and its distribution centre. The Company incurred Rent Expenses of Rp816.6 billion and Rp941.7 billion in 2013 and 2014, which represents 32.6% and 32.0% of the Company's Operating Expenses for the corresponding periods. The Company typically enters into long term lease agreements.

Utilitas dan Telekomunikasi telah meningkat (33,0% pada 2013 dan 27,2% pada tahun 2014) karena Perseroan membuka gerai baru dan adanya kenaikan tarif utilitas.

Utilities and Telecommunications have increased (33.0% in 2013 and 27.2% in 2014) due to the Company opening more stores and increases in utility prices.

Jasa Operasional, yang terutama terdiri dari jasa keamanan dan kebersihan, telah meningkat (23,8% pada tahun 2013 dan 12,4% pada tahun 2014) karena Perseroan telah membuka gerai baru dan sejalan dengan kenaikan upah minimum.

Operational Services, which mainly comprise security and cleaning services, have increased (23.8% in 2013 and 12.4% in 2014) as the Company has opened new stores and in line with minimum wage increases.

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 2012-2014. Perseroan tidak bertanggung jawab atas penyusutan persediaan Produk Konsinyasi.

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 to achieve low level of inventory shrinkage with respect to its DP Goods that did not exceed of 1.2% from 2012 to 2014. The Company is not responsible for inventory shrinkage with respect to Consignment Goods.

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 memberikan keuntungan bisnis, karena kenaikan harga akibat inflasi memiliki dampak positif pada marjin. 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 8,4% pada tahun 2013 dan diperkirakan menjadi 8,36% pada tahun 2014. Tingkat inflasi pada tahun 2015 diperkirakan sebesar 5,8 – 7,3%.

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 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 8.4% in 2013 and was 8.36% in 2014. Inflation in 2015 is currently projected at 5.8 – 7.3%.

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 26,8% pada tahun 2013 dan 27,6% pada tahun 2014. 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 Usaha 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.

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 26.8% and 27.6% of Merchandise Sales in 2013 and 2014, 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 Operating 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.

Bulan Juni dan Juli, yang bertepatan dengan liburan sekolah dan berhimpitan waktu dengan periode Idul Fitri menyumbang Penjualan Barang Dagangan 29,0% pada tahun 2013 dan 32,3% pada tahun 2014.

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 Idul Fitri 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.

The months of June and July, which coincide with school holidays and overlap with the Idul Fitri period accounted for 29.0%,32.3% of Merchandise Sales in 2013 and 2014, respectively.

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 Idul Fitri 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.

Sebaran Geografis

Proporsi yang signifikan dari Penjualan Barang Dagangan Perseroan dihasilkan dari gerai Perseroan di Jawa (masingmasing 62,2% dan 62,1% untuk tahun 2013 dan 2014), 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.

Geographical Diversity

A significant proportion of the Company's Merchandise Sales are generated from the Company's stores in Java (62.2%, and 62.1% for 2013 and 2014, 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 berdasarkan segmen geografis Perseroan.

The following table sets forth SSSG of the Company's geographical segments.

Keterangan	2014	2013	Description
Jawa	11.3	13.9	Java
Sumatera	13.3	10.9	Sumatera
Kalimantan, Sulawesi dan Maluku	6.2	6.9	Kalimantan, Sulawesi and Maluku
Lainnya	9.6	8.8	Others

Tahun Berakhir pada 31 Desember | Years Ended 31 December

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 *competitor* 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 2013 adalah Rp309,2 miliar dan untuk tahun 2014 sebesar Rp256,0 miliar, mencerminkan penurunan utang Perseroan pada tahun 2014 setelah melakukan pembayaran pokok pinjaman sebesar Rp1.400,0 miliar pada 2013 dan Rp 950,0 miliar pada 2014 mendahului jadwal pembayaran pokok pinjaman yang telah ditetapkan. Manajemen bermaksud untuk memanfaatkan kas yang dihasilkan dari operasi untuk membayar pinjamannya.

For 2013 and 2014, the Company's finance costs were Rp309.2 billion and Rp256.0 billion, respectively, reflecting a decrease in the Company's debt in 2014 following voluntary prepayments of principal Rp1,400.0 billion in 2013 and Rp 950.0 billion in 2014 in addition to scheduled repayments of principal. Management intends to continue to direct cash generated from operations to repay its outstanding indebtedness.

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.

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.

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

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

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

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.

Pada tanggal 6 Juni 2014, Perseroan telah melunasi semua pokok pinjaman sebesar Rp 1.669.253 beserta semua bunga dan semua *break cost* untuk failitas pinjaman tersebut di atas.

On 6 June, 2014, the Company fully repaid the outstanding loan principal amopunting to Rp 1,669,253 and all accrued interest and all break cost for the above facilities.

Pada tanggal 24 April 2014, Perseroan menandatangani perjanjian pinjaman dengan PT Bank BNP Paribas Indonesia dan PT Bank CIMB Niaga Tbk yang meliputi fasilitas pinjaman berjangka sebesar Rp 1.650.000 dan fasilitas pinjaman kredit *revolving* sebesar Rp 230.000. Fasilitas baru ini terutama akan digunakan untuk membayar pinjaman terdahulu, dengan fleksibilitas bagi Perseroan untuk menggunakan sisanya sebagai modal kerja dan *capital expenditure*. Fasilitas baru ini akan memberikan marjin bunga yang lebih rendah (dari JIBOR + 4,75% menjadi JIBOR + 3,00%) dan *commitment fee* (dari 1,00% menjadi 0,75%), selain itu juga meningkatkan fleksibilitas Perseroan dengan penghapusan *excess cash sweep* dan pembayaran wajib lainnya. Pinjaman ini dibayar setiap semester dan akan berakhir di 6 Juni 2016.

On 24 April 2014, the Company signed a new facilities agreement with a banking group comprising of PT Bank BNP Paribas Indonesia and PT Bank CIMB Niaga Tbk in relation to a Rp 1,650,000 term loan and Rp 230,000 revolving credit facility. The new facilities will be primarily used to repay the previous indebtedness, with flexibility for the Company to use the remaining amounts to fund working caoital and capital expenditure. The new facilities allow the Company to lower its interest expense (from JIBOR + 4.75% to JIBOR + 3.00%) and commitment fees (from 1.00% to 0.75%), while improving the Company's flexibility through the removal of excess cash sweep and other mandatory prepayments. This loan will be paid every semester and the last installment will be on 6 June 2016.

Terkait dengan fasilitas ini, Perseroan memberikan jaminan berupa jaminan atas hak kekayaan intelektual Perseroan, rekening bank, piutang dan asset berwujud yang sama

In connection with the new facilities, the Company granted security to the new banking group which include security over the Company's intellectual property rights, bank

dengan jaminan yang diberikan Perseroan kepada kreditur sesuai dengan perjanjian fasilitas yang masih berjalan. Pemberian jaminan ini telah disetujui oleh para pemegang saham Perseroan dalam Rapat Umum Pemegang Saham ("RUPS") Luar Biasa yang diadakan pada tanggal 2 Juni 2014.

Fasilitas baru telah ditarik pada 6 Juni 2014 dan telah digunakan sebagian untuk melunasi fasilitas, bersamaan dengan semua biaya.

accounts, receivables and tangibles assets, similar to the security package provided by the Company to lenders under the existing facilities agreement. The provision of this security was approved by the Shareholder in the Extraordinary General Meeting of Shareholders ("EGM") on 2 June 2014.

The new term facility was drawn down on 6 June 2014 and was used, in part, to repay the existing facilities, together with all expenses.

KEBIJAKAN DIVIDEN

Sesuai dengan kebijakan Perseroan dan apabila disetujui oleh RUPS, Perseroan akan mendistribusikan dividen dengan ketentuan berikut ini:

DIVIDEND POLICY

In accordance with the Company Policy, subject to shareholders' approval, the Company may provide dividend distribution with the following provisions:

Laba Bersih | Net Income	Rasio Dividen | Dividend Ratio
Rp 10 miliar/billion – Rp 15 miliar / billion	10%
≥Rp 15 miliar/billion	15%

Pengaruh Posisi Ekuitas Negatif pada Kemampuan Perseroan untuk Membayar Dividen

Setelah terjadi penggabungan Perseroan 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 2014, jumlah ekuitas Perseroan mencapai Rp177,6 miliar. Perseroan membukukan saldo laba positif dalam laporan keuangan 2013 dan 2014 yang telah diaudit.

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

Sampai dengan tanggal 31 Desember 2014, jumlah cadangan wajib yang ditentukan Perseroan telah memenuhi 20% dari total modal ditempatkan dan disetor. Pada tanggal 31 Desember 2014, jumlah laba bersih yang belum ditentukan penggunaannya sebesar Rp3.246,3 miliar. Secara hukum Perseroan diperbolehkan mengumumkan dan membayar dividen final (tergantung persetujuan pemegang saham) sehubungan dengan tahun buku 2014 dan tahun buku berikutnya dengan asumsi Perseroan memperoleh laba. Perseroan bermaksud untuk membagikan dividen pada tahun buku 2014.

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 mengkonfirmasikan 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.

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

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, 2014, the amount of the Company's equity was Rp177.6 billion. The Company has booked positive profit balances in its 2013 and 2014 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 as 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 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, 2014, the amount of the Company's prescribed mandatory reserves has been 20% of its total issued and paid up capital. As at 31 December 2014, the Company's unappropriated retained earnings was Rp3,246.3 billion. It will be legally permissible for a final dividend to be declared and paid (subject to shareholder's approval) in respect of the 2014 financial year and subsequent financial years assuming profits are available. The Company intends to declare a dividend in respect of the 2014 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.

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

Pembayaran Dividen

Perseroan melakukan pembayaran dividen untuk tahun buku 2013 sebesar Rp 460,2 miliar atau sekitar 40% dari laba bersih, untuk dibagikan sebagai dividen tunai kepada 2.917.918.080 saham atau sebesar Rp 157,7 per saham.

Dividend Payments

The Company made dividend payments for book year 2013 of Rp 460.2 billion or 40% of 2013 net profit for cash dividend, to be distributed to its 2,917,918,080 shares or Rp 157.7 per share.

Informasi Dividen
Dividend Information

Fiscal Year	Declared	Cum-Dividend	Ex-Dividend	Recording	Payment Date	Dividend Ratio	Dividend Per Share (In Rp)	Total Dividend (In Billion Rp)
2013	15-Apr-14	11-Jun-14	12-Jun-14	16-Jun-14	30-Jun-14	40%	157.70	460.2
2012	-	-	-	-	-	-	-	-
2011	-	-	-	-	-	-	-	-
2010	6-May-11	22-Aug-11	23-Aug-11	25-Aug-11	15-Sep-11	21.60%	14.00	40.9
	6-May-11	10-Jun-11	13-Jun-11	15-Jun-11	30-Jun-11		32.25	94.1

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 utang.

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 meningkatkan dividen finalnya dari 40% laba bersih pada tahun buku 2014, dengan persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham berdasarkan rekomendasi dari Direksi. Jika disetujui, dividen ini akan dibayarkan pada tahun 2015. Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan diharapkan terselenggara paling lambat pada bulan Juni setiap tahunnya.

The Company intends to raise it's final dividend from 40% of net profits in respect of its 2014 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 2015. The Annual General Meeting of Shareholders is expected to be held at the latest in June of each year.

Pada tahun 2014, OJK mengeluarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 32/POJK.04/2014 yang mengatur Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham. Dalam pasal 36 ketentuan tersebut menyatakan bahwa dalam hal terdapat keputusan RUPS terkait dengan pembagian dividen tunai, Perseroan Terbuka wajib melaksanakan pembayaran dividen tunai kepada pemegang saham yang berhak paling lambat 30 (tiga puluh) hari setelah diumumkannya ringkasan risalah RUPS yang memutuskan pembagian dividen tunai.

In 2014, Financial Service Authority (OJK) published a new regulation Number 32/POJK.04/2014. The regulation concerning The Plan and Organization of The General Meeting of Shareholders ("GMS") of Pubic Company. Article 36 of this regulation stated that in the event of the resolution of the GMS related to the cash dividend distribution, the Public Company shall make the payment of cash dividends to the eligible shareholders no later than 30 (thirty) days following the announcement of the summary of minutes of the GMS resolving such matter.

Terkait dengan adanya peraturan tersebut, maka jadwal pembagian dividen tunai Perseroan untuk tahun-tahun berikutnya akan disesuaikan dengan POJK No.32 tersebut.

Regarding to the regulation, the schedule for the distribution of cash dividend of the Company for the subsequent years will be adjusted to the POJK Number 32.

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

Department store pilihan Indonesia, Matahari, merupakan operator *department store* terbesar di negeri ini. Pada tahun 2014, Matahari memperoleh nilai penjualan ritel tertinggi per meter persegi dari luas ritel di antara operator *department store* lainnya di Indonesia, menurut perkiraan Euromonitor.

Indonesia's preferred department store, Matahari, is the largest department store operator in the country. In 2014 Matahari generated the highest retail value sales per square metre of retail space out of all department store operators in Indonesia, according to Euromonitor estimates.

20

KEKUATAN

Segmen department store masih belum terlalu berkembang, dengan tingkat penetrasi yang hanya 11.000 meter persegi per satu juta penduduk di tahun 2013 dibandingkan dengan rata-rata 20.000 meter persegi per satu juta penduduk di Thailand dan 48.000 meter persegi per satu juta penduduk di Singapura. Dengan model bisnis yang berisiko rendah dan berdaya saing tinggi, Matahari berada pada posisi yang unik untuk meraih kesempatan bertumbuh yang ditawarkan model bisnis tersebut.

Penjualan dari peritel campuran di Indonesia (hampir semuanya adalah operator department store) diproyeksikan bertumbuh pada CAGR sebesar 8% antara periode 2013 dan 2018 (Euromonitor).Manajemen meyakini bahwa posisi Matahari yang memimpin pasar dan model bisnis kompetitif mendasari sejumlah kekuatan utama, sebagaimana disebutkan di bawah ini, yang akan terus membuat Perseroan memimpin persaingan.

Merek ritel yang Memimpin Dilengkapi Dengan Merek-Merek Eksklusif yang Kuat: Operator *department store* terbesar di Indonesia; merek ritel ikonik yang dikenal luas di seluruh negeri dengan sejarah lebih dari 50 tahun; dan portofolio merek-merek eksklusif yang kuat.

Pangsa pasar Matahari sebesar 37,4% sebagai pasar ritel *department store* pada tahun 2014 (Euromonitor, Maret 2015), mempertahankan posisinya sebagai operator *department store* terbesar di Indonesia berdasarkan nilai penjualan ritel dan membuatnya unggul dari operator *department store* besar lainnya yang memiliki pangsa pasar di bawah 25%.

Matahari memimpin perkembangan segmen *department store* di Indonesia, membuka *department store* modern pertama pada tahun 1972 sesudah 14 tahun bergerak dalam segmen ritel pakaian. Sejarah Perseroan selama lima dekade telah menempatkan Matahari pada posisi ikonik dalam lanskap ritel Indonesia.

Merek *department store* Matahari adalah salah satu nama yang paling dikenali dan dipercaya di Indonesia, merepresentasikan barang dagangan modis dan berkualitas yang bernilai uang sangat baik. Merek-merek eksklusif Matahari seperti Nevada, Cole, Little M dan Connexion berada dalam sepuluh besar merek pakaian yang modis dan terjangkau di Indonesia, mengkokohkan citra Matahari sebagai tujuan belanja aspirasional bagi target konsumennya. Nevada, yang memimpin survei, adalah merek pemenang penghargaan yang dapat menarik konsumen berpotensial ke gerai Matahari.

STRENGTHS

The department store segment is still significantly under-developed, with a penetration rate of just 11,000 square meters per million people in 2013 compared to 20,000 square meters per million people in Thailand and 48,000 square meters per million people in Singapore. With a low-risk, highly competitive business model, Matahari is in a unique position to capture the growth opportunities this offers.

Sales of mixed retailers in Indonesia (almost all of which are department store operators) are projected to grow at a CAGR of 8% between 2013 and 2018 (Euromonitor). Management believes that Matahari's market leading position and competitive business model underlie a set of key strengths, outlined below, that will keep the Company ahead of the competition.

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

Matahari's 37.4% share of the department store retail market in 2014 (Euromonitor, March 2015), maintains its position as the largest department store operator in Indonesia by retail value sales and keeps it well ahead of the next largest department store operator at below 25%.

Matahari has led the development of the department store segment in Indonesia, opening the country's first modern department store in 1972 after 14 years in clothing retail. The Company's history of over five decades in the business has afforded Matahari an iconic position in Indonesia's retail landscape.

The Matahari department store brand is one of the most recognised and trusted brands in Indonesia, representing fashionable, quality merchandise that provides great value for money. Matahari's exclusive brands Nevada, Cole, Little M and Connexion were among the top ten most popular 'fashionable affordable clothing brands' in Indonesia, 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.

Kekuatan merek Matahari didukung oleh keberhasilan program loyalitas MCC, salah satu program loyalitas konsumen terbesar di Indonesia dengan lebih dari 2,9 juta anggota aktif pada akhir tahun 2014.

The strength of the Matahari brand is underlined by the success of the MCC loyalty program, one of the largest such programs in Indonesia with more than 2.9 million active members at the end of 2014.

Menargetkan Segmen Masyarakat Pendapatan Menengah yang Besar dan Bertumbuh: Posisi pasar yang dominan dalam segmen masyarakat berpendapatan menengah yang besar dan terus tumbuh

Saat ini, Matahari adalah satu-satunya operator *department store* di Indonesia yang melayani segmen berpendapatan menengah, menurut Tim Manajemen. Dalam penilaian Tim Manajemen, kesuksesan Matahari dalam melayani segmen ini diperoleh dari kekuatan uniknya termasuk pemahamannya yang mendalam terhadap selera konsumen Indonesia yang berada pada segmen berpendapatan menengah, hubungannya dengan pemasok yang sudah berjalan lama sehingga dapat

Matahari is uniquely positioned to leverage growth from the anticipated expansion in spending by Indonesia's large, fast-growing middle-income segment.

Targeting The Large and Growing Middle Income Segment: Dominant market position in the large and growing middle-income segment in Indonesia

Matahari is currently the only major department store operator in Indonesia catering to the middle-income segment, according to Management. In Management's judgment, Matahari's success in serving this segment is derived from a unique suite of strengths that include its deep insights into the tastes of Indonesian consumers in the middle-income segment, longstanding supplier relationships that enable it to offer a wide selection of fashion-forward, affordable

menawarkan berbagai pilihan barang dagangan yang modis dan terjangkau, serta kemampuannya untuk menyesuaikan kombinasi barang dagangan yang sesuai dengan pola konsumsi dan preferensi regional.

Dibandingkan operator *department store* lain di Indonesia yang menargetkan segmen berpendapatan menengah bawah atau menengah atas, Tim Manajemen meyakini bahwa kekuatan ini secara unik telah memposisikan Matahari untuk meningkatkan pertumbuhan dari ekspansi yang diantisipasi dalam pengeluaran segmen berpendapatan menengah yang besar dan cepat bertumbuh di Indonesia.

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk terbesar ke-4 di dunia, dan pertumbuhan ekonominya yang kuat didukung oleh populasi penduduk berusia muda, serta masyarakat kelas menengah yang pendapatannya terus meningkat dan terus bertambah. Segmen berpendapatan menengah di Indonesia (didefinisikan oleh Tim Manajemen sebagai penduduk dengan pembelanjaan konsumsi antara Rp 0,7 juta–4,5 juta per kapita, per bulan) terdiri dari 125 juta orang pada tahun 2010, atau 52,4% dari keseluruhan populasi Indonesia (estimasi Manajemen, berdasarkan data segmentasi populasi menurut anggaran belanja konsumsi per kapita per bulan tahun 2010, dari Badan Pusat Statistik Indonesia).

Euromonitor memprediksikan bahwa daya beli masyarakat yang terus bertumbuh, didukung oleh meningkatnya pendapatan yang bisa dibelanjakan, pertumbuhan ekonomi dan populasi urbanisasi yang pesat akan mendorong pertumbuhan pembelanjaan konsumen pada tingkat CAGR sebesar 5,3% antara tahun 2011 dan 2016. Seiring dengan peningkatan pendapatan yang dapat dibelanjakan dan penduduk yang masuk dalam segmen berpendapatan menengah, pada umunya mereka teraspirasi untuk membeli produk-produk bermerek dengan harga terjangkau. Barang dagangan Matahari, termasuk merek eksklusif dengan harga yang terjangkau didesain khusus untuk para konsumen ini. Dengan cara itu, Tim Manajemen mengantisipasi kenaikan permintaan untuk produk-produk Matahari.

Jaringan Gerai Terluas di Seluruh Negeri Didukung oleh Infrastruktur Logistik yang Efisien: Jejak jaringan gerai terbesar di seluruh negeri dan logistik yang efisien menempatkan Perseroan untuk memperoleh manfaat dari peluang pertumbuhan di seluruh Indonesia

Matahari mempunyai jejak jaringan department store terluas di Indonesia, mengoperasikan 131 gerai di 62 kota dengan total luas gerai yang mencapai kurang lebih 853.679 meter persegi sampai tanggal 31 Desember 2014. Merek yang dikenal membuat Matahari menjadi tenant pilihan di pusat-pusat perbelanjaan di seluruh negeri.

merchandise, and its ability to fine-tune the merchandise mix in response to regional variations in consumption patterns and preferences.

With the other department store operators in Indonesia targeting the middle-low and lower-income segments or the mid- to upper-income segment, Management believes that these strengths uniquely position Matahari to leverage growth from the anticipated expansion in spending by Indonesia's large, fast-growing middle-income segment.

Indonesia is the 4th most populous country in the world, and its strong economic growth is underpinned by a youthful population, rising incomes and a rapidly growing middle class. The middle-income segment in Indonesia (defined by Management as people with a consumer expenditure of Rp 0.7 million–4.5 million per capita, per month) comprised 125 million people in 2010, or 52.4% of Indonesia's total population (Management estimate, based on 2010 data on population segmentation by consumer expenditure per capita per month, from Indonesia's Central Bureau of Statistics).

Euromonitor predicts that growing purchasing power, supported by rising disposable incomes, economic growth and a rapidly urbanising population, will drive growth in consumer spending at a CAGR of 5.3% between 2011 and 2016. As disposable income increases and people enter the middle-income segment, they typically aspire to purchase more branded products at affordable prices. Matahari's merchandise, which includes affordable exclusive brands, is tailored to these consumers. Management therefore anticipates increased demand for Matahari's products.

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

Matahari has the most extensive department store footprint in Indonesia, operating 131 stores in 62 cities with a total store space of approximately 853,679 square metres as at 31 December 2014. Matahari's strong brand has made it a preferred anchor tenant in shopping malls nationwide.

Jaringan gerai Matahari didukung oleh kekuatan distribusi dan logistik. Perseroan menggunakan armada kendaraan sendiri serta angkutan sewa dan jasa freight forwarders untuk mengantar barang dagangan secara langsung ke gerai-gerai di seluruh Indonesia. Untuk membuktikan kualitas dan efisiensi jaringan, sekitar 220 vendor konsinyasi kini menggunakan jasa logistik Matahari untuk mengantar barang dagangan mereka dengan dikenakan biaya, sehingga dapat mengimbangi biaya neto distribusi Matahari. Manajemen yakin bahwa dengan tantangan geografis dan jarak antar kota yang luas di Indonesia, akan sangat sulit bagi pesaing yang lebih kecil ataupun pendatang baru untuk menyamai efisiensi dan kompleksitas operasi logistik Perseroan, terutama dalam jangka waktu menengah sehingga menjadi keuntungan kompetitif utama bagi Matahari.

Dengan cakupan geografis yang ekstensif ke seluruh negeri dan infrastruktur logistik dengan biaya efisien dan waktu pengiriman yang pendek, Matahari dapat menjamin bahwa semua gerai di seluruh negeri dipasok secara tepat waktu. Hal ini memberikan fleksibilitas kepada Matahari untuk melakukan eksplorasi terhadap lokasi-lokasi potensial di kota-kota besar maupun menengah di seluruh negeri, maupun di wilayah metropolitan.

Matahari's store network is supported by strength in distribution and logistics. The Company uses its own vehicle fleet as well as contract transporters and freight forwarders to deliver merchandise directly to stores all over the country. Attesting to the network's quality and efficiency, approximately 220 consignment vendors are now using Matahari's logistics services to transport their own merchandise on a fee basis, which offsets Matahari's net distribution costs. Management believes that, given the challenging geography and vast distances in Indonesia, it would be difficult for smaller competitors or new entrants to replicate the efficiency and complexity of the logistics operation, particularly over the medium term, making it a key competitive advantage for Matahari.

With such extensive geographic coverage nationwide and a cost-efficient logistics infrastructure with short lead times, Matahari can ensure that all its stores across the country are supplied promptly. This gives Matahari the flexibility to explore site opportunities in large and mid-sized middleweight cities across the country, as well as in metropolitan areas.

Model Bisnis yang Mudah Disesuaikan untuk Pertumbuhan Pesat: Model bisnis yang sudah terbukti dan keahlian operasional telah membawa profitabilitas yang konsisten di semua gerai, dan memungkinkan Matahari untuk melakukan ekspansi dengan cepat dan menguntungkan

Model bisnis Matahari yang berisiko rendah dan efisien didesain untuk menghasilkan pertumbuhan penjualan dan pendapatan dari pembukaan gerai baru dan gerai yang telah berjalan, serta memperoleh pertumbuhan marjin melalui inisiatif pengendalian biaya dan peningkatan produktivitas. Dengan model bisnis yang telah terbukti ini dan keahlian operasional Perseroan, Matahari telah membangun rekam jejak yang kuat dalam mengoperasikan gerai-gerai yang menguntungkan dalam berbagai skala dan geografi di seluruh Indonesia.

Matahari adalah salah satu tenant utama pilihan bagi para *real estate developer*. Manajemen percaya bahwa hal ini diatribusikan kepada posisi Matahari yang memimipin dalam pangsa pasar, skala dan kekuatan merek Matahari

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 efficient, low-risk business model is designed to generate sales and revenue growth from new store openings and existing stores, and deliver margin growth through cost control initiatives and productivity enhancements. With this proven business model and the Company's operating expertise, Matahari has built a strong track record of operating profitable stores on varying scales and geographies across Indonesia.

Matahari is one of the anchor tenants of choice for real estate developers. Management believes that this is attributable to Matahari's market leading position, scale and the strength of the Matahari Department Store brand.

Department Store. Selain itu, Perseroan memiliki hubungan yang telah berlangsung sejak dahulu dengan *real estate developer* terkemuka, termasuk PT Lippo Karawaci Tbk, dan Perseroan juga mempunyai tim real estate yang berfungsi menjalin hubungan dengan para developer dan memperoleh sewa tempat jangka panjang dengan biaya yang menguntungkan di lokasi-lokasi yang strategis. Strategi "lease-only" ini mengurangi investasi aset tetap sekaligus menurunkan paparan risiko Perseroan. Dengan pengalaman lebih dari 40 tahun membangun konsep Matahari Department Store, Perseroan mampu menekan waktu pemasangan dan belanja modal menjadi minimum, sehingga Perseroan dapat memulai lebih awal untuk kegiatan operasionalnya dan mendapatkan hasil investasi kembali dengan lebih cepat.

Matahari will continue to leverage operational efficiency, control costs and improve asset utilization to support the Company's expansion plans and drive further growth in profitability.

Moreover, the Company has longstanding relationships with leading real estate developers, including PT Lippo Karawaci Tbk, and has a real estate team whose function is to engage with developers, and secure favourable long-term leases in prime locations. This "lease-only" strategy reduces both investments in fixed assets and the Company's risk exposure. With more than 40 years of experience in rolling out the Matahari Department Store concept, the Company is able to keep fit-out times and capital expenditure to a minimum, which results in an earlier start to commercial operations and a rapid payback on investment.

Sistem informasi manajemen, pusat pemulihan data di seluruh negeri, dan barang dagangan yang menarik, sistem manajemen akuntansi dan pergudangan, yang semuanya dapat disesuaikan, memberikan dukungan lebih lanjut bagi kelangsungan ekspansi bisnis.

Manajemen meyakini bahwa strategi-strategi ini telah berkontribusi dalam meningkatkan operasional Matahari, memperkuat tingkat konversi tunai dan pengembalian aset yang menunjang ekspansi Perseroan yang pesat dan menguntungkan. Matahari telah mengungguli persaingan dalam hal pembukaan gerai dengan membuka lebih banyak gerai antara tahun 2009 dan 2014 dibandingkan operator *department store* lain di Indonesia, menurut Euromonitor.

Matahari membuka 9 gerai pada tahun 2011, 13 gerai pada tahun 2012, 9 gerai pada tahun 2013 dan 8 gerai pada tahun 2014. Manajemen berharap untuk mempercepat ekspansi gerai dengan membuka 12-14 gerai pada tahun 2015.

A management information system, a nationwide disaster recovery centre, and sophisticated merchandise, accounting and warehouse management systems, all of which are scalable, provide further support for the continued expansion of the business.

Management believes that these strategies have contributed to Matahari's growing operating leverage, strong levels of cash conversion and return on assets, which have supported the Company's rapid and profitable expansion. Matahari has outpaced the competition in terms of store openings, opening more stores between 2009 and 2014 than any other department store operator in Indonesia, according to Euromonitor.

Matahari opened 9 stores in 2011, 13 stores in 2012, 9 stores in 2013, and 8 stores in 2014. Management expects to accelerate this trend of store expansion by opening 12-14 stores in 2015.

Kombinasi Barang Dagangan yang Dipengaruhi Oleh Konsumen: Matahari menyesuaikan kombinasi barang dagangannya dengan pilihan preferensi konsumen di setiap gerainya

Strategi Matahari adalah untuk memberikan nilai uang kepada konsumen dengan cara menawarkan beragam pilihan barang dagangan berkualitas tinggi dan modis dengan harga terjangkau. Untuk memaksimalkan keuntungan di setiap gerai, Perseroan menyesuaikan kombinasi barang dagangan di setiap gerai yang berbeda, memastikan keseimbangan antara barang hasil pembelian langsung (*direct purchase* (DP) *goods*) dan barang konsinyasi, dan juga memperhatikan kisaran harga ritel agar sesuai dengan target pasar lokal. Kemampuan Perseroan untuk menyesuaikan kombinasi produk yang ditawarkan pada tiap gerai terletak pada sistem promosi dan teknologi informasi gerai yang luar biasa, melakukan riset pasar yang berkelanjutan dan mengelola database lebih dari 2,9 juta anggota MMC. Faktor tersebut memberikan pandangan mengenai variasi konsumsi di regional dan pola penjualan di setiap gerai individual. Perseroan juga didukung oleh basis pemasok yang besar yang terdiri dari para vendor konsinyasi dan pemasok barang pembelian langsung dimana kedua pihak memberikan kontribusi marjin efektif yang sama.

Sepanjang sejarah operasionalnya, Perseroan telah membangun hubungan yang kokoh dan kolaboratif dengan komunitas para pemasok sehingga dapat memperoleh penetapan harga yang menguntungkan serta mendapatkan prioritas waktu pengiriman dan volume barang dagangan yang dipasok. Manajemen percaya bahwa kekuatan merek Matahari dan posisinya yang unggul dalam pasar ritel membuat Matahari menjadi mitra pilihan baik bagi vendor konsinyasi maupun pemasok barang pembelian langsung. Saat ini, Perseroan bekerja sama dengan lebih dari 850 vendor konsinyasi dan pemasok pembelian langsung. Mayoritas penjualan barang dagangan Matahari dilakukan melalui vendor konsinyasi sehingga dapat mengurangi investasi persediaan, biaya tenaga kerja dan risiko *tren fashion*, memperluas variasi barang dagangan, meningkatkan citra merek Matahari serta meningkatkan jumlah pengunjung dengan meningkatkan pengalaman berbelanja di gerai.

Mengingat lebih dari 80% barang dagangan Matahari berasal dari sumber lokal, Matahari sangat responsif dalam mengubah kebutuhan persediaannya dan tren *fashion*, menghindari keterlambatan impor barang serta membatasi paparan Perseroan terhadap risiko nilai tukar 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 to deliver value for money by offering a wide assortment of high quality, fashionable merchandise at affordable prices. To maximise each store's profitability, the Company customises the merchandise mix on a store-by-store basis, ensuring that the balance between direct purchase (DP) goods and consignment goods, as well as the range of price points, is appropriate for the local target market. The Company's ability to tailor its product offerings rests on its sophisticated merchandising and store information systems, conducts ongoing market research and manages a database of over 2.9 million MMC members, which together deliver insights into regional variations in consumption as well as sales patterns in individual stores. The Company is also supported by a large supplier base that consists of both consignment vendors and direct purchase suppliers, and similar Effective Contribution Margins across both consignment goods and DP goods.

Over its long operating history, the Company has cultivated strong and collaborative relationships with the supplier community that have enabled it to secure favourable pricing terms and priority in terms of timing and volume of merchandise supplied. 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. The Company currently works with more than 850 consignment vendors and direct-purchase suppliers. The majority of Matahari's merchandise sales are realised through consignment vendors, which reduces inventory investment, employment costs and fashion risks, broadens the range of merchandise, enhances Matahari's brand image and increases footfall by improving the store experience.

Because over 80% of Matahari's merchandise is sourced locally, Matahari can be highly responsive to changing inventory needs and fashion trends, avoid delays associated with the import of goods, and limit the Company's exposure to foreign exchange risks and import taxes.

Optimalisasi Kegiatan Operasional Gerai Mendorong Pengalaman Berbelanja yang Menginspirasi dan Atraktif: Produktivitas gerai yang tinggi didorong oleh presentasi gerai yang optimal, operasional yang efisien dan frekuensi promosi

Manajemen percaya bahwa keputusan membeli pelanggan dapat sangat dipengaruhi oleh penampilan dan tata ruang masing-masing gerai, dan cara barang dagangan tersebut dipajang. Untuk memaksimalkan produktivitas gerai, Matahari kemudian berupaya membuat gerainya terlihat menarik, mengundang dan sesuai dengan selera pelanggan serta mengoptimalkan presentasi barang dagangan.

Manajemen percaya bahwa pemajangan barang dagangan dalam gerai, terutama presentasi 'high impact' adalah suatu cara efektif untuk menyampaikan informasi harga, tren terkini dan nilai, dan juga dapat memicu dorongan pembelian. Satu contoh untuk area 'high impact' adalah inisiatif 'center core' Matahari, dimana Manajemen yakin telah memperkokoh reputasi Matahari sebagai sebuah tujuan untuk kosmetik, sepatu, tas dan aksesoris dan memberikan kontribusi untuk tingginya pengunjung di seluruh gerai.

Matahari berupaya untuk menjaga pengalaman berbelanja tetap baru dan menarik bagi pelanggannya sehingga meningkatkan produktivitas gerai, dengan secara berkelanjutan memperbaharui dan meningkatkan desain dan dekorasi gerai, mengoptimalkan alokasi ruang untuk mendukung penjualan yang utama dan mendorong arus pelanggan ke seluruh bagian gerai dan memastikan lingkungan yang ramah terhadap pelanggaan melalui penempatan dan kondisi cermin, ruang pas dan kamar kecil yang optimal. Program renovasi gerai Matahari yang sedang berlangsung, memastikan bahwa setiap gerai akan menampilkan tampilan yang bersih, modern dengan disain yang relevan dengan perkembangan selera dan pola konsumsi pelanggan. Perseroan telah menyelesaikan 31 renovasi gerai pada tahun 2014 dan 45 gerai telah dijadwalkan untuk tahun ini. Karena program ini merupakan program yang berhasil, Perseroan terus melanjutkan program ini di tahun 2015.

Manajemen percaya bahwa Matahari memiliki salah satu strategi pemasaran yang paling aktif diantara seluruh operator *department store* di Indonesia, dan hal ini telah menjadi peran utama dalam memperkokoh citra Matahari sebagai pemimpin pasar untuk ritel yang sadar akan nilai. Matahari mempromosikan gerai dan penawaran produknya melalui media *online* dan *offline*, termasuk media sosial. Manejemen percaya bahwa investasi di balik merek-merek eksklusif Matahari melalui kampanye pemasaran yang terfokus dan frekuensi iklan yang tinggi akan memperkuat

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 customers' purchasing decisions can be strongly influenced by the appearance and layout of each store, and the way merchandise is displayed. To maximise store productivity, Matahari therefore sets out to make its stores attractive, inviting and relevant to customers, while optimising merchandise presentation.

Management believes that in-store merchandise displays, particularly 'high impact' presentations, are an effective means of communicating information on price, current trends and value, and can also encourage impulse purchases. One example of a 'high impact' area is Matahari's 'centre core' initiative, which Management believes has strengthened Matahari's reputation as a destination for cosmetics, shoes, handbags and accessories, and contributed to higher footfall in its stores.

Matahari seeks to keep the overall shopping experience fresh and exciting for customers, and thereby increase store productivity, by continually updating and improving store design and decor, optimising space allocation to support key sales drivers and encourage flow to all parts of the store, and ensuring a customer-friendly environment through optimal placement and condition of mirrors, fitting rooms and toilets. Matahari's ongoing store refurbishment program ensures that each store always presents a clean, modern look with a design that is relevant to evolving customer tastes and consumption patterns. We completed 31 stores in 2014 and 45 are scheduled for this year. Because it has been such a successful program we are continuing it into 2015.

Management believes that Matahari has one of the most active marketing strategies of all department store operators in Indonesia, and that this has played a key role in strengthening Matahari's image as a value-conscious retail market leader. Matahari promotes its stores and product offerings through a mix of online and offline media, including social media. Management believes that investing behind its exclusive brands through targeted marketing campaigns and frequent advertising strengthens brand equity and encourages customers to come to its stores.

ekuitas merek dan mendorong pelanggan untuk berkunjung ke gerai-gerai tersebut. Matahari menghubungkan aktivitas promosi dengan visualisasi barang dagangan di dalam gerai menggunakan petunjuk visual yang dirancang untuk mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian.

Matahari links such promotional activities to in-store visual merchandising using visual cues designed to influence customers to make purchases.

Meningkatkan Fokus pada Pelayanan Pelanggan: menumbuhkan kesetiaan pelanggan melalui pelayanan unggul

Manajemen percaya bahwa keberadaan staf penjualan yang terlatih dan responsif meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan di dalam gerai. Untuk memastikan tingkat pelayanan pelanggan yang tinggi dan konsisten, seluruh staf gerai Matahari, termasuk mereka yang dipekerjakan oleh vendor konsinyasi, menerima pelatihan rutin dan supervisor pelayanan pelanggan dikerahkan dalam sejumlah gerai Matahari yang lebih besar dan menonjol.

Matahari memiliki *call centre* yang berdedikasi bagi pelanggannya, ditangani oleh petugas pelayanan pelanggan yang terlatih, dimana pelanggan bisa mengajukan keluhan, menyuarakan kekhawatirannya dan meminta informasi. Manajemen percaya bahwa dengan menyediakan sarana

Increasing Focus On Customer Service: fostering customer loyalty through service excellence

Management believes that the presence of well-trained, responsive sales staff enhances the customers' in-store experience. To ensure high and consistent levels of customer service, all staff in Matahari's stores, including those employed by consignment vendors, receive regular training, and customer service supervisors are deployed in a number of Matahari's larger, more prominent stores.

Matahari has a dedicated customer call centre, staffed by trained customer service officers, through which customers can lodge complaints, voice concerns and request information. Management believes that providing such a

ini akan membantu pelanggan untuk merasa dihargai dan meningkatkan kemungkinan mereka melanjutkan kebiasaan berbelanjanya.

Dengan keanggotaan aktif lebih dari 2,9 juta per 31 Desember 2014, Manajemen percaya bahwa program loyalitas Matahari Club Card (MCC) adalah salah satu program loyalitas terbesar yang ada di Indonesia. Anggota MCC memberikan kontribusi lebih dari 40% terhadap Total Penjualan Kotor Perseroan dan rata-rata nilai transaksi pada tahun 2014 sekitar 73,74% lebih tinggi dari pelanggan non-MCC berdasarkan besar ukuran.

Karyawan yang Berdedikasi dan Manajemen yang Berpengalaman: karyawan yang terlatih dan berdedikasi didukung oleh Tim Manejemen yang menggabungkan pengalaman ritel global dengan kemampuan pelaksanaan lokal

Matahari dikelola oleh suatu tim industri ritel kawakan yang sangat berpengalaman dan kompeten yang memiliki pengalaman bekerja dengan peritel-peritel terkemuka di dunia seperti Macy's, SteinMart, Debenhams dan JC Penney, serta sektor ritel di Indonesia. Setiap anggota Tim Manajemen memiliki pengalaman antara 17 dan 35 tahun di bidang ritel, sehingga memiliki pemahaman yang mendalam atas ritel department store dan kemampuan eksekusi lokal.

Tim manajemen memegang peranan utama atas pengembangan dan pelaksanaan strategi, telah mempercepat ekspansi toko Matahari dan mendorong pertumbuhan berkesinambungan usaha tersebut. Mereka telah memimpin dalam mengimplementasikan praktik terbaik global dan memastikan kepatuhan terhadap standar internasional untuk keunggulan operasional dan tata kelola yang baik. Tim manajemen juga telah membentuk komite property, komite pemasaran dan komite manajemen risiko, dimana mereka memberikan pengawasan, arahan dan kepastian bahwa aspek-aspek penting dari operasional Matahari sepenuhnya memenuhi persyaratan dan cukup mendukung pertumbuhan usaha.

Manejemen menggunakan pelatihan rutin dan program kesadaran untuk menanamkan suatu budaya Perseroan yang responsif, berorientasi kepada pelanggan, dan menciptakan lingkungan kerja yang memotivasi dan menghargai karyawan. Matahari percaya bahwa Tim Manajemen senior telah berperan penting dalam membangun landasan yang kuat untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat kompetitif jangka panjang Matahari.

Matahari mengenali kebutuhan untuk menentukan dan mengembangkan pemimpin potensial di seluruh tingkatan untuk mendukung tujuan strategis dan rencana

channel helps customers to feel valued and increases the chance of their continued custom.

With an active membership of over 2.9 million as at 31 December 2014, Management believe that the Matahari Club Card (MCC) loyalty program is one of the largest of its kind in Indonesia. MCC members contribute over 40% of the Company's total Gross Sales and in 2014 their average transaction value was approximately 73.74% 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 is managed by a team of highly experienced and competent retail industry veterans who have worked with some of the world's leading retailers such as Macy's, SteinMart, Debenhams and JC Penney, as well as in the Indonesian retail sector. Each member of the Board of Management has between 17 and 35 years of retail experience, giving the Board collectively an in-depth understanding of department store retailing and local execution strength.

The management team has a central role in the development and execution of strategies that have accelerated Matahari's store expansion and driven the sustainable growth of the business. They have led the way in implementing global best practices and ensuring compliance with international standards of operational excellence and good governance. They have also established a real estate committee, a marketing committee and a risk management committee, which provide oversight, guidance and assurance that these critical aspects of Matahari's operations are fully compliant and adequately support the growth of the business.

The management uses frequent training and awareness programs to embed a responsive, customer-oriented corporate culture throughout the organisation, and to create 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 recognises the need to identify and develop potential leaders at all levels to support its strategic objectives and expansion plans. The Company has an

perluasannya. Perseroan memiliki program kemampuan manejemen yang aktif dengan prospek sejumlah manajer masa depan. Pada tahun 2014, seluruh gerai Matahari yang baru akan memiliki manajer gerai yang telah berpengalaman sebelumnya dan menjalani pelatihan di dalam jaringan gerai Matahari yang sudah ada.

active talent management program with a pipeline of future managers. In 2014, all Matahari's new stores had store managers with prior experience and training within Matahari's existing store network.

STRATEGI

Matahari memiliki tujuan jangka panjang untuk lebih memperkuat dan mengkonsolidasikan posisinya sebagai operator *department store* terkemuka di Indonesia. Perseroan berusaha mencapai sasaran tersebut dengan melaksanakan strategi-strategi sebagai berikut:

Ekspansi Gerai yang Berkesinambungan dan Pesat di Seluruh Indonesia

Strategi Matahari adalah mempengaruhi merek dan kepemimpian pasarnya dengan meningkatkan pangsa pasar melalui ekspansi gerai secara cepat dan mengambil kesempatan pertumbuhan pengeluaran konsumen melalui peningkatan segmen pendapatan menengah di Indonesia. Matahari mempunyai fleksibilitas dalam menentukan lokasi gerai yang baru di seluruh negeri dikarenakan jaringan logistik Perseroan yang kuat, kemampuan Perseroan untuk menyesuaikan campuran barang dagangan di tingkatan gerai dengan cepat, hubungan erat dengan komunitas *real estate developer* dan jaringan lokasi berpotensial untuk gerai baru yang menjanjikan.

Per 31 Desember 2014, Matahari mempunyai 65 lokasi dalam prospek, dimana semuanya telah dievaluasi sebagai lokasi yang berpotensial untuk gerai baru. Perseroan berharap untuk membuka 12-14 gerai baru pada 2015. Sejalan dengan rencana ekspansinya, Perusahan terus mengidentifikasi dan mengevaluasi lokasi-lokasi potensial yang memungkin untuk pembukaan gerai di masa yang akan datang. Perseroan berencana untuk memperluas jejak jaringannya di lokasi-lokasi baru di seluruh negeri, khususnya di daerah-daerah yang belum terlayani dengan pertumbuhan yang tinggi diluar Jakarta dan sekitarnya, serta di kota-kota dimana Matahari telah hadir.

Produktivitas tahunan Matahari (berdasarkan rata-rata per tahun Penjualan Kotor per meter persegi dari Ruang Ritel) di tahun 2014 untuk gerai sejenis lebih tinggi di Jawa (diluar Jakarta dan sekitarnya). Produktivitas gerai diluar Jawa adalah 10,9% dan 16,9% di Jawa (diluar Jakarta dan sekitarnya), keduanya lebih tinggi dibanding gerai di Jakarta dan sekitarnya.

Gerai baru biasanya memiliki luas ruang antara 5.000 hingga 9.000 meter persegi, tergantung dari ketersediaan lahan dan ukuran target pasar lokal, diantara faktor lainnya. Matahari akan proaktif dalam mencari peluang untuk membuka gerai

STRATEGIES

Matahari's principal long-term goal is to further strengthen and consolidate its position as Indonesia's leading department store operator. The Company aims to achieve this goal by implementing the following strategies:

Continuous, Rapid Store Expansion Across Indonesia

Matahari's strategy is to leverage its brand and market leadership by growing its market share through rapid store expansion and by capturing the anticipated growth in consumer spending by the expanding middle-income segment in Indonesia. Matahari has considerable flexibility in considering new store locations throughout the country due to the Company's robust logistics network, its ability to rapidly adjust the merchandise mix at store level, its close relationship with the real estate developer community and a promising pipeline of potential new sites.

As of December 31, 2014, Matahari has 65 sites in its pipeline, all of which have been evaluated as viable locations for new stores. The Company expects to open 12-14 new stores in 2015. In accordance with its expansion plan, the Company continues to identify and evaluate potential sites that may lead to store openings in future. The Company plans to extend its footprint in new locations across the country, particularly in underserved, high-growth regions outside Greater Jakarta, as well as in cities where it already has a presence.

Matahari's annual productivity (based on the annualised average of Gross Sales per square metre of Retail Space) in 2014 for comparable stores was higher within Java (but outside Greater Jakarta). The productivity of stores outside Java was 10.9%, and 16.9% within Java (but outside Greater Jakarta), both of which were higher in stores within Greater Jakarta.

New stores typically cover a floor space of 5,000 to 9,000 square metres, depending on the site available and the size of the local target market, among other factors. Matahari

lebih banyak di pengembangan pusat perbelanjaan ritel baru untuk mengambil keuntungan arus pelanggan yang lebih tinggi. Untuk hal ini, tim khusus *real estate* Matahari akan terus berperan aktif dengan para developer pusat perbelanjaan untuk menelusuri dan mengevaluasi peluang-peluang lokasi di seluruh negeri. Dalam menilai kelayakan suatu lokasi gerai baru yang potensial, tim real estate akan memperhitungkan besaran area cakupan, kepadatan populasi, pendapatan siap dibelanjakan per kapita dari target pasar keseluruhan, ekspektasi biaya sewa, ekspektasi profitabilitas dan pengembalian keuangan dan persaingan dari peritel lainnya di daerah sekitarnya.

Sehubungan dengan rekam jejak Perseroan pada keberhasilan pembukaan gerai dan hubungan yang kuat dengan *developer real estate*, Manajemen percaya bahwa mereka akan mampu untuk melaksanakan rencana ekspansi yang ada, tergantung dari ketersediaan dari lokasi-lokasi gerai dan penyelesaian pusat perbelanjaan yang tepat waktu oleh para developer.

Optimalisasi Lanjutan dari Produktivitas Gerai

Matahari bermaksud untuk mendorong produktivitas penjualan dan pertumbuhan penjualan pada gerai yang sama (same-store-sales growth (SSSG)) dengan melakukan inisiatif-inisiatif sebagai berikut, diantaranya:

- Memperkuat persepsi konsumen untuk mendapatkan barang dengan harga pantas dengan iklan yang terarah dan kampanye pemasaran melalui berbagai media, termasuk media sosial yang berkembang pesat seperti Facebook dan Twitter. Matahari akan terus melakukan kampanye pemasaran yang selektif, termasuk penawaran promosi harian dan pembelian bonus, untuk meningkatkan arus pelanggan seraya membangun kampanye pemasaran yang lebih intensif yang berhubungan dengan peristiwa-peristiwa penting seperti pembukaan gerai baru, ulang tahun, hari libur, dan permulaan tahun ajaran sekolah.
- Terus melakukan peninjauan setiap tahun terhadap kebutuhan memperbaharui barang dagangan di seluruh gerai untuk memastikan gerai tersebut tetap sesuai dengan perubahan-perubahan atas kebutuhan, selera dan preferensi dari pelanggan Matahari serta meningkatkan pengalaman berbelanja secara keseluruhan dan memperkuat merek Matahari Department Store. Desain gerai Matahari dan aktivitas perombakan selalu terus diperbaharui untuk memastikan bahwa seluruh gerai merefleksikan praktik internasional yang terbaik. Renovasi gerai dapat termasuk pemasangan atau peningkatan pencahayaan, memperbaharui display produk dan *signage* atau pemasangan kamar pas yang baru, perluasan lorong, dan perlengkapan yang lebih modern, agar dapat meningkatkan pilihan persediaan barang tanpa menimbulkan dampak negatif terhadap suasana ruang gerai.

will be proactive in seeking opportunities to open more stores in new retail mall 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.

Given the Company's strong track record on successful store openings and its longstanding relationships with real estate developers, Management believes that it will be able to 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 drive further sales productivity and same-store-sales growth (SSSG) by implementing the following initiatives, among others:

- Strengthen customers' perception of getting value for money with regular, 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 increase customer traffic, while building more intensive marketing campaigns linked to major events such as new store openings, anniversaries, holidays, and the start of the school year.
- Continue to review each store's refurbishment needs each year to ensure that they remain relevant to changes in the needs, tastes and preferences of Matahari's customers, as well as to improve the overall shopping experience and strengthen the Matahari Department Store brand. Matahari's store design and remodelling initiatives are constantly updated to ensure that they reflect international best practice. 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, in order to be able to increase inventory selection without adversely affecting the store's feeling of space.

- Meningkatkan presentasi dari 'center core' dan ragam dari barang dagangan di gerainya untuk memperkuat reputasi Matahari sebagai destinasi pilihan untuk sepatu, tas, aksesoris dan kosmetik serta untuk meningkatkan arus pelanggan.
- Meningkatkan alokasi ruang untuk produk. Inisiatif-inisiatif yang berhasil meliputi penyediaan bagian khusus di toko untuk Nevada, merek eksklusif terpopuler Matahari dan merek pakaian modis harga terjangkau terpopoler di Indonesia; dan menciptakan 'Denim Bar' untuk memajang jeans denim dan celana produk secara lebih efektif. Aktivitas-aktivitas 'high impact' dan presentasi-presentasi sejenis akan diperkenalkan di masa depan.
- Meningkatkan penggunaan presentasi barang dagangan dalam gerai dan *visual merchandising* yang berhubungan untuk menyampaikan informasi secara efektif mengenai harga, tren dan nilai sekaligus mendorong keinginan berbelanja.
- Berfokus kepada pertumbuhan klasifikasi barang dagangan tertentu, seperti sepatu, kategori produk Matahari dengan pertumbuhan tercepat dan penjualan tertinggi; pakaian wanita, yang merupakan peningkatan terbesar kedua; tas dan kosmetik, untuk memperkuat posisi Matahari sebagai destinasi belanja pilihan bagi target pelanggannya.
- Menyesuaikan campuran barang dagangan untuk setiap gerai untuk memastikan bahwa harga rata-rata untuk barang-barang yang dijual pada masing-masing gerai konsisten dengan profil pendapatan dan pengeluaran target pasar lokal.
- Terus memanfaatkan kekuatan merek eksklusif Matahari yang populer, seperti Nevada, dengan menawarkan lini produk baru dan menyediakan area tambahan khusus untuk merek-merek dengan performa yang tinggi.
- Terus meningkatkan produktivitas gerai yang ada melalui pengembangan lanjutan dari program Matahari terutama untuk barang dagangan dan merek eksklusif, dalam rangka memperkuat diferensiasi dan mencakup jumlah poin harga yang lebih besar.
- Terus mengamati dan menanggapi tren yang berkembang dalam pola dan perilaku berbelanja, sebagai contoh dengan menunjukkan kesan 'maskulin' yang lebih besar pada display dan *signage* di bagian pakaian pria untuk melayani peningkatan jumlah pria yang berbelanja untuk kebutuhan pakaiannya sendiri.
- Terus memperluas basis keanggotaan MCC Matahari dengan meningkatkan berbagai manfaat dan potongan harga. Nilai transakasi rata-rata dari anggota MCC adalah sekitar 73,74% lebih tinggi daripada anggota non-MCC di tahun 2014.

- Improve the 'centre core' presentation and range of merchandise in its stores to reinforce Matahari's reputation as a preferred 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"; and creating a 'Denim Bar' to display denim jeans and shorts more effectively. Similar high-impact initiatives and presentations will be introduced in future.
- Improve the use of in-store merchandise presentations and associated visual merchandising to effectively communicate price information, trends and value, whilst encouraging impulse purchases.
- Focus on growing certain merchandise classifications, such as shoes, Matahari's highest selling and fastest growing product category; female apparel, which is enjoying the second largest increase; and handbags and cosmetics, to consolidate Matahari's position as the preferred shopping destination for our target customers.
- Tailor the merchandise mix for each store to ensure that the average price points of merchandise sold at each store are consistent with 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.
- Continue to increase existing store productivity through further development of Matahari's merchandise programs and exclusive brands programs in particular, to improve differentiation and cover a greater number of price points.
- Continue to monitor and respond to emerging trends in shopping patterns and behaviours, for example by bringing a more 'masculine' feel to displays and signage in male apparel sections to cater the increasing numbers of men who are shopping for their own clothes.
- Continue to grow the Company's MCC membership base by enhancing the range of benefits and discounts. The average transaction value of MCC members was approximately 73.74% higher than that of non-MCC members in 2014.

Tetap Berfokus pada Efisiensi Operasional dan Peningkatan Pemanfaatan Aset

Matahari akan tetap mengusahakan untuk memanfaatkan efisiensi operasional, biaya kontrol dan meningkatkan pemanfaatan aset untuk mendukung pelaksanaan Perseroan atas rencana ekspansi dan mendorong pertumbuhan profitabilitas yang lebih tinggi. Untuk melakukan ini, Matahari bermaksud untuk melaksanakan sejumlah inisiatif sebagai berikut:

- Memanfaatkan kemampuan pengumpulan data yang dimiliki untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik dari basis data MCC dengan 2,9 juta lebih anggota aktif, yang akan memberi informasi keputusan-keputusan strategis atas: (i) campuran barang dagangan di setiap gerai; (ii) harga; (iii) peluang-peluang gerai baru, lokasi dan ukuran; (iv) strategi penjualan dan display barang dagangan dalam gerai; dan (v) program iklan dan promosi.
- Terus mengoptimalkan pemilihan vendor konsinyasi dan alokasi ruang untuk mendorong pertumbuhan penjualan yang siginifikan dan mengurangi biaya gaji dan modal kerja, biaya *fit-out*, biaya distribusi dan penyimpanan, yang ditanggung sebagian oleh vendor konsinyasi.
- Terus meningkatkan dan mengoptimalkan sistem pembelian terpusat Matahari.
- Terus mendorong peningkatan dalam operasional distribusi dan logistik melalui pusat distribusi Matahari yang terpusat dengan memanfaatkan kemampuan 'tepat waktu', mengurangi waktu pengiriman dan mengusahakan tambahan efisiensi biaya.
- Terus mengoptimalkan pemanfaatan operasional logistik Matahari dengan menyediakan jasa-jasa logistik berbasis biaya untuk vendor konsinyasi tertentu, yang mengurangi biaya bersit operasional Matahari.
- Terus melaksanakan manajemen persediaan barang yang aktif dengan menjalankan *control* persediaan yang komputerisasi dan pemantauan tingkat persediaan barang oleh petugas merchandising dalam gerai.
- Meningkatkan penggunaan penurunan dan potongan harga untuk menghabiskan barang dagangan dengan penjualan yang lambat.
- Terus memperkuat langkah-langkah untuk meminimalkan penyusutan persediaan barang, seperti *sensormatic tags* untuk barang-barang dengan harga yang tinggi, kamera CCTV dan mempertahankan kehadiran petugas keamanan di setiap gerai.
- Terus meningkatkan manajemen risiko usaha melalui pelaksanaan tugas dari komite manajemen risiko, yang bertanggungjawab untuk: (i) menangani asuransi dan perencanaan penanggulangan bencana; (ii) mengembangkan dan menerapkan program pencegahan kerugian yang efektif; (iii) mengawasi kepatuhan

Continued Focus on Operational Efficiency and Improved Asset Utilisation

Matahari will continue to seek to leverage operational efficiency, control costs and improve asset utilization to support the Company's execution of its expansion plans and drive further growth in profitability. To do this, Matahari intends to implement a number of initiatives, including the following:

- Leverage its data mining capabilities to derive better insights from its MCC database of over 2.9 million active members, which will inform strategic decisions on: (i) the merchandise mix of individual stores; (ii) pricing; (iii) new store opportunities, locations and sizes; (iv) in-store merchandising and display strategies; and (v) advertising and promotional programs.
- Continue to optimise consignment vendor selection and space allocation in order to drive a significant portion of sales growth and to reduce payroll and working capital costs, fit-out expenses, distribution and warehousing costs, which are partly borne by consignment vendors.
- Continue to upgrade and optimise Matahari's centralized procurement system.
- Continue to drive improvements in the distribution and logistics operation through Matahari's centralised distribution centre by leveraging '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.
- Continue to exercise active inventory management by deploying computerised inventory controls and monitoring inventory levels by in-store merchandising personnel.
- Intensify the use of markdowns and discounting to clear slow-selling merchandise.
- Continue to strengthen measures to minimise the Company's inventory shrinkage, such as sensormatic tags on higher priced items, CCTV cameras and maintaining a security presence at each store.
- Continue to enhance business risk management through the work of the risk management committee, which is responsible for: (i) managing insurance and disaster recovery planning; (ii) developing and implementing effective loss prevention programs; (iii) monitoring compliance with the Company's standard operating

terhadap standar prosedur operasional Perseroan dan kontrol atas seluruh organisasi; dan (iv) menangani keamanan infrastruktur Perseroan.

- Terus mengusahakan efisiensi dan penghematan di seluruh gerai dan biaya pada masa yang akan datang.

procedures and controls across the organisation; and (iv) managing the Company's security infrastructure.

- Continue to seek efficiencies and savings across all stores and expense headings.

Memperkuat dan Menanamkan Suatu Budaya Perseroan yang Berorientasi kepada Pelanggan.

Manajemen percaya bahwa budaya Perseroan Matahari yang berorientasi kepada pelanggan memberikan landasan yang kokoh untuk memperkuat daya saing jangka panjang Perseroan.

Matahari akan mengambil langkah-langkah untuk menanamkan budaya ini lebih jauh melalui serangkaian pelatihan yang ditargetkan untuk karyawan mengenai inisiatif-inisiatif yang berfokus kepada pelanggan dan standard kualitas pelayanan, dan melalui peningkatan kapasitas para staf untuk berinteraksi dengan pelanggan secara efektif dengan membangun motivasi dan rasa percaya diri mereka. Matahari akan terus mengkaji dan memperbaharui program-program tersebut. Perseroan juga akan terus melanjutkan strategi untuk merekrut, mengembangkan dan mempertahankan karyawan-karyawan bertalenta (termasuk para karyawan vendor konsinyasi) untuk menjaga standar yang tinggi dan konsisten serta untuk memperkuat posisi kompetitif usaha.

Perseroan memiliki penekanan yang kuat pada identifikasi awal dan pengembangan pemimpin-pemimpin berpotensial di antara seluruh karyawannya yang nantinya mampu mendukung ekspansi jaringan gerai dan rencana pertumbuhan usaha. Perseroan tetap akan menerapkan *test* dan program pelatihan yang dirancang untuk mengidentifikasi staf dengan potensi manajerial dan menyempurnakan program-program ini sesuai kebutuhan.

Strengthening and Embedding A Customer-Oriented Corporate Culture

Management believes that Matahari's customer-oriented corporate culture provides a strong platform for strengthening its long-term competitiveness.

Matahari will take steps to embed this culture further through a series of targeted trainings for employees on customer-centric initiatives and service quality standards, and by improving staff's capacity to engage effectively with customers by building their motivation and self-confidence. Matahari will continue to review and update these programs. The Company will also continue to pursue strategies to recruit, develop and retain talented employees (including those of consignment vendors) to maintain high and consistent standards, and to strengthen its competitive position.

The Company places a strong emphasis on early identification and development of potential leaders among its employees who will be able to support its store network expansion and business growth plans. The Company will continue to implement testing and training programs designed to identify staff with management potential, and refine these programs to meet its needs.

PROSPEK USAHA

Manajemen sangat optimis mengenai prospek Matahari di tahun mendatang. Manajemen berharap untuk dapat memanfaatkan posisi dominan Matahari dalam segmen *department store* yang belum tergarap di Indonesia, terutama karena Matahari saat ini merupakan satu-satunya operator *department store* besar di Indonesia yang melayani segmen berpendapatan menengah yang sedang bertumbuh. Dengan meningkatnya kepercayaan setelah pemilihan umum tahun lalu, Perseroan berharap untuk tetap dapat mendorong pertumbuhan dengan mempercepat pembukaan gerai baru, Perseroan merencanakan untuk membuka 12 hingga 14 gerai baru untuk tahun 2015. Selain itu, dengan prospek 65 lokasi yang telah dievaluasi sebagai lokasi gerai baru yang layak, Perseroan memiliki prospek yang positif untuk ekspansi jaringan yang berkelanjutan setelah tahun 2015. Infrastruktur logistik Matahari yang berbiaya rendah, dengan cakupan nasional, juga memberikan keuntungan kompetitif bagi Perseroan dalam berekspansi.

Selain peningkatan penjualan yang ditunjang oleh pertumbuhan gerai, Manajemen percaya bahwa terdapat peluang-peluang lainnya untuk mengembangkan produktivitas gerai melalui pengembangan secara terus menerus dari program barang dagangan Matahari, terutama merek-merek eksklusifnya, dengan memperkuat diferensiasi dan mencakup jumlah poin harga yang lebih besar sejalan dengan bertambahnya kemakmuran dan peningkatan keragaman dalam segmen konsumen berpendapatan menengah.

BUSINESS PROSPECTS

Management is very optimistic about the outlook for Matahari in the coming year. Management expects to be able to leverage Matahari's dominant position in the as yet underpenetrated department store segment in Indonesia, particularly as Matahari is currently the only major department store operator in Indonesia catering to the growing middle-income segment. With the upsurge in confidence following last year's election, the Company expects to be able to drive growth by accelerating new store openings, with 12 to 14 new stores planned for 2015. Moreover, with a pipeline of 65 sites that have all been evaluated as viable locations for new stores, the Company's prospects for ongoing network expansion beyond 2015 are positive. Matahari's cost-efficient logistics infrastructure, which has nationwide coverage, also gives the Company a competitive advantage with regard to expansion.

In addition to the sales increases driven by store growth, Management believes that there will be further opportunities to grow store productivity through the continued development of Matahari's merchandise programs, particularly its exclusive brands, by strengthening differentiation and covering a greater number of price points in line with the rising affluence and increasing diversity within the middle income consumer segment.

TINJAUAN TATA KELOLA Perusahaan

Corporate Governance Overview

Struktur *Tata Kelola Perseroan*

CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE

PRAKTEK TATA KELOLA

Sebagai jaringan *department store* terkemuka di Indonesia, Matahari Department Store Tbk berupaya untuk tumbuh berkelanjutan dan memberikan manfaat serta bertindak atas dasar kepentingan terbaik para pemegang saham dan pemangku kepentingan, dan karena itu berkomitmen untuk menanamkan prinsip-prinsip tata kelola yang baik di dalam Perusahaan. Prinsip-prinsip tersebut, yakni transparansi, akuntabilitas, bertanggung jawab, mandiri, adil dan kesamaan hak, menjadi dasar operasi kami dan membentuk dasar Pedoman Perilaku (Code of Conduct) Perseroan. Penyempurnaan berkesinambungan dilakukan untuk memperkuat penerapan dan efektivitas tata kelola Perusahaan sehingga kami dapat:

1. Terus mengkonsolidasi hubungan antara Dewan Komisaris dan Direksi;

GOOD GOVERNANCE IN PRACTICE

As a leading department store chain in Indonesia, Matahari Department Store Tbk seeks to grow sustainably by delivering value to and acting in the best interests of all its shareholders and stakeholders, and is therefore committed to embedding the principles of good corporate governance (GCG) within the Company. These principles, namely transparency, accountability, responsibility, independence, fairness and equality, are applied across all our operations and form the basis of our corporate Code of Conduct. Continuous improvements are being made to strengthen the Company's application and effectiveness of GCG so that we can:

1. Continue to consolidate the relationship between the Board of Commissioners and the Board of Directors;

2. Terus memperkuat fungsi pengawasan dan pengelolaan Perseroan;
3. Memastikan askurasi dan integrase 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 bertanggungjawab;

Selain itu juga memastikan kepatuhan pada hukum dan ketentuan yang berlaku secara berkesinambungan.

Kerangka tata kelola Perusahaan Matahari mengharuskan pemisahan yang jelas antara pengawasan dan pengambilan keputusan dalam Perseroan, kontrol internal yang kuat, audit internal dan eksternal, pengelolaan risiko, program *whistleblowing*, pemberian informasi daring yang lengkap dan tepat waktu, dan fungsi Sekretaris Perusahaan yang proaktif. Seiring dengan semakin besarnya Perseroan, semua elemen ini ditinjau secara rutin untuk menjamin kecukupan dan kesepadanan elemen-elemen tersebut dengan cakupan dan skala operasi usaha kami yang bertumbuh.

Komitmen Matahari untuk menjunjung tinggi standar tertinggi dari tata kelola perusahaan tersermin dalam posisi Perseroan yang berada dalam posisi 30 teratas dalam 50 Perusahaan dengan Nilai Teratas di Indonesia dalam penilaian tahunan yang diselenggarakan oleh Indonesian Institute for Corporate Directorship berdasarkan pada ASEAN Governance Scorecard

STRUKTUR TATA KELOLA PERUSAHAAN

Sesuai dengan UU Perseroan Terbatas dan UU Pasar Modal di Indonesia, institusi tertinggi di Matahari adalah Pemegang Saham yang harus bertemu setidaknya setahun sekali. Bertindak atas nama Pemegang Saham, Dewan Komisaris mengawasi dan memberikan panduan kepada Direksi yang membuat keputusan strategis dalam pengelolaan Perusahaan. Kedua Dewan ini terpisah, dan tidak ada satu individualpun yang merangkap menjadi anggota dari kedua Dewan tersebut. Hak-hak dan kewajiban

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;

And ensure continued compliance with all applicable laws and regulations.

Matahari's corporate governance framework provides for a clear separation of oversight and decision making within the Company as well as strong internal controls, internal and external audit, risk management, a whistleblowing program, full and timely disclosure of information online, and a proactive Corporate Secretarial function. As the Company expands, all these elements are regularly reviewed to ensure they remain adequate and commensurate with the growing scope and scale of our operations.

The Company has put in place a comprehensive and rigorous system for managing risk that is designed to safeguard the achievement of the Company's strategic objectives, grow profitability and assure the sustainability of the business.

Matahari's commitment to upholding the highest standards of corporate governance was reflected in the Company's top 30 ranking among the Top 50 Highest Scoring Listed Companies in Indonesia, in the annual assessment conducted by the Indonesian Institute for Corporate Directorship based on the ASEAN Corporate Governance Scorecard.

CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE

In compliance with corporate and capital market laws in Indonesia, the highest governing body in Matahari is the Shareholders, who must meet at least once every year. On behalf of the Shareholders, the Board of Commissioners oversees and guides the Board of Directors, who make strategic decisions on the management of the Company. 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

setiap anggota Dewan Komisaris dan Direksi didefinisikan dalam Anggaran Dasar Perseroan yang telah disetujui oleh Rapat Umum Pemegang Saham berdasarkan UU Perseroan Terbatas dan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)—yang dulunya adalah Bapepam-LK dan Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam mengeksekusi keputusan strategis, pengelolaan sehari-hari dan pengambilan keputusan Perseroan, Direksi didukung oleh Tim Manajemen Perseroan.

Anggota-anggota Dewan Komisaris dan Direksi diangkat dan diberhentikan oleh Rapat Umum Pemegang Saham. Sesuai dengan Anggaran Dasar Perseroan, Dewan Komisaris dan Direksi bekerja sejak tanggal mereka diangkat sampai penutupan RUPS Tahunan yang ketiga setelah tanggal pengangkatan, dan dapat diangkat kembali untuk periode berikutnya, tanpa mengurangi hak RUPS untuk memberhentikan sewaktu-waktu. Anggota Dewan Komisaris dan Direksi saat ini diangkat berdasarkan Akta no. 34 tanggal 11 April 2014 oleh Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito, SH.

the Board of Commissioners and the Board of Directors are defined by the Company's Articles of Association, which were approved by the General Meeting 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 Board of Directors is supported in the execution of strategic decisions and the day-to-day management and decision making of the Company by the Board of Management.

The members of the Board of Commissioners and Board of Directors are appointed and dismissed by the General Meeting 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 closing of the third annual GMS after the date of appointment, and could be reappointed for the next period, without reducing the GMS right to dismissal at any time. The present members of the Boards of Commissioners and Directors were appointed pursuant to Notarial Deed No. 34 dated April 11, 2014 of Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito, SH.

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) membuat keputusan utama Perseroan seperti pembayaran dividen, pengangkatan dan pemberhentian anggota Dewan Komisaris dan Direksi serta persetujuan atas transaksi dengan nilai material.

Pada tanggal 8 Desember 2014, OJK mengeluarkan peraturan baru, Peraturan OJK No. 32/POJK.04/2014 mengenai Rapat Umum Pemegang Saham. Semua aspek implementasi RUPS oleh Perseroan telah mematuhi penuh peraturan baru tersebut.

Rapat Umum Pemegang Saham tahun 2014 dilaksanakan pada tanggal 11 April 2014 di ruang Monas 2, Hotel Aryaduta, Jalan Prapatan Kav. 44-48, Jakarta, dan dihadiri oleh pemegang saham atau kuasanya yang mewakili 75,3% dari saham yang beredar. Rapat tersebut juga dihadiri oleh perwakilan dari Perseroan yakni 1 anggota Dewan Komisaris, 4 anggota Direksi, *Chief Financial Officer*, dan Sekretaris Perusahaan. Rapat tersebut dipimpin oleh Komisaris Independen dan Pedoman Perilaku (*Code of Conduct*) rapat dibacakan sebelum berlangsungnya RUPS.

GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

The General Meetings of Shareholders (GMS) make decisions on major corporate actions such as the payment of dividends, the appointment and dismissal of members of the Board of Commissioners and Board of Directors, and transactions of material value.

On December 8, 2014, the OJK issued a new rule, OJK Rule No. 32/POJK.04/2014 regarding the General Meeting of Shareholders. All aspects of the implementation of the GMS by the Company are compliant with the provisions of the new rule.

The 2014 Annual General Meeting of Shareholders was held on April 11 2014 in the Monas 2 Room of the Aryaduta Hotel, Jalan Prapatan Kav. 44-48, Jakarta, and was attended by shareholders or their proxies representing 75.3% of outstanding shares. The meeting was also attended by the Company's representatives, who were 1 member of Board of Commissioner, 4 members of Board of Directors, Chief Financial Officer, and Corporate Secretary. The meeting was chaired by the Independent Commissioner and the meeting's code of conduct was read prior to the meeting.

Berikut adalah hal-hal yang diputuskan dalam rapat:

1. a. Menerima dan menyetujui laporan Direksi mengenai kegiatan operasional dan tata usaha keuangan Perseroan untuk tahun kalendar 2013 serta laporan tugas pengawasan oleh Dewan Komisaris.

   b. Menyetujui dan mengesahkan Laporan Keuangan Tahunan Perseroan tahun buku 2013, sebagaimana telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana & Rekan (anggota dari PricewaterhouseCoopers) dalam laporan suratnya tertanggal 14 Februari 2014 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 2013 dalam arti yang seluas-luasnya termasuk untuk kegiatan yang dilakukan dalam rangka penjualan saham oleh pemegang saham, 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 laporan keuangan, relasi dan transaksi pinjam meminjam, dan pengelolaan Perseroan dalam bentuk apapun juga, secara langsung maupun tidak langsung, selama tahun buku 2013 dan sampai dengan tanggal ditutupnya Rapat hari ini sepanjang tercermin dalam Laporan Direksi Perseroan serta Laporan Keuangan Tahunan Perseroan.

2. Menyetujui Perseroan melakukan pembagian keuntungan sehingga penggunaan keuntungan Perseroan tahun buku 2013 sebesar Rp. 1.150.159.931.690,- (satu triliun seratus lima puluh miliar seratus lima puluh sembilan juta sembilan ratus tiga puluh satu ribu enam ratus sembilan puluh rupiah) sebagai berikut:
   a. Menggunakan laba bersih sebesar Rp 460.155.681.216,- (empat ratus enam puluh miliar seratus lima puluh lima juta enam ratus delapan puluh satu ribu dua ratus enam belas rupiah) untuk dibayarkan sebagai dividen tunai yang dibagikan kepada 2.917.918.080 (dua miliar sembilan ratus tujuh belas juta sembilan ratus delapan belas ribu delapan puluh) saham yang telah dikeluarkan oleh Perseroan atau sebesar Rp 157,70 (seratus lima puluh tujuh koma tujuh rupiah) per saham;

The following resolutions were decided at the meeting:

1. a. Received and approved the report of Board of Directors of the Company's operation and financial activities for calendar year 2013 and oversight reports of the Board of Commissioners.

   b. Approved and ratified the Financial Statements for calendar year 2013, as audited by public accountants Tanudiredja, Wibisana & Co (PwC global network member) in their report dated 14 February, 2014 with an unqualified opinion letter, and provided full release and discharge (acquit et decharge) to all members of the Board of Commissioners and Board of Directors of the Company during calendar year 2013 in the broadest sense, including 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 fiscal year 2013 and until the closing date of today's Meeting as reflected in the Board of Director's Report and in the Company's Financial Statement.

2. Approved the Company's plan to distribute a dividend, and to use the net income of calendar year 2013 of Rp. 1,150,159,931,690,- (one trillion, one hundred fifty billion, one hundred fifty-nine million, nine hundred thirty-one thousand and six hundred ninety rupiah) as follows:
   a. To use the net income of Rp 460,155,681,216,- (four hundred and sixty billion, one hundred and fifty-five million, six hundred and eighty-one thousand, two hundred and sixteen rupiah) to be paid as a cash dividend distributed to 2,917,918,080 (two billion nine hundred and seventeen million, nine hundred and eighteen thousand and eighty) of the Company's total issued shares, or Rp 157.70 (one hundred and fifty seven point seventy rupiah) per share;

b. Sisa laba bersih sebesar Rp 690.004.250.474 (enam ratus sembilan puluh miliar empat juta dua ratus lima puluh ribu empat ratus tujuh puluh empat rupiah) dibukukan sebagai laba ditahan Perseroan.

c. Memberikan wewenang kepada Direksi Perseroan, dengan hak substitusi, untuk melakukan segala tindakan yang diperlukan dan melakukan pembagian dividen tunai tersebut.

3. Melimpahkan wewenang kepada Dewan Komisaris dan/atau Direksi Perseroan untuk memilih dan mengangkat Akuntan Publik Terdaftar untuk mengaudit pembukuan Perseroan tahun buku 2014 serta memberikan wewenang kepada Direksi Perseroan untuk menetapkan honorarium dan persyaratan lain pengangkatan tersebut.

4.a. Mengubah Anggaran Dasar Perseroan Pasal 13 ayat 3 mengenai masa jabatan anggota Direksi, Pasal 14 ayat 13 mengenai kewenangan Direksi untuk mewakili Perseraon dan Pasal 16 ayat 7 mengenai masa jabatan anggota Komisaris menjadi berbunyi sebagai berikut:

i. Pasal 13 ayat 3 Anggaran Dasar Perseroan: Anggota Direksi diangkat oleh RUPS, masing-masing untuk jangka waktu yang terhitung sejak tanggal yang ditentukan dalam RUPS pengangkatan mereka sampai penutupan RUPS Tahunan yang ketiga setelah tanggal pengangkatan mereka, dan dapat diangkat kembali untuk periode berikutnya, dengan tidak mengurangi hak RUPS untuk menghentikannya sewaktu-waktu.

ii. Pasal 14 ayat 13 Anggaran Dasar Perseroan: Presiden Direktur dan Wakil Presiden Direktur atau satu orang anggota Direksi lainnya secara bersama-sama berhak bertindak untuk dan atas nama Direksi serta mewakili Perseroan. Apabila Presiden Direktur berhalangan hadir karena sebab apapun tanpa perlu dibuktikan kepada pihak manapun, maka Wakil Presiden Direktur dan 2 (dua) orang anggota Direksi secara bersama-sama berhak bertindak untuk dan atas nama Direksi serta mewakili Perseroan. Apabila Presiden Direktur dan Wakil Presiden Direktur berhalangan hadir karena sebab apapun tanpa perlu dibuktikan kepada pihak manapun, maka 3 (tiga) orang anggota Direksi secara bersama-sama berhak bertindak untuk dan atas nama Direksi serta mewakili Perseroan.

b. To record the remaining net profit of Rp 690,004,250,474 (six hundred and ninety billion, four million, two hundred and fifty thousand, four hundred and seventy-four rupiah) as retained earnings of the Company.

c. To authorize the Board of Directors of the Company with substitution rights to perform any necessary action and to conduct the dividend distribution.

3. Authorised the Board of Commissioners and/or Board of Directors to choose and appoint the registered Public Accountant to audit the financial statements for the book year 2014 and authorised the Board of Directors to determine the fees and other terms and conditions of the appointment.

4. a. Amended Article 13 clause 3 of the Articles of Association regarding the term of office of the members of the Board of Directors, Article 14 clause 13 regarding the authority of the Board of Directors, and Article 16 clause 7 regarding the term of office of the Board of Commissioners, as follows:

i. Article 13 clause 3 of the Articles of Association: Members of the Board of Directors are appointed by the GMS, effective since the date specified in the GMS which appointed them until the closing of the third annual GMS after the date of appointment, and could be reappointed for the next period, without reducing the GMS right to dismissal at any time.

ii. Article 14 clause 13 of the Articles of Association: The President Director and Vice President Director or one member of the Board of Directors collectively have the right to act for and on behalf of the Board of Directors to represent the Company. If the President Director was unable to attend due to any cause without need to prove to any party then the Vice President Director and two members of the Board of Directors collectively have the right to act for an on behalf of the Board of Directors to represent the Company. If the President Director and Vice President Director was unable to attend due to any cause without need to prove to any party then 3 (three) members of the Board of Directors collectively have the right to act for an on behalf of the Board of Directors to represent the Company.

iii. Pasal 14 ayat 7 Anggaran Dasar: Anggota Dewan Komisaris diangkat oleh RUPS, efektif sejak tanggal yang ditetapkan dalam RUPS yang mengangkat mereka sampai penutupan RUPS tahunan ketiga sejak tanggal pengangkatan, dan dapat diangkat kembali pada periode berikutnya, tanpa mengurangi hak RUPS untuk memberhentikan sewaktu-waktu.

b. Memberikan wewenang dan kuasa dengan hak substitusi kepada Direksi Perseroan untuk melakukan segala tindakan sehubungan dengan perubahan Pasal 13 ayat 3, Pasal 14 ayat 13 dan Pasal 16 ayat 7 Anggaran Dasar, Perseroan tersebut diatas termasuk tetapi tidak terbatas untuk menghadap kepada Notaris atau pejabat instansi yang berwenang atau pihak manapun juga, memberikan keterangan atau informasi yang diiperlukan, melaporkan perubahan Anggaran Dasar tersebut kepada Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia dan/atau instansi terkait serta untuk mengajukan serta menandatangani semua permohonan dan dokumen lainnya yang diperlukan.

5. Menyetujui pengangkatan anggota Direksi dan Dewan Komisaris yang baru untuk masa jabatan berikutnya, efektif sejak penutupan Rapat ini sampai dengan penutupan RUPS berikutnya untuk tahun buku 2016, yang akan dilakukan pada tahun 2017, dengan komposisi berikut:

iii. Article 14 clause 7 of the Articles of Association: Members of the Board of Commissioners are appointed by the GMS, effective since the date specified in the GMS which appointed them until the closing of the third annual GMS after the date of appointment, and could be reappointed for the next period, without reducing the GMS right to dismissal at any time.

b. Authorized and empowered the Board of Directors of the Company with the substitution rights to perform any action regarding the changes of Article 13 clause 3, Article 14 clause 13 and Article 16 clause 7 of the Company's Articles of Association, including but not limited to facing the Notary or an authorized institute or any other party, to provide necessary information, repot the changes in the Articles of Association to the Ministry of Justice and Human Rights and/or other relevant institutes as well as to submit and sign all applications and other necessary documents.

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 book year 2016, which will be held in 2017, with the following composition:

Dewan Komisaris
Board of Commissioners

Posisi	**Nama** I Name	Position
Presiden Komisaris (Independen)	John Bellis	President Commissioner (Independent)
Komisaris (Independen)	Jonathan Limbong Parapak	Commissioner (Independent)
Komisaris	Sigit Prasetya	Commissioner
Komisaris	Rene Mang Wing Ming	Commissioner
Komisaris	Henry Jani Liando	Commissioner
Komisaris	William Travis Saucer	Commissioner

Direksi
Board of Directors

Posisi	**Nama** I Name	Position
Presiden Direktur	Bunjamin Jonatan Mailool	President Director
Wakil Presiden Direktur	Larry Michael Remsen	Vice President Director
Direktur	Andy N. Purwohardono	Director
Direktur	Wai Hoong Fock	Director
Direktur	Joo Suk Kim	Director
Direktur (Direktur non-afiliasi)	Andre Rumantir	Director

b. 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 penyelarasan 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.

c. Memberikan wewenang kepada Dewan Komisaris untuk merancang, menetapkan dan melaksanakan sistem remunerasi termasuk honorarium, tunjangan, gaji, bonus dan remunerasi lainnya bagi anggota Direksi Perseroan berdasarkan perumusan yang berorientasi kinerja, persaingan pasar dan keselarasan dengan kapasitas keuangan serta hal-hal lain yang berhubungan.

d. Memberikan wewenang, dengan hak substitusi, kepada Direksi untuk melaksakan segala tindakan terkait pengangkatan anggota Dewan Komisaris dan Direktur termasuk tetapi tidak terbatas hanya pada pendaftaran susunan Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan dalam Daftar Perseroan dan untuk mengajukan serta menandatangani semua permohonan dan dokumen lainnya yang diperlukan.

b. 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.

c. Authorised 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.

d. Authorised, 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 mengesahkan penegasan kembali susunan pemegang saham dalam Perseroan sebagai berikut:
   a. ASIA COLOR COMPANY LIMITED sebagai pemilik dan/atau pemegang saham mewakili 25,66% saham dengan rincian 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. 677.192.236 (enam ratus tujuh puluh tujuh seratus sembilan puluh dua ribu dua ratus tiga puluh enam) saham Seri C;

   b. PT MULTIPOLAR TBK sebagai pemilik dan/atau pemegang saham mewakili 20,48% saham, dengan rincian 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;
      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 sebagai pemilik dan/atau pemegang saham mewakili 53,86% saham, dengan rincian 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. 1.423.129.960 (satu milyar empat ratus dua puluh tiga juta seratus dua puluh sembilan ribu sembilan ratus enam puluh) saham Seri C.

Perseroan melaksanakan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 2 Juni 2014 di ruang Monas 2 Hotel Aryaduta, Jalan Prapatan Kav. 44-48, Jakarta. Rapat tersebut dihadiri oleh pemegang saham atau kuasanya yang mewakili 85,5% total saham yang beredar. Rapat juga dihadiri oleh perwakilan Perseroan, yaitu 2 anggota Dewan Komisaris, 4 anggota Direksi, Chief Financial Officer, dan Sekretaris Perusahaan. Rapat ini dipimpin oleh Komisaris Independen dan Pedoman Perilaku (Code of Conduct) Rapat dibacakan sebelum Rapat.

6. Approved and/or ratified the affirmation of the Company's current shareholdings as follows:
   a. ASIA COLOR COMPANY LIMITED as the owner and/or the shareholder representing 25.66% 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. 677, 192, 236 (six hundred and seventy-seven million one hundred and ninety-two thousand two hundred and thirty-six) Series C shares;

   b. PT MULTIPOLAR TBK as the owner and/or the shareholder representing 20.48% 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 (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 53.86% of the shares, 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. 1,423,129,960 (one billion four hundred and twenty-three million one hundred and twenty-nine thousand nine hundred and sixty) Series C shares.

The Company held an Extraordinary General Meeting of Shareholders (EGMS) on June 2, 2014 in the Monas 2 Room of the Aryaduta Hotel, Jalan Prapatan Kav. 44-48, Jakarta. The meeting was attended by shareholders or the proxies representing 85.5% of outstanding shares. The meeting was also attended by the Company's representatives who were 2 members of Board of Commissioner, 4 members of Board of Directors, Chief Financial Officer, and Corporate Secretary. The meeting was chaired by the Independent Commissioner and the meeting's code of conduct was read prior to the meeting.

Rapat itu memutuskan untuk menyetujui rencana Perseroan untuk menjaminkan mayoritas atau seluruh aset bersih Perseroan sehubungan dengan pembiayaan yang akan diterima oleh Perseroan dari bank-bank, sebagaimana diharuskan dalam Anggaran Dasar Perseroan dan peraturan yang berlaku. Rapat juga memberikan kuasa dan wewenang kepada Direksi dengan hak substitusi untuk melakukan semua tindakan yang diperlukan terkait dengan penjaminan aset Perseroan. Persetujuan dan wewenang diberikan sampai penutupan RUPS berikutnya yang akan dilakukan pada tahun 2015.

The meeting decided to approve the Company's plan to secure the majority or all of the net assets of the Company in relation to the financing that will be received by the Company from banks, as required by the Articles of Association of the Company and the prevailing regulations, and granted power and authority to the Board of Directors with substitution rights to perform any necessary action in accordance with the encumbrance of the Company's assets. This approval and authorization were granted until the closing of the next Annual General Meeting of Shareholders, which will be conducted in 2015.

DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris melakukan pengawasan terhadap pengelolaan Perseroan melalui *supervise*, pemberian panduan dan nasihat kepada Direksi. Setiap anggota Dewan Komisaris bertindak mandiri dalam memenuhi tugas dan tanggung jawabnya kepada Perseroan. Tidak satupun komisaris mempunyai hubungan keluarga, keuangan, manajemen dan/atau kepemilikan saham dengan anggota Dewan Komisaris lainnya ataupun dengan anggota Direksi. Dewan Komisaris bertanggung jawab kepada pemegang saham.

Struktur dan Keanggotaan

Sesuai peraturan pasar modal, Dewan Komisaris mempunyai dua Komisaris Independen (salah satunya adalah Presiden Komisaris) dari keseluruhan lima Komisaris, yang sesuai persyaratan bahwa setidaknya 30% dari anggota harus independen, sebagaimana disebutkan oleh Surat Edaran Ketua BAPEPAM No. SE-03/PM/2000 tertanggal 5 Mei 2000; dan Peraturan BEI No I-A tertanggal 19 Juli 2004.

Dengan dikeluarkannya Peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014 mengenai Direksi dan Dewan Komisaris Perseroan Publik tertanggal 8 Desember 2014, Peraturan Bapepam-LK No.IX.I.6 tertanggal 7 Desember, 2012 tidak lagi berlaku. Pengangkatan, susunan, tugas, tanggung jawab dan proses Dewan Komisaris sudah mematuhi peraturan baru yang berlaku.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan Pasal 16 ayat 7, anggota Dewan Komisaris diangkat dan diberhentikan oleh Rapat Umum Pemegang Saham, efektif sejak tanggal ditetapkan dalam RUPS yang mengangkat mereka sampai pada penutupan RUPS tahunan ketiga sesudah tanggal pengangkatan, dan dapat diangkat kembali untuk periode berikutnya, tanpa mengurangi hak RUPS untuk memberhentikan sewaktu-waktu. Pada tanggal 11 April 2014, Pemegang Saham menerima pengunduran diri Roy Kuan dari Dewan Komisaris dan mengangkat Sigit Prasetya sebagai Komisaris.

BOARD OF COMMISSIONERS

The Board of Commissioners exercises oversight over the Company's management by supervising, guiding and advising the Board of Directors. 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.

Structure and Membership

In compliance with capital market regulations, the Board of Commissioners has two Independent Commissioners (one of whom is the President Commissioner) out of a total of five Commissioners, which meets 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; and IDX Rule No I-A dated July 19, 2004.

With the issuance of OJK Rule No. 33/POJK.04/2014 regarding the Boards of Directors and Boards of Commissioners of Public Companies on December 8, 2014, Bapepam-LK Regulation No.IX.I.6 dated December 7, 2012 no longer applies. The appointment, composition, roles, responsibilities and process of the Company's Board of Commissioners are compliant with the provisions of the new rule.

Based on the Company's Article of Association Article 16 clause 7, members of the Board of Commissioners are appointed and dismissed by the General Meeting of Shareholders, effective since the date specified in the GMS which appointed them until the closing of the third Annual GMS after the date of appointment, and could be reappointed for the next period, without reducing the GMS right to dismissal at any time. On April 11, 2014, the Shareholders accepted the resignation of Roy Kuan from the Board of Commissioners and appointed Sigit Prasetya as a Commissioner.

Pada tanggal 31 Desember 2014, susunan Dewan Komisaris adalah sebagai berikut:

As at December 31, 2014, the composition of the Board of Commissioners was as follows:

Posisi	**Nama I** Name	Position
Presiden Komisaris Independen	John Bellis	Independent President Commissioner
Komisaris Independen	Jonathan L. Parapak	Independent Commissioner
Komisaris	William Travis Saucer	Commissioner
Komisaris	Sigit Prasetya	Commissioner
Komisaris	Rene Mang Wing Ming*	Commissioner
Komisaris	Henry Jani Liando	Commissioner

* Rene Mang Wing Ming mengundurkan diri efektif pada 3 Desember 2014
* Rene Mang Wing Ming resigned effective December 3, 2014

Tugas dan Tanggung Jawab

Sebagaimana tercantum dalam Anggaran Dasar Perseroan dan UU no 40/2007 tentang Perseroan Terbatas, Dewan Komisaris mengawasi dan memberikan panduan kepada Direksi dan secara kolektif bertanggung jawab untuk setiap penyimpangan yang dilakukan Direksi dalam melaksanakan tugasnya.

Dalam kapasitasnya ini, Komisaris memantau dan mendukung implementasi tata kelola Perseroan yang baik dan pemenuhan kewajiban dan komitmen tanggung jawab sosial Perseroan. Mereka juga mempunyai peran penting dalam memberikan nasehat dan menyetujui rencana strategis Perseroan serta implementasi rencana strategis oleh Direksi dalam mencapai tujuan usaha.

Duties and Responsibilites

As specified in the Company's Articles of Association and Decree No. 40/2007 on Limited Liability Companies, the Board of Commissioners supervises and guides the Board of Directors, and is collectively accountable for any misconduct on the part of the Directors in the course of their duties.

In this capacity, the Commissioners monitor and support the implementation of good corporate governance and the fulfilment of the Company's corporate social responsibility (CSR) obligations and commitments. They also play a crucial role in advising on and approving the Company's strategic direction and the Directors' execution of strategic plans to achieve corporate objectives.

Rapat Dewan Komisaris

Dewan Komisaris mengadakan rapat setiap kuartal dan rapat interim yang dianggap perlu, untuk memastikan dialog rutin antara anggota-anggotanya.

Rapat Dewan yang dijadwalkan untuk tahun 2014 dan 2015 telah ditetapkan dan didistribusikan kepada anggota-anggota oleh Sekretaris Perusahaan (atas nama Ketua) masing-masing pada tanggal 29 Oktober 2013 dan 29 Oktober 2014. Untuk rapat-rapat lainnya, pemberitahuan diberikan oleh Ketua Dewan Komisaris atau oleh dua Komisaris lain. Rapat dewan gabungan dipimpin oleh Ketua atau salah satu Komisaris yang dipilih oleh anggota lain dalam rapat.

Kuorum tercapai jika lebih dari 50% anggota Dewan Komisaris hadir, atau untuk rapat gabungan, jika lebih dari 50% anggota Dewan Komisaris dan Direksi hadir. Setiap anggota Dewan mempunyai satu suara dan diperbolehkan untuk mewakili seorang anggota lainnya melalui surat kuasa jika diinstruksikan.

Rapat dipimpin oleh salah satu Komisaris, dengan satu anggota lainnya bertanggung jawab untuk mencatat isi rapat. Rata-rata kehadiran dalam rapat tahun 2013 mencapai lebih dari 95%, sehingga kuorum tercapai pada semua rapat.

Board of Commissioners' Meetings

The Board of Commissioners holds quarterly meetings as well as interim meetings whenever deemed necessary, to ensure a regular dialogue between its members.

The Board meetings schedule for year 2014 and 2015 are set and distributed to the members by the Corporate Secretary (on behalf of the Chairman) on October 29, 2013 and October 29, 2014, respectively. For all other meetings, notice 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.

These meetings are chaired by one of the Commissioners, with one other member being responsible for recording the minutes of each meeting. Average attendance at meetings in 2014 was above 95%, thus a quorum was achieved at all meetings.

Rapat Dewan Komisaris
Board of Commissioners' Meetings

Nama Name	21 Februari 2014 February 21, 2014	25 April 2014 April 25, 2014	8 Agustus 2014 August 8, 2014	31 Oktober 2014 October 31, 2014	(%) Kehadiran Attendance
John Bellis	√	√	√	√	100
Jonathan L. Parapak	√	√	√	√	100
William Travis Saucer	-	√	√	√	75
Sigit Prasetya	√	√	√	√	100
Rene Mang Wing Ming*	√	√	√	√	100
Henry Jani Liando	√	√	√	√	100

* Rene Mang Wing Ming mengundurkan diri efektif pada 3 Desember 2014
* Rene Mang Wing Ming resigned effective December 3, 2014

Rapat Dewan Komisaris dan Direksi

Dewan Komisaris mengadakan rapat tahunan dan kuartalan dengan Direksi, serta rapat interim yang dianggap perlu untuk memastikan dialog rutin antara kedua dewan.

Jadwal rapat Dewan untuk tahun 2014 dan 2015 telah ditetapkan dan didistribusikan kepada anggota-anggota oleh Sekretaris Perusahaan (atas nama Ketua) masing-masing pada tanggal 29 Oktober 2013 dan 29 Oktober 2014.

Perseroan mengadakan 4 rapat gabungan Dewan Komisaris dan Direksi pada tahun 2014. Kuorum tercapai jika lebih dari 50% anggota Dewan Komisaris dan Direksi hadir.

Board of Commissioners and Board of Directors Meetings

The Board of Commissioners holds both 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.

The Board meetings schedule for year 2014 and 2015 are set and distributed to the members by the Corporate Secretary (on behalf of the Chairman) on October 29, 2013 and October 29, 2014, respectively.

The Company has held 4 joint meetings of Board of Commissioners and Board of Directors in 2014. A quorum is reached when more than 50% of the Board of Commissioners and Board of Directors are present

Rapat Dewan Komisaris dan Direksi
Board of Commissioners and Board of Directors Meetings

Nama Name	21 Februari 2014 February 21, 2014	25 April 2014 April 25, 2014	8 Agustus 2014 August 8, 2014	31 Oktober 2014 October 31, 2014	(%) Kehadiran (%)Attendance
John Bellis	√	√	√	√	100
Jonathan L. Parapak	√	√	√	√	100
William Travis Saucer	-	√	√	√	75
Sigit Prasetya	√	√	√	√	100
Rene Mang Wing Ming*	√	√	√	√	100
Henry Jani Liando	√	√	√	√	100
Bunjamin J. Mailool	√	√	√	√	100
Michael Remsen	√	√	√	√	100
Andy N. Purwohardono**	-	√	√	√	100
Wai Hoong Fock	√	√	√	-	75
Joo Suk Kim***	√	-	√	-	67
Andre Rumantir	√	√	√	-	75

* Effektif mengundurkan diri sejak tanggal 3 Desember 2014 | Effectively resigned as of December 3, 2014
** Bergabung dengan Perseroan pada tanggal 11 April 2014 | Joined the Company on April 11, 2014
*** Efektif mengundurkan diri sejak tanggal 18 September 2014 | Effectively resigned as of September 18, 2014

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 membantu mereka dalam mengawasi Direksi dan Dewan Manajemen serta memastikan penerapan prinsip-prinsip tata kelola Perusahaan yang baik. Komite Audit mematuhi semua peraturan OJK.

a. **Basis Hukum Pembentukan**
Komite Audit Perseroan dibentuk sesuai Peraturan Bapepam-LK No. IX.I.5, Keputusan Ketua Bapepam No. Kep-29/PM/2004 jo No. Kep-643/BL/2012 mengenai Komite Audit, dan Peraturan Bursa Efek Jakarta No. Kep-305/BEJ/07-2004.

b. **Struktur dan Keanggotaan**
Susunan Komite Audit tahun 2014 adalah sebagai berikut:

COMMITTEES UNDER THE BOARD OF COMMISSIONERS

The Board of Commissioners is supported 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 oversight over the Board of Directors and the Board of Management and providing assurance on the application of good corporate governance principles. The Audit Committee complies with all OJK regulations.

a. **Legal Basis for Establishment**
The Company's Audit Committee was established in accordance with the provisions of Bapepam-LK Regulation No. IX.I.5, 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 composition of the Audit Committee in 2014 was as follows:

Posisi	**Nama** I Name	Position
Ketua	John Bellis (Presiden Komisaris – Independen | President Commissioner – Independent)	Chairman
Anggota	Dr. Isnandar Rachmat Ali	Member
Anggota	Prawiro Widjaja	Member

Anggota dan Ketua Komite Audit bersifat independen dan tidak mempunyai koneksi keuangan dengan Perseroan selain dari remunerasi yang diterima karena melaksanakan tugas sebagai anggota Komite Audit dan Dewan Komisaris. Selain itu, mereka juga tidak memiliki hubungan keluarga ataupun bisnis dengan anggota Dewan Komisaris atau Direksi atau pemegang saham mayoritas lain. Tugas umum dan khusus Komite Audit ditetapkan dalam Piagam Komite Audit.

Piagam Komite Audit yang baru dikeluarkan tahun 2013 untuk memenuhi peraturan OJK yang baru mengenai Komite Audit. Susunan Komite Audit di atas sesuai dengan keputusan Dewan Komisaris yang tercantum dalam Surat Edaran No. 004/Dekom-MDS/IV/2014 tertanggal 24 April 2014.

Profiil singkat anggota Komite Audit dapat dilihat pada halaman 294 dari Laporan Tahunan ini.

c. **Tugas dan Tanggung Jawab**
Tugas utama Komite Audit adalah untuk membantu Dewan Komisaris dengan meninjau, antara lain:

The members and chairman of the Audit Committee are independent and have no financial connection to the Company other than the remuneration they receive for undertaking their duties as members of the Audit Committee and Board of Commissioners. Moreover, they do not 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 described in the Audit Committee Charter.

A new Audit Committee Charter was issued in 2013 in order to comply with a new OJK regulation on audit committees. The composition of the Audit Committee above pursuant to a decision of the Board of Commissioners stated in Circular No. 004/Dekom-MDS/IV/2014 dated April 24, 2014.

Brief profiles of the Audit Committee members are to be found on page 294 of this Annual Report.

c. **Duties and Responsibilities**
The Audit Committee principal duties are to assist the Board of Commissioners by reviewing, among other matters:

a. Hasil keuangan Perseroan dan informasi keuangan terkait lainnya;
b. Kepatuhan Perseroan kepada peraturan yang relevan;
c. Efektivitas kegiatan dan kontrol internal Perseroan; dan
d. Kemampuan Perseroan untuk mengelola risiko dan menangani keluhan konsumen.

Sebagai tambahan, Komite Audit memantau kinerja Perseroan secara keseluruhan dan melaporkan temuan-temuannya secara rutin kepada Dewan Komisaris.

Pemantauan rutin ini termasuk:
- Meninjau pekerjaan auditor eksternal, menilai independensi dan obyektivitas serta kecukupan audit eksternal;
- Meninjau kegiatan pengelolaan risiko Perseroan;
- Meninjau sistem kontrol internal yang penting;
- Meninjau bagian-bagian dengan risiko penyalahgunaan wewenang atau penipuan yang tinggi;
- Menilai peluang-peluang yang dapat meningkatkan efisiensi biaya dan/atau keuntungan;
- Menilai aspek operasional, keuangan dan teknologi informasi dari bisnis;
- Meninjau kepatuhan Perseroan terhadap peraturan-peraturan otoritas jasa keuangan dan UU serta peraturan lain;
- Menguji keputusan yang dibuat dalam rapat Direksi, dan implementasinya.

Untuk melakukan tugas-tugasnya secara efektif, Komite Audit mempunyai akses penuh terhadap laporan-laporan keuangan, temuan-temuan audit internal dan catatan notulensi rapat Direksi. Komite Audit melakukan diskusi intensif dengan Manajemen jika diperlukan, selain dengan auditor internal dan eksternal.

d. Frekuensi dan Kehadiran Rapat
Komite Audit bertemu 4 kali sepanjang tahun 2014, dengan tingkat kehadiran 100%.

a. The Company's financial results and other related financial information;
b. The Company's compliance with the relevant regulations;
c. The effectiveness of the Company's internal controls and activities; and
d. The Company's ability to manage risks and handle customer complaints.

In addition, the Audit Committee monitors the Company's overall performance and reports its findings regularly to the Board of Commissioners.

This routine monitoring includes:
- Reviewing the work of the external auditors, assessing their independence and objectivity as well the adequacy of their external audit;
- Reviewing the company's risk management activities;
- Reviewing critical internal control systems;
- Reviewing areas with high risk of abuse of authority or fraud;
- Assessing opportunities to increase cost efficiencies and/or profitability;
- Assessing operational, financial, and information technology aspects of the business;
- Reviewing the Company's compliance with the rules of the financial services authority and other laws and regulations;
- Examining decisions made at Board of Directors' meetings, and their execution.

To perform these tasks effectively, the Audit Committee has full access to all financial reports, internal audit findings and minutes from Board of Directors' meetings. 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 2014, with an attendance rate of 100%.

Rapat Komite Audit 2014
The Audit Committee Meetings in 2014

Nama I Name	Jumlah Kehadiran I Total Attendance	(%) Kehadiran I Attendance
John Bellis*	3	100
Dr. Isnandar Rachmat Ali*	3	100
Prawiro Widjaja*	3	100
Jonathan L. Parapak **	2	100
Loh Min Jiann**	1	100
Lim Kwang Tak**	1	100

* Ditunjuk sebagai Komite Audit pada 24 April 2014 | Appointed as Audit Committee on April 24, 2014
**Digantikan sebagai Komite Audit sejak 24 April 2014 | Effectively replaced as Audit Committee as of April 24, 2014

Laporan Komite Audit

Audit Committee Report

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 2014.

2. Menelaah independensi dan obyektivitas Akuntan Publik.

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 nternal, 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.

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, 2014

2. Review of the independency and objectivity of the External Auditor.

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.

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 2014 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 11 April 2014.

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.

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 2014 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 Aprill 11, 2014.

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 BOC.

Tangerang 26 Februari 2015 | February 26, 2015

Audit Committee of PT Matahari Department Store Tbk,

John Bellis
Ketua | Chairman

Prawiro Widjaja
Anggota | Member

DR. Isnandar R. Ali
Anggota | Member

Kalendar Komite Audit

Audit Committee Calendar

No.	Responsibilities	Full Year 2013	Q1	Q2	Q3	Q4	Year End	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 deminish 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	√	√	√	√	√	√	√

No.	Responsibilities	Full Year 2013	Q1	Q2	Q3	Q4	Year End	As Required
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		√					√
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		√	√	√	√		

No.	Responsibilities	Full Year 2013	Q1	Q2	Q3	Q4	Year End	As Required
	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							√
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

Dewan Komisaris membentuk Komite Nominasi dan Remunerasi untuk memberikan dukungan dalam mengawasi implementasi kebijakan nominasi dan remunerasi Direksi, Tim Manajemen dan karyawan. Nominasi dan remunerasi Dewan Komisaris sendiri, kriteria dan peraturan pengangkatan anggota Komite Nominasi dan Remunerasi didiskusikan dan diputuskan dalam Rapat Umum Pemegang Saham.

Nomination and Remuneration Committee

The Board of Commissioners established the Nomination and Remuneration Committee to provide support 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, and the criteria and rules for the appointment of members of the Nomination and Remuneration Committee, are discussed and decided by the General Meeting of Shareholders.

Pada tanggal 8 Desember 2014, OJK mengeluarkan peraturan, Peraturan OJK No. 34/POJK.04/2014 mengenai Komite Nominasi dan Remunerasi. Meskipun Perseroan secara garis besarnya tunduk pada peraturan baru ini, susunan Komite saat ini harus disesuaikan untuk mengakomodasi peraturan tersebut. Perseroan akan membuat perubahan yang diharuskan, dan juga perubahan terkait Piagam Komite dan pelaporan kegiatannya, sebelum tenggat waktu 8 Desember 2015.

On December 8, 2014, the OJK issued a rule, OJK Rule No. 34/POJK.04/2014 regarding the Nomination and Remuneration Committee. Although the Company is already largely in compliance with the new rule, the current composition of the Committee will have to be adjusted to accommodate the new provisions. The Company will make the required changes, as well as changes related to the Committee charter and the reporting of its activities, before the deadline of December 8, 2015.

a. Struktur dan Keanggotaan

Pada tahun 2014, Komite Nominasi dan Remunerasi terdiri dari:

a. Structure and Membership

In 2014, the Nomination and Remuneration Committee comprised the following:

Posisi	**Nama I** Name	Position
Ketua	Jonathan L. Parapak (Komisaris Independen) | (Independent Commissioner)	Chairman
Anggota	Sigit Prasetya	Member
Anggota	Bunjamin J. Mailool	Member
Anggota	Michael Remsen	Member

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Nominasi dan Remunerasi bertanggung jawab untuk:

a. Mengawasi tugas dan tanggung jawab Direksi terkait visi dan misi Perseroan;

b. Mengembangkan kebijakan sumber daya manusia, termasuk tetapi tidak terbatas pada kebijakan nominasi, remunerasi, pengelolaan bakat, retensi, rencana suksesi, pelatihan, desain organisasi dan rekrutmen; dan

c. Mengevaluasi dan mengimplementasikan tata kelola Perusahaan terkait kebijakan SDM dan Pedoman Perilaku (*code of conduct*).

b. Duties and Responsibilities

The Nomination and Remuneration Committee is responsible for:

a. supervising the duties and responsibilities of the Directors with regard to the corporate vision and mission;

b. developing human resource policies, including but not limited to policies on nomination, remuneration, talent management, retention, succession planning, training, organisation design and recruitment; and

c. evaluating and implementing good corporate governance with regard to HR policies and the Code of Conduct.

c. Frekuensi dan Kehadiran Rapat

Komite Nominasi dan Remunerasi bertemu 3 kali pada tahun 2014, dengan tingkat kehadiran mencapai 100%.

c. Meeting Frequency and Attendance

The Nomination and Remuneration Committee met 3 times in 2014, representing an attendance rate of 100%.

Rapat Komite Nominasi dan Remunerasi
Nomination and Remuneration Committee Meetings

Nama I Name	Jumlah Kehadiran I Total Attendance	(%) Kehadiran I Attendance
Jonathan L. Parapak	3	100
Sigit Prasetya	3	100
Bunjamin J. Mailool	3	100
Michael Remsen	3	100

PENILAIAN KINERJA ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Penilaian kinerja individual anggota-anggota Dewan Komisaris dan Direksi dilakukan secara tahunan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi.

KEBIJAKAN REMUNERASI BAGI ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Nilai remunerasi yang diterima Dewan Komisaris dan Direksi ditentukan setahun sekali oleh Komite Nominasi dan Remunerasi. Penghitungan jumlah tersebut ditinjau oleh Dewan Komisaris dan dipresentasikan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan untuk dimintakan persetujuan.

Faktor-faktor dalam penghitungan remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi untuk tahun 2014, yang telah disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham tahunan pada tanggal 11 April 2014 termasuk kinerja individual, hasil-hasil yang dicapai Perseroan, persaingan pasar, kapasitas keuangan Perseroan dan hal-hal lain, dan jumlah kolektif dibatasi sebesar 0,2% dari penjualan bersih Perseroan.

Rapat Umum Pemegang Saham juga memberikan wewenang kepada Dewan Komisaris untuk merancang, membentuk dan mengimplementasikan sistem remunerasi, termasuk honoraria, tunjangan, gaji, bonus dan remunerasi lain bagi anggota Direksi Perseroan. Pada tahun 2014, total remunerasi untuk anggota Dewan Komisaris berjumlah Rp 4,9 miliar sesuai dengan persetujuan RUPS, dan untuk anggota Direksi, Rp 19,6 milyar.

DIREKSI

Sebagaimana tercantum dalam Anggaran Dasar Perseroan, Direksi memimpin, mengelola dan mewakili Perseroan dalam setiap transaksi dan interaksinya dengan publik, termasuk di depan pengadilan hukum untuk memfasilitasi pencapaian visi, misi dan sasaran Perseroan.

Tidak ada hubungan keuangan, manajemen, kepemilikan saham ataupun keluarga di antara satupun anggota Direksi, Dewan Komisaris ataupun pemegang saham mayoritas.

PERFORMANCE ASSESSMENT OF MEMBERS OF THE BOARDS OF COMMISSIONERS AND DIRECTORS

The individual performance of the members of the Board of Commissioners and the Board of Directors is assessed on an annual basis by the Nomination and Remuneration Committee.

REMUNERATION POLICY FOR MEMBERS OF THE BOARD OF COMMISSIONERS AND DIRECTORS

The amount of the remuneration received by the Board of Commissioners and Board of Directors is determined annually 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 for their approval.

Factors in the calculation of remuneration of the Board of Commissioners and Board of Directors for the year 2014, which was approved at the Annual General Meeting of Shareholders on April 11, 2014, included individual performance, the Company's results, market competitiveness, the Company's financial capacity, and other matters, and the collective amount was limited to 0.2% of the Company's net sales.

The General Meeting of Shareholders also authorized the Board of Commissioners to design, establish and execute the remuneration system, including honoraria, allowances, salaries, bonuses and other remuneration for the members of the Company's Board of Directors. In 2014 the total remuneration for the members of the Board of Commissioners amounted to Rp 4.9 billion in accordance with the GMS approval, and for the members of the Board of Directors, Rp 19.6 billion.

BOARD OF DIRECTORS

As specified by the Company's Articles of Association, the Board of Directors leads, manages and represents the Company in all its transactions and 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.

Pada tanggal 8 Desember 2014, OJK mengeluarkan peraturan baru, Peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik. Pengangkatan, susunan, peran, tanggung jawab dan proses dari Direksi tunduk pada peraturan baru tersebut.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan, dua anggota Direksi dapat mewakili Perseroan secara hukum, kecuali dalam beberapa tindakan berikut ini yang membutuhkan persetujuan tertulis dari Dewan Komisaris:

a) Meminjam atau meminjamkan sejumlah uang tertentu atas nama Perseroan di mana jumlah tersebut akan ditentukan dalam rapat Dewan Komisaris yang berlangsung dari waktu ke waktu (tidak termasuk pendebitan sejumlah uang tertentu dari fasilitas kredit yang ada dan dalam kondisi normal kegiatan usaha Perseroan);
b) Membeli/menjual atau menerima/membebaskan aset tidak bergerak yang dimiliki Perseroan, kecuali untuk tujuan kegiatan usaha Perseroan;
c) Untuk menahan atau menjaminkan aset tidak bergerak yang dimiliki oleh Perseroan;
d) Untuk melakukan investasi atau divestasi modal di dalam perusahaan lain; dan
e) Untuk menunjuk, membebaskan hak atas, atau menjaminkan lebih dari 50% aset Perseroan dalam satu tahun finansial dalam satu transaksi atau beberapa serial transaksi.

On December 8, 2014, the OJK issued a new rule, OJK Rule No. 33/POJK.04/2014 regarding the Boards of Directors and Boards of Commissioners of Public Companies. The appointment, composition, roles, responsibilities and process of the Company's Board of Directors are compliant with the provisions of the new rule.

Based on the Articles of Association of the Company, two members of the Board of Directors can legally bind the Company, except in respect of the following actions which require written approval from the Board of Commissioners:

a) to borrow or lend certain amount of monies on behalf of the Company which amount will be determined by a meeting of the Board of Commissioners from time to time (excluding the debit of certain amount of monies from the existing credit facilities and in the ordinary course of the Company's business activities);
b) to purchase/sell or receive/release immovable assets owned by the Company, except for the purpose of the Company's business activities;
c) to encumber or pledge immovable assets owned by the Company;
d) to invest or divest capital in other companies; and
e) to assign, release rights in respect of, or pledge up to 50% of the Company's assets in one financial year in a transaction or a series of transactions.

Struktur dan Keanggotaan

Direksi terdiri dari lima anggota, termasuk satu Presiden Direktur, satu Wakil Presiden Direktur dan empat Direktur. Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan pasal 13 ayat 3, anggota-anggota Direksi diangkat dan diberhentikan oleh Rapat Umum Pemegang Saham, efektif sejak tanggal yang ditetapkan dalam RUPS yang mengangkat mereka sampai penutupan RUPS tahunan ketiga sejak tanggal pengangkatan, dan dapat diangkat kembali untuk periode berikutnya, tanpa mengurangi hak RUPS untuk memberhentikan sewaktu-waktu.

Pada tanggal 11 April 2014, Andy N. Purwohardono diangkat sebagai Direktur Perseroan. Anggota-anggota Direksi saat ini adalah sebagai berikut:

Structure and Membership

The Board of Directors comprises five members, including one President Director, one Vice President Director and four Directors. Based on the Company's Article of Association Article 13 clause 3, members of the Board of Directors are appointed and dismissed by the General Meeting of Shareholders effective since the date specified in the GMS which appointed them until the closing of third Annual GMS after the date of appointment, and could be reappointed for the next period, without reducing the GMS right to dismissal at any time.

On April 11, 2014, Andy N. Purwohardono was appointed as a Director of the Company. The current members of the Board of Directors are as follows:

Posisi	**Nama I** Name	Position
President Direktur	Bunjamin J. Mailool	President Director
Wakil Presiden Direktur	Michael Remsen	Vice President Director
Direktur	Andy N. Purwohardono	Director
Direktur	Wai Hoong Fock	Director
Direktur	Joo Suk Kim*	Director
Direktur (Direktur Tidak Ter-afiliasi)	Andre Rumantir	Director (Non-Affiliated Director)

*Joo Suk Kim mengundurkan diri efektif tanggal 18 September 2014 | Joo Suk Kim resigned effective September 18, 2014

Tugas dan Tanggung Jawab

Direksi mewakili Perseroan dalam masyarakat dan mempunyai tanggung jawab keseluruhan untuk mengelola usaha Perusahaam, dan mengkoordinasi kegiatan-kegiatan Perseroan secara efektif untuk memastikan pencapaian tujuan strategisnya. Karena itu, Direksi bertemu secara rutin untuk mendiskusikan dan mencari solusi untuk hal-hal yang membutuhkan perhatian sesegera mungkin di semua unit usaha. Untuk mengimplementasikan tanggung jawabnya, Direksi didukung oleh Dewan Manajemen yang setiap anggotanya adalah ahli di bidangnya masing-masing.

Duties and Responsibilities

The Board of Directors represents the Company in public and has overall responsibility for the management of the Company's business, and for coordinating the Company's activities effectively to ensure the achievement of its strategic objectives. The Board therefore meets regularly to discuss matters that require immediate attention across all the business units and to seek appropriate resolutions. The Board of Directors is supported in executing this responsibility by the Board of Management, each member of which is an expert in his or her respective field.

Rapat Direksi

Jadwal rapat Direksi untuk tahun 2014 dan 2015 sudah ditetapkan dan didistribusikan kepada anggota-anggota oleh Sekretaris Perusahaan (atas nama Ketua) masing-masing pada tanggal 29 Oktober 2013 dan 29 Oktober 2014.

Direksi bertemu secara rutin setiap kuartal untuk mendiskusikan kinerja operasional Perseroan dan hal-hal strategis lainnya; rapat tambahan dapat dilaksanakan setiap waktu sesuai permintaan salah satu atau lebih Direktur. Rapat dipimpin oleh Presiden Direktur. Kuorum pengambilan keputusan yang mengikat dapat tercapai apabila lebih dari setengah anggota-anggota Direksi menghadiri rapat. Semua rapat Direksi yang diselenggarakan tahun 2014 memenuhi persyaratan kuorum.

Board of Directors' Meetings

The Board meetings schedule for year 2014 and 2015 are set and distributed to the members by the Corporate Secretary (on behalf of the Chairman) on October 29, 2013 and October 29, 2014, respectively.

The Board of Directors meets every quarter to discuss the Company's operational performance and other strategic matters; additional meetings can be convened at any time at the request of one or more Directors. Meetings are chaired by the President Director. 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 2014 fulfilled the quorum requirements.

Rapat Direksi
Board of Directors' Meetings

Nama Name	21 Februari 2014 February 21, 2014	25 April 2014 April 25, 2014	8 Agustus 2014 August 8, 2014	31 Oktober 2014 October 31, 2014	(%) Kehadiran Attendance
Bunjamin J. Mailool	√	√	√	√	100
Michael Remsen	√	√	√	√	100
Andy N. Purwohardono*	-	√	√	√	100
Wai Hoong Fock	√	√	√	-	75
Joo Suk Kim**	√	-	√	-	67
Andre Rumantir	√	√	√	-	75

*Andy N. Purwohardono bergabung dengan Perseroan pada tanggal 11 April 2014 | Andy N. Purwohardono joined the Company on April 11, 2014
**Joo Suk Kim mengundurkan diri efektif tanggal 18 September 2014 | Joo Suk Kim resigned effective September 18, 2014

TIM MANAJEMEN

Direksi didukung oleh *Senior Management Executives*, yang merupakan ahli di bidangnya masing-masing, dengan tugas dan wewenang yang serupa dengan anggota Dewan.

Tim Manajemen bertindak untuk dan atas nama Direksi dalam mengimplementasikan tugas pengelolaan yang khusus, seperti pengembangan dan implementasi rencana operasional dan strategis Perseroan. Deskripsi dan tanggung jawab pekerjaan yang dilakukan oleh Dewan Manajemen konsisten dengan visi, misi, nilai-nilai dan strategi Perseroan, dan dimaksudkan untuk menjamin implementasi tata kelola Perusahaan yang baik melalui garis wewenang dan kontrol yang jelas.

Struktur dan Keanggotaan

Tim Manajemen terdiri dari sepuluh anggota, termasuk seorang *Chief Executive Officer;* seorang *Chief Financial Officer;* tujuh direktur dimana tiap direktur bertanggung jawab untuk unit usaha Perseroan yang berbeda; dan seorang *Consignment Merchandise Operations Officer.*

BOARD OF MANAGEMENT

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.

The Board of Management acts for and on behalf of the Board of Directors in the execution of specific managerial tasks and duties, such as the development and implementation of the Company's operational and strategic plans. The job descriptions and responsibilities of the Board of Management are consistent 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.

Structure and Membership

The Board of Management comprises ten members, including a Chief Executive Officer; a Chief Financial Officer; seven directors, each of whom is responsible for a different area of the Company's business; and one Consignment Merchandise Operations officer.

Posisi I Position	**Nama I** 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 Rumantir
Director - Legal & Corporate Secretary	Miranti Hadisusilo
Consignment Merchandise Operations	Bob E. Baublits

Tugas dan Tanggung Jawab

Tugas dan tanggung jawab Tim Manajemen adalah untuk:

1. Mengembangkan rencana strategis dan operational secara detil, sejalan dengan sasaran dan tujuan Perseroan, untuk disetujui oleh Direksi dan Dewan Komisaris.
2. Mengembangkan rencana keuangan tahunan yang rinci sebagai refleksi rencana operasional dan strategis.
3. Mengelola sumber daya manusia dan keuangan Perseroan untuk melaksanakan rencana yang telah disepakati.
4. Memberikan pengkinian informasi rutin, rinci dan tepat waktu kepada Direksi dan Dewan Komisaris mengenai perkembangan implementasi rencana yang telah disepakati.
5. Mencatat dan menyimpan notulensi Rapat Umum Pemegang Saham.
6. Menindaklanjuti temuan-temuan dan rekomendasi dari Komite Audit, auditor eksternal dan otoritas lainnya.
7. Memastikan implementasi prinsip-prinsip tata kelola Perusahaan di seluruh operasi Matahari di seluruh organisasi.
8. Mengkomunikasikan kebijakan strategis sumber daya manusia Matahari kepada karyawan di setiap tingkatan, menggunakan media yang dapat diakses dengan mudah oleh karyawan.
9. Mempertahankan integritas dari 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 the approval of 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 the progress of the execution of the agreed plans.
5. Record and archive 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 are easily accessible by employees.
9. Maintain integrity in all reporting and the discharge of other duties and responsibilities to the shareholders.
10. Protect the interests of all the shareholders in an ethical manner and in compliance with existing laws and regulations.

Rapat Tim Manajemen
Board of Management Meetings

Nama I Name	Jumlah Kehadiran I Total Attendance	(%) Kehadiran I Attendance
Michael Remsen	45	100
Richard Gibson	45	100
Keith Jones	43	95
Sunny Setiawan	44	97
Christian Kurnia	43	95
Irwin Abuthan	43	95
Martinus Laihad	43	95
Andre Rumantir	43	95
Miranti Hadisusilo	43	95
Bob E. Baublits	45	100

KOMITE DI BAWAH DIREKSI

Direksi dibantu oleh tiga komite: Komite *Real Estate*, Komite Pemasaran dan Komite Manajemen Risiko

Komite *Real Estate*

Komite *Real Estate* membantu Direksi dengan memantau proyek-proyek pengembangan besar Perseroan serta mengidentifikasi dan mengevaluasi lokasi-lokasi potensial untuk gerai-gerai baru.

a. **Struktur dan Keanggotaan**
Komite *Real Estate* mempunyai lima anggota, dimana pada tahun 2014 adalah sebagai berikut:

COMMITTEES UNDER THE BOARD OF DIRECTORS

The Board of Directors is assisted by three committees: the Real Estate Committee, the Marketing Committee and the Risk Management Committee.

Real Estate Committee

The Real Estate Committee supports the Board of Directors by monitoring the Company's major development projects and identifying and assessing potential locations for new stores.

a. **Structure and Membership**
The Real Estate Committee has five members, who in 2014 were as follows:

Posisi	**Nama** I Name	Position
Ketua	Michael Remsen	Chairman
Anggota	Richard Gibson	Member
Anggota	Sunny Setiawan	Member
Anggota	Irwin Abuthan	Member
Anggota	Martinus Laihad	Member

b. **Tugas dan Tanggung Jawab**
Komite *Real Estate* bertanggung jawab untuk:
a. Mengawasi implementasi rencana ekspansi *real estate* Perseroan;
b. Mengevaluasi dan menyetujui lokasi-lokasi gerai baru sesuai dengan tujuan investasi internal Perseroan;
c. Memantau kemajuan proyek pengembangan properti yang sedang berjalan sesuai dengan *budget* dan jadwal waktu yang sudah ditentukan sebelumnya; dan
d. Mengevaluasi dan memberikan masukan atas program ekspansi Perseroan, dari perencanaan dan implementasi sampai melakukan penilaian kinerja yang terus berlangsung.

b. **Duties and Responsibilities**
The Real Estate Committee is responsible for:
a. supervising the implementation of the Company's real estate expansion plans;
b. evaluating and approving new store locations in accordance with the Company's internal investment goals;
c. monitoring the progress of all ongoing property development projects in accordance with the predetermined timeline and budget; and
d. evaluating and providing feedback on the Company's expansion programme, from planning and implementation to ongoing performance assessments.

Rapat Komite *Real Estate* 2014
Real Estate Committee Meetings in 2014

Nama I Name	Jumlah Kehadiran I Total Attendance	(%) Kehadiran I 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 rencana, pengembangan dan implementasi program pemasaran dan komunikasi Perseroan.

a. Struktur dan Keanggotaan

Komite Pemasaran terdiri dari sebelas anggota yang di tahun 2014 terdiri dari:

Marketing Committee

The Marketing Committee supervises the design, development and execution of the Company's marketing and communications programmes.

a. Structure and Membership

The Marketing Committee consists of eleven members, who in 2014 were:

Posisi	**Nama** I Name	Position
Ketua	Christian Kurnia	Chairman
Anggota	Sunny Setiawan	Member
Anggota	Bob E. Baublits	Member
Anggota	Diah Minarni	Member
Anggota	Tanty Muliawan	Member
Anggota	Dharsana Sulistijo	Member
Anggota	Tjhai A Eng	Member
Anggota	Titin Widodo	Member
Anggota	Richard Edgar	Member
Anggota	Mutia H. Djajakirana	Member
Anggota	Kusuma Yudhi	Member

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Pemasaran bertanggung jawab untuk mempublikasi produk-produk Perseroan melalui promosi dan kampanye dan untuk mengembangkan citra Perseroan, merek-merek eksklusif dan merek paten/hak cipta 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.

Rapat Komite Pemasaran 2014
Marketing Committee Meetings in 2014

Nama I Name	Jumlah Kehadiran I Total Attendance	(%) Kehadiran I Attendance
Christian Kurnia	45	100
Sunny Setiawan	45	100
Bob E. Baublits	45	100
Diah Minarni	45	100
Tanty Muliawan	45	100
Dharsana Sulistijo	45	100
Tjhai A Eng	45	100
Titin Widodo	45	100
Richard Edgar	45	100
Mutia H. Djajakirana	45	100
Kusuma Yudhi	45	100

Komite Manajemen Risiko

Komite Manajemen Risiko membantu Dewan dalam pengembangan, implementasi, pengelolaan dan perbaikan kebijakan pengelolaan risiko di seluruh Perseroan.

a. Struktur dan Keanggotaan

Komite Manajemen Risiko terdiri dari lima anggota di tahun 2014, sebagai berikut:

Risk Management Committee

The Risk Management Committee assists the Board on the development, implementation, management and improvement of Company-wide risk management policies.

a. Structure and Membership

The Risk Management Committee comprised five members in 2014, as follows:

Posisi	**Nama** I Name	Position
Ketua	Michael Remsen	Chairman
Anggota	Richard Gibson	Member
Anggota	Andre Rumantir	Member
Anggota	Maju Tarigan	Member
Anggota	Sunny Setiawan	Member

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Tanggung jawab Komite Manajemen Risiko adalah:

a. Mengembangkan dan mengelola program keamanan, asuransi, pemulihan bencana dan pencegahan kerugian;
b. Memastikan kepatuhan pada prosedur operasi standar dan kontrol di seluruh Perseroan; dan
c. Menyelidik laporan melalui mekanisme *whistleblower*.

b. Duties and Responsibilities

The primary responsibilities of the Risk Management Committee are to:

a. develop and manage security, insurance, disaster recovery and loss prevention programmes;
b. ensure Company-wide compliance with standard operating procedures and controls; and
c. investigate reports received through the whistleblower mechanism.

Rapat Komite Manajemen Risiko 2014
Risk Management Committee Meetings in 2014

Nama I Name	Jumlah Kehadiran I Total Attendance	(%) Kehadiran I Attendance
Michael Remsen	25	100
Richard Gibson	25	100
Andre Rumantir	25	100
Maju Tarigan	25	100
Sunny Setiawan	25	100

AUDIT EKSTERNAL

Auditor eksternal Perseroan dipilih oleh Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan atas rekomendasi Komite Audit. Sesuai dengan keputusan yang diambil dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada tanggal 11 April 2014, Perseroan menunjuk Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana & Rekan, Firma PricewaterhouseCoopers , sebagai auditor independen untuk mengaudit laporan keuangan Matahari untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2014. Ade Setiawan Elimin, CPA adalah mitra penandatangan untuk PwC.

EXTERNAL AUDIT

The Company's external auditor is appointed by the Annual General Meeting of Shareholders on the recommendation of the Audit Committee. Pursuant to the decision taken at the Annual General Meeting of Shareholders on April 11, 2014, the Company appointed the public accounting firm of Tanudiredja, Wibisana & Rekan, a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, as the independent auditor to audit Matahari's financial statements for the year ending December 31, 2014. Ade Setiawan Elimin, CPA, was the signing partner for PwC.

Kantor yang ditunjuk telah mengaudit laporan keuangan Perseroan untuk lima tahun terakhir, sementara akuntan yang ditunjuk telah mengaudit laporan keuangan Perseroan untuk satu tahun fiskal. Jasa yang disediakan PwC sepenuhnya untuk mengaudit laporan keuangan Perseroan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2014 di mana PwC memperoleh pembayaran sebesar USD 160.000. Tidak ada jasa non-audit yang diberikan oleh akuntan sepanjang 2014.

The appointed firm has audited the Company's financial statements for the last five fiscal years, while the appointed accountant has audited the Company's financial statements for one fiscal year. The services provided by PwC consisted solely of auditing the Company's financial statements for the year ending December 31, 2014, for which PWC was paid a fee of USD 160,000. There was no non-audit services given by the accountant during 2014.

LEMBAGA PENUNJANG PASAR MODAL

Matahari menggunakan jasa lembaga pendukung Perseroan profesional untuk mendukung dan memfasilitasi bisnisnya, termasuk konsultan hukum, auditor independen, penilai dan aktuaris. Pada tahun 2014, pembayaran yang dilakukan kepada lembaga-lembaga ini mencapai total Rp 14,4 miliar.

CAPITAL MARKET SUPPORTING INSTITUTIONS

Matahari employs the services of various professional corporate support institutions to support and facilitate its business, including lawyer, independent auditor, appraiser and actuary. In 2014 the fees paid to such institutions amounted to Rp 14.4 in total.

SEKRETARIS PERUSAHAAN

Sekretaris Perusahaan adalah penghubung Perseroan dengan otoritas jasa keuangan, investor, analis dan masyarakat, dan bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan Perseroan kepada peraturan-peraturan yang relevan dan kepada prinsip-prinsip tata kelola Perusahaan yang baik.

Sekretaris Perusahaan adalah Miranti Hadisusilo, yang telah menjabat posisi ini sejak lebih dari empat tahun lalu dan diangkat sesuai Keputusan Direksi PT Matahari Department Store Tbk. 103/MDS/X/2010 mengenai Pengangkatan Sekretaris Perusahaan pada tanggal 5 Oktober 2010. Profil singkat Sekretaris Perusahaan dapat ditemukan di halaman 292 laporan tahunan ini.

Pada tanggal 8 Desember 2014, OJK mengeluarkan peraturan baru, Peraturan OJK No. 34/POJK.04/2014 mengenai Sekretaris Perusahaan. Pengangkatan, peran dan tanggung jawab Sekretaris Perusahaan Matahari sepenuhnya tunduk pada peraturan baru tersebut.

Tugas dan Tanggung Jawab

Tugas Sekretaris Perusahaan termasuk:

a. Mengikuti perkembangan pasar modal, terutama perubahan pada hukum dan peraturan;

b. Memberikan saran kepada Direksi tentang kepatuhan pada ketentuan UU no. 8/1995 tentang Pasar Modal dan peraturan pelaksanaannya;
c. Bertindak sebagai perantara antara Perseroan, OJK dan masyarakat untuk mengungkapkan informasi yang relevan dengan status Perseroan sebagai Perseroan publik (seperti informasi mengenai kinerja dan kegiatan operasional Perseroan);
d. Memfasilitasi pencatatan dan penyimpanan notulensi rapat pemegang saham dan rapat dewan; serta mengirimkan semua laporan yang dipersyaratkan bagi Perseroan publik kepada otoritas yang relevan seperti laporan kuartalan, laporan manajemen dan laporan tahunan.

CORPORATE SECRETARY

The Company's Corporate Secretary is the Company's liaison with the financial services authorities, investors, analysts and the public, and is responsible for ensuring the Company's compliance with the relevant regulations as well as the principles of good corporate governance.

The Corporate Secretary is Miranti Hadisusilo, who has served in this position for more than four years, having been appointed pursuant to Decision of the Board of Directors of PT. Matahari Department Store Tbk. 103/MDS/X/2010 regarding the Appointment of the Corporate Secretary, on October 15, 2010. Her profile can be found on page 292 of this annual report.

On December 8, 2014, the OJK issued a new rule, OJK Rule No. 34/POJK.04/2014 regarding the Corporate Secretary. The appointment, role and responsibilities of the Company's corporate secretary are fully compliant with the provisions of the new rule.

Duties and Responsibilities

The duties of the Corporate Secretary include:

a. Staying informed of all developments in the capital market, particularly changes to statutory laws and regulations;
b. Advising the Board of Directors on compliance with the provisions of Law No. 8/1995 concerning the Capital Market, and its implementing regulations;
c. 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);
d. 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.

Program dan Implementasi

Kegiatan Sekretaris Perusahaan tahun 2014 termasuk berikut ini:

1. Menghubungkan antara Perseroan dengan otoritas jasa keuangan, investor, analis dan masyarakat umum serta bertanggung jawab untuk persiapan dan diseminasi informasi material kepada pihak-pihak tersebut;
2. Menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan eksternal dan memastikan pengungkapan informasi mengenai kinerja, operasi dan hal lain menyangkut Matahari yang tepat waktu;
3. Memfasilitasi pencatatan, diseminasi dan penyimpanan notulensi rapat-rapat Dewan Komisaris, Direksi dan Tim Manajemen;
4. Mengkoordinasikan Rapat Umum Pemegang Saham;
5. Menyerahkan 171 laporan wajib ke otoritas yang relevan, termasuk Laporan Kuartalan, Laporan Manajemen dan Laporan Tahunan; dan
6. Mengkoordinasi pencairan dana untuk program Tanggung Jawab Sosial Perseroan.

Programs and Implementation

The Corporate Secretary's activities in 2014 included the following:

1. Liaising between the Company and the financial services authority, investors, analysts and the general public and taking responsibility for the preparation and dissemination of material information to these parties;
2. Maintaining good relationships with external stakeholders and ensuring the timely disclosure of information on Matahari's performance, operations and other issues;
3. Facilitating the taking, dissemination and archiving of minutes of BOC, BOD and BOM meetings;
4. Coordinating the General Meeting of Shareholders;
5. Submitting a total of 171 mandatory reports to the relevant authorities, including Quarterly Reports, Management Reports, and an Annual Report; and
6. Coordinating the disbursement of funds for the Corporate Social Responsibility program.

Sistem Pengawasan dan Pengendalian Internal

Internal Monitoring And Control System

BUDAYA KORPORASI

Perseroan meyakini bahwa karyawan yang termotivasi dan antusias membantu untuk meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen, dan berusaha untuk memastikan kebutuhan karyawan terpenuhi melalui penciptaan lingkungan kerja yang peduli, adil, dan memotivasi. Karena itu, karyawan mempunyai kesempatan untuk mengikuti pengembangan dan promosi profesional dan sebagai tambahan, juga dapat menyalurkan aspirasi mereka melalui dukungan sistem Tiga Pilar. Perilaku setiap anggota organisasi yang diatur oleh Kode Etik Matahari, serangkaian standar etika yang harus dijunjung tinggi setiap karyawan dan manajer.

Sistem Tiga Pilar Matahari menyediakan saluran kerja sama dan komunikasi yang penting di antara karyawan dan Perseroan. Sistem ini terdiri Ikatan Karyawan Matahari (IKM), Forum Bipartit, dan Koperasi Karyawan di setiap gerai. Dengan dukungan ketiga badan ini, Matahari mampu memberikan standar pelayanan tertinggi kepada konsumen, memenuhi kebutuhan konsumen dan mempertahankan kontrol operasional yang kuat. Dengan melakukan hal itu, Perseroan percaya diri menjaga kepercayaan yang diperolehnya dari konsumen, pemegang saham dan pemangku kepentingan.

CORPORATE CULTURE

The Company believes that motivated and enthusiastic employees help to enhance the in-store experience for shoppers, and strives to ensure that the employees' needs are addressed through a caring, fair and motivating work environment. Employees therefore have opportunities for professional development and promotion, and can, in addition, channel their aspirations through the Three Pillar system of support. The behavior of every member of the organization is governed by Matahari's Code of Conduct, a set of ethical standards that every employee and manager pledges to uphold.

Matahari's Three Pillars provide an important channel for cooperation and communication among and between employees and the Company. These consist of the Matahari Employees' Association (Ikatan Karyawan Matahari, or IKM), the Bi-Partite Forums, and the Employee Cooperatives in each store. With the support of these three bodies, Matahari is able to deliver the highest standards of customer service, meet customer needs and retain strong operational control. In so doing the Company maintains the confidence and trust of its customers, shareholders and stakeholders.

ETIKA KORPORASI

Kepentingan para pemangku kepentingan dilindungi lebih lanjut melalui kerangka kontrol internal Perseroan yang komprehensif. Sementara Direksi bertanggung jawab atas efektivitas kerangka kontrol internal, semua anggota organisasi diharapkan untuk mendukung implementasi kontrol tersebut dengan bertindak penuh integritas pada setiap saat dan menyesuaikan perilakunya sebagaimana dicanangkan dalam pedoman perilaku (*Code of Conduct)*.

CORPORATE ETHICS

The stakeholders' interests are further protected by the Company's comprehensive internal control framework. While responsibility for the effectiveness of the framework ultimately rests with the Board of Directors, all members of the organization are expected to support the implementation of these controls by acting with integrity at all times and adopting the behaviours articulated in the Code of Conduct.

PEDOMAN PERILAKU DAN ETIKA BISNIS ("CODE OF CONDUCT")

Matahari berkomitmen untuk mempraktikkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik seperti transparansi, akuntabilitas, bertanggung jawab, mandiri, adil dan menjunjung kesamaan hak sebagaimana tercantum di dalam Kode Etik Perseroan. Nilai-nilai ini tercermin di dalam Pedoman Perilaku, yang menjadi panduan bagi Tim Manajemen, Direksi, Dewan Komisaris dan seluruh karyawan dalam menjalankan tugas sehari-harinya dengan mengimplementasikan standar perilaku dalam interaksi mereka dengan karyawan lain, pemegang saham, pemasok dan pejabat setempat. Pedoman Perilaku menghimbau karyawan untuk:

a. Meningkatkan akuntabilitas, transparansi dan kepatuhan kepada hukum dan peraturan yang berlaku;
b. Melakukan tugas dengan tingkat profesionalitas tinggi dan berintegritas;
c. Menghindari pemberian ataupun menerima hadiah Perseroan lain dan suap;
d. Menghindari kegiatan yang dapat menimbulkan konflik kepentingan dengan pekerjaannya; dan
e. Melindungi informasi milik Perseroan, baik selama bekerja maupun sesudah tidak bekerja lagi dengan Perseroan.

Pedoman Perilaku disosialisasikan secara rutin ke seluruh bagian dari Perseroan, dan semua karyawan yang sedang bekerja maupun yang baru akan bekerja harus menandatangani Pedoman Perilaku ini setidaknya setiap dua tahun sekali. Setiap karyawan tahu bahwa jika terjadi pelanggaran Pedoman Perilaku, Perseroan akan mengambil tindakan disipliner termasuk pemutusan hubungan kerja. Selain itu, Pedoman Perilaku juga ditinjau dan diperbarui secara berkala untuk menjamin keselarasannya dengan tujuan pemberlakuan Pedoman Perilaku, yakni untuk:

1. Mengintegrasikan nilai-nilai Perseroan ke dalam praktik bisnis yang etis yang dilakukan karyawan agar sejalan dengan visi dan misi Perseroan.
2. Mendeskripsikan dengan jelas nilai-nilai Perseroan dan perilaku yang harus diikuti oleh seluruh karyawan dan melaksanakan tugas dan tanggung jawab sehari-seharinya
3. Memberikan panduan dasar bagi semua tingkatan karyawan dalam Perseroan mengenai interaksi antara Perseroan dan karyawan, pemegang saham, pemasok, Pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya.

CODE OF CONDUCT AND BUSINESS ETHICS (THE "CODE OF CONDUCT")

Matahari is firmly committed to practicing the principles of good corporate governance, namely transparency, accountability, responsibility, independence, fairness and equality, which are embodied in the Company's core values. These values are enshrined in our Code of Conduct, which 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, by setting out the accepted standards of conduct for their interactions with other employees, shareholders, suppliers, and regulatory officials. The Code of Conduct encourages staff to:

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. Protect the Company's proprietary information, both during and after their term of employment with the Company.

The Code of Conduct is promoted regularly throughout the Company, and all existing and new employees must sign the Code of Conduct at least every two years. All employees are aware that if there is any violation of the Code of Conduct, the Company may take any disciplinary action including the termination of employment. 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 the 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

Perseroan telah mengadopsi sistem pengelolaan risiko yang komprehensif dan sangat teliti yang dirancang untuk melindungi pencapaian tujuan strategis Perseroan, meningkatkan profitabilitas dan menjamin keberlanjutan usaha.

Direksi, Tim Manajemen, Komite Manajemen Risiko dan posisi manajerial lain yang relevan memiliki tanggung jawab utama untuk mengidentifikasi, menganalisa dan mengelola risiko. Namun demikian, Perseroan sangat percaya bahwa menanamkan budaya risiko ke seluruh organisasi sangatlah penting, dan karena itu, karyawan, pemangku kepentingan dan mitra-mitra usaha mempunyai peran untuk memastikan bahwa risiko-risiko telah diantisipasi, dipantau dan ditangani secara efektif.

Pendekatan Perseroan terhadap manajemen risiko didefinisikan di dalam Kerangka Manajemen Risiko Perseroan (*Enterprise Risk Management Framework*), yang menyampaikan tujuan, strategi, organisasi dan tata kelola, metodologi, proses pemantauan dan pelaporan untuk manajemen risiko. Komponen utama Kerangka tersebut adalah: 1) identifikasi risiko, termasuk kesadaran risiko, pengukuran, pemantauan dan pengendalian; 2) infrastruktur manajemen risiko, termasuk struktur organisasi, sistem tata kelola, pengumpulan data, metode analisa, kebijakan, prosedur dan pelaporan; dan 3) budaya perseroan, termasuk pelatihan, pengukuran kinerja, pengembangan nilai dan penghargaan. Dengan kerangka ini, Perseroan dapat mengidentifikasi dan menangani risiko secara proaktif di sejumlah area strategis.

Meskipun Direksi bertanggung jawab untuk mengelola risiko, Perseroan membentuk Komite Manajemen Risiko untuk memperkuat pemantauan dan pengendalian proses manajemen risiko. Tugas dan tanggung jawabnya, sebagaimana tercantum di dalam Piagam Komite Manajemen Risiko adalah terutama mengembangkan, mengimplementasikan dan mengelola strategi untuk meminimisasi risiko usaha.

Kerja Komite Manajemen Risiko dilengkapi oleh pekerjaan yang dilakukan Audit Internal, Komite Audit dan auditor eksternal Perseroan. Seluruh kelompok ini bekerja sama untuk mengidentifikasi, menilai dan mengurangi risiko dengan mengevaluasi parameter-parameter risiko di berbagai area, dengan penekanan pada sistem-sistem penting, area yang mempengaruhi biaya dan/atau tingkat profitabilitas, area yang rentan terhadap penipuan ataupun penyalahgunaan wewenang.

RISK MANAGEMENT

The Company has put in place a comprehensive and rigorous system for managing risk that is designed to safeguard the achievement of the Company's strategic objectives, grow profitability and assure the sustainability of the business.

The Board of Directors, the Board of Management, the Risk Management Committee and other relevant management positions share primary responsibility for identifying, analyzing and managing risks. However, the Company firmly believes that it is important to promote a risk culture throughout the organisation, and as such, employees, stakeholders and business partners also play a role in ensuring that risks are effectively anticipated, monitored and addressed.

The Company's approach to risk management is defined in the Enterprise Risk Management Framework, which articulates the objectives, strategy, organisation and governance, methodology and monitoring and reporting processes for risk management. 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. With this framework, the Company can identify and address risks proactively in a number of strategic areas.

While the Board of Directors is ultimately responsible for risk management, the Company has established a Risk Management Committee to strengthen the monitoring and control of all risk management processes. Their duties and responsibilities, which are articulated in the Risk Management Committee Charter, are primarily to develop, execute and manage strategies to minimise business risks.

The work of the Risk Management Committee is complemented by that of the Internal Audit, the Audit Committee and the Company's external auditors. All these groups work together to identify, assess and mitigate risks by evaluating risk parameters in various areas, with an emphasis on critical systems, areas affecting costing and/or profitability, areas of fraud, or abuse of authority.

Perseroan terpengaruhi oleh risiko yang umumnya terjadi pada usaha-usaha lain, termasuk risiko terkait kondisi politik dan ekonomi, persaingan usaha, dampak terhadap lingkungan hidup serta kesehatan dan keselamatan kerja. Karena sifat alamiah bisnis yang dijalaninya, Perseroan terpengaruhi oleh risiko tambahan yang khusus terkait dengan bisnis ritel modern, termasuk risiko keamanan. Untuk meminimalkan risiko ini, Perseroan telah memasang sistem *Electronic Article Surveillance*, termasuk *Closed Circuit Television* (CCTV) untuk mendukung kerja staf keamanan Perseroan.

Perseroan melakukan pendekatan yang agresif untuk menanamkan budaya sadar risiko di seluruh organisasi dengan melakukan pelatihan tim operasional gerai dan divisi lain di kantor pusat, melaksanakan kampanye komunikasi dan mendistribusikan *newsletter* ke semua pelaksana proses bisnis (divisi dan departemen) untuk berbagi informasi mengenai risiko signifikan dan memberikan rekomendasi mitigasi yang relevan.

Pada tahun 2012, Perseroan meluncurkan Proyek Manajemen Risiko di seluruh organisasi Perseroan yang menghasilkan banyak masukan tentang risiko-risiko utama dan pengendalian di setiap proses bisnis. Hal ini memungkinkan Perseroan untuk mengidentifikasi kemungkinan risiko, kerusakan atau dampaknya terhadap situasi keuangan, operasional, karyawan, citra dan reputasi Perseroan dan juga terhadap peraturan yang berlaku.

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. Due to the nature of its operations the Company is also exposed to additional risks that are specific to the modern retail business, including security risks. To mitigate such risks, the Company has installed an advanced Electronic Article Surveillance system, which includes Closed Circuit Television (CCTV) to support the work of the Company's security staff.

The Company is taking aggressive measures to embed a risk awareness culture throughout the organisation by training store operation teams and other divisions at head office, running communication campaigns and distributing a newsletter to all business process owners (divisions and departments) to share information on significant risks and advice on relevant mitigating measures.

In 2012 the Company launched an organisation-wide Managing Risk Project, which is generating rich input on key risks and controls in each business process. This allows the company to identify their likelihood, severity or impact in relation to the Company's financial situation, operations, employees, image and reputation, and regulatory matters.

AUDIT INTERNAL

Perseroan memiliki Unit Audit Internal (IAU), yang melapor secara langsung kepada Presiden Direktur. IAU dibentuk untuk memberikan penilaian independen mengenai efektivitas pengendalian internal, sistem dan implementasi manajemen risiko Perseroan. Selain itu juga, IAU memberikan jaminan kualitas praktek tata kelola perseroan secara umum. IAU melakukan audit secara rutin untuk semua aspek organisasi, yang berfokus kepada proses dan fungsi-fungsi yang memiliki peringkat risiko lebih tinggi sesuai dengan penilaian risiko sebelumnya dimana risiko yang timbul bisa menyebabkan dampak negative terhadap kepentingan Perseroan dan pemangku kepentingannya.

Piagam Audit Internal

Unit Audit Internal (IAU) diatur melalui Piagam Audit Internal yang mendefinisikan struktur dan posisi IAU di dalam Perseroan; kualifikasi, tugas dan tanggung jawab, wewenang auditor, prosedur pengangkatan, penggantian dan penghentiannya, rencana, panduan dan prosedur pelaporan IAU, kemandirian dan obyektivitas IAU serta Kode Etik untuk auditor internal. Piagam Audit Internal dibentuk sesuai

INTERNAL AUDIT

The Company has an Internal Audit Unit (IAU), which reports directly to the President Director. The IAU was established to provide an independent assessment of the effectiveness of the Company's internal control and risk management systems and implementation, and to provide assurance on the quality of the Company's corporate governance practices in general. The IAU regularly audits all aspects of the organization, focusing on processes and functions that have a higher risk rating, according to the risk assessment, where issues could have an adverse impact on the interests of the Company and its stakeholders.

Internal Audit Charter

The IAU is governed by the Internal Audit Charter, which defines the structure and position of the IAU within the Company; the qualifications, duties, responsibilities and authority of the auditors; the procedures for their appointment, replacement and termination; the plans, guidelines and reporting procedures of the IAU; the independence and objectivity of the IAU and the Code of

dengan Keputusan Ketua Bapepam-LK No.KEP-496/BL/2008 tertanggal 28 November 2008 mengenai Pembentukan dan Panduan untuk Piagam Audit Internal, dan sebagai pengakuan akan kokohnya nilai tata kelola internal. Piagam Audit Internal terakhir diperbarui pada 25 Oktober 2013 dan sesuai dengan hukum, Piagam tersebut dicantumkan dalam situs Perseroan.

Struktur Audit Internal

Kepala IAU dan tim Audit Internal bersifat independen dari semua unit bisnis Perseroan. Saat ini, IAU dipimpin oleh Maju Tarigan, yang diangkat pada tanggal 1 Mei 2013. Beliau mengawasi tim yang terdiri dari tujuh auditor Perseroan. Tiga anggota dari ketujuh anggota IAU telah mengikuti pelatihan untuk memperoleh sertifikasi Auditor. Ketua IAU dipilih dan dapat diberhentikan oleh Presiden Direktur, sesuai dengan aturan Surat Edaran mengenai Pengangkatan Kepala Unit Audit Internal yang harus disetujui oleh Dewan Komisaris. Profil si ngkat Maju tarigan dapat dilihat pada halaman 297.

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 with the law, the Charter is posted on 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 IAU is currently headed by Maju Tarigan, who was appointed on May 1, 2013. He supervises a team of seven corporate auditors. 3 members out of 7 members of the Company's Internal Auditor have participated in the training in order to get the certification for Auditor. The Head of the IAU is selected, and may be dismissed, by the President Director, pursuant to a Circular Letter regarding the Appointment of the Internal Audit Unit Head, which must be approved by the Board of Commissioners. A brief profile of Maju Tarigan can be see on page 297.

Tugas dan Tanggung Jawab

Tanggung Jawab utama IAU termasuk:

- Mempersiapkan dan melaksanakan Rencana Audit Internal Tahunan;
- Mengevaluasi implementasi pengendalian internal dan sistem manajemen risiko, merekomendasikan area perbaikan dan memantau efektivitas tindakan tindak lanjut yang terkait;

Duties and Responsibilities

The primary responsibilities of the IAU include:

- Preparing and implementing the annual Internal Audit Plan;
- Evaluating the implementation of the internal control and risk management systems, recommending areas for improvement and monitoring the effectiveness of related follow-up actions;

- Mengevaluasi efisiensi dan efektivitas kinerja Perseroan di area-area utama, termasuk keuangan, akuntansi, operasi, sumber daya manusia, pemasaran dan teknologi informasi;
- Melakukan audit dan/atau investigasi khusus jika diperlukan;
- Mempersiapkan laporan temuan audit untuk Presiden Direktur, Dewan Komisaris dan Komite Audit;
- Memberikan rekomendasi perbaikan dan memberikan informasi obyektif mengenai kegiatan yang sedang dalam pemantauan di semua tingkatan manajemen;
- Memantau, menganalisa dan melaporkan eksekusi tindak lanjut atas perbaikan yang direkomendasikan;
- Bekerja sama dengan Komite Audit;
- Merancang program untuk kegiatan penilaian kualitas yang dilakukan oleh Unit Audit Internal.

Sistem Kontrol Internal

IAU melakukan audit terhadap seluruh aspek operasional dan keuangan Perseroan sesuai dengan prosedur audit dan *checklist*, yang konsisten dengan kerangka kontrol internal yang dikeluarkan oleh *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* (COSO), dan didasarkan Prosedur Operasional Standar (SOP) dan referensi Manual Operasi Toko (MOT) yang sebelumnya sudah disetujui oleh Manajemen.

Departemen Pencegahan Kerugian dan Keselamatan Keamanan melakukan penelaahan gerai, penyusuran dan pelatihan semua gerai setidaknya dua kali setahun untuk memastikan bahwa kontrol internal sudah cukup mendukung pencapaian tujuan Perseroan dan pemangku kepentingan.

Implementasi Program pada tahun 2014

Pada tahun 2014, Perseroan telah menelaah 131 gerai, 4 departemen keuangan gerai regional dan 9 departemen (Procurement, Pembelian Langsung Barang Dagangan dan Konsinyansi termasuk Jasa Pemasok dan Quality Control/QC, Proyek Gerai Baru dan Renovasi, Pusat Distribusi, Matahari Club Card/MCC, Desain dan Konsep Gerai, Teknologi Informasi, Legal dan Pelayanan Pelanggan). Seperti di tahun sebelumnya, keseluruhan hasilnya memuaskan. Seluruh gerai Matahari dinilai berhasil mempresentasikan dirinya sebagai gerai yang menarik dan dinamis. Namun demikian, tetap ada ruang untuk perbaikan: di sekitar 50% gerai, pengalaman berbelanja konsumen dapat ditingkatkan melalui penyesuaian secara selektif dan lebih memberikan banyak perhatian kepada detil tertentu.

- Evaluating the efficiency and effectiveness of the Company's performance in key areas, including finance, accounting, operation, human resources, marketing and information technology;
- Conducting special audits and/or investigations as required;
- Preparing reports on the 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.

Internal Control System

The IAU audits all operational and financial aspects of the Company in accordance with the audit procedure and checklist, which is consistent with the internal control framework issued by The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), and based on the Company's Standard Operating Procedures (SOP) and Store Operational Manual (MOT) references previously approved by Management.

The Loss Prevention and Security Safety Department conducts a store review, walkthrough and training of all stores at least twice a year to ensure that the internal controls are adequate to support the achievement of the Company's and stakeholders' objectives.

Program Implementation in 2014

In 2014, the Company reviewed 131 stores, 4 store Regional finance department and 9 departments (Procurement, Merchandising Direct Purchase and Consignment including Supplier Service and Quality Control/QC, Project New Store and Renovation, Distribution Center, Matahari Club Card/MCC, Store Design and Concept, IT, Legal and Customer Service). As in the previous year, the overall results were very satisfactory. All the Matahari stores reviewed were judged to have successfully presented themselves as inviting and dynamic. However, there is still room for improvement: in some 50% of stores, the customer experience could be improved through selective adjustments and greater attention to detail.

SISTEM *WHISTLEBLOWING*

Pada tahun 2011, menyadari adanya kebutuhan untuk memastikan bahwa standar etika harus dijunjung tinggi secara konsisten dan dipantau pada setiap tingkatan organisasi, Perseroan membentuk *whistleblower hotline*. Perseroan sangat yakin bahwa kesinambungan usaha dan integritas usaha tergantung tidak hanya pada pengamanan seluruh aset, termasuk karyawan, aset fisik dan hak cipta/ hak paten milik Perseroan, tetapi juga menjaga keamanan dan kesehatan karyawan, pemasok serta menjamin bahwa mereka diperlakukan secara jujur dan adil setiap saat.

Media *whistleblower* Perseroan, yang dikenal sebagai Suara Matahari, dikelola oleh administrator independen, Deloitte, untuk menjamin perlindungan penuh untuk para informan. Melalui Suara Matahari, Manajemen, karyawan dan pemasok dapat melaporkan tindakan yang dicurigai ilegal atau tidak layak secara rahasia dan anomim.

Suara Matahari dipublikasikan kepada manajer dan staf di seluruh Perseroan, serta kepada para pemasok. Pusat kontak ditangani oleh operator berpengalaman dalam menangani laporan yang masuk. Ahli investigasi forensik menyelidiki laporan yang diterima dan melaporkannya kepada manajemen.

Suara Matahari memiliki berbagai fitur sebagai berikut:
1. Sejumlah jalur *hotline* – telpon bebas pulsa, faksimili, situs, email dan kotak pos surat;
2. Sosialisasi kesadaran anti penipuan dan program *whistleblower* kepada seluruh manajemen, karyawan dan pemasok;
3. Operator berpengalaman;
4. Ahli investigasi forensik untuk menindaklanjuti laporan yang diterima dan melaporkannya ke manajemen;
5. Rekomendasi untuk perbaikan

Laporan yang diserahkan dapat melalui beberapa jalur:

1. **Hotline**
   Informan dapat menhubungi Suara Matahari di 500-070. Jasa ini anonim; informan tidak perlu memberikan nama jika mereka tidak mau melakukannya.

2. **Faksimili**
   Laporan dikirimkan melalui fax ke nomer +62 21 2350-7055

3. **Email**
   Laporan dapat dikirimkan melalui email ke alamat suaramatahari@tipoffs.com. Alamat email informan tidak akan diungkapkan tanpa ijin.

WHISTLEBLOWING SYSTEM

In 2011, recognising the need to ensure that the highest ethical standards are consistently upheld and monitored at all levels of the company, the Company instituted a whistleblower hotline. The Company strongly believes that the continued viability and integrity of the business depends not only on safeguarding all its assets, including employees, physical assets, and proprietary information, but also on maintaining the safety and wellbeing of all the employees and suppliers and ensuring that they are treated honestly and fairly at all times.

The Company's whistleblower hotline, known as Suara Matahari, is managed by an independent administrator, Deloitte, in order to guarantee full protection for informants. Through Suara Matahari, management, employees and suppliers can report any suspected illegal or inappropriate acts in strict confidence and with full anonymity.

Suara Matahari is publicized to managers and staff throughout the Company as well as to suppliers. The contact centre is staffed by experienced operators who handle incoming reports. Forensic investigation experts then investigate the reports received and report issues to management.

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 centre operators;
4. Forensic investigation experts to follow up reports received and present issues to management;
5. Recommendations for improvements.

Reports may be submitted through the following 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 fax 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 melapor melalui website Suara Matahari di http://suaramatahari.tipoffs.com.sg, dengan memberikan informasi sebanyak mungkin di tempat yang telah disediakan.

5. **Surat**
   Laporan dapat dikirim melalui surat biasa ke Suara Matahari PO Box 6670, Jakarta Pusat.

Untuk semua laporan tertulis, informan harus melampirkan formulir pengungkapan yang dapat diunduh dari *website* tersebut. Untuk memastikan bahwa tindak lanjut yang sesuai dapat dilakukan, informan harus melaporkan setidaknya informasi menyangkut:
1. Nama orang yang terlibat
2. Nama saksi (jika ada)
3. Informasi mengenai kejadian, termasuk tanggal, waktu dan lokasi
4. Bukti
5. Nominal atau aset terkait
6. Frekuensi kejadian

Setelah menerima laporan, operator memberikan nomor referensi unik dan anonim kepada informan (untuk laporan yang diserahkan melalui telepon, email ataupun *website*) dimana informan dapat menggunakannya untuk meminta informasi terkini mengenai perkembangan kasus yang dilaporkan. Laporan tersebut kemudian dievaluasi oleh analis Deloitte, dan hasilnya dikembalikan kepada perwakilan Perseroan dalam waktu satu hari kerja. Dengan demikian, tindak lanjutnya dapat ditentukan.

Informan dapat memilih sejumlah opsi untuk mengungkapkan identitas mereka:
1. *Full disclosure*: informan bersedia mengungkapkan identitasnya kepada Deloitte dan kepada Perseroan.
2. *Partial anonymity*: informan bersedia mengungkapkan identitasnya kepada Deloitte saja. Dalam kasus, Deloitte akan menyimpan secara rahasia identitas informan dari Perseroan.
3. *Full anonymity*: informan tidak bersedia mengungkapkan identitasnya baik kepada Deloitte ataupun kepada Perseroan.

Dua puluh satu kasus diterima oleh Perseroan melalui Suara Matahari dalam tahun 2014. Melibatkan baik pihak internal maupun eksternal, tuduhan-tuduhan yang diterima termasuk pelanggaran Pedoman Perilaku dan etika kerja, konflik kepentingan dan permintaan atau penerimaan uang dan/atau hadiah dari vendor. Lima belas dari dua puluh satu kasus telah diinvestigasi dan terbukti, sementara enam kasus lainnya masih dalam proses pada saat publikasi Laporan Tahunan ini dibuat.

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)

Upon receipt of a report, 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 can choose from the following 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.

Twenty-one cases were channeled through Suara Matahari in 2014. Involving both internal and external parties, the allegations included code of conduct and work ethics violations, conflicts of interest, and requests or receipts of money and/or gifts from vendors. Fifteen of the twenty-one cases were investigated and substantiated, while the remaining six are still in progress at time of publication of this Annual Report.

Perseroan menerima 10 kasus melalui jalur selain Suara Matahari. Tuduhan-tuduhan itu termasuk pelanggaran Pedoman Perilaku dan etika kerja, permintaan atau penerimaan uang dan/atau hadiah dari vendor serta menggunakan uang Perseroan untuk kepentingan pribadi. Total sepuluh kasus sudah diinvestigasi dan terbukti.

LITIGASI

Dari waktu ke waktu, perselisihan dapat timbul akibat kegiatan Perseroan. Meskipun Perseroan telah berusaha keras untuk menyelesaikan perselisihan sebelum berlanjut ke proses litigasi, beberapa di antaranya tetap dilanjutkan ke pengadilan. Pada tahun 2014, Perseroan tidak menghadapi kasus legal yang dapat berdampak material atau merusak keberlangsungan usaha apabila Perseroan, Dewan Komisaris atau Direksi diputuskan bersalah sekalipun.

AKSES KE INFORMASI

Media Sosial

Website Matahari, **www.matahari.co.id**, menyediakan informasi terkini mengenai Perseroan kepada konsumen dan masyarakat umum selain juga informasi dan berita tentang *department store*, penawaran eksklusif, promosi, lokasi gerai dan topik-topik lainnya. Konsumen dapat memberikan masukan melalui situs tersebut. *Website* diluncurkan kembali pada tahun 2013 dengan desain baru dan dengan area Relasi Investor yang lebih komprehensif.

Selain *website*, Matahari juga memiliki akun dalam berbagai media sosial. Berikut akun media sosial yang dimiliki oleh Matahari:

Facebook : www.facebook.com/mataharidepartmentstore
Twitter : @gayamatahari
Instagram : matahari deptstore
Youtube : Matahari Department Store

Siaran Pers

Secara rutin, Perseroan mengeluarkan siaran pers ke berbagai media mengenai hasil kinerja, produk, aksi korporasi dan *even* lainnya. Siaran Pers ini dapat diakses melalui situs Perseroan. Pada tahun 2014, Perseroan mengeluarkan 37 siaran pers. Media dapat meghubungi Perseroan melalui email di corporate.communication.mds@matahari.co.id.

Hubungan Investor

Semua informasi mengenai investor dapat ditemukan di *website* Perseroan, www.ir.matahari.co.id. Masyarakat dapat menghubungi bagian Hubungan Investor untuk informasi lebih lanjut di alamat email: ir@matahari.co.id

The Company received 10 cases through channels other than Suara Matahari. The allegations included code of conduct and work ethics violations, requesting or receiving money and/or gifts from vendors, and using the Company's money for personal benefit. All ten cases have been investigated and substantiated.

LITIGATION

From time to time, disputes can arise as a result of the Company's activities. Although the Company makes every effort to resolve such disputes before they proceed to litigation, some may go to court. The Company did not face any legal actions in 2014 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.

ACCESS TO INFORMATION

Social Media

Matahari's website, **www.matahari.co.id**, provides customers and the general public with up-to-date information about the Company as well as information and news about our department stores, exclusive offers, promotions, store locations, and other topics. Customers can also give their feedback through the site. The website was relaunched in 2013 with a new design and a more comprehensive Investor Relations site.

In adidition, Matahari also has account on various social media accounts, as below:

Facebook : www.facebook.com/mataharidepartmentstore
Twitter : @gayamatahari
Instagram : matahari deptstore
Youtube : Matahari Department Store

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 2014, the Company issued 37 press releases. The press can contact the Company through the Company's Corporate Communication email at corporate.communication.mds@matahari.co.id.

Investor Relations

All the informations regarding the Investors can be found at the Company's website, ir.matahari.co.id. For further information the public can ciontact the Investor Relations at ir@matahari.co.id

Informasi Produk

Matahari memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk terkini dan promosi-promosi berbentuk brosur, booklet, spanduk dan iklan harian di berbagai media baik daring maupun bukan.

Pelayanan Pelanggan

Halo Matahari adalah jalur yang didedikasikan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan meminta informasi mengenai produk Matahari, Matahari Club Card atau promosi dan program Matahari. Halo Matahari, yang ditangani staf pelayanan pelanggan yang terlatih dapat dihubungi melalui telpon di (021) 500-838 pada jam 08.00 sampai 22.00 setiap hari.

Product Information

Matahari provides information to customers about the latest products and promotions in the form of brochures, booklets, banners and daily advertisements in various media, both online and offline.

Customer Service

Halo Matahari is 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, which is staffed by trained customer service officers, can be accessed by phone on (021) 500-838 between the hours of 08.00 and 22.00 every day.

KEGIATAN KEBERSAMAAN

Kegiatan bersama pemasok dan karyawan diadakan setiap tahun untuk memperteguh hubungan antara Perseroan dengan pemasok dan karyawan, serta untuk menyampaikan informasi terkini tentang produk dan visi Perseroan dan aksi korporasi secara lebih informal.

Untuk kepentingan mempertahankan hubungan yang transparan dengan para pemangku kepentingan, Perseroan mengadakan rapat rutin dan *conference calls* serta menghadiri konferensi dengan analis dan investor yang sudah ada maupun investor potensial. Di tahun 2014, Perseroan mengundang komunitas pemegang saham untuk menghadiri *earnings calls* di setiap kuartalnya. Investor dapat memperoleh akses informasi dari bagian Investor Relations di situs yang saat ini sudah diperbarui **www.matahari.co.id.**

GATHERINGS

Supplier gatherings and employee gatherings are held on an annual basis to strengthen relationships between and the Company and its suppliers and employees, and to disseminate and deliver updates on the Company's products, vision and corporate actions on a more informal basis.

In the interests of maintaiing transparent relationships with stakeholders, the Company holds regular meetings and conference calls and attends conferences with analysts and existing and potential investors, and in 2014 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.**

KOMUNIKASI INTERNAL

Komunikasi regular di antara karyawan difasilitasi oleh jaringan komunikasi internal Perseroan. Perseroan juga menerbitkan majalah internal, Quarterly Manual Magazine (QMM), setiap kuartalnya.

INTERNAL COMMUNICATIONS

Regular communication among employees is facilitated by the Company's internal communication network. The Company publishes an internal magazine, Quarterly Manual Magazine (QMM), every quarter.

DANA UNTUK KEGIATAN SOSIAL DAN POLITIK

Perseroan memegang teguh kebijakan ketat untuk tidak melakukan donasi kepada organisasi politik.

FUNDS FOR SOCIAL AND POLITICAL ACTIVITIES

The Company upholds a strict policy of not making donations to political organizations.

RENCANA PEMBELIAN OPSI SAHAM

Perseroan tidak mempunyai rencana pembelian opsi saham bagi manajemen atau karyawan.

SHARE PURCHASE OPTION PLANS

The Company does not have a management or employee share purchase option plan.

TANGGUNG JAWAB SOSIAL Perseroan

Corporate Social Responsibility

Tanggung Jawab *Sosial Perseroan*

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Tujuan utama dari program tanggung jawab sosial Perseroan adalah untuk mengubah kehidupan masyarakat menjadi lebih baik melalui penataan layanan sosial dan lingkungan hidup yang baik.

The primary objective of Matahari's corporate social responsibility program is to change people's lives for the better through good social and environmental stewardship.

Matahari mendukung berbagai kegiatan pengembangan sosial dan masyarakat di seluruh Indonesia. Selain membina kemitraan jangka panjang dengan UNICEF, Yayasan Dompet Dhuafa, Sekolah Lentera Harapan dan Ikatan Karyawan Matahari (IKM), Matahari juga memberikan kontribusi langsung melalui beberapa organisasi lain dan melakukan berbagai inisiatif baik di tingkat nasional maupun di tingkat lokal melalui gerainya. Bagi Matahari, pelayanan yang baik merupakan persyaratan penting dari semua program yang didukungnya untuk memastikan bahwa intervensinya dapat memberikan dampak perubahan yang berkelanjutan dalam kehidupan masyarakat yang dibantunya.

Penekanan pada pelayanan yang baik selaras dengan nilai Perseroan dan Kode Etik Matahari yang memberikan panduan untuk hubungan dan transaksi dengan para pemasok dan mitra usaha lain. Matahari sendiri tidak memiliki mekanisme formal untuk memastikan semua pemasok dan kontraktor telah mematuhi standar tempat bekerja dan lingkungan hidup. Meskipun begitu, mereka terikat secara hukum untuk mematuhi UU Ketenagakerjaan, termasuk peraturan upah minimum dan standar pemerintah mengenai kontrak karyawan. Matahari telah membangun hubungan erat, kooperatif dan saling mempercayai dengan mitra-mitra pemasoknya, termasuk beberapa di antaranya yang telah berlangsung puluhan tahun. Hubungan ini, bersama dengan inspeksi rutin atas pabrik-pabrik yang dilakukan oleh pihak ketiga membuat Perseroan merasa yakin bahwa para pemasoknya telah memenuhi tanggungjawab mereka terkait dengan tingkat kesehatan dan keamanan kerja karyawan serta pengelolaan dampak lingkungan. Jika Perseroan mengetahui ada pemasok atau mitra yang tidak patuh, hubungan tersebut akan dihentikan.

Matahari supports a wide range of social and community development programs nationwide. As well as collaborating with long-term partners such as UNICEF, Yayasan Dompet Dhuafa, Sekolah Lentera Harapan and the Matahari employees' association (IKM), Matahari also contributes directly to numerous deserving organizations and initiatives, both nationally and at the local level through the stores. For Matahari, good stewardship is a critical requirement of all the program it supports to ensure that the interventions have a sustainable and transformational effect on the lives of those they reach.

The emphasis on good stewardship is consistent with Matahari's corporate values and Code of Conduct, which guide our relationships and transactions with suppliers and other business partners. Matahari itself does not have formal mechanisms to ensure suppliers' and contractors' compliance with workplace and environmental standards. However, they are legally obliged to comply employment law, including minimum wage regulations and government standards on employee contracts. Matahari has established robust, cooperative and trusting relationships with its supplier partners, several of which have lasted over decades. These relationships, alongside regular third party factory inspections, give the Company reasonable assurance that its suppliers consistently fulfill their responsibilities with regard to employee health and safety and environmental impact management. If the Company has reason to believe that any supplier or partner is not compliant, the relationship is discontinued.

Matahari's CSR support focuses on empowering communities to improve their welfare and livelihoods, and its programs have contributed directly to improving the welfare of several thousand deserving people over the years.

KEPEDULIAN TERHADAP LINGKUNGAN

Dalam menjalankan usaha rutinnya sebagai ritel *department store*, Matahari menyediakan tas belanja plastik untuk kenyamanan pelanggannya. Namun, menyadari bahwa penguraian sampah tas plastik menyebabkan berbagai bentuk polusi lingkungan dan pemanasan global, Matahari menggunakan tas plastik *biodegradable*, yang dapat terurai secara biologis dalam waktu dua sampai empat tahun. Kebijakan ini telah diperkenalkan sejak tahun 2011 dan sudah diterapkan di seluruh gerai Matahari.

Pada tahun 2014, Matahari memperkenalkan inisiatif untuk mengurangi konsumsi listrik di gerainya dengan mengganti lampu penerangan dengan penerangan LED yang hemat energi. Sebanyak 31 gerai telah melakukan pergantian penerangan pada tahun 2014. Karena berdasarkan evaluasi awal, penggunaan lampu LED telah mengindikasikan bahwa penggunaan energi pada gerai telah berkurang, pada tahun 2015, penerangan LED akan dipasang di sekitar 30 gerai.

ENVIRONMENTAL CONCERN

In the regular course of its business as a department store retailer, Matahari provides plastic shopping bags for the convenience of its customers. However, recognizing that the disposal of plastic bags has been found to lead to various forms of environmental pollution that contribute to global warming, Matahari uses biodegradable plastic bags, which are broken down biologically within two to four years. This policy was introduced in 2011 and is applied in all Matahari's stores.

In 2014, Matahari launched an initiative to reduce electricity consumption in its stores by converting to energy-efficient LED lighting. A total of 31 stores were re-lamped in 2014. As initial evaluations indicate that energy use has been reduced in the stores concerned, in 2015, LED lighting will be installed in approximately 30 stores.

MENGHARGAI KARYAWAN KAMI

Kebijakan sumber daya manusia Matahari bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, memperbaiki kesejahteraan dan menaikkan retensi karyawan dengan menyediakan lingkungan kerja yang dapat memotivasi dan lingkungan

APPRECIATING OUR EMPLOYEES

Matahari's human resource policies are aimed at increasing productivity, improving employee welfare and increasing employee retention by providing a motivating and rewarding working environment. To facilitate communication between

kerja yang bermanfaat. Untuk memfasilitasi komunikasi antara Manajemen dan karyawan serta untuk memastikan hubungan industrial yang harmonis dan konstruktif, Matahari mendukung tiga forum penting: Ikatan Karyawan Matahari (IKM), Lembaga Kerjasama (LKS) dan koperasi karyawan yang dibentuk di setiap gerai, di kantor pusat dan pusat distribusi.

Baik IKM dan LKS memiliki kontribusi dalam perwujudan hubungan industrial yang didasarkan atas rasa saling menghormati dan menjunjung kesadaran komunitas di antara karyawan sehingga menghasilkan penanganan efektif dan sensitif atas keluhan karyawan. Manajemen meyakini bahwa hal ini memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan kerja dan produktivitas.

Mekanisme *whistlebower* Matahari, Suara Matahari, dirancang untuk melindungi karyawan, pemasok dan kontraktor lainnya dari tindakan tidak etis ataupun ilegal serta dari praktik-praktik bisnis yang tidak adil. Setiap tindakan ilegal atau tidak pantas dapat dilaporkan melalui Suara Matahari yang mempunyai beberapa jalur seperti saluran telepon bebas bayar, faksimile, *website*, email dan melalui kotak pos. Melalui saluran-saluran ini, para pemangku kepentingan dapat melaporkan tindakan-tindakan yang dicurigai ilegal dan/atau melanggar Kode Etik Perseroan. Laporan-laporan dibuat tanpa nama dan sangat rahasia. Perseroan telah menunjuk administrator independen, Deloitte untuk mengoperasikan Suara Matahari, untuk menjamin perlindungan penuh bagi para pemberi informasi

Matahari berpegang teguh pada praktik rekrutmen dan pemberian kerja yang layak dan adil, serta mematuhi kebijakan anti diskriminasi. Apabila memungkinkan, Perseroan memprioritaskan rekrutmen lokal dan promosi internal. Manajemen meyakini bahwa kebijakan dan praktik sumber daya manusia Matahari telah memberikan kontribusi terhadap tingkat pergantian (*turnover*) karyawan Perseroan yang rendah, tingkat kepuasan kerja yang tinggi dan tidak adanya gangguan ketenagakerjaan dalam beberapa tahun terakhir.

PERLINDUNGAN KONSUMEN

Matahari, sebagai usaha yang berorientasi kepada konsumen, mempunyai tanggung jawab untuk mengakui dan melindungi hak-hak konsumen, termasuk hak mereka untuk mendapatkan lingkungan berbelanja yang aman. Semua gerai kami mematuhi seluruh kode dan standar bangunan, dan setiap gerai dilengkapi dengan fitur keamanan seperti alarm kebakaran, sistem penyemprot air dan akses menuju pintu dan tangga darurat. Selain itu,

Management and employees and to ensure harmonious and constructive industrial relations, Matahari supports three important forums: the Matahari Employees Association (Ikatan Karyawan Matahari, or IKM), the Bipartite Forum (Lembaga Kerjasama, or LKS) and employee cooperatives, which are established at each store and at the head office and distribution centre.

Both the IKM and the LKS have contributed to industrial relations based on mutual respect and promoted a real sense of community among employees, and have resulted in the effective and sensitive handling and mediation of employee grievances. Management believes that this has had a positive influence on job satisfaction and productivity.

Matahari's whistleblower mechanism, Suara Matahari, is designed to protect employees, suppliers and other contractors against unethical or illegal actions and unfair business practices. Any illegal or inappropriate acts can be reported through Suara Matahari has multiple channels, including toll-free phone lines, fax numbers, a website, email and a mailbox, through which stakeholders can report actions that are suspected of being illegal and/or violating the Company's code of conduct. Reports are made anonymously and in strict confidence. The Company has appointed an independent administrator, Deloitte to operate Suara Matahari, in order to ensure full protection for informants.

Matahari is committed to fair and equitable recruitment and employment practices, and abides by a strict zero discrimination policy. Wherever feasible, the Company prioritizes local hiring and internal promotion. Management believe that Matahari's human resource policies and practices have contributed to the Company's consistently low employee turnover, high levels of job satisfaction and absence of significant labour disruptions in recent years.

CONSUMER PROTECTION

Matahari, as a customer-focused business, has a responsibility to acknowledge and protect the rights of our customers, including their right to a safe shopping environment. All our stores are compliant with all relevant building codes and standards, and every store is fully equipped with safety features such as fire alarms, sprinkler systems and access to emergency exits and stairs. In addition, the layouts and amenities are designed with the

tata ruang dan fasilitasnya dirancang untuk kenyamanan dan keamanan konsumen. Matahari telah menjalankan beberapa kebijakan untuk menjamin kepuasan dan perlindungan konsumen. Untuk menjamin kualitas produk dan meminimalisasi potensi terjadinya keluhan, semua produk dievaluasi sebelum ditempatkan pada rak. Setiap keluhan konsumen dipantau dan diarahkan ke departemen terkait untuk ditangani jika diperlukan. Produk-produk Matahari dilindungi oleh kebijakan jaminan dan garansi, dan kami juga mengimplementasikan kebijakan penukaran yang memperbolehkan konsumen menukar barang tertentu dengan barang sejenis dalam waktu 7 hari setelah pembelian.

Konsumen Matahari mempunyai pilihan melalui beberapa saluran untuk memberikan saran, mengajukan keluhan dan meminta informasi. Selama jam operasional gerai, konsumen dapat menyampaikan kekhawatirannya secara langsung pada meja pelayanan pelanggan di dalam gerai. Alternatif lain, mereka dapat menghubungi Halo Matahari call centre melalui telepon. Call centre dikelola oleh operator terpilih dan terlatih dari pukul 08.00 hingga pukul 22.00, dalam tujuh hari seminggu. Konsumen juga dapat memilih menghubungi Matahari secara langsung melalui surat atau telepon, atau melalui website. Semua masukan dari konsumen dikumpulkan dan dikirimkan ke kantor pusat sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Matahari terus mendapat pengakuan atas kinerjanya dalam hal kepuasan dan pelayanan pelanggan termasuk memperoleh posisi kedua (untuk kedua kalinya secara berturut-turut) dari seluruh Perseroan di Indonesia pada National Customer Service Championships 2014 yang diselenggarakan oleh Carre-CCSL. Manajemen meyakini hal ini merefleksikan upaya konsisten Matahari untuk terus menanamkan budaya berorientasi kepada konsumen ke dalam organisasi Perseroan.

KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA KARYAWAN

Perseroan berkomitmen untuk membuat semua gerai, pusat distribusi dan kantor pusat menjadi lingkungan kerja yang aman bagi karyawan, konsumen, pemasok dan mitra lainnya. Semua karyawan yang terlibat dalam operasi logistik dan distribusi mengerti adanya persyaratan keamanan kerja dan telah memperoleh panduan keamanan kerja khusus untuk pekerjaan mereka, sementara staf gerai berpartisipasi dalam latihan kebakaran yang rutin dan prosedur keamanan kerja lainnya yang diselenggarakan oleh manajemen mall ataupun pusat perbelanjaan dimana gerai terletak. Semua karyawan tidak pernah mengalami kecelakaan di tempat mereka bekerja.

convenience, comfort and safety of our customers in mind. Matahari has put in place several measures to ensure consumer satisfaction and protection. To ensure product quality and minimize the potential for complaints, all products are assessed before being shelved. Any customer complaints are monitored and directed to the appropriate department for follow-up where necessary. Matahari's products are covered by warranty and guarantee policies, and we also implement an exchange policy that allows customers to exchange certain goods for similar products within 7 days of purchase.

Matahari's customers have the choice of a number of channels through which to give feedback, make complaints and request information. During store opening hours, customers can register any concerns in person at our in-store customer service desks. Alternatively, they can contact the Halo Matahari customer call centre by phone. The call centre is staffed by carefully selected and trained operators from 08.00 to 22.00, seven days a week. Customers also have the option of contacting Matahari directly by mail or phone, or through the website. All customer feedback received is collated and sent to head office to inform decision making.

Matahari has continued to win recognition for its performance on customer satisfaction and customer service, including ranking second (for the second consecutive year) out of all companies in Indonesia in the 2014 National Customer Service Championships organized by Carre-CCSL. Management believes this reflects Matahari's consistent efforts to embed a customer-oriented culture throughout the organization.

EMPLOYEE HEALTH AND SAFETY

The Company is committed to making all stores, the distribution centre and the head office safe and secure environments for employees, customers, suppliers and other partners. All employees involved in the logistics and distribution operation are made aware of safety requirements and given job-specific safety guidelines, while store-based staff take part in regular fire drills and other safety procedures organized by the management of the mall or shopping centre where the store is located. All employees never experience accident in their workplace.

PROGRAM PENGEMBANGAN KOMUNITAS

Matahari mengupayakan untuk memfokuskan dukungan tanggung jawab sosialnya kepada pemberdayaan komunitas untuk memperbaiki kesejahteraan dan mata pencahariannya. Dukungan Matahari disalurkan melalui mitra-mitra yang mempunyai sejarah yang kuat dalam bekerjasama dengan komunitas dalam berbagai bidang kesehatan, pendidikan dan sosial di tingkatan nasional dan lokal, serta memberikan bantuan akibat bencana alam. Sebagian dana yang diberikan Matahari digalang secara langsung dari konsumen, melalui skema sederhana, sukarela dan sangat transparan dimana konsumen dapat memilih untuk menyumbangkan koin kembalian di kasir kepada organisasi tertentu atau untuk tujuan tertentu yang berganti setiap dua bulan. Program ini sangat popular di kalangan konsumen dan telah membantu secara langsung dalam memperbaiki tingkat kesejahteraan beberapa ribu orang yang layak dibantu selama bertahun-tahun.

COMMUNITY DEVELOPMENT PROGRAMME

Matahari seeks to focus its CSR support on empowering communities to improve their welfare and livelihoods. Matahari's support is channeled through various partners who have a strong track record of working with communities on various health, education and social initiatives at national and local levels, as well as on disaster relief. A portion of the funds disbursed by Matahari are raised directly from customers, through a simple, voluntary, completely transparent scheme whereby customers can opt to contribute the coins they receive as change at the checkout to a specified organization or cause, which changes every two months. This program has been very popular with customers and has contributed directly to improving the welfare of several thousand deserving people over the years.

Pada tahun 2014, program pengembangan komunitas Matahari memberikan kontribusi sebagai berikut:

Pendidikan

Perseroan memberikan dana untuk mendukung beberapa yayasan amal dan acara pendidikan:

- Donasi konsumen melalui kasir senilai Rp 472.262.094 untuk membantu penyediaan buku dan seragam sekolah untuk pelajar sekolah Lentera Harapan.
- Donasi sejumlah Rp3.000.000.000 untuk Sekolah Perawat UPH

Bantuan Bencana Alam

Donasi uang kembalian konsumen sebesar Rp 40.000.000 untuk korban banjir di Jakarta dan Kudus pada bulan Januari 2014.

In 2014 Matahari's community development programme benefited the following:

Education

The Company disbursed funds to support a number of educational charities and events:

- Customers' donations via cashier worth Rp 472,262,094 to help the provision of books and school uniform for students of Lentera Harapan School
- Donation of Rp 3,000,000,000 for UPH School of Nursing

Disaster Relief

Donated customers' change of Rp 40,000,000 to support the victims of flood in Jakarta and Kudus in January 2014.

Kesehatan

- Disalurkan sebesar Rp 281.872.817 dari donasi konsumen yang dikumpulkan dalam bulan Maret 2014 melalui UNICEF untuk mendukung penyediaan air bersih, sanitasi dan kebersihan.
- Donasi sebesar Rp 1.000.000.000 kepada Yayasan Denyut Jantung
- Bersama dengan Yayasan Obor Berkat Indonesia, Matahari menggalang donasi konsumen sebesar Rp 533.330.090 untuk mengadakan operasi hernia secara gratis untuk masyarakat yang membutuhkan.

Donasi Amal

Perseroan memberikan dana, baik berasal dari uang kembalian konsumen maupun dalam bentuk donasi Perseroan, kepada beberapa yayasan amal, sebagai berikut:

- Donasi KAFFAH bagi kegiatan spiritual karyawan pada bulan Juli 2014 sebesar Rp 50.000.000
- Donasi uang kembalian konsumen untuk Yayasan Dompet Dhuafa Republika untuk program pendidikan, kesehatan dan lingkungan hidup, senilai Rp 989.752.911
- Donasi konsumen sebesar Rp 500.000.000 untuk pembangunan Mesjid Al-Furqan, Banda Aceh dan Gereja Paroki Kristus Raja, Jayapura.

Health

- Channeled Rp 281,872,817 in donations from customers collected in March 2014 through UNICEF to support water supply, sanitation, and hygiene promotion
- Donations of Rp 1,000,000,000 to Yayasan Denyut Jantung
- Together with Yayasan Obor Berkat Indonesia, Matahari raised customers' donations of Rp533,330,090 to held Hernia operations for free for the poor people.

Charitable Donations

The Company donated funds, both from customer change and in the form of corporate donations, to a number of different charities, as follows:

- Donated KAFFAH for employees' spiritual activities in July 2014 amounting of Rp 50,000,000
- Donated customer change to Yayasan Dompet Dhuafa Republika for educational, health and environmental programs, worth Rp 989,752,911
- Donated customers' donations of Rp 500,000,000 for the constructions of Al-Furqan Mosque, Banda Aceh and Paroki Kristus Raja Church, Jayapura.

- Donasi senilai Rp 100 juta untuk acara Natal Persekutuan Doa Menara Matahari pada bulan Desember 2014

Donasi Perseroan diberikan kepada sejumlah panti asuhan sehubungan dengan pembukaan gerai baru Matahari Department Stores:

- 3 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan gerai baru di Borneo City Mall (Rp 30.000.000)
- 3 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan gerai baru di Big Mall, Samarinda (Rp 30.000.000)
- 3 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan gerai baru di Mall Balikpapan Baru (Rp 30.000.000)
- 3 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan gerai baru di OPI Mall, Palembang (Rp 30.000.000)
- 3 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan gerai baru di Lippo Mall Kuta, Bali (Rp 30.000.000)
- 3 panti asuhan sehubungan dengan pembukaan gerai baru di SPR Plaza, Padang (Rp 30.000.000)

- Donated Rp 100 million for the Christmas event of Persekutuan Doa Menara Matahari in December 2014

Corporate donations were made to several orphanages in connection with the opening of new Matahari Department Stores:

- 3 orphanages in connection with the opening of the new store at Borneo City Mall (Rp 30,000,000)
- 3 orphanages in connection with the opening of the orphanages in connection with the opening of the new store at Big Mall, Samarinda (Rp 30,000,000)
- 3 orphanages in connection with the opening of the new store at Mall Balikpapan Baru (Rp 30,000,000)
- 3 orphanages in connection with the opening of the new store at OPI Mall, Palembang (Rp 30,000,000)
- 3 orphanages in connection with the opening of the new store at Lippo Mall Kuta, Bali (Rp30,000,000)
- 3 orphanages in connection with the opening of the new store at SPR Plaza, Padang (Rp30,000,000)

PELAYANAN KOMUNITAS YANG DIBERIKAN LANGSUNG OLEH KARYAWAN

Matahari juga memberikan konstribusi terhadap pengembangan komunitas berkelanjutan melalui asosiasi karyawan, IKM yang memiliki cabang di setiap gerainya. Perseroan memberikan dukungan kepada berbagai inisiatif dan kegiatan yang diselenggarakan oleh IKM untuk membantu berbagai kesulitan dan kegiatan amal lokal. Dengan melakukan investasi waktu dan dukungan secara langsung dalam komunitas, karyawan Matahari memperkuat ikatan antara gerai Matahari dengan komunitas yang mereka layani. Hal ini meningkatkan citra Perseroan secara keseluruhan dan pada saat yang sama menambah nilai program pengabdian tersebut.

Manajemen percaya bahwa keterlibatan Matahari secara langsung dan tidak langsung dengan komunitas di seluruh Indonesia melalui program tanggung jawab sosial telah membawa manfaat signifikan dan berkelanjutan kepada komunitas terkait dan memberikan kontribusi dalam pengembangan dan pemberdayaan sosial.

EMPLOYEE-DIRECTED COMMUNITY SERVICE

Matahari also contributes to sustainable community development through its employee association, IKM, which has a branch in each store. The Company provides support for a range of initiatives and outreach organized by the IKMs to benefit various local causes and activities. By investing their time and support directly in the community, Matahari's employees strengthen the relationship between Matahari stores and the communities they serve. This serves to enhance the image of the Company overall, while at the same time adding value to the outreach programme.

Management believes that Matahari's direct and indirect engagement with communities nationwide through its CSR program has brought significant, sustainable benefits to the communities concerned and contributed to their social development and empowerment.

Surat Pernyataan Anggota Dewan Komisaris dan Direksi Tentang Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2014 PT Matahari Department Store Tbk

Statement of the Board of Commissioners and Board of Directors Regarding Responsibility for the 2014 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 2014 telah dimuat secara lengkap, dan bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi Laporan Tahunan Perseroan.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Karawaci, April | April 2015

We, the undersigned, hereby declare that all information in the Annual Report of PT Matahari Department Store Tbk for the year 2014 have been presented in their entirety, and that we assume full responsibility for the accuracy of the contents of such Annual Report.

This statement is duly made in all integrity.

Dewan Komisaris
Board of Commissioners

John Bellis
Presiden Komisaris Independen
President Commissioner
Independent

Jonathan L. Parapak
Komisaris Independen
Commissioner
Independent

Sigit Prasetya
Komisaris | Commissioner

William Travis Saucer
Komisaris | Commissioner

Henry Jani Liando
Komisaris | Commissioner

Direksi
Board of Directors

Bunjamin J. Mailool
Presiden Direktur
President Director

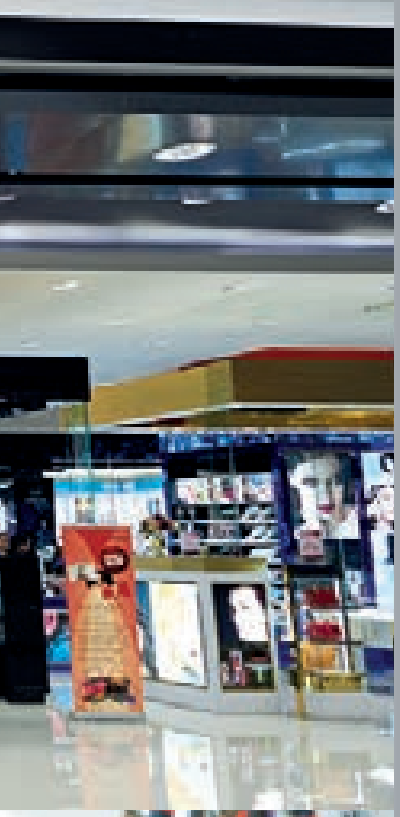
Michael Remsen
Wakil Presiden Direktur
Vice President Director

Wai Hoong Fock
Direktur | Director

Andy N. Purwohardono
Direktur | Director

Andre Rumantir
Direktur | Director

MATAHARI



LAPORAN KEUANGAN AUDIT

AUDITED FINANCIAL STATEMENTS

	Halaman/ *Page*	
PERNYATAAN DIREKSI		*BOARD OF DIRECTORS' STATEMENT*
LAPORAN AUDITOR INDEPENDEN KEPADA PEMEGANG SAHAM		*INDEPENDENT AUDITOR'S REPORT TO THE SHAREHOLDERS*
LAPORAN POSISI KEUANGAN	-1-2-	*STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION*
LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF	-3-	*STATEMENTS OF COMPREHENSIVE INCOME*
LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS	-4-	*STATEMENTS OF CHANGES IN EQUITY*
LAPORAN ARUS KAS	-5-	*STATEMENTS OF CASH FLOWS*
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN	-6-56-	*NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS*

MATAHARI
DEPARTMENT STORE

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

SURAT PERNYATAAN DEWAN DIREKSI TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS LAPORAN KEUANGAN PADA TANGGAL 31 DESEMBER 2014 DAN 2013 SERTA UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2014 DAN 2013

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 (sesuai kartu identitas) : Gading Griya Lestari C1/7 RT. 012/RW. 005 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 (sesuai kartu identitas) : Taman Golf No 62 Lippo Karawaci 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 2014 AND 2013 AND FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2014 AND 2013

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 (as stated in ID) : Gading Griya Lestari C1/7 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 (as stated in ID) : Taman Golf No 62 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;*

MATAHARI
DEPARTMENT STORE

2. Laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk telah disusun dan disajikan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia;

3. a. Semua informasi dalam laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk telah dimuat secara lengkap dan benar;

   b. Laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk tidak mengandung informasi atau fakta material yang tidak benar, dan tidak menghilangkan informasi atau fakta material;

4. Kami bertanggung jawab atas sistem pengendalian internal dalam PT Matahari Department Store Tbk.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

2. PT Matahari Department Store Tbk's financial statements have been prepared and presented in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards;

3. a. All information in the PT Matahari Department Store Tbk's financial statements has been disclosed in a complete and truthful manner;

b. 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;

4. We are responsible for PT Matahari Department Store Tbk's internal control systems.

Thus, this statement is made truthfully.

Atas nama dan mewakili Direksi
For and on behalf of the Board of Directors

METERAI TEMPEL
ACF376701098
6000 DJP

Bunjamin J. Mailool
Presiden Direktur/
President Director

Larry Michael Remsen
Wakil Presiden Direktur/
Vice President Director

Jakarta, 13 Februari/*February* 2015

PT Matahari Department Store Tbk
BeritaSatu Plaza 10th Floor, Jl Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36, South Jakarta, Indonesia
Operational Head Office :
Menara Matahari 15th Floor, Jl. Boulevar Palem Raya No. 7, Lippo Karawaci 1200 - Tangerang 15811, Indonesia Tel: 62 21 547 5333, Fax : 62 21 547 5232

pwc

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 2014, 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 of 31 December 2014, and the statements of comprehensive income, changes in equity and cash flows for the year then ended, and a summary of significant accounting policies and other explanatory information.

Tanggung jawab manajemen atas laporan keuangan

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's responsibility for the financial statements

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

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.

Auditor's responsibility

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

Nomor Izin Usaha: KEP-152/KM.1/2010.

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 keefektivitasan 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.

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the financial statements. The procedures selected depend on the auditor's 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.

Kami yakin bahwa bukti audit yang telah kami peroleh adalah cukup dan tepat untuk menyediakan suatu basis bagi opini audit kami.

We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our audit opinion.

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 2014, serta kinerja keuangan dan arus kas untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut, sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia.

Opinion

In our opinion, the accompanying financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of PT Matahari Department Store Tbk as of 31 December 2014, and its financial performance and cash flows for the year then ended, in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards.

JAKARTA
13 Februari/*February* 2015

Ade Setiawan Elimin, CPA
Surat Ijin Praktik Akuntan Publik/*License of Public Accountant* No. AP. 0223

LAPORAN POSISI KEUANGAN
31 DESEMBER 2014 DAN 2013
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION
31 DECEMBER 2014 AND 2013
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2014	Catatan/ *Notes*	2013	
Aset				***Assets***
Aset Lancar				***Current assets***
Kas dan setara kas	785,895	4	772,217	*Cash and cash equivalents*
Piutang usaha				*Trade receivables*
- pihak ketiga	45,063		32,786	*third parties -*
Piutang lain-lain				*Other receivables*
- pihak ketiga	17,784		15,094	*third parties -*
- pihak berelasi	46,534	22c	15,052	*related parties -*
Persediaan	955,231	5	723,809	*Inventories*
Pajak dibayar dimuka				*Prepaid tax*
- pajak lain lain	71,624	10a	27,765	*other tax -*
Beban dibayar di muka				*Prepaid expenses*
- sewa	83,124	7	81,625	*lease -*
- lain-lain	4,183		9,341	*others -*
Uang muka sewa	81,860	7	12,386	*Rental advances*
Aset lancar lainnya	26,209		12,992	*Other current assets*
Jumlah aset lancar	2,117,507		1,703,067	*Total current assets*
Aset tidak lancar				***Non-current assets***
Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya	-	4	25,579	*Restricted cash and cash equivalents*
Uang muka pembelian aset tetap	48,956		11,619	*Advances for purchase of fixed assets*
Aset pajak tangguhan	44,668	10d	43,005	*Deferred tax assets*
Aset tetap (setelah dikurangi akumulasi penyusutan sebesar Rp 893.445; 31 Desember 2013: Rp 686.900)	725,954	6	727,186	*Fixed assets (net of accumulated depreciation of Rp 893,445 31 December 2013: Rp 686,900)*
Sewa jangka panjang	317,552	7	289,264	*Long-term lease*
Uang jaminan	129,158		108,894	*Refundable deposits*
Aset tidak lancar lainnya	24,577		28,268	*Other non-current assets*
Jumlah aset tidak lancar	1,290,865		1,233,815	*Total non-current assets*
Jumlah aset	3,408,372		2,936,882	***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.

LAPORAN POSISI KEUANGAN
31 DESEMBER 2014 DAN 2013
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION
31 DECEMBER 2014 AND 2013
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2014	Catatan/ *Notes*	2013	
Liabilitas dan Ekuitas				***Liabilities and equity***
Liabilitas				***Liabilities***
Liabilitas lancar				***Current liabilities***
Utang usaha				*Trade payables*
- pihak ketiga	1,410,802	8	1,265,953	*third parties -*
Utang lain-lain				*Other payables*
- pihak ketiga	105,780		81,492	*third parties -*
- pihak berelasi	42,903	22c	11,434	*related parties -*
Utang pajak		10b		*Taxes payable*
- pajak penghasilan badan	128,814		73,519	*corporate income taxes -*
- pajak lain-lain	14,725		13,546	*other taxes -*
Akrual				*Accruals*
- pihak ketiga	211,756	9	150,163	*third parties -*
- pihak berelasi	45,122	9, 22c	31,034	*related parties -*
Kew ajiban imbalan kerja jangka pendek	152,641		125,755	*Short-term employee benefits obligations*
Penghasilan tangguhan	127,000		108,136	*Deferred income*
Pinjaman bank jangka panjang - bagian jatuh tempo dalam satu tahun	278,978	11	29,149	*Long term bank loans portion due - within one year*
Jumlah liabilitas lancar	2,518,521		1,890,181	*Total current liabilities*
Liabilitas tidak lancar				***Non-current liabilities***
Pinjaman bank jangka panjang - bagian jatuh tempo lebih dari satu tahun	410,191	11	1,566,531	*Long term bank loans portion due - over one year*
Kew ajiban imbalan kerja jangka panjang	302,070	19	261,542	*Long-term employee benefits obligations*
Jumlah liabilitas tidak lancar	712,261		1,828,073	*Total non-current liabilities*
Jumlah liabilitas	3,230,782		3,718,254	*Total liabilities*
Ekuitas				**Equity**
Modal saham - modal dasar 3.911.120.640 lembar saham, modal ditempatkan dan disetor penuh 2.917.918.080 lembar saham yang terdiri dari: 6.168.960 lembar saham. seri A dengan nilai nominal Rp 5.000 per saham (nilai penuh); 259.096.320 lembar saham seri B dengan nilai nominal Rp 350 per saham (nilai penuh); 2.652.652.800 lembar saham seri C dengan nilai nominal Rp 100 per saham (nilai penuh)	386,794	12	386,794	*Share capital - Authorised capital 3,911,120,640 shares, issued and fully paid 2,917,918,080 shares that consist of: 6,168,960 type A shares with par value Rp 5,000 per share (full amount); 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)*
Tambahan modal disetor	(3,571,934)	2u,13	(3,571,934)	*Additional paid in capital*
Saldo laba				*Retained earnings*
- Dicadangkan	116,397	14	116,397	*Appropriated -*
- Tidak dicadangkan	3,246,333		2,287,371	*Unappropriated -*
Jumlah ekuitas	177,590		(781,372)	*Total equity*
Jumlah liabilitas dan ekuitas	3,408,372		2,936,882	***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.

LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR
31 DESEMBER 2014 DAN 2013
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF COMPREHENSIVE INCOME
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2014 AND 2013
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2014	Catatan/ *Notes*	2013	
Pendapatan				***Revenue***
Penjualan eceran	4,898,745		4,043,639	*Retail sales*
Penjualan konsinyasi - bersih	2,981,424	15	2,673,621	*Consignment sales - net*
Pendapatan jasa	45,378		37,066	*Service fees*
Pendapatan bersih	7,925,547		6,754,326	***Net revenue***
Beban pokok pendapatan	(2,877,507)	16	(2,391,274)	***Cost of revenue***
Laba kotor	5,048,040		4,363,052	***Gross profit***
Beban usaha	(2,937,013)	17	(2,581,920)	*Operating expenses*
(Kerugian) keuntungan lainnya - bersih	(27,115)	18	33,736	*Other (losses) gains - net*
	(2,964,128)		(2,548,184)	
Laba operasi	2,083,912		1,814,868	***Operating profit***
Penghasilan keuangan	22,583		17,928	*Finance income*
Beban keuangan	(255,951)	11	(309,174)	*Finance costs*
Biaya keuangan - bersih	(233,368)		(291,246)	***Finance costs – net***
Laba sebelum pajak penghasilan	1,850,544		1,523,622	***Profit before income tax***
Beban pajak penghasilan	(431,426)	10c	(373,462)	*Income tax expense*
Laba tahun berjalan	1,419,118		1,150,160	***Profit for the year***
Pendapatan komprehensif lain	-		-	***Other comprehensive income***
Pendapatan komprehensif	1,419,118		1,150,160	***Comprehensive income***
Laba bersih per saham dasar dan dilusian (nilai penuh)	486	20	394	***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*

LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2014 DAN 2013
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF CHANGES IN EQUITY
FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2014 AND 2013
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ *Notes*	Modal saham/ *Share capital*	Tambahan modal disetor/ *Additional paid in capital*	Saldo laba/ *Retained earnings* Dicadangkan *Appropriated*	Tidak dicadangkan/ *Unappropriated*	Jumlah/ *Total*	
Saldo 1 Januari 2013		386,794	(3,571,934)	10,950	1,242,658	(1,931,532)	***Balance at 1 January 2013***
Laba/pendapatan komprehensif tahun berjalan		-	-	-	1,150,160	1,150,160	*Profit/comprehensive income for the year*
Pencadangan saldo laba	14	-	-	105,447	(105,447)	-	*Appropriation of retained earnings*
Saldo 31 Desember 2013		386,794	(3,571,934)	116,397	2,287,371	(781,372)	***Balance at 31 December 2013***
Saldo 1 Januari 2014		386,794	(3,571,934)	116,397	2,287,371	(781,372)	***Balance at 1 January 2014***
Laba/pendapatan komprehensif tahun berjalan		-	-	-	1,419,118	1,419,118	*Profit/comprehensive income for the year*
Dividen	14	-	-	-	(460,156)	(460,156)	*Dividend*
Saldo 31 Desember 2014		386,794	(3,571,934)	116,397	3,246,333	177,590	***Balance at 31 December 2014***

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

LAPORAN ARUS KAS
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR
31 DESEMBER 2014 DAN 2013
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF CASH FLOWS
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2014 AND 2013
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2014	Catatan/ *Notes*	2013	
Arus kas dari aktivitas operasi				***Cash flows from operating activities***
Penerimaan dari pelanggan	15,927,265		13,937,039	*Receipts from customers*
Pembayaran kepada pemasok	(10,477,757)		(9,244,711)	*Payments to suppliers*
Pembayaran kepada karyawan dan lain-lain	(3,219,894)		(2,568,884)	*Payments to employees and others*
Kas yang dihasilkan dari operasi	2,229,614		2,123,444	*Cash generated from operations*
Penerimaan penghasilan bunga	22,583		17,928	*Interest received*
Pembayaran pajak penghasilan badan	(377,795)		(470,437)	*Corporate income tax paid*
Arus kas bersih yang dihasilkan dari aktivitas operasi	1,874,402		1,670,935	***Net cash flows provided from operating activities***
Arus kas dari aktivitas investasi				***Cash flows from investing activities***
Perolehan aset tetap	(171,197)		(162,307)	*Acquisition of fixed assets*
Pembayaran uang muka pembelian aset tetap	(99,523)		(76,965)	*Advance payment for purchase of fixed assets*
Hasil dari penjualan aset tetap	1,723	6	1,355	*Proceeds from sale of fixed assets*
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi	(268,997)		(237,917)	***Net cash flows used in investing activities***
Arus kas dari aktivitas pendanaan				***Cash flows from financing activities***
Pembayaran pinjaman bank	(2,647,253)		(1,650,000)	*Repayments of bank loans*
Penerimaan pinjaman bank - bersih	1,659,200		250,000	*Proceeds from bank loans – net*
Pembayaran dividen	(460,156)	14	-	*Dividend payment*
Pembayaran beban bunga dan biaya bank	(169,097)		(274,281)	*Payments of interest and bank charges*
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	(1,617,306)		(1,674,281)	***Net cash flows used in financing activities***
Penurunan bersih kas dan setara kas	(11,901)		(241,263)	***Net decrease in cash and cash equivalents***
Kas dan setara kas pada awal tahun	797,796		1,039,059	***Cash and cash equivalents at the beginning of the year***
Jumlah kas dan setara kas pada akhir tahun	785,895	4	797,796	***Total cash and cash equivalents at the end of the year***
Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya	-	4	(25,579)	***Restricted cash and cash equivalents***
Kas dan setara kas pada akhir tahun	785,895	4	772,217	***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.

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2014 AND 2013
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2014 AND 2013
(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. 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 tanggal 14 Januari 1983, Tambahan Berita Negara No. 58.

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 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

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 of the State Gazette 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 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.

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2014 AND 2013
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2014 AND 2013
(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. UMUM (lanjutan)

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 menyetujui antara lain penggabungan Perusahaan dengan entitas induk Perusahaan (PT Meadow Indonesia), yang berlaku efektif sejak tanggal 30 September 2011 dan penetapan susunan pemegang saham Perusahaan yang baru.

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.

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 13).

1. GENERAL *(continued)*

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 approved among others, the Company’s merger with its parent company (PT Meadow Indonesia), which was effective from 30 September 2011 and determination of the new shareholders composition.

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.

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 13).

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2014 AND 2013
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2014 AND 2013
(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. UMUM (lanjutan)

Perubahan terakhir atas Anggaran Dasar Perusahaan dimuat dalam Akta No. 34 tanggal 15 April 2014 yang dibuat di hadapan Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H. mengenai antara lain masa jabatan anggota Direksi, kewenangan Direksi dan masa jabatan anggota Dewan Komisaris. Selain itu, Akta tersebut juga memuat perubahan susunan Direksi dan Dewan Komisaris Perusahaan. Perubahan tersebut telah diterima oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan sebagai berikut:

- Surat Penerimaan Pemberitahuan Perubahan Data Perusahaan PT Matahari Department Store Tbk No. AHU-04870.40.22.2014 tanggal 29 April 2014 *juncto* Perbaikan Surat Pemberitahuan nomor AHU-SP.00573.40.22.2014 tanggal 10 Juli 2014, yang telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan nomor AHU-05980.40.22.2014 tanggal 29 April 2014;
- Penerimaan Pemberitahuan Perubahan Anggaran Dasar nomor AHU-01575.40.21.2014 tanggal 29 April 2014 yang telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan nomor AHU-01575.40.21.2014 tanggal 29 April 2014.

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 2014, Perusahaan mengoperasikan 131 gerai (31 Desember 2013: 125 gerai) - tidak diaudit. Perhitungan 131 gerai tersebut tidak termasuk King Plaza Bandung yang ditutup sementara akibat kebakaran.

***1. GENERAL** (continued)*

The latest amendment to the Article of Association was by Notarial Deed No. 34 dated 15 April 2014 of Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H. relating to, among others, term of the office of the members of Board of Directors, authority of the Directors to represent the Company and term of the office of the Board of Commissioners. In addition, the Notarial Deed also includes the changes in the composition of Board of Directors and Board of Commissioners of the Company. This amendment was received by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia as follows:

- *Receipt of Notification for Company's Data Change number AHU-04870.40.22.2014 dated 29 April 2014 juncto Correction of Receipt of Notification Letter number AHU-SP.00573.40.22.2014 dated 10 July 2014 which was registered in the Company's register number AHU-05980.40.22.2014 dated 29 April 2014;*
- *Acceptance Notification of the Amendment of Article of Association number AHU-01575.40.21.2014 dated 29 April 2014 which was registered in Company Register number AHU-01575.40.21.2014 dated 29 April 2014.*

The Company's operational head office is located in Menara Matahari 15th Floor, Jl. Bulevar Palem Raya No. 7, Lippo Karawaci - Tangerang, Banten, and the stores are located in cities throughout Indonesia. As at 31 December 2014, the Company operates 131 stores (31 December 2013: 125 stores) - unaudited. The 131 store count excludes King Plaza Bandung which was temporarily closed due to fire.

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2014 AND 2013
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2014 AND 2013
(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. UMUM (lanjutan)

Kegiatan Perusahaan yang mempengaruhi efek yang diterbitkan sejak tanggal penawaran umum perdana sampai dengan tanggal 31 Desember 2014 adalah sebagai berikut:

1. GENERAL *(continued)*

The Company's corporate actions that affect the number of shares issued from the date of its initial public offering up to 31 December 2014 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
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/ *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*	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/ *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*	1992	10,536,000
Pembagian dividen saham seri A dengan ketentuan setiap pemegang lima (5) lembar saham lama berhak memperoleh satu (1) dividen saham/ *Stock dividend of type A shares with requisite of one (1) new share for every five (5) existing shares held*	1994	3,160,800
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)*	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)/ *Reverse stock split of type A shares by increasing par value from Rp 1,000 (full amount) to Rp 5,000 (full amount)*	Oktober/ *October* 2009	(24,675,840)
Jumlah saham seri A per 31 Desember 2014/ *Total type A shares as at 31 December 2014*		6,168,960

1. UMUM (lanjutan) ***1. GENERAL*** *(continued)*

Tindakan/*Action*	Tahun/*Year*	Tambahan saham beredar setelah transaksi/ *Additional shares issued after the transaction*
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)/ *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)*	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)/ *Reverse stock split of type B shares by increasing par value from Rp 70 (full amount) to Rp 350 (full amount)*	Oktober/ *October* 2009	(1,036,385,280)
Jumlah saham seri B per 31 Desember 2014/ *Total type B shares as at 31 December 2014*		259,096,320
Penerbitan saham seri C dengan nilai nominal Rp 100 (nilai penuh) (PUT II)/ *Issuance of type C shares with par value of Rp 100 (full amount) (LPO II)*	Oktober/ *October* 2009	2,652,652,800
Jumlah saham seri C per 31 Desember 2014/ *Total type C shares as at 31 December 2014*		2,652,652,800

1. UMUM (lanjutan)

Susunan Dewan Komisaris dan Dewan Direksi Perusahaan adalah sebagai berikut:

1. GENERAL *(continued)*

The compositions of the Company's Board of Commissioners and Board of Directors were as follows:

	2014	2013	
Dewan Komisaris			***Board of Commissioners***
Presiden Komisaris Independen	John Bellis	John Bellis	*Independent President Commissioner*
Komisaris Independen	Jonathan L. Parapak	Jonathan L. Parapak	*Independent Commissioner*
Komisaris	Sigit Prasetya Henry Jani Liando William Travis Saucer	Roy Kuan Rene Mang Wing Ming Henry Jani Liando William Travis Saucer	*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	Andy N. Purwohardono Wai Hoong Fock	Sigit Prasetya Wai Hoong Fock Joo Suk Kim	*Directors*
Direktur Tidak Terafiliasi/ Independen	Andre Rumantir	Andre Rumantir	*Non-Affiliated/ Independent Director*

Susunan Komite Audit Perusahaan adalah sebagai berikut:

The compositions of the Company's Audit Committee were as follows:

	2014	2013	
Ketua	John Bellis	Jonathan L. Parapak	*Chairman*
Anggota Independen	Prawiro Widjaja Isnandar Rachmat Ali	Loh Min Jiann Lim Kwang Tak Rene Mang Wing Ming	*Members*

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING

Laporan keuangan Perusahaan disusun oleh Dewan Direksi dan diselesaikan pada tanggal 13 Februari 2015.

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.

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 3.

Angka di dalam laporan keuangan dibulatkan dan dinyatakan dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Company's financial statements were prepared by the Board of Directors and completed on 13 February 2015.

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.

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 3.

Figures in the financial statements are rounded to and expressed in millions of Rupiah unless otherwise stated.

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2014 AND 2013
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2014 AND 2013
(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

Penerapan dari Interpretasi Standar Akuntansi Keuangan ("ISAK") 27, "Pengalihan Aset dari Pelanggan", ISAK 28, "Pengakhiran Liabilitas Keuangan dengan Instrumen Ekuitas" dan ISAK 29, "Biaya Pengupasan Lapisan Tanah Tahap Produksi pada Pertambangan Terbuka" yang berlaku efektif sejak 1 Januari 2014 tidak menghasilkan perubahan kebijakan akuntansi Perusahaan dan tidak memiliki dampak terhadap jumlah yang dilaporkan periode berjalan atau tahun sebelumnya.

Standar baru, revisi dan interpretasi yang relevan dan telah diterbitkan, yang berlaku efektif untuk tahun buku tanggal 1 Januari 2015 adalah sebagai berikut:

- PSAK No. 68 "Pengukuran Nilai Wajar" *)
- PSAK No. 1 (revisi 2013) "Penyajian Laporan Keuangan" *)
- PSAK No. 24 (revisi 2013) "Imbalan Kerja" *)
- PSAK No. 46 (revisi 2013) "Pajak Penghasilan" *)
- PSAK No. 48 (revisi 2013) "Penurunan Nilai Aset" *)
- PSAK No. 50 (revisi 2013) "Instrumen Keuangan: Penyajian"*)
- PSAK No. 55 (revisi 2013) "Instrumen Keuangan : Pengakuan dan Pengukuran" *)
- PSAK No. 60 (revisi 2013) "Instrumen Keuangan : Pengungkapan" *)

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

The implementation of Interpretation of Statement of Financial Accounting Standards ("ISFAS") 27, "Transfer of Assets from Customers", ISFAS 28, "Extinguishing Financial Liabilities with Equity Instruments" and ISFAS 29, "Stripping Costs in the Production Phase of a Surface Mine" with an effective date of 1 January 2014 did not result in changes to the Company's accounting policies and had no effect on the amounts reported for current period or prior financial years.

New relevant standards, amendments and interpretations issued which are effective for the financial year 1 January 2015 are as follows:

- *SFAS No. 68 "Fair Value Measurement"* *)
- *SFAS No. 1 (revised 2013) "Presentation of Financial Statements"* *)
- *SFAS No. 24 (revised 2013) "Employee Benefits"* *)
- *SFAS No. 46 (revised 2013) "Income tax"*)*
- *SFAS No. 48 (revised 2013) "Impairment of Asset"*)*
- *SFAS No. 50 (revised 2013) "Financial Instrument: Presentation"*)*
- *SFAS No. 55 (revised 2013) "Financial Instrument: Recognition and Measurement"*)*
- *SFAS No. 60 (revised 2013) "Financial Instrument: Disclosures"*)*

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.*

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

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.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES *(continued)*

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.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

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.

g. Persediaan

Persediaan dinyatakan pada nilai yang lebih rendah antara harga perolehan atau 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.

h. Beban dibayar dimuka

Beban dibayar dimuka diamortisasi dengan menggunakan metode garis lurus selama periode manfaat yang diharapkan.

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.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES *(continued)*

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. 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. Prepaid expenses

Prepaid expenses are amortised using the straight-line method over the period of expected benefit.

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.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

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:

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES *(continued)*

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:

	Metode/*Method*	**Tahun/*Years***	
Renovasi bangunan	Garis lurus/ *Straight-line*	5	*Building renovation*
Peralatan dan instalasi	Saldo-menurun ganda/ *Double declining*	8 - 14	*Equipment and installation*
Kendaraan	Saldo-menurun ganda/ *Double declining*	4	*Vehicles*

Nilai residu dan masa manfaat aset ditelaah, dan jika perlu disesuaikan, pada setiap tanggal laporan posisi keuangan.

The assets' residual values and useful lives are reviewed, and adjusted if appropriate, at each statements of financial position date.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

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)*

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.

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.

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. 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.

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.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

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.

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.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES *(continued)*

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.

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.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

p. Imbalan kerja (lanjutan)

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.

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.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES *(continued)*

p. Employee benefits *(continued)*

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.

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.

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2014 AND 2013
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2014 AND 2013
(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

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.

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.

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. Per 31 Desember 2014, Perusahaan masih memenuhi semua ketentuan tersebut, sehingga Perusahaan masih menggunakan tarif pajak perseroan sebesar 20%.

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.

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.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES *(continued)*

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.

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.

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. As at 31 December 2014, the Company still fulfilled all of the above regulations, thus the Company is still eligible to use the income tax tariff of 20%.

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.

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.

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

Laba bersih per saham dasar dihitung dengan membagi laba bersih dengan rata-rata tertimbang dari saham yang beredar pada periode yang bersangkutan.

Laba bersih per saham dilusian 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 earning 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.

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 diidentifikasikan 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 "Tambahan Modal Disetor" dan disajikan sebagai bagian dari ekuitas pada laporan posisi keuangan.

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)*

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 "Additional Paid in Capital" and presented as a component of the equity section in the statement of financial position.

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. 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 menyesuaikannya dengan perencanaan bisnis masa datang.

Asumsi kunci lainnya untuk kewajiban pensiun sebagian didasarkan pada kondisi pasar saat ini. Informasi tambahan diungkapkan dalam Catatan 19.

Pada tanggal 31 Desember 2014, jika tingkat kenaikan gaji yang digunakan berbeda 1% dari estimasi manajemen, nilai kini dari kewajiban diestimasikan akan menjadi lebih rendah sebesar Rp 28.828 atau lebih tinggi Rp 32.226.

Penghasilan tangguhan

Perusahaan membuat estimasi penghasilan tangguhan atas kartu poin loyalitas milik pelanggan yang diterbitkan oleh Perusahaan sebesar Rp 127.000 (31 Desember 2013: Rp 108.136). Kartu ini memperbolehkan pelanggan untuk memperoleh poin untuk setiap transaksi pembelian di gerai. Poin tersebut dapat ditukarkan dengan kupon yang dapat digunakan untuk membeli barang dagangan Perusahaan.

3. 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 19.

As at 31 December 2014, 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 28,828 lower or Rp 32,226 higher.

Deferred income

The Company made deferred income estimation on loyalty point card owned by customers issued by Company amounting to Rp 127,000 (31 December 2013: Rp 108,136). This card allowed the customer to earn points from each purchase transaction in store. This point can be redeemed to get a coupon which can be used to purchase the Company's merchandise.

3. ESTIMASI AKUNTANSI YANG PENTING (lanjutan)

Penghasilan tangguhan (lanjutan)

Perhitungan atas penghasilan tangguhan tersebut melibatkan estimasi tingkat pertukaran konversi berdasarkan pertukaran aktual historis atas poin tersebut. Ketidakpastian yang terkait dengan faktor tersebut dapat menghasilkan jumlah akhir yang dapat direalisasi berbeda dengan jumlah tercatat penghasilan tangguhan yang dilaporkan.

3. CRITICAL ACCOUNTING ESTIMATES *(continued)*

Deferred income *(continued)*

The calculation of this deferred income involves estimating the redemption rate based on historical actual redemption 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.

4. KAS DAN SETARA KAS

4. CASH AND CASH EQUIVALENTS

	2014	2013	
Kas			***Cash on hand***
Rupiah	88,866	84,673	*Rupiah*
Bank			***Cash in banks***
Rupiah			*Rupiah*
- PT Bank International Indonesia Tbk	212,380	322,859	*PT Bank International Indonesia Tbk* -
- PT Bank CIMB Niaga Tbk	205,336	218,250	*PT Bank CIMB Niaga Tbk* -
- PT Bank Nationalnobu (Nobu Bank)	138,885	61,894	*PT Bank Nationalnobu (Nobu Bank)* -
- PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	62,111	47,258	*PT Bank Mandiri (Persero) Tbk* -
- PT Bank Mayapada International Tbk	17,343	252	*PT Bank Mayapada International Tbk* -
- PT Bank Danamon Indonesia Tbk	10,788	15,006	*PT Bank Danamon Indonesia Tbk* -
- PT Bank Permata Tbk	10,553	11,900	*PT Bank Permata Tbk* -
- PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	10,206	14,946	*PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk* -
- PT Bank Central Asia Tbk	9,559	12,077	*PT Bank Central Asia Tbk* -
- PT Bank UOB Indonesia	8,670	-	*PT Bank UOB Indonesia* -
- PT Bank Rakyat Indonesia Tbk	6,617	6,453	*PT Bank Rakyat Indonesia Tbk* -
- PT Bank BNP Paribas Indonesia	1,000	-	*PT Bank BNP Paribas Indonesia* -
	782,314	795,568	
Dolar AS			*US Dollar*
- PT Bank CIMB Niaga Tbk	3,581	2,228	*PT Bank CIMB Niaga Tbk* -
	785,895	797,796	
Dikurangi:			Deduct:
Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya			*Restricted cash and cash equivalents*
- PT Bank CIMB Niaga Tbk	-	(25,579)	*PT Bank CIMB Niaga Tbk* -
	785,895	772,217	

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. Namun, hal ini sudah tidak berlaku untuk perjanjian pinjaman baru yang ditandatangani pada 24 April 2014 dengan PT Bank CIMB Niaga Tbk dan PT Bank BNP Paribas Indonesia (lihat Catatan 11).

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. However, this is not applicable for the new facilities agreement signed on 24 April 2014 with PT Bank CIMB Niaga Tbk and PT Bank BNP Paribas Indonesia (see Note 11).

5. PERSEDIAAN / *5. INVENTORIES*

	2014	2013	
Pakaian pria	316,940	205,079	*Menswear*
Pakaian wanita	219,908	178,926	*Ladieswear*
Produk anak-anak	191,723	137,579	*Children product*
Sepatu	153,512	140,945	*Shoes*
Tas, kosmetik, dan aksesoris	46,766	40,155	*Bags, cosmetics, and accessories*
Perlengkapan rumah tangga dan perlengkapan mandi	32,264	27,007	*Household appliances and toiletries*
	961,113	729,691	
Dikurangi:			*Less:*
Provisi untuk persediaan	(5,882)	(5,882)	*Provision for inventory*
	955,231	723,809	

Pada tanggal 31 Desember 2014, persediaan Perusahaan telah diasuransikan terhadap risiko kebakaran dan risiko lainnya dengan nilai pertanggungan sejumlah Rp 929.501 (31 Desember 2013: Rp 715.516). Manajemen berkeyakinan bahwa jumlah ini telah memadai untuk menutupi kerugian atas risiko-risiko tersebut di atas.

As at 31 December 2014, the Company's inventories were insured against losses from fire and other risks for Rp 929,501 (31 December 2013: Rp 715,516). 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.

6. ASET TETAP / *6. FIXED ASSETS*

	31 Desember/ *December* 2014					
	Awal/ *Beginning*	Penambahan/ *Addition*	Reklasifikasi/ *Reclassification*	Pengurangan/ *Disposal*	Akhir/ *Ending*	
Nilai perolehan						***Acquisition cost***
Renovasi bangunan	404,425	14,532	52,688	(10,666)	460,979	*Building renovation*
Peralatan dan instalasi	985,074	109,152	32,612	(16,302)	1,110,536	*Equipment and installation*
Kendaraan	5,283	3,346	-	(194)	8,435	*Vehicles*
Aset dalam pembangunan	19,304	105,445	(85,300)	-	39,449	*Assets under construction*
	1,414,086	232,475	-	(27,162)	1,619,399	
Akumulasi penyusutan						***Accumulated depreciation***
Renovasi bangunan	(240,342)	(62,704)	-	9,566	(293,480)	*Building renovation*
Peralatan dan instalasi	(443,834)	(162,872)	-	11,720	(594,986)	*Equipment and installation*
Kendaraan	(2,724)	(2,450)	-	195	(4,979)	*Vehicles*
	(686,900)	(228,026)	-	21,481	(893,445)	
Nilai buku bersih	727,186				725,954	***Net book value***

6. ASET TETAP (lanjutan) / *6. FIXED ASSETS (continued)*

	31 Desember/ *December* 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***

Perhitungan kerugian penjualan aset tetap adalah sebagai berikut:

The calculation of the loss on sale of fixed assets is as follows:

	2014	2013	
Hasil penjualan	1,723	1,355	*Sales proceeds*
Nilai buku bersih	(5,681)	(3,714)	*Net book value*
Kerugian penjualan aset tetap	(3,958)	(2,359)	*Loss on sale of fixed assets*

Beban penyusutan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2014 sejumlah Rp 228.026 (31 Desember 2013: Rp 206.628) telah dibebankan sebagai beban usaha (lihat Catatan 17).

Depreciation expenses for the years ended 31 December 2014 of Rp 228,026 (31 December 2013: Rp 206,628) were charged as operating expenses (see Note 17).

Pada tanggal 31 Desember 2014, jumlah harga perolehan aset tetap yang telah disusutkan penuh dan masih digunakan adalah sebesar Rp 266.257.

As at 31 December 2014, the acquisition costs of fixed assets which have been fully depreciated and are still being used amounting to Rp 266,257.

Pada tanggal 31 Desember 2014, aset tetap diasuransikan terhadap risiko kerugian akibat kebakaran dan risiko kerugian lainnya dengan nilai pertanggungan sebesar Rp 1.989.545 (31 Desember 2013: Rp 1.785.322). Manajemen berkeyakinan bahwa jumlah ini telah memadai untuk menutupi kerugian atas risiko-risiko tersebut di atas.

As at 31 December 2014, fixed assets were insured against losses from fire and other risks for Rp 1,989,545 (31 December 2013: Rp 1,785,322). 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 2014, persentase penyelesaian rata-rata atas aset dalam pembangunan yang diakui dalam pelaporan keuangan adalah berkisar 20%-70% dan diperkirakan akan selesai pada tahun 2014 (31 Desember 2013: 30%-70%).

Assets under construction comprised building renovation, equipment and installation. As at 31 December 2014, the average percentage of completion of the assets under construction recognised for financial reporting ranged from 20%-70% and is estimated to be completed in 2014 (31 December 2013: 30%-70%).

7. BEBAN DIBAYAR DIMUKA - SEWA

7. PREPAID EXPENSES - LEASE

	2014	2013	
PT Matahari Putra Prima Tbk	213,814	227,462	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Suryana Istana Pasundan	31,030	26,236	*PT Suryana Istana Pasundan*
PT Mitra Anda Sukses Bersama	24,403	27,166	*PT Mitra Anda Sukses Bersama*
PT Nusa Bahana Niaga	20,000	-	*PT Nusa Bahana Niaga*
PT Global Manajemen Terpadu	15,000	-	*PT Global Manajemen Terpadu*
PT Andromeda Sakti	15,000	-	*PT Andromeda Sakti*
PT Damarindo Perkasa	13,000	-	*PT Damarindo Perkasa*
PT Yogya Indah Sejahtera	8,368	-	*PT Yogya Indah Sejahtera*
PT Palu Graha Sejahtera	8,355	8,355	*PT Palu Graha Sejahtera*
PT Mulia Persada Pertiwi	8,350	-	*PT Mulia Persada Pertiwi*
PT Borneo Inti Graha	8,282	8,282	*PT Borneo Inti Graha*
PT Indah Pesona Bogor	7,517	8,250	*PT Indah Pesona Bogor*
PT Mulia Citra Abadi	7,500	-	*PT Mulia Citra Abadi*
PT Danadipa Aluwung	7,159	-	*PT Danadipa Aluwung*
PT Margamas Indah Development	7,146	1,293	*PT Margamas Indah Development*
PT Supermal Karawaci	6,263	6,785	*PT Supermal Karawaci*
PT Cahaya Sumbar Raya	5,447	-	*PT Cahaya Sumbar Raya*
PT Impian Bengkulu Indah	5,067	6,867	*PT Impian Bengkulu Indah*
Lain-lain	70,835	62,579	*Others*
	482,536	383,275	
Bagian Lancar:			*Current Portion:*
Uang muka sewa	(81,860)	(12,386)	*Rental advances*
Beban dibayar dimuka - sewa	(83,124)	(81,625)	*Prepaid expense - lease*
Sewa jangka panjang	317,552	289,264	*Long-term lease*

Saldo uang muka sewa dan sewa dibayar dimuka - pihak berelasi pada tanggal 31 Desember 2014 adalah sebesar Rp 227.332 (lihat Catatan 22c).

The balance of rental advance and prepaid expenses - lease - related parties as at 31 December 2014 was amounting to Rp 227,332 (see Note 22c).

8. UTANG USAHA - PIHAK KETIGA

8. TRADE PAYABLES - THIRD PARTIES

	2014	2013	
Pembelian	591,670	499,708	*Direct purchase*
Konsinyasi	819,132	766,245	*Consignment*
	1,410,802	1,265,953	

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 2014 dan 2013, seluruh nilai tercatat utang usaha berdenominasi Rupiah dan tidak ada jaminan yang diberikan sehubungan dengan utang usaha.

As at 31 December 2014 and 2013, 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.

9. AKRUAL / *9. ACCRUALS*

	2014	2013	
Pihak ketiga			***Third parties***
Utilitas	50,801	39,891	*Utilities*
Pemasaran	47,744	20,160	*Marketing*
Sewa	36,385	23,039	*Rent*
Aset tetap	29,777	30,685	*Fixed assets*
Transportasi	17,313	15,910	*Transportation*
Jasa pengendalian kualitas	5,953	6,813	*Quality service*
Bunga	3,956	2,439	*Interest*
Perjalanan dinas	3,751	2,015	*Business travel*
Konsultan	1,672	1,307	*Consultant*
Pajak dan perijinan	1,152	617	*Tax and licenses*
Lain-lain	13,252	7,287	*Others*
Jumlah	211,756	150,163	*Total*
Pihak berelasi (Catatan 22c)			***Related parties (Note 22c)***
Sewa	24,185	14,889	*Rent*
Utilitas	20,937	16,145	*Utilities*
Jumlah	45,122	31,034	*Total*

10. PERPAJAKAN / *10. TAXATION*

a. Pajak dibayar dimuka / *a. Prepaid Tax*

	2014	2013	
Pajak pertambahan nilai	71,624	27,765	*Value added tax*

b. Utang pajak / *b. Taxes payable*

	2014	2013	
Pajak penghasilan badan			***Corporate income taxes***
- Pasal 29	103,615	48,959	*Article 29* -
- Pasal 25	25,199	24,560	*Article 25* -
	128,814	73,519	
Pajak lain-lain			***Other taxes***
- Pasal 23 dan 4 (2)	10,226	9,220	*Articles 23 and 4 (2)* -
- Pasal 21	4,464	4,225	*Article 21* -
- Pasal 26	35	101	*Article 26* -
	14,725	13,546	
	143,539	87,065	

10. PERPAJAKAN (lanjutan) / ***10. TAXATION*** *(continued)*

c. Beban pajak penghasilan / ***c. Income tax expense***

	2014	2013	
Kini	424,808	362,616	*Current*
Tangguhan	(1,663)	10,846	*Deferred*
Penyesuaian periode lalu	8,281	-	*Prior period adjustment*
	431,426	373,462	

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:

	2014	2013	
Laba sebelum pajak penghasilan	1,850,544	1,523,622	*Profit before income tax*
Perbedaan temporer:			*Temporary differences:*
- Kewajiban imbalan kerja	45,126	48,971	*Employee benefits obligations* -
- Penyusutan dan amortisasi	(36,808)	(44,402)	*Depreciation and amortisation* -
- Provisi untuk persediaan	-	(786)	*Provision for inventory* -
Perbedaan permanen:			*Permanent differences:*
- Beban yang tidak dapat dikurangkan	292,725	308,815	*Non-deductible expense* -
- Pendapatan yang telah dikenakan pajak final	(27,545)	(23,141)	*Income subject to final tax* -
Penghasilan kena pajak	2,124,042	1,813,079	*Taxable income*
Beban pajak penghasilan kini	424,808	362,616	*Current income tax expense*
Pembayaran pajak penghasilan dimuka:			*Prepayment of income taxes:*
- Pasal 23	(980)	(167)	*Article 23* -
- Pasal 25	(320,213)	(313,490)	*Article 25* -
Kurang bayar Pajak Penghasilan Badan	103,615	48,959	*Underpayment of Corporate Income Tax*

Dalam laporan keuangan ini jumlah penghasilan kena pajak untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2014 didasarkan atas perhitungan sementara.

In these financial statements, the amounts of taxable income for the year ended 31 December 2014 are based on preliminary calculations.

10. PERPAJAKAN (lanjutan)

10. 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:

	2014	2013	
Laba sebelum pajak penghasilan	1,850,544	1,523,622	*Profit before income tax*
Pajak dihitung pada tarif yang berlaku 20%	370,109	304,724	*Tax calculated at applicable rate 20%*
Pendapatan yang telah dikenakan pajak final	(5,509)	(4,628)	*Income subject to final tax*
Beban yang tidak dapat dikurangkan	58,545	61,763	*Non deductible expense*
Penyesuaian karena perubahan tarif pajak	-	11,603	*Adjustment due to change in tax rate*
Penyesuaian periode lalu	8,281	-	*Prior period adjustment*
Beban pajak penghasilan	431,426	373,462	*Income tax expense*

d. Aset pajak tangguhan

d. Deferred tax assets

	Awal/ *Beginning 2014*	Dikreditkan/ (dibebankan) ke laporan laba rugi komprehensif/ *Credited/ (charged) to statements of comprehensive income*	Akhir/ *Ending 2014*	
Kewajiban imbalan kerja	52,978	9,025	62,003	*Employee benefits obligations*
Provisi untuk persediaan	1,176	-	1,176	*Provision for inventory*
Perbedaan antara nilai buku bersih aset tetap komersial dan fiskal	(11,149)	(7,362)	(18,511)	*Difference between commercial and fiscal net book value of fixed asset*
	43,005	1,663	44,668	

10. PERPAJAKAN (lanjutan) / ***10. TAXATION*** *(continued)*

d. Aset pajak tangguhan (lanjutan) / ***d. Deferred tax assets*** *(continued)*

	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 asset*
	53,851	(10,846)	43,005	

Aset pajak tangguhan pada tanggal 31 Desember 2014 dan 2013 telah memperhitungkan tarif pajak yang berlaku untuk setiap periode yang terkait.

Deferred tax assets as at 31 December 2014 and 2013 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.

Pada tahun 2014, Perusahaan telah menerima Surat Ketetapan Pajak atas Pajak Penghasilan Badan, Pajak Pemotongan/ Pemungutan dan Pajak Pertambahan Nilai untuk tahun pajak 2009, 2010 dan 2011 dimana Perusahaan berada pada posisi kurang bayar sebesar Rp 28.143 yang terdiri dari pokok pajak, bunga dan pinalti. Dari jumlah tersebut, Rp 8.281 untuk Pajak Penghasilan Badan dan Rp 19.862 untuk pajak lainnya. Perusahaan telah melunasi Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar tersebut pada tahun 2014.

In 2014, The Company received the tax assessment letters for corporate income tax, witholding income tax and value added tax obligations for fiscal years 2009, 2010 and 2011 which the Company under paid amounting to Rp 28,143 consist of principal, interest and penalty. From which amount, Rp 8,281 for the corporate income tax and Rp 19,862 for other taxes. The Company had paid the underpayment tax assessment letter in 2014.

11. PINJAMAN BANK / *11. BANK LOANS*

	2014	2013	
Pinjaman sindikasi:			*Syndicated loan:*
- PT Bank CIMB Niaga Tbk("CIMB")	477,289	659,375	*- PT Bank CIMB Niaga Tbk ("CIMB")*
- PT Bank BNP Paribas Indonesia	222,711	-	*- PT Bank BNP Paribas Indonesia*
- Standard Chartered Bank	-	362,466	*- Standard Chartered Bank*
- PT Bank International Indonesia Tbk	-	601,119	*- PT Bank International Indonesia Tbk*
- PT Bank Danamon Indonesia Tbk	-	46,293	*- PT Bank Danamon Indonesia Tbk*
Dikurangi:			*Less:*
Beban ditangguhkan	(10,831)	(73,573)	*Deferred charges*
	689,169	1,595,680	
Dikurangi:			*Less:*
Bagian yang jatuh tempo dalam satu tahun	(278,978)	(29,149)	*Portion due within one year*
Bagian jatuh tempo lebih dari satu tahun	410,191	1,566,531	*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 2014 dan 2013, 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 4 Maret 2013, 31 Juli 2013, dan 27 Desember 2013, Perusahaan telah melakukan pembayaran pokok pinjaman dipercepat masing-masing 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 2014 and 2013, 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 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 4 March 2013, 31 July 2013, 27 December 2013, the Company made accelerated payments of the loan principal amounting to Rp700,000, Rp400,000,and Rp300,000 respectively.

11. 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.

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 (per 31 Desember 2013) (lihat Catatan 4).

Pada tanggal 28 Mei 2014, Perusahaan menggunakan fasilitas pinjaman *revolving loan* sebesar Rp 28.000. Pinjaman ini diklasifikasikan sebagai liabilitas lancar dan dikenakan bunga sama dengan fasilitas pinjaman sindikasi. Pada bulan Juni 2014, perusahaan telah melakukan pelunasan atas pinjaman *revolving* ini.

Pada tanggal 6 Juni 2014, Perusahaan telah melunasi semua pokok pinjaman sebesar Rp 1.669.253 beserta semua bunga dan semua *break cost* untuk fasilitas pinjaman tersebut di atas.

11. 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 was payable quarterly with the first installment on 30 June 2013, and the last installment would be on 30 December 2016. The purpose of this new facility was for repayment of the remaining principal and accrued interest of the outstanding loan from PT Matahari Pacific.

The revolving loan facility of Rp 250,000 was utilised on 5 March 2013. The loan was classified as a current liability and bore 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 was also required to maintain restricted cash and cash equivalents amounting to Rp 25,579 (as of 31 December 2013) (see Note 4).

The revolving loan facility of Rp 28,000 was utilised on 28 May 2014. The loan was classified as a current liability and bore interest at the same rate as the syndicated term loan. In June 2014, the Company fully paid the revolving loan.

On 6 June 2014, the Company fully repaid the outstanding loan principal amounting to Rp 1,669,253 and all accrued interest and all break cost for the above facilities.

11. PINJAMAN BANK (lanjutan)

Pinjaman sindikasi (lanjutan)

Pada tanggal 24 April 2014, Perusahaan menandatangani perjanjian pinjaman dengan PT Bank BNP Paribas Indonesia dan PT Bank CIMB Niaga Tbk yang meliputi fasilitas pinjaman berjangka sebesar Rp 1.650.000 dan fasilitas pinjaman kredit *revolving* sebesar Rp 230.000. Fasilitas baru ini terutama akan digunakan untuk membayar pinjaman terdahulu, dengan fleksibilitas bagi Perusahaan untuk menggunakan sisanya sebagai modal kerja dan *capital expenditure*. Fasilitas baru ini akan memberikan marjin bunga yang lebih rendah (dari JIBOR + 4,75% menjadi JIBOR + 3,00%) dan *commitment fees* (dari 1,00% menjadi 0,75%), selain itu juga meningkatkan fleksibilitas Perusahaan dengan penghapusan *excess cash sweep* dan pembayaran wajib lainnya. Pinjaman ini dibayar setiap semester dan akan berakhir di 6 Juni 2016.

Terkait dengan fasilitas ini, Perusahaan memberikan jaminan berupa jaminan atas hak kekayaan intelektual Perusahaan, rekening bank, piutang dan aset berwujud yang sama dengan jaminan yang diberikan Perusahaan kepada kreditur sesuai dengan perjanjian fasilitas yang masih berjalan. Pemberian jaminan ini telah disetujui oleh para pemegang saham Perusahaan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (“RUPS”) Luar Biasa yang diadakan pada tanggal 2 Juni 2014.

Fasilitas baru sebesar Rp 1.631.200 (setelah dikurangi dengan *transaction cost*) telah ditarik pada 6 Juni 2014 dan telah digunakan sebagian untuk melunasi pinjaman, bersamaan dengan semua biaya.

Pada tanggal 25 Juli, 7 Agustus, 8 September, 10 November, 10 Desember, dan 29 Desember 2014 Perusahaan telah melakukan pembayaran pokok pinjaman dipercepat masing-masing sebesar Rp 70.000, Rp 200.000, Rp 100.000, Rp 80.000, Rp 150.000, dan Rp 350.000.

Biaya bunga termasuk amortisasi beban ditangguhkan untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2014 adalah sebesar Rp 255.951 (2013: Rp 309.174).

Pada tanggal 31 Desember 2014, Perusahaan memiliki fasilitas pinjaman yang belum digunakan sejumlah Rp 230.000 yang akan jatuh tempo pada tanggal 6 Juni 2016.

11. BANK LOANS *(continued)*

Syndicated loan *(continued)*

On 24 April 2014, the Company signed a new facilities agreement with a banking group comprising of PT Bank BNP Paribas Indonesia and PT Bank CIMB Niaga Tbk in relation to a Rp 1,650,000 term loan and Rp 230,000 revolving credit facility. The new facilities will be primarily used to repay the previous indebtedness, with flexibility for the Company to use the remaining amounts to fund working capital and capital expenditure. The new facilities allow the Company to lower its interest expense (from JIBOR + 4.75% to JIBOR + 3.00%) and commitment fees (from 1.00% to 0.75%), while improving the Company's flexibility through the removal of excess cash sweep and other mandatory prepayments. This loan will be paid every semester and the last installment will be on 6 June 2016.

In connection with the new facilities, the Company granted security to the new banking group which include security over the Company's intellectual property rights, bank accounts, receivables and tangible assets, similar to the security package provided by the Company to lenders under the existing facilities agreement. The provision of this security was approved by the Shareholder in the Extraordinary General Meeting of Shareholders (“EGMS”) on 2 June 2014.

The new term facility of Rp 1,631,200 (after net-off with transaction cost) was drawn down on 6 June 2014 and was used, in part, to prepay the existing loans, together with all expenses.

On 25 July, 7 August, 8 September, 10 November, 10 December, and 29 December 2014 the Company made accelerated payments of the loan principal amounting to Rp 70,000, Rp 200,000, Rp 100,000, Rp 80,000, Rp 150,000, and Rp 350,000.

The interest cost including amortisation of deferred charges for the years ended 31 December 2014 was amounting to Rp 255,951 (2013: Rp 309,174).

As at 31 December 2014, the Company has undrawn borrowing facilities amounting to Rp 230,000 which will expire 6 June 2016.

11. 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 2014 dan 2013, Perusahaan telah memenuhi batasan-batasan yang diwajibkan dalam perjanjian pinjaman tersebut.

11. BANK LOANS *(continued)*

Syndicated loan *(continued)*

Based on the syndicated loan facility agreement, the Company was 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 2014 and 2013, the Company has complied with the covenants in the borrowing agreement.

12. MODAL SAHAM

Pada 3 Maret 2014 dan 7 Agustus 2014, Asia Color Company Limited melakukan penjualan saham Perusahaan masing-masing sebesar 6,51% dan 11,48%. Berikut adalah ringkasan komposisi kepemilikan saham Perusahaan pada tanggal 31 Desember 2014 dan 2013:

12. SHARE CAPITAL

On 3 March 2014 and 7 August 2014, Asia Color Company Limited sold the Company's shares of approximately 6.51% and 11.48% respectively. Below is the summary of the composition of the share ownership of the Company as at 31 December 2014 and 2013:

	2014	2013	
Asia Color Company Ltd	14.18	32.17	*Asia Color Company Ltd*
PT Multipolar Tbk	20.48	20.48	*PT Multipolar Tbk*
Publik	65.34	47.35	*Public*
	100.00	100.00	

Komposisi pemegang saham Perusahaan pada tanggal 31 Desember 2014 adalah sebagai berikut:

The composition of the Company's shareholders as at 31 December 2014 was as follows:

	Jumlah saham ditempatkan dan disetor/ *Number of shares issued and paid*	Persentase kepemilikan/ *Percentage of ownership* (%)	Jumlah/ *Total*
Seri A - nilai nominal Rp 5.000 (nilai penuh)/ *Type A - par value Rp 5,000 (full amount)*			
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
Seri B - nilai nominal Rp 350 (nilai penuh)/ *Type B - par value Rp 350 (full amount)*			
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
Seri C - nilai nominal Rp 100 (nilai penuh)/ *Type C - par value Rp 100 (full amount)*			
PT Multipolar Tbk	552,323,757	18.93	55,232
Asia Color Company Ltd	342,192,236	11.73	34,219
Publik/*Public* (masing-masing di bawah 5%/ *each less than 5%)*	1,758,136,807	60.25	175,814
Sub-jumlah/*sub-total*	2,652,652,800	90.91	265,265
	2,917,918,080	100.00	386,794

12. MODAL SAHAM (lanjutan)

12. SHARE CAPITAL (continued)

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*
Seri A - nilai nominal Rp 5.000 (nilai penuh)/ *Type A - par value Rp 5,000 (full amount)*			
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
Seri B - nilai nominal Rp 350 (nilai penuh)/ *Type B - par value Rp 350 (full amount)*			
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
Seri C - nilai nominal Rp 100 (nilai penuh)/ *Type C - par value Rp 100 (full amount)*			
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

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.

13. TAMBAHAN MODAL DISETOR

13. ADDITIONAL PAID IN CAPITAL

Rincian akun ini pada posisi tanggal 31 Desember 2014 dan 2013 adalah sebagai berikut:

The account details as at 31 December 2014 and 2013 are as follows:

	2014	2013	
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali	(3,767,126)	(3,767,126)	*Difference in value from restructuring transactions among entities under common control*
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)	(3,571,934)	*Net*

13. TAMBAHAN MODAL DISETOR (lanjutan)

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 "Tambahan Modal Disetor".

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.

13. ADDITIONAL PAID IN CAPITAL *(continued)*

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 Additional Paid in Capital".

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.

14. PENCADANGAN SALDO LABA DAN DIVIDEN

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 2014 dan 2013, saldo laba yang dicadangkan adalah sebesar Rp 116.397.

Berdasarkan rapat umum pemegang saham tahunan yang diaktakan dalam Akta No. 34 tanggal 15 April 2014 yang dibuat oleh Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H., para pemegang saham Perusahaan menyetujui antara lain pembagian dividen dari penghasilan bersih tahun 2013 sebesar Rp 460.156 atau Rp 157,70 (nilai penuh) per saham yang telah dibayarkan pada tanggal 30 Juni 2014.

14. APPROPRIATION OF RETAINED EARNINGS AND DIVIDEND

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 2014 and 2013, the balance of appropriation of retained earnings was Rp 116,397.

Based on the annual shareholders' meeting which was notarised by Notarial Deed of Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H., *number 34 dated on 15 April 2014, the Company shareholders approved, among others the declaration of dividend from 2013 net profit amounting of Rp 460,156 or Rp 157.70 (full amount) per share which had been paid on 30 June 2014.*

15. PENJUALAN KONSINYASI - BERSIH / *15. CONSIGNMENT SALES - NET*

	2014	2013	
Penjualan konsinyasi	9,551,959	8,695,121	*Consignment sales*
Beban penjualan konsinyasi	(6,570,535)	(6,021,500)	*Cost of consignment sales*
	2,981,424	2,673,621	

16 BEBAN POKOK PENDAPATAN / *16. COST OF REVENUE*

	2014	2013	
Persediaan awal	729,691	526,269	*Merchandise for sale -beginning*
Pembelian bersih	3,092,288	2,579,953	*Purchases - net*
Persediaan yang tersedia untuk dijual	3,821,979	3,106,222	*Merchandise available for sale*
Persediaan akhir	(961,113)	(729,691)	*Merchandise for sale-ending*
Perubahan provisi untuk persediaan	-	(786)	*Change in provision for inventory*
Beban pokok pendapatan-persediaan	2,860,866	2,375,745	*Cost of revenue-merchandise*
Beban pokok pendapatan-jasa	16,641	15,529	*Cost of revenue-service fees*
Beban pokok pendapatan	2,877,507	2,391,274	*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.

17. BEBAN USAHA / *17. OPERATING EXPENSES*

	2014	2013	
Sewa	941,683	816,582	*Rent*
Gaji dan kesejahteraan karyawan	861,504	788,480	*Salaries and allowance*
Utilitas	316,521	248,846	*Utilities*
Penyusutan (lihat Catatan 6)	228,026	206,628	*Depreciation (see Note 6)*
Jasa operasional	164,563	146,457	*Operational services*
Pemasaran	164,389	147,281	*Marketing*
Kartu kredit	54,051	45,463	*Credit card*
Asuransi	44,027	38,232	*Insurance*
Kantong plastik	32,562	30,249	*Plastic bags*
Perjalanan dinas	25,336	22,570	*Business travel*
Pemeliharaan dan perbaikan	20,738	18,732	*Repair and maintenance*
Pajak dan ijin	16,984	15,316	*Tax and licenses*
Telekomunikasi	16,621	15,444	*Telecommunication*
Konsultan	14,424	8,119	*Consultant*
Barang konsumsi	10,298	10,304	*Consumables*
Amortisasi	6,957	5,992	*Amortisation*
Seragam	4,918	5,339	*Uniform*
Lain-lain	13,411	11,886	*Others*
	2,937,013	2,581,920	

18. (KERUGIAN) KEUNTUNGAN LAINNYA - BERSIH

18. OTHER (LOSSES) GAINS - NET

	2014	2013	
Keuntungan klaim asuransi	61	13,677	*Gain from insurance claim*
Kerugian penjualan aset tetap	(3,958)	(2,359)	*Loss on sale of fixed assets*
Penyesuaian pajak periode lalu	(19,862)	-	*Prior period tax adjustment*
Lain-lain - bersih	(3,356)	22,418	*Others - net*
	(27,115)	33,736	

19. KEWAJIBAN IMBALAN KERJA

19. 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:

	2014	2013	
Tingkat diskonto	8.30%	8.90%	*Discount rate*
Tingkat kenaikan gaji	10%	10%	*Salary increment rate*
Tingkat kematian	TMI 2011	TMI 2011	*Mortality rate*
Tingkat ketidakmampuan/cacat (persentase dari tingkat kematian)	10%	10%	*Disability rate (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 2014 dan 2013 berdasarkan laporan aktuaris independen PT Dayamandiri Dharmakonsilindo tanggal 12 Januari 2015 dan 9 Januari 2014.

Employee benefits obligations as at 31 December 2014 and 2013 were based on independent actuary report PT Dayamandiri Dharmakonsilindo dated 12 January 2015 and 9 January 2014.

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:

	2014	2013	
Nilai kini dari kewajiban	332,924	279,403	*Present value of obligations*
Kerugian aktuarial yang belum diakui	(22,909)	(14,514)	*Unrecognised actuarial loss*
	310,015	264,889	
Kewajiban imbalan kerja jangka pendek	(7,945)	(3,347)	*Short-term employee benefits obligations*
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang	302,070	261,542	*Long-term employee benefits obligations*

19. KEWAJIBAN IMBALAN KERJA (lanjutan)

19. EMPLOYEE BENEFITS OBLIGATIONS *(continued)*

Beban yang diakui di laporan laba rugi komprehensif adalah sebagai berikut:

The amounts recognised in the statements of comprehensive income were as follows:

	2014	2013	
Biaya jasa kini	22,856	31,885	*Current service cost*
Biaya bunga	24,718	20,127	*Interest cost*
Kerugian aktuarial yang diakui	4,680	14,990	*Recognition of actuarial loss*
	52,254	67,002	

Pergerakan kewajiban imbalan pasti adalah sebagai berikut:

The movement in the defined benefit obligation is as follows:

	2014	2013	
Pada awal tahun	264,889	215,918	*At the beginning of the year*
Biaya jasa kini	22,856	31,885	*Current service cost*
Biaya bunga	24,718	20,127	*Interest cost*
Kerugian aktuarial yang diakui	4,680	14,990	*Recognition of actuarial loss*
Pembayaran selama tahun berjalan	(7,128)	(18,031)	*Payment during the year*
	310,015	264,889	

Pergerakan nilai kini kewajiban adalah sebagai berikut:

The movement in the present value of the obligation is as follows:

	2014	2013	
Saldo awal	279,403	344,369	*Beginning balance*
Biaya jasa kini	22,856	31,885	*Current service cost*
Biaya jasa lalu - *vested*	-	3,133	*Past service cost - vested*
Biaya bunga	24,718	20,127	*Interest cost*
Kerugian/ (keuntungan) aktuarial yang diakui	8,764	(107,390)	*Recognition of actuarial loss/ (gain)*
Pembayaran selama tahun berjalan	(2,817)	(12,721)	*Payment during the year*
	332,924	279,403	

Penyesuaian pengalaman pada liabilitas program dan aset program untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2014 dan 2013 adalah sebagai berikut:

The experience adjustment on liability and asset program for the year ended 31 December 2014 and 2013 are as follows:

	2014	2013	2012	
Nilai kini kewajiban imbalan pasti	332,924	279,403	344,369	*Present value of defined benefit obligation*
Defisit program	332,924	279,403	344,369	*Deficit in the plan*
Penyesuaian pengalaman pada liabilitas program	5,370	(1,181)	(11,429)	*Experience adjustments on plan liabilities*

20. LABA BERSIH PER SAHAM

20. NET EARNINGS PER SHARE

	2014	2013	
Laba tahun berjalan	1,419,118	1,150,160	*Profit for the year*
Rata-rata tertimbang jumlah saham yang beredar dasar dan dilusian (dalam jutaan lembar)	2,917	2,917	*Weighted average number of ordinary shares outstanding - basic and diluted (in million shares)*
Laba bersih per saham - dasar dan dilusian (nilai penuh)	486	394	*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 earning per share is equivalent to basic earnings per share.

21. BIAYA KARYAWAN

21. EMPLOYEE COSTS

Jumlah biaya karyawan untuk periode yang berakhir 31 Desember 2014 adalah sebesar Rp 861.504 (2013: Rp 788.480).

Total employee costs for period ended 31 December 2014 amounting to Rp 861,504 (2013: Rp 788,480).

Pada tanggal 31 Desember 2014, Perusahaan mempunyai karyawan sejumlah 12.594 orang (2013: 13.654) - tidak diaudit.

As at 31 December 2014, the Company had 12,594 employees (2013: 13,654 employees) - unaudited.

22. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI

a. Hubungan dengan pihak berelasi

Hubungan dan sifat transaksi dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut:

22. 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 aset tetap, biaya sewa, biaya listrik, kegiatan promosi/*Purchase of fixed assets*, *rent expense, electricity expense, promotion activity*
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)/S*ubsidiary 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)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa, biaya listrik/*Rent expense, electricity expense*
PT Surya Asri Lestari*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa, biaya listrik/*Rent expense, electricity expense*
PT Cahaya Pesona Nusantara*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa/*Rent expense*
PT Panca Megah Utama*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa/*Rent expense*
PT Serang Gemilang*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa/*Rent expense*
PT Mentari Singosaren*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa, biaya listrik/*Rent expense, electricity expense*
PT Mega Duta Persada*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa, biaya listrik/*Rent expense, electricity expense*
PT Mulia Persada Pertiwi*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa, biaya listrik/*Rent expense, electricity expense*
PT Surya Pekalongan Lestari*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa/*Rent expense*
PT Persada Simpang Lima*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa, biaya listrik/*Rent expense, electricity expense*
PT Citra Cito Perkasa*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa/*Rent expense*
PT Surya Menara Lestari*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa, biaya listrik/*Rent expense, electricity expense*
PT Visionet Internasional (“Visionet”)*)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary 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*

22. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI (lanjutan)

22. RELATED PARTY INFORMATION (continued)

b. Transaksi dengan pihak berelasi

b. Transactions with related party

Pendapatan jasa / ***Service fees***

	2014	2013	
Meadow Asia Company Ltd	480	480	*Meadow Asia Company Ltd*
Persentase dari jumlah pendapatan bersih	0.01	0.01	*Percentage of total net revenue*

Biaya Sewa / ***Rent expense***

	2014	2013	
PT Matahari Putra Prima Tbk	48,092	56,941	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Multipolar Tbk	29,837	8,467	*PT Multipolar Tbk*
PT Mega Duta Persada	16,175	12,595	*PT Mega Duta Persada*
PT Mulia Persada Pertiw i	15,337	7,424	*PT Mulia Persada Pertiwi*
PT Prima Gerbang Persada	13,924	11,200	*PT Prima Gerbang Persada*
PT Surya Asri Lestari	11,686	9,765	*PT Surya Asri Lestari*
PT Surya Menara Lestari	9,415	4,829	*PT Surya Menara Lestari*
PT Cahaya Pesona Nusantara	7,843	6,155	*PT Cahaya Pesona Nusantara*
PT Persada Simpang Lima	7,054	5,594	*PT Persada Simpang Lima*
PT Serang Gemilang	6,442	5,239	*PT Serang Gemilang*
PT Surya Pekalongan Lestari	5,588	4,166	*PT Surya Pekalongan Lestari*
PT Citra Cito Perkasa	5,424	4,026	*PT Citra Cito Perkasa*
PT Mentari Singosaren	4,182	4,817	*PT Mentari Singosaren*
PT Panca Megah Utama	4,100	4,074	*PT Panca Megah Utama*
Lain-lain (masing-masing di baw ah Rp 2,9 miliar)	15,768	12,269	*Others (each below Rp 2.9 billion)*
Jumlah	200,867	157,561	*Total*
Persentase dari beban usaha	6.84	6.10	*Percentage of total operating expenses*

Beban jasa penyediaan sistem retail / ***Retail system service expense***

PT Visionet Internasional	13,489	9,612	*PT Visionet Internasional*
Persentase dari beban usaha	0.46	0.37	*Percentage of total operating expenses*

22. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI (lanjutan)

22. RELATED PARTY INFORMATION *(continued)*

b. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

b. Transactions with related party *(continued)*

Biaya listrik / ***Electricity expense***

	2014	2013	
PT Matahari Putra Prima Tbk	24,748	17,226	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Multipolar Tbk	12,736	3,401	*PT Multipolar Tbk*
PT Mulia Persada Pertiw i	7,455	3,735	*PT Mulia Persada Pertiwi*
PT Prima Gerbang Persada	5,375	3,867	*PT Prima Gerbang Persada*
PT Mentari Singosaren	4,082	2,923	*PT Mentari Singosaren*
PT Mega Duta Persada	4,042	2,906	*PT Mega Duta Persada*
PT Surya Menara Lestari	3,881	2,990	*PT Surya Menara Lestari*
PT Persada Simpang Lima	3,651	2,891	*PT Persada Simpang Lima*
PT Surya Asri Lestari	3,288	2,496	*PT Surya Asri Lestari*
Lain-lain (masing-masing di baw ah Rp 2,9 miliar)	20,891	13,574	*Others (each below Rp 2.9 billion)*
Jumlah	90,149	56,009	*Total*
Persentase dari beban usaha	3.07	2.17	*Percentage of total operating expenses*

Pembelian aset tetap / ***Purchase of fixed assets***

	2014	2013	
PT Multipolar Tbk	11,700	17,235	*PT Multipolar Tbk*
Persentase dari aset tetap	1.61	2.37	*Percentage of total fixed assets*

22. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI (lanjutan)

22. RELATED PARTY INFORMATION (continued)

c. Saldo dengan pihak berelasi

c. Balances with related party

Kompensasi manajemen kunci

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 compensation

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* 2014			
	Dewan Direksi/ *Board of Directors*	Dewan Komisaris/ *Board of Commissioners*	Personil manejemen kunci lainnya/ *Other key management personnel*	
Gaji dan imbalan karyawan jangka pendek lainnya	19,628	4,886	41,318	*Salaries and other short-term employee benefits*
Imbalan kerja karyawan	-	-	1,955	*Employee benefits obligations*
	19,628	4,886	43,273	

	31 Desember/ *December* 2013			
	Dewan Direksi/ *Board of Directors*	Dewan Komisaris/ *Board of Commissioners*	Personil manejemen 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	

	2014	2013	
Persentase dari jumlah beban karyawan	7.87	6.85	*Percentage of total employee costs*

Beban ini dicatat sebagai bagian dari beban usaha.

This expense is recorded as part of operating expenses.

22. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI (lanjutan)

22. RELATED PARTY INFORMATION *(continued)*

c. Saldo dengan pihak berelasi

c. Balances with related party

Uang muka sewa dan beban dibayar dimuka	**2014**	**2013**	***Rental advances and prepaid expense***
PT Matahari Putra Prima Tbk	213,814	227,462	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Mulia Persada Pertiwi	8,350	-	*PT Mulia Persada Pertiwi*
PT Surya Menara Lestari	4,645	1,325	*PT Surya Menara Lestari*
Lain-lain (masing-masing di bawah Rp 2,9 miliar)	523	2,652	*Others (each below Rp 2.9 billion)*
	227,332	231,439	
Persentase dari jumlah aset	6.67	7.88	*Percentage of total assets*
Piutang lain-lain pihak berelasi			***Other receivables related parties***
PT Multipolar Tbk	42,390	-	*PT Multipolar Tbk*
PT Matahari Putra Prima Tbk	4,144	15,052	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
	46,534	15,052	
Persentase dari jumlah aset	1.37	0.51	*Percentage of total assets*
Utang lain-lain pihak berelasi			***Other payables related parties***
PT Multipolar Tbk	39,250	-	*PT Multipolar Tbk*
Asia Color Company Ltd	2,213	2,253	*Asia Color Company Ltd*
PT Matahari Putra Prima Tbk	1,440	9,181	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
Jumlah	42,903	11,434	*Total*
Persentase dari jumlah liabilitas	1.33	0.31	*Percentage of total liabilities*
Akrual pihak berelasi			***Accruals related parties***
PT Matahari Putra Prima Tbk	19,817	13,839	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Mulia Persada Pertiwi	10,913	5,089	*PT Mulia Persada Pertiwi*
PT Cahaya Pesona Nusantara	5,268	5,313	*PT Cahaya Pesona Nusantara*
Lain-lain (masing-masing di bawah Rp 2,9 miliar)	9,124	6,793	*Others (each below Rp 2.9 billion)*
Jumlah	45,122	31,034	*Total*
Persentase dari jumlah liabilitas	1.40	0.83	*Percentage of total liabilities*

23. PERJANJIAN-PERJANJIAN PENTING

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.

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 13.489 untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2014 (2013: Rp 12.687).

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 2014 dan 2013 masing-masing sejumlah Rp 480.

c. Pada tahun 2014, Perusahaan telah menandatangani 17 *Memorandum of Understanding* (MoU) untuk pembukaan gerai-gerai baru yang berada di beberapa lokasi di Indonesia dan diperkirakan akan beroperasi pada tahun 2015 dan 2016. Pada tanggal 31 Desember 2014, total estimasi komitmen sewa dari gerai-gerai tersebut adalah Rp 918.993 untuk masa sewa 10-11 tahun.

23. SIGNIFICANT AGREEMENTS

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.

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 13,489 for the year ended 31 December 2014 (2013: Rp 12,687).

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 2014 and 2013 was amounting to Rp 480 respectively.

c. In 2014, the Company has signed 17 Memorandum of Understanding (MoU) for opening new stores located in several locations in Indonesia and expected to start commercial operations in 2015 and 2016. As at 31 December 2014, the estimated total lease commitment for those new stores is Rp 918,993 for a lease period of 10-11 years.

24. PELAPORAN SEGMEN

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.

Perhitungan 131 gerai tidak termasuk King Plaza Bandung yang ditutup sementara akibat kebakaran.

Ikhtisar gerai berdasarkan area geografis adalah sebagai berikut:

24. 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.

The 131 store count excludes King Plaza Bandung which was temporarily closed due to fire.

A summary of stores by geographical area is as follows:

	2014	2013	
Sumatera	22	20	*Sumatera*
Jawa	79	79	*Java*
Kalimantan,Sulawesi dan Maluku	25	22	*Kalimantan,Sulawesi and Maluku*
Lainnya	5	4	*Others*
	131	125	

Ikhtisar segmen berdasarkan area geografis adalah sebagai berikut:

A summary of segments by geographical area is as follows:

24. PELAPORAN SEGMEN (lanjutan)

24. SEGMENT REPORTING *(continued)*

	2014				
	Sumatera	**Jawa/** ***Java***	**Kalimantan, Sulawesi** ***and*** **Maluku**	**Lainnya/** ***Others***	**Jumlah segmen/** ***Total segment***
Pendapatan/*Revenue*	1,245,522	4,921,643	1,346,697	366,307	7,880,169
Pendapatan jasa/*Services fee*					45,378
					7,925,547
Hasil segmen/*Segment result*	470,584	1,635,903	468,921	128,387	2,703,795
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan/ *Unallocated operating expenses*					(619,883)
Laba operasi/*Operating profit*					2,083,912
Aset segmen/*Segment assets*	286,016	956,722	355,640	76,540	1,674,918
Aset yang tidak dapat dialokasikan/ *Unallocated assets*					1,733,454
Jumlah aset/*Total assets*					3,408,372
Aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/*Fixed assets net of accumulated depreciation*	124,196	380,221	154,939	30,507	689,863
Aset tetap yang tidak dapat dialokasikan setelah dikurangi akumulasi penyusutan/ *Unallocated fixed assets net of accumulated depreciation*					36,091
Jumlah aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/*Total fixed assets net of accumulated depreciation*					725,954
Penambahan aset tetap/*Addition of fixed assets*	44,561	98,990	53,322	7,869	204,742
Penambahan aset tetap yang tidak dapat dialokasikan/*Unallocated additions of fixed assets*					27,733
Jumlah penambahan aset tetap/*Total additions of fixed assets*					232,475
Beban penyusutan/*Depreciation expenses*	34,723	128,296	41,481	8,422	212,922
Beban penyusutan yang tidak dapat dialokasikan/*Unallocated depreciation expenses*					15,104
Jumlah beban penyusutan/*Total depreciation expenses*					228,026

24. PELAPORAN SEGMEN (lanjutan)

24. 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/*Services fee*					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 additions 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

25. ASET DAN LIABILITAS MONETER DALAM MATA UANG ASING

Pada tanggal 31 Desember 2014, Perusahaan hanya memiliki aset moneter dalam mata uang asing berupa kas dan setara kas sejumlah USD 287.874 (nilai penuh) (2013: USD 182.772 (nilai penuh)) yang dijabarkan dalam Rupiah senilai Rp 3.581 (2013: Rp 2.228).

25. MONETARY ASSETS AND LIABILITIES IN FOREIGN CURRENCIES

As at 31 December 2014, the Company only had monetary assets denominated in foreign currencies in the form of cash and cash equivalents amounting to USD 287,874 (full amount) (2013: USD 182,772 (full amount)) translated into Rupiah amounting to Rp 3,581 (2013: Rp 2,228).

26. INFORMASI TAMBAHAN UNTUK ARUS KAS

26. SUPPLEMENTARY INFORMATION FOR CASH FLOWS

	2014	2013	
Aktivitas signifikan yang tidak mempengaruhi arus kas			*Significant activities not affecting cash flows*
- Penambahan aset tetap melalui akrual	29,777	30,685	*Addition of fixed assets - through accruals*

27. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN

(i) Faktor risiko keuangan

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.

(a) Risiko pasar

Risiko tingkat bunga

Perusahaan terekspos risiko tingkat suku bunga yang timbul dari pinjaman bank dengan suku bunga mengambang.

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.

27. FINANCIAL RISK MANAGEMENT

(i) Financial risk factors

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) Market risk

Interest rate risk

The Company is exposed to interest rate risk arising from floating rates of bank loans.

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.

27. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (lanjutan)

(i) Faktor risiko keuangan (lanjutan)

(a) Risiko pasar (lanjutan)

Risiko tingkat bunga (lanjutan)

Profil pinjaman Perusahaan adalah sebagai berikut:

27. FINANCIAL RISK MANAGEMENT *(continued)*

(i) Financial risk factors *(continued)*

(a) Market risk *(continued)*

Interest rate risk *(continued)*

The Company's borrowings profile is as follows:

	2014	2013	
Pinjaman dengan tingkat suku bunga mengambang	700,000	1,669,253	*Floating interest rates borrowings*
	700,000	1,669,253	

Pada tanggal 31 Desember 2014, jika tingkat bunga atas pinjaman yang didenominasikan dalam Rupiah lebih tinggi/rendah 1% dan variabel lain dianggap tetap, laba setelah pajak untuk tahun berjalan akan lebih rendah/tinggi sebesar Rp 5.600 (2013: Rp 13.354), terutama sebagai akibat tingginya/rendahnya beban bunga dari pinjaman dengan suku bunga mengambang.

As at 31 December 2014, if interest rates on Rupiah-denominated borrowings had been 1% higher/lower with all other variables held constant, post-tax profit for the year would have been Rp 5,600 (2013: Rp 13,354) lower/higher, mainly as a result of higher/lower interest expense on floating rate borrowings.

Risiko harga

Perusahaan tidak mempunyai risiko harga yang signifikan.

Price risk

The Company has no significant price risks.

(b) Risiko kredit

Perusahaan memiliki risiko kredit yang terutama berasal dari simpanan di bank.

Perusahaan mengelola risiko kredit yang terkait dengan simpanan di bank dengan hanya menggunakan bank-bank dengan predikat yang baik.

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.

Eksposur maksimum risiko kredit pada tanggal pelaporan adalah sebesar nilai tercatat pada masing-masing aset keuangan.

(b) Credit risk

The Company is exposed to credit risk primarily from deposits with banks.

The Company manages credit risk exposed from its deposits with banks by only using banks with good ratings.

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.

The maximum exposure to credit risk at the reporting date is the carrying value of each financial asset.

27. 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.

27. 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.

	Kurang dari 3 bulan/ *Less than 3 months*	Antara 3 bulan dan 1 tahun/ *Between 3 months and 1 year*	Antara 1 dan 2 tahun/ *Between 1 and 2 years*	Antara 2 dan 5 tahun/ *Between 2 and 5 years*	Jumlah/ *Total*	
31 Desember 2014						***31 December 2014***
Pinjaman	14,763	331,722	430,082	-	776,567	*Borrowings*
31 Desember 2013						***31 December 2013***
Pinjaman	43,710	188,015	886,513	951,285	2,069,523	*Borrowings*

Selain pinjaman, liabilitas keuangan Perusahaan memiliki jatuh tempo kurang dari 3 bulan.

Except for borrowings, the Company's financial liabilities are due within less than 3 months.

(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.

(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.

27. 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 2014 adalah Rp 3.944.716 (2013: Rp 2.985.754).

(iii) Nilai wajar instrumen keuangan

Nilai wajar aset dan liabillitas keuangan diestimasi untuk keperluan pengakuan dan pengukuran atau untuk keperluan pengungkapan.

Nilai tercatat aset keuangan seperti kas dan setara kas, kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya, 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 2014, nilai tercatat uang jaminan sebesar Rp 129.158 (2013: Rp 108.894) sedangkan nilai wajarnya adalah sebesar Rp 84.526 (2013: Rp 75.630).

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 6%-8% per tahun.

27. 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 2014 was Rp 3,944,716 (2013: Rp 2,985,754).

(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, restricted 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 2014, the carrying value of refundable deposits amounts to Rp 129,158 (2013: Rp 108,894) while their fair value amounts to Rp 84,526 (2013: Rp 75,630).

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 6%-8% per annum.

28. KOMITMEN

a. Pada tanggal 31 Desember 2014, Perusahaan mempunyai komitmen untuk pembelian aset tetap sebesar Rp 99.500 (2013: Rp 32.809).

28. COMMITMENTS

a. As at 31 December 2014, the Company had commitments to purchase fixed assets amounting to Rp 99,500 (31 December 2013: Rp 32,809).

28. KOMITMEN (lanjutan)

b. Pada tanggal 31 December 2014, Perusahaan memiliki komitmen pembayaran sewa minimum di masa depan dalam sewa operasi sebagai berikut:

28. COMMITMENTS *(continued)*

b. As at 31 December 2014, the Company's commitments of future minimum lease payment under operating leases are as follows:

	2014	2013	
Dibayarkan sampai dengan satu tahun	59,366	80,513	*Payment not later than one year*
Dibayarkan lebih dari satu tahun sampai lima tahun	109,870	135,294	*Payment later than one year and not later than five years*
Dibayarkan lebih dari lima tahun	98,434	117,729	*Payment later than five years*
Jumlah komitmen sewa operasi	267,670	333,536	*Total operating lease commitments*

c. Tidak ada liabilitas kontijensi yang signifikan pada tanggal 31 Desember 2014 dan 2013.

c. There are no significant contingent liabilities as at 31 December 2014 and 2013.

29. PERISTIWA SETELAH PERIODE PELAPORAN

Pada 23 Januari 2015, Asia Color Company Limited melakukan penjualan saham Perusahaan sebesar 8,18%. Berikut adalah perubahan persentasi kepemilikan saham Perusahaan:

29. EVENTS AFTER THE REPORTING PERIOD

On 23 January 2015, Asia Color Company Limited sold the Company's shares of approximately 8.18%. Below is the change in the percentage of the share ownership of the Company:

	Sesudah/ *After*	Sebelum/ *Before*	
Asia Color Company Ltd	6.00	14.18	*Asia Color Company Ltd*
PT Multipolar Tbk	20.48	20.48	*PT Multipolar Tbk*
Publik	73.52	65.34	*Public*
	100.00	100.00	

30. REKLASIFIKASI AKUN

Beberapa akun dalam laporan keuangan untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 December 2013 telah direklasifikasikan agar sesuai dengan penyajian laporan keuangan untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2014.

30. RECLASSIFICATION OF ACCOUNTS

Certain accounts in the financial statements for the year ended 31 December 2013 have been reclassified to conform with the presentation of the financial statements for the year ended 31 December 2014.

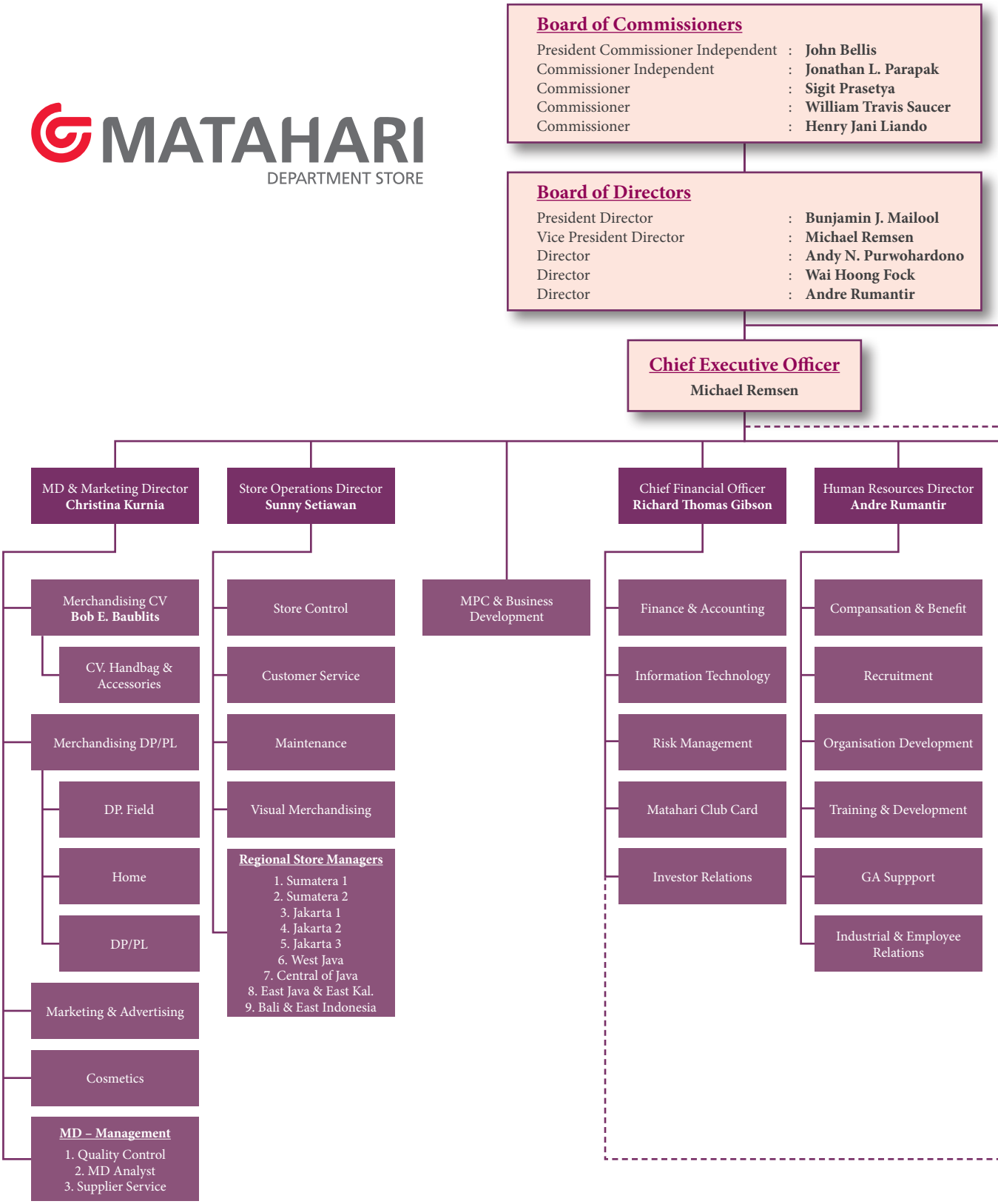
	Sebelum reklasifikasi/ *Before reclassification*	Reklasifikasi/ *Reclassification*	Setelah reklasifikasi/ *After reclassification*	
Laporan posisi keuangan:				*Statement of financial position:*
Akrual	272,571	(122,408)	150,163	*Accruals*
Imbalan kerja karyawan jangka pendek	3,347	122,408	125,755	*Short-term employee benefits obligations*

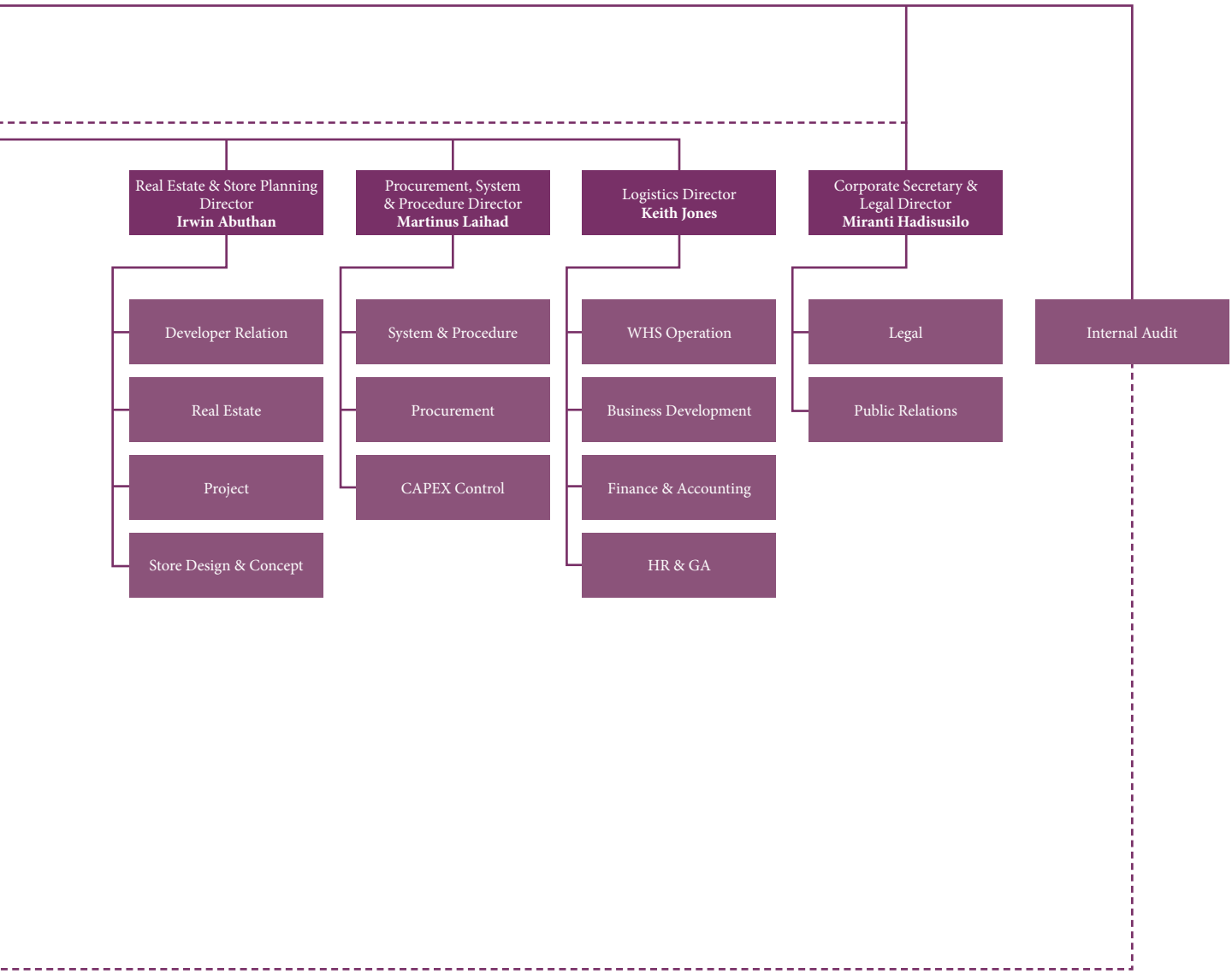
Halaman ini sengaja dikosongkan
This page is intentionally left blank

DATA PERUSAHAAN

Corporate Data

Struktur Organisasi
Organization Structure




Real Estate & Store Planning Director
Irwin Abuthan
Procurement, System & Procedure Director
Martinus Laihad
Logistics Director
Keith Jones
Corporate Secretary & Legal Director
Miranti Hadisusilo
Developer Relation
Real Estate
Project
Store Design & Concept
System & Procedure
Procurement
CAPEX Control
WHS Operation
Business Development
Finance & Accounting
HR & GA
Legal
Public Relations
Internal Audit

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 71 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 71 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 72 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 72 years old.

Sigit Prasetya

Komisaris
Commissioner

Diangkat sebagai Komisaris pada tanggal 11 April 2014, setelah sebelumnya menjabat sebagai Direktur Perseroan sejak tahun 2010. Beliau adalah Managing Partner di CVC Asia Pacific Limited yang mengawasi seluruh aktivitas ekuitas swasta di Asia Tenggara. Beliau merupakan anggota Dewan dalam Grup CVC dan anggota Asia Pacific Private Equity Board dan Asia Pacific Investment Committee. 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 46 tahun.

Was appointed as a Commissioner on April 11, 2014, and previously was a Director of the Company since 2010. He is a Managing Partner at CVC Asia Pacific Limited overseeing its private equity activities in Southeast Asia. He is on the board of the CVC Group and is a member of the Asia Pacific Private Equity Board and the 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 46 years old.

William Travis Saucer
Komisaris
Commissioner

Diangkat 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 37 tahun di bidang merchandising dan pemasaran dalam industri department store di Amerika Serikat - bekerja di berbagai perseroan 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 62 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 37 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 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 51 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 51 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 52 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 52 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 22 June 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.

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 Direktur pengganti di QSR Brand (M) Holdings Sdn Bhd. 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 26 March 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). Until 2014 At present, his other directorships include Magnum Holdings Sdn Bhd and as an alternate Director at QSR Brands (M) Holdings Sdn Bhd. 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.

Andy N. Purwohardono

Direktur
Director

Diangkat sebagai Direktur Perseroan pada tanggal 11 April 2014. Beliau menjabat sebagai Direktur di PT Link Net Tbk dan sebagai Managing Director di CVC Asia Pacific (Singapore) Ltd sejak 2013. Sebelum bergabung di dua Perusahaan tersebut, beliau memiliki karir profesional selama 22 tahun di beberapa perseroan terkemuka, antara lain PT Morgan Stanley Asia Indonesia, PT Danareksa Sekuritas, ABN Amro Bank, PT SG Securities, PT Peregrine Securities, PT OCBC Sikap Securities dan Intel Corp di Oregon, USA. Beliau menyelesaikan pendidikannya dengan gelar Bachelor of Science di bidang Industrial Engineering di Oregon State University dan meraih gelar Master of Business Administration dari The University of Texas, San Antonio. Saat ini Beliau berusia 46 tahun.

Was appointed as the Company's Director on 11 April 2014. He works as a Director in PT Link Net Tbk and as a Managing Director in CVC Asia Pacific (Singapore) Ltd since 2013. Before joining these companies, he has a professional career for 22 years in several leading companies such as PT Morgan Stanley Asia Indonesia, PT Danareksa Sekuritas, ABN Amro Bank, PT SG Securities, PT Peregrine Securities, PT OCBC Sikap Securities and Intel Corp in Oregon, USA. He holds a Bachelor of Science in Industrial Engineering from Oregon State University and Master of Business Administration from The University of Texas, San Antonio. He is 46 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) MPP 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 62 tahun.

Was appointed as a Director on 22 June 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 62 years old.

Profil Tim 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.

Profil Tim Manajemen

Board of Managements' Profile

Michael Remsen
Chief Executive Officer

Christian Kurnia
Director - Merchandising & Marketing

Martinus Laihad
Director - Procurement, Systems & Procedures

Profil disajikan pada segmen Profil Direksi

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.

Diangkat sebagai Procurement, System & Procedures Director saat bergabung dengan Perseroan pada tahun 2006. Sebelumnya beliau bekerja di Grup Lippo (1990 - 2005) dan MPP (2005-2006). Beliau adalah lulusan Technical University, Berlin, Jerman.

Profile are as forth as in the Board of Directors profile segment

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.

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 companies (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 Matahari. 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 Prasetio, 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 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 Prasetio, 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 Indonesian Corporate Secretary Association. Ms. Hadisusilo holds an Economic Degree from the University of Indonesia.

Keith Jones
DC & Logistics Operations

Bergabung dengan Perseroan sebagai Logistics Director 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 as its Logistics Director 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.

Andre Rumantir
Director - Human Resources

Profil disajikan pada segmen Profil Direksi

Profile are as forth as in the Board of Directors profile segment

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 35 tahun terakhir dengan posisi terakhir sebagai Senior Vice President, Director of Revenue Business di JCPenney. Meraih gelar sarjana dari Universitas Texas Tech.

Join 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 35 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 Komite Audit

Audit Committee's Profile

John Bellis

Ketua
Chairman

Profil disajikan pada segmen Profil Dewan Komisaris

Profile are as forth as in the Board of Comissioners profile segment

Prawiro Widjaja

Anggota
Member

Ditunjuk sebagai anggota Komite Audit pada tahun 2014. Beliau memiliki pengalaman luas sebagai konsultan bagi sejumlah perusahaan strategis di kawasan Asia Tenggara dalam transaksi Merger & Akuisisi, serta transaksi lainnya seperti IPO, penawaran terbatas saham, peluncuran obligasi, sampai restrukturisasi. Bpk. Widjaja memulai karis di firma hukum Allen & Gledhill pada tahun 1995, dan menjadi Rekan pada tahun 2000. Sejak tahun 2007, beliau menjadi Direktur Independen dan anggota komite audit di Tokio Marine Insurance Singapore Ltd. dan Tokio Marine Life Insurance Singapore Ltd, dan menjadi ketua komite investasi di Tokio Marine Life Insurance Singapore Ltd sejak 2009. Bpk. Widjaja memperoleh gelar sarjana dari Pembroke College, Cambridge University, Inggris, tahun 1993, lulus sebagai barrister dari Middle Temple pada tahun 1994, dan menjadi anggota Singapore Bar pada tahun 1995. Beliau adalah warga negara Indonesia, dan saat ini berusia 45 tahun.

Appointed as a member of the Audit Committee in 2014. He has extensive experience in advising private equity and strategic clients in M&A transactions across the Southeast Asian region, as well as on a range of other transactions from initial public offerings, rights issues and bond offerings to restructurings. Mr Widjaja began his career at the law firm Allen & Gledhill in 1995, and became a partner in 2000. Since 2007 he has been an independent director and audit committee member at Tokio Marine Insurance Singapore Ltd. and Tokio Marine Life Insurance Singapore Ltd, and has chaired the investment committee at Tokio Marine Life Insurance Singapore Ltd since 2009. Mr Widjaja earned a degree from Pembroke College, Cambridge University, UK in 1993, graduated as a barrister from the Middle Temple in 1994 and was called to the Singapore Bar in 1995. He is 45 years old and is an Indonesian citizen.

DR. Isnandar R. Ali

Anggota
Member

Ditunjuk sebagai anggota Komite Audit pada tahun 2014. DR. Isnandar menjabat Komisaris Independen di PT. Lippo Sekuritas dari 2006 sampai 2014. Sebelumnya beliau menjabat sebagai Wakil Presiden Direktur dan Direktur kepatuhan PT. Tokai Lippo Bank (1989-2001), Wakil Presiden Direktur PT. Bank Bhumy Bahari (1980-1989), dan Presiden Direktur PT. Hilex Indonesia (1978-1984), serta menjabat Komisaris di PT. Hilex Indonesia dari 1984 sampai 2000. Beliau memiliki pengalaman luas mengajar di sejumlah perguruan tinggi, termasuk Universitas Krisnadwipayana (UNKRIS), Universitas Kristen Indonesia (UKI), Sekolah Tinggi Teologia Betel Indonesia (STTBI) dan Universitas Kristen Papua di Sorong, Papua. Beliau adalah anggota Dewan Ahli pada Indonesian Independence Support League dan menjadi Penasehat di Asosiasi Guru Bahasa Mandarin Jakarta. DR. Isnandar memperoleh gelar Sarjana di bidang Ekonomi dan Master di bidang Manajemen dari Universitas Krisnadwipayana, sebelum memperoleh gelar Master of Business Administration (MBA) dari Overseas Training Center bekerja sama dengan Fullerton State University, California, AS. Beliau memperoleh gelar Doktor dari Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Beliau adalah warga negara Indonesia dan saat ini berusia 72 tahun.

Appointed as a member of the Audit Committee in 2014. Dr Isnandar was an Independent commissioner of PT. Lippo Sekuritas from 2006 to 2014. He previously served as Vice President Director and Compliance Director of PT. Tokai Lippo Bank (1989-2001), Vice President Director of PT. Bank Bhumy Bahari (1980-1989), and President Director of PT. Hilex Indonesia (1978-1984), and served as a commissioner at PT. Hilex Indonesia from 1984 to 2000. He also has vast experience as a lecturer at several universities, including Krisnadwipayana University (UNKRIS), Christian University of Indonesia (UKI), Indonesia Betel Academy of Theology (STTBI) and Papua Christian University, Sorong, Papua. He is a member of the Council of Experts of the Indonesian Independence Support League and an advisor to the Jakarta Association of Mandarin Teachers. Dr Isnandar earned a Bachelor's degree in Economics and a Master's in Management from Krisnadwipayana University before obtaining his Master of Business Administration (MBA) degree from the Overseas Training Center in cooperation with Fullerton State University, California, USA. He earned his Doctorate from Jakarta State University (UNJ). He is 72 years old and is an Indonesian citizen.

Profil Sekretaris Perusahaan

Corporate Secretary Profile

Miranti Hadisusilo

Sekretaris Perusahaan
Corporate Secretary

Profil disajikan pada segmen Profil Tim Manajemen

Profile are as forth as in Board of Managements' Profile

Profil Kepala Unit Audit Internal

Head of Internal Audit Unit Profile

Maju Tarigan

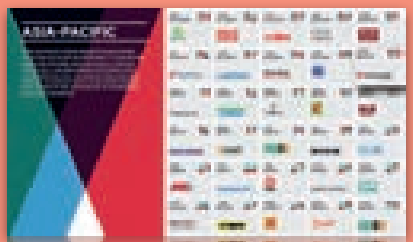
Kepala Unit Audit internal
Head of Internal Audit Unit

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 Prasetio 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 Prasetio 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 Morries 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*

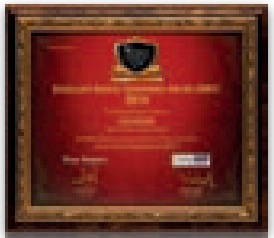
AWARDS AND CERTIFICATES



THE BEST RETAIL BRAND 2014 IN ASIA PACIFIC

Di Anugerahi | Powered by:
Interbrand

Kategori | Category:
- Rank 10th for Retail
- Rang 3rd for department store



EXCELLENT SERVICE EXPERIENCE AWARD 2014

Di Anugerahi | Powered by:
Carre CCSL and Bisnis Indonesia Daily Newspaper

Kategori | Category:
Good Performance in Delivering Positive Customer Experience Based on Mystery Shopping Research ESEI 2014

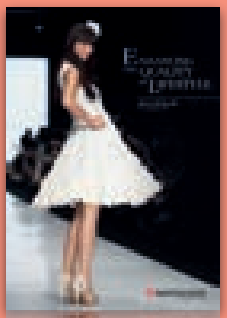
4 February 2014

TOP BRAND AWARD 2014

Di Anugerahi | Powered by:
Marketing Magazine and Frontier Consulting Group

Kategori | Category:
Women's Underwear (Nevada)

6 February 2014



ANNUAL REPORT AWARD 2013

Di Anugerahi | Powered by:
-

Kategori | Category:
Rank 7th out of 75 participants in the category (private - non financial services–listed companies)

total point increased to 72.43 from 65.69 last year

TOB BRAND AWARD FOR TEENS 2014

Di Anugerahi | Powered by:
Marketing Magazine and Frontier Consulting Group

Kategori | Category:
T'shirt (Nevada)

16 April 2014

TOP BRAND AWARD FOR KIDS 2014

Di Anugerahi | Powered by:
Marketing Magazine and Frontier Consulting Group

Kategori | Category:
Kids' T-shirt (Nevada)

16 April 2014

CORPORATE IMAGE AWARD 2014

Di Anugerahi | Powered by:
- Tempo Media Group and Frontier Consulting Group
- The Best in Building and Managing Corporate Image

Kategori | Category:
Department Store

3 June 2014

ASIA'S BEST COMPANIES AWARD 2014

Di Anugerahi | Powered by:
Finance Asia

Kategori | Category:
10th Rank for the Best Investor Relations

5 June 2014

SERVICE QUALITY AWARD 2014

Di Anugerahi | Powered by:
Carre-CCSL and Service Excellence Magazine

Kategori | Category:
Diamond Award

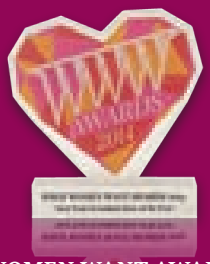
5 June 2014

SATRIA BRAND AWARD 2014

Di Anugerahi | Powered by:
Suara Merdeka Group

Kategori | Category:
The Most Preferred Brand in Central Java for Department Store

18 June 2014



WHAT WOMEN WANT AWARDS 2014
Most Wanted Fashion Store of The Year

Di Anugerahi | Powered by:
- Kapanlagi Network
- Fimela.com
- Fimelagirl.com
- Fimela Family.com
- Vemale.com

Kategori | Category:
T'shirt (Nevada)

16 Mei 2014

TOP BRAND AWARD 2014

Di Anugerahi | Powered by:
Marketing Magazine & Frontier Consulting Group

Kategori | Category:
Department Store

18 July 2014

EVERLASTING BRAND 2014

Di Anugerahi | Powered by:
Warta Ekonomi

Kategori | Category:
Department Store

4 September 2014

INDONESIA WOW BRAND AWARD 2014

Di Anugerahi | Powered by:
Markplus Inc Gold Champion of Indonesia WOW Brand Award 2014

Kategori | Category:
Department Store

11 September 2014

NATIONAL CUSTOMER SERVICE CHAMPIONSHIP 2014

Di Anugerahi | **Powered by:**
by Carre-CCSL

Kategori | **Category:**
- Case Study of The Year for Manager
- 3rd Winner Service Star Award for Manager
- Case Study of The Year for Supervisor
- 1st Winner Service Star Award Supervisor
- 3rd Winner Service Star Award for Team Leader
- ''The Most Grooming' for Front Liner
- 1st Winner CS Uniform Design
- 1st place in Cheering Competition
- 3rd place in Cheering Competition
- 2nd Grand Champion for Corporate Level
- Across Categories

9 October 2014

INDONESIA'S MOST FAVORITE YOUTH BRAND 2014

Di Anugerahi | **Powered by:**
Marketeers Magazine & Markplus Insight

Kategori | **Category:**
Department Store

22 October 2014

INDONESIA'S MOST FAVORITE YOUTH BRAND 2014

Di Anugerahi | **Powered by:**
Marketeers Magazine & Markplus Insight

Kategori | **Category:**
T-Shirt (Nevada)

22 October 2014

TOP 10 RETAILERS INDONESIA

Di Anugerahi | **Powered by:**
Retail Asia Publishing Pte. Ltd & Euromontior International

Kategori | **Category:**
Department Store

10 November 2014

DIGITAL MARKETING AWARD 2014

Di Anugerahi | **Powered by:**
Frontier Consulting Group & Majalah Marketing

Kategori | **Category:**
Department Store

12 November 2014

SOCIAL MEDIA AWARD 2014

Di Anugerahi | **Powered by:**
Frontier Consulting Group & Marketing Magazine

Kategori | **Category:**
Department Store

12 November 2014

TOP 50 COMPANIES WITH THE HIGHEST CG SCORE

Di Anugerahi | **Powered by:**
IICD

Posisi | **Position :**
21-30

9 December 2014

TOP CSR

Di Anugerahi | **Powered by:**
Dompet Dhuafa

Kategori | **Category:**
Health Promotion Program

17 December 2014

Peristiwa Penting 2014

2014 Event Highlights

1

2

3

4

5

1. 11 April 2014
   Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan
   Annual General Meeting of Shareholders

2. 2 Juni | June 2014
   Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa
   Extraordinary General Meeting of Shareholders

3. 11 Juni | June 2014
   Matahari Borneo City Mall, Sampit

4. 19 Juni | June 2014
   Matahari Lippo Mall Puri @ The St. Moritz

5. 23 Oktober | October 2014
   Matahari Big Mall, Samarinda

6

7

8

9

10

6. 20 November 2014
Matahari Mal Balkpapan Baru

7. 11 Desember | December 2014
Matahari OPI Mall, Palembang

8. 14 Desember | December 2014
Matahari Lippo Mall Kuta

9. 29 Desember | December 2014
Matahari Cyberpark Lippo Karawaci Utara

10. 28 Desember | December 2014
Matahari SPR Plaza, Padang

Informasi Lainnya
Other Informations

ALAMAT PROFESI PENUNJANG

Kantor Akuntan Publik
Tanudiredja, Wibisana & Rekan Firma anggota Firma PricewaterhouseCoopers International Limited
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

ADDRESS OF ANCIALLARY CONSULTANTS

Public Accounting Firm
Tanudiredja, Wibisana & Rekan A member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited
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

Share Registrar
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)

Bidang Usaha
Jaringan *department store*

Kepemilikan
PT Multipolar Tbk 20,48%
Asia Color Company Ltd 2,00%
Masyarakat 77,52%

Tanggal Pendirian
24 Oktober 1958

COMPANY INFORMATION

Name
PT Matahari Department Store Tbk
(Formerly PT Pacific Utama Tbk)

Line of Business
Department store chain

Ownership
PT Multipolar Tbk 20.48%
Asia Color Company Ltd 2.00%
Public 77.52%

Establishment
October 24, 1958

Dasar Hukum Pendirian

- Akta Notaris Misahardi Wilamarta, S.H., No. 2 tanggal 1 April 1982 (sebagaimana telah diubah).
- 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.

Legal Basis of Incorporation

- Notarial Deed No. 2 dated April 1, 1982 by Misahardi Wilamarta, S.H. (as amended).
- 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

: www.facebook.com/mataharidepartmentstore
: @gayamatahari
: matahari deptstore
: Matahari Department Store

Informasi Kepemilikan atas Saham dan Kepemilikian 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 suspense 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 dan 7 Agustus 2014, Asia Color Company Limited melakukan penjualan saham Matahari sebesar 6,51% dan 1,48% secara berturut-turut. Sejak 31 Desember 2014, Asia Color Company memiliki 14,18% dari saham Matahari, PT Multipolar Tbk memiliki 20,48% dari saham Matahari, dan masyarakat, termasuk pemilik saham yang baru, sebesar 65,34%.

Pada 23 Januari 2015, Asia Color Company Limited menjual kembali 8,08% kepemilikan sahamnya atas Perseroan. Asia Color Company kemudian kembali menjual 4% saham Perseroan pada 25 Februari 2015. Sampai dengan 28 Februari 2015, Asia Color Company memiliki 2,00% saham Perseroan, PT Multipolar Tbk memiliki 20,48% saham Perseroan dan public memiliki 77,52% saham Perseroan.

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%.

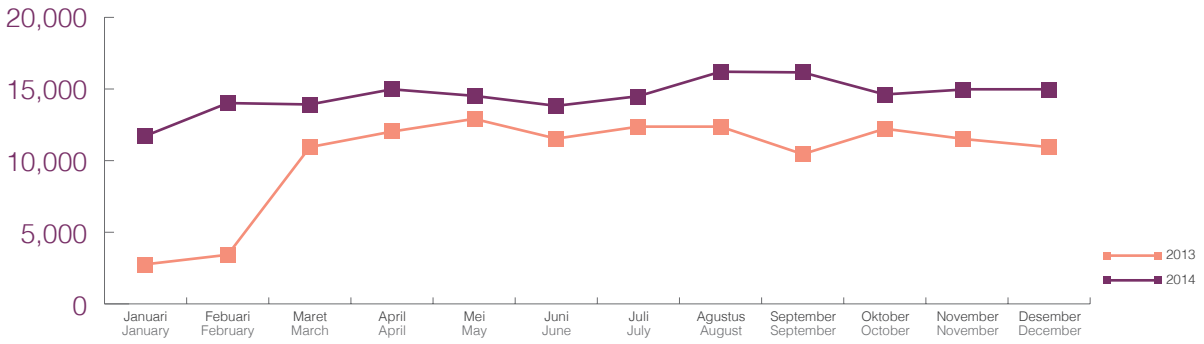
Regarding the offering above, the Company submitted a request to PT Bursa Efek Indonesia for a temporary voluntary suspension of the Company's stock trading as stated in the Company's letter number 021/MDS/LGL/03/2013 dated March 20, 2013 for the period of March 22, 2013 to March 25, 2013.

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.

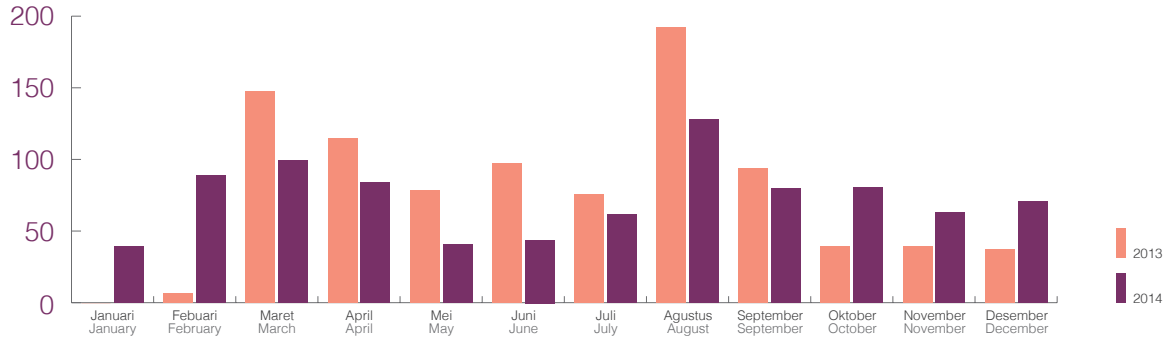
On March 3, 2014 and August 7, 2014, Asia Color Company Limited sold its holdings of the Company's shares in the amount of 6.51% and 11.48% respectively. As at December 31, 2014, Asia Color Company held 14.18% of Matahari's shares, PT Multipolar Tbk held 20.48%, and the public, including new shareholders, had a shareholding of 65.34%.

On January 23, 2015, Asia Color Company Limited sold a further 8.18% of its holding of the Company's shares. Asia Color Company sold a further of 4% of the Company's shares on February 25, 2015. As at February 28, 2015, Asia Color Company held 2.00 % of the Company's shares, PT Multipolar Tbk held 20.48% of the Company's shares, and the public had a shareholding of 77.52%.

Perbandingan Harga Penutupan saham 2013 - 2014 (Rp/saham)
2013 - 2014 Comparison of Sharing Closing Prices (Rp/share)



Kronologis Volume Saham 2013 - 2014 (Juta Lembar Saham)
2013 - 2014 Chronology Of Shares Volume (Million Shares)



Kronologis Harga Saham
Chronology Of Share Price

Deskripsi Description	2014				2013			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Harga Tertinggi (Rp) Highest Price (Rp)	15,000	15,500	18,000	16,350	11,550	14,200	14,500	13,300
Harga Terendah (Rp) Lowest Price (Rp)	10,800	13,500	14,500	14,625	2500	9,750	10,000	10,300
Harga Penutupan (Rp) Closing Price (Rp)	13,900	13,800	16,225	15,000	11,000	11,600	10,500	11,000
Volume Perdagangan (Lembar Saham) Trading Volume (Shares)	228,587,400	169,643,900	269,611,900	215,846,300	147,196,500	290,458,500	361,991,000	117,240,500
Nilai Perdagangan (Rp Miliar) Trading Value (Rp Billion)	2,980	2,465	4,193	3,249	1,609	3,448	4,309	1,319
Kapitalisasi Pasar (Rp Miliar) Market Capitalization (Rp Billion)	40,559	40,267	47343	43,768	32,097	33,847	30,638	32,097

SEJARAH PENCATATAN SAHAM
HISTORY OF SHARE LISTING

Sejarah Pencatatan Saham
History Of Share Listing

Penjelasan	Tahun Year	Penambahan/Pengurangan Jumlah Saham Additional/Reduction Number Of Shares	**Jumlah Saham yang Diterbitkan** Total Issued 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 (1For 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) @ Rp70/Saham	2001	1,295,481,600	1,326,326,400	Right Issue (42 For1) @ Rp70/Share
Penggabungan Saham (1 Untuk 5)	2009	-1,061,061,120	265,265,280	Stock Reversal (1 For 5)
Hmetd Ii @ Rp100/Saham	2009	2,652,652,800	2,917,918,080	Right Issue Ii @Rp100/Share
Jumlah Per 31 Desember 2014			**2,917,918,080**	**Total Per 31 December 2014**

STRUKTUR PEMEGANG SAHAM
COMPANY SHAREHOLDING STRUCTURE

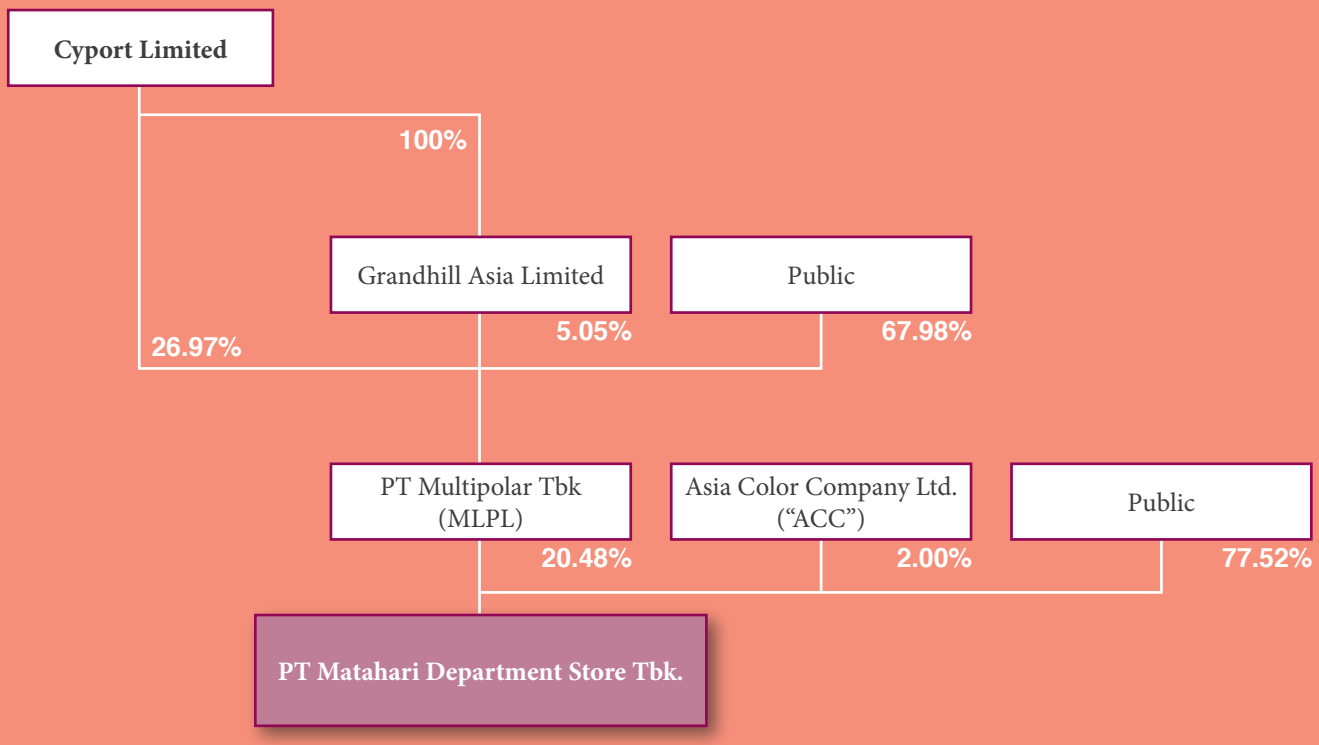
Pemegang Saham Shareholder	**31 Maret 2015** March 31, 2015	31 Desember 2014 December 31, 2014	31 Desember 2013 December 31, 2013	31 Desember 2012 December 31, 2012
Asia Color Company Ltd	2.00	14.18	32.2	98.15
PT Multipolar Tbk	20.48	20.48	20.5	-
Lain-lain (Kurang dari 5%)	77.52	65.34	47.4	1.85
Jumlah I Total	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

Catatan | Notes:
1. Tidak ada anggota Dewan Komisaris maupun Direksi PT Matahari Department Store Tbk. yang memiliki saham secara langsung di Perseroan.
   No member of the Board of Commissioners and the Board of Directors of PT Matahari Department Store Tbk. who owned directly the Company's shares.

2. Perseroan tidak memiliki efek lain di luar saham yang diperjualbelikan di Bursa Efek Indonesia.
   The Company does not have any other securities traded outside of the Indonesia Stock Exchange.

Struktur Kepemilikan Saham

Company Holding Structure



Jaringan Gerai
Stores Network

JABOTABEK

Matahari Kramat Jati Indah
Jl. Raya Bogor Km 19, Jakarta Timur
Telp. : (021) 8095512-13, 80068822
Fax. : (021) 8095572

Matahari Blue Mall Bekasi
Jl. Chairil Anwar No. 27 - 36
Bekasi 17113
Telp. : (021) 29085626
Fax : (021) 29085625

Matahari Artha Gading
Jl. Artha Gading Selatan No. 1
Jakarta Utara
Telp. : (021) 45864225
Fax : (021) 45864224

Matahari Pondok Gede
Pondok Gede Plaza Lt. 3
Jl. Raya Pondok Gede,
Telp. : (021) 84971440, 84971355
84971622

Matahari Grand Mall Bekasi
Mal Ktc, Jl. Boulevard Barat Raya, Komp.
Plasa Gading
Telp. : (021) 45851493
Fax : (021) 45851490

Matahari Metropolitan Mall Bekasi
Blok A
Telp. : (021) 88954751-53
Fax. : (021) 88954756

Matahari Lippo Cikarang
Jl. Jend Sudirman Kranji, Bekasi
Telp. : (021) 8840761, 8840205
8853968, 8866926,

Matahari Klender
Jl. Raya Ujung Kalimalang
Bekasi - Barat
Fax. : (021) 8848592

Matahari Cimanggis
Jl. M. Husni Thamrin Lippo Cikarang
Bekasi
Telp. : (021) 8972513-14
Fax. : (021) 8972518

Matahari Depok Town Square
Jl. Teratai Putih Raya Klender
Telp. : (021) 8606136
Fax. : Fax: (021) 8605827

Matahari Galeria Pasar Baru
Jl. Raya Bogor Km. 29, Cimanggis Depok
Telp. : (021) 29378335
Fax. : Fax: (021) 29378330

Matahari Kalibata
Jl. Margonda Raya No. 1, Depok
Telp. : (021) 78870241-2
Fax. : (021) 78870245

JABOTABEK

Matahari Pejaten Village
Jl. Raya Pasar Baru No. 74-82, Jakarta Pusat
Telp. : (021) 3863551-54
Fax. : (021) 3863550

Matahari Taman Anggrek
Jl. Raya Makam Pahlawan Kalibata, Kali Bata Plaza
Telp. : (021) 7975779
Fax. : (021) 79188726

Matahari Gajah Mada Plaza
Lt. Ug & 1, Jakarta Selatan
Telp. : (021) 7827313
Fax. : (021) 7827312

Matahari Pluit
Jl. Warung Jati Barat No. 39
Jati Padang, Psr. Minggu
Telp. : (021) 5639503-4
Fax. : (021) 5639507

Matahari Taman Palem Mall
Jakarta Selatan
Telp. : (021) 6338278
Fax. : (021) 6338832

Matahari Cilandak Town Square
Mall Taman Anggrek
Jl. S. Parman Kav 21, Slipi,
Telp. : (021) 6684130-31
Fax. : (021) 6684132

Matahari Arion Plaza I
Jakarta Barat
Telp. : (021) 54352175
Fax. : (021) 54352176

Matahari Citraland
Jl. Gajah Mada No. 19 - 26
Petojo Utara, Gambir,
Telp. : (021) 75920377, 75920383
Fax. : (021) 75920373

Matahari Galeria Blok M
Jakarta Pusat 101330
Telp. : (021) 4701482-83
Fax. : (021) 4712544

Matahari Atrium Plaza
Jl. Pluit Permai Raya, Jakarta Utara
Telp. : (021) 5681492-93
Fax. : (021) 5681491

Matahari Daan Mogot Mall
Jl. Kamal Raya, Outer Ring Road,
Cengkareng Timur
Telp. : (021) 7209346-48
Fax. : (021) 7209349

Matahari Bogor Techno World
Jl. Tb. Simatupang Kav 17
Cilandak, Jakarta Selatan
Telp. : (021) 3863770
Fax. : (021) 3862771

Matahari Cibinong City Mall
Jl. Pemuda Kav 3, Jakarta Timur
Telp. : (021) 54390154, 5448022
Fax. : (021) 54382883

Matahari Cibubur Junction
Jl. Jambore Raya No. 01
Telp. : (021) 87756401-02
Fax. : (021) 87756342

Sm Bogor
Jl. Raya Kapten Mulihat No. 14, Bogor
Telp. : (0251) 338634, 376734 (S1)
Fax. : (0251) 322547

Matahari Ekalokasari
Jl. Siliwangi No. 123, Bogor
Telp. : (0251) 8362973-74
Fax. : (0251) 362967

Matahari Cbd Ciledug
Jl. Hos Cokroaminoto No. 93
Karang Tengah
Telp. : (021) 73449576
Fax. : (021) 73449586

Matahari Metropolis Town Square
Ciledug Tangerang
Telp. : (021) 55780959-60
Fax. : (021) 55780963

Matahari Wtc Mall Serpong
Jl. Hartono Raya Gm 1 No. 17
Cikokol, Tangerang
Telp. : (021) 53154766
Fax. : (021) 53154767

Matahari Balekota Tangerang
Jl. Raya Serpong No. 39
Desa Pondok Jagung,
Telp. : (021) 29519457 S/D
(021) 29519459

Matahari Supermall Karawaci
Tangerang 15326
Fax. : (021) 29519456

Matahari Citra Grand Cibubur
Jl. Jendral Sudirman, Tangerang
Telp. : (021) 5472855-58
Fax. : (021) 5472886

Matahari Lippo Mall Puri @ The St. Moritz
Jl. Puri Indah Raya Blok 4/J
Puri Indah, CBD
Telp. : (021) 30054714
Fax. : (021) 29111046

Matahari Cyberpark Lippo Karawaci Utara
Jl. Sultan Falatehan Lippo Karawaci
Kel. Panunggangan Barat, Kec. Cibadak
Telp. : (021) 5511506
Fax. : (021) 5532265

JAWA BARAT

Matahari Istana Plaza Bandung
Jl. Pasir Kaliki No 121 - 123 Bandung
Telp. : (022) 6000693
Fax. : (022) 6000770

Matahari Mayofield Mall Sukabumi
Jl. Jend. A.yani No. 125 - 127
Kota Sukabumi
Telp. : (0266) 232816
Fax. : (0266) 232815

Matahari Cirebon Superblok
Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo No. 26
Cirebon
Telp. : (0231)8291233
Fax. : (0231) 8291232

Matahari Festival City Link Bandung
Jl. Peta (Pembela Tanah Air) No. 241
Kel. Suka, Asih Kec. Bojong Loa Kaler
Bandung
Telp. : (022) 6128521
Fax. : (022) 6128533

Matahari Mall Serang Mall Of Serang
Jln. Raya Serang Timur, Lingkungan
Kemang, Rt.001/002, Kel. Penancangan,
Kec Cipocok Jaya 42124
Telp. : (0254) 8483738-39
Fax. : (0254) 8483740

Matahari Grage Mall Cirebon
Jl. Cipto Mangkunkusumo No.1 Cirebon
Telp. : (0231) 242503
Fax. : (0231) 242504

Matahari Mayofield Cilegon
Jl. Sultan Ageng Tirtayasa Km 47
Simpang Tiga, Cilegon
Telp. : (0254) 398596, 386846
Fax. : (0254) 377298

Matahari Mega Mall Tasikmalaya
Jl. Veteran No. 10 Tasikmalaya
Telp. : (0265) 335080
Fax. : (0265) 329320

Matahari Galeria Bandung
Jl. Sumatera No. 53 Bandung
Telp. : (022) 4203890, 4214845
Fax. : (022) 4201635

Matahari Mayofield Mall Karawang
Jl. Tuparev No. 1 Karawang
Telp. : (0267) 412702, 412704
Fax. : (0267) 412694

JAWA TENGAH

Matahari Hartono Lifestyle Solo
Jl. Raya Solo Permai, Sukoharjo
(0271) 7890940

Matahari Paragon Semarang
Jln. Pemuda No. 116, Semarang
Telp. : (024) 86579001-08
Fax. : (024) 86579003

Matahari Jogja City Mall
Jl. Magelang Km 6 No. 18
Sinduadi-Mlati,

Sleman-Jogjakarta
Telp. : (0274) 6429272
Fax. : (0274) 6429277

Matahari Solo Square
Jl. Slamet Riyadi No. 451 - 455, Solo
Telp. : (0271) 7651771-73
Fax. : (0271) 7651772

Matahari Armada Town Square
Jl. Bambang Soegeng No.1
Magelang 56172
Telp. : (0293) 3218900
Fax. : (0293) 3218902

Matahari Singosaren
Jl. Gatot Subroto 27-28 Solo
Telp. : (0271) 664022, 664711
Fax. : (0271) 664722

Matahari Java Supermall
Jl. Mt Haryono 992-994
Jomblang Semarang
Telp. : (024) 8410316, 8410317
Fax. : (024) 8410333

Matahari Magelang
Jl. Jend. A Yani No. 4, Magelang
Telp. : (0293) 364468, 312433
Fax. : (0293) 364469

Matahari Simpang Lima Semarang
Jl. Ahmad Yani No. 1
Simpang Lima Semarang
Telp. : (024) 8417511, 8417600
Fax. : (024) 8414153

Matahari Malioboro I
Jl. Malioboro No. 11A, Jogjakarta
Telp. : (0274) 582562, 548636
Fax : (0274) 561888

Matahari Kudus
Jl. Lukmonohadi Kudus
Telp. : (0291) 439114
Fax. : (0291) 433113

Matahari Grand Mall Solo
Jl. Slamet Riyadi No. 273, Solo
Telp. : (0271) 741365, 741394, 741345,

Matahari Malioboro II
Jl. Malioboro No. 52-56, Jogjakarta
Fax: (0271) 741369

Matahari Klaten
Jl. Pemuda Tengah No. 75, Klaten
Telp. : (0274) 586796-97
Fax. : (0274) 586794

Matahari Galeria Jogjakarta
Jl. Jend Sudirman No. 99 - 101
Jogjakarta
Telp. : (0272) 320727
Fax. : (0272) 323150

Matahari Pekalongan
Jl. Nusantara No. 5, Pekalongan
Telp. : (0274) 584516-18
Fax. : (0274) 584515

Matahari Purwokerto
Jl. Suprapto Kebondalem Purwokerto
Telp. : (0285) 434400
Fax. : (0285) 434404

JAWA TIMUR

Matahari Batu Town Square
Jl. Diponegoro No. 1
Kel. Temas, Kec. Batu. Malang
Telp. : (0341) 2991226
Fax. : (0341) 2991222

Matahari Bangkalan Plaza
Bangkalan Plaza
Jl. Halim Perdana Kusuma
Telp. : (031) 51162088
Fax. : (031) 51162077

Matahari Malang Town Square
Bangkalan Madura
Telp. : (0341) 559223
Fax. : (0341) 559224

Matahari Kaza Surabaya
Jl. Veteran No. 2 - Malang 65114
Telp. : (031) 3740604
Fax. : (031) 3740602

Matahari Pasar Besar Malang
Jl. Kapas Krampung 45 Surabaya
Telp. : (0341) 331788
Fax. : (0341) 333122

Matahari Royal Plaza Surabaya
Jl. Kyai Tamin Kompleks Pasar Besar
Malang
Telp. : (031) 8271290-91
Fax. : (031) 8271281

Matahari Sidoarjo Town Square
Jl. Ahmad Yani No. 16 - 18, Lt. Ground
Telp. : (031) 58204743
Fax. : (031) 58204745

Matahari City Of Tomorrow
Up Ground, Surabaya 60231
Telp. : (031) 58251298
Fax. : (031) 58251003

Matahari Mall Of Kediri
Jl. Hasanuddin No. 2 Rt. 22 Rw. 6
Balowerti Kediri, Jatim
Telp. : (0354) 673900-01
Fax. : (0354) 673902

Matahari Madiun
Jl. Pahlawan No. 38 - 40, Madiun
Telp. : (0351) 499180, 499185, 499186,
Fax. : (0351) 499181

JAWA TIMUR

Matahari Gresik
Jl. Veteran 1 Kel. Sidomoro
Kec. Kebomas. Kab. Gresik
Telp. : (031) 3973355
Fax. : (031)3973351

Matahari Supermall Pakuwon
Komp. Perumahan Pakuwon Indah
Kel. Lontar, Kec. Lakarsanti, Surabaya
Telp. : (031) 7390333, 7390313-15
Fax. : (031) 7390322

Matahari Tunjungan Plaza
Jl. Basuki Rachmat No 8 - 12, Surabaya
Telp. : (031) 5468236-38, 5468220
Fax. : (031) 5468188

Matahari Sidoarjo
Jl. Gajah Mada No. 120 Sidoharjo
Telp. : (031) 8921756, 8968080
Fax. : (031) 8962132

Matahari Jember
Jl. Diponegoro No. 66, Jember
Telp. : (0331) 482447
Fax. : (0331) 482087

Matahari Galeria Delta Surabaya
Jl. Pemuda No. 31- 37, Surabaya
Telp. : (031) 5316109, 5316112
Fax. : (031) 5316837

BALI

Matahari Mall Bali Galeria
Jl. By Pass Ngurah Rai, Bali
Telp. : (0361) 758540-41
Fax. : (0361) 758526

Matahari Duta Plaza
Jl. Dewi Sartika No. 4-G Denpasar, Bali
Telp. : (0361) 237364-65
Fax. : (0361) 246493

Matahari Kuta Square
Jl. Ciung Wanara No. 1 Kuta, Bali
Telp. : (0361) 757588-89, 757590
Fax. : (0361) 757587

Matahari Lippo Mall Kuta
Jl. Kartika Plaza Lingkungan Segara, Kuta
Telp. : (0361) 8978088
Fax. : (0361) 8978062

INDONESIA BAGIAN TIMUR

MATAHARI AMBON CITY CENTER
Ambon City Centre
Jl. Wolter Monginsidi Negeri Passo
Kec. Teluk Ambon Baguala Ambon
Telp. : (0911)361724-26
Fax. : (0911) 361778

MATAHARI JAYAPURA MALL
Jl. Sam Ratulangi - Jayapura 99112
Telp. : (0967) 5150 242
Fax. : (0967) 5150 241

MATAHARI PASSO AMBON
Jl. Sam Ratulangi No. 126 Ambon
Telp. : (0911) 347493-94
Fax. : (0911) 348850

SUMATERA

Matahari Mal Mandau City
Jl. Jend Sudirman Kav. 109
Kompl. Duri Indah Raya Kel. Babusalam
Kec Mandau. Duri Riau
Telp. : (0765) 597442
Fax. : (0765) 597451

Matahari Medan Fair
Plaza Medan Fair Lt. 3
Jl. Gatot Subroto No. 30
Medan 20114
Telp. : (061) 4140052
Fax. : (061) 4140051

Matahari Ciputra Seraya Pekanbaru
Jl. Riau No. 58 Kec. Senapelan
Pekanbaru 28145
Telp. : (0761) 868500, 868700
Fax. : (0761) 868600

Matahari Ska Pekanbaru
Komplek Sentral Komersial Arengka
Jl. Sukarno Hatta - Tuanku Tambusai
Pku 28294
Telp. : (0761) 864031-32
Fax. : (0761) 864034

Matahari Mega Mall Batam
Jl. Engku Putri Batam Center
Telp. : (0778) 470122, 470123
Fax. : (0778) 470140

Matahari Grand Palladium
Jl. Kapt. Maulana Lubis No. 8
Medan 20112
Telp. : (061) 4512411
Fax. : (061) 4511944

Matahari Nagoya Hill Batam
Komp.super Block Nagoya Hill
Jl. Teuku Umar, Nagoya - Batam 29444
Telp. : (0778) 7493555, 7493556
Fax. : (0778) 7493505

Matahari Binjai
Jl. Soekarno Hatta No. 14
Binjai 20731, Sumatera Utara
Telp. : (061) 8826942,8821750
Fax. : (061) 8828862

Matahari Basko Padang
Jl. Prof.dr. Hamka No.2A
Padang 25132
Telp. : (0751) 4488877
Fax. : (0751) 4488879

Matahari Kepri Batam
Jl. Jend, Sudirman Simpang Muka Kuning
Kel. Sukajadi, Kec. Batam
Kota, Batam Kepri
Telp. : (0778) 7490007-09
Fax. : (0778) 7490003

Matahari Hermes Palace Mall
Jl. Hasan Dek, Kel. Beurawe
Kec. Kuta Alam, Banda Aceh 23124
Telp. : (0651) 636661-62
Fax. : (0651) 636667

Matahari Medan Thamrin
Jl. Thamrin No. 75, Medan
Telp. : (061) 7362342, 7357231
Fax. : (061) 7366983

Matahari Plaza Citra Pekanbaru
Jl. Pepaya No. 78, Pekanbaru
Telp. : (0761) 28412, 28415
Fax. : (0761) 28416

Matahari Medan Mall
Jl. Mt-Haryono No. 8-9 Medan
Telp. : (061) 4565453, 4564731
Fax. : (061) 4158577

Matahari International Plaza Palembang
Jl. Jend Sudirman No. 147, Palembang
Telp. : (0711) 350519, 362890
Fax. : (0711) 360283

Matahari Angso Dua Jambi
Jl. Gatot Subroto No. 53, Jambi
Telp. : (0741) 7550512, 7550811,
7550813,
Fax. : (0741) 7550511

Matahari Central Plaza Lampung
Jl. Kartini No. 21 Tj. Karang - Lampung
Telp. : (0721) 242825-26
Fax. : (0721) 242827

Matahari Bengkulu
Jl. Putri Gading Cempaka No. 4
Penurunan Bengkulu
Telp. : (0736) 9611096-97
Fax. : (0736) 5611098

Matahari Pxs Palembang
Jl. Pom Ix Rt 30 Rw 09 Kel. Lorok Pakjo,
Kec. Ilir Barat, Palembang
Telp. : (0711) 5649140
Fax. : (0711) 5649122

Matahari Lippo Plaza Jakabaring
Jl. Gubernur H. Bastari
Kel. Silaberanti, Kec. Seberang
Ulu I. Palembang
Telp. : (0711) 5649535

Matahari Opi Mall
Jl. Ga Bastari, Kelurahan 15
Seberang, Ulu I, Jakabaring, Palembang
Telp. : (0711) 5620431
Fax. : (0711) 5620435

Matahari Spr Plaza
Jl. Muh. Yamin, Kel. Kampung Jao
Kec. Padang Barat, Padang
Telp. : (0751) 7535051
Fax. : (0751) 7535050

SULAWESI

Matahari Panakukang Makasar
Mall Panakukang Lt. Dasar & Lt. 1
Jl. Boulevard, Komp.panakukang Mas
Makasar 9222
Telp. : (0411) 424185-86
Fax. : (0411) 424174

Matahari Lippo Mall Kendari
Jl. Mt. Haryono. Kendari
Fax. : (0401) 3196662

Matahari Mega Mall Manado
Jl. Piere Tendean Boulevard Manado
Telp. : (0431) 879434-35
Fax. : (0431) 879432

Matahari Palu
Jl. Cumi-Cumi No. 77, Bumi Bahari
Palu, Sulawesin Tengah
Telp. : (0451) 4134505
Fax. : (0451) 4134497

Matahari Kendari
Jl. Sao-Sao Saranani Kel. Bende
Kendari Kp.93117, Sulawesi Tenggara
Telp. : (0401) 3191913
Fax. : (0401) 3194270

Matahari Mall Ratu Indah Makasar
Jl. Dr. Sam Ratulangi No.35
Makassar 90132, Sulawesi Selatan
Telp. : (0411) 834363-64
Fax. : (0411) 831570

Matahari Palopo City Market
Jl. Sam Ratulangi No.78 Kompleks Palopo
City Market Kel, Salo Bulo, Kec. Wara
Utara, Kota Palopo Sulawesi Selatan
Telp. : (0471) 327060
Fax. : (0471) -327144

Matahari Manado Town Square
Kawasan Manado Town Square (Mantos)
Jl. Piere Tendean Boulevard Manado
Sulawesi Utara 95113
Telp. : (0431) 8882804, 8882085
Fax. : (0431) 8882820

Matahari Gorontalo
Business Park Gorontalo
Jl. Hos Cokroaminoto (Jl. Aloe Saboe)
Gorontalo
Telp. : (0435) 8592566
Fax. : (0435) 827199

Matahari Gtc Tanjung Bunga Makasar
Mall Gtc
Jl. Metro Tanjung Bunga Lt. Ug & 1
Makasar 90134
Telp. : (0411) 8114297
Fax. : (0411) 8114105

Matahari Manado Trade Center
Kawasan Mega Mas Gedung Mega Trade
Center Lt. 1
Jl. Piere Tendean Manado Sulawesi
Utara
Telp. : (0431) 8819441
Fax. : (0431) 8819439

KALIMANTAN

Matahari Palangkaraya
Jl. Yos Sudarso No. 57 Palangkaraya
Telp. : (0536) 4200060/61
Fax. : 4200055

Matahari Ahmad Yani Pontianak
Jl. Ahmad Yani, Pontianak 78122
Telp. : (0561) 761325, 761326
Fax. : (0561) 761555

Matahari Q Mall Banjarbaru
Jl. A. Yani Km 36,7 Banjarbaru
Telp. : (0511) 4770093
Fax. : (0511) 4770092

Matahari Banjarmasin
Jl. Achmad Yani Pal 2, Duta Mall,
Banjarmasin Kp. 70232
Telp. : (0511) 4365551-52
Fax. : (0511) 4364584

Matahari Mulia Plaza Samarinda
Jl. Bhayangkara No. 58 Samarinda
Telp. : (0541) 7770856-57
Fax. : (0541) 7770854

Matahari Balikpapan Superblok
Jl. Jendral Sudirman No. 47
Kalimantan Timur 76114
Telp. : (0542) 7586777
Fax. : (0542) 7586776

Matahari Lembuswana Samarinda
Mal Lembuswana Lt.1 No. 1
Jl. M Yamin / S. Parman, Samarinda
Telp. : (0541) 205079, 205083-84
Fax. : (0541) 205085

Matahari Pontianak
Jl. Urip Sumoharjo Pontianak
Telp. : (0561) 769013, 769014
Fax. : (0561) 764488

Matahari Balikpapan
Jl. Jend Sudirman Balikpapan
Kalimantan Timur
Telp. : (0542) 423257, 423377, 424926,
Fax. : (0542) 423327

Matahari Borneo City Mall
Jl. Jend Sudirman Km 1,5
Kel. Mentawa Baru Hulu, Rt. 37, Rw. 38
Ketapang, Sampit
Telp. : (0531) 2065099
Fax. : (0531) 2065111

Matahari Big Mall
Jl. Pangeran Untung Suropati No. 8
Samarinda
Telp. : (0541) 6294730
Fax. : (0541) 6294740

Matahari Mall Balikpapan Baru
Jl. Mt. Haryono
Komplek Balikpapan Baru
Telp. : (0542) 8860781
Fax. : (0542) 8860789

Referensi Peraturan Bapepam-LK No. X.k.6

Bapepam Regulation No. X.K.6 Cross Reference

Referensi Peraturan Bapepam-LK No. X.k.6
Bapepam Regulation No. X.k.6 Cross Refference

No	Kriteria	Penjelasan	Halaman Page	Criteria	Description
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 kepentingaan 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 jumah aset 17. informasi dan rasio keuangan lainnya yang relevan dengan perusahaan dan jenis industrinya	16-17	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. Othe information and financial ratios relevant to the company and its industry.
2	Laporan tahunan wajib memuat informasi mengenai saham yang diterbitkan untuk setiap masa triwulan dalam 2 (dua) tahun buku terakhir (jika ada).	Informasi memuat antara lain: 1. Jumlah saham yang beredar 2. Kapitalisasi pasar 3. Harga saham tertinggi, terendah, dan penutupan 4. Volume perdagangan	307-308	The Annual Report must include information regarding the shares issued for each quarter in the period of 2 (two) financial years (if any)	Information includes: 1. Number of outstanding shares 2. Market capitalization 3. Highest, lowest, and closing share price 4. Trading volume
3	Dalam hal terjadi aksi korpprasi, 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. Taggal pelaksanaan aksi korporasi 2. Rasio stock split, reverse stock, dividen saham, saham bonus, dan penurunan nilai saham. 3. Jumlah saham berdear sebelum dan sesudah aksi korporasi 4. Harga saham sebelum dan sesudah aksi korporasi	118-119	In case of corporate actions such as stock split, reverse stock, stock dividend, bonus shares and shares value reduction, thye stock pricing information reffered to in point 2), shall be added	Information includes: 1. Implementation date of corporate action. 2. Stiock 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

No	Kriteria	Penjelasan	Halaman Page	Criteria	Description
4	Dalam hal perdagangan saham perusahaan dihentikan sementara (suspension) dalam tahun buku, maka laporan tahunan wajib memuat penjelasan mengenai alasan penghentian sementara tersebut		306	In terms of stock trading suspension during the year, the annual report must include an explanation of the reason for the suspension	
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		N/A	In terms of suspension as reffered 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	
III.	**Laporan Dewan Komisaris** **Board of Commissioners Report**				
	Laporan Dewan Komisaris	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)	19-22	Board of Commissioners Report	Information includes: 1. Assessment on the peformance 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).
IV.	**Laporan Direksi** **Board of Directors Report**				
	Laporan Direksi	Informasi memuat antara lain: 1. kinerja perusahaan, yang mencakup antara lain kebijakan strategis, perbandingan antara hasil yang dicapai dengan yang ditargetkan, dan kendala-kendla yang dihadapi perusahaan 2. Gambaran tentang prospek usaha 3. Penerapan tata kelola perusahaan 4. Perubahan komposisi anggota Direksi dan alasan perubahannya (jika ada)	25-30	Board of Directors Report	Information includes: 1. The company's performance, encompassing among others strategic policies, comparison between achievement of results and targets and challenges faced by the company 2. Business prospects 3. Implementation of Good Corporate Governance by the company 4. Changes in the composition of the Board of Directors (if any)
V.	**Profil Perusahaam** **Company Profile**				
1	Profil Perusahaan	Informasi memuat antara lain: nama, alamat nomor telepon, nomor faksimile, alamat surat elektronik (e-mail), dan laman (website) perusahaan dan/atau kator cabang atau kantor perwakilan, yang memungkinkan masyarakat dapat memperoleh informasi mengenai perusahaan	304-305	Company Profile	Information includes: Name, address, telephone, facsimile, email and website and/or branch office or representative office, where the public can obtain information about the company
2	Riwayat singkat perusahaan		8-9	Company in Brief	
3	Kegiatan usaha	Informasi memuat antara lain: 1. kegiatan usaha yang dijalankan perusahaan menurut Anggaran Dasar terakhir 2. Jenis produk dan/atau jasa yang dihasilkan	304	Line of Business	Information includes: 1. Company's line of business as stated in the last Articles of Association 2. Type of products and/or services produced
4	Struktur organisasi perusahaan	Dalam bentuk bagan, paling kurang sampai dengan struktur satu tingkat di bawah Direksi, disertai dengan nama dan jabatan	283-283	Organization Structure	In the form of a chart, at least unti one level below the Board of Directors, along with names and titles
5	Visi dan Misi Perusahaan		12	Vision and Mission	

No	Kriteria	Penjelasan	Halaman Page	Criteria	Description
6	Profil Dewan Komisaris	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)	167-169 284-285	Board of Commissioners profile	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)
7	Profil Direksi	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)	178-181 286-187	Board of Directors Profile	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)
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 Dewann Komisaris dan/atau Direksi yang terakhir dan sebelumnya		N/A	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 reffered in itemnumber 1 letter a, the composirtion has set in annual report is the composition of the last and before of the Board of Commissioners and/or Board of Directors	
9	Jumlah Karyawan	Informasi meliputi antara lain : 1. Jumlah Karyawan berdasarkan aspek pendidikan 2. Pelatihan karyawan yang telah dilakukan	76-83	Number of Employee	Information includes: 1. Number of employees based on education 2. Competency Development for Employees
10	Uraian tentang nama pemegang saham dan presentase kepemilikannya pada akhir tahun buku	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 masung-masing memiliki kurang dari 5% saham Emiten atau Perusahaan Publik	308	Description of the name of shareholder and the percentage of its ownership at the end of financial year	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
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		309	Information regarding the major shareholder and the issuer or Public Company Controller both directly or indirectly, which is presented in form of scheme or chart	

No	Kriteria	Penjelasan	Halaman Page	Criteria	Description
12	Entitas anak, Perusahaan Asosiasi, Perusahaan Ventura	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	N/A (305)	Subsidiaries, associated company, joint venture	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
13	Kronologis pencatatan saham dan perubahan jumlah saham dari awal hingga akhir tahun buku serta nama Bursa Efek dimana saham perusahaan dicatatkan		305,308	Share listing chronology and the changes of the total shares where the shares are listed	
14	Kronologis Pencatatan Efek lainnya dan Peringkat Efek (jika ada)		N/A (308)	Listing chronology of other securities and securities rating (if any)	
15	Nama dan Alamat Perusahaan pemeringkat Efek (jika ada)		N/A	Name and address of the rating Agency (if any)	
16	Lembaga dan/atau profesi penunjang pasar modal	Informasi meliputi antara lain: 1. Nama dan Alamat lembaga 2. Jasa yang diberikan 3. Fee 4. Periode penugasan yang dilakukan	187,304	Capital market supporting institutions	Information includes: 1. Name and address 2. Type of Service 3. Fee 4. Period of duty
17	Penghargaan dan sertifikasi yang diterima perusahaan baik yang berskala nasional maupun internasional dalam tahun buku terakhir (jika ada)		298-300	Awards and certification received by the company, both national and international levels during the year (if any)	
VI.	**Analisis dan Pembahasan Manajemen** **Management Discussion and Analysis**				
1	Tinjauan operasi per segmen operasi sesuai dengan jenis industri Emiten atau Perusahaan Publik	Informasi meliputi antara lain: 1. Produksi, yang meliputi proses. Kapasitas, dan perkembangannya 2. Pendapatan 3. Profitabilitas	96	Review of operations per business segments in accordance with the type of industry or Public Company	Information includes: 1. Production, including process, capacity, and its development 2. Revenues 3. Profitability
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	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	107-115	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	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
3	Kemampuan membayar utang dengan menyajikan perhitungan rasio yang relevan		114,116	Ability to pay debts by presenting relevant calculation ratio	
4	Tingkat kolektibilitas piutang perusahaan dengan menyajikan perhitungan rasio yang relevan		116	Receivables collectability level by presenting the relevant calculation ratio	
5	Struktur permodalan dan kebijakan manajemen atas struktur permodalan tersebut		113	Discussion of capital structure and capital structure policy	
6	Bahasan mengenai ikatan yang material untuk investasi barang modal	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	115	Discussion of material commitments for capital expenditure	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
7	Informasi dan fakta material yang terjadi setelah tanggal laporan akuntan		118	Material information and facts subsequent to the date of the accountant's report	
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		136-155	Business prospects of the companyin relation to the industry and the economy in general, with supporting quantitative data from the reliable sources	

No	Kriteria	Penjelasan	Halaman Page	Criteria	Description
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 inportant for the company	
11	Aspek pemasaran atas produk dan jasa perusahaan	Informasi meliputi antara lain: 1. Strategi Perusahaan 2. Pangsa pasar	65-68	Marketing aspects of company's products and services	Information includes: 1. Marketing strategy 2. Market shares
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	132-134	Dividend	Information includes: 1. Dividend policy 2. Dates as well as the total dividend per share (cash and/or non cash) 3. Total dividend per year declared or paid for the last 2 (two) years
13	Realisasi penggunaan dana hasil penawaran umum	Informasi meliputi antara lain: 1. Dalam hal selama tahun buku, Emiten memiliki kewajiban menyampaikan laporan realisasi penggunaan dana, maka wajib diungkapkan realisasi penggunaan dana hasil penawaran umum secara kumulatif sampai dengan akhir tahun buku 2. Dalam hal terdapat perubahan penggunaan dana sebagaimana diatur dalam Peraturan Nomor X.K.4, maka Emiten wajib menjelaskan perubahan tersebut	118	Use of the proceeds from the public offering	Information includes: 1. In case during the financial year, Issuers has an obligation to report the realization of the use of funds, the realization of the use of funds from public offering until the end of financial year must be disclosed in cumulative. 2. In case of changes in the use of funds as stipulated in Regulation No. X.K.4, then the Issuer must state the changes
14	Informasi material antara lain mengenai investasi, ekspansi, divestasi, penggabungan/peleburan usaha, akuisisi, restrukturisasi utang/modal. Transaksi afiliasi, dan transaksi yang mengandung benturan kepentingan yang terjadi pada tahun buku (jika ada)	Informasi meliputi antara lain: 1. Tanggal, nilai, dan obyek transaksi 2. Nama pihak yang bertransaksi 3. Sifat hubungan afiliasi (jika ada) 4. Penjelasan mengenai kewajaran transaksi 5. Pemenuhan ketentuan terkait	119	Material information, regarding investment, expansion, divestment, business merger/ fusion, acquisition restructuring of debt/capital , affiliated transactions involving a conflict of interest during the year (if any)	Information includes: 1. Date, Value, and object of transaction 2. Name of party in transaction 3. Nature of the affiliation (if any) 4. Clarification of the transaction fairness 5. Compliance with the related provisions
15	Perubahan peraturan perundang-undangan yang berpengaruh siginifikan terhadap perusahaan dan dampaknya terhadap laporan keuangan (jika ada)	Apabila tidak terdapat perubahan peraturan perundang-undangan yang berpengaruh signifikan agar diungkapkan	118	Changes in the regulation that significantly affect the company and its impact on the financial report (if any)	If there are no changes that have a significant impact, this should be stated
16	Perubahanj kebijakan akuntansi, alasan dan dampaknya terhadap laporan keuangan (jika ada)		N/A	Changes in accounting policy, reasons and its impact on the financial report (if any)	
VII.	**Tata Kelola Perusahaan** **Good Corporate Governace**				
1	Dewan Komisaris	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 pelaksanannya, tentang frekuensi rapat Dewan Komisaris, termasuk rapat gabungan dengan Direksi, dan tingkat kehadiran anggota Dewan Komisaris dalam rapat	167-169,178	Board of Commissioners	Information includes: 1. Description of the Board of Commssioners' duty 2. Disclosure of the procedure, basis for determining, and the amount of the remuneration for Board of Commssioners members 3. Disclosure of the company's policy and the implementation regarding the meeting frequency of the Board of Commssioners, includes joint meeting with the Board of Directors and the members' attendance rate

No	Kriteria	Penjelasan	Halaman Page	Criteria	Description
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 pelaksanannya, 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)	178-181	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 o the company's policy relating to the assessment of the Board of Directors' performance (if any)
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	170-176 295-296	Audit Committee	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
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.	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	184-186	Other committee to support the functions and duties of the Board of Directors and/or Board of Commissioners, such as nomination and remuneration committee	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

No	Kriteria	Penjelasan	Halaman Page	Criteria	Description
5	Sekretaris Perusahaan	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 5. uraian singkat pelaksanaan tugas sekretaris perusahaan pada tahun buku	188-189,292	Corporate Secretary	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
6	Audit Internal	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	193-195,297	Internal Audit	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
7	Sistem Pengendalian Interen yang diterapkan oleh perusahaan	Informasi meliputi antara lain: 1. Pengendalian keuangan dan operasional, serta kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan lainnya 2. Reviu atas efektivitas sistem pengendalian interen	195	Internal Control System inplemented by the company	Information includes: 1. Financial and operational controlling, and submission to other laws and regulation 2. Review of the effectiveness of the internal control system
8	Sistem manajemen risiko yang diterapkan oleh perusahaan	Informasi meliputi antara lain: 1. gambaran umum mengenai sistem manajemen risiko perusahaan 2. Jenis risiko dan cara pengelolaannya 3. Reviu atas efektivitas sistem manajemen risiko perusahaan	192-193	Risk management system implemented by the company	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
9	Perkara penting yang dihadapi oleh Emiten atau Perusahaan Publik, entitas anak, anggota Dewan Komisaris dan Direksi yang sedang menjabat	Informasi meliputi antara lain: 1. Pokok perkara/gugatan 2. Status penyelesaian perkara/gugatan 3. Pengaruhnya terhadap kondisi perusahaan	N/A (198)	Significant cases involving the Company, or Public Company, subsidiaries, or incumbent members of the Board of Commissioners and/or Board of Directors	Information includes: 1. Subject of cases/claims 2. Settlement status of cases/claims 3. Effect on the company
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)		N/A	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)	
11	Informasi mengenai kode etik dan budaya perusahaan (jika ada)	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	190-191	Information regarding the Company's code of conduct and culture (if any)	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
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)		199	Description regarding share ownership program by employee and/or management implemented by Issuer or Public Companies, such as total, period, requirements of eligible employees/management, as well as the exercise price (if any)	

No	Kriteria	Penjelasan	Halaman Page	Criteria	Description
13	Uraian mengenai sistem pelaporan pelanggaran (whistleblowing system) di Emiten atau Perusahaan Publik yang dapat merugikan perusahaan maupun pemangku kepentingan (jika ada)	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	196-198	Description regarding whistleblowing systems in the company regarding the violation that could harm the company or stakeholders (if any)	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
VII.	**Tanggung Jawab Sosial Perusahaan** **Corporate Social Responsibility**				
1	Bahasan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan meliputi kebijakan, jenis program, dan biaya yang dikeluarkan	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	202-212	Discussion regarding corporate social responsibility including policy, type of programs, and the cost incurred	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 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)		N/A	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	
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		217-278	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	

No	Kriteria	Penjelasan	Halaman Page	Criteria	Description
VIII.	**Tanda Tangan Dewan Komisari 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 ynag lain dalam hal tidak terdapat penjelasan tertulis dari yang bersangkutan	214	Signature of the Board of Commissioners and the Board of Directors	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.

PT Matahari Department Store Tbk
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

www.matahari.co.id

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Inspired by Lifestyle.
Driven by Innovation

2014 I LAPORAN TAHUNAN ANNUAL REPORT