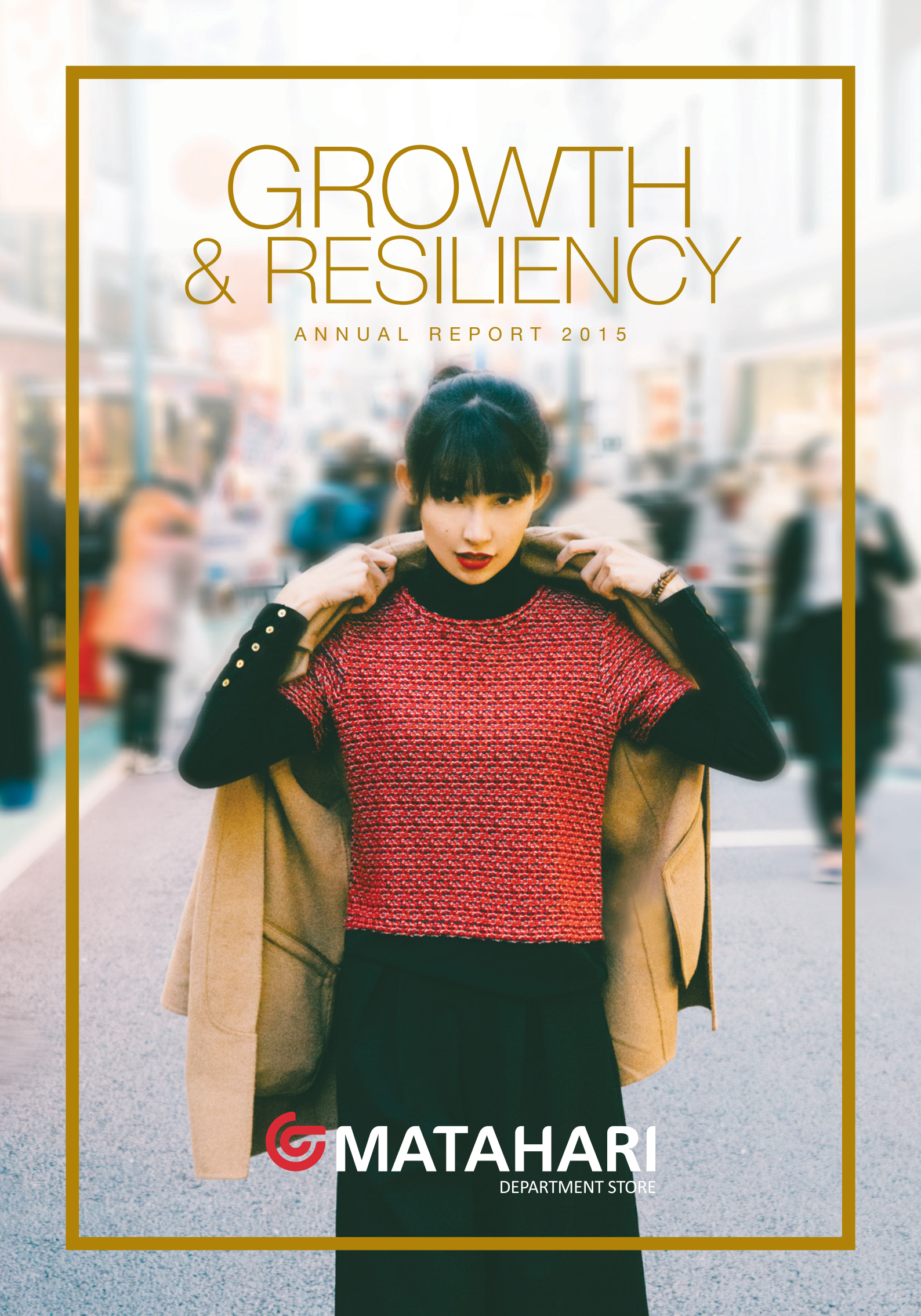
GROWTH & RESILIENCY

ANNUAL REPORT 2015



MATAHARI
DEPARTMENT STORE



PERTUMBUHAN DAN KETAHANAN

GROWTH AND RESILIENCY

Di tengah kondisi ekonomi makro yang menantang di tahun 2015, Matahari berhasil untuk terus bertumbuh secara berkelanjutan dan menguntungkan. Ketangguhan bisnis usaha Matahari di masa menantang ini didukung oleh hubungan yang erat dengan pelanggan. Dengan menjaga kedekatan kami dengan pelanggan, Matahari dapat mengidentifikasi dan meraih peluang pertumbuhan di dalam pasar.

Meskipun pertumbuhan ekonomi melambat, perubahan fundamental masyarakat terus berlanjut, didorong oleh peningkatan kesejahteraan dan stabilitas ekonomi bagi jutaan penduduk Indonesia yang kini tergabung di dalam segmen kelas menengah yang berkembang pesat. Rekam jejak Matahari yang tak tertandingi dalam menyediakan produk modis dan berkualitas dengan harga terjangkau untuk konsumen modern Indonesia telah memposisikan Matahari sebagai *department store* pilihan Indonesia.

> "KETANGGUHAN BISNIS USAHA MATAHARI DI MASA MENANTANG INI DIDUKUNG OLEH HUBUNGAN YANG ERAT DENGAN PELANGGAN."

In the challenging macroeconomic environment of 2015, Matahari continued to deliver sustainable, profitable growth. Matahari's resilience in adversity is powered by the strength of our bond with the people we serve. By staying close to our customers, we have been able to identify and successfully engage with growth opportunities in the market.

Even as the economy has slowed, a fundamental transformation of society has continued, driven by a steady rise in affluence and economic security for millions of Indonesians as they join the rapidly expanding middle class. Our unrivalled track record of delivering stylish, aspirational, value-for-money merchandise to this growing market of modern Indonesian consumers has positioned Matahari as Indonesia's preferred department store.

SUSUNAN DAFTAR ISI

TABLE OF CONTENT













8 **SEKILAS PERUSAHAAN**
THE COMPANY AT A GLANCE

11 **MARS MATAHARI**
THE MATAHARI MARCH SONG

13 **FILOSOFI MATAHARI**
THE MATAHARI PHILOSOPHIES

14 **VISI & MISI**
VISION & MISSION

16 **TONGGAK SEJARAH PERUSAHAAN**
COMPANY MILESTONES

20 **IKHTISAR KEUANGAN**
FINANCIAL HIGHLIGHTS

22 **LAPORAN DEWAN KOMISARIS**
REPORT FROM THE BOARD OF COMMISSIONERS

28 **LAPORAN DIREKSI**
REPORT FROM THE BOARD OF DIRECTORS

36 **LAPORAN TIM MANAJEMEN**
REPORT FROM THE BOARD OF MANAGEMENT

42 **TINJAUAN BISNIS**
BUSINESS OVERVIEW

44 **TINJAUAN INDUSTRI**
INDUSTRY OVERVIEW

46 TINJAUAN INDUSTRI RITEL DI INDONESIA
OVERVIEW OF THE RETAIL INDUSTRY IN INDONESIA

47 TINJAUAN SEGMEN PASAR *DEPARTMENT STORE* DI INDONESIA
OVERVIEW OF THE DEPARTMENT STORE SEGMENT IN INDONESIA

49 Persaingan Pasar
Competition

49 TREN RITEL INDONESIA YANG MEMBERIKAN DAMPAK PADA SEGMEN *DEPARTMENT STORE*
RETAIL TRENDS THAT EFFECT THE DEPARTMENT STORE SEGMENT IN INDONESIA

49 Pertumbuhan Belanja Konsumen yang Kuat dan Berkelanjutan
Strong and Sustainable Growth in Consumer Spending

50 Percepatan Ekspansi Infrastruktur Ritel Modern Di Kota-Kota Menengah Di Indonesia
Expanding the Modern Retail Infrastructure in Second-Tier Cities in Indonesia

50 Meningkatnya Popularitas Produk-Produk Ekslusif
Increasing Popularity of Exclusive Products

50 Meningkatnya Persaingan Terutama Di Antara Peritel Dengan Sasaran Konsumen Berpendapatan Menengah Atas Di Kota-Kota Besar Di Indonesia
Increasing Competition Among Retailers Targeting the Upper-Middle and High Income Customers in Big Cities in Indonesia

53 PROSPEK
PROSPECTS

54 TINJAUAN OPERASIONAL
OPERATIONAL OVERVIEW

58 GERAI
STORES
58 Jaringan Ritel
Retail Network
59 Perluasan dan Ekspansi Gerai Baru
New Store Expansions
63 Desain Gerai
Store Design
64 Perbaikan Berkesinambungan pada Gerai yang Ada
Ongoing Improvement of Existing Stores
65 Inisiatif 2015
2015 Initiatives
66 Melihat ke Depan
Looking Ahead

67 LOGISTIK PEMBELIAN DAN DISTRIBUSI
PURCHASING AND DISTRIBUTION LOGISTICS
67 Pembelian
Purchasing
69 Distribusi
Distribution

71 PEMASARAN
MARKETING
71 Iklan dan Promosi
Advertising and Promotion

75 PELAYANAN KONSUMEN
CUSTOMER SERVICE

76 MATAHARI CLUB CARD
MATAHARI CLUB CARD

78 TINJAUAN FUNGSIONAL
FUNCTIONAL OVERVIEW

80 TEKNOLOGI INFORMASI
INFORMATION TECHNOLOGY
80 Sistem Merchandising Retek
Retek Merchandising System
80 Sistem Akutansi Oracle Financial Accounting
Oracle Financial Accounting System
80 Sistem Sentra Distribusi Manhattan
Manhattan Distribution Centre System
81 Pusat Penanggulangan Bencana
Disaster Recovery Centre

82 SUMBER DAYA MANUSIA
HUMAN RESOURCES
82 Penataan Penempatan Karyawan
Staffing
87 Pelatihan dan Suksesi Karyawan
Employee Training and Succession
92 Kepuasan dan Kesetiaan Karyawan
Employee Satisfaction and Retention
93 Manajemen Kinerja
Managing Performance
93 Hubungan Karyawan
Employee Relations

96 PEMBAHASAN DAN ANALISA MANAJEMEN
MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS

98 KINERJA KEUANGAN
FINANCIAL REVIEW

100 SEKILAS MATAHARI
OVERVIEW OF MATAHARI

100 PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN
MEASUREMENTS OF FINANCIAL PERFORMANCE
104 Penjualan Kotor
Gross Sales
104 Penjualan Barang Dagangan
Merchandise Sales
104 Rekonsiliasi Antara Pendapatan Bersih dengan Penjualan Kotor
Reconciliation of Net Revenue and Gross Sales
105 Komponen Penjualan Barang Dagangan
Components of Merchandise Sales
106 Penjualan Barang Dagangan Menurut Segmen Geografis
Merchandise Sales by Geographical Segmentation
108 Beban Usaha yang Disesuaikan
Adjusted Operating Expenses
109 Rekonsiliasi antara Laba Bersih dengan EBIT yang Disesuaikan, EBITDA yang Disesuaikan dan EBITDAR yang Disesuaikan
Reconciliation of Net Profit with Adjusted EBIT, EBITDA and EBITDAR
110 EBITDAR yang Disesuaikan dan Marjin EBITDAR yang Disesuaikan
Adjusted EBITDAR and EBITDAR Margin
111 EBITDA yang disesuaikan dan Marjin EBITDA yang Disesuaikan
Adjusted EBITDA and EBITDA Margin
111 EBIT dan Marjin EBIT yang Disesuaikan
Adjusted EBIT and EBIT Margin
112 Pertumbuhan Penjualan pada Gerai yang Sama (SSSG)
Same-Store Sales Growth (SSSG)
113 Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel
Merchandise Sales Per Square Meter Retail Space

114 DASAR PERSIAPAN LAPORAN KEUANGAN
BASIS OF FINANCIAL REPORT

114 URAIAN DARI BARIS AKUN TERPILIH DI DALAM LAPORAN LABA RUGI
DESCRIPTION OF SELECTED LINE ITEMS IN THE STATEMENT OF PROFIT OR LOSS
115 Pendapatan Bersih
Net Revenue
115 Penjualan Ritel
Retail Sales
115 Penjualan Konsinyasi Bersih
Consignment Net Sales
115 Pendapatan Jasa
Service Fee
115 Beban Pokok Pendapatan
Cost of Revenue
115 Laba Kotor
Gross Profit













115 Beban Usaha
Operating Expenses
116 Keuntungan/(Kerugian) Lainnya–Bersih
Other Gains/(Losses)-Net
116 Penghasilan Keuangan
Finance Income
116 Biaya Keuangan
Finance Cost

117 PERBANDINGAN HASIL KINERJA USAHA TAHUN 2014 DAN 2015
COMPARISON OF THE RESULTS OF OPERATIONS IN 2014 AND 2015
117 Pendapatan Bersih
Net Revenue
117 Beban Pokok Pendapatan
Cost of Revenue
118 Laba Kotor
Gross Profit
119 Beban Usaha
Operating Expenses
119 Keuntungan/(Kerugian) Lainnya-Bersih
Other Gains/(Losses)-Net
119 Biaya Keuangan
Finance Cost
119 Biaya Keuangan-Bersih
Finance Expense–Net
120 Laba Sebelum Pajak Penghasilan
Profit Before Income Tax
120 Beban Pajak Penghasilan
Income Tax Expenses
120 Laba Bersih
Net Profit

120 LAPORAN POSISI KEUANGAN
STATEMENT OF FINANCIAL POSITION
120 Aset
Assets
121 Aset Lancar
Current Assets
121 Aset Tidak Lancar
Non-Current Assets
121 Kewajiban
Liabilities
122 Kewajiban Lancar
Current Liabilities
122 Kewajiban Tidak Lancar
Non-Current Liabilities
122 Ekuitas
Equities

123 STRUKTUR MODAL
CAPITAL STRUCTURE

124 SOLVABILITAS
SOLVENCY

124 KOMITMEN & LIABILITAS KONTINJENSI
COMMITMENTS & CONTINGENT LIABILITIES
124 Komitmen
Commitments
124 Liabilitas Kontinjensi
Contingent Liabilities

124 BELANJA MODAL
CAPITAL EXPENDITURE

125 PERPAJAKAN
TAXATION

125 ANALISIS KEMAMPUAN PERUSAHAAN DALAM MEMBAYAR DAN MENAGIH UTANG PIUTANG
ANALYSIS OF THE COMPANY'S ABILITY TO SERVICE DEBTS AND TO COLLECT ACCOUNTS RECEIVABLE

125 INFORMASI DAN KEJADIAN MATERIAL SETELAH TANGGAL LAPORAN AKUNTAN
MATERIAL INFORMATION AND EVENTS THAT OCCURRED AFTER THE ACCOUNTANT'S REPORT'S FILING DATE

125 INFORMASI YANG BERKAITAN DENGAN TRANSAKSI AFILIASI
INFORMATION RELATED TO AFFILIATED TRANSACTIONS

128 REALISASI PENGGUNAAN DANA HASIL PENAWARAN UMUM TERBATAS
REALISATION OF ALLOCATED FUNDS ACQUIRED FROM LIMITED PUBLIC OFFERING

128 PERUBAHAN HUKUM DAN PERATURAN
CHANGES IN STATE LAW AND REGULATION

128 AKSI KORPORASI
CORPORATE ACTIONS

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

129 KEBIJAKAN DIVIDEN
DIVIDEND POLICY

130 PEMBAYARAN DIVIDEN
DIVIDENDS PAYMENT

133 RISIKO USAHA
BUSINESS RISKS

133 FAKTOR PENTING YANG MEMPENGARUHI HASIL OPERASIONAL PERUSAHAAN
KEY FACTORS AFFECTING THE COMPANY'S OPERATIONAL RESULTS
133 Keadaan Pasar Ritel Indonesia dan Kondisi Ekonomi Secara Umum
The State of the Indonesian Retail Market and General Economic Conditions
133 Populasi Pelanggan yang Menjadi Target
Population of Target Customer
134 Produktivitas
Productivity
137 Program Perluasan Usaha
Business Expansion Programmes
138 Kombinasi *Merchandise*
Merchandising Combination
139 Mengendalikan Beban Usaha
Controlling Operating Expenses
140 Inflasi
Inflation
141 Musiman
Seasonality
142 Sebaran Geografis
Geographical Coverage
142 Kompetisi
Competition
143 Pinjaman Bank dan Tingkat Suku Bunga
Bank Lending and Interest Rates











146 **PROSPEK USAHA**
BUSINESS PROSPECTS

148 KEKUATAN
STRENGTH
148 Pemimpin Pasar Ritel dengan Merek Ekslusif
Retail Market Leader with Exclusive Labels
151 Menargetkan Segmen Masyarakat Pendapatan Menengah Yang Besar dan Bertumbuh
Targeting the Growing Middle Income Customer Segment
152 Jaringan Gerai Terluas di Indonesia Didukung Oleh Infrastruktur Logistik yang Efisien
Largest Retail Network in Indonesia Supported by Efficient Logistics Infrastructure
152 Model Bisnis yang Mudah Disesuaikan Untuk Pertumbuhan Pesat
Scalable Business Model Easily Adjusted for Rapid Growth
154 Kombinasi Barang Dagangan yang Dipengaruhi oleh Konsumen
Consumer-Driven Merchandise Mix
156 Optimalisasi Kegiatan Operasional Gerai yang Mendorong Pengalaman Berbelanja yang Menginsipirasi dan Atraktif
Optimising Store Operations for Attractive and Inspiring Shopping Experience
158 Meningkatkan Fokus pada Pelayanan Pelanggan
Increasing the Focus on Customer Service
158 Karyawan yang Berdedikasi dan Manajemen yang Berpengalaman
Dedicated Employee and Experienced Management Team

159 STRATEGI
STRATEGIES
160 Ekspansi Gerai yang Berkesinambungan dan Pesat di Seluruh Indonesia
Rapid and Sustainable Store Expansions in Indonesia
162 Optimalisasi Lanjutan dari Produktivitas Gerai
Greater Optimisations from Store Productivity
165 Tetap Berfokus pada Efisiensi Operasional dan Peningkatan Pemanfaatan Aset
Continued Focus on Operational Efficiencies and Increased Utilisations on Company Assets
166 Memperkuat dan Menanamkan Budaya Perusahaan yang Berorientasi pada Pelanggan
Strengthening and Inculcating a Customer-Oriented Company Culture

167 PROSPEK USAHA
BUSINESS PROSPECTS

168 **TINJAUAN TATA KELOLA PERUSAHAAN**
CORPORATE GOVERNANCE OVERVIEW

170 **STRUKTUR TATA KELOLA**
GOVERNANCE STRUCTURE

170 PRAKTIK TATA KELOLA
GOOD GOVERNANCE PRACTISES

173 STRUKTUR TATA KELOLA PERUSAHAAN
CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE

175 RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM
GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

180 DEWAN KOMISARIS
BOARD OF COMMISSIONERS
180 Struktur dan Keanggotaan
Structure and Members
181 Tugas dan Tanggung Jawab
Duties and Responsibilities
181 Rapat Dewan Komisaris
Board of Commissioners' Meetings
182 Rapat Dewan Komisaris dan Direksi
Meetings Between the Board of Commissioners and Board of Directors

183 KOMITE DI BAWAH DEWAN KOMISARIS
COMMITTEE(S) UNDER THE BOARD OF COMMISSIONERS
183 Komite Audit
Audit Committee
186 Laporan Komite Audit
Audit Committee Report
191 Komite Nominasi & Remunerasi
Remuneration & Nomination Committees

192 PENILAIAN KINERJA ANGGOTA DEWAN KOMISARIS & DIREKSI
PERFORMANCE ASSESSMENTS OF THE MEMBERS OF THE BOARD OF COMMISSIONERS & DIRECTORS

192 KEBIJAKAN REMUNERASI BAGI ANGGOTA DEWAN KOMISARIS & DIREKSI
REMUNERATION POLICIES FOR MEMBERS OF THE BOARD OF COMMISSIONERS & DIRECTORS

193 DIREKSI
BOARD OF DIRECTORS
194 Struktur dan Keanggotaan
Structure and Members
194 Tugas dan Tanggung Jawab
Duties and Responsibilities
195 Rapat Direksi
Board Meetings

195 TIM MANAJEMEN
BOARD OF MANAGEMENT





196 Struktur dan Keanggotaan
Structure and Members
196 Tugas dan Tanggung Jawab
Duties and Responsibilities

197 KOMITE DI BAWAH DIREKSI
COMMITTEE(S) UNDER THE BOARD OF COMMISSIONERS
197 Komite Real Estate
Real Estate Committee
198 Komite Pemasaran
Marketing Committee
199 Komite Manajemen Risiko
Risk Management Committee

200 AUDIT EKSTERNAL
EXTERNAL AUDIT

200 LEMBAGA PENUNJANG PASAR MODAL
CAPITAL MARKET SUPPORTING INSTITUTION(S)

200 SEKRETARIS PERUSAHAAN
CORPORATE SECRETARY
203 Tugas dan Tanggung Jawab
Duties and Responsibilities
203 Program and Implementasi
Programmes and Implementations

204 SISTEM PENGAWASAN DAN PENGENDALIAN INTERNAL
INTERNAL MONITORING AND CONTROL SYSTEM

204 BUDAYA KORPORASI
CORPORATE CULTURE

204 ETIKA KORPORASI
CORPORATE ETHICS

204 PEDOMAN PERILAKU DAN ETIKA BISNIS
CODE OF CONDUCT

205 MANAJEMEN RISIKO
RISK MANAGEMENT

207 AUDIT INTERNAL
INTERNAL AUDIT
207 Piagam Audit Internal
Internal Audit Charter
208 Struktur Audit Internal
Internal Audit Structure
208 Tugas dan Tanggung Jawab
Duties and Responsibilities
209 Sistem Kontrol Internal
Internal Control System
209 Implementasi Program pada Tahun 2015
Implementation of Programmes in 2015

209 SISTEM WHISTLEBLOWING
WHISTLEBLOWING SYSTEM

211 LITIGASI
LITIGATION

212 AKSES KE INFORMASI
ACCESS TO INFORMATION
212 Media Sosial
Social Media
212 Siaran Pers
Press Conference
212 Hubungan Investor
Investor Relations
212 Informasi Produk
Product Information
212 Pelayanan Pelanggan
Customer Service

213 KEGIATAN KEBERSAMAAN
GATHERINGS

213 KOMUNIKASI INTERNAL
INTERNAL COMMUNICATIONS

213 KEBIJAKAN PINJAMAN
POLICIES ON LOAN

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

213 RENCANA PEMBELIAN OPSI SAHAM
SHARE OPTIONS PURCHASE PLANS

214 TANGGUNG JAWAB SOSIAL
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

216 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERSEROAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

218 **KEKUATAN**
STRENGHTS

219 **KEPEDULIAN TERHADAP LINGKUNGAN**
ENVIRONMENTAL AWARENESS

221 **MENGHARGAI KARYAWAN KAMI**
APPRECIATING OUR EMPLOYEES

222 **PERLINDUNGAN KONSUMEN**
CONSUMER PROTECTION

225 **KESEHATAN & KESELAMATAN KERJA KARYAWAN**
EMPLOYEE HEALTH & SAFETY

225 **PROGRAM PENGEMBANGAN KOMUNITAS**
COMMUNITY DEVELOPMENT PROGRAMMES
225 Pendidikan
Education
226 Kesehatan
Health
226 Donasi Amal
Charitable Donations



227 **PELAYANAN KOMUNITAS YANG DIBERIKAN LANGSUNG OLEH KARYAWAN**
COMMUNITY SERVICES RENDERED DIRECTLY BY EMPLOYEES

228 **SURAT PERNYATAAN ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS LAPORAN TAHUNAN 2015 PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK**
STATEMENT FROM THE BOARD OF COMMISSIONERS AND BOARD OF DIRECTORS VALIDATING THE INFORMATION CONTAINED IN THE 2015 ANNUAL REPORT OF PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK.

230 **LAPORAN KEUANGAN AUDIT**
AUDITED FINANCIAL STATEMENT

296 **DATA PERUSAHAAN**
COMPANY PROFILE

298 **STRUKTUR ORGANISASI**
ORGANISATIONAL STRUCTURE

300 **PROFIL DEWAN KOMISARIS**
PROFILES OF THE BOARD OF COMMISSIONERS

304 **PROFIL DIREKSI**
PROFILES OF THE BOARD OF DIRECTORS

306 **PROFIL TIM MANAJEMEN**
PROFILES OF THE BOARD OF MANAGEMENT

312 **PROFIL KOMITE AUDIT**
PROFILE OF THE AUDIT COMMITTEE

314 **PROFIL KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI**
PROFILE OF THE NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE

315 **PROFIL SEKRETARIS PERUSAHAAN**
PROFILE OF THE CORPORATE SECRETARY

315 **PROFIL KEPALA UNIT AUDIT INTERNAL**
PROFILE OF THE HEAD OF INTERNAL AUDIT UNIT

315 **PROFIL KEPALA HUBUNGAN INVESTOR**
PROFILE OF THE HEAD OF INVESTOR RELATIONS

316 **PENGHARGAAN & SERTIFIKASI**
AWARDS & CERTIFICATES

323 **PERISTIWA PENTING 2015**
EVENT HIGHLIGHTS 2015

324 **INFORMASI LAINNYA**
OTHER INFORMATION

326 **INFORMASI KEPEMILIKAN ATAS SAHAM DAN KEPEMILIKAN SAHAM**
SHARES AND SHAREHOLDING INFORMATION

329 **STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM**
COMPANY HOLDING STRUCTURE

330 **JARINGAN GERAI**
STORES NETWORK

338 **REFERENSI SILANG PERATURAN BAPEPAM-LK NO. X.K.6**
CROSS REFERENCE TO BAPEPAM-LK RULE NO. X.K.6



SEKILAS PERUSAHAAN

THE COMPANY AT A GLANCE

PT Matahari Department Store Tbk ("Matahari" atau "Perseroan") adalah perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang menyediakan perlengkapan *fashion*, aksesori, kecantikan, hingga peralatan rumah tangga dengan harga yang terjangkau. Matahari menghadirkan produk-produk *stylish* berkualitas tinggi serta pengalaman berbelanja yang istimewa, bekerja sama dengan pemasok lokal dan internasional yang terpercaya untuk menawarkan beragam produk terkini dari merek eksklusif dan merek internasional.

Posisi Matahari sebagai *department store* pilihan di Indonesia didukung oleh jajaran merek eksklusif yang diusungnya. Hanya dijual di gerai-gerai Perseroan, merek-merek tersebut secara konsisten berada di antara merek-merek terbaik di Indonesia, memenangkan sejumlah penghargaan terkait desain, kualitas dan nilai, sehingga membuktikan pemahaman Matahari akan kesadaran pelanggannya terhadap nilai sebuah produk.

> "MATAHARI TELAH HADIR DI KANCAH RITEL INDONESIA SELAMA HAMPIR ENAM DEKADE"

Matahari telah hadir di kancah ritel Indonesia selama hampir enam dekade. Gerai pertamanya, yang merupakan toko pakaian untuk anak-anak, dibuka pada 24 Oktober 1958 di Pasar Baru, Jakarta. Sejak itu, Matahari terus berkembang menjadi perusahaan nasional, membuka *department store* modern pertama di Indonesia pada tahun 1972 dan mendirikan basis konsumen setia di seluruh Indonesia. Dengan jaringan 142 gerai di 66 kota, Matahari menyediakan lapangan pekerjaan bagi 50.000 orang di

PT Matahari Department Store Tbk ("Matahari" or "Company") is Indonesia's foremost retailer of affordable fashion, accessories, beauty and homeware. Matahari delivers a compelling proposition of stylish merchandise, outstanding value and an exceptional shopping experience, partnering with trusted local and international suppliers to offer an unparalleled assortment of fashion-forward exclusive brands and aspirational international labels.

Matahari's position as Indonesia's preferred department store is underpinned by its range of exclusive brands. Sold only in the Company's outlets, they have consistently been ranked among Indonesia's top brands, winning numerous accolades over the years for design, quality and value, and attest to Matahari's deep understanding of its value-conscious customers across the country.

Matahari has been a fixture on Indonesia's retail scene for almost six decades. The first outlet, a children's clothing store, opened on October 24, 1958 in Jakarta's Pasar Baru district. Since then, Matahari has grown to become a nationwide business, opening Indonesia's first modern department store in 1972 and establishing a loyal customer base across the country. With a network of 142 stores in 66 cities, Matahari directly provides employment for over 50,000 people in Indonesia and sources over 80% of



Indonesia dan mendapatkan 80% produk pembelian langsung dan konsinyasi dari sekitar 850 pemasok lokal.

Di tahun 2009, Perseroan melakukan *spin off* dari PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP) untuk membentuk entitas baru, yakni PT Matahari Department Store Tbk (Matahari). 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 yang 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% per 28 Maret 2013. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan profil Perseroan di Indonesia dan seluruh dunia, tetapi juga memperkuat likuiditas perdagangan sahamnya di Bursa Efek Indonesia, memperluas akses pembiayaan dari pasar domestik dan internasional serta meningkatkan potensi dalam memperoleh pengenaan tarif pajak yang lebih rendah sesuai peraturan perpajakan di Indonesia.

Antara Maret 2014 hingga Februari 2015, Asia Color Company Limited mengurangi kepemilikan saham Perseroan, dan per 28 Februari 2015, Asia Color Company tercatat memiliki 2,00% saham Perseroan, sementara PT Multipolar Tbk memiliki 20,48% dan publik 77,52%.

Menyadari potensi perdagangan elektronik / *e-commerce* untuk memperluas usaha Perseroan ke seluruh Indonesia, Matahari melaksanakan hak opsinya untuk membeli 2.631.580 (dua juta enam ratus tiga puluh satu ribu lima ratus delapan puluh) saham PT Global Ecommerce Indonesia (GEI) atau merepresentasikan 2,5% dari total saham GEI. Pada 16 Desember 2015, sehubungan dengan kenaikan modal saham GEI yang telah ditempatkan dan disetor penuh, maka saham GEI yang dimiliki oleh Perseroan terdilusi menjadi 1,99%. Pada tanggal 30 Desember 2015, Perseroan kembali melaksanakan hak opsi untuk membeli 4.404.700 (empat juta empat ratus empat ribu tujuh ratus) saham, sehingga total saham GEI yang dimiliki Perseroan menjadi 7.036.200 atau 5,16% dari total saham GEI. Pada 20 Januari 2016, Perseroan melaksanakan tambahan hak opsi untuk membeli 7.864.075 (tujuh juta delapan ratus enam puluh empat ribu tujuh puluh lima) saham GEI, menjadikan total saham yang dimiliki Perseroan sebesar 10,33%. Saham tersebut kemudian terdilusi menjadi 10% setelah seluruh pemegang hak opsi melaksanakan hak opsinya, sehingga per tanggal 29 Januari 2016, Perseroan memiliki 10% dari total saham GEI.

its direct purchases and consignment products from approximately 850 local suppliers.

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

A public float of Matahari's shares by Asia Color Company Limited and PT Multipolar Tbk in 2013 attracted global attention and expanded public ownership in the Company from 1.85% to 47.35% by March 28, 2013. This action not only significantly raised the Company's profile in Indonesia and abroad, but has also strengthened the liquidity of its share trading on the IDX, expanded access to financing on domestic and international capital markets and also made it eligible for a reduced rate of income tax in accordance with prevailing taxation regulations in Indonesia.

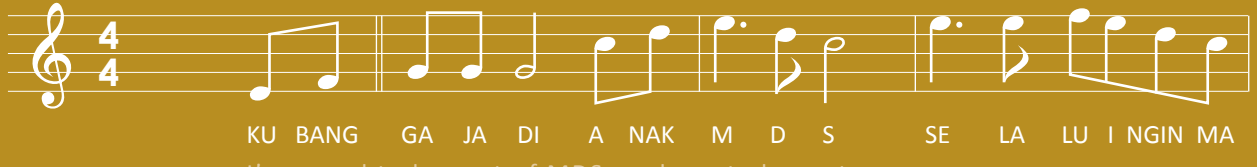
Between March 2014 and February 2015, Asia Color Company Limited reduced its shareholding in the Company, and as at February 28, 2015, Asia Color Company held 2.00% of the Company's shares, while PT Multipolar Tbk owned 20.48% and the public held 77.52% of the shares.

Realising the potential of e-commerce to significantly expand the Company's business throughout the country, on 11 August 2015, the Company exercised an option to purchase 2,631,580 (two million six hundred and thirty one thousand five hundred eighty) shares in PT Global Ecommerce Indonesia (GEI), representing 2.5% of the total shares of GEI. On 16 December 2015, following the increase of issued and paid-up capital of GEI, the Company's shares in GEI were diluted to 1.99%. On 30 December 2015, the Company exercised an option to purchase 4,404,700 (four million four hundred four thousand seven hundred) shares, bringing its total shareholding to 5.16% of GEI's total shares. On 20 January 2016, the Company exercised an additional option purchase 7,864,075 (seven million eight hundred and sixty four thousand seventy five) shares in GEI, bringing the Company's total shareholding to 10.33%. The Company's shares then were diluted to 10% after another option holder implemented its option. As at 29 January 2016, the Company owns 10% of the GEI's total shares.

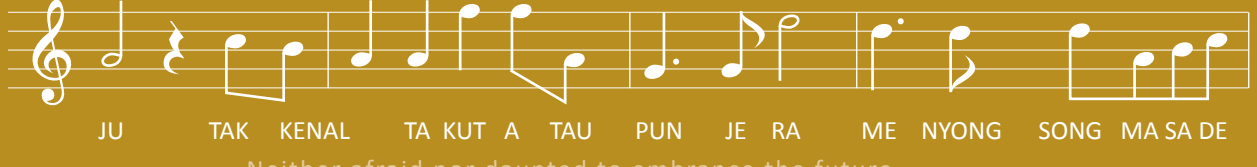
MARS MATAHARI

MATAHARI MARCH SONG

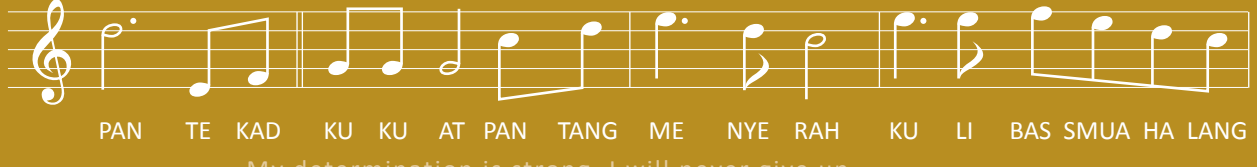
Lyric : Heru Sulistyo/Indra Prasetya | Song : Indra Prasetya | Arr : Aolomaziduhu Zebua (Kono)



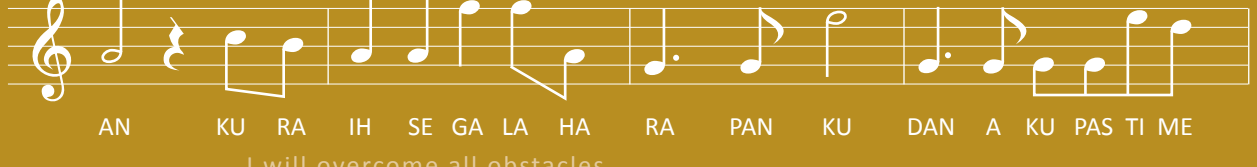
I'm proud to be part of MDS, and want always to progress



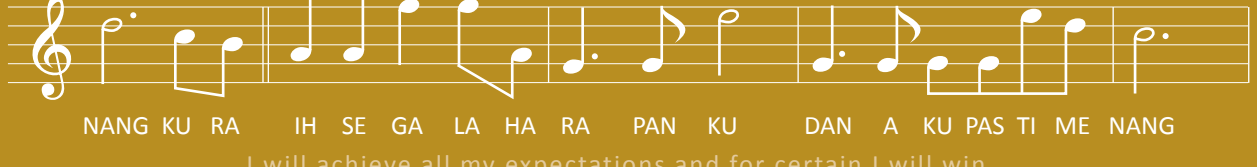
Neither afraid nor daunted to embrance the future



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.



FILOSOFI MATAHARI

THE MATAHARI PHILOSOPHIES

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



1

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

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



2

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

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



3

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

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.



4

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

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



5

Matahari expects its employees to trust one another, respect one another, provide good cooperation with kinship principles to achieve a sustainable progress.

VISI MISI

VISION MISSION

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.

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.

Direksi dan Dewan Komisaris telah meninjau dan menyimpulkan bahwa visi dan misi Matahari yang ada masih sesuai dengan budaya dan semangat Matahari, serta sejalan dengan tujuan utama Matahari baik dari aspek komersial maupun sosial. Oleh karena itu Direksi dan Dewan Komisaris sepakat untuk terus melanjutkan visi dan misi Matahari yang sudah ada, tanpa adanya perubahan.

The Board of Directors and the Board of Commissioners have reviewed and concluded that Matahari's existing vision and mission are still very much suitable with the culture and spirit of Matahari, and in line with Matahari's ultimate objectives from both the commercial and social aspects, and therefore have unanimously agreed to carry on with the existing vision and mission of Matahari, with no changes





TONGGAK SEJARAH PERUSAHAAN

COMPANY MILESTONES

1958

Gerai pertama Matahari dibuka pada 24 Oktober 1958 dan dikelola oleh Hari Darmawan. Gerai ini menempati gedung dua lantai seluas 150 meter persegi di Pasar Baru, Jakarta.

The first Matahari outlet was opened on October 24, 1958, and was managed by Hari Darmawan. This first-ever outlet occupied a two-story building with an area of 150 square meters in Pasar Baru, Jakarta.

1980

Matahari membuka gerai pertama di luar Jakarta, yaitu di Bogor.

Matahari opened its first store outside of Jakarta, which was in Bogor.

1992

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

Matahari Putra Prima (MPPA) executed its initial public offering on the Jakarta Stock Exchange and Surabaya Stock Exchange, making it a publicly traded company.

1958 1972 1980 1986 1992 1997

1972

Matahari menjadi pelopor konsep *department store* modern di Indonesia.

Matahari became the pioneer for Indonesia's first modern department store concept.

1986

Pendirian PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP).

The establishment of PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP).

1997

Multipolar menjadi pemegang saham mayoritas MPPA.

Multipolar became the majority shareholder of MPPA.



2000

Perseroan meluncurkan program Matahari Club Card (MCC), yang kini menjadi program *customer loyalty* terbesar di Indonesia.

Matahari launched the Matahari Club Card (MCC) programme, which today is one of the the largest customer loyalty programs in Indonesia.

2009

PT Pacific Utama Tbk, yang merupakan perusahaan afiliasi MPPA, mengakuisisi Divisi Matahari Department Store, yang membuat Matahari menjadi perusahaan publik tersendiri, dan kemudian berganti nama menjadi PT Matahari Department Store Tbk (Matahari).

PT Pacific Utama Tbk, an affiliated company of MPPA, acquired the Matahari Department Store Division, placing it into a separate public company and later renaming it as PT Matahari Department Store Tbk (Matahari).

2011

MI dan Matahari bergabung menjadi satu, dimana Matahari menjadi entitas yang bertahan.

MI and Matahari merged, in which Matahari became the surviving entity.

2000 2008 2009 2010 2011 2013

2008

Pembukaan enam gerai baru, termasuk tiga di antaranya yang berkonsep “New Generation”, yang mengusung desain *department store* modern terbaik.

The opening of six new department stores, including three stores with a “New Generation” concept which featured the best of its contemporary department store design.

2010

Matahari diakuisisi PT Meadow Indonesia (MI), anak perusahaan Asia Color Company Limited (ACC). MI dan ACC 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). MI and ACC are indirectly majority-owned by CVC Asia III Fund.

2013

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

The share offering by ACC and PT Multipolar Tbk generated increased public ownership from 1.85% to 47.35%.

2015

2015

- Matahari terus memperkuat kehadirannya di Indonesia dengan membuka 11 gerai baru. Hingga akhir tahun 2015, Matahari memiliki 142 gerai di 66 kota di seluruh Indonesia.
- Kepemilikan saham publik meningkat menjadi 79,52%
- Dividen tunai yang dibagikan oleh Matahari naik menjadi Rp 851,4 miliar atau naik dari 40% menjadi 60% dari laba bersih.
- Matahari menandatangani perjanjian kerjasama dengan MatahariMall untuk menjual produk *exclusive brand* Matahari melalui Perdagangan Elektronik (*e-commerce*) secara eksklusif, dimana MatahariMall dapat melayani pasar Matahari yang belum terjangkau melalui *e-commerce*.
- Matahari melakukan pembelian opsi saham PT Global Ecommerce Indonesia (GEI), induk perusahaan dari MatahariMall, sehingga sampai dengan 31 Januari 2016 Matahari memiliki 10% saham GEI.

- Matahari continues to solidify its position in Indonesia with the opening of 11 new stores that year. Through the end of 2015, Matahari has a total of 142 stores in 66 cities throughout Indonesia.
- Public ownership reached 79.52%
- The cash dividends distributed from net profit rose from 40% to 60%, amounting to Rp 851.4 billion.
- Matahari signed a Cooperation Agreement with MatahariMall to sell Matahari's exclusive branded products through its e-commerce channel.
- Matahari exercised a share option purchase in PT Global Ecommerce Indonesia (GEI), the parent entity of MatahariMall, reaching 10% of ownership by the end of January 31, 2016.





IKHTISAR KEUANGAN
FINANCIAL HIGHLIGHTS

Dinyatakan dalam Miliar Rupiah, kecuali dinyatakan lain — In Billions of Rupiah, unless otherwise stated

	2015	2014*	2013	
Laporan Laba Rugi				**Statements of Profit or Loss**
Penjualan Barang Dagangan	**15,974.5**	**14,421.4**	**12,735.0**	**Merchandise Sales**
Pendapatan MCC	45.1	38.6	34.4	MCC Subscription Revenue
Voucher Diskon Tunai	-	-	(23.2)	Discount Cash Voucher
Penjualan Kotor**	**16,019.6**	**14,460.0**	**12,746.2**	****Gross Sales**
Penjualan Eceran-Gerai	5,665.7	4,908.1	4,051.1	Retail Sales-Store
Penjualan Konsinyasi	10,353.9	9,552.0	8,695.1	Consigment Sales
Beban Penjualan Konsinyasi	(7,126.3)	(6,570.5)	(6,021.5)	Consigment Cost
Penjualan Eceran-lainnya	63.4	(9.3)	(7.4)	Retail Sales-Others
Pendapatan Jasa	50.2	45.4	37.1	Service Fee
Beban Pokok Pendapatan	(3,335.6)	(2,877.5)	(2,391.3)	Cost of Revenue
Laba Kotor	**5,671.3**	**5,048.0**	**4,363.1**	**Gross Profit**
Beban Usaha	(3,341.7)	(2,937.0)	(2,581.9)	Operating Expenses
Keuntungan/(Kerugian) Lainnya-Bersih	8.1	(27.1)	33.7	Other Gain (Losses)-Net
Laba Operasi	**2,337.6**	**2,083.9**	**1,814.9**	**Operating Income**
Beban Keuangan-Bersih	(92.8)	(233.4)	(291.2)	Finance Expenses (Net)
Laba Sebelum Pajak Penghasilan	**2,244.8**	**1,850.5**	**1,523.6**	**Profit before Income Tax**
Beban Pajak Penghasilan	(464.0)	(431.4)	(373.5)	Income Tax Expense
Laba Bersih	**1,780.8**	**1,419.1**	**1,150.2**	**Net Income**
Laba Bersih per Saham (Rp)	**610.5**	**486.5**	**394.3**	**Net Earning per Share (Rp)**
Laporan Posisi Keuangan				**Statements of Financial Position**
Kas dan Setara Kas	946.7	785.9	772.2	Cash and Cash Equivalents
Persediaan	1,007.8	955.2	723.8	Inventories
Beban Dibayar di Muka	153.8	158.9	118.7	Prepaid Expenses
Aset Lancar Lainnya***	164.7	217.5	88.3	***OtherCurrent Assets
Jumlah Aset Lancar	**2,272.9**	**2,117.5**	**1,703.1**	**Total Current Assets**
Aset Tetap (Setelah Dikurang Penyusutan)	876.6	726.0	727.2	Fixed Assets (Net of Accumulated Depreciation)
Sewa Jangka Panjang	370.3	317.6	289.3	Long-term Lease
Uang Jaminan	133.6	129.1	108.9	Refundable Deposits
Aset Tidak Lancar Lainnya****	235.8	122.8	108.5	****Other Non-Current Assets
Jumlah Aset Tidak Lancar	**1,616.4**	**1,295.4**	**1,233.8**	**Total Non-Current Assets**
Jumlah Aset	**3,889.3**	**3,413.0**	**2,936.9**	**Total Assets**
Jumlah Liabilitas Lancar	**2,439.0**	**2,518.5**	**1,890.2**	**Total Current Liabilities**
Jumlah Liabilitas Tidak Lancar	**344.1**	**735.2**	**1,828.1**	**Total Non-Current Liabilities**
Jumlah Liabilitas	**2,783.1**	**3,253.7**	**3,718.3**	**Total Liabilities**
Jumlah Ekuitas	**1,106.2**	**159.3**	**(781.4)**	**Total Equity**
Jumlah Liabilitas dan Ekuitas	**3,889.3**	**3,413.0**	**2,936.9**	**Total Liabilities and Equity**
Rasio Keuangan				**Financial Ratios**
Tingkat Pengembalian Aset (%)	45.8 %	41.6 %	39.2 %	Return on Assets (%)
Aset Lancar Terhadap Liabilitas Lancar (x)	0.9	0.8	0.9	Current Asset to Current Liabilities (x)
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Ekuitas (x)	2.5	20.4	(4.8)	Total Liabilities to Total Equity (x)
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Aset (x)	0.7	1.0	1.3	Total Liabilities to Total Asset (x)

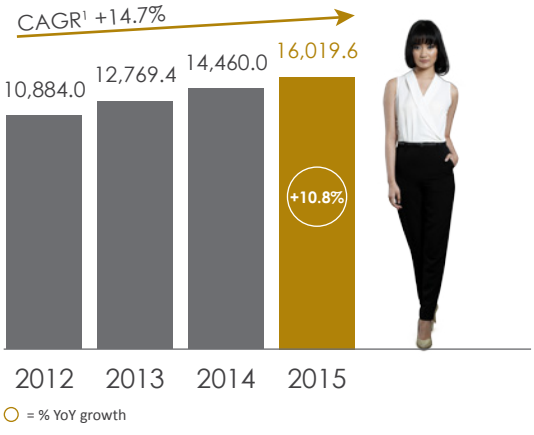
* Disajikan kembali
Restated

** 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.

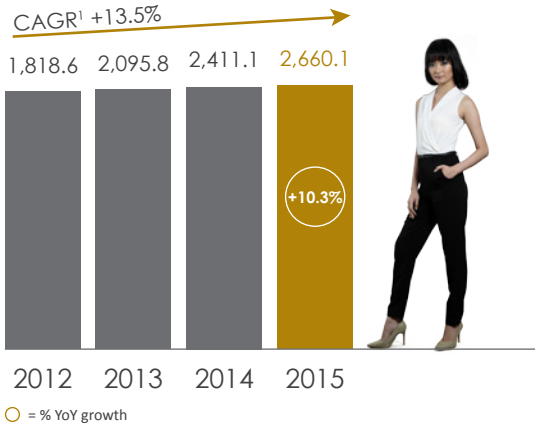
*** Aset Lancar Lainnya sebagian besar terdiri dari Piutang Usaha, Piutang lain-lain, Uang Muka Sewa.
Other Current Assets mainly consist of Trade Receivables, Other Receivables, and Rental Advances.

**** Aset Tidak Lancar Lainnya sebagian besar terdiri dari Uang Muka Pembelian Aset Tetap, Aset Pajak Tangguhan, dan investasi pada PT Global Ecommerce Indonesia ("GEI").
Other Non-Current Assets mainly consist of Advances For Purchase of Fixed Assets, Deferred Tax Assets, and investment in PT Global Ecommerce Indonesia ("GEI").

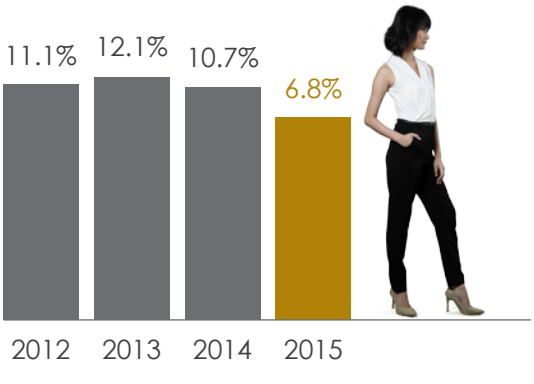
GROSS SALES



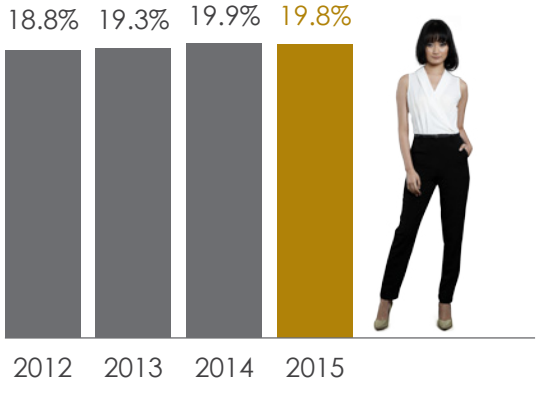
ADJUSTED EBITDA



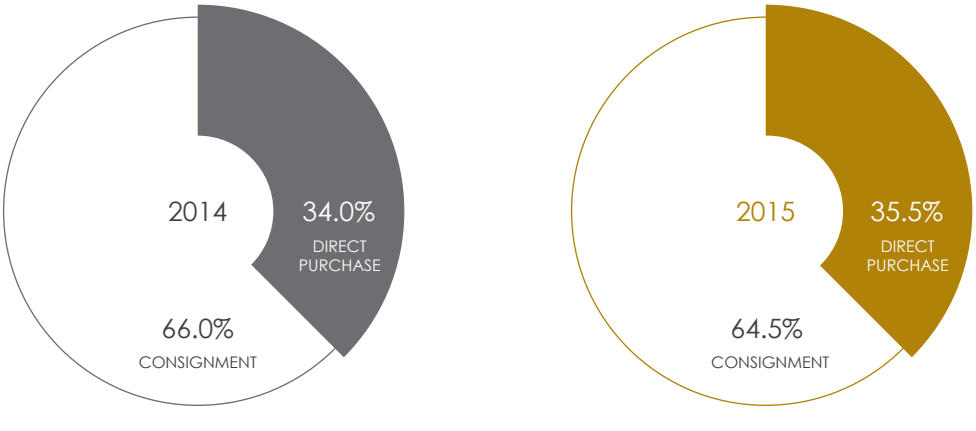
SAME STORE SALES GROWTH



ADJUSTED OPEX AS % OF GROSS SALES



EXCLUSIVE BRANDS CONTINUE TO DELIVER STRONG PERFORMANCE





JOHN BELLIS

PRESIDENT
COMMISSIONER
INDEPENDENT

LAPORAN DEWAN KOMISARIS

REPORT FROM THE BOARD OF COMMISSIONERS

Dilatarbelakangi konsumsi domestik yang lemah dan pertumbuhan ekonomi yang paling lambat dalam enam tahun terakhir di Indonesia, Matahari berhasil mencatatkan rekor pertumbuhan pendapatan di tahun 2015.

Against a backdrop of weaker domestic consumption and Indonesia's slowest growth in the last six years, Matahari delivered record earnings growth in 2015.

Pencapaian ini menegaskan fokus Perseroan akan eksekusi, model bisnis yang kuat, dan penawaran Matahari yang menarik bagi pelanggan.

This achievement underlines the Company's focus on execution, the strength of its business model and Matahari's compelling customer proposition.

PENILAIAN KINERJA DIREKSI

Tahun 2015 merupakan tahun yang penuh tantangan bagi industri ritel Indonesia, dimana pertumbuhan ekonomi menurun sebagai imbas dari jatuhnya harga komoditas ekspor, investasi yang melemah, tingkat konsumsi yang rendah dan menurunnya nilai rupiah. Di dalam kondisi tersebut, kami percaya bahwa Manajemen telah mengambil langkah-langkah yang tepat untuk menanggulangi dampak-dampak dari tantangan ekonomi makro dan menjaga Perseroan untuk tetap fokus pada prioritas strategisnya. Eksekusi yang kuat, serta ketangguhan target pasar Matahari yakni konsumen kelas ekonomi menengah, berhasil membawa Perseroan ke kinerja positif yang mengungguli pasar industri keseluruhan, memberikan pertumbuhan laba sebesar 25.5%, dan *Same-Store Sales Growth* sebesar 6,8%.

ASSESSMENT OF THE BOARD OF DIRECTORS' PERFORMANCE

2015 was a challenging year for the retail industry in Indonesia as economic growth slumped in response to falling prices for export commodities, decelerating investment, low consumption and a devaluing rupiah. Given this environment, we believe that Management took the necessary actions to mitigate the macro-economic headwind and keep the Company focused on its strategic priorities. Strong execution, as well as the resilience of Matahari's target middle class customers, enabled the Company to outperform the industry, delivering a remarkable 25.5% earnings growth as well as Same-Store Sales Growth (SSSG) of 6.8%.

Fakta bahwa Matahari mampu membuka 11 gerai baru dalam kondisi operasional yang kurang kondusif menunjukkan kekuatan dan kedalaman permintaan pasar di segmen target pasar kami. Kebijakan pemerintah untuk mengikuti pertumbuhan PDB dan inflasi bagi

The fact that Matahari was able to open 11 new stores in such a subdued operating environment demonstrates the strength and depth of demand in our target segment. The Government's requirement that the minimum wage at least keeps pace with GDP growth and inflation is

pembayaran upah minimum bagi pegawai telah berjasa untuk memastikan bahwa daya beli konsumen di segmen ekonomi menengah ke bawah tetap berada di level yang tinggi. Peningkatan pendapatan masyarakat telah mendorong perkembangan permintaan akan produk-produk yang bergaya namun dengan harga terjangkau. Matahari, dengan beragam tawaran dan harga menarik untuk produk *fashion*, aksesoris dan peralatan rumah tangga, merupakan salah satu dari sedikit peritel di Indonesia yang secara langsung menargetkan pasar yang berkembang pesat ini.

helping to ensure that consumer purchasing power in the lower middle segment remains on an upward trend. Increases in discretionary income are driving a growing appetite for stylish yet affordable consumer goods. Matahari, with its fast-moving assortment of attractively priced fashion, accessories and homeware, is one of the few retailers in Indonesia to directly target this rapidly expanding market.

Dengan adanya peningkatan kesejahteraan di masyarakat, penetrasi telepon genggam dan *smartphone* pun menjadi semakin tinggi. Masyarakat Indonesia tergolong pengguna media sosial yang paling antusias di dunia, dan banyak dari mereka yang mengaksesnya melalui telepon genggam. Dengan meningkatnya *e-commerce* di sektor perbankan dan transaksi berbelanja di Indonesia, serta kecanggihan portal-portal ritel digital, kami percaya bahwa ada potensi yang besar untuk memperluas bisnis usaha Matahari melalui *e-commerce*. Sebagai langkah pertama dalam membangun kompetensi di bidang ini, Perseroan telah mengakuisisi 10% saham GEI, pemilik tidak langsung dari MatahariMall.com, sebuah situs belanja *online*.

With growing affluence comes an increase in mobile phone and smartphone penetration. Globally, Indonesians are among the most enthusiastic users of social media, and the majority of them access it on mobile phones. With e-commerce already increasingly in use in banking and shopping transactions in the country as well as the growing sophistication of digital retail platforms, we believe that there may be considerable potential to expand Matahari's business through e-commerce. As an initial step to build competence in this channel, the Company has acquired a 10% stake in GEI, an indirect owner of MatahariMall.com, an online shopping site.

KINERJA KOMITE

Salah satu fungsi utama dari Dewan Komisaris adalah untuk mengawasi dan memandu Direksi, dan khususnya untuk memastikan Perseroan memenuhi kewajiban dan komitmennya dalam hal tata kelola perusahaan dan tanggung jawab sosial Perseroan (*Corporate Social Responsibility*). Kami memenuhi tanggung jawab ini melalui rapat dengan Direksi yang diadakan secara rutin sepanjang tahun, serta rapat-rapat yang tidak dijadwalkan pada waktu-waktu yang dibutuhkan. Hal ini didukung dengan pemantauan spesifik dan fungsi kontrol yang dilaksanakan oleh Komite Audit dan Komite Nominasi dan Remunerasi. Keanggotaan Komite Nominasi dan Remunerasi diubah pada tahun 2015 untuk menyesuaikan dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 34/POJK.04/2014. Secara keseluruhan, kami dapat melaporkan bahwa fungsi-fungsi ini telah dilaksanakan dengan baik sepanjang tahun, dan Perseroan telah mengikuti seluruh peraturan, standar, dan persyaratan lainnya mengenai perusahaan publik.

COMMITTEE PERFORMANCE

One of our core functions as the Board of Commissioners is to supervise and guide the Board of Directors, and in particular to ensure that the Company fulfils its obligations and commitments with regard to corporate governance and corporate social responsibility (CSR). We exercise this responsibility through regular meetings with the Directors throughout the year, as well as unscheduled meetings whenever deemed necessary. This is backed up by the specific monitoring and control functions carried out by the Audit Committee and the Nomination and Remuneration Committee, which are chaired by myself and another Commissioner, respectively. The membership of the Nomination and Remuneration Committee changed in 2015 in order to comply with Financial Services Authority Rule No. 34/POJK.04/2014. Overall, we can report that all of these functions have been well executed over the year, and that the Company is in compliance with all the regulations, standards and other requirements that pertain to public companies.

Kami dengan gembira melaporkan bahwa di tahun 2015 Matahari menaikkan peringkatnya di ASEAN Corporate Governance Scorecard sebagai salah satu dari 30

We are pleased to note that in 2015 Matahari improved its ASEAN Corporate Governance Scorecard ranking as one of the top 30 publicly listed companies in the

perusahaan publik terbaik di Indonesia dengan tata kelola perusahaan yang baik. Juga terdapat kenaikan nilai dan peringkat laporan tahunan Perseroan, yang diberikan oleh Otoritas Jasa Keuangan, Bursa Efek Indonesia, Bank Indonesia, dan lainnya. Kedua pencapaian ini menegaskan usaha Perseroan untuk terus meningkatkan kinerjanya dalam tata kelola perusahaan sesuai praktik terbaik nasional maupun internasional.

Satu lagi indikator akan performa konkret Perseroan terdapat pada kinerja sahamnya. Nilai saham Matahari ditutup pada angka Rp 17.600, meningkat 15,7% dari tahun sebelumnya. Berkat hasil Perseroan yang konsisten, di tahun 2015 kami juga berhasil meningkatkan dividen dari 40% menjadi 60% dari laba tahun sebelumnya.

region for good corporate governance. There was also an improvement in the total score and ranking for the Company's annual report, as assessed by the Financial Services Authority, the Indonesia Stock Exchange, Bank Indonesia and others. Both of these achievements affirm the Company's efforts to continually improve its performance on corporate governance in line with national and international best practices.

Another indicator of confidence in the Company is its stock performance. Matahari's share price closed the year at Rp. 17,600, up 15.7% year-on-year. Thanks to the Company's consistently strong results, in 2015 we were able to increase the dividend from 40% to 60% of the prior year's profit.

PROSPEK

Melihat ke depan untuk tahun 2016, kami mengantisipasi bahwa semester pertama akan tetap berada dalam kondisi yang cukup menantang. Namun begitu, paket stimulus ekonomi yang dikeluarkan oleh Pemerintah, termasuk komitmennya untuk mempercepat pengeluaran anggaran infrastruktur, niscaya akan membantu merevitalisasi konsumsi domestik dan mendorong perekonomian ke angka pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) 5,3% sesuai dengan yang diproyeksikan.

Konsumen juga akan mendapatkan keuntungan dari penurunan inflasi yang akan terjadi hingga beberapa bulan ke depan. Meskipun Rupiah diperkirakan akan tetap berada di bawah tekanan pada tahun 2016, kami merasa hal ini tidak akan memberi dampak signifikan pada kinerja Perseroan, berkat rendahnya pengaruh valuta asing bagi usaha kami.

Demografi Indonesia menempatkan Perseroan di posisi yang sangat baik untuk pertumbuhan di sektor ritel, khususnya di segmen pendapatan ekonomi menengah. Euromonitor International telah mengidentifikasi Indonesia sebagai salah satu dari lima pasar berkembang yang memiliki potensi kelas ekonomi menengah terbaik, menuliskan bahwa dengan 17,3 juta rumah tangga di tahun 2014, Indonesia memiliki segmen pendapatan menengah terbesar keempat, di bawah Amerika Serikat, India, dan Tiongkok. Meningkatnya pendapatan dan jumlah masyarakat kelas ekonomi bawah yang menjadi kelas menengah menciptakan basis konsumen yang terus bertumbuh bagi pelaku usaha seperti Matahari.

PROSPECTS

Looking ahead to 2016, we expect the first semester to remain challenging. However, the Government's economic stimulus packages, including its commitment to accelerate infrastructure spending, should help to revitalise domestic consumption and boost the economy in line with the projected 5.3% Gross Domestic Product (GDP) growth.

Consumers are also likely to benefit from declining inflation over the next few months. Although the Rupiah is expected to remain under pressure in 2016, we do not expect it to have a significant impact on the Company's performance due to our low foreign exchange exposure.

Indonesia's demographics position the country exceptionally well for retail growth, particularly in the middle income segment. Euromonitor International has identified Indonesia as one of five emerging markets with the best middle income potential, noting that with 17.3 million households in 2014, it has the fourth largest middle income segment behind the USA, India and China. Rising discretionary incomes and the constant upward movement of people into the lower half of this segment creates an ever-growing consumer base for businesses such as Matahari.

Inisiatif Pemerintah untuk mendorong pertumbuhan di bagian Timur Indonesia, yang saat ini masih kurang terjangkau oleh ritel modern, merupakan indikator positif lainnya bagi Matahari.

Dengan skenario di atas, kami yakin bahwa para Direksi telah melakukan penilaian yang baik terhadap prospek Perseroan untuk tahun 2016, dan telah mengajukan strategi yang tepat untuk mempertahankan bisnis sesuai dengan target jangka pendek maupun jangka panjang.

The Government's initiative to promote growth in the eastern part of the country, which is currently underserved by modern retail outlets, is another positive indicator for Matahari.

Given the scenario above, we believe that the Board of Directors has made a fair assessment of the Company's prospects for 2016 and has proposed appropriate strategies to keep the business on track towards its immediate and long-term growth targets.

KOMPOSISI DEWAN

Pada rapat tahunan yang diadakan pada tanggal 28 Mei 2015, para pemegang saham menunjuk tiga anggota Dewan Komisaris yang baru. Untuk itu kami dengan senang hati menyambut Bapak John Riady, Bapak Herbert Stepic dan Bapak Niel Bryon Nielson ke dalam Dewan Komisaris.

Sebagai penutup, kami ingin menyampaikan terima kasih pada Direksi, Tim Manajemen, serta semua karyawan, pemasok, dan mitra bisnis Perseroan untuk seluruh usaha mereka sepanjang tahun sehingga menjadikan Matahari sebagai *department store* yang paling dipercaya di Indonesia, dan juga tempat yang nyaman untuk berbelanja. Kami juga berterima kasih atas dukungan tiada henti dari para pemegang saham kami, dan kami berharap untuk setahun ke depan yang penuh dengan kemajuan.

BOARD COMPOSITION

At their annual meeting on 28 May, 2015, the shareholders appointed three new members to the Board of Commissioners. We are therefore pleased to welcome Mr John Riady, Mr Herbert Stepic and Mr Niel Byron Nielson to the Board.

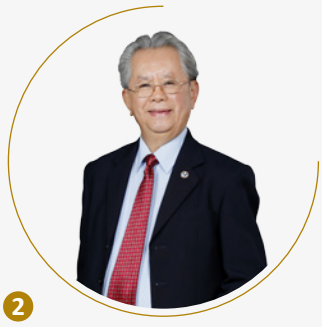
In closing, we would like to thank the Board of Directors, the Board of Management and the Company's employees, suppliers and business partners for all their efforts over the year to make Matahari as Indonesia's most trusted department store, and a great place to shop. We are also deeply appreciative of the continued support shown by our shareholders as we look forward to another year of progress.



John Bellis
PRESIDENT COMMISSIONER - INDEPENDENT

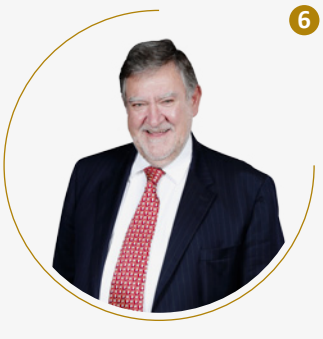


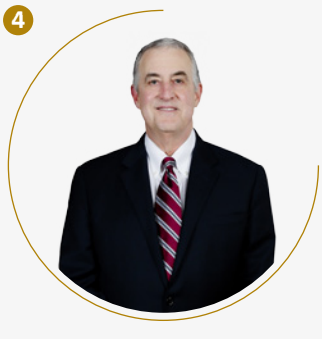














1 **John Bellis**
PRESIDENT COMMISSIONER - INDEPENDENT

2 **Jonathan L. Parapak**
COMMISSIONER - INDEPENDENT

3 **Sigit Prasetya**
COMMISSIONER

4 **William Travis Saucer**
COMMISSIONER

5 **Henry Jani Liando**
COMMISSIONER

6 **Herbert Stepic**
COMMISSIONER - INDEPENDENT

7 **John Riady**
COMMISSIONER

8 **Niel B. Nielson**
COMMISSIONER



BUNJAMIN J. MAILOOL

PRESIDENT DIRECTOR

LAPORAN DIREKSI

REPORT FROM THE BOARD OF DIRECTORS

Meski kondisi ekonomi makro sedang tidak stabil, Perseroan berhasil mencapai rekor pertumbuhan pendapatan di tahun 2015, didukung oleh model bisnis yang mumpuni dan ketahanan pangsa pasar kami, yakni konsumen berpendapatan menengah di Indonesia.

Against a backdrop of macroeconomic volatility, the Company delivered record earnings growth in 2015, backed by the strength of its business model and the resilience of its target market, Indonesia's middle-income consumers.

Kami harus menghadapi beberapa tantangan ekonomi selama tahun 2015. Tekanan dari perlambatan ekonomi di Tiongkok, menurunnya harga komoditas dan nilai Rupiah yang terus melemah menyebabkan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia turun 4,7% di tahun 2015. Namun, walaupun kepercayaan konsumen terhadap kondisi ekonomi menurun drastis dan tingkat konsumsi secara umum melemah, segmen kelas menengah yang merupakan target pasar utama Perseroan merupakan segmen kelas ekonomi yang paling sedikit terkena dampaknya.

We had to contend with several challenging economic headwinds during the year. Under pressure from a slowdown in China, plunging commodity prices and the continued weakening of the Rupiah, Indonesia's GDP growth slowed to 4.7% in 2015. However, although consumer confidence was severely dented and overall consumption weakened, the Company's target middle income segment was the least impacted by the turmoil.

Tingginya rasio produk lokal yang terdapat dalam portofolio produk dagangan Matahari juga melindungi kami dari melemahnya nilai Rupiah terhadap Dolar Amerika Serikat.

Moreover, the high proportion of locally sourced content in our merchandise mix shielded us from the impact of the Rupiah's depreciation against the US Dollar.

KINERJA PERSEROAN

Setelah menargetkan *Same-Store Sales Growth* (SSSG) sebesar 10% di awal tahun, kami segera harus berhadapan dengan perlambatan ekonomi, terutama di daerah-daerah yang didukung oleh komoditas seperti Kalimantan, dan merevisi target kami. Meskipun demikian, kami tetap berhasil meningkatkan produktivitas gerai, dan menutup tahun dengan SSSG sebesar 6,8%.

COMPANY PERFORMANCE

Having targeted 10% Same-Store Sales Growth (SSSG) at the start of the year, we soon had to factor in a slowing economy, particularly in commodity-driven areas like Kalimantan, and revise our targets down. Even in this adverse environment, however, we managed to drive improvements in store productivity, and closed the year with a 6.8% same store sales growth.

Matahari membuka 11 gerai baru di tahun 2015—sebuah pencapaian yang baik mengingat di tahun tersebut terdapat sangat sedikit ekspansi di sektor *department store* secara keseluruhan. Hal ini membawa jaringan Matahari ke 142 gerai, dengan total luas gerai yang meningkat sebesar 9,1% dari tahun sebelumnya menjadi 931.700 meter persegi. Kami juga sangat senang dapat membuka dua gerai baru di Jakarta serta memperluas jaringan kami ke empat kota baru.

Matahari opened 11 new stores in 2015—a strong result in a year that saw very little expansion in the department store sector in general. This brings our network to 142 stores, giving us 931,700 square metres of retail space, an increase of 9.1% compared to the end of the previous year. We were particularly pleased to be able to open two new stores in Jakarta, as well as extending our footprint to four new cities.

Pembukaan gerai baru dan peningkatan produktivitas menghasilkan total penjualan sebesar Rp 16.020 miliar, meningkat 10,8% dari Rp 14.460 miliar di tahun 2014. SSSG mencapai 6,8%.

The new store openings and productivity increases delivered sales of Rp 16,020 billion, growing 10.8% from Rp 14,460 billion in 2014. SSSG was 6.8%.

Komitmen kami dalam memberikan nilai lebih melalui kombinasi produk terkini, pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau telah memungkinkan Matahari untuk membangun basis konsumen yang loyal dan terus berkembang. Melalui program loyalitas kami, Matahari Club Card (MCC), kami secara aktif menjangkau anggota yang kini telah berjumlah 3,26 juta orang, yang menghasilkan 40% dari pendapatan Matahari. Hubungan ini menyediakan informasi mendalam mengenai preferensi dan kebiasaan berbelanja para anggota. Kami percaya bahwa kami akan memperoleh lebih banyak lagi potensi manfaat dari hal ini, dan pada tahun 2015 kami melakukan analisis "*big data*" dari basis data MCC, sehingga penawaran-penawaran kami dapat lebih disesuaikan dengan selera, kebutuhan, dan keinginan konsumen kami.

Our commitment to delivering outstanding value through a combination of fashionable merchandise, great service and affordable prices has enabled Matahari to cultivate a loyal and expanding customer base. Through our long-standing loyalty programme, Matahari Club Card (MCC), we are actively engaging a growing membership that now stands at more than 3.26 million customers, who together generate over 40% of Matahari's revenue. This engagement provides deep insights on our members' preferences and purchasing habits. We believe that we have only just begun to tap the potential of this rich source of information, and in 2015 we began extensive "big data" analysis on the MCC database so that we can tailor our offerings and communications more precisely to our customers' tastes, needs and aspirations.

Analisis data tersebut juga memungkinkan kami untuk menargetkan komunikasi pemasaran secara lebih efektif. Dengan penetrasi *smartphone* di Indonesia yang mencapai 43% dan masih terus bertambah dengan cepat, konsumen dapat mengakses informasi dengan cara-cara baru, dan berkomunikasi langsung dengan konsumen melalui SMS adalah jalur pemasaran kami yang paling efektif.

Work in this area is also enabling us to target our marketing communications more effectively. With smartphone penetration in Indonesia at 43% and still growing rapidly, customers are accessing information in new ways, and communicating directly with customers via SMS is now one of our most effective marketing channels.

Di tahun mendatang, kami akan terus memperluas jejak media digital kami dengan meningkatkan kualitas situs dan meluncurkan aplikasi seluler Matahari, di mana pelanggan dapat melihat produk-produk serta penawaran dan promosi khusus Matahari di telepon genggam mereka. Aplikasi ini juga akan menyediakan fitur eksklusif untuk anggota MCC.

In the coming year we will continue to expand our digital media footprint, with an enhanced website and the launch of the Matahari mobile app, which will allow users to view our products and see special offers and promotions on their mobile phones. The app will incorporate exclusive features for MCC members.

Perseroan meyakini bahwa pesatnya perkembangan konektivitas konsumen merupakan peluang untuk mengeksplorasi potensi ritel *online*. Meskipun masih ada sejumlah tantangan yang harus dilalui, terutama kondisi geografis Indonesia yang kompleks, kami melihat *e-commerce* sebagai peluang untuk membawa label ekslusif kami ke konsumen di seluruh penjuru Indonesia. Persiapan yang matang merupakan sebuah kebutuhan dan kewajiban, maka dari itu kami telah bermitra dengan MatahariMall.com, sebuah usaha yang didukung oleh Lippo Group. Kerja sama ini akan memungkinkan Perseroan untuk membangun kompetensi di bidang *e-commerce* sambil terus menjaga usaha dan pendapatannya.

With consumer connectivity growing at an unprecedented rate, the Company believes that this is an opportune time to explore the potential of online retail. While recognising that there are still a number of challenges that need to be overcome, particularly given Indonesia's complex geography, we see e-commerce as an opportunity to make our exclusive brands available to underserved customers across the country. Thorough preparation will be needed, however, and we have therefore partnered with MatahariMall.com, a venture sponsored by the Lippo group. This partnership will allow the Company to build its expertise in the e-commerce environment while protecting its business and earnings.

IMPLEMENTASI TATA KELOLA PERUSAHAAN YANG BAIK

Operasional, reputasi, dan keberlanjutan Perseroan bertumpu pada transparasi, akuntabilitas dan kemandirian, yang didukung oleh kerangka tata kelola perusahaan yang kuat. Kami terus berusaha untuk memperkokoh kerangka ini, dan di tahun 2015, terdapat beberapa indikator yang membuktikan peningkatan tersebut:

- Naiknya peringkat Perseroan di ASEAN Corporate Governance Scorecard, yang menjadi referensi mengenai praktik tata kelola perusahaan terbaik di wilayah ASEAN. Matahari kini berada di antara 30 perusahaan publik terbaik di Indonesia dengan tata kelola perusahaan yang baik.

- Peningkatan nilai dan peringkat laporan tahunan Perseroan menjadi posisi ke-6 untuk kategorinya pada Annual Report Awards yang disponsori oleh Otoritas Jasa Keuangan, Bursa Efek Indonesia, Bank Indonesia, dan lainnya. Kami percaya hal ini merupakan indikasi dari fokus kami dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas di seluruh operasi kami.

- Audit internal kami telah meninjau 136 gerai—empat gerai lebih banyak dari tahun sebelumnya—serta tiga area departemen keuangan dan delapan departemen lainnya dengan hasil memuaskan.

- Perseroan telah membayar kredit usaha/*term loan* secara penuh di akhir tahun 2015, dimana hal ini mengurangi risiko usaha.

IMPLEMENTATION OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE

The Company's operations, reputation and future sustainability rest on a foundation of transparency, accountability and independence, supported by a robust governance framework. We are constantly seeking to strengthen this framework and in 2015 there were several indicators that attest to its improvement:

- We improved our ranking on the ASEAN Corporate Governance Scorecard, which serves as a reference for best practice in corporate governance in the region. Matahari now stands among the top 30 publicly listed companies in the nation for good corporate governance.

- We improved our annual report score and ranking to the 6th rank in its category in the Annual Report Awards sponsored by the Financial Services Authority, the Indonesia Stock Exchange, Bank Indonesia and others. We believe this is an indicator of our continued focus on improving transparency and accountability in our operations.

- Our internal audit unit reviewed 136 stores—four more than in the previous year—as well as three regional finance departments and eight other departments with satisfactory results.

- The Company fully repaid its term loan by the end of 2015, lowering its risk exposure.

- Sesuai dengan Peraturan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), di tahun 2015 kami mengubah komposisi dari Komite Nominasi dan Remunerasi kami. Kami juga mengamandemen Anggaran Dasar untuk mencerminkan perubahan ini dan aturan-aturan OJK lainnya yang dikeluarkan pada bulan Desember 2014, meskipun sebagian besar praktik Perseroan telah sesuai dengan peraturan.

- In accordance with the requirements of the Financial Services Authority (FSA), in 2015 we made changes to the composition of our Nomination and Remuneration Committee. We also amended our Articles of Association to reflect this and other new FSA rules issued in December 2014, even though on most matters our practices were already in compliance.

Sebagai peritel, keberlanjutan pertumbuhan juga bergantung pada kehadiran masyarakat yang sejahtera dan sehat. Oleh karena itu, kami berkomitmen untuk menjaga komunitas di sekitar tempat kami bekerja dan berkembang. Kami percaya bahwa gerai-gerai kami bermanfaat bagi komunitas setempat, dengan menyediakan lapangan pekerjaan dan berkontribusi pada ekonomi lokal. Selain itu, dengan mayoritas pemasok yang berbasis lokal, kami mendukung secara langsung pertumbuhan sektor usaha kecil menengah yang merupakan salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi Indonesia.

As a retailer, our sustained growth is also dependent on the presence of a prosperous, healthy society. We are therefore committed to seeing the communities in which we work grow and prosper. We believe that our store operations benefit the communities they serve by creating jobs and contributing to local economies. In addition, with a predominantly local supplier base, we are directly supporting the growth of the country's SME sector, which is one of the country's key engines of growth.

> "KAMI PERCAYA BAHWA GERAI-GERAI KAMI BERMANFAAT BAGI KOMUNITAS SETEMPAT, DENGAN MENYEDIAKAN LAPANGAN PEKERJAAN DAN BERKONTRIBUSI PADA EKONOMI LOKAL."

Sepanjang tahun kami terus bermitra dengan organisasi nirlaba lokal dalam menjalankan program-program pendidikan, kesehatan, kesejahteraan sosial dan bantuan bencana di seluruh Indonesia. Banyak karyawan kami yang juga aktif dalam program penjangkauan dan dukungan masyarakat yang diorganisir oleh asosiasi karyawan, dan kami bangga untuk mendukung inisiatif-inisiatif ini.

Throughout the year we continued to partner with local non-profit organisations on a range of education, health, social welfare and disaster relief programmes throughout the country. Many of our people are also actively engaged in community outreach and support organised by our local employees' associations, and we are proud to support these initiatives.

Di bidang lingkungan, kami mengurangi jejak karbon secara aktif dengan memasang pencahayaan LED di semua gerai baru kami. Teknologi hemat energi ini tidak hanya berkontribusi dalam mengurangi emisi dan biaya, tetapi juga memberikan fleksibilitas dalam menciptakan suasana yang lebih dinamis di gerai-gerai kami. Selama dua tahun terakhir, sebagai bagian dari program renovasi gerai, kami telah mengganti pencahayaan konvensional di gerai-gerai lama dengan pencahayaan LED yang hemat energi. Kami berharap

On the environmental front, we are actively reducing our carbon footprint by installing LED lighting in all our new stores. This energy-saving technology not only contributes to reducing our emissions and improving our cost profile but also gives us the flexibility to create a more dynamic ambiance in our stores. Over the last two years, as part of our store refurbishment programme, we have been retrofitting the traditional lighting fixtures in our existing stores with energy efficient LED lighting. We expect to retrofit the remaining stores and the

dapat mengganti pencahayaan di seluruh gerai lama serta pusat distribusi pada akhir tahun 2016 untuk terus mengurangi konsumsi energi.

distribution centre by the end of 2016 to further reduce energy consumption.

PROSPEK USAHA DAN STRATEGI UNTUK 2016

Meskipun kami mengantisipasi bahwa tantangan ekonomi makro akan tetap ada di awal tahun 2016, kami menilik tantangan-tantangan ini bersifat sementara, dan kami mengantisipasi adanya perbaikan kondisi di pertengahan tahun. Maka dari itu, strategi kami akan terus berfokus pada ekspansi jaringan gerai dan memenuhi kebutuhan konsumen. Memasuki tahun 2016, Matahari akan terus melihat keuntungan dari peluang-peluang yang ada yang akan mendorong laju perkembangan Perseroan. Pertama, pertumbuhan segmen berpendapatan menengah di Indonesia, dari segi pendapatan yang dapat dibelanjakan dan jumlah pendapatan ini, akan mendorong peningkatan konsumsi. Kedua, bertambahnya tren urbanisasi yang didukung oleh pengembangan infrastruktur, terutama di bagian timur Indonesia, akan membuka potensi pasar yang baru, seperti halnya pergeseran dari pasar tradisional ke ritel modern.

Untuk menyambut tren-tren positif tersebut, kami telah menempatkan sejumlah insiatif demi meningkatkan efisiensi operasional untuk dua tahun mendatang, dan akan terus mengoptimalkannya di masa mendatang. Oleh karena itu, kami berencana untuk meningkatkan kinerja gerai-gerai kami dan menambah 6 hingga 8 gerai baru di tahun 2016. Pada akhirnya, kami percaya bahwa kami telah meningkatkan ketahanan Perseroan untuk menghadapi ekonomi yang melambat, dan terposisikan dengan baik untuk memanfaatkan peluang ketika terjadi perbaikan kondisi ekonomi.

BUSINESS PROSPECTS AND STRATEGY FOR 2016

Although we expect the current macroeconomic challenges to persist into the early part of the year, we view this volatility as temporary, and we anticipate some improvement in the second half of 2016. Our strategies will therefore continue to focus on expanding our store network and meeting the needs of our customers. Going into 2016, Matahari will continue to see benefits from strong tailwinds that will keep us on course for future growth. Firstly, the growth in the middle income segment in Indonesia, in terms of disposable income as well as numbers, is driving consumption growth. Secondly, the trend of increasing urbanisation backed up by infrastructure development, particularly in the eastern part of the country, is opening up new market potential, as is the ongoing shift from traditional to modern retail channels.

> “WE BELIEVE THAT OUR STORE OPERATIONS BENEFIT THE COMMUNITIES THEY SERVE BY CREATING JOBS AND CONTRIBUTING TO LOCAL ECONOMIES.”

Alongside these positive trends, we have put in place several initiatives to improve operational efficiency over the last two years and will continue to optimise our operations going forward. We therefore envisage continued improvement in the performance of our existing stores and we are looking forward to adding 6 to 8 new stores to our network in 2016. As a result, we believe that we have enhanced our resilience in the event of a further deterioration in the economy, and are strongly positioned to take advantage of opportunities when the economic upturn gets under way.

PERUBAHAN KEANGGOTAAN DIREKSI

Kami hanya melihat adanya satu perubahan yang terjadi kepada Direksi pada tahun ini, yang telah disetujui oleh para pemegang saham kami, yakni pengunduran diri Bapak Wai Hoong Fock sebagai Direksi; kami menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya untuk jasa beliau.

CHANGE IN BOARD MEMBERSHIP

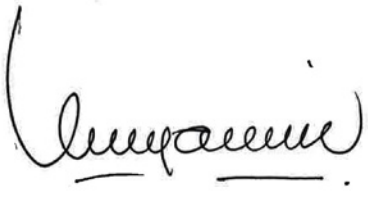
We saw only one change to the Board of Directors this year with the Shareholders' approval of the resignation of Mr. Wai Hoong Fock from the Board; we would like to thank him for his service.

PENUTUP

Menyambut 12 bulan ke depan, saya juga ingin menyampaikan penghargaan sedalam-dalamnya dari jajaran Direksi kepada semua yang telah membantu kami untuk meraih kembali tahun yang baik bagi Matahari— kepada Dewan Komisaris untuk bimbingan mereka; kepada Tim Manajemen untuk keahlian dan keterampilan mereka dalam mengeksekusi strategi; kepada para karyawan untuk dedikasi dan antusiasme mereka, dan untuk semua pelanggan, pemasok dan mitra bisnis yang terus mempercayai kami selama ini. Kami berharap untuk terus mendapat dukungan Anda di masa depan.

IN CLOSING

As we look forward to the next 12 months I would also like express the Board's deep appreciation to those that have helped to deliver another strong year for Matahari — to the Board of Commissioners for their guidance, to the Board of Management for their expertise and skilful execution of our strategy, to our employees for their dedication and enthusiasm, and to all our customers, suppliers and business partners for continuing to trust us. We look forward to earning your continued support.



Bunjamin J. Mailool
PRESIDENT DIRECTOR



1



2

4



3



1 **Bunjamin J. Mailool**
PRESIDENT DIRECTOR

2 **Michael Remsen**
VICE PRESIDENT DIRECTOR

3 **Andy N. Purwohardono**
DIRECTOR

4 **Andre Rumantir**
DIRECTOR - NON AFFILIATED



MICHAEL REMSEN

CHIEF EXECUTIVE OFFICER

LAPORAN TIM MANAJEMEN

REPORT FROM THE BOARD OF MANAGEMENT

Matahari berhasil mencapai pertumbuhan penjualan dan laba yang sangat baik pada tahun 2015. Matahari juga terus mengungguli pasar industri keseluruhan meskipun terdapat tantangan ekonomi makro yang signifikan di sektor ritel Indonesia.

Matahari delivered strong sales and earnings growth in 2015 and continued to outpace the industry, amid serious macroeconomic challenges that impacted Indonesia's retail sector.

TINJAUAN EKONOMI

Pertumbuhan ekonomi Indonesia melemah hingga 4,7% di tahun 2015, jauh di bawah proyeksi Pemerintah yang 5,7%, akibat menurunnya permintaan terhadap komoditas dan melambatnya alur modal dalam skala global. Nilai rupiah terus melemah hingga 11% selama tahun 2015. Konsumsi domestik pun lemah akibat menurunnya tingkat kepercayaan konsumen.

Walaupun tahun 2015 dipenuhi dengan tantangan, terdapat pertanda positif di masa yang akan datang. Permintaan domestik, faktor utama dalam ekonomi Indonesia, diperkirakan akan membaik akibat paket stimulus ekonomi dari Pemerintah dan dipercepatnya program pengembangan infrastruktur: data Bank Indonesia menunjukkan peningkatan kepercayaan konsumen pada Q4 2015. Indikasi baik lainnya adalah kuatnya pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), terutama di bagian timur Indonesia yang telah melampaui tingkat pertumbuhan nasional.

Prospek jangka panjang terlihat lebih positif lagi. Indonesia memiliki populasi yang besar, relatif muda (usia rata-rata 28 tahun), dan terus berkembang. Seiring dengan peningkatan pendapatan, semakin banyak orang bergerak naik dari segmen berpendapatan rendah ke segmen berpendapatan menengah. Kondisi demografi,

ECONOMIC OVERVIEW

Indonesia's economic growth slowed to 4.7% in 2015, well below the Government's projection of 5.7%, as the country suffered the impact of weakening demand for commodities, a global slowdown and volatile capital flows. The Rupiah continued to depreciate, losing approximately 11% of its value over the year. Domestic consumption was subdued as consumer confidence weakened.

Despite the turmoil in 2015, there are positive signs going forward. Domestic demand, a key driver of Indonesia's economy, looks set to recover on the back of the Government's economic stimulus packages and an accelerated infrastructure development programme: Bank Indonesia data already show a growing level of consumer confidence in Q4 2015. Another encouraging sign is the strength of regional GDP growth, particularly in the eastern part of the country, where it significantly outpaced national growth.

The long-term indications are even more positive. Indonesia has a large, rapidly growing population that is relatively young (median age 28). As incomes rise, large numbers are migrating out of the low income segment and into the middle income segment. These demographics, alongside rapid urbanisation and

urbanisasi yang pesat serta perbaikan infrastruktur memberikan prospek yang menguntungkan bagi pertumbuhan sektor ritel, terutama di kota-kota skala menengah yang kurang terjangkau oleh ritel modern.

improving infrastructure, create a very favourable outlook for retail sector growth, particularly in Indonesia's fast-growing second and third tier cities, which are relatively underpenetrated by modern retail channels.

IMPLEMENTASI STRATEGI

Pada tahun 2015, Matahari berhasil mencapai pertumbuhan dua digit hampir di semua indikator utama. Total penjualan meningkat 10,8% menjadi Rp 16.020 miliar, sedangkan penjualan bersih meningkat 13,6% menjadi Rp 9.007 miliar. Kami berhasil mengurangi tekanan biaya dan mempertahankan marjin EBITDA pada 16,7%. Dengan pertumbuhan pendapatan di tahun 2015 yang mencapai 25,5% menjadi Rp 1.781 miliar dan SSSG yang berada di 6,8%, Matahari terus mengungguli kompetitornya. Kami membuka 11 gerai baru, termasuk dua di Jakarta, menambah total luas ruang ritel sebanyak 9,1% dari tahun sebelumnya menjadi 931.700 m2. Dengan 142 gerai yang tersebar di seluruh Nusantara, Matahari menjadi operator *department store* dengan jaringan ritel terluas di Indonesia, dan memiliki prospek yang besar untuk mendukung pertumbuhan di masa depan. Di tahun 2015, empat gerai baru dibuka di daerah-daerah baru, dan kami yakin bahwa masih ada ruang tumbuh yang besar di pasar regional berkembang yang masih kurang terlayani oleh pusat perbelanjaan dan *department store*. Kami memperkirakan pembukaan 6-8 gerai baru di tahun 2016.

STRATEGIC IMPLEMENTATION

Matahari was able to deliver double digit growth on almost all its key metrics in 2015. Total sales grew 10.8% to Rp 16,020 billion, while net sales were up 13.6% to Rp 9,007 billion. We successfully mitigated the cost pressures and maintained our EBITDA margin at 16.7%. With earnings growth at 25.5% to Rp 1,781 billion in 2015 and full year SSSG at 6.8%, Matahari continued to outperform its competitors. We opened 11 new stores, including two in Jakarta, increasing our total retail space by 9.1% year-on-year to 931,700 square metres. With 142 stores spread across the archipelago, Matahari has by far the most extensive retail footprint of any department store operator in Indonesia, and has a strong pipeline to support future growth. Four of the new openings in 2015 were in new geographies for Matahari, and we believe that there is still tremendous scope for growth in emerging regional markets that are currently underserved by malls and department stores. We expect to open at least 6-8 new stores in 2016.

Kinerja Perseroan yang memuaskan selama tahun 2015 didukung oleh model bisnis yang mumpuni serta ketahanan target pasar kelas menengah kami. Matahari terus berfokus dalam melampaui ekspektasi konsumen dengan mengutamakan kualitas dan nilai barang dagangan kami serta memberikan pelayanan berkualitas.

The Company's strong performance over the year is attributable to our robust business model and the resilience of our target middle income market. We have continued to focus on going beyond our customers' expectations by prioritising the quality and value of our merchandise and delivering outstanding service.

Marjin Matahari terus memperbaiki kekuatan program pembelian langsung, yang didominasi oleh merek-merek eksklusif Matahari yang juga memenangkan sejumlah penghargaan. Pembelian langsung berkontribusi sebesar 35,5% dari penjualan kotor di tahun 2015, meningkat dari 34,0% di tahun 2014. *Branding* Matahari yang modis, ragam barang dagangan, dan kemampuan untuk menyesuaikan kombinasi produk pada preferensi pelanggan di setiap lokasi telah memposisikan Matahari sebagai *department store* terpilih di Indonesia. Menurut Euromonitor, kami memiliki 42,8% pangsa pasar di tahun 2015, dan kami percaya bahwa Matahari akan terus mencapai peningkatan pangsa pasar di tahun 2016.

Matahari's margins continue to improve on the strength of our direct purchase programme, which is dominated by Matahari's award-winning exclusive brands. Direct purchase contributed 35.5% of gross sales in 2015, compared to 34.0% in 2014. Matahari's fashion-forward branding, wide merchandise assortment and ability to tailor the merchandise mix precisely to customer preferences in our different locations have helped to keep Matahari in position as Indonesia's preferred department store. We had a 42.8% share of the market in 2015, according to Euromonitor, and we believe that we will continue to make strong market share gains in 2016.

Fokus pada kontrol pengeluaran telah memungkinkan kami dalam mempertahankan marjin EBITDA pada 16,7%, hasil tertinggi yang pernah dicapai Perseroan. Matahari terus mendorong efisiensi operasi dan profitabilitas di seluruh aspek usaha. Kami telah memperoleh hasil dari proyek pencahayaan LED, yang membantu mengurangi biaya energi sekaligus meningkatkan daya tarik visual *display* dalam gerai. Selama dua tahun terakhir, semua gerai baru telah menggunakan pencahayaan LED yang hemat energi. Hingga akhir tahun 2015, pencahayaan LED telah diimplementasikan di 67 gerai, dan saat ini sedang dalam proses untuk memasang pencahayaan LED di gerai-gerai lainnya serta pusat distribusi hingga akhir tahun 2016 untuk terus megurangi konsumsi energi.

A strong focus on expense controls enabled us to maintain our EBITDA margin at 16.7%, equalling the highest that the Company has achieved. We have continued to drive operational efficiency and profitability across the business. We are already seeing results from our LED lighting project, which is helping to reduce energy costs while enhancing the visual appeal of our store displays. Over the last two years all new stores have been fitted with energy-efficient LED lighting. A total of 67 stores had LED lighting installed by the end of 2015, and we are now in the process of retrofitting the remaining stores and the distribution centre by the end of 2016 to further reduce energy consumption.

Media digital semakin berperan dalam strategi pemasaran Perseroan, karena teknologi seluler memungkinkan kami dalam berhubungan langsung dengan pelanggan secara lebih personal. Secara khusus, kami telah meningkatkan pemasaran langsung pada anggota Matahari Club Card (MCC) yang berkontribusi sebesar 40% dari total penjualan Matahari.

Digital media is playing an increasingly prominent role in the Company's marketing strategy, as mobile technology allows us to engage directly with customers in more differentiated and personalised ways. In particular, we have ramped up our direct marketing to Matahari Club Card (MCC) members, who account for almost 40% of Matahari's sales.

Di tahun 2015, MCC memperluas basis keanggotaannya sebesar 12,2% menjadi 3,26 juta, mempertahankan posisinya sebagai program loyalitas terbesar di Indonesia. Hal ini memberikan keuntungan bagi Matahari terkait penyedia jasa lokal, memungkinkan kami untuk meningkatkan insentif dan hadiah yang ditawarkan pada anggota MCC. Program MCC adalah aset besar bagi Perseroan, karena basis datanya menyediakan informasi pelanggan yang sangat penting. Kami terus berinvestasi dalam mengoptimalkan aset ini demi meningkatkan strategi pemilihan barang dagangan dan pemasaran.

MCC expanded its membership by 12.2%% in 2015 to 3.26 million and remains one of the largest loyalty programmes in the country. This gives us considerable leverage with local service providers, which is enabling us to enhance the incentives and rewards we can offer to MCC members. The MCC programme is a huge asset for the Company, not least because of the valuable customer intelligence we gain from the MCC database. We have continued to invest in optimising this asset to sharpen our merchandising and marketing strategies.

Perdagangan elektronik/*e-commerce* memiliki daya tarik yang semakin besar di Indonesia. Penjualan ritel *online* di Indonesia meningkat sebesar 37% di tahun 2015 , didorong oleh pertumbuhan penetrasi internet seluler. Dengan tren-tren tersebut, kami melihat *e-commerce* sebagai *platform* potensial yang kuat untuk perkembangan Matahari.

E-commerce is rapidly gaining traction in Indonesia. Online retail sales in Indonesia grew by almost 37% in 2015, supported by strong growth in mobile internet penetration. Given these trends, we see e-commerce as a potentially strong platform for profitable growth for Matahari.

Di tahun 2015 kami mulai bermitra dengan MatahariMall.com, peritel *online* yang disponsori oleh Lippo, untuk mengeksplorasi potensi ini. Melalui usaha ini, kami dapat menawarkan merek-merek kami tidak hanya kepada segmen berpendapatan menengah yang belum memiliki akses ke gerai kami, tetapi juga populasi *online shopper* yang tengah berkembang di Indonesia. Hal ini dapat memberikan kami informasi mengenai kebiasaan *online* di

In 2015 we entered into a partnership with MatahariMall.com, a Lippo-sponsored online retailer, to explore this potential. Through this venture, we will be able to offer our brands not only to a large portion of our target middle income segment that do not yet have access to our stores but also to the growing population of online shoppers in Indonesia. This will allow us to gain valuable insights into online behavior in Indonesia and gauge the appetite for online access

Indonesia dan mengukur permintaan akan akses pada produk-produk Matahari, sambil memberikan kami waktu dalam mempersiapkan infrastruktur yang dibutuhkan untuk pendekatan *omni-channel*.

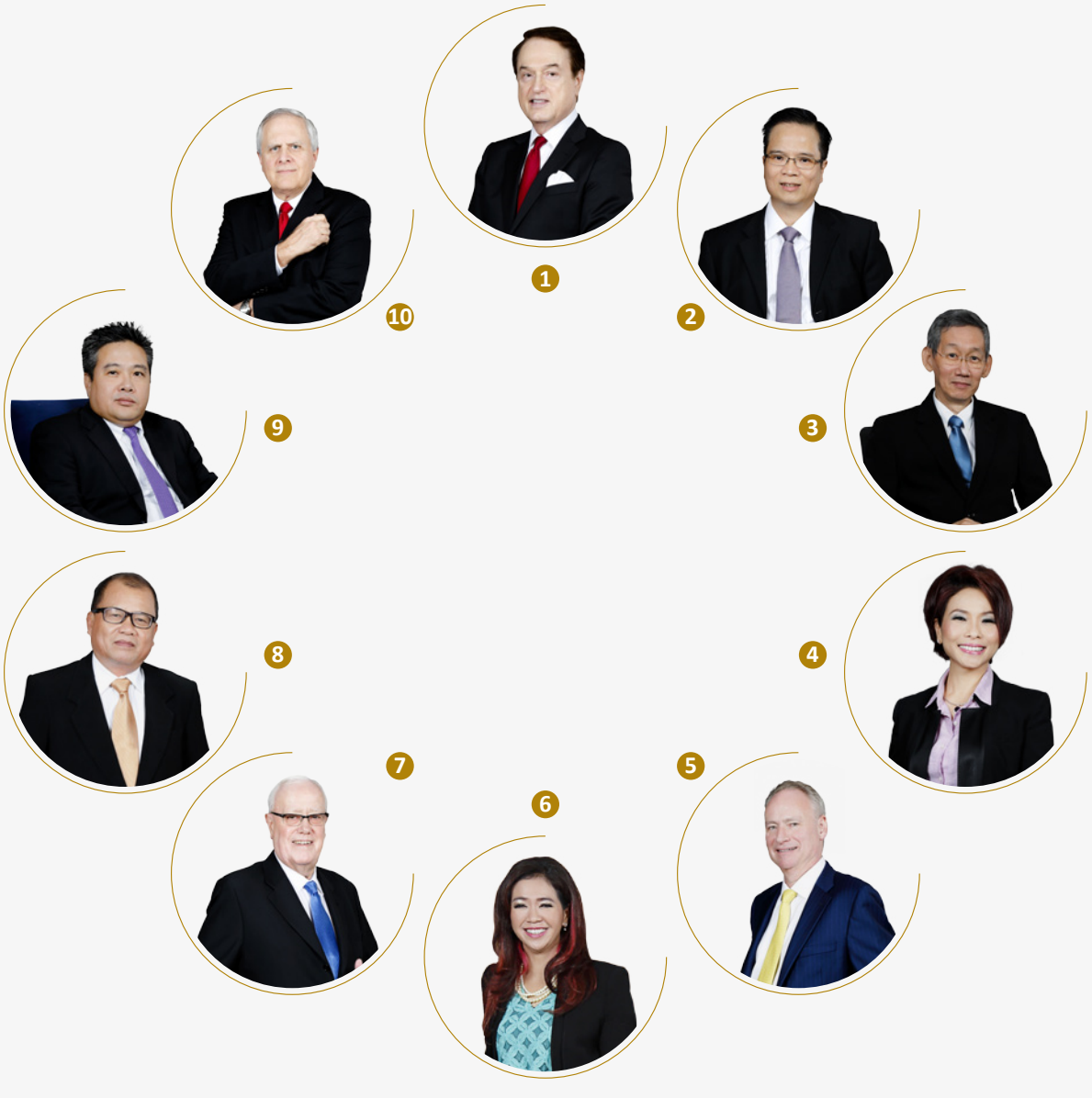
Didorong oleh pemahaman yang mendalam tentang target pasar kami, Matahari akan terus menciptakan nilai dengan memberikan tawaran menarik bagi pelanggan dan mempertahankan fokus pada eksekusi strategis. Pertumbuhan Matahari yang kuat di tengah kondisi pasar yang tidak stabil telah membuktikan ketahanan Perseroan, dan memposisikan Matahari dengan baik untuk memanfaatkan peluang-peluang baru.

to Matahari's merchandise, while giving us time to prepare the infrastructure required for a true omni-channel approach.

Driven by a deep understanding of our target market, Matahari will continue to create value by delivering a compelling customer offer and maintaining a strong focus on strategic execution. Matahari's strong growth amid the market volatility in 2015 attests to the Company's resilience and sound fundamentals, and positions us favorably to take advantage of new opportunities as they emerge.



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

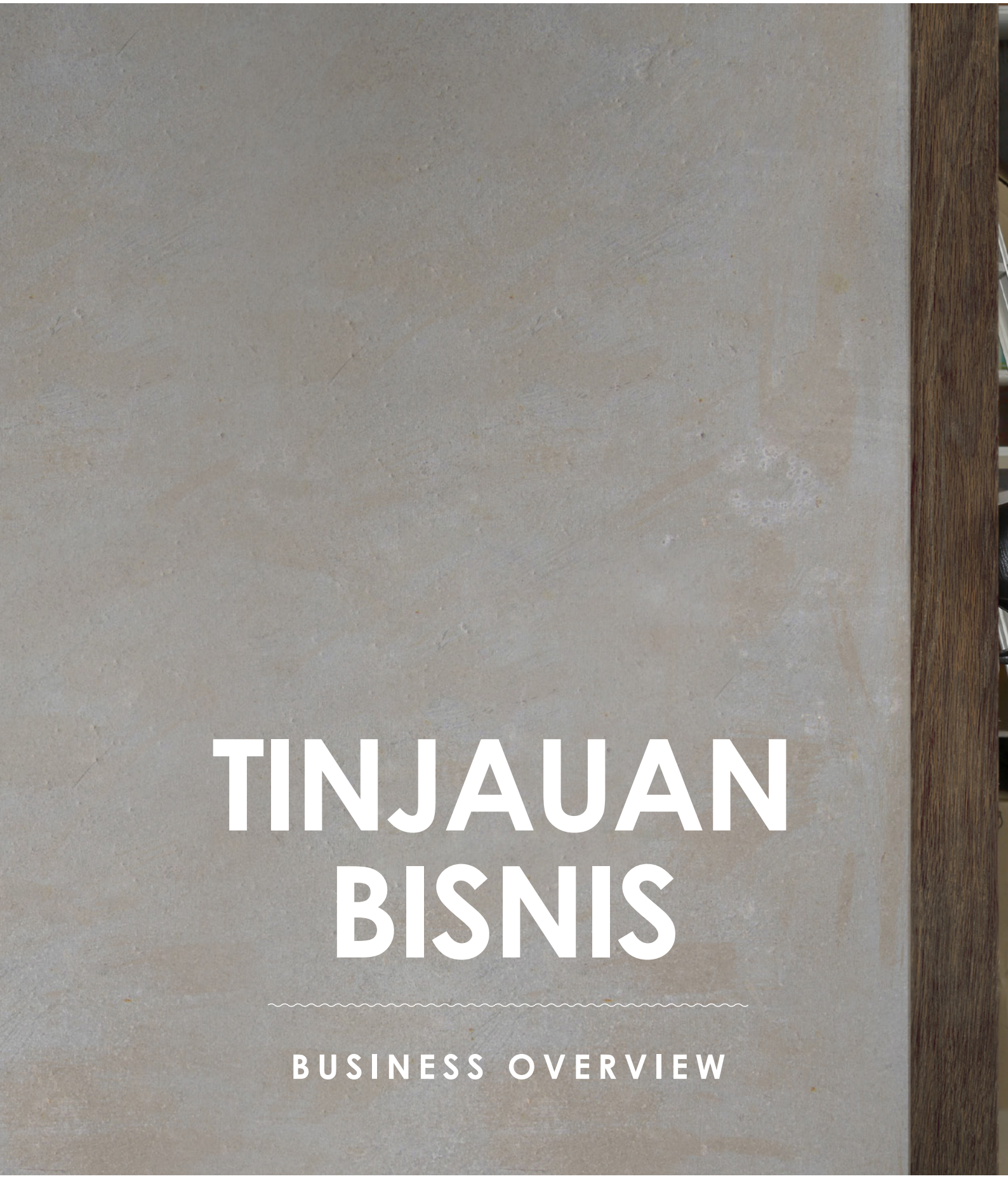
6 **Miranti Hadisusilo**
DIRECTOR - LEGAL & CORPORATE SECRETARY

7 **Keith Jones**
DC & LOGISTICS 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

Laju pertumbuhan ekonomi Indonesia terus melambat di tahun 2015, berada di bawah 5% untuk pertama kalinya dalam 6 tahun. Walau begitu, laju pertumbuhan yang lebih positif diperkirakan akan kembali di tahun 2016, seiring dengan akselerasi program pengembangan infrastruktur pemerintah yang diharapkan dapat mendatangkan investasi. Populasi Indonesia yang terus bertumbuh (terbesar keempat di dunia) dan meningkatnya kesejahteraan mendorong pertumbuhan pesat pada segmen kelas menengah, sehingga Euromonitor International mengidentifikasi Indonesia sebagai salah satu dari lima pasar berkembang dengan potensi kelas menengah terbaik.

Indonesia's growth rate continued to slow in 2015, slipping below 5% for the first time in 6 years. Nevertheless, a return to more positive growth is projected in 2016 as an acceleration of the government's infrastructure development programme is expected to attract investment. The country's growing population (the world's fourth largest) and increasing affluence are driving a rapid expansion of the middle class, leading Euromonitor International to identify Indonesia as one of five emerging markets with the best middle class potential.





TINJAUAN INDUSTRI RITEL DI INDONESIA

Pertumbuhan ekonomi dan peraturan pembayaran upah minimum berkontribusi dalam peningkatan pendapatan yang dapat dibelanjakan, terutama pada segmen kelas menengah yang tengah berkembang. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa di tahun 2010, 124,5 juta konsumen atau 52,4% dari total penduduk Indonesia memiliki pengeluaran per kapita per bulan antara Rp 0,7 juta hingga Rp 4,5 juta. Tim Manajemen telah mengidentifikasikan segmen konsumen ini sebagai penduduk berpendapatan menengah Indonesia.

Terdapat dua indikator yang menunjukkan bahwa penetrasi ritel modern di Indonesia masih tergolong rendah. Pada tahun 2015, penjualan ritel modern mencapai 17% dari total penjualan ritel di Indonesia, menjadikannya lebih rendah dari Filipina, Malaysia, Thailand dan Singapura. Luas ritel di Indonesia juga tergolong rendah, yaitu hanya 11.000 meter persegi per satu juta penduduk di tahun 2015, dibandingkan dengan 22.000 meter persegi per satu juta penduduk di Filipina dan 34.000 meter persegi per satu juta penduduk di Thailand.

Nilai penjualan ritel berbasis gerai di Indonesia meningkat dari Rp 1.100 triliun di tahun 2010 menjadi Rp 1.865,1 triliun di tahun 2015, mengindikasikan tingkat pertumbuhan majemuk tahunan/*Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 11,1% (Euromonitor). Euromonitor memproyeksikan bahwa penjualan ritel berbasis gerai akan bertambah dari Rp 1.865,1 triliun di tahun 2015 menjadi Rp 2.113,6 triliun di tahun 2020, dengan CAGR sebesar 2,5%. Sektor ritel Indonesia sangat terfragmentasi, dengan 10 besar peritel di Indonesia mencapai kurang dari 10% dari total penjualan ritel berbasis gerai. Menurut Euromonitor, Matahari menjadi satu-satunya peritel *non-grocery* yang masuk dalam lima besar peritel berbasis gerai di Indonesia berdasarkan nilai penjualan ritel di tahun 2015.

OVERVIEW OF THE RETAIL INDUSTRY IN INDONESIA

Economic growth as well as minimum wage regulations are contributing to a rise in discretionary incomes, particularly among the growing middle class. Data from Indonesia's Central Bureau of Statistics indicate that in 2010, 124.5 million consumers, or 52.4% of Indonesia's total population, had a monthly expenditure per capita of between Rp 0.7 million and Rp 4.5 million. The Management has identified this consumer segment as Indonesia's middle-income population.

Two indicators highlight the extent to which modern retail is under-penetrated in Indonesia. In 2015, modern retail sales as a percentage of total retail sales in Indonesia, at 17%, were lower than in the Philippines, Malaysia, Thailand and Singapore. In terms of retail space, Indonesia had only 11,000 square meters per million people in 2015 compared to 22,000 sqm per million people in Philippines and 34,000 sqm per million people in Thailand.

Store-based retail sales value in Indonesia increased from Rp 1,100 trillion in 2010 to Rp 1,865.1 trillion in 2015, representing a Compound Annual Growth Rate (CAGR) of 11.1% (Euromonitor). Euromonitor projects a growth in store-based retailing from Rp 1,865.1 trillion in 2015 to Rp 2,113.6 trillion in 2020, representing a CAGR of 2.5%. Indonesia's retail sector is highly fragmented, with the country's top 10 retailers accounting for less than 10% of store-based retail sales. Matahari was the only non-grocery retailer among the top five store-based retailers in the country based on retail sales value in 2015, according to Euromonitor.





TINJAUAN SEGMEN PASAR *DEPARMENT STORE* DI INDONESIA

Department store mendominasi segmen ritel campuran di Indonesia, menghasilkan 99% total penjualan ritel campuran/*mixed retail* di tahun 2015 (Euromonitor). Format ini menunjukkan pertumbuhan tertinggi di pasar *non-grocery* dengan CAGR sebesar 9,2% antara tahun 2010 dan 2015 (Euromonitor). Ekspansi di sektor ini didorong oleh pertumbuhan ekonomi Indonesia yang kuat, populasi penduduk muda yang bertambah, urbanisasi yang terus berlanjut, pergeseran pola konsumsi seiring dengan meningkatnya pendapatan yang dapat dibelanjakan, serta perpindahan dari pasar tradisional ke modern.

Menurut Euromonitor, pasar baju dan sepatu di Indonesia merupakan yang terbesar di tingkat regional, dengan nilai sebesar Rp 136 triliun pada tahun 2015. Euromonitor juga memperkirakan bahwa pasar ini akan tumbuh dengan CAGR mencapai 4,6% antara tahun 2015 dan 2020, didorong oleh kenaikan pendapatan yang dapat dibelanjakan serta peningkatan konsumsi baju dan sepatu berdasarkan pengamatan. Segmen *department store* diharapkan akan terjadi kenaikan penjualan dari Rp 40 triliun di tahun 2015 menjadi Rp 46 triliun sampai pada tahun 2020 (3% dari CAGR).

OVERVIEW OF THE INDONESIAN DEPARTMENT STORE SEGMENT

Department stores dominate Indonesia's mixed retail segment, generating 99% of total mixed retail sales in 2015, according to Euromonitor. This format is thought to be showing the fastest growth in the non-grocery segment, with a CAGR of 9.2% between 2010 and 2015 (Euromonitor). The expansion in this sector is being driven by the country's strong economic growth trend, a young and growing population, continued urbanisation, changes in consumption patterns associated with rising discretionary incomes and the shift from traditional outlets to modern retail channels.

Indonesia's apparel and footwear market is the largest in the region, valued at Rp 136 trillion in 2015, according to Euromonitor, which also projects a CAGR of 4.6% between 2015 and 2020 for this sector, driven by the growth in disposable income and an observed increase in spending on clothing and footwear. The department store segment is expected to increase its sales from Rp 40 trillion in 2015 to Rp 46 trillion by 2020 (3% CAGR).

"

MATAHARI TELAH MEMPERTAHANKAN POSISINYA SEBAGAI MEREK YANG MEMIMPIN DI SEGMEN *DEPARTMENT STORE* INDONESIA BERDASARKAN NILAI RITEL.

"







Matahari berhasil mempertahankan posisinya yang unggul dalam segmen *department store* di Indonesia, dengan pangsa pasar yang tumbuh menjadi 42,8% di tahun 2015 berdasarkan nilai penjualan ritel (Euromonitor). Antara 2009 dan 2015, pangsa pasar kolektif dari lima besar peritel *department store* meningkat dari 61,1% menjadi 73,3% dari segmen *department store*, berdasarkan nilai penjualan ritel.

Matahari has maintained its leading position in the department store segment in Indonesia, growing its share of the market to 42.8% in 2015 based on retail sales (Euromonitor). Between 2009 and 2015, the collective market share of the top five department store retailers increased from 61.1% to 73.3% of the department store segment, based on retail value sales.

PERSAINGAN PASAR

Matahari telah mempertahankan posisinya sebagai merek yang memimpin di segmen *department store* Indonesia berdasarkan nilai ritel. Menurut Euromonitor, pangsa pasar Matahari di segmen tersebut tumbuh secara konsisten yakni dari 26,4% pada tahun 2008 menjadi 42,8% pada tahun 2015.

COMPETITION

Matahari has maintained its position as the leading brand in the Indonesian department store segment by retail value, and has consistently grown its share of this segment from 26.4% in 2008 to 42.8% in 2015, according to Euromonitor.

Saat ini segmen *department store* Indonesia didominasi oleh Matahari dan satu kompetitor lain, meskipun terdapat sejumlah pelaku aktif di segmen tersebut. Manajemen meyakini bahwa masing-masing dari tiga besar operator *department store* memiliki target konsumen yang berbeda: Matahari berfokus pada segmen konsumen berpendapatan menengah, sedangkan dua pesaingnya masing-masing memilih target konsumen dengan pendapatan rendah dan konsumen perkotaan dengan tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi. Menurut perkiraan Euromonitor, pada tahun 2015, peritel *department store* lain di luar tiga besar memiliki pangsa pasar kurang dari 5% berdasarkan nilai penjualan ritel.

Indonesia's department store segment is currently dominated by Matahari and one other major competitor, although several other players are also actively operating in this segment. Management believe that the top three department store retailers each target different customer segments: Matahari focuses on the middle-income consumer segment, while the other two competitors target low income consumers and affluent urban customers, respectively. The department store operators outside the top three each had a market share of less than 5% by retail value sales in 2015, according to Euromonitor estimates.

Dengan jaringan gerai yang menjangkau kota-kota besar di Jawa, Sumatera, Sulawesi, Bali, Kalimantan dan Papua, Matahari merupakan satu dari hanya dua peritel *department store* yang beroperasi dalam skala nasional.

With a store network that covers major cities on Java, Sumatera, Sulawesi, Bali, Kalimantan and Papua, Matahari is one of only two department store retailers to operate nationally.

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

TRENDS IN INDONESIAN RETAIL THAT IMPACT THE DEPARTMENT STORE SEGMENT

PERTUMBUHAN BELANJA KONSUMEN YANG KUAT DAN BERKELANJUTAN

Meskipun laju pertumbuhan ekonomi Indonesia di tahun 2015 berada di bawah 5% untuk pertama kalinya dalam 6 tahun terakhir, laju pertumbuhan ini diantisipasi akan meningkat kembali ke 5,3% di tahun 2016. Hal ini beserta kenaikan upah minimum dan menurunnya inflasi diharapkan dapat mengembalikan kepercayaan diri

STRONG AND SUSTAINABLE GROWTH IN CONSUMER SPENDING

Although in 2015 Indonesia's economic growth rate dipped below 5% for the first time in 6 years, it is projected to return to 5.3% in 2016. This, alongside minimum wage increases and lower inflation, is expected to restore consumer confidence and maintain the upward trend in disposable incomes.

konsumen dan mempertahankan kenaikan pendapatan yang dapat dibelanjakan. Dengan populasi Indonesia yang relatif muda dan terus bertambah (umur rata-rata 28 tahun), diperkirakan akan terjadi peningkatan belanja, terutama barang-barang di luar pangan, seperti pakaian dan sepatu, elektronik, peralatan rumah tangga dan berkebun.

Given Indonesia's young (median age 28) and growing population, an increase in discretionary spending is anticipated, particularly on non-grocery items such as apparel and footwear, electronics and appliances, homeware and garden products.

PERCEPATAN EKSPANSI INFRASTRUKTUR RITEL MODERN DI KOTA-KOTA MENENGAH DI INDONESIA

Urbanisasi di Indonesia terjadi dengan cepat, dan kota-kota skala menengah diperkirakan akan tumbuh melampaui Jakarta dalam hal tingkat pertumbuhan penduduk dan Produk Domestik Bruto (PDB). Sebagai respons pada bertambahnya permintaan dari sektor pendapatan menengah, terjadi peningkatan pengembangan pusat perbelanjaan berkualitas tinggi di kota-kota skala menengah seperti Makassar di Sulawesi, Pekanbaru di Sumatera, dan Balikpapan di Kalimantan, yang dipimpin oleh pengembang properti unggulan di Indonesia seperti Sinar Mas, Ciputra, dan Lippo Karawaci. Hal ini pun menguntungkan bagi *department store* yang biasanya berlokasi di pusat perbelanjaan. Dengan kemajuan infrastruktur di kota-kota skala menengah di Indonesia, Manajemen memperkirakan bahwa pengembangan properti komersial berskala besar akan terus bertambah dan meyakini peritel *department store* yang menargetkan segmen konsumen berpenghasilan menengah akan mendapatkan keuntungan paling banyak dari ekspansi ini.

ACCELERATING MODERN RETAIL INFRASTRUCTURE EXPANSION IN FAST-GROWING SECOND-TIER CITIES

Indonesia is experiencing rapid urbanisation, and it is expected that second and third tier cities will soon outpace Jakarta in terms of GDP and population growth rates. In response to growing demand from the middle-income sector, there is an increase in the development of high quality shopping malls in mid-sized cities such as Makassar in Sulawesi, Pekanbaru in Sumatera and Balikpapan in Kalimantan, led by the country's leading property developers, including Sinar Mas, Ciputra and Lippo Karawaci. This is a positive trend for department stores, which are usually located in shopping malls. Management anticipates that with the acceleration of infrastructure development across the country, the growth of large commercial real estate developments will continue, particularly in second-tier cities, and that department store retailers that target the middle-income consumer segment are positioned to gain the most from this expansion.

MENINGKATNYA POPULARITAS PRODUK-PRODUK EKSKLUSIF

Saat ini terdapat peningkatan permintaan dari konsumen Indonesia, terutama pada segmen menegah ke bawah, akan merek-merek eksklusif yang umumnya dijual oleh peritel *grocery* dan *department store*. Menanggapi hal tersebut, para peritel menawarkan merek-merek eksklusif mereka dengan strategi promosi yang lebih agresif.

INCREASING POPULARITY OF EXCLUSIVE PRODUCTS

There is a growing appetite among Indonesian consumers, particularly those in the low to middle-income segment, for exclusive brands, which are typically sold by leading grocery and department store retailers. Retailers, in turn, are pushing their own exclusive labels through increasingly aggressive promotional strategies.

MENINGKATNYA PERSAINGAN TERUTAMA DI ANTARA PERITEL DENGAN SASARAN KONSUMEN BERPENDAPATAN MENENGAH ATAS DI KOTA-KOTA BESAR

Sejumlah peritel internasional telah hadir di Jakarta dan kota-kota besar lainnya akibat prospek pertumbuhan dan tren demografi yang positif di Indonesia, di antaranya AEON, Central, Lotte Department Store dan Parkson Retail Group (melalui akuisisi Centro), serta beberapa *specialty store* seperti Uniqlo, H&M, Bershka, Stradivarius dan Payless. Seiring dengan pertumbuhan kesejahteraan di kelas menengah ke atas, semakin

INCREASING COMPETITION, ESPECIALLY AMONGST RETAILERS TARGETING THE UPPER MIDDLE OR HIGH INCOME CUSTOMERS IN MAJOR URBAN AREAS

International retailers are a growing presence in Jakarta and other major cities, drawn by the country's positive growth outlook and demographic trends: recent entrants include AEON, Central, Lotte Department Store and the Parkson Retail Group (through its acquisition of Centro), as well as specialty store retailers such as Uniqlo, H&M, Bershka, Stradivarius and Payless. As affluence grows among the expanding middle-to-high





banyak peritel *department store* internasional akan menargetkan Indonesia, khususnya di kota-kota besar. Sebagai contohnya, Central Retail Corporation telah membuka gerai pertamanya pada tahun 2014 di Jakarta Pusat, menargetkan konsumen kelas menengah ke atas, dan berencana untuk membuka gerai keduanya di Jakarta Barat.

PROSPEK

Terdapat tiga tren utama yang mendasari prospek industri ritel di Indonesia: pertumbuhan kelas menengah, peralihan dari pasar tradisional ke ritel modern, dan urbanisasi.

Masih rendahnya penetrasi sektor ritel modern di Indonesia dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara serta populasi penduduk yang terus tumbuh membuka kesempatan yang signifikan bagi ekspansi berkelanjutan di pasar ritel Indonesia. Segmen berpendapatan menengah di Indonesia, yang saat ini berjumlah sekitar 125 juta orang, diproyeksikan akan terus mengalami pertumbuhan dalam beberapa tahun ke depan seiring dengan meningkatnya PDB per kapita yang akan terus menarik sejumlah besar porsi segmen berpendapatan rendah, yang saat ini berada di angka 107 juta orang, ke kelas menengah. Kenaikan pendapatan di basis konsumen ini akan mendorong peningkatan belanja, terutama untuk pakaian dan sepatu.

Manajemen yakin bahwa tren urbanisasi, terutama di daerah timur Indonesia yang masih kurang terlayani, dan meningkatnya penetrasi format ritel modern memberikan peluang tumbuh yang besar bagi Matahari. Profil konsumen pada pasar berkembang tersebut sesuai dengan target konsumen Matahari, sehingga Matahari menjadi pilihan utama bagi para pengembang pusat perbelanjaan di luar Jawa, memungkinkannya dalam mengakses lokasi terbaik dengan syarat-syarat yang menguntungkan.

Merek-merek eksklusif akan bertambah populer seiring dengan peningkatan kesejahteraan konsumen Indonesia yang mencari produk-produk gaya hidup berkualitas tinggi. Mengikuti jejak Parkson Retail Asia dan Lotte Department Store, jumlah pendatang baru diperkirakan akan bertambah seiring dengan banyaknya peritel yang menyadari besarnya peluang tumbuh di sektor ritel Indonesia.

end segment, more international department store retailers are expected to target Indonesia's larger cities. As an example, the Central Retail Corporation opened its first store in 2014 in Central Jakarta, targeting the middle-to-high end segment, and is planning to open its second store in West Jakarta.

PROSPECTS

Three key trends underpin the outlook for the industry in Indonesia: the growth of the middle class, the move from traditional to modern retail outlets, and urbanization.

The low penetration of the modern retail sector in Indonesia compared to other countries in Southeast Asia, together with its large and growing population, represent significant opportunities for continued expansion within the Indonesian retail market. Indonesia's middle income segment, currently numbering some 125 million people, is projected to expand further over the next few years as the rise in per capita GDP pulls the upper segment of the lower income sector, now comprising 107 million people, into the middle class. Rising incomes among this consumer base are expected to drive an increase in discretionary spending by consumers, particularly on apparel and footwear.

Management believes that the trend of urbanisation, particularly in the relatively underserved eastern part of the country, and the increasing penetration of modern retail formats, offers significant growth opportunities for Matahari. The consumer profile in these emerging markets matches up well with Matahari's target market. This has made Matahari the anchor tenant of choice for mall developers outside Java, allowing Matahari to access the best locations at favorable terms.

Exclusive brands will continue to grow in popularity as increasingly affluent Indonesian consumers seek out higher quality, lifestyle-oriented products. Following the lead of Parkson Retail Asia and Lotte Department Store, the number of new entrants is expected to increase as the substantial growth opportunities offered by the Indonesian retail sector are more widely recognised.



TINJAUAN OPERASIONAL

OPERATIONAL OVERVIEW

Matahari adalah operator *department store* terbesar di Indonesia berdasarkan nilai penjualan ritel, dengan pangsa pasar mencapai 42,8% dari sektor ritel *department store* di tahun 2015 (sumber: Euromonitor, Januari 2016). Membuka gerai pertamanya pada Oktober 1958 di Jakarta, Matahari 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 42.8% share of the department store retail sector in 2015 (source: Euromonitor, January 2016). Having opened its first store in October 1958 in Jakarta, Matahari pioneered the modern department store concept in Indonesia with the opening of its first department store in 1972.



Kiprah Matahari di sektor ritel Indonesia selama 57 tahun telah mengukuhkan Matahari sebagai merek *department store* yang paling dipercaya di Indonesia. Menurut survei oleh MarkPlus Insight pada Desember 2012, Matahari adalah *department store* yang paling sering dikunjungi di Indonesia selama lima tahun terakhir. Sejumlah merek eksklusif Matahari pun telah berulang kali melampaui merek-merek besar internasional dalam hal kesadaran merek, sedangkan program loyalitasnya, Matahari Club Card (MCC), merupakan salah satu program loyalitas terbesar di Indonesia, dengan basis keanggotaan yang mencapai 3,2 juta di akhir tahun 2015.

Matahari's 57 years in the Indonesian retail sector have established it as one of the country's most trusted department store brands. According to a survey by MarkPlus Insight published in December 2012, Matahari was the most frequently visited department store in Indonesia in the five years preceding the survey. Several of Matahari's exclusive brands have repeatedly outranked leading international labels on brand awareness, while its loyalty programme, Matahari Club Card (MCC) is one of the country's largest, with a membership base of over 3.2 million at the end of 2015.

Perseroan mencatatkan penjualan barang dagangan masing-masing sebesar Rp 14.421,4 miliar dan Rp 15.974,5 miliar di tahun 2014 dan 2015, sedangkan SSSG mencapai 10,7% pada tahun 2014 dan 6,8% pada tahun 2015.

The Company booked merchandise sales of Rp 14,421.4 billion and Rp 15,974.5 billion in 2014 and 2015, respectively, while SSSG was 10.7% in 2014 and 6.8% in 2015.

Strategi Matahari berpusat pada memberikan nilai tambah bagi konsumen dengan menyediakan beragam produk terkini berkualitas tinggi dengan harga terjangkau, yang ditampilkan secara menarik dan relevan dalam format *department store* modern. Produk yang ditawarkan didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan dan selera keluarga berpendapatan menengah di Indonesia, meliputi pakaian serta sepatu pria, wanita dan anak-anak, peralatan rumah tangga, kosmetik hingga aksesori, namun tidak termasuk makanan dan produk yang mudah rusak. Seluruh gerai menawarkan kombinasi produk dari pembelian langsung maupun konsinyasi. Manajemen percaya bahwa saat ini Matahari adalah satu-satunya operator *department store* besar yang menargetkan segmen konsumen berpendapatan menegah yang sedang berkembang pesat.

Matahari's strategy centres on delivering value to customers by offering a large assortment of high quality, fashionable and affordably priced merchandise, which is set out in relevant, visually appealing displays in a modern department store setting. The merchandise, which is designed to cater to the tastes of a typical, middle-income Indonesian family, consists of men's, women's and children's clothing and shoes, as well as homeware, cosmetics and accessories, but does not include food or any other perishable products. All stores offer a mix of directly purchased merchandise and consignment merchandise. Management believe that at present, Matahari is the only major department store operator that targets Indonesia's fast-growing middle-income segment.

Perseroan memperoleh pendapatan dari hasil penjualan produk di gerai-gerainya. Namun di tahun 2016, sebagian pendapatan akan dihasilkan oleh penjualan sejumlah produk Matahari melalui portal ritel *online*, MatahariMall.com. Pendapatan Perseroan terdiri dari pendapatan bersih dari vendor konsinyasi (CV) dan penjualan produk pembelian langsung/*directly purchased* (DP). Mencerminkan tren peningkatan permintaan terhadap produk DP, yang sebagian besar adalah merek eksklusif Matahari, penjualan produk konsinyasi menurun dari 66,0% di tahun 2014 menjadi 64,5% di tahun 2015, sedangkan penjualan DP meningkat menjadi 35,5%. Merek-merek konsinyasi yang dijual di gerai Matahari meliputi Polo, Clinique, Revlon, Fladeo, Levi's, Cardinal, Logo dan Executive. Dengan citra premiumnya di Indonesia, merek-merek tersebut berperan secara signifikan dalam menarik konsumen ke gerai-gerai Matahari.

The Company currently derives its revenue from the sale of merchandise in its stores. However, as of 2016, a portion of the revenue will be generated by the sale of selected Matahari merchandise through the online retail platform, MatahariMall.com. The Company's revenues consist of net revenue from consignment vendor (CV) sales and directly purchased (DP) sales. Reflecting the upward trend in demand for DP products, most of which are Matahari's exclusive brands, CV sales decreased from 66.0% in 2014 to 64.5% in 2015, while DP sales increased to 35.5%. The consignment brands carried in Matahari stores include Polo, Clinique, Revlon, Fladeo, Levi's, Cardinal, Logo and Executive. With their premium image in Indonesia, these brands play a significant role in attracting customers to the stores.



Pada tahun 2015, 80,1% penjualan DP dihasilkan oleh merek-merek eksklusif Matahari, seperti Nevada, Cole, Little M dan Connexion. Nevada merupakan merek pakaian modis berharga terjangkau yang paling populer di Indonesia (melampaui merek-merek internasional) menurut survei konsumen mengenai *unaided brand awareness* oleh MarkPlus Insight pada tahun 2012; Cole, Little M dan Connexion juga masuk ke dalam sepuluh besar. Merek-merek eksklusif tersebut hanya dijual di gerai Matahari, sehingga menurut Manajemen, hal inilah yang membedakan Perseroan dari para kompetitor dan memperkuat citra Matahari Department Store sebagai destinasi belanja utama bagi konsumen kelas menengah.

In 2015, 80.1% of DP sales were generated by Matahari's exclusive brands, which include Nevada, Cole, Little M and Connexion. Nevada is the leading fashionable affordable clothing brand in Indonesia (ahead of all international brands), according to a 2012 MarkPlus Insight consumer survey of unaided brand awareness; Cole, Little M and Connexion were all in the top ten. These exclusive brands, available only at Matahari stores, differentiate the Company from the competition, according to Management, and reinforce the image of Matahari Department Store as the premier shopping destination for middle-income consumers.

Kombinasi barang dagangan (termasuk kombinasi antara produk DP dan konsinyasi) disesuaikan untuk setiap gerai. Hal ini dapat dilakukan berkat kemampuan Perseroan dalam memperoleh barang dagangan dari beragam vendor konsinyasi maupun pemasok barang pembelian langsung, serta pengetahuan yang mendalam mengenai kebiasaan belanja, selera dan preferensi lokal yang memungkinkan Perseroan untuk menyesuaikan ragam produk dan menetapkan harga yang tepat untuk target pasar di setiap gerai. Mayoritas barang dagangan Matahari berasal dari sumber lokal di Indonesia, Matahari dapat meminimalkan paparan risiko yang terkait dengan

Matahari's merchandise mix (including the balance of DP goods and consignment goods) is customised on a store-by-store basis. This is made possible by the Company's ability to source merchandise from a broad and diversified base of consignment vendors and direct purchase suppliers, as well as its deep insights into local shopping habits, tastes and preferences that enable the Company to tailor its offerings and price points to the target market of each individual store. The majority of Matahari's merchandise is sourced in Indonesia, thereby limiting the Company's exposure to the risks associated with importing goods, including currency

barang impor, seperti fluktuasi mata uang, keterlambatan, peraturan dan pajak impor. Hal ini memberikan fleksibilitas bagi Perseroan dalam merespons perubahan tren *fashion* yang dinamis dan menyesuaikan kebutuhan persediaan dengan cepat. Dengan kehadirannya selama lebih dari lima dekade di industri ritel, Matahari mampu membentuk hubungan dekat berjangka panjang dengan banyak vendor konsinyasi dan pemasok barang pembelian langsung, serta memberikan sejumlah keuntungan bagi Perseroan terkait harga, waktu pengiriman, dan volume barang yang dipasok.

Secara konsisten, Matahari telah diakui oleh pengamat industri terkait kemampuannya di berbagai disiplin. Matahari memenangkan penghargaan Carre-CCSL untuk kualitas pelayanan yang luar biasa secara berturut-turut dari tahun 2012 hingga 2015. Pada tahun 2015, Matahari juga memenangkan penghargaan 'Top Brand' dari Frontier Consulting Group and Marketing Magazine di kategori *department store* untuk kelima kalinya. Matahari dinobatkan sebagai Asiamoney's Best Managed Mid-Cap Company di tahun 2015 dan berada di posisi sepuluh besar pada Retail Asia Pacific Top 500. Matahari juga mencapai posisi tertinggi untuk merek *department store* di Indonesia's Top 100 Most Valuable Brands (SWA Magazine dan Brand Finance Indonesia), posisi ke-19 secara keseluruhan, dan dinobatkan sebagai Gold Champion untuk kategori *department store* di MarkPlus, Inc's Indonesia WOW Brand Awards. Di samping pencapaian tersebut, Matahari juga memenangkan sejumlah penghargaan untuk merek eksklusif Matahari, keunggulan pelayanan, pemasaran digital, dan prestasi tata kelola perusahaan yang baik.

fluctuations, delays and import taxes and regulations. This gives the Company the flexibility to respond rapidly to the highly dynamic trends in the fashion industry and adjust inventory accordingly. As an industry player of several decades' standing, Matahari has established close and enduring relationships with a large number of consignment vendors and direct purchase suppliers, enabling the Company to command advantageous terms with regard to the prices, timing and volume of merchandise supplied.

Matahari has consistently been acknowledged by industry observers for its capabilities across a range of disciplines. Matahari won consecutive Carre-CCSL awards for excellence in service quality from 2012 to 2015, and in 2015, won its fifth consecutive 'Top Brand' award from Frontier Consulting Group and Marketing Magazine in the department store category. Matahari was named Asiamoney's Best Managed Mid-Cap Company in 2015 and was in the top ten of the Retail Asia Pacific Top 500. Matahari also achieved the highest position for a department store brand in Indonesia's Top 100 Most Valuable Brands (SWA Magazine and Brand Finance Indonesia), coming in 19th place overall, and was named Gold Champion in the department store category in MarkPlus, Inc's Indonesia WOW Brand Awards. Alongside these accolades, Matahari also won several other awards for its exclusive brands, service excellence, digital marketing and GCG performance.

GERAI

JARINGAN RITEL

Per 31 Desember 2015, jaringan Matahari terdiri dari 142 gerai di 66 kota di seluruh Indonesia, dengan total luas gerai yang mencapai 931.700 meter persegi, menjadikannya jaringan *department store* terbesar di Indonesia. Hanya ada satu peritel *department store* lainnya yang memiliki lebih dari 100 gerai di Indonesia, sedangkan operator *department store* besar berikutnya hanya memiliki kurang dari setengah jumlah gerai Matahari.

Sekitar 60% populasi Indonesia tinggal di Pulau Jawa, di mana sebagian besar gerai Matahari berlokasi. Oleh karena itu, Pulau Jawa terus menghasilkan porsi

STORES

RETAIL NETWORK

Matahari's network comprised 142 stores in 66 cities across Indonesia as at December 31, 2015, covering over 931,700 square metres of total store space, making it by far the largest department store footprint in the country. Only one other Indonesian department store retailer has more than 100 stores, while the next largest department store operators have less than half the number of Matahari's stores.

Approximately 60% of Indonesia's population resides on the island of Java, which is where the majority of Matahari's stores are located. Accordingly, Java

terbesar dari total penjualan Perseroan (62,5% di tahun 2014 dan 60,9% di tahun 2015). Di luar Jawa, Sumatera menyumbang penjualan terbanyak pada tahun 2015, yakni 15,8%. Kalimantan, Sulawesi dan Maluku mencapai 16,7%, sedangkan lokasi lainnya berkontribusi sebanyak 6,6%. Manajemen melihat peluang ekspansi yang besar, baik di dalam maupun luar Jawa, terutama di kota-kota skala menengah di penjuru Nusantara. Perseroan tengah mempersiapkan jaringan gerai yang kuat untuk memanfaatkan kesempatan pertumbuhan di masa depan.

PERLUASAN DAN EKSPANSI GERAI BARU

Kemampuan Matahari yang sangat baik dalam mengoperasikan gerai-gerai dengan tingkat profitabilitas tinggi, meskipun dengan ukuran maupun kondisi geografis dan demografis yang beragam, bertumpu pada jaringan logistik Perseroan yang sangat efisien serta pemilihan kombinasi barang dagangan yang sesuai dengan target pasar setiap gerai. Dengan kemampuan ini, Perseroan mempunyai fleksibilitas untuk membangun kehadirannya di pasar berkembang di seluruh Indonesia, terutama di daerah-daerah di luar Pulau Jawa yang kurang terjangkau oleh ritel modern. Di tahun 2015, Matahari memperluas jaringannya ke empat kota 'baru' di Kalimantan dan Nusa Tenggara, menunjukkan kesiapan untuk pengalaman belanja yang lebih kontemporer di daerah yang kurang terlayani.

Setiap tahun, Matahari telah memperluas jaringan gerainya secara konsisten, dengan membuka 9 gerai baru di tahun 2013, 8 gerai baru pada 2014, dan 11 gerai baru lainnya di tahun 2015. Total luas bersih gerai Matahari meningkat sebanyak 9,1% di tahun 2015, memperhitungkan pembukaan gerai baru dan perluasan gerai lama. Manajemen percaya bahwa hal ini telah berkontribusi secara signifikan pada peningkatan total penjualan setiap tahunnya.

Portofolio gerai ditinjau secara berkala dan dapat menutup beberapa gerai yang kinerjanya kurang baik. Tidak ada gerai yang ditutup pada tahun 2015 maupun 2013. Namun pada tahun 2014, Matahari menutup satu gerai di Kelapa Gading karena habisnya masa sewa, dan menutup satu gerai di Bandung untuk sementara karena kebakaran.

Pasar *department store* tergolong masih kurang terlayani apabila dibandingkan dengan tingkat pertumbuhan segmen kelas menengah, dan Manajemen yakin bahwa kesempatan ekspansi gerai Matahari masih sangat besar, khususnya di luar Jakarta. Seiring dengan peningkatan pendapatan dan infrastruktur, pengamat

continues to generate the largest share of the Company's merchandise sales (62.5% in 2014 and 60.9% in 2015). Outside Java, the largest share of merchandise sales in 2015 was generated by Sumatra, with 15.8%. Kalimantan, Sulawesi and Maluku accounted for 16.7%, while other locations contributed 6.6%. Management sees strong potential for expansion both within Java and on the other islands, particularly in the emerging second-tier cities across the country, and is preparing a robust pipeline of stores to capture these future growth opportunities.

NEW STORE ROLL-OUT AND EXPANSION

Matahari's ability to successfully operate profitable stores of varying size in widely differing geographies and demographies across the country rests on the Company's highly efficient logistics network and capacity to tailor the merchandise mix to each store's target market. With these capabilities, the Company has the flexibility to establish an early presence in emerging markets all over Indonesia, and especially areas outside Java that are largely underpenetrated by modern retail outlets. In 2015, Matahari extended its network to four 'new' cities in Kalimantan and Nusa Tenggara, indicating the readiness for a more sophisticated and contemporary shopping experience in hitherto underserved areas.

Matahari has been able to consistently expand its store network each year, opening 9 new stores in 2013, 8 in 2014 and another 11 in 2015. Matahari's total net store space increased by 9.1% in 2015, taking into account both new store openings and the expansion of existing stores. Management believes that this has made a significant contribution to the year-on-year increase in total sales.

The store portfolio is reassessed regularly and underperforming stores may be closed. No stores were closed in 2015 or 2013. In 2014, however, Matahari closed one store in Kelapa Gading upon expiration of its lease, and temporarily closed a store in Bandung due to fire.

Indonesia's department store market is underserved in comparison to the size and rate of growth of the middle-income segment, and Management believes that there is potential for a considerable expansion of Matahari's store network, particularly outside Jakarta. As incomes rise and infrastructure improves, industry observers

industri mengantisipasi kenaikan jumlah pusat perbelanjaan di Indonesia. Matahari memilih untuk mendirikan gerai baru pada pengembangan tersebut untuk memanfaatkan tingginya lalu lintas konsumen. Matahari, yang menarik banyak pelanggan Indonesia, juga menjadi penyewa utama pilihan bagi pusat perbelanjaan sehingga dapat memperoleh penawaran sewa yang lebih menguntungkan. Manajemen percaya bahwa hubungan jangka panjang Matahari dengan pengembang properti terkemuka, distribusi logistik yang efisien, kemampuan operasional di pasar lokal dan skala ekonomis menjadi pijakan yang kokoh untuk rencana ekspansi Perseroan.

expect to see the number of shopping centres and malls in Indonesia escalate. Matahari prefers to establish new stores within such developments to take advantage of the high customer footfall they generate. Moreover, Matahari, being a strong draw for Indonesian consumers, is a leading anchor tenant of choice for malls, and can typically obtain favourable lease terms. Management believes that, alongside Matahari's long-standing relationships with leading real estate developers, its efficient distribution and logistics arrangements, local operating knowhow and economies of scale provide a strong foundation for its expansion plans.

Dengan 54 lokasi potensial yang telah diidentifikasi hingga 31 Desember 2015, Matahari memiliki prospek gerai yang kuat, dan terus diselaraskan dengan rencana ekspansi Perseroan. Matahari berusaha memperluas kehadirannya, baik di kota-kota yang telah dijangkau maupun mengembangkan pasar di lokasi baru di seluruh Indonesia. Perseroan mempunyai tim *real estate* khusus yang bertanggung jawab untuk mengidentifikasi lokasi potensial dan membangun hubungan baik dengan pengembang serta perantara di tempat tersebut. Untuk menentukan lokasi yang sesuai, beberapa kriteria harus dipenuhi, yakni luas cakupan area, kepadatan penduduk, tingkat pendapatan per kapita target pasar, perkiraan tingkat keuntungan dan pengembalian (*return*) keuangan, persaingan dengan peritel lain di dekat lokasi, dan harga sewa. Pembukaan gerai di lokasi tertentu juga bergantung pada penyelesaian pembangunan pusat perbelanjaan serta infrastruktur pendukung terkait.

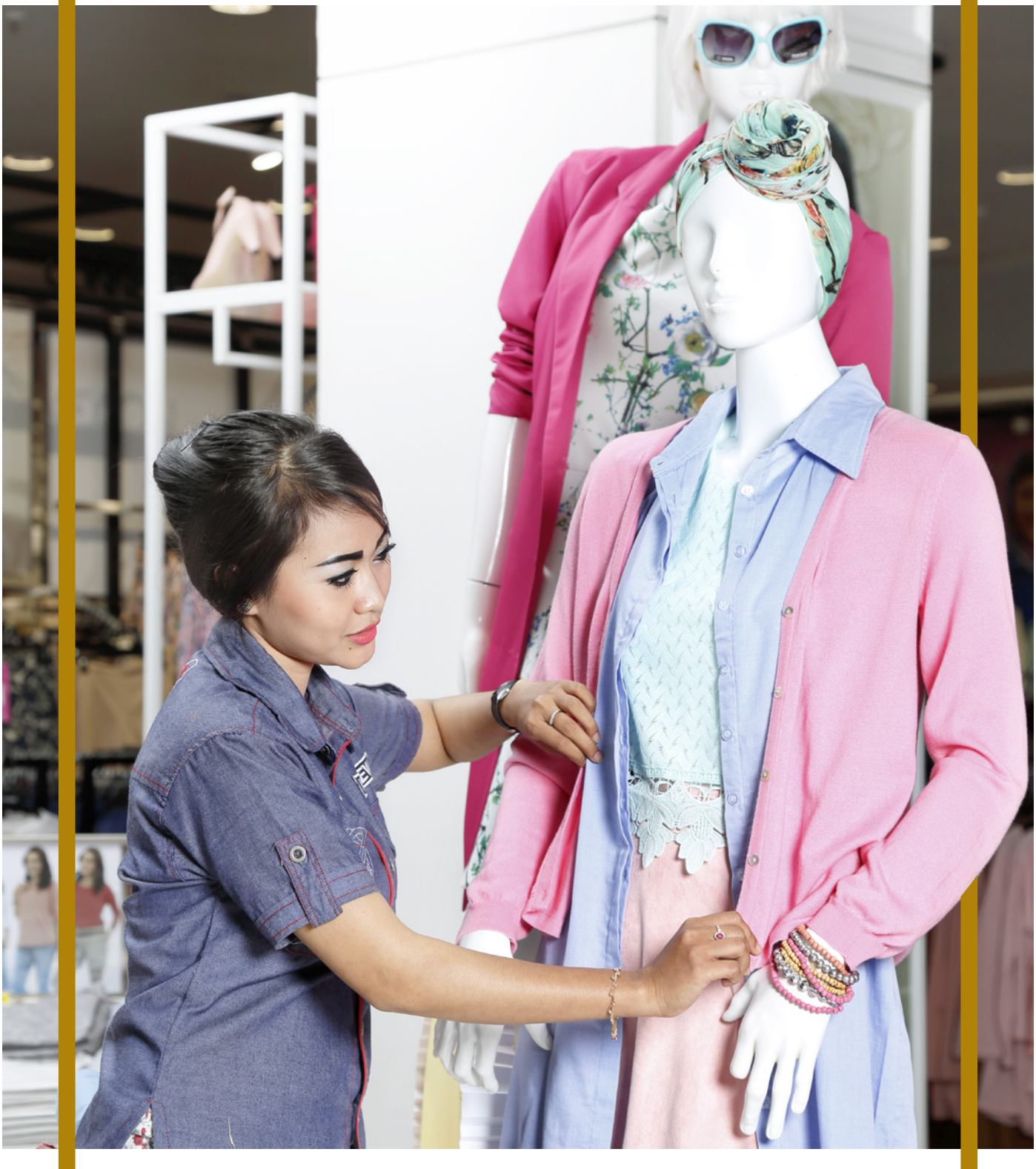
With 54 potential sites identified as of December 31, 2015, Matahari has a healthy store pipeline, and it is regularly updated in line with the Company's expansion plans. The Company aims to expand both by intensifying its presence in cities where it already has a presence and by developing markets in new geographies across the country. The Company's real estate team is responsible for identifying potential sites and building relationships with developers and intermediaries at the selected sites. There are certain criteria that potential sites must meet in order to be considered, including the size of the catchment area, population density, disposable income per capita of the target market, expected profitability and financial returns and competition from other retailers in the vicinity, as well as expected rents. The opening of a store at any selected site is also dependent on the completion of the shopping centre or mall concerned and the development of associated infrastructure.

Matahari dapat mempersiapkan gerai baru dalam waktu sekitar enam sampai sembilan bulan setelah ruang sewa tersedia dan perjanjian telah ditandatangani. Perseroan mengeluarkan antara Rp 8,6 miliar hingga Rp 26,2 miliar untuk membuka setiap gerai baru, tergantung pada lokasi, luas, dan tata letak gerai. Gerai baru diperkirakan dapat menghasilkan keuntungan selama satu tahun pertama setelah dibuka, dan mengembalikan modal investasi pada tahun ketiga atau keempat.

Matahari can fit out a new store within approximately six to nine months of the lease on the site being signed. Each new store costs between Rp 8.6 billion and Rp 26.2 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.

Matahari memastikan bahwa setiap gerai baru dipimpin oleh *store manager* yang telah berpengalaman dan melalui pelatihan di gerai yang sudah ada. Kualitas pelayanan yang tinggi dijaga di seluruh jaringan gerai, melalui pelatihan rutin untuk karyawan mengenai pelayanan konsumen dan keterampilan interpersonal. Perseroan juga terus mengidentifikasi dan mengembangkan sumber daya manusia yang memiliki potensi kepemimpinan di setiap tingkat, demi menjamin adanya manajer berkualitas di setiap gerai baru.

Matahari ensures that each new store is headed by an experienced store manager who has had experience and training within the Company's existing network. High standards of service are maintained throughout the store network through regular training for all in-store staff on customer service and interpersonal skills. To ensure a strong pipeline of qualified managers for its planned new stores, the Company continuously identifies and develops people at all levels who have leadership potential.





Sejumlah faktor dapat memengaruhi kinerja sebuah gerai baru. Faktor yang dapat dikontrol Perseroan adalah integrasi gerai baru ke dalam operasi Perseroan yang sudah ada, dan memastikan kombinasi produk sesuai dengan preferensi dan daya beli target pasar lokal.

Karena Matahari memiliki hubungan jangka panjang dengan pengembang properti dan rekam jejak yang baik dalam pembukaan gerai baru, Manajemen yakin bahwa Perseroan akan dapat terus memperluas jaringan gerainya sesuai rencana. Walau begitu, hal ini juga bergantung pada ketersediaan lokasi dan ketepatan waktu penyelesaian pembangunan mal dan infrastrukturnya.

DESAIN GERAI

Manajemen percaya bahwa desain gerai, termasuk tata letak, desain interior, pencahayaan, dan tampilan visual produk berperan penting dalam memengaruhi keputusan belanja konsumen, serta merupakan faktor penting dalam meningkatkan ekuitas merek. Oleh karena itu, Perseroan berusaha untuk terus meningkatkan desain serta penggunaan penanda, *display*, dan petunjuk visual lainnya secara efektif untuk menarik konsumen kepada produk tertentu, mendorong pembelian atau mengarahkan mereka ke bagian gerai tertentu.

Matahari berusaha memberikan kesan visual pertama yang kuat melalui tampilan *window display* yang menarik, yang didesain khusus oleh tim desain dan diterapkan di seluruh gerai Matahari di Indonesia. Manajemen percaya bahwa tata letak yang rapi, pencahayaan yang baik, presentasi produk yang menarik, pengelompokan produk yang logis, petunjuk yang konsisten, serta penempatan cermin yang nyaman dan kamar pas yang bersih dan rapi merupakan prinsip-prinsip dasar desain gerai yang baik, sehingga berkontribusi dalam menghasilkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Perkembangan teknologi terbaru ditinjau secara rutin dan diterapkan apabila dirasa dapat memberikan nilai tambah. Contohnya, pencahayaan LED, yang diaplikasikan di 30 gerai pada tahun 2014, dinilai telah berhasil meningkatkan suasana gerai dan mengurangi konsumsi listrik. Oleh karena itu, kini pencahayaan LED telah digunakan di semua gerai baru serta gerai-gerai lama sebagai program renovasi gerai. Pada akhir tahun 2015, 67 gerai telah mengganti lampu dengan pencahayaan LED, dan Perseroan sedang dalam proses pemasangan pencahayaan LED di seluruh gerai lainnya hingga akhir tahun 2016 untuk terus mengurangi konsumsi energi.

Various factors can influence the performance of a new store. Among those that the Company can control are the integration of the new store into the Company's existing operations, and ensuring a merchandise mix that matches the preferences and purchasing power of the local target market.

Given Matahari's long-standing relationships with real estate developers and its history of successful store openings, Management has reason to believe that the Company will be able to continue to expand its store network as planned. This will, however, depend on the continued availability of store locations and the timely completion of malls and infrastructure.

STORE DESIGN

Management believes that store design, including the layout, interior decor, lighting and merchandise displays, plays an important part in customers' purchasing decisions and is a critical factor in increasing brand equity. The Company therefore seeks continuous improvements in design as well as in the effective deployment of signage, displays and other visual cues to attract customers to certain merchandise, encourage impulse buying, and lead them to other parts of the store.

Matahari seeks to make a strong first visual impression with its eye-catching window displays, which are designed by a dedicated design team and rolled out to stores across the country. Management believes that uncluttered layouts, good lighting, compelling merchandise presentations, logical grouping of products, clear and consistent signage, conveniently located mirrors and clean, tidy fitting rooms are all fundamental principles of good store design and, as such, contribute to a more enjoyable and memorable shopping experience. New developments and technological advances in store design are regularly assessed and deployed if the Company believes they will add value. As an example, LED lighting, which was introduced in 30 stores in 2014, was judged to have successfully enhanced the in-store ambience and reduced electricity consumption. As a result, LED lighting is now installed in all new stores as well as in existing stores as part of the store refurbishment programme. At the end of the year 2015, 67 stores have been re-lamped, and the Company is in the progress of retrofitting the remaining stores by the end of 2016 to further reduce its energy consumption.

Untuk memastikan suasana gerai tetap relevan bagi target pasar, Perseroan terus memantau tren perilaku konsumen. Sebagai contoh, petunjuk dan tampilan gerai telah dimodifikasi agar tampak lebih menarik bagi pelanggan pria, karena semakin banyak pria yang membeli kebutuhan pakaiannya sendiri. Matahari menyediakan panduan serta pelatihan dan lokakarya rutin untuk manajer dan staf gerai mengenai konsep perdagangan ritel terkini, arah pemasaran, dan prinsip-prinsip presentasi gerai guna memastikan citra merek terjaga dan pesan serta tema utama dipresentasikan secara konsisten di seluruh jaringan gerai. Walau begitu, adapula porsi untuk nuansa lokal: perayaan dan budaya lokal, serta preferensi konsumen dapat memengaruhi pilihan kombinasi produk dan dekorasi gerai. Gerai Matahari di Bali misalnya, memiliki tema khas Bali dan ketersediaan suvenir untuk menarik turis.

Luas gerai ditentukan oleh sejumlah faktor, termasuk ketersediaan dan ukuran lokasi. Meskipun luas mayoritas gerai Matahari berada pada kisaran 5.000 sampai 9.000 meter persegi, gerai Matahari yang terbesar yaitu di Tunjungan Plaza di Surabaya, memiliki luas lebih dari 19.000 meter persegi.

PERBAIKAN BERKESINAMBUNGAN PADA GERAI YANG ADA

Manajemen percaya bahwa gerai yang modern dan terang akan menarik konsumen, meningkatkan pengalaman berbelanja, dan memengaruhi waktu yang dihabiskan konsumen di dalam gerai serta produktivitas. Oleh karena itu Perseroan memastikan bahwa gerai direnovasi secara rutin agar tetap segar dan relevan. Perseroan bertujuan untuk merombak total semua gerai setiap lima hingga tujuh tahun, namun setiap tahunnya Perseroan mengevaluasi kebutuhan setiap gerai, dan sebagai hasilnya renovasi dapat dipercepat untuk gerai-gerai tertentu. Gerai-gerai Matahari juga dapat mengalami perombakan total atau sebagian, sebagai bagian dari perluncuran konsep gerai baru ataupun sebagai respons terhadap persaingan di lokasi gerai tersebut.

Sebanyak 14 gerai Matahari direnovasi di tahun 2015, 26 gerai di tahun 2014, dan 16 di tahun 2013, mewakili 9,9%, 20% dan 13% dari total gerai pada masing-masing periode.

Renovasi gerai dapat diselesaikan dalam waktu beberapa minggu hingga tiga bulan, tergantung pada cakupan dan jumlah pekerjaan yang diperlukan. Gerai tetap buka selama periode tersebut, tetapi pekerjaan renovasi dilakukan secara bertahap untuk meminimalkan

To ensure that the store environment remains relevant to the target market, the Company continually monitors customer behaviour trends. For example, signage and in-store displays have been modified to make them more appealing to male shoppers, as men are now increasingly buying their own clothes. Matahari provides guidelines as well as regular training and workshops for store managers and staff on the Company's latest merchandising concepts, marketing directions and store presentation principles to ensure that the brand image is maintained and key messages and themes are presented consistently across the store network. Nevertheless, there is scope for local flavour: local festivities, culture and customer preferences can all influence the store's merchandise selection and seasonal decoration. Matahari's Bali stores, for example, have a Balinese theme and stock souvenirs to draw tourist shoppers.

Store size is determined by a number of factors, including the availability and size of the site. Although the majority of Matahari stores have a floor space of between 5,000 and 9,000 square metres, the Company's largest store, at Tunjungan Plaza in Surabaya, covers just over 19,000 square metres.

ONGOING IMPROVEMENT OF EXISTING STORES

Management believes that a bright, modern-looking store draws customers inside, enhances their in-store experience and influences the length of time they stay, and as such has an impact on productivity. The Company therefore ensures that stores are regularly refurbished to keep them fresh and relevant. The Company aims to completely remodel each store every five to seven years, but each store is evaluated annually, and its refurbishment may be accelerated as a result. Stores may also undergo a full or partial re-fit as part of the rollout of a new store concept or in response to the entry of new competitors in the catchment area concerned.

A total of 14 Matahari stores were refurbished in 2015, 26 in 2014 and 16 in 2013. These figures represent 9.9%, 20% and 13% of the total stores in the periods concerned.

A store refurbishment can take up to three months but may be completed within a few weeks, depending on the scope and amount of work needed. Stores remain open during the refit, with the work being done in phases to minimise disruption. The disruption

gangguan. Gangguan yang disebabkan oleh renovasi dapat berakibat penurunan penjualan kotor dan tingkat keuntungan gerai secara temporer. Namun setelah proses renovasi selesai, tingkat penjualan kembali membaik, bahkan melebihi kinerja sebelumnya dalam waktu 18 sampai 24 bulan setelah renovasi.

caused by a refurbishment can temporarily impact the store's gross sales and profitability, but sales typically recover and eventually overtake the prior years' performance during the first 18 to 24 months following the refurbishment.

Tujuan utama renovasi gerai adalah untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman bagi konsumen. Karena itu, renovasi dapat mencakup pemasangan atau perbaikan petunjuk tempat, pencahayaan, kamar pas dan perlengkapan lainnya; memodifikasi *display* produk; serta memperlebar lorong. Perbaikan tersebut juga harus mengakomodir penambahan ragam produk yang dapat ditampilkan, tanpa mengurangi kesan luas gerai. Matahari telah mengembangkan sejumlah konsep inovatif guna mencapai hal tersebut, seperti memperbaiki bagian tengah atau '*centre core*' gerai untuk meningkatkan presentasi dan ragam produk yang ditampilkan di sana. Manajemen percaya bahwa inisiatif ini menjadi faktor utama dalam mewujudkan reputasi Matahari sebagai 'destinasi' untuk produk kosmetik, tas, aksesori dan sepatu. Konsep inovatif yang berdampak besar lainnya dikembangkan untuk menampilkan merek eksklusif Matahari secara lebih efektif, misalnya '*Denim Bar*' untuk jeans dan celana pendek, serta bagian khusus dalam gerai untuk Nevada, merek eksklusif Matahari yang paling populer sekaligus merek pakaian modis dengan harga terjangkau yang terkemuka di Indonesia menurut survei konsumen tentang *unaided brand awareness* oleh MarkPlus Insight.

The primary objective of a store refurbishment is to improve the shopping experience for customers. A refurbishment may therefore include installing or upgrading signage, lighting, fitting rooms and fixtures; modifying product displays; and widening aisles. The refit must also accommodate the need to display a wider assortment of merchandise in the store without detracting from the sense of spaciousness. Matahari has developed several innovative concepts to balance these needs, such as re-energising stores' 'centre core' to enhance the presentation and range of the merchandise displayed there. Management believes that the centre core initiative has been a key factor in establishing Matahari's reputation as a 'destination' for cosmetics, handbags, accessories and shoes. Other innovative, high-impact concepts have been developed to showcase Matahari's exclusive brands more effectively, including the 'Denim Bar' for jeans and shorts, and a dedicated in-store section for Nevada, Matahari's most popular exclusive brand and Indonesia's leading 'fashionable affordable clothing brand' according to a 2012 consumer survey on unaided brand awareness conducted by MarkPlus Insight.

Renovasi telah dilakukan secara berkala selama lima tahun terakhir dan akan tetap berlanjut di masa mendatang. Manajemen percaya bahwa gangguan yang disebabkan renovasi gerai tidak memiliki dampak material terhadap kinerja operasional yang akan datang, jika dibandingkan dengan hasil operasional di masa lalu. Sebaliknya, Manajemen meyakini bahwa program renovasi gerai memiliki peran penting dalam mempertahankan pertumbuhan produktivitas gerai.

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 refurbishments will not have a material impact on the results of operations going forward as compared to historical results of operations. On the contrary, Management believes that the store refurbishment programme plays a critical role in sustaining the growth in productivity of its stores.

INISIATIF 2015

Manajemen terus meningkatkan kualitas pelayanan konsumen Matahari di tahun 2015. Inisiatif-inisiatif yang sedang berlangsung termasuk memperbaiki penempatan staf di *counter* pelayanan konsumen, mempercepat waktu pembayaran, meningkatkan kebersihan toilet dan pelatihan pelayanan konsumen untuk karyawan. *Supervisor* pelayanan konsumen juga telah ditempatkan di gerai-gerai besar guna mengkoordinasi pelayanan dan memastikan standar

2015 INITIATIVES

Management continued to invest in improving Matahari's customer service quality in 2015. Ongoing initiatives include improving staffing levels at customer service counters, accelerating checkout times, improving the cleanliness of the restrooms, and training staff on customer service. Customer service supervisors have been deployed in many of the larger stores to coordinate services and ensure that high standards are consistently upheld. Matahari's dedicated customer call

tinggi selalu terjaga. *Call centre* khusus konsumen, Halo Matahari, juga meningkatkan pelayanannya. Manajemen yakin bahwa komitmen Matahari untuk terus meningkatkan pelayanan konsumen telah berkontribusi secara langsung pada kinerja Perseroan yang diukur dengan berbagai indikator pelayanan konsumen, termasuk sejumlah penghargaan nasional untuk keunggulan pelayanan konsumen di tahun 2015.

centre, Halo Matahari, has also continued to upgrade its service levels. Management believes that Matahari's commitment to continuous improvement in customer service has directly contributed to the Company's performance on a number of independent measures of customer service. These included several national awards for customer service excellence in 2015.

Dengan sistem *merchandising* yang mutakhir, Matahari terus meningkatkan kemampuannya dalam mengikuti tren penjualan setiap daerah maupun gerai, memungkinkan Perseroan untuk menyesuaikan alokasi produk dan ragamnya di setiap gerai dengan cepat. Pada tahun 2015, Matahari bekerja sama dengan konsultan pihak ketiga untuk mengoptimalkan potensi data besar yang didapat dari basis data Matahari Club Card (MCC). Hal ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih mendalam terkait pola dan tren belanja konsumen, sehingga Matahari dapat menyesuaikan program pemasaran dan kombinasi produk secara lebih akurat pada pelanggan yang terus bertambah. MCC, yang tetap menjadi program loyalitas *department store* terbesar di Indonesia, terus meningkatkan nilainya bagi pemegang kartu dengan memberikan lebih banyak keuntungan, tawaran dan potongan harga khusus yang menarik segmen spesifik dari basis keanggotaan. MCC terus berkembang, dengan jumlah anggota yang bertambah sebanyak 989.409 di tahun 2015, sehingga menembus angka 3,26 juta anggota aktif di penghujung tahun.

With its advanced merchandising systems, Matahari is constantly enhancing its capacity to track regional and store-by-store sales trends, which allows the Company to quickly adjust merchandise allocations and assortments in individual stores in response to emerging customer preferences. In 2015 Matahari engaged a third party consultant to further optimise the big data potential of the Matahari Club Card (MCC) database. This is expected to yield deeper insights into customers' purchasing patterns and trends that will enable Matahari to tailor marketing programmes and merchandise assortments even more accurately to the growing customer base. MCC, which remains the country's largest department store loyalty programme, has continued to increase its value to card members by offering a broader range of benefits, exciting offers and special discounts that appeal to specific segments of the membership base. MCC has continued to grow, acquiring 989,409 new members in 2015 to bring the total to 3.26 million active members by the end of the year.

MELIHAT KE DEPAN

Perseroan akan terus meningkatkan produktivitas gerainya melaui inovasi dan perbaikan, serta memperluas bisnisnya dengan memanfaatkan kesempatan dari pertumbuhan kelas menengah Indonesia dan peningkatan profil sosio-ekonominya, khususnya pada pasar besar yang belum terlayani di luar Pulau Jawa. Perseroan akan memperkuat fokusnya pada konsumen melalui penggunaan data yang lebih strategis untuk memastikan setiap gerai dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan kombinasi produk dan penetapan harga yang tepat. Manajemen percaya bahwa model bisnis Matahari yang telah terbukti efektif, kepemimpinannya di pasar, orientasi konsumen dan daya tarik merek Matahari akan mendorong dan mempertahankan tingkat perumbuhan bisnis di masa mendatang.

LOOKING AHEAD

The Company will continue to leverage the productivity of its stores through continuous innovation and improvement, and expand the business by capturing the opportunities offered by Indonesia's growing and increasingly affluent middle class and its improving socio-economic profile, particularly in the large underserved markets outside Java. The Company will intensify its customer focus through a more strategic use of data to ensure that each individual store serves the needs of its customers with appropriate merchandise assortments and pricing. Management believes that the proven effectiveness of Matahari's business model, its market leadership, customer orientation and the power of the Matahari brand will drive and sustain the future growth of the business.



LOGISTIK PEMBELIAN DAN DITRIBUSI

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

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



DISTRIBUSI

Operasi logistik Matahari yang berjangkauan luas dan efisien telah memungkinkan Perseroan dalam mengirimkan lebih dari 3,7 juta koli barang *direct purchase* (barang beli putus) ke 142 gerai Matahari yang tersebar di penjuru Nusantara pada tahun 2015.

Selain itu, lebih dari 250 *supplier* konsinyasi menggunakan jasa Matahari untuk mengantarkan barang dagangannya dengan membayar biaya jasa. Di tahun 2015, lebih dari 1.3 juta koli dikirimkan ke seluruh Indonesia.

Operasi logistik merupakan keuntungan kompetitif utama Matahari: Manajemen menyakini bahwa, dengan kondisi geografis Indonesia yang sangat menantang karena banyaknya pulau dan besarnya jarak, para pesaing yang lebih kecil ataupun pelaku baru akan kesulitan untuk mereplikasi operasi logistik dalam jangka waktu menengah.

Pusat distribusi Matahari yang tersentralisasi di Jakarta meliputi luas lebih dari 26.000 m2, dan didukung oleh hub regional yang berlokasi di Surabaya, Bandung, dan Medan. Sejak 27 Februari 2015, Surabaya menjadi Matahari *logistics-controlled hub*, sedangkan Bandung dan Medan untuk sekarang ini masih dioperasikan oleh *forwarders* yang mendistribusikan barang dagangan ke gerai-gerai di wilayahnya. Perseroan juga berencana untuk membentuk *hub* di daerah lain untuk mendukung strategi pertumbuhan Matahari.

Matahari memberlakukan sistem 'tepat waktu' (*just in time*) untuk memastikan tercapainya efisiensi dan fleksibilitas maksimum dalam rantai pasokannya, sekaligus menurunkan biaya dan risiko inventori. Dengan sistem ini, pusat distribusi tidak hanya bertindak sebagai depot penyimpanan tetapi juga sebagai fasilitas '*flowthrough*', di mana barang-barang yang telah diantar oleh pemasok segera didistribusikan ke gerai-gerai.

Perseroan tercatat memiliki armada sebanyak 38 truk di DC Balaraja untuk melayani wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi) dan 8 truk di Surabaya. Proses pengiriman dilakukan selama enam hari per minggu, dengan setiap kendaraan bisa menjalankan satu sampai dua pengiriman per harinya. Perseroan menggunakan jasa perusahaan transportasi rekanan untuk pengiriman ke Jawa, Bali, dan Sumatera yang memakan waktu dua sampai sepuluh hari untuk mencapai tujuan. Semua perusahaan transportasi

DISTRIBUTION

Matahari's comprehensive and highly efficient logistics operation enabled the Company to deliver some 3.7 million cartons of direct purchase goods in 2015 to 142 Matahari stores across the archipelago.

In addition, more than 250 consignment vendors use Matahari's services to deliver their own merchandise, for which they pay a service fee. In 2015, more than 1.3 million CV cartons were sent throughout Indonesia.

The logistics operation is a key competitive advantage for Matahari: Management believes that with Indonesia's complex geography, including multiple islands and vast distances, smaller competitors or new entrants would find it difficult to mount a similarly sized operation over the medium term.

Matahari's central distribution center in Jakarta, which covers an area of more than 26,000 square metres, is supported by regional hubs in Surabaya, Bandung, and Medan. On 27 February 2015, Surabaya became a Matahari logistics-controlled hub, while the Bandung and Medan hubs are still operated by forwarders who distribute the merchandise to stores in each region. The Company plans to establish further hubs in other regions in future to support Matahari's growth strategy.

Matahari's 'just in time' system ensures maximum supply chain efficiency and flexibility while minimising costs and inventory risk. Under this system, the distribution center serves as a 'flow through' facility rather than a storage depot, with merchandise being distributed immediately to stores upon delivery from the suppliers.

The Company has its own fleet of 38 trucks operating from the Balaraja DC that serves the Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi) area, as well as another fleet of 8 trucks in Surabaya. Deliveries are made six days a week, with each vehicle making one to two trips a day. The Company uses contract transporters for deliveries to the rest of Java, Bali and Sumatra, which take two to ten days to reach their destinations. All contract transporters are on the approved vendor list (AVL). The Company does not





“

SEPANJANG TAHUN, MATAHARI MENJALANKAN KAMPANYE IKLAN DAN PROMOSI MELALUI BERBAGAI MEDIA *ONLINE* DAN *OFFLINE*.

”



yang menjadi rekanan tercatat dalam daftar vendor yang disetujui/*approved vendor list* (AVL), sehingga Perseroan tidak perlu mengantisipasi isu material terkait penggunaan jasa mereka.

anticipate any material issues with regard to the use of their services.

PEMASARAN

IKLAN DAN PROMOSI

Sepanjang tahun, Matahari menjalankan kampanye iklan dan promosi melalui berbagai media *online* dan *offline*. Kehadiran Matahari pada media cetak meliputi surat, koran, majalah, spanduk, dan surat edaran, termasuk iklan besar setiap hari di koran nasional terkemuka. Televisi dan radio juga digunakan untuk kegiatan promosi. Dengan meningkatnya konektivitas pelanggan, Matahari turut menggunakan kekuatan media digital seperti Facebook, YouTube, Instagram dan Twitter untuk menjangkau pelanggan secara langsung. Akun Facebook Matahari, www.facebook.com/MatahariDepartmentStore, telah "disukai" oleh 322.776 orang sampai tanggal 17 Maret 2016, sedangkan video di kanal YouTube Matahari, yang diluncurkan pada Januari 2015, telah ditonton oleh 2.740.807 orang per 17 Maret 2016. Dan sampai tanggal 17 Maret 2016, pengikut Matahari di Twitter dan Instagram masing-masing berjumlah 14.094 dan 37.002 orang. Matahari juga menggunakan basis data MCC untuk menjalankan kampanye SMS yang menargetkan anggota MCC secara langsung; salah satu metode pemasaran yang paling efektif. Sehubungan dengan upaya-upaya tersebut, Matahari memenangkan beberapa penghargaan nasional di tahun 2015 untuk pemasaran digital dan keterlibatan media sosialnya. Perseroan akan terus memanfaatkan kehadiran digitalnya di tahun 2016 dengan memperbaiki dan meningkatkan situsnya, www.matahari.co.id, dan meluncurkan aplikasi seluler yang memungkinkan penggunanya untuk melihat produk-produk, promosi, dan tawaran spesial Matahari melalui *smartphone* mereka. Anggota MCC juga dapat mengakses beberapa fitur spesial melalui aplikasi tersebut.

Iklan-iklan yang berfokus pada promosi memperkuat citra Matahari sebagai merek yang berorientasi pada nilai dan sadar akan mode. Promosi harian didukung oleh tawaran potongan harga dan pembelian berhadiah, serta penjualan terkait acara tertentu yang seringkali turut diikuti oleh vendor konsinyasi. Kampanye periklanan ini terus diperbarui sehingga tetap relevan dan dirancang agar terhubung dengan penjualan merek

MARKETING

ADVERTISING AND PROMOTION

Matahari carries out advertising and promotional campaigns year round through multiple online and offline platforms. Matahari's print media presence encompasses direct mail, newspapers, magazines, banners and handbills, and the Company places a large daily advert in a leading national newspaper. Television and radio are also used. However, as consumer connectivity increases, Matahari is increasingly and successfully embracing digital platforms such as Facebook, YouTube, Instagram and Twitter to engage directly with customers. Matahari's Facebook account, www.facebook.com/MatahariDepartmentStore, had received 322,776 likes as of March 17, 2016, while its video on the Matahari YouTube channel, which launched in January 2015, had been viewed by 2,740,807 people as at March 17, 2016. As of March 17, 2016, Matahari had 14,094 Twitter followers and 37,002 Instagram followers. Matahari also uses the MCC database to generate focused SMS campaigns that directly target MCC members; this is now one of the most effective marketing methods. In recognition of these efforts, Matahari won several national awards in 2015 for its digital marketing and social media engagement. The Company will continue to leverage its digital presence in 2016 by upgrading and enhancing its website, www.matahari.co.id, and launching a mobile app that will enable users to view Matahari's products, promotions and special offers on their smartphones. MCC members will also be able to access special features through the app.

The Company's promotions-based advertising reinforces Matahari's image as a value-oriented, fashion-conscious brand. Daily promotion offers are backed up by regular discount days offering marked down items and 'bonus buys' as well as specific sales events in which consignment vendors frequently participate. The advertising campaigns are continuously updated to keep them relevant and to tie in with specific brand

tertentu, seperti promosi 'kembali ke sekolah' dan pameran produk kantor. Pemasaran dan periklanan ditingkatkan pada hari raya besar seperti Lebaran, Natal, dan Tahun Baru Imlek, melalui koran, pamflet, spanduk, katalog, dan media digital.

Iklan-iklan Perseroan menunjukkan citra yang positif dan menyenangkan, dan mencerminkan aspirasi gaya hidup keluarga berpendapatan menengah di Indonesia yang modern. Iklan berbasis media cetak dan digital terkait secara visual dengan *display* dan promosi dalam gerai melalui pemakaian logo yang telah dikenal, warna, dan petunjuk visual secara konsisten. Logo Matahari yang ikonis ditampilkan dengan menonjol di dalam gerai, pada tas belanja, maupun materi promosi di media cetak dan digital. Manajemen percaya bahwa penekanan visual yang konsisten telah berperan penting dalam meningkatkan ekuitas merek Matahari.

Tema, kondisi, dan acara lokal juga disesuaikan ke dalam aktivitas promosi Perseroan. Kampanye besar dibangun pada setiap pembukaan gerai baru Matahari, dan dikaitkan dengan promosi khusus dalam gerai. Di kota-kota yang lebih kecil, pembukaan gerai merupakan acara yang spesial, digelar melalui kerja sama dengan pengembang pusat perbelanjaan, pemerintah dan pemasok lokal. Liputan menyeluruh oleh media lokal pun menambah volume lalu lintas pelanggan. Program promosi khusus dirancang untuk area yang memiliki kompetisi aktif, guna meningkatkan visibilitas Matahari.

Matahari memperkokoh mereknya sebagai peritel *fashion* yang unggul dengan mensponsori dan berpartisipasi dalam acara-acara *fashion*, antara lain Jakarta Fashion Week, Gadis Sampul, Jakarta Kids Festival, dan Wajah Femina.

events such as 'back to school' promotions and office fairs. Marketing and advertising are typically intensified during the approach to major holidays such as Idul Fitri, Christmas and Chinese New Year, using newspapers, flyers, banners and catalogues as well as digital media.

The Company's advertising projects a positive, upbeat image that reflects the lifestyle a modern, middle-income Indonesian family aspires to. Print and media-based advertising visually link to the in-store displays and promotions through the consistent use of recognizable brand logos, identifying colours and visual cues. The iconic Matahari logo is prominently displayed in-store and on the shopping bags as well as across all print, media and digital promotional materials. The Management believes that this consistent visual reinforcement has played a significant role in raising the equity of the Matahari brand.

Local themes, conditions and events also feature prominently in the Company's promotional activities. Substantial campaigns are typically built around each new store opening and tied in with special in-store promotions. Particularly in second and third-tier cities, a store opening is a special event, and is often held in collaboration with the shopping centre or mall developer, local officials and suppliers. The extensive coverage of such events by local media in turn increases footfall. Special promotional programmes are designed to increase Matahari's visibility in areas where there is active competition.

Matahari strengthens its branding as a fashion-forward retailer by sponsoring and taking part in fashion events such as Jakarta Fashion Week, Gadis Sampul, Jakarta Kids Festival and Wajah Femina.

www.matahari.co.id

mataharidepartmentstore

matahari deptstore

@gayamatahari

Matahari Department Store





Inisiatif pemasaran dan periklanan Perseroan telah membantu memperkuat visibilitas merek-merek eksklusif Matahari, dan mempertahankan posisi mereka sebagai merek terpilih di Indonesia sehingga mendapatkan sejumlah penghargaan merek terbaik di tahun 2015.

Total biaya pemasaran Perseroan pada tahun 2015 mencapai Rp 188,2 miliar, mewakili 1,18% dari total penjualan barang dagangan dalam tahun yang sama.

The Company's marketing and advertising initiatives have helped to reinforce the visibility of Matahari's exclusive brands, keeping them in position among Indonesia's preferred brands and earning them numerous top brand awards in 2015.

The Company's total marketing expenditure in 2015 was Rp 188.2 billion, representing 1.18% of total merchandise sales during the year.

PELAYANAN KONSUMEN

Perseroan telah menanamkan budaya dalam meningkatkan pelayanan konsumen untuk memastikan pengalaman belanja Matahari melebihi ekspektasinya, sehingga mereka ingin kembali berbelanja di Matahari. Oleh karena itu, Matahari menyediakan lingkungan yang dinamis dan nyaman, ragam produk terkini dalam harga terjangkau, *display* menarik, serta pelayanan yang informatif dan bersahabat bagi pelanggan di setiap gerainya. Di tahun 2015, inisiatif Perseroan dalam meningkatkan kualitas pelayanan konsumen termasuk memperluas kapasitas Halo Matahari, *call centre* yang didedikasikan kepada pelanggan; menambah staf di *counter* pelayanan konsumen; mempercepat waktu pembayaran; dan memberikan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris dan kepercayaan diri, serta membangun kompetensi khusus tentang pelayanan konsumen.

Baik staf gerai Matahari maupun staf vendor konsinyasi memakai seragam dan diharapkan untuk memenuhi standard tertentu dalam hal penawaran dan penampilan fisik. Hal ini menciptakan identitas yang konsisten, memastikan pelanggan dapat mengidentifikasinya dengan mudah. Vendor konsinyasi bertanggung jawab dalam memastikan kepatuhan karyawan mereka terhadap standar pelatihan dan presentasi Perseroan.

Dari waktu ke waktu, Matahari menggelar acara dan demo khusus di dalam gerai untuk menonjolkan produk tertentu dan menarik konsumen. Salah satu keuntungan dari luasnya jaringan Perseroan adalah antara lain memungkinkan pelanggan untuk membeli sebuah produk di satu gerai dan mengambilnya di gerai lain. Sejalan dengan praktik industri di Indonesia, Perseroan tidak memiliki kebijakan pengembalian barang, namun pelanggan dapat menukar produk tertentu dalam waktu tujuh hari sesudah pembelian apabila barang rusak atau pelanggan ingin menukarnya dengan warna atau ukuran lain. Fasilitas seperti toilet bersih, tempat duduk yang

CUSTOMER SERVICE

The Company has embedded a culture of continuous improvement to ensure that the Matahari shopping experience goes beyond customers' expectations and is one they want to repeat. Customers are therefore assured of a dynamic, welcoming environment, a large assortment of stylish and affordable merchandise in attractive displays, and friendly, knowledgeable service in every Matahari store. In 2015 the Company's initiatives to improve the quality of customer service included expanding the capacity of the Company's dedicated customer care call centre, Halo Matahari; improving staffing at in-store customer service counters; speeding up checkout times; and providing training to improve English language skills and increase self-confidence among staff as well as to build specific customer service competencies.

Both Matahari store staff and consignment vendor staff wear uniforms and are expected to meet certain standards of grooming and physical appearance. This creates a consistent identity and ensures that customers can identify them easily. Consignment vendors are responsible for ensuring that their staffs comply with the Company's standards on training and presentation.

From time to time, Matahari holds special in-store events and demonstrations to showcase certain products and increase footfall. One significant advantage of the Company's nationwide network is that customers can 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, if the merchandise is damaged or the customer wishes to exchange it for a different size or colour. Amenities such as clean restrooms, adequate seating areas, car parking facilities, gift-wrapping services and prayer

memadai, fasilitas parkir mobil, jasa pembungkusan hadiah dan musholla adalah fitur standar di setiap gerai Matahari, menjamin kenyamanan pengalaman belanja bagi pelanggan.

Kinerja pelayanan konsumen Matahari diukur melalui peninjauan yang diadakan dua kali dalam setahun oleh pihak ketiga yang independen. Pengalaman belanja ditinjau secara menyeluruh, termasuk pelayanan konsumen, barang dagangan, suasana gerai, kebersihan toilet, dan sejumlah indikator lainnya yang menjadi perbandingan Matahari dengan pesaingnya di pasar-pasar terpenting. Pelanggan dapat memberikan masukan atau meminta informasi baik tentang produk, jasa, promosi, gerai maupun program loyalitas Matahari melalui Halo Matahari, *call centre* untuk konsumen Matahari.

MATAHARI CLUB CARD

Program loyalitas Matahari Club Card (MCC) yang diresmikan pada tahun 2000, adalah program loyalitas deparment store terbesar di Indonesia. MCC telah meraih peningkatan keanggotaan yang signifikan sejak diluncurkan kembali pada Juni 2011, dengan penambahan 989.409 anggota baru di tahun 2015 sehingga jumlah anggota aktif MCC per 31 Desember 2015 mencapai 3,2 juta. Selain kartu biasa yang dipegang oleh mayoritas anggota, MCC juga menawarkan kartu premium dan kartu kecantikan.

Anggota MCC dapat menikmati beragam keuntungan eksklusif, seperti *point reward*, keuntungan berbelanja, dan potongan harga dari pihak ketiga yang meliputi lebih dari 120 hotel, gerai makanan minuman dan tempat-tempat hiburan. Perseroan terus meningkatkan nilai program dengan menjangkau sejumlah penyedia jasa yang menawarkan potongan harga dan paket khusus yang relevan bagi anggota MCC. Pemegang kartu MCC premium dan kecantikan membayar biaya langganan sehingga mereka berhak mendapatkan keuntungan tambahan, termasuk potongan harga yang lebih besar melalui pembelian dengan poin yang telah diperoleh (*redemption points*), diskon eksklusif dari 70 mitra Matahari serta memperoleh asuransi kecelakaan pribadi secara gratis.

Konsumen yang telah atau ingin menjadi anggota MCC dapat menemukan informasi lengkap tentang MCC di situs dan gerai Matahari, ataupun melalui Halo Matahari, *call centre* Perseroan yang didedikasikan untuk konsumen.

rooms are standard features of every Matahari store, assuring customer of a comfortable and convenient shopping experience wherever they are.

Matahari's customer service performance is assessed on a semi-annual basis by an independent third party. Each review covers the overall shopping experience, including customer service, merchandise, store ambiance, restroom cleanliness and various other indicators that benchmark Matahari's performance against that of the competition in key markets. Customers can give input or request information about any aspect of Matahari's products, services, promotions, stores and loyalty programmes through Halo Matahari, Matahari's customer care call centre.

MATAHARI CLUB CARD

The Matahari Club Card (MCC) loyalty programme, inaugurated in 2000, is now the largest department store loyalty programme in Indonesia. It has seen a significant upsurge in membership since its relaunch in June 2011, with an additional 989,409 new members in 2015 bringing its active membership base to over 3.2 million as at December 31, 2015. As well as the regular card held by the majority of MCC cardholders, MCC also offers a premium card and a beauty card.

MCC members enjoy exclusive access to a wide range of benefits such as reward points, shopping privileges and third party tie-ins that include special discounts with over 120 hotel, F&B and entertainment merchants. The Company has continued to add value to the programme by engaging a growing number of local service providers who offer unique discounts and packages that are relevant and meaningful to MCC card members. MCC premium and beauty 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.

Current and prospective MCC members can find detailed information about the programme on a dedicated MCC page on the Matahari website, in stores and through Halo Matahari, the Company's dedicated customer call centre.



Anggota MCC memberikan kontribusi lebih dari 40% dari total Penjualan Kotor Perseroan. Pada tahun 2015, rata-rata nilai transaksi anggota MCC sekitar 26,2% lebih tinggi dari pelanggan non-MCC berdasarkan besar ukuran.

Program MCC merupakan sarana yang berharga dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan, karena MCC memberikan informasi mendalam mengenai kebiasaan belanja dan selera lebih dari 3 juta konsumen terloyal Matahari. MCC juga memungkinkan Perseroan untuk memberikan informasi secara langsung kepada anggota melalui SMS mengenai tawaran dan promosi yang sesuai dengan preferensi mereka. Untuk mengoptimalkan potensi program ini, Perseroan telah menjalankan analisis data besar yang didapat dari basis data MCC. Hal ini akan meningkatkan kapasitas Perseroan dalam menelusuri preferensi dan tren barang dagangan di setiap gerai, pada kurun waktu tertentu, sehingga Perseroan dapat memperbaiki penawaran produk di setiap gerai, dan menyesuaikan komunikasi pemasaran, penetapan harga, maupun strategi pemajangan produk agar lebih efektif.

MCC members account for over 40% of the Company's total Gross Sales. In 2015, the average transaction value by basket size of MCC members was 26.2% higher than that of non-MCC customers.

The MCC programme is a valuable tool for enhancing customer relationships, as it gives the Company deep insights into the purchasing habits and tastes of more than 3 million of Matahari's most loyal customers. It also allows the Company to communicate directly with MCC members via SMS with information about offers and promotions that are relevant to their preferences. To optimise the full potential of the programme, the Company has begun to perform big data analysis on the MCC database. This will enhance the Company's capacity to track merchandise preferences and trends on a store-by-store, time-specific basis, and use this intelligence to improve the merchandise offerings in individual stores and tailor marketing communications, pricing and display strategies even more effectively.



TINJAUAN FUNGSIONAL

FUNCTIONAL OVERVIEW

Matahari terus berinvestasi dalam modernisasi dan revitalisasi infrastruktur teknologi informasinya demi mendorong efisiensi dan keamanan operasi bisnis, serta 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 expanding 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 punggung teknologi informasi yang terintegrasi penuh, sehingga dapat mengeliminasi kesalahan duplikasi serta menambah kecepatan dan efektivitas operasi Perseroan. Sistem inti tersebut dijelaskan di bawah ini.

SISTEM MERCHANDISING: RETEK
Sistem ini memungkinkan Matahari dalam memantau seluruh proses ritel inti, dari perencanaan barang dagangan hingga penyesuaian tagihan untuk pembayaran pemasok, dan diintegrasikan dengan sistem keuangan dan manajemen pergudangan Perseroan agar dapat memberikan data yang akurat dan konsisten di seluruh *platform*.

SISTEM AKUNTANSI: ORACLE FINANCIAL ACCOUNTING
Sistem ini merupakan peranti lunak pengelolaan akun canggih yang dapat menghasilkan perkiraan keuangan yang mendetail, dapat diaudit dan direkonsiliasi dari berbagai sumber berbeda untuk memenuhi berbagai kebutuhan pengelolaan dan pelaporan Perseroan. Mesin transformasi akuntansi dengan validasi yang ekstensif memungkinkan terjadinya kontrol terpusat dan penelusuran audit yang mendetail.

SISTEM SENTRA DISTRIBUSI: MANHATTAN
Sistem ini dapat menghasilkan pengelolaan pergudangan yang akurat dan efisien, serta mengatur proses *re-ordering* di pusat distribusi.

Meningkatnya cakupan dan kompleksitas bisnis Matahari yang didorong oleh tingkat pertumbuhan jaringan gerainya membutuhkan dukungan perbaikan teknologi informasi. Program Perseroan dalam hal tersebut di tahun 2015 meliputi perbaikan infrastruktur EDC, terutama untuk mengakomodir kenaikan jumlah konsumen yang menggunakan kartu kredit dan debit; peningkatan sistem *call centre* Halo Matahari untuk mempercepat waktu respons terhadap permintaan konsumen; dan perbaikan internet Perseroan sebagai medium komunikasi yang menghubungkan karyawan Matahari di seluruh Indonesia. Perseroan juga terus meningkatkan efisiensi biaya dan waktu resolusi melalui sistem *Workflow Management*, serta

The Company's core software systems are part of a fully integrated IT backbone that eliminates duplication errors, improves the speed and effectiveness of the Company's operations and enhances response times. The key systems are described below.

MERCHANDISING SYSTEM: RETEK
This system allows Matahari to monitor all core retail processes, from merchandise planning to invoice matching for suppliers' payments, and is integrated with both the Company's financial and warehouse management systems to ensure the delivery of consistent, accurate data across all these platforms.

ACCOUNTING SYSTEM: ORACLE FINANCIAL ACCOUNTING
This is an advanced account management suite that generates detailed, auditable and reconcilable accounts from various sources to meet a wide range of corporate, management and reporting requirements. A powerful accounting transformation engine with extensive validations enables centralised control and detailed audit trails.

DISTRIBUTION CENTRE SYSTEM: MANHATTAN
This system delivers accurate, efficient inventory management and re-ordering processes to support the distribution centre operation.

The increasing scope and complexity of the business, driven by Matahari's growing store network, requires the support of increasingly powerful and advanced IT systems. The Company's agenda of continuous improvement in 2015 included enhancing the in-store payment infrastructure, particularly to accommodate the growing number of customers who use credit and debit cards; enhancing call centre systems to support improved response times by Halo Matahari; and improvements to the Company intranet, which is a communication platform that links Matahari employees throughout Indonesia. The Company also continued to drive cost efficiency and resolution in the Workflow Management system, and update the

memperbarui sistem *Infrastructure Monitoring* yang mengawasi arsitektur dan sistem pendukung bisnis di seluruh jaringan.

PUSAT PENANGGULANGAN BENCANA

Di negara seperti Indonesia yang rentan terhadap fenomena alam seperti gempa bumi, banjir dan letusan gunung berapi, praktik bisnis terbaik mengharuskan organisasi untuk mempertimbangkan pengamanan data dan proses vital. Oleh karena itu, Matahari telah membentuk pusat penanggulangan bencana untuk memastikan operasi dapat dialihkan dengan mulus, dengan waktu keterlambatan yang minimum, ke duplikasi pengaturan perangkat keras dan piranti lunak Perseroan apabila terjadi gangguan signifikan pada pusat data utama. Duplikasi pengaturan tersebut berada di pusat penanggulangan bencana yang dikelola oleh pihak ketiga, dan dapat berfungsi penuh sebagai unit tersendiri.

Infrastructure Monitoring System, which oversees the business support architecture and systems across the entire network.

DISASTER RECOVERY CENTRE

In a country like Indonesia, which is susceptible to major natural events such as earthquakes, floods and volcanic eruptions, best business practice demands that organisations take measures to secure vital data and processes. Matahari has therefore established a disaster recovery centre to ensure that in the event of a significant disruption to the main data centre, operations can be seamlessly switched, with minimal delay, to a duplicate set-up of all of the Company's hardware and software. The duplicate set-up, which is housed in a disaster recovery centre managed by a third party provider, is fully functional on a stand-alone basis.



SUMBER DAYA MANUSIA
HUMAN RESOURCES

Sebagai perseroan jasa, Matahari memahami bahwa sumber daya manusia berperan penting dalam kesuksesan usaha. Seiring dengan pertumbuhan jaringan gerainya, Matahari harus dapat menarik dan mempertahankan karyawan berkualifikasi di semua area usaha. Oleh karena itu Perseroan mengutamakan untuk terus meningkatkan kualitas sumber daya manusianya dan memastikan Matahari dapat memberikan lingkungan kerja yang menarik dan kompetitif.

As a service company, Matahari understands that its people play a vital role in the success of the business. As its store network grows, Matahari needs to be able to attract and retain qualified staff right across the business. The Company has therefore made it a priority to consistently improve the quality of its people and ensure that Matahari offers an attractive and competitive working environment.

Pada tahun 2015, aksi Perseroan berfokus pada menanamkan budaya yang berorientasi pada konsumen, meningkatkan program pelatihan, dan membangun prospek suksesi yang kuat. Perseroan juga 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 berkontribusi dalam memperkokoh budaya integritas dan nilai saling menghormati yang menjadi inti operasi usaha Matahari dan tercantum dalam Pedoman Perilaku (*Code of Conduct*) Perseroan. Setiap anggota Perseroan menyatakan komitmennya sekali dalam setahun.

In 2015 the Company's actions were focused on building a customer-oriented culture, improving training programmes, and developing a strong succession pipeline. The Company also continued to invest in fostering a responsive and mutually cooperative relationship with employees through its active support for Matahari's employee associations, cooperatives and bipartite forums. This has contributed to strengthening the culture of integrity and respect for the values which are at the heart of all Matahari's operations and articulated in the Company's Code of Conduct, to which every member of the Company pledges his or her commitment at least once a year.

PENATAAN PENEMPATAN KARYAWAN

Per tanggal 31 Desember 2015, Matahari mempekerjakan 13.364 karyawan, yang 12.531 atau 93% adalah karyawan gerai dan 833 atau 6,2% adalah eksekutif, manajer senior dan staf kantor pusat. Peningkatan jumlah karyawan mencerminkan kebutuhan akan personel tambahan guna mendukung ekspansi jaringan gerai. Perseroan berkomitmen pada prinsip kesamaan hak, dan memastikan tidak adanya diskriminasi gender dalam proses rekrutmen. Tingkat *turnover* karyawan relatif stabil, meningkat sedikit dari rata-rata 6,19% di tahun 2014 menjadi 7,98% pada tahun 2015. Tabel berikut menunjukkan rincian karyawan Matahari menurut jabatan, pendidikan, fungsi dan lokasi geografis.

STAFFING

As at December 31, 2015, Matahari employed 13,364 employees, of whom 12,531 or 93.8% were store personnel and 833 or 6.2% were executives, senior managers and head office staff. The increase in the number of employees reflected the need for additional personnel to support the expansion of the store network. The Company is committed to equality, and ensures that there is no gender discrimination in the recruitment process. Staff turnover has remained relatively stable, with a slight increase from an average 6.19% in 2014 to 7.98% in 2015. The tables below show the breakdown of Matahari's employees by position, education, function and geographical location.

PENGELOMPOKAN KARYAWAN BERDASARKAN JABATAN
Employee classification by Grade

Keterangan	2015			2014			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	21	46	25	19	44	General Manager
Senior Manager	174	87	261	160	83	243	Senior Manager
Junior Manager	248	195	443	246	184	430	Junior Manager
Supervisor	943	678	1,621	897	612	1,509	Supervisor
Staff	4,033	6,951	10,984	3,744	6,615	10,359	Staff
Jumlah	**5,430**	**7,934**	**13,364**	**5,079**	**7,515**	**12,594**	**Total**

Data per 31 Desember 2015 Data as at December 31, 2015

PENGELOMPOKAN KARYAWAN BERDASARKAN PENDIDIKAN
Employee classification by Education

Keterangan	2015	2014	2013	Description
S2	45	28	17	S2
S1	1,440	1,445	1,348	S1
D3	165	175	172	D3
D2	7	10	7	D2
D1	54	62	53	D1
SMA	11,632	10,847	12,016	SMA
SMP	21	27	41	SMP
Total	**13,364**	12,594	**13,654**	**Total**

Data per 31 Desember 2015 Data as at December 31, 2015

PENGELOMPOKAN KARYAWAN BERDASARKAN USIA
Employee classification by Age

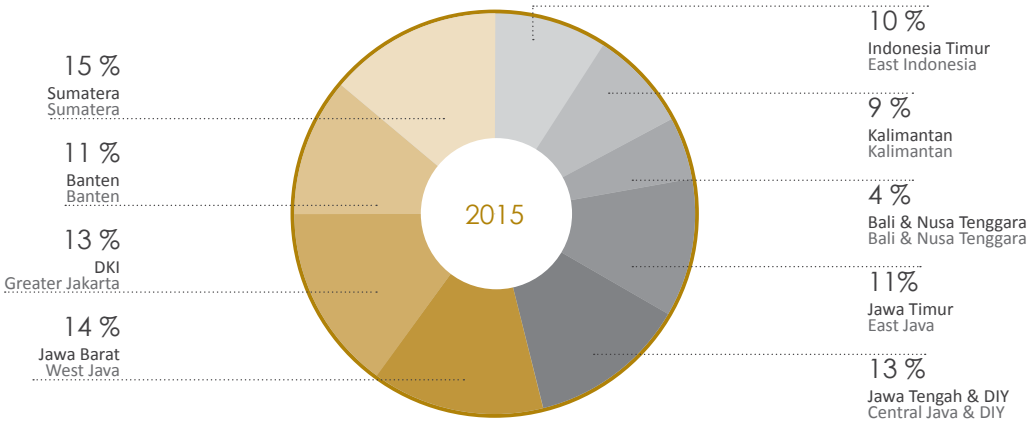
Keterangan	2015	2014	2013	Description
<25	7,783	7,181	8,228	<25
26-30	1,366	1,160	1,014	26-30
31-35	716	784	903	31-35
36-40	1,166	1,407	1,352	36-40
40-45	1,422	1,304	1,554	40-45
>45	911	758	603	>45
Jumlah	**13,364**	12,594	**13,654**	**Jumlah**

Data per 31 Desember 2015 Data as at December 31, 2015

PENGELOMPOKAN KARYAWAN DI TAHUN 2015 BERDASARKAN GEOGRAFI
2015 Employee Breakdown by Geography

Regional	Jumlah | Total	Region
Sumatera	1,781	Sumatera
Banten	1,450	Banten
DKI	1,958	Greater Jakarta (include HQ)
Jawa Barat	1,896	West Java
Jawa Tengah & DIY	1,678	Central Java & DIY
Jawa Timur	1,453	East Java
Bali & Nusa Tenggara	726	Bali & Nusa Tenggara
Kalimantan	1,107	Kalimantan
Indonesia Timur	1,315	East Indonesia
Jumlah	**13,364**	**Total**

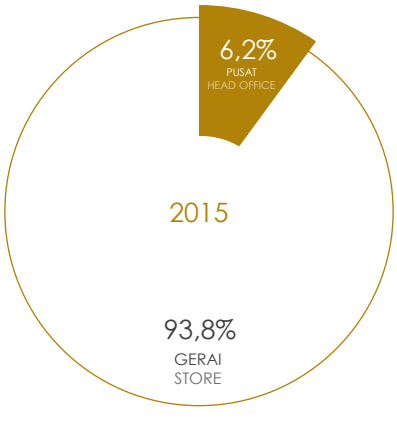
Data per 31 Desember 2015 | Data as at December 31, 2015



PENGELOMPOKAN KARYAWAN BERDASARKAN FUNGSI
Employee Classification by Function

Keterangan	2015	Persentase | Percentage	Description
Pusat	833	6,2 %	Head Office
Gerai	12,531	93,8 %	Store
Jumlah	**13,364**	**100 %**	**Total**

Data per 31 Desember 2015 | Data as at December 31, 2015





Sebagai tambahan karyawan gerai, terdapat total 37.283 staf konsinyasi yang bekerja di seluruh jaringan gerai Matahari pada tahun 2015. Mereka dipekerjakan oleh vendor konsinyasi untuk secara khusus menjual barang konsinyasi di gerai-gerai Matahari. Staf konsinyasi mengenakan seragam Matahari dan mengikuti program-program pelatihan Matahari demi menjamin standar pelayanan dan citra Matahari terjaga di setiap gerai.

Jumlah karyawan penjualan yang dipekerjakan oleh Perseroan dan vendor konsinyasi di setiap gerai atau pada waktu tertentu ditentukan oleh area ritel gerai: semakin luas gerai, semakin banyak karyawan penjualan dibutuhkan per meter perseginya. Secara umum, semakin tinggi penjualan kotor mengindikasikan kebutuhan penempatan karyawan yang lebih banyak. Produktivitas penjualan karyawan dan standar pelayanan di setiap gerai dipantau agar mengoptimalkan tingkat pelayanan dan produktivitas.

Pada periode puncak seperti 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 untuk menangani lalu lintas konsumen yang lebih tinggi.

In addition to Matahari's in-store employees, a total of 37,283 consignment staff were working throughout Matahari's store network in 2015. These staff are employed by consignment vendors specifically to sell consignment goods in Matahari stores. Consignment staff wear Matahari uniforms and participate in Matahari's training programmes to ensure that service and image standards are upheld throughout the stores.

The number of sales staff employed by the Company and by consignment vendors at any given store or time is primarily related to the store's retail area: the larger the store, the more sales staff are required per square metre. In general, higher gross sales also result in higher staffing requirements. Employee sales productivity and service levels in each store are monitored in order to optimise service levels and productivity.

At peak periods such as Lebaran, Chinese New Year, Christmas and during the 'back to school' period following school holidays, and at various other times throughout the year, temporary staff may be employed in Matahari stores to deal with the higher customer traffic at these times.



PELATIHAN DAN SUKSESI KARYAWAN

Divisi Human Capital Matahari bertanggung jawab dalam merencanakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan pelatihan dan program pengembangan untuk karyawan, serta merancang jadwal pelatihan tahunan untuk memastikan karyawan memiliki kemampuan yang dibutuhkan dalam mendukung tujuan Perseroan. Oleh karena itu, pendidikan dan pelatihan difokuskan pada mengembangkan etos kerja, membangun *teamwork*, meningkatkan pengetahuan mengenai produk yang dijual dan pelayanan prima, serta memperkaya kemampuan di bidang operasional pada umumnya, teknologi sistem informasi, kepemimpinan dan manajemen.

Sebagian besar pelatihan dilakukan secara internal, namun pelatihan untuk staf manajerial, keuangan, dan teknologi informasi seringkali dilaksanakan secara eksternal. Pada tahun 2015, pelatihan-pelatihan ini meliputi seminar dan kursus jangka pendek terkait berbagai aspek manajemen, antara lain praktik rekrutmen, perbaikan kinerja berkesinambungan, komunikasi yang efektif, manajemen pengadaan dan penggunaan informasi strategis.

Sebagai garda depan Perseroan, karyawan penjualan dalam gerai memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi konsumen. Karenanya, pelatihan internal berfokus pada meningkatkan kompetensi pelayanan konsumen serta membangun kepercayaan diri dan inisiatif. Pelatihan bagi *supervisor* menekankan pada pengembangan kemampuan mengelola sumber daya manusia, termasuk kepemimpinan yang efektif dan pembinaan. Sedangkan untuk Manajer, pelatihan berfokus pada membangun kepemimpinan, keahlian interpersonal dan fasilitasi, serta kemampuan analisis dan profesionalisme. Melalui program pelatihan tersebut, Matahari berupaya menanamkan budaya yang berorientasi pada konsumen.

Perseroan menyediakan sejumlah program pelatihan umum, termasuk orientasi pada kebijakan Perseroan dan prosedur untuk karyawan baru, pelatihan bahasa Inggris, dan program kegiatan *outdoor* untuk memperkuat kepemimpinan, kerja sama dan kerja kelompok.

Karena staf konsinyasi mengenakan seragam Matahari, maka mereka turut berperan dalam menunjukkan citra Perseroan kepada pelanggan. Oleh karena itu mereka juga mengikuti pelatihan yang sama seperti staf gerai Matahari untuk memastikan bahwa mereka dapat memenuhi standar pelayanan berkualitas tinggi Perseroan.

EMPLOYEE TRAINING AND SUCCESSION

Matahari's Human Capital Division is responsible for planning, developing and implementing training and development programmes for employees, and devises an annual training calendar to ensure that employees have the capabilities needed to support the Company's objectives. Education and training is therefore focused on developing a strong work ethic, building teamwork, improving product knowledge, developing service excellence, and enhancing capabilities in general retail management, information technology, leadership and management.

Most of the training is in-house, although training for managerial, finance and IT staff is frequently conducted by external suppliers. In 2015 this included seminars and short courses on various aspects of management, recruitment practices, continuous improvement, effective communication, procurement management and using strategic information, among others.

As the Company's front liners, in-store sales staff play a crucial role in ensuring that customers enjoy a pleasant shopping experience. In-house training therefore focuses on improving customer service skills and building self-confidence and initiative. Supervisor training encompasses people management skills, including effective leadership, and coaching, while for Managers, training focuses on building leadership, facilitation and interpersonal skills, analytical capacities and professionalism. Through all its training programmes, Matahari seeks to cultivate a customer-oriented culture.

The Company provides a number of general training programmes, including orientation to the Company's policies and procedures for new employees, English language training and outward-bound type programmes to develop leadership, cooperation and team work skills.

As consignment staff in Matahari stores wear the Matahari uniform, they play a part in presenting the Company's image to customers, and are therefore required to undergo the same training as other Matahari store staff to ensure that they maintain the Company's high standards of service.

Seiring dengan pertumbuhan jaringan gerai Matahari, sejumlah posisi manajer gerai, asisten manajer gerai, *supervisor*, dan koordinator untuk gerai baru bertambah setiap tahunnya. Perseroan berupaya memastikan bahwa semua manajer gerai yang baru telah memiliki pengalaman manajerial di gerai Matahari yang sudah ada. Staf dipilih dan dipersiapkan untuk posisi tersebut melalui Program Pengembangan Karir Perseroan yang mengembangkan kemampuan dan kompetensi kepemimpinan. Di tahun 2015, semua promosi menjadi Manajer Gerai, Asisten Manajer Gerai dan SDM regional dilakukan secara internal. Tidak adanya diskriminasi gender dalam program suksesi, memastikan setiap karyawan memiliki kesempatan yang sama untuk mengembangkan karirnya.

In line with Matahari's growing store network, several new store manager, assistant store manager, supervisor and coordinator positions are created each year. The Company seeks to ensure that all managers of new stores have prior managerial experience elsewhere in the Matahari network. Staff are selected and prepared for these positions through the Company's Career Development Program, which develops the required leadership skills and competencies. In 2015 all promotions to Store Manager, Assistant Store Manager and regional HR positions were internal. There is no gender discrimination in this succession programme, ensuring that all employees have the same opportunities to develop their career.

Demi mendukung tujuan pertumbuhan Matahari, Perseroan berusaha memastikan bahwa terdapat prospek suksesi yang meyakinkan, dan menyediakan jalur pengembangan karir untuk mempertahankan karyawan yang memiliki potensi manajerial. Pemimpin masa depan diidentifikasi melalui program pelatihan dan pengujian berkala, dan kandidat yang paling menjanjikan akan mengikuti program pengembangan akselerasi untuk mempersiapkan mereka di posisi manajerial menengah dan senior. Mayoritas karyawan yang saat ini menempati posisi manajemen berasal dari promosi internal.

To support Matahari's growth objectives, the Company seeks to ensure that there is a strong succession pipeline, and provides a rewarding career development path in order to retain talented employees who have management potential. Future leaders are identified through training programmes and periodic testing, and the most promising candidates are fast-tracked on development programmes to prepare them for middle and senior management positions. Most of those currently in management positions have been promoted internally.

Kegiatan-kegiatan ini membantu dalam mengurangi risiko kekurangan sumber daya manusia yang kompeten untuk mendukung pertumbuhan Perseroan. Perseroan telah mengatasi risiko ini dengan menjalankan proses rekrutmen yang komprehensif dan bekerja sama dengan sejumlah universitas di Indonesia untuk menarik sumber daya manusia berkualitas. Perseroan menawarkan sistem remunerasi yang kompetitif dan paket benefit untuk karyawan, meliputi jaminan kesehatan, beasiswa dan program kepemilikan kendaraan yang ditinjau secara rutin agar dapat tetap memiliki nilai tambah bagi karyawan.

These measure help to mitigate the risk of a lack of availability of competent human resources to support the Company's growth. The Company has further addressed this risk by putting in place a comprehensive recruitment process and working with several universities in Indonesia in order to attract talented candidates. The Company offers a competitive remuneration and benefits package that includes health insurance, scholarships and a car ownership programme, which is regularly reviewed to ensure that it continues to deliver added value for employees.

Total pengeluaran untuk pelatihan dan pengembangan karyawan di tahun 2015 mencapai Rp 2,7 miliar, dengan lebih dari 2.222 karyawan berpartisipasi dalam pelatihan internal maupun eksternal.

Matahari's total expenditure on employee training and development in 2015 was Rp 2.7 billion, with over 2,222 employees participating in both internal and external training.



"PERSEROAN BERUPAYA MEMASTIKAN BAHWA SEMUA MANAJER GERAI YANG BARU TELAH MEMILIKI PENGALAMAN MANAJERIAL DI GERAI MATAHARI YANG SUDAH ADA."





PROGRAM PROGRAM INTERNAL UNTUK PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN KARYAWAN
Employee's Internal Training and Development Programmes

Jenis Pelatihan	Fungsi Pelatihan	Training Function
General Training		
Induction Training	Pelatihan bagi karyawan baru yang bertujuan untuk memahami profil perusahaan, mengetahui peraturan perusahaan 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.
Training Ms. Office Excel	Pelatihan yang didesain untuk membekali karyawan untuk mampu mengoperasikan Ms. Office Excel sehingga dapat mendukung pekerjaan sehari-hari.	This training is designed for employees, so they can operate Ms. Office Excel to support their daily job.
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.
Staff Competencies Development		
Basic Training Pramuniaga	Pelatihan dirancang untuk menyiapkan para Pramuniaga untuk mampu menjalankan tugas dan tanggung jawabnya secara benar, yaitu melayani kebutuhan pelanggan dan menjaga citra perusahaan.	This training is designed to prepare Sales Associates to be able to do their routine job and responsibilities to serve customers and maintain company image.
Basic Training Kasir	Pelatihan dirancang untuk para petugas Kasir di toko untuk mampu memahami tugas dan tanggung jawabnya dalam hal melayani transaksi pembelian, menjaga citra atau *image* perusahaan, memahami resiko-resiko yang berkaitan dengan masalah finansial terkait dengan perannya.	This training is designed to prepare Cashier to be able to do their routine job and responsibilities to serve all customer's transaction, understand all financial risks.
Supervisor Competencies Development:		
Leadership for Supervisor	Pelatihan yang bertujuan agar peserta memahami peran dan tanggung jawab sebagai Supervisor, memahami nilai-nilai kepemimpinan dan memiliki keterampilan sebagai pemimpin 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.
Pra CDP Assistant Store Manager	Setiap tahun PT Matahari Department Store Tbk membuka banyak cabang toko, di mana perusahaan pun akan memiliki kebutuhan akan para pemimpin sesuai dengan kompetensi yang telah ditentukan. Para calon pemimpin akan menjalani rangkaian proses seleksi yang ketat. Melalui pelatihan ini, para calon pemimpin akan dibekali dengan ilmu dasar yang perlu dimiliki oleh mereka untuk menjalankan rangkaian proses seleksi.	Every year PT. MDS open several new stores. In order to support company business strategy, it will need leaders who're match with predetermined competencies. All candidates of leaders will undergo a series of selection process. Through this training, they will get all the basic knowledges they needed to accomplish the selection process.
VM Workshop	Pelatihan ini dirancang untuk mengembangkan pengetahuan teknikal para Supervisor VM agar dapat memahami dan melaksanakan tugas-tugas teknis yang menjadi tanggung jawabnya.	This training is designed to develop VM Supervisor's technical knowledge to perform their daily job and responsibilities.
Winning Attitude	Pelatihan ini dirancang untuk membekali para pemimpin Matahari Departement Store yang bertugas di DC dalam meningkatkan efektivitas kerja mereka di DC dalam hal memiliki pola pikir baru dan untuk meningkatkan kepedulian dalam tim.	This training is designed for leaders of MDS who's in charge in DC to improve their effectiveness in the work in term of having a new mindset and to raise their awareness in teamwork.
Leadership & Technical Skills for MAS	Pelatihan dirancang khusus bagi para Maintenance Area Supervisor (MAS) yang akan melakukan tugas pemeliharaan terhadap aset toko agar operasional toko dapat berjalan dengan baik. Program ini akan membekali para MAS dalam hal *technical skill* / *hard skill* untuk menjalankan tugas sehari-hari dan *soft skill* untuk mensupervisi para teknisi yang berada di setiap toko.	This training is designed especially for MAS who's in charge in taking care of store's assets to support store daily operational. This programme will equip the MAS in terms of technical skill / hard skills to perform daily tasks and soft skills to supervise the technicians in every stores.
Technical Training for Expedition SPV	Pelatihan ini dirancang untuk mengembangkan pengetahuan dan ketrampilan para Supervisor Ekspedisi agar dapat memahami dan melaksanakan tugas-tugas teknis yang menjadi tanggung jawabnya.	This training is designed to develop Expedition Supervisor's knowledge and skill to perform their daily job and responsibilities.
HR Supervisor Development	Pelatihan ini membekali HR Supervisor pengetahuan dan ketrampilan mengenai Sumber Daya manusia sesuai standar PT Matahari Department Store Tbk, yang dapat diaplikasikan secara langsung di toko.	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 ketrampilan untuk mampu mengelola dokumen/ arsip secara tepat guna mendukung efektivitas dan efisiensi kerja.	This programme 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 *merchandising*.	Training with the purpose of giving knowledge about retail technology merchandising system to Merchandising 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.

PROGRAM PROGRAM INTERNAL UNTUK PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN KARYAWAN
Employee's Internal Training and Development Programmes

Jenis Pelatihan	Fungsi Pelatihan	Training Function
Manager Competencies Development:		
TOT - Business Analysis for Supervisor	Pelatihan ini dirancang untuk menyiapkan para Store Manager untuk menjadi *trainer* Training Business Analysis for Supervisor, di mana Supervisor harus memiliki dasar yang kuat dalam hal produktivitas toko.	This training is designed to prepare all store managers to be a trainer of Business Analysis for Supervisors, in which every supervisor must have strong basic knowledge about store productivity.
Leadership Empowerment with Mind Power	Pelatihan bagi Assistant Store Manager yang bertujuan meningkatnya kepemimpinan dan kesadaran yang tinggi untuk memberi kontribusi yang optimal bagi perusahaan 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 Optimisation	Pelatihan bagi Store Manager yang bertujuan menyadari potensi diri dan secara konsisten mengembangkannya guna mendukung kinerja di perusahaan serta berkomitmen mencapai sasaran perusahaan.	Training for Store Manager with the purpose of realising 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 Assistant Store 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 Programme (CDP):		
CDP		
- Coordinator - Supervisor - Assistant Store Manager - Store Manager	Pelatihan bagi tim Store Operations yang didesain untuk mempersiapkan karyawan unggulan menjadi kader pemimpin di masa depan, melalui program yang komprehensif sesuai jenjang yang dibutuhkan.	Training for Store Operations team for preparing the excellent employee to be a leader in the future, through the comprehensive programme base on the level needed.
- Coordinator - Supervisor - Assistant Store Manager - Store Manager	Pelatihan yang didesain untuk mengembangkan karyawan unggulan untuk menjadi kader pemimpin di masa mendatang. Diadakan untuk setiap tingkat jabatan di divisi Store Operations.	Leadership training for succession planning. Carried out for all positions in the Store Operations division.

PELATIHAN EKSTERNAL PERIODE JANUARI-DESEMBER 2015
External Training Period January-December 2015

No	Vendor Pelatihan Training Vendor	Program Pelatihan Training Programmes
1	PPA FE UI	Pelatihan Certified Internal Audit Review
2	Binus Excetuvie Development Programme	Fee for CISA Review Programme Batch 25
3	PPM Manajemen	Human Resources Management
4	PT. Asprinet Indonesia	Sucessful General Affair Development
5	Retail Property Management (RPM)	Mall & Retailer: Let's Synergize!
6	Intrinsics QQ Seminar Cerdas	Workshop Legal English
7	PPM Manajemen	Pelatihan Manajemen "Training For Trainers"
8	Mitra Kelola Insani	Seminar "Organisation Development"
9	Dunamis	Integrated Training Design (ITD)
10	APINDO	Seminar Pelaksanaan Putusan MK Terhadap UU No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan
11	Dunamis	Leadership
12	Public Speaking Academy	Seminar Motivator Trainerprenership
13	Lembaga Manajemen Formasi	Pelatihan Perpajakan "Withholding Tax"
14	IIA	National Conference : "Heritage of Culture : Profession That Brings Value"
15	HukumOnline	Masa Depan Regulasi E-Commerce di Indonesia
16	Thals Legal Specialist	Intensive Course on Legal Risk of Agreement
17	Prasetya Mulya	Strategic Management
18	ECGL	Advanced Leadership Programme
19	M - Knows	VM for Effective Result
20	HukumOnline	Tata Cara Penggunaan Tenaga Kerja Asing
21	Dunamis	Powerful Presentation
22	HRD Club	Increasing Employees Productivity Through Workload Analysis

PELATIHAN EKSTERNAL PERIODE JANUARI-DESEMBER 2015
External Training Period January-December 2015

No	Vendor Pelatihan Training Vendor	Program Pelatihan Training Programmes
23	PT. PMC Teamindo	Workshop Building Service Partnerships
24	Inti Pesan	10th HR Expo
25	ECGL	Advanced Leadership Programme
26	PT. Andalan National Teknologi	Business Analysis Foundation
27	Praseta Mulya	EQ Management
28	Nurjadin Sumono Mulyadi & Partner Law Office, Bird & Bird and K & K	International Franchising
29	HHP	Dispute Resolution with SIAC
30	KPK & United States Agency International Development (USAID)	Program Pencegahan Korupsi di Sektor Swasta di Indonesia
31	HukumOnline	Penggunaan Klausula Baku beserta Langkah Efektif dalam Menghadapi Gugatan Hukum Konsumen

KEPUASAN DAN KESETIAAN KARYAWAN

Manajemen percaya bahwa karyawan yang merasa dihargai serta puas dengan pekerjaan dan kondisi kerjanya akan lebih termotivasi, lebih terlibat dalam pencapaian tujuan dan sasaran Perseroan, dan menghasilkan kinerja yang lebih baik, sehingga berkontribusi dalam menjadikan Matahari lebih kompetitif dalam persaingannya. Divisi Human Capital mengadakan survei untuk menilai tingkat keterlibatan karyawan dan berfokus pada upaya peningkatan di beberapa aspek dengan skor rendah. Survei terkini yang dilakukan adalah pada tahun 2013.

Divisi Human Capital juga melakukan kunjungan rutin ke gerai untuk mencari masukan terkait isu SDM, termasuk jadwal pembayaran gaji dan insentif, fasilitas kantor, kebersihan, koperasi Matahari dan LKS. Masukan yang diterima kemudian ditinjau dan diberikan kepada departemen yang relevan untuk ditindaklanjuti. Divisi Human Capital berupaya untuk mengunjungi setiap gerai paling tidak sekali dalam dua tahun, dan telah mengunjungi 49 gerai pada tahun 2015. Manajemen percaya bahwa kunjungan gerai ini telah menghasilkan pendekatan yang lebih proaktif dalam menyelesaikan isu-isu operasional di tingkat gerai, dan telah berkontribusi dalam peningkatan moral dan motivasi pada divisi operasional gerai.

Evaluasi gerai ini telah menghasilkan beberapa program, termasuk inisiatif '5R' Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan Rajin yang bertujuan memperbaiki praktik dan perilaku kebersihan rumah tangga, terutama pada kondisi, kebersihan dan penataan fasilitas kantor. Pelatihan internal, lokakarya dan penghargaan untuk karyawan telah membantu menanamkan rasa bangga terhadap tempat kerjanya dan menanamkan praktik penataan kebersihan gerai yang baik sebagai bagian dari budaya Perseroan.

EMPLOYEE SATISFACTION AND RETENTION

Management believes that employees who feel valued and satisfied with their work and employment conditions fulfil will be more motivated, more engaged with the Company's goals and objectives, and perform better, which will contribute to making Matahari more competitive. The Human Capital Division conducts periodic surveys to assesses employee engagement, and focuses improvement efforts on low-scoring areas. The most recent survey was conducted in 2013.

The Human Capital Division also conducts regular store visits to seek feedback on various HR-related issues, including the timely payment of salaries and incentives, back office facilities, housekeeping, the Matahari cooperative and the LKS. The feedback is reviewed and directed to the relevant department for further action. The Human Capital Division aims to visit each store at least once every two years, and visited a total of 49 stores in 2015. 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.

The store reviews have resulted in a number of improvement programmes, including the '5R' Concise, Neat, Clean, Care and Diligent (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan Rajin) initiative, which targeted improvements in store housekeeping attitudes and practices, particularly the condition, cleanliness and appearance of backroom facilities. The internal training, workshops and rewards have helped to create a sense of pride in the workplace and embed good store housekeeping practices as part of Matahari's corporate culture.

Tindakan-tindakan tersebut bersama dengan kebijakan manajemen kinerja yang akan dijelaskan di bawah ini telah dilaksanakan untuk menjamin bahwa Matahari dapat terus merekrut dan mempertahankan karyawan berkualitas tinggi di setiap tingkatan organisasi. Perseroan berupaya untuk menjadi pemberi kerja pilihan dengan menyediakan prospek pengembangan karir yang menarik, paket kompensasi yang kompetitif dan secara reguler dibandingkan dengan perseroan lain yang sejenis, dan suasana kebersamaan yang dibina oleh IKM (Ikatan Karyawan Matahari) dan koperasi. Tim Manajemen percaya bahwa semua faktor tersebut berkontribusi pada rendahnya tingkat pergantian karyawan.

MANAJEMEN KINERJA

Setiap departemen dalam Perseroan memiliki K*ey Performance Indicator* (KPI) khusus yang rinci meliputi sasaran spesifik, kualitas dan kompetensi. Setiap semester, karyawan melalui penilaian kinerja termasuk pengukuran kuantitatif dengan menggunakan KPI sebagai referensi, seperti pencapaian target penjualan, dan pengukuran kualitatif terhadap kompetensi karyawan. Departemen SDM menggunakan hasil penilaian tersebut sebagai dasar untuk memberikan penghargaan atas kinerja yang baik, mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan, memastikan karyawan ditempatkan secara optimal di dalam organisasi, dan mengidentifikasi karyawan berprestasi yang mempunyai potensi kepemimpinan sehingga mereka dapat diikutsertakan dalam program pengembangan yang sesuai.

Bonus dan kenaikan gaji karyawan bergantung pada kinerja kerja dan jangka waktu kerja. 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.

HUBUNGAN KARYAWAN

Divisi Human Capital memastikan bahwa Perseroan tunduk pada peraturan-peraturan terkait ketenagakerjaan di tingkat 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 menyisihkan sebesar 5,7% dari gaji kotornya sebagai kontribusi program tersebut dimana 2% dibayarkan karyawan dan 3,7% dibayar langsung oleh Perseroan. Perseroan juga membayarkan jasa dan pesangon pemutusan kerja kepada karyawan saat mereka mencapai usia pensiun resmi yakni 55 tahun.

These measures, alongside the performance management measures below, are part of a strategy to ensure that Matahari can continue to recruit and retain high quality people at all levels of the organisation. The Company seeks to be an employer of choice by providing exciting career development prospects, a competitive compensation package that is regularly benchmarked against those of peer companies, and the strong sense of community provided by IKM (the Matahari Employees' Association) and the cooperatives. Management believes that all these factors have contributed to the Company's low staff turnover.

PERFORMANCE MANAGEMENT

Each department in the Company has detailed Key Performance Indicators (KPIs) covering specific targets, qualities and competencies. Every semester, employees undergo a performance appraisal that includes a quantitative measurement of their performance with reference to the KPIs, such as the achievement of sales targets, as well as a qualitative evaluation of the their competencies. The HR Department uses the results of such appraisals as a basis for recognising and rewarding good performance, identifying training and development needs, ensuring that employees are optimally placed within the organisation and identifying talented employees who have leadership potential, so that they can be placed in appropriate development programmes.

Employee bonuses and salary increments are based on job performance as well as length of service. Matahari also brings a more personal touch to the relationship between the Company and its employees by sending birthday greetings, congratulatory notes and condolence cards when appropriate.

EMPLOYEE RELATIONS

The Human Capital Division ensure that the Company complies with all prevailing 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 programme, of which 2% is paid by the employee and 3.7% directly by the employer. The Company pays out severance and service payments to employees when they reach the official retirement age of 55.



Sebagai tambahan dari gaji dasar, Matahari juga memberikan berbagai bonus dan insentif, termasuk program kepemilikikan kendaraan (tergantung tingkatan karyawan), jaminan kesehatan, asuransi jiwa, pemeriksaan kesehatan setiap tahunnya untuk tingkat manajer ke atas, dan tunjangan kehamilan. Semua insentif ini dirancang untuk 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.

UU Ketenagakerjaan Indonesia mengharuskan semua perseroan dengan jumlah pekerja 50 atau lebih untuk memiliki forum bipartit yang independen atau mekanisme arbitrasi. Forum bipartit Matahari (Lembaga Kerjasama atau 'LKS') dibentuk pada tahun 2002, dan 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. Sejak forum bipartit ini didirikan, Matahari belum pernah mengalami gangguan ketenagakerjaan

In addition to the basic salary, Matahari also offers various benefits and incentives, including a car ownership programme (for certain employee grade levels), health benefits, life insurance, an annual medical check-up for staff at managerial level and above, and maternity benefits. These incentives are designed to increase job satisfaction and motivation, and contribute to employee 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 institutions is present in all Matahari stores, at the head office and at the distribution centres, providing a forum for communication and maintaining a positive relationship between the Company and the employees.

Indonesian labour law requires all companies employing 50 or more people to have an independent bipartite forum or arbitration mechanism. Matahari's bipartite forum (Lembaga Kerjasama or 'LKS') was established in 2002, and comprises a minimum of three employee representatives and three Management representatives. Any issues that cannot be resolved through the LKS are forwarded to Indonesia's Manpower Department for review and settlement. Since the bipartite forum was established, Matahari has not experienced any significant labour disturbances, and even prior to 2002



yang signifikan, 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 kerja sama seluruh karyawan Matahari. IKM menyelenggarakan berbagai kegiatan olahraga, keagamaan, sosial, dan acara lain untuk karyawan selama satu tahun dan juga mengadakan kegiatan sosial masyarakat (CSR) Perseroan. Seluruh karyawan Matahari secara otomatis menjadi anggota IKM.

Setiap gerai memiliki koperasi Matahari yang dibentuk dan dikelola oleh karyawan serta didukung secara finansial oleh Perseroan. Koperasi menyediakan pinjaman darurat, tunjangan kesejahteraan dan bantuan lainnya yang dibutuhkan karyawan, serta memberikan pelatihan usaha kecil dan manajemen keuangan guna mempersiapkan karyawan untuk pensiun.

Dengan kehadiran yang kuat di kota-kota di seluruh Indonesia, Perseroan berkomitmen untuk menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Manajemen percaya bahwa hal tersebut berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan, serta memberdayakan generasi muda untuk menciptakan nilai di dalam komunitas mereka.

the Company had experienced no significant labour disturbances for several years.

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

Each store also has a Matahari Cooperative that is set up and managed by employees with some financial and other support from the Company. The Cooperatives provide emergency loans, welfare support and other assistance for employees in need, as well as training on small enterprise and financial management to prepare employees for retirement.

With a strong presence in cities across Indonesia, the Company is committed to creating jobs for the surrounding communities. Management believes that this contributes to local economic growth and increased prosperity, and empowers the younger generation to create value in their communities.



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 42,8% di sektor ritel *department store* pada tahun 2015 (sumber: Euromonitor, Januari 2016). Matahari memiliki jaringan *department store* terluas di Indonesia, dengan 142 gerai yang mencakup ruang gerai dengan luas total sekitar 931.700 meter persegi di 66 kota di seluruh Indonesia sampai dengan 31 Desember 2015.

Matahari is Indonesia's largest department store operator by retail value sales with a market share of 42.8% of the department store retail sector in 2015 (source: Euromonitor, January 2016). Matahari has the most extensive department store network in Indonesia, with 142 stores covering a total store space of approximately 931,700 square metres in 66 cities across Indonesia as of 31 December 2015.





SEKILAS MATAHARI

Luas setiap gerai Matahari umumnya berkisar antara 5.000 hingga 9.000 meter persegi. Dengan lebih dari 3,2 juta anggota aktif hingga pada tanggal 31 Desember 2015, 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 aksesori.

OVERVIEW OF MATAHARI

Matahari stores typically range from 5,000 to 9,000 square metres in size. With over 3.2 million active members as at 31 December 2015, Matahari has one of the largest department store loyalty programmes, the Matahari Club Card or MCC, in the country.

Matahari's strategy is to provide its customers with great value, by offering a large selection of fashionable high quality merchandise at affordable prices, housed in an attractive and modern store environment with a focus on customer service. Matahari's target demographic segment is Indonesia's large and growing middle income consumer segment. Management believes that Matahari's broad selection of merchandise allows it to appeal to the tastes of all members of a typical middle income Indonesian family. Matahari 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 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 2015, sebesar 64,5% dari nilai Penjualan Barang Dagangan Perseroan merupakan hasil dari penjualan produk konsinyasi dan 35,5% 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 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. In 2015, 64.5% of the Company's Merchandise Sales was CV Sales and 35.5% 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 membuka 8 gerai baru di tahun 2014 dan 11 gerai baru di tahun 2015. 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.

Matahari opened 8 new stores in 2014 and 11 new stores in 2015. 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 2016, Matahari telah mengidentifikasi 54 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 2016, Matahari has identified 54 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.

MEASUREMENTS 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 SFAS 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

In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014	Description
Penjualan Barang Dagangan	15,974.5	14,421.4	Merchandise Sales
Pendapatan MCC	45.1	38.6	MCC Subscription Revenue
Penjualan Kotor	16,019.6	14,460.0	Gross Sales
Laba Kotor yang Disesuaikan	5,627.1	5,028.6	Adjusted Gross Profit
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan (%)	35.2	34.9	Adjusted Gross Profit Margin (%)
Beban Usaha yang Disesuaikan	3,219.1	2,852.5	Adjusted Operating Expenses
EBIT yang Disesuaikan	2,408.0	2,176.1	Adjusted EBIT
Marjin EBIT yang Disesuaikan (%)	15.1	15.1	Adjusted EBIT Margin (%)
EBITDA yang Disesuaikan	2,660.1	2,411.1	Adjusted EBITDA
Marjin EBITDA yang Disesuaikan (%)	16.7	16.7	Adjusted EBITDA Margin (%)
EBITDAR yang Disesuaikan	3,749.1	3,352.7	Adjusted EBITDAR
Marjin EBITDAR yang Disesuaikan (%)	23.4	23.2	Adjusted EBITDAR Margin (%)
Pertumbuhan Penjualan pada Gerai yang Sama (%)	6.8	10.7	SSSG (Same Stores Sales Growth (%)
Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel (Rp Ribu)	17,254	17,000	Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space (Rp Thousands)

PENJUALAN KOTOR

Penjualan Kotor adalah nilai transaksi kotor dari penjualan di gerai Perseroan setelah potongan harga, tidak termasuk pajak pertambahan nilai. Penjualan Kotor terdiri dari Penjualan Ritel, Penjualan Konsinyasi dan pendapatan dari program loyalitas MCC dan pendapatan sewa, yang disesuaikan dengan beberapa akun tertentu lainnya seperti yang dijelaskan dalam catatan kaki untuk tabel di halaman 105.

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 comprise DP Sales, CV Sales and revenue from the MCC loyalty programme and tenant income, adjusted for certain other items as described in the footnotes to the table on page 105.

PENJUALAN BARANG DAGANGAN

Adalah penjualan kotor di luar pendapatan dari program loyalitas MCC.

MERCHANDISE SALES

Defined as Gross Sales excluding MCC loyalty programme revenue.

REKONSILIASI ANTARA PENDAPATAN BERSIH DENGAN PENJUALAN KOTOR

Tabel berikut ini menyajikan rekonsiliasi antara Pendapatan Bersih, dengan ukuran *GAAP* dan Penjualan Kotor, dengan ukuran *non-GAAP*. Pendapatan Bersih terdiri dari Penjualan Ritel, pendapatan bersih dari penjualan Produk Konsinyasi dan pendapatan jasa. Pendapatan Bersih merupakan baris akun pada pernyataan laporan laba rugi 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.

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 profit or loss. 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 | In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014	Description
Pendapatan Bersih	9,006.9	7,925.5	Net Revenue
Beban Penjualan Konsinyasi [1]	7,126.3	6,570.5	CV Cost of Sales [1]
Nilai Akrual *Point Reward* MCC [2]	(63.4)	9.3	Accrued Value of MCC Reward Points [2]
Pendapatan Pusat Distribusi [3]	(49.7)	(44.9)	Distribution Centre Revenue [3]
Pendapatan Jasa Konsultasi	(0.5)	(0.5)	Consultant Fee Income
Penjualan Kotor	16,019.6	14,460.0	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 2014 dan 2015 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 2014 and 2015 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.

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 | In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014	Description
Penjualan Ritel [1]	5,665.7	4,908.1	DP Sales [1]
Sebagai Persentase dari Penjualan Barang Dagangan	35.4	34.0	As a Percentage of Merchandise Sales
Kenaikan Penjualan Ritel (%)	15.4	20.5	Increase in DP Sales (%)
Penjualan Konsinyasi	10,353.9	9,552.0	CV Sales
Sebagai Persentase dari Penjualan Barang Dagangan	65.0	66.0	As a Percentage of Merchandise Sales
Kenaikan Penjualan Konsinyasi (%)	8.4	9.9	Increase in CV Sales (%)

Tahun yang berakhir 31 Desember | Years ended 31 December

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 include small amounts of revenue from the MCC loyalty programme. 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	2015	2014	2015	2014	Description
	Milliar Rp | Rp Billions		Mutasi | Change (%)		
Jawa	10,112.3	9,000.3	12.3	13.8	Java
Sumatera	2,615.1	2,312.5	13.1	13.8	Sumatera
Kalimantan, Sulawesi dan Maluku	2,516.02	2,407.2	4.5	11.9	Kalimantan, Sulawesi and Maluku
Lainnya	731.0	701.4	4.2	9.6	Others
Jumlah	**15,974.6**	**14,421.4**			**Total**

Tahun yang berakhir 31 Desember — Years ended 31 December

Tabel berikut menyajikan Penjualan Barang Dagangan untuk periode tahun 2011-2015.

The following table sets forth Merchandise Sales for 2011 to 2015.

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain — In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014	2013	2012	2011	Description
Penjualan Barang Dagangan	15,974.5	14,421.4	12,735.0	10,886.9	9,247.2	Merchandise Sales
Kenaikan Penjualan Barang Dagangan (%)	10.8	13.2	17.0	17.7	16.9	Increase in Merchandise Sales (%)

Tahun yang berakhir 31 Desember — Years ended 31 December

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 2015.

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 2011-2015 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 9,

DISCUSSION

The increase in Merchandise Sales from 2011 to 2015 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 programme to make its stores more attractive to its target customers. Improvements in merchandise mix and the Company's refurbishment programme have driven improvements in SSSG as described below. The Company has also expanded by adding new stores (9, 13, 9, 8 and 11 in 2011, 2012, 2013, 2014 and 2015, respectively). Average transaction size has increased during the period (Rp 222 thousand in



13, 9, 8 dan 11 gerai pada tahun 2011, 2012, 2013, 2014 dan 2015). Rata-rata transaksi telah meningkat selama periode tersebut (Rp 222 ribu pada tahun 2014 dan Rp 231 ribu pada tahun 2015). Faktor-faktor ini telah mendorong pertumbuhan Penjualan Barang Dagangan dan parameter kinerja keuangan lainnya seperti dijelaskan di bawah ini.

Penjualan Barang Dagangan meningkat sebesar Rp 1.553,1 miliar atau 10,8%, dari Rp 14.421,4 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 15.974,5 miliar pada tahun 2015. Peningkatan ini disebabkan oleh naiknya SSSG sebesar 6,8% dan pembukaan 11 gerai baru di 2015. SSSG sebesar 6,8% didukung oleh kinerja positif SSSG yang dialami oleh gerai di seluruh wilayah. Kinerja SSSG gerai-gerai di Jawa sebesar 8,4%, gerai-gerai di Sumatera sebesar 6,9%, gerai-gerai di Kalimantan, Sulawesi dan Maluku sebesar 2,5% dan di wilayah lainnya sebesar 0,7%. Pada tahun 2015, Penjualan Konsinyasi tumbuh sebesar 8,4% dan Penjualan Ritel 15,3%. Persentase Penjualan Barang Dagangan didapat dari Penurunan Penjualan Konsinyasi dari 66,0% pada 2014 menjadi 64,5% pada tahun 2015 yang mencerminkan peningkatan permintaan terhadap Produk Ritel.

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.

2014 and Rp 231 thousand in 2015). These factors have driven the growth in Merchandise Sales and the other measures of financial performance described below.

Merchandise Sales increased by Rp 1,553.1 billion, or 10.8%, from Rp 14,421.4 billion in 2014 to Rp 15,974.5 billion in 2015. This increase was due to increment in SSSG of 6.8% and the opening of 11 new stores in 2015. The 6.8% SSSG was supported by positive SSSG performance across all regions and, in particular, by SSSG performance in the Java stores of 8.4%, in the Sumatera stores of 6.9%, in the Kalimantan, Sulawesi & Maluku stores of 2.5% and in the others regions of 0.7%. In 2015, there was an increase in CV Sales of 8.4% and an increase in DP Sales of 15.3%. The percentage of Merchandise Sales attributable to CV Sales decreased from 66.0% in 2014 to 64.5% in 2015 reflecting increased demand for DP Goods.

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 / In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014	Description
Beban Usaha	3,341.7	2,937.0	Operating Expenses
(Keuntungan)/Kerugian Lainnya – Bersih	(8.1)	27.1	Other (Gains)/Losses - Net
Beban Usaha - Bersih	3,333.6	2,964.1	Operating Expenses - Net
Kewajiban Imbalan Kerja[1]	(59.3)	(55.9)	Employee Benefits Obligations[1]
Biaya Terkait Aksi Korporasi[2]	-	(5.6)	Costs Related to Corporate Actions[2]
Biaya Lain-lain [3]	(12.2)	(19.8)	Other Costs[3]
Keuntungan/(Kerugian) Atas Kebakaran Gerai[4]	1.2	(10.9)	Gains/(Losses) Associated with Fire Destroying Store[4]
Nilai yang Masih Harus Dibayar dari *Point Reward* MCC[5]	(63.4)	9.3	Accrued Value of MCC Reward Points[5]
Pendapatan Pusat Distribusi[6]	(49.7)	(44.9)	Distribution Centre Revenue[6]
Biaya Pusat Distribusi[7]	18.4	16.6	Distribution Centre Cost[7]
Pendapatan Jasa Konsultasi, Pendapatan Bersih	(0.5)	(0.5)	Consultant Fee Income, Net of Expenses
Beban Usaha yang Disesuaikan	3,168.1	2,852.4	Adjusted Operating Expenses
Penyusutan	(240.7)	(228.0)	Depreciation
Amortisasi	(11.4)	(7.0)	Amortisation
Beban Usaha yang Disesuaikan, Sebelum Penyusutan dan Amortisasi	2,916.0	2,617.4	Adjusted Operating Expenses Before Depreciation and Amortisation
Sewa[8]	(1,089.0)	(941.7)	Rent[8]
Beban Usaha yang Disesuaikan, Sebelum Penyusutan, Amortisasi dan Sewa	1,827.0	1,675.7	Adjusted Operating Expenses Before Depreciation, Amortisation and Rent

Tahun yang berakhir 31 Desember / Years ended 31 December

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 21 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 21 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 2015 merupakan biaya atas jasa konsultan terkait penelaahan pada sistem operasional dan *merchandising*.

   Other costs in 2015 mainly represented consultant fee related to review over operational and merchandising system.

4) Keuntungan yang berhubungan dengan penerimaan klaim asuransi akibat kebakaran pada gerai King Plaza Bandung dan kerugian akibat kebakaran pada gerai Ambon Plaza. Sedangkan pada tahun 2014, kerugian ini merupakan biaya atas penutupan sementara akibat kebakaran pada gerai King Plaza Bandung dan kebakaran yang terjadi pada sebagian kecil area di Gerai Atrium.

   Gains associated with insurance claim reimbursement due to fire in King Plaza Bandung and loss due to fire in Ambon Plaza. While in 2014, these losses represented expenses of temporarily closed store due to fire in 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, headquarter and distribution centre.

Beban Usaha yang Disesuaikan meningkat dari Rp 2.852,4 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 3.168,1 miliar pada tahun 2015. Beban Usaha yang Disesuaikan sebagai persentase dari Penjualan Barang Dagangan naik dari 19,7% pada tahun 2014 menjadi 19,8% pada tahun 2015.

Adjusted Operating Expenses increased from Rp 2,852.4 billion in 2014 to Rp 3,168.1 billion in 2015. Adjusted Operating Expenses as a percentage of Merchandise Sales increased from 19.7% in 2014 to 19.8% in 2015.

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 | In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014	Description
Laba Bersih-Ditambah/(Dikurangi) Penyesuaian	1,780.8	1,419.1	Net Profit-Plus/(Minus) Adjustments
Beban Keuangan-Bersih	92.8	233.4	Finance Expense-Net
Beban Pajak Penghasilan	464.0	431.4	Income Tax Expense
Laba Usaha	2,337.7	2,083.9	Operating Profit
Kewajiban Imbalan Kerja[1]	59.3	55.9	Employee Benefits Obligations [1]
Biaya Terkait Aksi Korporasi[2]	-	5.6	Costs Related to Corporate Actions [2]
Biaya Lain-Lain[3]	12.2	19.8	Other Costs[3]
(Keuntungan)/Kerugian atas Kebakaran Gerai[4]	(1.2)	10.9	(Gains)/Losses Associated with Fire Destroying Store[4]
EBIT yang Disesuaikan	2,408.0	2,176.1	Adjusted EBIT
Penyusutan	240.7	228.0	Depreciation
Amortisasi	11.4	7.0	Amortisation
EBITDA yang Disesuaikan	2,660.1	2,411.1	Adjusted EBITDA
Sewa[5]	1,089.0	941.7	Rent[5]
EBITDAR yang Disesuaikan	3,749.1	3,352.7	Adjusted EBITDAR

Tahun yang berakhir 31 Desember | Years ended 31 December

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 21 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 21 to the financial statements for a discussion of these liabilities.

2) Pada tahun 2014, 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 biaya ini bersifat non-operasional.

   In 2014, 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 2015 merupakan biaya atas jasa konsultan terkait penelaahan pada sistem operasional dan *merchandising*.

   Other costs in 2015 mainly represented consultant fee related to review over operational and merchandising system.

4) Keuntungan yang berhubungan dengan penerimaan klaim asuransi akibat kebakaran pada gerai King Plaza Bandung dan kerugian akibat kebakaran pada gerai Ambon Plaza. Sedangkan pada tahun 2014, kerugian ini merupakan biaya atas penutupan sementara akibat kebakaran pada gerai King Plaza Bandung dan kebakaran yang terjadi pada sebagian kecil area di Gerai Atrium.

   Gains associated with insurance claim reimbursement due to fire in King Plaza Bandung and loss due to fire in Ambon Plaza. While in 2014, these losses represented expenses of temporarily closed store due to fire in 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, headquarter and distribution centre.

EBITDAR YANG DISESUAIKAN DAN MARJIN EBITDAR YANG DISESUAIKAN

EBITDAR yang Disesuaikan didefinisikan sebagai Laba Bersih Perseroan sebelum Beban Keuangan-Bersih, Beban Pajak Penghasilan, Penyusutan, Amortisasi dan Sewa, yang disesuaikan dengan menambahkan kembali biaya tak-berulang dan biaya berulang tertentu sebagai Laba Bersih Perseroan sebagaimana dijelaskan di atas. Marjin EBITDAR yang Disesuaikan adalah EBITDAR yang Disesuaikan dibagi dengan Penjualan Barang Dagangan.

ADJUSTED EBITDAR AND ADJUSTED EBITDAR MARGIN

Adjusted EBITDAR is defined as the Company's Net Profit before Finance Expense-Net, Income Tax Expense, 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.

PEMBAHASAN

EBITDAR yang Disesuaikan mengalami peningkatan sebesar Rp 396,4 miliar atau 11,8%, dari Rp 3.352,7 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 3.749,1 miliar pada tahun 2015. Peningkatan EBITDAR yang Disesuaikan didorong oleh peningkatan Penjualan Barang Dagangan sebesar 10,8% pada tahun 2015 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 23,2% pada tahun 2014 menjadi 23,5% pada tahun 2015 karena kenaikan Laba Kotor sebagai persentase dari Penjualan Barang Dagangan dari 35,0% pada tahun 2014 menjadi 35,5% pada tahun 2015.

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 Rp 249,0 miliar, atau 10,3%, dari Rp 2.411,1 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 2.660,1 miliar pada tahun 2015. Peningkatan ini terutama karena alasan yang telah dijelaskan di atas, di*offset* dengan adanya kenaikan upah minimum lebih dari 14,0% di tahun 2015. Penurunan biaya promosi sebesar Rp 9,3 miliar dan penurunan biaya listrik sebesar Rp 5,1 miliar dikarenakan penghematan yang dilakukan pada 62 gerai dengan mengganti lampu LED juga berdampak terhadap kenaikan EBITDA di tahun ini. Marjin EBITDA yang Disesuaikan adalah 16,7% pada tahun 2014 dan 2015.

EBIT YANG DISESUAIKAN DAN MARJIN EBIT 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.

DISCUSSION

Adjusted EBITDAR increased by Rp 396.4 billion, or 11.8%, from Rp 3,352.7 billion in 2014 to Rp 3,749.1 billion in 2015. The increase in Adjusted EBITDAR was driven by an increase in Merchandise Sales of 10.8% in 2015 and reflected improvements in Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales due to continued improvements in the DP merchandising programme whereby key DP items are selected and purchased in large quantities at more favourable prices.

Adjusted EBITDAR Margin increased from 23.2% in 2014 to 23.5% in 2015 due to an increase in Gross Profit as a percentage of Merchandise Sales from 35.0% in 2014 to 35.5% in 2015.

ADJUSTED EBITDA AND ADJUSTED EBITDA MARGIN

Adjusted EBITDA is defined as the Company's Net Profit before Finance Expense-Net, Income Tax Expenses, Depreciation and Amortisation and is adjusted by adding back certain non-recurring and recurring expenses to the Company's Net Profit as described above.

Adjusted EBITDA Margin is Adjusted EBITDA divided by Merchandise Sales.

DISCUSSION

Adjusted EBITDA increased by Rp 249.0 billion, or 10.3%, from Rp 2,411.1 billion in 2014 to Rp 2,660.1 billion in 2015. This increase was primarily due to the reasons described above and was offset by an increase of the minimum wage which was more than 14.0% in 2015. The decrease of promotion cost by Rp 9.3 billion and the decrease of electricity cost by Rp 5.1 billion due to electricity cost reduction in 62 stores by replacing existing lights with LED lights also gave impact on increment of EBITDA. Adjusted EBITDA Margin was 16.7% in 2014 and 2015.

ADJUSTED EBIT AND ADJUSTED EBIT MARGIN

Adjusted EBIT is defined as the Company's Net Profit before Finance Expense-Net and Income Tax Expense, and is adjusted by adding back certain non-recurring and recurring expenses to the Company's Net Profit as described above.

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

Adjusted EBIT Margin is Adjusted EBIT divided by Merchandise Sales.

PEMBAHASAN

EBIT yang Disesuaikan meningkat Rp 231,9 miliar atau 10,7%, dari Rp 2.176.1 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 2.408,0 miliar pada tahun 2015. Peningkatan ini terutama karena alasan yang dijelaskan di atas, di*offset* akibat peningkatan Beban Penyusutan dan Amortisasi sebesar 7,3% dari Rp 235,0 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 252,1 miliar pada tahun 2015 sehubungan dengan pembukaan 11 gerai baru, renovasi dari 14 gerai dan belanja modal lainnya yang terjadi pada tahun 2015. Sebagai persentase dari Penjualan Kotor, besarnya Penyusutan dan Amortisasi adalah 1,6% untuk tahun 2014 dan 2015. Marjin EBIT yang Disesuaikan adalah 15,1% untuk tahun 2014 dan 2015.

DISCUSSION

Adjusted EBIT increased by Rp 231.9 billion, or 10.7%, from Rp 2,176.1 billion in 2014 to Rp 2,408.0 billion in 2015. This increase was primarily due to the reasons described above and offseted by 7.3% increase in Depreciation and Amortisation Expenses from Rp 235.0 billion in 2014 to Rp 252.1 billion in 2015 associated with the opening of 11 new stores, the refurbishment of 14 stores and other capital expenditure incurred in 2015. As a percentage of Gross Sales, Depreciation and Amortisation was 1.6% for 2014 and 2015. Adjusted EBIT Margin was 15.1% for 2014 and 2015.

PERTUMBUHAN PENJUALAN PADA GERAI YANG SAMA (SSSG)

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 2011 sampai 2015. 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.

SAME STORE SALES GROWTH (SSSG)

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 2011 to 2015. 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	2015	2014	2013	2012	2011	Description
SSSG (%)	6.8	10.7	12.1	11.1	13.6	SSSG (%)
Jumlah Gerai yang Dibuka pada Tahun Tersebut	11	8	9	13	9	Number of Store Opened During the Year

Tahun yang berakhir 31 Desember / Years ended 31 December

PEMBAHASAN

Perseroan telah mengalami pertumbuhan penjualan gerai yang sama (SSSG) yang kuat, rata-rata 10,9% per tahun dari 2011 sampai 2015.

Tingkat SSSG selalu di atas 10.0% setiap tahunnya sejak tahun 2011, kecuali pada tahun 2015 yang mencapai 6,8% sebagai dampak dari lemahnya pertumbuhan ekonomi global, yang diukur dari turunnya Indeks Harga Konsumen dari 8,4% di tahun 2014 menjadi 4,8% di tahun 2015.

DISCUSSION

The Company has experienced strong same store sales growth (SSSG), averaging 10.9% a year, from 2011 to 2015.

SSSG has exceeded 10.0% each year since 2011, except for 2015, which reached 6.8% as the impact of weak global economic growth in 2015 which is measured by the decrement in Consumer Price Index of 8.4% in 2014 to 4.8% in 2015.

Tabel berikut menyajikan SSSG berdasarkan segmen geografis.

The following table sets forth SSSG by geographical segment.

Persentase (%) Percentage (%)

Keterangan	2015	2014	Description
Jawa	8.4	11.3	Java
Sumatera	6.9	13.3	Sumatera
Kalimantan, Sulawesi dan Maluku	2.5	6.2	Kalimantan, Sulawesi and Maluku
Lainnya	0.7	9.6	Others
Jumlah	**6.8**	**10.7**	**Total**

Tahun yang berakhir 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 2011-2015. 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 2011 to 2015. 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. Meter persegi ruang ritel adalah meter persegi ruang ritel jumlah yang digunakan pada akhir bulan tidak termasuk setiap ruang yang sedang mengalami renovasi.

PEMBAHASAN

Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel telah meningkat rata-rata 3,7% pada periode tahun 2012-2015, 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.

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. 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.

DISCUSSION

Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space has increased to an average of 3.7% from 2012 to 2015, 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	2015	2014	Description
Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel (Rp Ribu)	17,254	17,000	Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space (Rp Thousands)
Pertumbuhan Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel (%)	1.5	2.7	Growth of Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space (%)

Tahun yang berakhir 31 Desember / Years ended 31 December

DASAR PERSIAPAN LAPORAN KEUANGAN

Laporan keuangan historis Perseroan untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2014 dan 2015 yang disajikan pada bagian lain dari Laporan Tahunan ini telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan (anggota jaringan firma PricewaterhouseCoopers) 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.

PREPARATIONS FOR THE FINANCIAL STATEMENTS

The Company's historical financial statements included elsewhere in this Annual Report as at and for the years ended 31 December 2014 and 2015 have been audited by Public Accountant Firm of Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Partner (a member of the PricewaterhouseCoopers network of firms) 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 that date, 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 SFAS 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

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

DESCRIPTION OF SELECTED LINE ITEMS IN THE STATEMENT OF PROFIT OR LOSS

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

PENDAPATAN BERSIH

Pendapatan Bersih Perseroan terdiri dari Penjualan Ritel, Pendapatan Bersih dari Penjualan Konsinyasi dan Pendapatan Jasa tertentu. Pendapatan dari penjualan Produk Ritel dan Produk Konsinyasi didapat pada saat produk diserahkan ke pelanggan di titik kassa.

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.

PENJUALAN KONSINYASI-BERSIH

Pendapatan Bersih dari Penjualan Konsinyasi terdiri dari Pendapatan atas Penjualan Produk Konsinyasi kepada konsumen dikurangi jumlah utang kepada vendor konsinyasi terkait.

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.

BEBAN POKOK PENDAPATAN

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

LABA KOTOR

Laba Kotor terdiri dari Pendapatan Bersih dikurangi Beban Pokok Pendapatan.

BEBAN USAHA

Beban Usaha terutama terdiri dari Biaya Sewa, Biaya Pemasaran, Jasa Operasional, Biaya Transaksi Kartu Kredit, Kantong Plastik, Gaji dan Kesejahteraan

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.

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.

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.

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.

COST OF REVENUE

Cost of Revenue represents primarily the costs of DP Goods sold during the period. Cost of Revenue also includes the Cost of Services provided which generate Service Fees such as distribution centre income. These expenses are recognised at the time of sale.

GROSS PROFIT

Gross Profit comprises Net Revenue less Cost of Revenue.

OPERATING EXPENSES

Operating Expenses primarily comprise Rent Expenses, Marketing Expenses, Operational Services, Credit Card Transaction Fees, Plastic Bags, Salaries and Allowances,

Karyawan, Utilitas dan Telekomunikasi, Penyusutan, Konsultan, Asuransi, Perjalanan Dinas, Pemeliharaaan dan Perbaikan, Pajak, Perijinan, Amortisasi, Beban Konsumsi, dan Beban Seragam.

Utility and Telecommunication Costs, Depreciation, Consultant Fees, Insurance, Business Travel, Repair and Maintenance, Tax and License Expenses, Amortisation, Consumables Expense, and Uniform Expense.

KEUNTUNGAN/ (KERUGIAN) LAINNYA-BERSIH

Pada 2015, Keuntungan Lainnya-Bersih terutama terdiri dari keuntungan dari klaim asuransi yang diterima dalam hubungannya dengan kerugian akibat kebakaran pada gerai King Plaza Bandung tahun 2014 dan kerugian akibat kebakaran pada gerai Ambon Plaza tahun 2015.

Keuntungan Lainnya juga termasuk nilai dari kupon MCC yang telah melewati batas waktu.

OTHER GAINS/ (LOSSES)-NET

In 2015, Other Gains-Net primarily comprises of gains from insurance claims received in conjunction with losses due to fire in King Plaza Bandung in 2014 and losses due to fire in Ambon Plaza in 2015.

Other Gains also include the value of expired MCC vouchers.

PENGHASILAN KEUANGAN

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

FINANCE INCOME

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

BIAYA KEUANGAN

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

FINANCE COST

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

KINERJA USAHA TAHUN 2015 DAN 2014
RESULTS OF OPERATIONS FOR 2015 AND 2014

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014*	Description
Pendapatan			Revenue
- Penjualan Ritel	5,729.1	4,898.7	Retail Sales -
- Penjualan Konsinyasi-Bersih	3,227.6	2,981.4	Consignment Sales-Net -
- Pendapatan Jasa	50.2	45.4	Services Fee -
Pendapatan Bersih	9,006.9	7,925.5	Net Revenue
Beban Pokok Pendapatan	(3,335.6)	(2,877.5)	Cost of Revenue
Laba Kotor	5,671.3	5,048.0	Gross Profit
Beban Usaha	(3,341.7)	(2,937.0)	Operating Expenses
Keuntungan/(Kerugian)-Bersih	8.1	(27.1)	Other Gains/(Losses)-Net
Laba Usaha	2,337.6	2,083.9	Operating Profit
Penghasilan Keuangan	30.8	22.6	Finance Income
Biaya Keuangan	(123.7)	(256.0)	Finance Cost
Biaya Keuangan-Bersih	(92.8)	(233.4)	Finance Expense-Net
Laba Sebelum Pajak Penghasilan	2,244.8	1,850.5	Profit Before Income Tax
Beban Pajak Penghasilan	(464.0)	(431.4)	Income Tax Expense
Laba Bersih	1,780.8	1,419.1	Net Profit
Laba/(Rugi) Komprehensif Lainnya, Setelah Pajak	17.5	(6.7)	Other Comprehensive Income/(Losses), Net of Tax
Pendapatan Komprehensif	1,798.4	1,412.4	Comprehensive Income

Tahun yang berakhir 31 Desember | Years ended 31 December

*) Disajikan kembali | Restated

PERBANDINGAN HASIL KINERJA USAHA TAHUN 2014 DAN 2015

PENDAPATAN BERSIH

Pendapatan Bersih Perseroan meningkat Rp 1.081,4 miliar atau 13,6%, dari Rp 7.925,5 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 9.006,9 miliar pada tahun 2015. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh peningkatan Penjualan Barang Dagangan sebesar 10,8% yang dipicu oleh peningkatan SSSG sebesar 6,8% pada tahun 2015, pertumbuhan segmen pelanggan yang menjadi target Perseroan, peningkatan *disposable income* dari segmen pelanggan tersebut, perbaikan berkelanjutan dalam kombinasi produk, serta pembukaan 11 gerai baru dan renovasi 14 gerai lainnya.

Penjualan Ritel Perseroan, yang terutama terdiri dari Penjualan Ritel, meningkat sebesar Rp 830,4 miliar, atau 17,0%, dari Rp 4.898,7 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 5.729,1 miliar pada tahun 2015. Peningkatan ini disebabkan oleh alasan-alasan yang diuraikan di atas dan terutama oleh meningkatnya permintaan terhadap Produk Ritel.

Pendapatan Bersih Perseroan dari Penjualan Konsinyasi meningkat Rp 246,2 miliar, atau 8,3%, dari Rp 2.981,4 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 3.227,6 miliar pada tahun 2015. Kenaikan ini disebabkan alasan yang dijelaskan di atas, yang sebagian diimbangi dengan pergeseran dari Penjualan Konsinyasi ke Penjualan Ritel.

Pendapatan Jasa Perseroan meningkat sebesar Rp 4,8 miliar, atau 10,6%, dari Rp 45,4 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 50,2 miliar pada 2015. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh peningkatan penggunaan pusat distribusi dan logistik Perseroan oleh vendor konsinyasi untuk kegiatan pendistribusian produk mereka ke gerai Perseroan.

BEBAN POKOK PENDAPATAN

Beban Pokok Pendapatan Perseroan meningkat Rp 458,1 miliar, atau 15,9%, dari Rp 2.877,5 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 3.335,6 miliar pada tahun 2015. Hal ini disebabkan oleh adanya kenaikan Penjualan Ritel sebesar 17,0%, yang terutama terdiri dari Produk Ritel seperti dijelaskan di atas.

Pertumbuhan Beban Pokok Pendapatan masih di bawah pertumbuhan Penjualan Ritel karena meningkatnya

COMPARISON OF THE RESULTS OF OPERATIONS FOR 2014 AND 2015

NET REVENUE

The Company's Net Revenue increased by Rp 1,081.4 billion, or 13.6%, from Rp 7,925.5 billion in 2014 to Rp 9,006.9 billion in 2015. This increase was primarily due to an increase in Merchandise Sales of 10.8% due to increases in SSSG of 6.8% in 2015, growth of the Company's target customer segment, increasing disposable income of that customer segment, improvements in merchandise mix, the opening of 11 new stores and the refurbishment of 14 stores.

The Company's Retail Sales, which primarily comprises DP Sales, increased by Rp 830.4 billion, or 17.0%, from Rp 4,898.7 billion in 2014 to Rp 5,729.1 billion in 2015. This increase was due to the reasons described above and, in particular, increasing demand for DP Goods.

The Company's Net Revenue from CV Sales increased by Rp 246.2 billion, or 8.3%, from Rp 2,981.4 billion in 2014 to Rp 3,227.6 billion in 2015. This increase was due the reasons described above, offset in part by a shift from CV Sales to DP Sales.

The Company's Services Fees increased by Rp 4.8 billion, or 10.6%, from Rp 45.4 billion in 2014 to Rp 50.2 billion in 2015. 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.

COST OF REVENUE

The Company's Cost of Revenue increased by Rp 458.1 billion, or 15.9%, from Rp 2,877.5 billion in 2014 to Rp 3,335.6 billion in 2015. This increase was due to the 17.0% increase in Retail Sales, primarily comprising DP Goods, as described above.

Cost of revenue grew less quickly than retail sales due to the Company's increment of purchasing power from

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 2015 adalah 58,2%, turun dari 58,7% pada tahun 2014.

LABA KOTOR

Karena faktor di atas, Laba Kotor Perseroan meningkat Rp 623,3 miliar atau 12,3%, dari Rp 5.048,0 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 5.671,3 miliar pada tahun 2015 terutama disebabkan meningkatnya kontribusi dari Penjualan Konsinyasi dan Penjualan Ritel. Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Produk Ritel meningkat 17,3%. Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi, yang diukur dengan Pendapatan Bersih dari Penjualan Konsinyasi, meningkat sebesar 8,3% pada tahun 2015.

Tabel di bawah ini meyajikan komponen-komponen Beban Usaha pada tahun 2014 dan 2015.

increasing volume of DP Goods purchased and other initiatives such as the key item programme, which aimed to optimise the number of SKUs in order to improve Adjusted Gross Profit Margins for DP Sales. Cost of Revenue as a percentage of Retail Sales in 2015 was 58.2% which represented a decrease from 58.7% in 2014.

GROSS PROFIT

Due to the factors described above, the Company's Gross Profit increased by Rp 623.3 billion, or 12.3%, from Rp 5,048.0 billion in 2014 to Rp 5,671.3 billion in 2015 primarily due to increased contribution from CV Sales and DP Sales. Adjusted Gross Profit from DP Sales increased by 17.3%. Adjusted Gross Profit from CV Sales, which is measured by Net Revenue from CV Sales, increased by 8.3% in 2015.

The table below sets forth the components of Operating Expenses in 2014 and 2015.

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain

In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014	2015	2014	Description
	Milliar Rp | Rp Billions		Mutasi | Change (%)		
Sewa	1,089.0	941.7	15.6		Rent
Gaji dan Kesejahteraan Karyawan	970.4	861.5	12.6		Salaries and Allowance
Utilitas	327.3	316.5	3.4		Utilities
Penyusutan	240.7	228.0	5.6		Depreciation
Jasa Operasional	203.4	164.6	14.4		Operational Services
Pemasaran	188.2	164.4	23.7		Marketing
Asuransi	68.0	44.0	54.4		Insurance
Kartu Kredit	57.3	54.1	6.0		Credit Card
Kantong Plastik	38.8	32.6	19.2		Plastics Bags
Perjalanan Dinas	28.1	25.3	10.8		Business Travel
Pajak dan Ijin	21.5	17.0	26.5		Tax and License
Konsultan	21.2	14.4	46.9		Consultant
Telekomunikasi	21.0	16.6	26.3		Telecommunication
Pemeliharaan dan Perbaikan	20.4	20.7	(1.5)		Repair and Maintenance
Barang Konsumsi	11.9	10.3	15.7		Consumables
Amortisasi	11.4	7.0	64.0		Amortisation
Seragam	8.5	4.9	72.2		Uniform
Lain-lain	14.6	13.4	9.6		Others
Jumlah	**3,341.7**	**2,937.0**	**13.8**		**Total**

Tahun yang berakhir 31 Desember

Years ended 31 December

BEBAN USAHA

Beban Usaha Perseroan meningkat sebesar Rp 404,7 miliar atau sebesar 13,8% dari Rp 2.937,0 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 3.341,7 miliar pada tahun 2015. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh kenaikan Beban Sewa, Beban Gaji dan Kesejahteraan Karyawan, Beban Jasa Operasional dan Beban Asuransi.

Selama tahun 2015, peningkatan Beban Sewa sebesar Rp 147,3 miliar atau 15,6%, Beban Jasa Operasional sebesar Rp 39,0 miliar atau 23,7%, dan Beban Asuransi sebesar Rp 24,0 miliar atau 54,4% sebagai akibat dari pembukaan 11 gerai baru. Sedangkan peningkatan Beban Gaji dan Kesejahteraan Karyawan sebesar Rp 108,9 miliar atau 12,6% disebabkan oleh kenaikan upah minimum sebesar 14,1%, penambahan karyawan karena pembukaan 11 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.

KEUNTUNGAN/(KERUGIAN) LAINNYA-BERSIH

Keuntungan Lainnya-Bersih bertambah Rp 35,2 miliar dari Kerugian sebesar Rp 27,1 miliar pada tahun 2014 menjadi Keuntungan Rp 8,1 miliar pada tahun 2015. Pada tahun 2015, Keuntungan Lainnya-Bersih terutama disebabkan oleh penerimaan klaim asuransi akibat kebakaran pada gerai King Plaza Bandung.

BIAYA KEUANGAN

Biaya Keuangan Perseroan turun Rp 132,3 miliar atau 51,7%, dari Rp 256,0 miliar pada 2014 menjadi Rp 123,7 miliar pada tahun 2015. Penurunan ini disebabkan oleh penurunan saldo utang Perseroan karena percepatan pembayaran pokok pinjaman atas fasilitas pinjaman sindikasi sebesar Rp 700,0 miliar selama 2015. Penurunan Biaya Keuangan juga mencerminkan turunnya 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%.

BIAYA KEUANGAN-BERSIH

Biaya Keuangan-Bersih Perseroan turun Rp 140,6 miliar atau 60,2%, dari Rp 233,4 miliar pada 2014 menjadi Rp 92,8 miliar pada tahun 2015. Penurunan ini terutama disebabkan oleh penurunan Beban Bunga yang harus dibayarkan karena penurunan saldo utang Perseroan.

OPERATING EXPENSES

The Company's Operating Expenses increased by Rp 404.7 billion or 13.8% from Rp 2,937.0 billion in 2014 to Rp 3,341.7 billion in 2015. This increase was primarily due to increase in Rent, Salaries and Allowance, Operational Services and Insurance.

In 2015, the increase of Rent by Rp 147.3 billion or 15.6%, Operational Services by Rp 39.0 billion or 23.7%, and Insurance by Rp 24.0 billion or 54.4% due to the opening of 11 new stores. Whereas, the increase of Salaries and Allowance by Rp 108.9 billion or 12.6% due to increase in the minimum wage of 14.1%, increased in staffing as a result of the opening 11 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. Optimisation of employee productivity together with consumer service level resulted to ideal employee composition.

OTHER GAINS/(LOSSES)-NET

The Company's Other Gains-Net changed by Rp 35.2 billion from Losses of Rp 27.1 billion in 2014 to Gains of Rp 8.1 billion in 2015. In 2015, Other Gains-Net primarily comprises by insurance claim reimbursement due to fire in King Plaza Bandung.

FINANCE COST

The Company's Finance Cost decreased by Rp 132.3 billion, or 51.7%, from Rp 256.0 billion in 2014 to Rp 123.7 billion in 2015. This decrease was due to decreases in the Company's outstanding indebtedness following accelerated prepayment of loan principal under the syndicated loan facility of Rp 700.0 billion during 2015. 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%.

FINANCE EXPENSE-NET

The Company's Finance Expense-Net decreased by Rp 140.6 billion, or 60.2%, from Rp 233.4 billion in 2014 to Rp 92.8 billion in 2015. 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 Rp 394,3 miliar atau 21,3% dari Rp 1.850,5 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 2.244,8 miliar pada tahun 2015 karena alasan yang dijelaskan di atas, termasuk kenaikan 13,6% pada pendapatan bersih, peningkatan laba kotor menjadi sebesar Rp 5.671,3 miliar dan penurunan Biaya Keuangan sebesar Rp 132,3 miliar.

BEBAN PAJAK PENGHASILAN

Beban Pajak Penghasilan naik sebesar Rp 32,6 miliar atau 7,5%, dari Rp 431,4 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 464,0 miliar pada tahun 2015 karena meningkatnya kinerja Perseroan yang tercermin dalam Laba Sebelum Pajak.

LABA BERSIH

Dengan penjelasan di atas, maka Laba Bersih Perseroan meningkat Rp 361,7 miliar atau 25,5%, dari Rp 1.419,1 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 1.780,8 miliar pada tahun 2015.

PROFIT BEFORE INCOME TAX

The Company's Profit Before Income Tax increased Rp 394.3 billion, or 21.3% from Rp 1,850.5 billion in 2014 to Rp 2,244.8 billion in 2015 due to reasons described above including, the 13.6% increase in Net Revenue, the increase of Gross Profit to Rp 5,671.3 billion and a decrease in Finance Cost of Rp 132.3 billion.

INCOME TAX EXPENSE

Income Tax Expense increased Rp 32.6 billion, or 7.5%, from Rp 431.4 billion in 2014 to Rp 464.0 billion in 2015 due to increment in Company's performance that was reflected in Profit Before Tax.

NET PROFIT

For the reasons described above, the Company's Net Profit increased Rp 361.7 billion or 25.5% from Rp 1,419.1 billion in 2014 to Rp 1,780.8 billion in 2015.

LAPORAN POSISI KEUANGAN

ASET

Total aset meningkat dari Rp 3.408,4 miliar pada tahun 2014* menjadi Rp 3.889,3 miliar pada tahun 2015, terutama dari Persediaan dan Uang Muka Sewa.

STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

ASSETS

Total assets increased from Rp 3,408.4 billion in 2014 to Rp 3,889.3 billion in 2015, mainly for Inventories and Rental Advances.

POSISI KEUANGAN
Statement of Financial Position

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain — In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014*	2015	2014	Description
	Milliar Rp | Rp Billions		Mutasi | Change (%)		
Kas dan Setara Kas	946.7	785.9	20.5		Cash and Cash Equivalents
Piutang Usaha	39.3	45.1	(12.8)		Trade Receivables
Piutang Lain-Lain	36.7	64.3	(42.9)		Other Receivables
Persediaan	1,007.8	955.2	5.5		Inventories
Pajak Dibayar di Muka	53.9	71.6	(24.7)		Prepaid Taxes
Beban Dibayar di Muka	9.6	4.2	128.3		Prepaid Expenses
Sewa Dibayar di Muka	90.4	83.1	8.7		Prepaid Rent Expenses
Uang Muka Sewa	64.9	81.9	(20.8)		Rental Advance
Aset Lancar Lainnya	23.7	26.2	(9.3)		Other Current Assets
Jumlah Aset Lancar	**2,272.9**	**2,117.5**	**7.3**		**Total Current Assets**

Tahun yang berakhir 31 Desember — Years ended 31 December

*) Disajikan kembali | Restated

POSISI KEUANGAN
Statement of Financial Position

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014*	2015	2014	Description
	Milliar Rp | Rp Billions		Mutasi | Change (%)		
Uang Muka Pembelian Aset Tetap	44.2	49.0	(9.8)		Advances for Purchases of Fixed Asset
Aset Pajak Tangguhan	38.4	49.2	(22.0)		Deferred Tax Assets
Aset Tetap	876.6	726.0	20.7		Fixed Asset
Sewa Jangka Panjang	370.3	317.5	16.6		Long-Term Lease
Uang Jaminan	133.6	129.1	3.5		Refundable Deposits
Aset Tidak Lancar Lainnya	153.3	24.6	523.2		Other Non-Current Assets
Jumlah Aset Tidak Lancar	**1,616.4**	**1,295.4**	**24.8**		**Total Non Current Asset**
Jumlah Aset	**3,889.3**	**3,412.9**	**14.0**		**Total Assets**

Tahun yang berakhir 31 Desember | Years ended 31 December

*) Disajikan kembali | Restated

ASET LANCAR
Aset Lancar Perseroan yang sebagian besar terdiri dari Kas, Setara Kas dan Persediaan, meningkat 7,3% dari tahun 2014 menjadi Rp 2.272,9 miliar pada tahun 2015. Kenaikan Persediaan sejalan dengan pembukaan 11 gerai baru pada tahun 2015. Kenaikan ini juga disebabkan oleh kenaikan harga barang dagangan dan meningkatnya jumlah persediaan untuk memenuhi kenaikan target penjualan.

ASET TIDAK LANCAR
Aset Tidak Lancar meningkat 24,8% menjadi Rp 1.616,4 miliar pada akhir tahun 2015 dengan kontribusi utama dari investasi pada PT Global Ecommerce Indonesia yang menyebabkan naiknya Aset Tidak Lancar Lainnya sebesar 523,2%.

KEWAJIBAN
Secara keseluruhan, Kewajiban Perseroan mengalami penurunan sebesar Rp 470,6 miliar yang menunjukkan efektivitas strategi Perseroan untuk melakukan pelunasan pinjaman sindikasi.

CURRENT ASSETS
The Company's Current Assets consisted predominantly of Cash and Cash Equivalents and Inventories, increasing 7.3% from 2014 to Rp 2,272.9 billion in 2015. Increase in Inventory account was in line with the opening of 11 new stores in 2015. This increment was also due to higher merchandise price as well as higher inventory quantity in store to accomodate higher sales target.

NON CURRENT ASSETS
Non-Current Assets increased by 24.8% to Rp 1,616.4 billion by year end 2015 with the major contribution from investment in PT Global Ecommerce Indonesia reflected increase in other Non-Current Assets for 523.2%.

LIABILITIES
Overall, Liabilities decreased Rp 470.6 billion since shown effectiveness of the company strategy to pay syndicated loan.

POSISI KEUANGAN
Statement of Financial Position

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014*	2015	2014	Description
	Milliar Rp | Rp Billions		Mutasi | Change (%)		
Utang Usaha	1,551.6	1,410.8	10.0		Trade Payables
Utang Lain-Lain	152.1	148.7	2.3		Other Payables
Utang Pajak	110.4	143.5	(23.1)		Taxes Payable
Akrual - Bagian Jatuh Tempo dalam 1 Tahun	524.7	401.6	30.7		Accrued Expenses- Current Portion
Kewajiban Imbalan Tenaga Kerja Jangka Pendek	12.8	7.9	62.0		Short-term Employee Benefits Obligation
Penghasilan Tangguhan	87.4	127.0	(31.2)		Deferred Income
Pinjaman Bank - Bagian Jatuh Tempo dalam 1 Tahun	-	279.0	(100.0)		Bank Loans-current portion
Jumlah Kewajiban Lancar	**2,439.0**	**2,518.5**	**(3.2)**		**Total Current Liabilities**
Pinjaman Bank - Bagian Jatuh Tempo Lebih dari 1 Tahun	-	410.2	(100.0)		Bank Loans-Non Current Portion
Kewajiban Imbalan Kerja	344.1	325.0	5.9		Employee Benefits Obligation
Jumlah Kewajiban Tidak Lancar	**344.1**	**735.2**	**(53.2)**		**Total Non Current Liabilities**
Jumlah Kewajiban	**2,783.1**	**3,253.7**	**(14.5)**		**Total Liabilities**

Tahun yang berakhir 31 Desember | Years ended 31 December

*) Disajikan kembali | Restated

KEWAJIBAN LANCAR
Kewajiban Lancar menurun menjadi Rp 2.439,0 miliar pada tahun 2015 dari Rp 2.518,5 miliar pada tahun 2014 sebagai dampak dari pelunasan pinjaman sindikasi di tahun 2015.

CURRENT LIABILITIES
Current liabilities decreased to Rp 2,439.0 billion in 2015 from Rp 2,518.5 billion in 2014 as a result of sindicated loan repayment in 2015.

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
Sebagai hasil dari penambahan Laba Ditahan, Ekuitas Perseroan meningkat Rp 946,9 miliar atau 594,6% dari Rp 159,3 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp 1,106.2 miliar pada tahun 2015.

EQUITY
As the result of increasing Retained Earnings, the Company's equity rose by Rp 946.9 billion or 594.6% from Rp 159.3 billion in 2014 to Rp 1,106.2 billion in 2015.

STRUKTUR MODAL
Capital Structure

Modal Ditempatkan dan Disetor — Issued and Fully Paid Shares

Pemegang Saham/ Shareholders	31 Desember 2015			31 Desember 2014		
	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 [1]						
a. Seri A @Rp 5,000	-	-	-	3,495,552	17,477,760,000	0.12
b. Seri B @ Rp 350	-	-	-	67,951,843	23,783,145,050	2.33
c. Seri C @ Rp 100	-	-	-	342,192,236	34,219,223,600	11.73
Subtotal	**-**	**-**	**-**	**413,639,631**	**75,480,128,650**	**14.18**
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. John Riady (Komisaris/Commissioner)						
a. Seri A @Rp 5,000	-	-	-	-	-	-
b. Seri B @ Rp 350	-	-	-	-	-	-
c. Seri C @ Rp 100	20,000	2,000,000	0.00	-	-	-
Subtotal	**20,000**	2,000,000	**0.00**	**-**	**-**	**-**
4. Publik/Public (masing-masing dibawah 5%/ each less than 5%)						
a. Seri A @Rp 5,000	4,980,670	24,903,350,000	0.17	1,485,118	7,425,590,000	0.05
b. Seri B @ Rp 350	215,078,867	75,277,603,450	7.37	147,127,024	51,494,458,400	5.04
c. Seri C @ Rp 100	2,100,309,043	210,030,904,300	71.98	1,758,136,807	175,813,680,700	60.25
Subtotal	**2,320,368,580**	310,211,857,750	**79.52**	**1,906,748,949**	**234,733,729,100**	**65.35**
TOTAL	**2.917.918.080**	**386.793.792.000**	**100.00**	**2.917.918.080**	**386.793.792.000**	**100,00**

Catatan | Notes :

1) Mempertimbangkan kepemilikan saham Asia Color Company Limited (ACC) per 31 Desember 2015 adalah sebesar 2% (dibawah 5%), dimana tidak ada keperluan untuk mencatatkan saham secara terpisah di struktur kepemilikan saham, maka kepemilikan saham ACC diklasifikasikan ke dalam kepemilikan saham publik.
   Considering that the stake owned by Asia Color Company Limited (ACC) represents 2% as at 31 December 2015 (less than 5% of the shares), it is not necessary to record the shares separately in shareholding structure, therefore ACC's shareholding is clasified as a public shareholding.

2) Selain nama yang tercantum dalam tabel diatas, tidak ada anggota Dewan Komisaris maupun Direksi Perseroan yang memiliki Saham secara langsung maupun tidak langsung di Perseroan.
   Apart from the name listed in the above table, there is no member of the Board of Commissioners and the Board of Directors who owned the Company's Shares directly or indirectly.

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	2015	2014	Operational Ratio
Peningkatan Penjualan dari Tahun Sebelumnya	10.8%	13.2%	Sales Increase Over Prior Year
Kinerja Gerai Pembanding*	6.8%	10.7%	Compstore Performace*
Laba Kotor (per Total Penjualan)	35.4%	34.9%	Gross Profit (as % of Gross Sales)
Laba Operasional (per Total Penjualan)	14.6%	14.4%	Operating Profit (as % of Gross 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

Di bulan Desember 2015, Perseroan telah melunasi semua pokok pinjaman sebesar Rp 700 miliar beserta semua bunga dan *break cost*.

SOLVENCY

In December 2015, the Company fully repaid the outstanding loan principal amounting to Rp 700 billion and all accrued interest and break cost.

Perjanjian	2015	2014	Covenant
1. Utang Kotor Terhadap Laba Usaha Sebelum Penyusutan, Bunga dan Pajak | Gross Debt to EBITDA			
Batas maksimal	-	1.50 x	Covenant
Pencapaian	-	(0.04 x)	Actual
2. Rasio Kemampuan Membayar Kembali Pinjaman | Debt Service Coverage Ratio			
Batas minimal	-	1.30 x	Covenant
Pencapaian	-	12.95 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.

Kewajiban keuangan lainnya, jatuh tempo dalam waktu kurang dari 3 bulan pada tanggal 31 Desember 2015.

LIABILITAS KONTINJENSI
Perseroan tidak memiliki Liabilitas Kontinjensi yang signifikan sampai pada tanggal 31 Desember 2015 dan 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 Company's other financial liabilities, were due in less than 3 months as of 31 December 2015.

CONTINGENT LIABILITIES
The Company had no significant Contingent Liabilities as at 31 December 2015 and 2014.

BELANJA MODAL

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

CAPITAL EXPENDITURE

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

Dalam Miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain | In Billions of Rupiah unless otherwise stated

Keterangan	2015	2014	Description
Gerai baru[1]	225.8	142.2	New stores [1]
Renovasi[2]	115.4	170.5	Refurbishments [2]
TI dan Perawatan	164.1	64.7	IT & Maintenance
Jumlah	**505.3**	**377.4**	**Total**

Tahun yang berakhir 31 Desember | Years ended 31 December

1) Perseroan membuka 8 dan 11 gerai baru masing-masing pada tahun 2014 dan 2015
The Company opened 8 and 11 new stores in 2014 and 2015, respectively.

2) Perseroan merenovasi 26 dan 14 gerai masing-masing pada tahun 2014 dan 2015
The Company refurbished 26 and 14 stores in 2014 and 2015, respectively.

Perseroan membelanjakan antara Rp 14,1 miliar hingga Rp 32,3 miliar untuk belanja modal pada pembukaan setiap gerai baru. Perseroan membelanjakan antara Rp 0,3 miliar hingga Rp 18,2 miliar untuk belanja modal untuk renovasi gerai.

Pada tanggal 31 Desember 2015, Perseroan mempunyai komitmen untuk membeli aset tetap, termasuk perlengkapan untuk gerai baru dan gerai yang diperbaharui dan peralatan teknologi informasi, sebesar Rp 438,0 miliar. Pada tahun 2014, Perseroan memiliki komitmen modal sebesar Rp 596,0 miliar.

The Company spends between approximately Rp 14.1 billion to Rp 32.3 billion in capital expenditure on the opening of each new store. The Company spends between approximately Rp 0.3 billion to Rp 18.2 billion in capital expenditure on the refurbishment of a store.

As at 31 December 2015, the Company had commitments to purchase fixed assets, comprising the fixtures for new and refurbished stores and IT equipment, amounting to Rp 438.0 billion. In 2014, the Company had capital commitments amounting to Rp 596.0 billion.

PERPAJAKAN

Rasio pajak terutang selama periode laporan adalah 23,3% untuk 2014 dan 20,7% untuk 2015. Hal ini terutama disebabkan oleh adanya biaya-biaya yang tidak dapat dibebankan secara fiskal oleh Perseroan (*non-tax deductible*) sebesar Rp 292,7 miliar pada tahun 2014 dan Rp 110,4 miliar pada tahun 2015. 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 23,3% pada tahun 2014 menjadi 20,7 % pada tahun 2015 terutama disebabkan oleh biaya bunga yang turun pada tahun 2015.

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.

TAXATION

The tax payable ratio during the period under review were 23.3% in 2014 and 20.7% in 2015. This is mainly due to non-tax deductible expenses of Rp 292.7 billion and Rp 110.4 billion in 2014 and 2015. 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 23.3% in 2014 to 20.7% in 2015 mainly due to decrement of finance cost in year 2015.

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.

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.

Based on shareholding information from PT Sharestar Indonesia, the Company's share registrar, the Company has complied with the above conditions since 30 September 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 23 : 24.

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 = 23 : 24.

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 2015.

MATERIAL INFORMATION AND EVENTS THAT OCCURRED AFTER THE ACCOUNTANT'S REPORT'S FILING DATE

The Management is not aware of any material information and subsequent events that may effect the Financial Statement as of 31 December 2015.

INFORMASI YANG BERKAITAN DENGAN TRANSAKSI AFILIASI

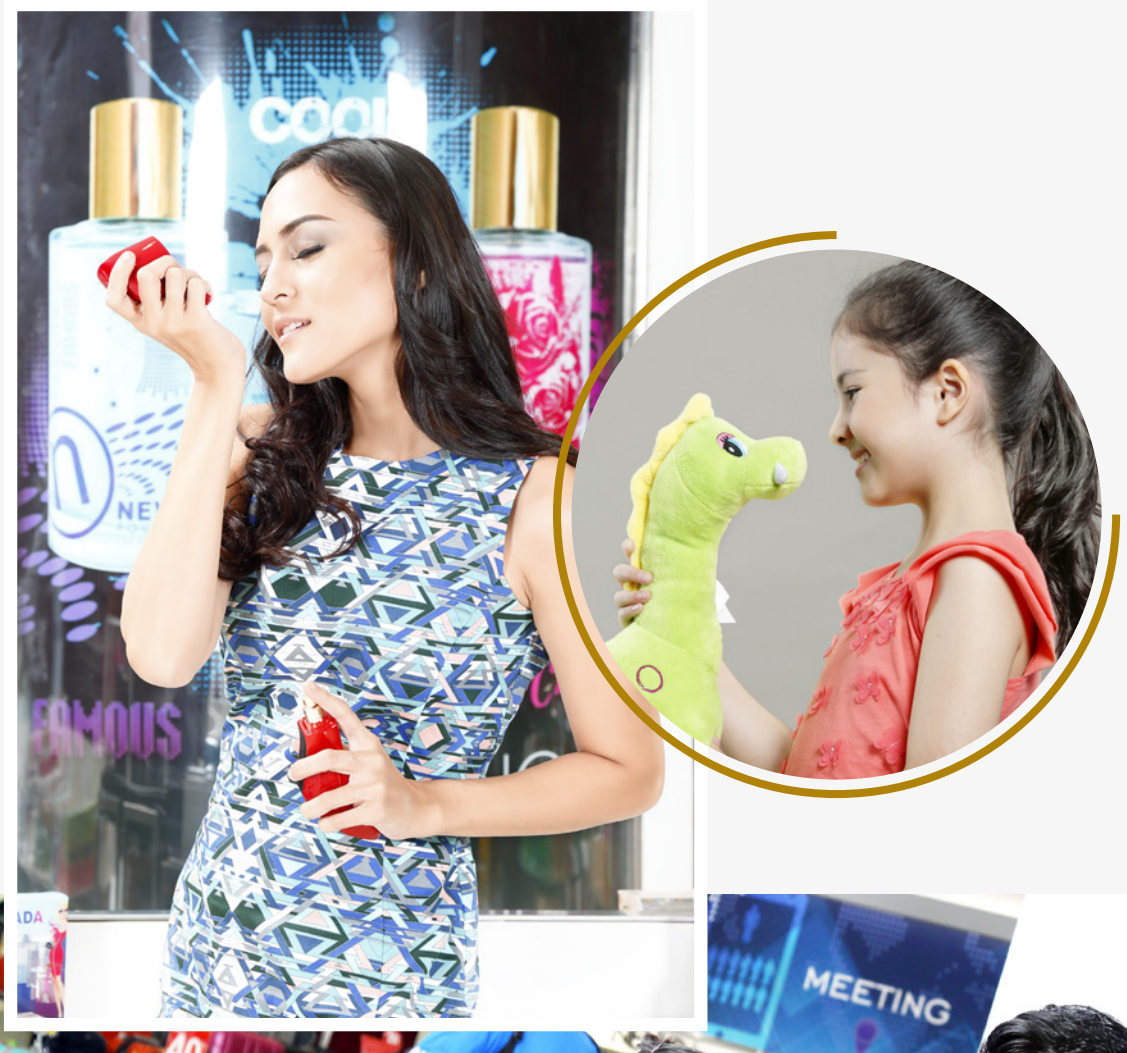
Pada tahun 2015, Perseroan melakukan investasi pada PT Global Ecommerce Indonesia ("GEI"), induk perusahaan dari MatahariMall, sebesar Rp 84,9 miliar yang merupakan 5,16% dari seluruh modal yang ditempatkan dan disetor.

Menyadari potensi perdagangan elektronik / *e-commerce* untuk memperluas usaha Perseroan ke seluruh Indonesia pada tanggal 11 Agustus 2015, Perseroan melaksanakan hak opsinya untuk membeli 2.631.580 (dua juta enam ratus tiga puluh satu ribu lima ratus delapan puluh) lembar saham GEI atau merepresentasikan 2,5% dari total saham GEI. Pada 16 Desember 2015, mengikuti kenaikan modal saham GEI yang telah ditempatkan dan disetor penuh, maka saham GEI yang dimiliki oleh Perseroan terdilusi menjadi 1,99%. Pada tanggal 30 Desember 2015, Perseroan kembali melaksanakan hak opsi untuk membeli 4.404.700 (empat juta empat ratus empat ribu tujuh ratus) lembar saham, sehingga total saham GEI yang dimiliki Perseroan menjadi 7.036.200 atau 5,16% dari total saham GEI. Pada

INFORMATION RELATING TO AFFILIATED TRANSACTIONS

In 2015, the Company invested in PT Global Ecommerce Indonesia ("GEI"), the patent entity of MatahariMall, amounting to Rp 84.9 billion which represents 5.16% of total issued and paid - in capital in GEI.

Realising the potential of e-commerce to significantly expand the Company's business throughout the country, on 11 August 2015, the Company exercised an option to purchase 2,631,580 (two million six hundred and thirty one thousand five hundred eighty) shares in GEI, representing 2.5% of the total shares of GEI. On 16 December 2015, following the increase of issued and paid-up capital of GEI, the Company's shares in GEI is diluted into 1.99%. On 30 December 2015, the Company again exercised 4,404,700 (four million four hundred four thousand seven hundred) shares, bringing its total shareholding to 5.16% of GEI's total shares. On 20 January 2016, the Company exercised an additional option purchase 7,864,075 (seven million eight hundred and sixty four thousand seventy five) shares in GEI,


cool
FAMOUS


MEETING
NEVADA

20 Januari 2016, Perseroan melaksanakan tambahan hak opsi untuk membeli 7.864.075 (tujuh juta delapan ratus enam puluh empat ribu tujuh puluh lima) saham GEI, menjadikan total saham yang dimiliki Perseroan sebesar 10,33%. Saham tersebut kemudian terdilusi menjadi 10% setelah seluruh pemegang hak opsi melaksanakan hak opsinya, sehingga sampai dengan 29 Januari 2016, Perseroan memiliki 10% dari total saham GEI.

bringing the Company's total shareholding to 10.33%. However, the Company's shares then were diluted into 10% after the other option holder has implemented its option. Thus, as at 29 January 2016, the Company owns 10% of the GEI's total shares.

Transaksi afiliasi tersebut merupakan transaksi yang wajar sebagaimana tercantum dalam Laporan Pendapat Kewajaran No. RSR/R/B.301215 tanggal 30 Desember 2015 dan No. RSR/R/B.150116.02 tanggal 15 Januari 2016 yang dibuat oleh Kantor Jasa Penilai Publik Ruky, Safrudin & Rekan.

The affiliation transation was an arms-length transaction as stated on the Fairness Opinion Report No. RSR/R/B.301215 dated 30 December 2015 and No. RSR/R/B.150116.02 dated 15 January 2016 by Registered Public Valuer of Ruky, Safrudin & Rekan.

Transaksi sebagaimana diuraikan di atas merupakan transaksi hubungan afiliasi karena salah satu Komisaris Perseroan mempunyai hubungan keluarga dengan pemegang saham pengendali tidak langsung dari PT Investama Digital Ventura, yang merupakan salah satu pemegang saham GEI.

The transaction as explained above is an affiliated transaction because one of the Company's Commissioners has a family relationship with an indirect controlling shareholder of PT Investama Digital Ventura, one of the GEI's shareholders.

REALISASI PENGGUNAAN DANA HASIL PENAWARAN UMUM TERBATAS

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

REALISATION OF UTILISATION 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 2015, 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.

Di bulan Desember 2015, Perseroan telah melunasi semua pokok pinjaman sebesar Rp 700 miliar beserta semua *break cost* untuk fasilitas pinjaman berjangka di atas.

CORPORATE ACTIONS

In 2015, 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.

In December 2015, the Company fully repaid the outstanding loan principal amounting to Rp 700 billion and all accrued interest and break cost for the above term loan facility.

Pada tanggal 18 Desember 2015, Perseroan telah menandatangani perjanjian fasilitas pinjaman kredit *revolving* senilai Rp 1.000 miliar dengan PT Bank BNP Paribas Indonesia dan PT Bank CIMB Niaga Tbk untuk pendanaan modal kerja dan pengeluaran modal. Fasilitas tersebut berlaku selama 3 tahun. Pada tanggal 31 Desember 2015, Perseroan belum menggunakan fasilitas tersebut.

On 18 December 2015, the Company signed a new revolving credit facility amounting to Rp 1,000 billion with PT Bank BNP Paribas Indonesia and PT Bank CIMB Niaga Tbk for working capital and capital expenditure purposes. The facility is for 3 years. As at 31 December 2015, the facility has not been used.

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

Pada tahun 2015, Matahari mengembangkan jaringan bisnisnya dengan membuka 11 gerai baru.

Pada tahun 2015, Perseroan melakukan investasi dalam GEI yang merupakan serangkaian transaksi dimana total rangkaian nilai transaksi sebesar Rp 179,8 miliar atau 31,36% dari nilai ekuitas Perseroan sebesar Rp 573,2 miliar berdasarkan laporan keuangan Perseroan per 31 Juli 2015 yang diaudit oleh Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan, sehingga transaksi tersebut merupakan transaksi material sebagaimana dimaksud dalam Peraturan No. IX.E.2. Dikarenakan nilai total rangkaian transaksi melebihi 20% tetapi kurang dari 50% dari nilai ekuitas Perseroan, maka pelaksanaan transaksi tidak diwajibkan untuk memperoleh persetujuan dari pemegang saham Perseroan sebagaimana diatur dalam Peraturan No.IX.E.2. Transaksi ini telah ditinjau dan disetujui oleh Dewan Komisaris dan Komite Audit sesuai dengan kebijakan yang ada.

Transaksi di atas merupakan transaksi yang wajar sebagaimana tercantum dalam Laporan Pendapat Kewajaran No. RSR/R/B.150116.02 tanggal 15 Januari 2016 yang dibuat oleh KJPP Ruky, Safrudin & Rekan.

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 2015, Matahari expanded its business coverage by opening 11 new stores.

In 2015, the Company made an investment in GEI is a series of transactions with a total amount of Rp 179.8 billion or 31.36% of the Company's total equity of Rp 573.2 billion as stated in the Company's financial statements, for period eneded 31 July 2015 which has been audited by Public Accountant Firm of Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Partner, and Therefore is a material transaction as stipulated in the Regulation No. IX.E.2. Because the value of the total series of transactions exceeds 20% but less than 50% of the Company's total equity, the execution of this transaction does not need approval from the Company's shareholders as stipulated in the Regulation No.IX.E.2. In accordance to the Company's Policy, the transaction had been reviewed and approved by the Board of Comissioners and Audit Committee.

The above transaction was an arms-length transaction as stated on the Fairness Opinion Report No. RSR/R/B.150116.02 dated 15 January 2016 by KJPP Ruky, Safrudin & Rekan.

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

KEBIJAKAN DIVIDEN

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

DIVIDEND POLICY

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

Laba Bersih / Net Income	Rasio Dividen / Dividend Ratio
Rp10 miliar / billion – Rp15 miliar / billion	10%
≥Rp 15 miliar / billion	15%

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.

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

Perseroan melakukan pembayaran dividen untuk tahun buku 2014 sebesar Rp 851,4 miliar atau sekitar 60% dari Laba Bersih, dibagikan sebagai dividen tunai kepada 2.917.918.080 saham atau sebesar Rp 291,8 per saham.

Perseroan bermaksud untuk meningkatkan dividen finalnya menjadi 70% Laba Bersih pada tahun buku 2015, dengan persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham berdasarkan rekomendasi dari Direksi. Jika disetujui, dividen ini akan dibayarkan pada tahun 2016. Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan diharapkan terselenggara pada 26 Mei 2016.

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.

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 the Company to retain a substantial portion of its earnings for reinvestment into its businesses, principally by way of capital expenditure and repayment of indeptedness.

The Company issued dividend payments for fiscal year 2014 amounting to Rp 851.4 billion, or approximately 60% of the Net Profit, to be distributed as cash dividend to 2,917,918,080 shares or Rp 291.8 per share.

The Company intends to raise its final dividend to 70% of Net Profits of fiscal year 2015, subject to approval at the next Annual General Meeting of Shareholders, and based on a recommendation from the Board of Directors. This dividend will be paid in 2016. The Annual General Meeting of Shareholders is expected to be held on 26 May 2016.

PEMBAYARAN DIVIDEN

Pada tahun 2014, OJK mengeluarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 32/POJK.04/2014 yang mengatur Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham ("RUPS"). 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

DIVIDEND PAYMENTS

In 2014, the Financial Service Authority (OJK) published a new regulation Number 32/POJK.04/2014, which regulates the Planning and Organisation of the General Meeting of Shareholders ("GMS") of Public 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



yang berhak paling lambat 30 (tiga puluh) hari setelah diumumkannya ringkasan risalah RUPS yang memutuskan pembagian dividen tunai.

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 disesuaikan dengan POJK No.32 tersebut.

Regarding to the regulation, the schedule for the distribution of cash dividend of the Company is in accordance to the POJK Number 32.

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)
2014	1-Jun-15	5-Jun-15	8-Jun-15	10-Jun-15	1-Jul-15	60%	291.80	851.4
2013	15-Apr-14	11-Jun-14	12-Jun-14	16-Jun-14	30-Jun-14	40%	157.50	460.2
2012	-	-	-	-	-	-	-	-
2011	-	-	-	-	-	-	-	-



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 bergantung pada keadaan ekonomi Indonesia. Permintaan untuk produk di gerai-gerai Perseroan tergantung pada ukuran dan tingkat pendapatan yang dapat dibelanjakan segmen berpendapatan menengah (sebagai segmen pasar yang menjadi target utama Perseroan), yang akan sangat bergantung pada kondisi perekonomian Indonesia. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi, penghasilan meningkat, dan jumlah konsumen dengan pendapatan yang dapat dibelanjakan yang cukup untuk dapat membeli produk di gerai-gerai Perseroan pun semakin bertambah. Di waktu yang sama, pelanggan yang sudah ada dapat berbelanja lebih banyak lagi untuk produk di gerai Perseroan. Kedua tren ini dapat memperbesar skala pasar konsumen yang menjadi target Perseroan serta meningkatkan permintaan untuk produk-produk di gerai Perseroan. Menurut Euromonitor, pertumbuhan PDB riil Indonesia adalah sebesar 5,8% pada tahun 2013 dan 5,0% pada tahun 2014. Pertumbuhan PDB di tahun 2015 sebesar 5,0%.

POPULASI PELANGGAN YANG MENJADI TARGET

Perseroan menargetkan segmen konsumen berpendapatan menengah yang populasinya cukup besar dan terus tumbuh di Indonesia (didefinisikan oleh Manajemen sebagai segmen dengan pengeluaran konsumsi antara Rp 0,7 juta sampai Rp 4,5 juta per kapita, per bulan). Manajemen percaya bahwa berkat pilihan produk Perseroan yang sangat beragam, Matahari dapat 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

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 Matahari's stores is largely dependent on 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 condition of the Indonesian economy. As the economy grows, wages rise, and an increasing number of consumers have sufficient disposable income to be able to afford the products in the Company's stores. At the same time, existing customers can afford to spend more on the products in Matahari's stores. Both these trends could potentially increase the size of the Company's target consumer market and boost demand for the products in the Company's stores. Indonesia's real GDP growth was 5.8% in 2013 and 5.0% in 2014, according to Euromonitor. GDP Growth in 2015 was 5.0%.

TARGET CUSTOMER POPULATION

The Company targets Indonesia's large and growing middle income consumer segment (defined by Management as people with a consumption expenditure of Rp 0.7 million – Rp 4.5 million per capita, per month). Management believes that because of its extensive merchandise selections, Matahari can, in a single store, satisfy the tastes of all members of a typical middle income Indonesian family.

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

berdasarkan pengeluaran konsumen per kapita per bulan, Manajemen memperkirakan bahwa penduduk berpendapatan menengah Indonesia terdiri dari 125 juta jiwa pada tahun 2010, atau 52,4% dari total penduduk Indonesia.

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.

Dengan meningkatnya pendapatan, segmen pendapatan menengah diproyeksikan terus berkembang seiring dengan pertumbuhan masyarakat dari segmen berpendapatan rendah yang populasinya sekitar 106 juta jiwa (didefinisikan oleh Manajemen sebagai segmen dengan pengeluaran konsumsi di bawah Rp 0,7 juta per kapita, per bulan) yang bertransisi ke segmen berpendapatan menengah. Manajemen mengantisipasi bahwa masyarakat yang baru masuk segmen menengah dan mengalami kenaikan pendapatan yang dapat dibelanjakan akan membeli lebih banyak produk bermerek dengan harga terjangkau. Manajemen percaya fenomena ini akan meningkatkan permintaan untuk produk-produk Perseroan.

As incomes increase, the middle income segment is projected 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 Rp 0.7 million per capita, per month) move up to the middle income group. Management anticipates that as people transition into the middle income segment and experience an increase in their disposable income, they will aspire to purchase more affordably priced branded products. Management believes that this phenomenon will increase demand for the Company's products.

Total belanja konsumtif penduduk Indonesia diperkirakan akan tumbuh pada CAGR sebesar 5,3% antara tahun 2011 dan 2016, menurut Euromonitor. Bertambahnya permintaan untuk produk-produk konsumsi telah mendukung pertumbuhan Perseroan dalam peningkatan SSSG dan program ekspansi usaha, sehingga memungkinkan Perseroan untuk membuka 28 gerai baru dari tahun 2013 hingga 2015.

Consumer expenditure among 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 Company's improvements in same store sales growth as well as its expansion programme, enabling the Company to open 28 new stores from 2013 to 2015.

PRODUKTIVITAS

Pendapatan Perseroan tergantung pada produktivitas gerai, yang diukur dengan dua indikator, yakni SSSG dan Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel. SSSG merepresentasikan 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 rata-rata total meter persegi ruang ritel di akhir setiap bulan. Meter persegi ruang ritel adalah meter persegi ruang ritel agregat yang digunakan pada akhir bulan termasuk ruang yang sedang direnovasi.

PRODUCTIVITY

Matahari's financial results are tied to the productivity of its stores, which is measured by two indicators, SSSG and Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space. SSSG represents the change in the Merchandise Sales contribution made by stores that have been in operation for at least one full calendar year (from 1 January to 31 December) and primarily measures the growth of the Company's existing business as opposed to growth delivered by 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. 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.

Antara tahun 2011 dan 2015, Perseroan telah mengalami pertumbuhan SSSG yang kuat, dengan rata-rata 10,9% per tahun. Melihat kondisi usaha saat ini dan prospek ke masa depan, Manajemen memperkirakan bahwa, dalam jangka waktu menengah, SSSG akan terus meningkat selaras dengan kinerja historis selama ini.

Between 2011 and 2015 the Company registered strong SSSG, averaging 10.9% a year. Given the current operating conditions and outlook, Management expects that, over the near to medium term, SSSG will continue in line with historic performance. The Company's SSSG has been driven by a number of

SSSG Perseroan telah didorong oleh program renovasi gerai Matahari, kombinasi produk dan pertumbuhan pertumbuhan populasi serta pendapatan yang dapat dibelanjakan dari segmen pasar yang menjadi target utama Perseroan. Karena faktor-faktor yang sama, Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel telah meningkat sebesar 2,5% dari Rp 17.000 di tahun 2014 menjadi Rp 17.254 di tahun 2015.

factors, including Matahari's store refurbishment programme, improvements in the merchandise mix and the growth in both the size and the disposable income of the Company's primary target market segment. For similar reasons, Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space increased by 2.5% from Rp 17,000 in 2014 to Rp 17,254 in 2015.

Keterangan	2015	2014	Description
SSSG (%)	6.8	10.7	SSSG (%)
Penjualan Kotor per Meter Persegi Ruang Ritel (Rupiah) [1]	17,254	17,000	Gross Sales per Square Metre of Retail Space (Rupiah)

Tahun yang berakhir 31 Desember — Years ended 31 December

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

Produktivitas gerai dipengaruhi tidak hanya oleh kondisi ekonomi dan persaingan di Indonesia, tetapi juga pemasaran yang efektif, kombinasi barang dagangan dan poin harga, daya tarik barang dagangan, serta daya tarik tampilan dan operasional sebuah gerai. Publisitas buruk dapat menyebabkan penurunan Penjualan Barang Dagangan. Pada tahun 2015, lima gerai dengan performa terbaik berkontribusi sebesar 10,8% terhadap Penjualan Barang Dagangan dan 13,1% terhadap EBITDA yang Disesuaikan. Sedangkan lima gerai dengan performa terendah (gerai yang beroperasi selama setidaknya satu kalender penuh) berkontribusi sebesar 1,0% terhadap Penjualan Barang Dagangan dan 0,1% terhadap EBITDA yang Disesuaikan pada basis gerai yang setara.

Store productivity is influenced not only by the condition of Indonesian's economy and competition, but also by effective marketing, the merchandise and price point mix, the attractiveness of the Company's merchandise and the overall appearance and operation of a store. Adverse publicity can lead to a decline in Merchandise Sales. In 2015 the top five best performing stores contributed 10.8% to Merchandise Sales and 13.1% to Adjusted EBITDA, while the bottom five stores (of stores in operation for at least one full calendar year) contributed 1.0% to Merchandise Sales and 0.1% to Adjusted EBITDA on a comparable store basis.

Daya tarik barang dagangan Perseroan (baik Produk Konsinyasi maupun Produk Pembelian Langsung) memberi dampak pada lalu lintas pelanggan yang datang, jumlah transaksi, rata-rata pengeluaran per transaksi, Penjualan Barang Dagangan dan produktivitas gerai. Walaupun Perseroan tidak setiap hari memantau kombinasi barang dagangan yang dipasok oleh vendor konsinyasi ataupun memantau level harga Produk Konsinyasi, penempatan atau peningkatan alokasi ruang gerai vendor konsinyasi baru maupun yang sudah ada akan memberikan peluang bagi Perseroan untuk menyesuaikan kombinasi barang dagangan dan poin harga. Penggunaan pemasok pembelian langsung yang menghasilkan produk DP khusus untuk Perseroan memungkin Perseroan untuk mengubah penyajian barang dagangan dengan cepat untuk beradaptasi dengan tren baru.

The attractiveness of the Company's merchandise (both Consignment Goods and DP Goods) is critical as it impacts customer traffic to and around the stores, the number of transactions, the average spend per transaction, Merchandise Sales and, accordingly, store productivity. Whilst the Company does not have day-to-day control over the merchandise mix supplied by a consignment vendor or the prices at which the Consignment Goods are sold, the acquisition or increase of store space by new and existing consignment vendors provides an opportunity for the Company to adjust the merchandise and price point mix. 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.

Sejumlah faktor mendorong pertumbuhan Penjualan Barang Dagangan dan peningkatan produktivitas, termasuk strategi *merchandising* Perseroan yang dapat disesuaikan untuk merespons kondisi ekonomi dan kondisi usaha usaha; program renovasi; dan program pembukaan gerai baru. Manajemen berkeyakinan bahwa hubungan kuat Perseroan dengan basis pemasok yang luas dan beragam memberikan fleksibilitas bagi Perseroan dalam menyesuaikan strategi *merchandising* untuk merespons selera pelanggan ataupun kondisi ekonomi dan kondisi usaha eksternal.

Several factors drive Merchandise Sales growth and productivity improvements, including the Company's merchandising strategy, which may be adjusted to respond to external economic and operating conditions; its refurbishment programmes; and its new store opening programmes. Management believes the Company's longstanding relationships with a broad and diverse supplier base give the Company the flexibility to adjust its merchandising strategy to respond to customer preferences as well as to external economic and operating conditions.

Gerai yang mempunyai kinerja di bawah standar diawasi secara ketat, dan Perseroan dapat melakukan perubahan kombinasi barang dagangan dan poin harga. Jika perubahan tersebut tidak berhasil meningkatkan kinerja, Perseroan dapat berupaya mengidentifikasi lokasi lain yang berpotensi lebih baik. Pada kasus tertentu, gerai dengan performa di bawah standar dapat ditutup, dimodifikasi, atau digantikan oleh gerai baru di lokasi yang berbeda.

Under-performing stores are closely monitored and the Company may make changes to their merchandise mix and price points. If such measures fail to improve performance, the Company may seek to identify potentially better locations for the stores concerned. In certain cases, under-performing stores can be closed or modified, or replaced by new stores in different locations.

Renovasi gerai telah terbukti menghasilkan peningkatan produktivitas. Perseroan merenovasi 26 gerai pada tahun 2014 dan 14 gerai pada tahun 2015, dan berencana untuk melanjutkan program renovasi ini di masa mendatang. Setiap renovasi gerai memakan biaya antara Rp 0,3 miliar hingga Rp 18,2 miliar per gerai. Belanja modal yang dibutuhkan dapat bervariasi menurut wilayah karena adanya perbedaan di setiap daerah dalam hal biaya transportasi dan biaya tenaga kerja. Walau begitu, Manajemen berharap untuk dapat mempertahankan rasio belanja modal terhadap Penjualan Barang Dagangan yang setara dalam jangka waktu menengah, sesuai dengan hasil historis.

Store refurbishments have been shown to improve productivity. The Company refurbished 26 stores in 2014 and 14 stores in 2015, and plans to continue the refurbishment programme in future. Each store refurbishment costs the Company between Rp 0.3 billion and Rp 18.2 billion per store. The capital outlay required can vary by region due to regional variations in transportation costs and labour costs. However, Management expects to maintain a similar capital expenditure to Merchandise Sales ratio in the near to mid term, in line with historical results.

Renovasi gerai dilakukan secara bertahap sehingga tidak perlu menghentikan operasional gerai. Gangguan akibat proses renovasi dapat berdampak sementara terhadap Penjualan Barang Dagangan dan profitabilitas gerai, tetapi tingkat penjualan umumnya akan segera pulih dan kemudian melampaui kinerja gerai tahun sebelumnya setelah renovasi.

Store refurbishments take place in phases so that the entire store does not have to close. The disruption caused by a refurbishment can temporarily impact Merchandise Sales and profitability in the store concerned, but sales typically recover and then exceed the prior years' performance for similar stores following the refurbishment.

Selama periode laporan, laju program renovasi relatif konstan, dan diharapkan tetap konstan di masa depan. Manajemen meyakini bahwa gangguan sementara yang berkaitan dengan kegiatan renovasi tidak akan memberi dampak material terhadap hasil usaha gerai ke depannya, dibandingkan kinerja historis.

During the period under review, the rate of refurbishment has been be relatively constant and is expected to remain so in future. Management does not believe that disruptions associated with refurbishment plans will have a material impact on its results of operations going forward as compared to historical results of operations.

PROGRAM PERLUASAN USAHA

Setiap Perseroan berekspansi dan meningkatkan jumlah gerai, 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.

Pada umumnya, sebuah gerai baru akan menghasilkan Laba Operasional pada tahun pertama, dan Matahari mendapat pengembalian investasi modalnya di gerai baru dalam waktu tiga sampai empat tahun. Walau begitu, umumnya memakan waktu empat sampai lima tahun untuk produktivitas gerai baru, Pendapatan Bersih dan Marjin EBITDA yang Disesuaikan mencapai pendapatan rata-rata untuk sebuah gerai berukuran hampir sama. Oleh karena itu, gerai baru cenderung kurang menguntungkan di tahun-tahun awal dibandingkan dengan gerai yang lebih mapan, sehingga setiap periode tertentu, pembukaan gerai baru akan cenderung mengurangi marjin laba kotor sampai gerai baru tersebut menjadi lebih mapan dan marjin laba kotornya menyatu dengan marjin laba kotor rata-rata Perseroan.

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

EXPANSION PROGRAMME

As the Company expands and the total number of stores that it operates increases, its Merchandise Sales, Net Revenue and Cost of Revenue also 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.

In general, a new store will generate Operating Profit in its first year, and Matahari earns back its capital investment in the new store within three to four years. However, it usually takes four to five years for a new store's productivity, Net Revenue and Adjusted EBITDA Margin to reach 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, and therefore in any given period, the opening of a new store will tend to reduce gross profit margins until the new store matures and its gross profit margin converges on the average gross profit margin.

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

Keterangan	2015	2014	Description
JUMLAH GERAI	142	131	**TOTAL STORES**
Jawa	85	79	Java
Sumatera	22	22	Sumatera
Kalimantan, Sulawesi, dan Maluku	27	25	Kalimantan, Sulawesi, and Maluku
Lainnya [1]	8	5	Others [1]
GERAI BARU DIBUKA	11	8	**NEW STORE OPENINGS**
Jawa	6	2	Java
Sumatera	-	2	Sumatera
Kalimantan, Sulawesi, dan Maluku	2	3	Kalimantan, Sulawesi, and Maluku
Lainnya [1]	3	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)	**931,700**	**853,679**	**Total selling Space (Square Metres)**

Tahun yang berakhir 31 Desember — Years ended 31 December

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

Program perluasan usaha Perseroan telah meningkatkan area penjualan dari 853.679 meter persegi per tanggal 31 Desember 2014 menjadi 931.700 meter persegi per tanggal 31 Desember 2015.

Perseroan terus membangun jaringan gerai baru. Saat ini Matahari berencana untuk membuka 6-8 gerai baru pada tahun 2016.

Keberhasilan sebuah gerai baru tergantung pada sejumlah faktor, yang di antaranya berada dalam kendali Perseroan seperti keberhasilan integrasi gerai baru dengan kegiatan operasional yang telah berjalan dan pencapaian sinerginya, serta keberhasilan upaya pengenalan atas kombinasi barang dagangan yang optimal yang sukses memenuhi harapan target konsumen lokal dengan harga yang menarik. Faktor-faktor lainnya yang berada di luar kendali Perseroan meliputi keberhasilan dan pengoperasian pusat perbelanjaan di mana gerai baru berada dan kompetisi lokal. Selain itu, pembangunan pusat perbelanjaan baru juga memengaruhi kemampuan Perseroan untuk memperluas usaha ke daerah baru.

KOMBINASI *MERCHANDISE*

Sebuah proporsi yang signifikan dari Pendapatan Bersih Perseroan (31,3% pada tahun 2014 dan 2015) 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 Rp 9.552,0 miliar dan Rp 10.353,9 miliar masing-masing pada tahun 2014 dan 2015, yang mencapai 66,2% dan 64,8% dari Penjualan Barang Dagangan untuk periode-periode tersebut. Pendapatan Bersih pada Penjualan Konsinyasi pada tahun 2014 dan 2015 masing-masing sebesar Rp 2.981,4 miliar dan Rp 3.227,5 miliar. Manajemen percaya bahwa marjin konsinyasi akan tetap stabil di masa mendatang mengingat kekuatan hubungan dengan vendor konsinyasi dan kekuatan merek Matahari Department Store.

Perseroan mengevaluasi vendor konsinyasi secara berkala dan dapat menggantinya apabila kinerjanya tidak sesuai harapan. Namun, Perseroan yakin bahwa memiliki basis vendor konsinyasi yang stabil dan penggantian biasanya dilakukan untuk meningkatkan kinerja bisnis dalam kegiatan usaha yang normal. Peluang untuk menyesuaikan marjin konsinyasi pada Produk Konsinyasi muncul ketika kesepakatan dengan vendor konsinyasi sedang atau telah diperbarui, yang umumnya terjadi secara dua tahunan.

The Company's expansion programme has resulted in an increase in selling space to 853,679 square metres and 931,700 square metres as at 31 December 2014 and 2015, respectively.

The Company continues to add to its pipeline of new stores. Matahari currently plans to open approximately 6-8 stores in 2016.

The success of a new store depends on several factors, some of which are under the Company's control, such as 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 local consumer preferences at attractive prices. Factors beyond the Company's control include the success and operation of the mall where the new store is located, and the local competition. In addition the construction of new shopping malls also play a role in determining the Company's ability to expand into new areas.

MERCHANDISE MIX

A significant proportion of the Company's Net Revenue (31.3% in 2014 and 2015) comprises Net Revenue on Consignment Sales. This generally comprises a guaranteed minimum Gross Profit amount and a consignment margin based on the amount of Consignment Sales. CV Sales amounted to Rp 9,552.0 billion and Rp 10,353.9 billion, respectively, in 2014 and 2015, accounting for 66.2% and 64.8% of Merchandise Sales for the periods concerned. Net Revenue on Consignment Sales in 2014 and 2015 amounted to Rp 2,981.4 billion and Rp 3,227.5 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.

The Company regularly evaluates its consignment vendors and may replace them if their performance does not match expectations. However, the Company believes it has a stable consignment vendor base and replacements are usually made in the normal course of business to improve business performance. Opportunities to adjust the consignment margins on Consignment Goods arise when an agreement with a consignment vendor is being entered into or renewed, which tends to occur on a biannual basis.

Harga yang dikenakan Perseroan untuk Produk DP ditentukan oleh sejumlah faktor, termasuk Biaya Penjualan Perseroan, kesepakatan Perseroan dengan pemasok, keseluruhan pasokan dan permintaan produk konsumen ritel di Indonesia, kompetisi, inflasi (atau deflasi), musiman, volume persediaan, umur persediaan, tren *fashion* dan konsumen, promosi dan rekomendasi produsen. Karena Perseroan memiliki ragam produk DP yang banyak, strategi penetapan harga untuk setiap produk tertentu jarang memberi dampak material terhadap Pendapatan Bersih Perseroan. Diskon, potongan harga, atau kegiatan promosi nasional lainnya dirancang untuk meningkatkan pangsa pasar dan/atau menghabiskan persediaan saat ini dapat memengaruhi penjualan, pendapatan dan profitabilitas secara material dalam suatu periode tertentu. Perseroan memiliki fleksibilitas untuk mengubah harga dan Marjin Laba Kotor pada Produk DP.

The prices the Company charges for its DP Goods are determined by a wide range of factors, including the Company's Cost of Sales, its terms with suppliers, overall supply and demand for retail consumer products in Indonesia, competition, inflation (or deflation), seasonality, inventory volume, inventory age, fashion and consumer trends, promotions and manufacturer recommendations. As the Company carries a highly diverse range of DP Goods, the pricing strategy for any particular product rarely has a material impact on the Company's Net Revenue. Discounts, rebates or other national-level promotional activities designed to increase market share and/or clear older inventory may also materially affect sales, revenue and profitability in a given period. The Company has the flexibility to change the price and Gross Profit Margin on DP Goods.

MENGENDALIKAN BEBAN USAHA

Beban Usaha dapat meningkat karena sejumlah alasan, seperti 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 terus berupaya mengendalikan Beban Usaha dan telah berhasil menekan pertumbuhan Beban Usaha yang lebih rendah dibandingkan dengan peningkatan Penjualan Barang Dagangan. Hal ini memberikan pengaruh positif pada Laba Kotor yang Disesuaikan dan Marjin EBITDA yang Disesuaikan Perseroan. Beban Usaha sebagai persentase dari Penjualan Barang Dagangan meningkat dari 20,4% pada tahun 2014 menjadi 20,9% pada tahun 2015. Pertumbuhan Beban Usaha yang lebih lambat dicapai melalui program pengendalian biaya, termasuk mengoptimalkan operasi distribusi dan logistik, serta menggunakan daya belinya dalam bernegosiasi dengan pemasok untuk mendapat harga yang lebih baik.

CONTROLLING OPERATING EXPENSES

Operating Expenses can increase for several reasons, such as increased activity at existing stores; the opening of new stores as part of the Company's expansion programme; and general increases in the costs of wages, commodities and goods due to inflation and other macroeconomic forces. The Company is constantly seeking to control its Operating Expenses, and has managed to keep the growth in Operating Expenses lower than increases in Merchandise Sales. This has positively impacted the Company's Adjusted Gross Profit and Adjusted EBITDA Margins. Operating Expenses as a percentage of Merchandise Sales have increased from 20.4% in 2014 to 20.9% in 2015. The slower growth in Operating Expenses was achieved through the application of cost control programmes, including optimising the Company's distribution and logistics operations, as well as using its purchasing power with suppliers to negotiate for better prices.

Beban Usaha utama Perseroan adalah Biaya Sewa, Karyawan, Penyusutan dan Biaya Jasa Operasional. Beban Usaha Perseroan meningkat karena kenaikan upah minimum, kenaikan upah karena inflasi dan peningkatan tarif sewa serta peningkatan yang terkait dengan pengembangan usaha. Saat Perseroan membuka gerai baru, akan timbul peningkatan biaya, seperti tambahan Sewa, Gaji dan Kesejahteraan Karyawan, Penyusutan, dan Asuransi.

The Company's principal Operating Expenses are Rent, Employee Costs, Depreciation and Operational Services Cost. The Company's Operating Expenses increase in line with increases in the minimum wage, general wage increases due to inflation and increase in rent tariff as well as increases associated with increased volumes as the business expands. When the Company opens new stores, it incurs increased expenses in the form of additional Rent, Salaries and Allowances, Depreciation, and Insurance Expenses.

Perseroan mempunyai Beban Sewa tahunan terkait dengan gerai-gerai, yang semuanya menyewa, kantor

The Company incurs annual Rent Expenses associated with its stores, which are all leased, its headquarters

pusat dan pusat distribusi. Perseroan membayar Beban Sewa Rp 941,7 miliar pada tahun 2014 dan Rp 1.089,0 miliar pada tahun 2015, masing-masing mewakili 32,1% dan 32,6% dari Beban Usaha Perseroan untuk periode yang sesuai. Perseroan umumnya melakukan perjanjian sewa jangka panjang.

and its distribution centre. The Company incurred Rent Expenses of Rp 941.7 billion in 2014 and Rp 1,089.0 billion in 2015, or 32.1% and 32.6%, respectively, of the Company's Operating Expenses for the corresponding periods. The Company typically enters into long-term lease agreements.

Gaji dan Kesejahteraan Karyawan sebagai persentase dari Penjualan Barang Dagangan masing-masing adalah 6,0% dan 6,1% pada tahun 2014 dan 2015. Gaji dan Tunjangan meningkat 12,6% pada tahun 2015. Perseroan diwajibkan untuk meningkatkan upah yang dibayarkan kepada karyawan Perseroan untuk mematuhi peraturan kenaikan upah minimum yang terjadi setiap tahun. Peningkatan pada tahun 2015 adalah sekitar 14,1%, lebih tinggi dari tahun- tahun sebelumnya karena revisi peraturan nasional dalam kebijakan upah minimum. Perseroan berusaha untuk tetap kompetitif dalam hal tingkat upah dibandingkan dengan operator ritel lainnya. Upah juga meningkat karena bertambahnya karyawan sehubungan dengan pembukaan gerai baru.

Salaries and Allowances as a percentage of Merchandise Sales were 6.0% and 6.1% in 2014 and 2015, respectively. Salaries and Allowances increased 12.6% in 2015. The Company is required to increase the wages paid to the Company's employees to comply with annual increases in the statutory minimum wage. The increase in 2015 was approximately 14.1%, which was higher than in previous years due to nationwide revisions in minimum wage policy. The Company endeavours to remain competitive with wage levels at other retail operators. Wages also increase as additional staff are employed in connection with the opening of new stores.

Jasa Operasional, yang terutama terdiri dari jasa keamanan dan kebersihan, telah meningkat (12,4% pada tahun 2014 dan 23,7% pada tahun 2015) karena Perseroan telah membuka gerai baru dan sejalan dengan kenaikan upah minimum.

Operational Services, which mainly comprise security and cleaning services, have increased (12.4% in 2014 and 23.7% in 2015) in line with minimum wage increases and the opening of new stores.

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. Sebagai hasilnya, penyusutan persediaan Produk DP Perseroan tidak melebihi 1,2% dari tahun 2013 sampai 2015. Perseroan tidak bertanggung jawab atas penyusutan persediaan Produk Konsinyasi.

The Company maintains a low level of inventory shrinkage (the loss of merchandise for any reason between point of delivery from suppliers and point of sale) through the use of an in-house distribution team, an electronic article surveillance system for high-priced merchandise, and tight inventory control. As a result, the Company's inventory shrinkage with respect to its DP Goods did not exceed 1.2% from 2013 to 2015. 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 DP, biaya karyawan dan biaya lainnya. Meskipun inflasi yang signifikan dapat mengurangi permintaan keseluruhan untuk Produk DP dan Produk Konsinyasi karena pendapatan yang dapat dibelanjakan berkurang, inflasi pada tingkat yang terkendali cenderung memberikan keuntungan bisnis, walaupun meningkatkan biaya, karena kenaikan harga akibat inflasi memiliki dampak positif pada marjin. Konsumen di segmen kelas menengah umumnya memiliki pendapatan yang dapat dibelanjakan yang cukup sehingga mereka dapat menyerap sebagian dari kenaikan harga. Laju inflasi

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. While significant inflation can negatively impact demand for the Company's DP and consignment goods because consumers have less discretionary income to spend, inflation at manageable levels, tends to actually benefit the business, despite increasing its costs, as inflation-led price increases have a positive impact on its margins. Consumers in Matahari's target middle class segment generally have sufficient disposable income to be able to absorb a portion of consumer price increases. Indonesia's annual inflation rate, as measured by

tahunan Indonesia, yang diukur dengan pergerakan indeks harga konsumen di Indonesia, adalah 8,4% pada tahun 2014 dan diperkirakan menjadi 3,4% pada tahun 2015. Tingkat inflasi pada tahun 2016 diperkirakan sebesar 3,0 – 5,0%.

MUSIMAN

Gerai Perseroan mengalami perubahan tren penjualan sepanjang tahun. Perseroan membuat kegiatan promosi dan iklan yang spesifik terkait dengan 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 27,6% pada tahun 2014 dan 27,7% pada tahun 2015. Sekitar dua minggu sebelum Lebaran, seluruh karyawan di Indonesia menerima tunjangan satu bulan gaji sesuai dengan peraturan ketenagakerjaan di Indonesia. Hal ini langsung meningkatkan pendapatan yang dapat dibelanjakan pelanggan sebelum Lebaran dan memiliki dampak positif pada Penjualan Barang Dagangan. Meskipun tunjangan wajib juga meningkatkan Beban Usaha Perseroan, khususnya Gaji dan Kesejahteraan Karyawan, 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.

Pada dua tahun terakhir, periode Idul Fitri jatuh pada bulan Juni dan Juli, bertepatan dengan waktu liburan sekolah Indonesia. Masing-masing bulan menghasilkan 32,3% dan 31,9% Penjualan Barang Dagangan di tahun 2014 dan 2015. Perseroan juga mengalami peningkatan penjualan di sekitar Natal dan Hari Raya Imlek. 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. Di samping 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

movements in Indonesia's consumer price index, was 8.4% in 2014 and 3.4% in 2015. Inflation in 2016 is currently projected at 3.0 – 5.0%.

SEASONALITY

The Company's stores experience sales seasonality throughout the year. The Company develops specific promotions and advertising linked to key events and holidays such as Idul Fitri, the June-July period covering school holidays ('back to school'), Chinese New Year and Christmas. The 44 days prior to Idul Fitri accounted for 27.6% and 27.7% of Merchandise Sales in 2014 and 2015, respectively. In accordance with Indonesian labour law, all employees in Indonesia receive an allowance of a month's salary in the month prior to Idul Fitri. This increases customers' disposable income in the approach to Idul Fitri and has a positive impact on Merchandise Sales. Although the mandatory allowance also increases the Company's Operating Expenses, specifically Salaries and Allowances, in the quarter in which the payment occurs, the increase is small relative to the increase in Merchandise Sales and Net Revenue during the period. The date of Idul Fitri changes from year to year and the peak in sales may span different quarters in different years.

In the last two years the Idul Fitri period has fallen around the months of June and July, coinciding with Indonesian school holidays. These two months accounted for 32.3% and 31.9% of Merchandise Sales in 2014 and 2015, respectively. The Company also sees increases around Christmas and Chinese New Year. 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

musim tertentu. Jika periode pembayaran lebih dari biasanya, Perseroan dapat mengalami peningkatan penjualan. Demikian pula, periode pembayaran yang lebih rendah selama puncak musim dapat memiliki dampak negatif.

SEBARAN GEOGRAFIS

Meskipun gerai Perseroan di Jawa menghasilkan proporsi Penjualan Barang Dagangan yang signifikan (62,1% pada tahun 2014 dan 68,8% pada tahun 2015), namun gerai-gerai di Jawa menunjukkan Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel yang lebih rendah dibandingkan total rata-rata di semua daerah akibat persaingan yang sangat tinggi di Jawa. Selama periode laporan, SSSG memberikan hasil positif dan Penjualan Barang Dagangan per Meter Persegi Ruang Ritel telah meningkat di setiap segmen geografis. 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.

Tabel berikut ini menyajikan SSSG berdasarkan segmen geografis Perseroan.

may experience increased sales. Likewise, a smaller than usual number of pay periods during the peak season can have a negative impact.

GEOGRAPHICAL DIVERSITY

Although the Company's stores in Java generate a significant share of the Company's merchandise sales (62.1% in 2014 and 68.8% in 2015), they yield lower Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space than the total average across all regions due to the more intense competition in Java. During the period under review, SSSG has been positive and Merchandise Sales per Square Metre of Retail Space have increased in each geographical segment. 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 reach average growth rates.

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

Persentase (%) | Percentage (%)

Keterangan	2015	2014	Description
Jawa	8.4	11.3	Java
Sumatera	6.9	13.3	Sumatera
Kalimantan, Sulawesi, dan Maluku	2.5	6.2	Kalimantan, Sulawesi, and Maluku
Lainnya	0.7	9.6	Others

Tahun yang berakhir 31 Desember | Years ended 31 December

KOMPETISI

Industri ritel Indonesia sangat kompetitif, khususnya terkait 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 menargetkan basis pelanggan Perseroan. Meskipun ada hambatan yang cukup tinggi bagi kompetitor untuk masuk ke pasar yang dipilih Perseroan, tindakan yang diambil oleh pesaing dan

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. Matahari is currently the largest department store retailer in Indonesia focusing on the middle income segment. The Company faces increasing competition from existing department stores and specialist retailers as well as from new entrants to the markets in which it operates, including international retailers that are 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

tindakan yang diambil oleh Perseroan baik secara proaktif maupun reaktif dalam menanggapi tekanan kompetitif dapat mempengaruhi hasil usaha.

taken by the Company, both proactively and in response to competitive pressures, may impact on the results of its operations.

PINJAMAN BANK DAN TINGKAT SUKU BUNGA

Pada bulan Maret 2010, Perseroan, selaku peminjam, mengadakan perjanjian fasilitas pinjaman sindikasi dengan beberapa bank (CIMB Niaga, 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 miliar yang terdiri dari fasilitas pinjaman jangka panjang sebesar Rp 3.250 miliar dan fasilitas pinjaman revolving sebesar Rp 250 miliar.

Pada tanggal 28 Juni 2012, Perseroan menandatangani Perjanjian Perubahan dan Pernyataan Kembali atas perjanjian fasilitas pinjaman sindikasi. Di dalam perubahan perjanjian tersebut, Perseroan mendapatkan tambahan fasilitas pinjaman sebesar Rp 1.225 miliar.

Pada tanggal 31 Desember 2013, sisa saldo pinjaman Perseroan adalah Rp 1.595,7 miliar. Pada tanggal 6 Juni 2014, Perseroan telah melunasi semua pokok pinjaman sebesar Rp 1.669,3 miliar beserta semua bunga dan break cost untuk fasilitas pinjaman tersebut di atas.

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 miliar dan fasilitas pinjaman kredit *revolving* sebesar Rp 230 miliar. Fasilitas baru ini terutama akan digunakan untuk membayar pinjaman terlebih dahulu, 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 fees* (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.

BANK BORROWING AND INTEREST RATES

On March 2010, The Company, as the borrower, entered into a syndicated loan facility agreement with several banks (CIMB Niaga, 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 a total facility amount of Rp 3,500 billion, which comprised a long-term loan facility of Rp 3,250 billion and a revolving loan facility of Rp 250 billion.

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 billion.

On 31 December 2013, the remaining outstanding loan of the Company was Rp 1,595.7 billion. On 6 June 2014, the Company fully repaid the outstanding loan principal amounting to Rp 1,669.3 billion and all accrued interest and break cost for the above facilities.

On 24 April 2014, the Company signed a new facilities agreement with a banking group comprising PT BNP Paribas Indonesia and PT Bank CIMB Niaga Tbk in relation to a Rp 1,650 billion term loan and Rp 230 billion revolving credit facility. The new facilities will be primarily used 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 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 includes 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 Shareholders in the Extraordinary General Meeting of Shareholders ("EGMS") on 2 June 2014.

Fasilitas baru sebesar Rp 1.631,2 miliar (setelah dikurangi dengan biaya transaksi) telah ditarik pada 6 Juni 2014 dan telah digunakan sebagian untuk melunasi pinjaman, bersamaan dengan smua biaya.

The new facility of Rp 1,631.2 billion (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 the expenses.

Pada tanggal 25 Juli, 7 Agustus, 8 September, 10 November, 10 Desember, dan 29 Desember 2014, Perseroan telah melakukan percepatan pembayaran pokok pinjaman masing-masing sebesar Rp 70 miliar, Rp 200 miliar, Rp 100 miliar, Rp 80 miliar, Rp 150 miliar, dan Rp 350 miliar.

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 billion, Rp 200 billion, Rp 100 billion, Rp 80 billion, Rp 150 billion, and Rp 350 billion, respectively.

Di bulan Desember 2015 Perseroan telah melunasi semua pokok pinjaman sebesar Rp 700 miliar beserta semua bunga dan *break cost* untuk fasilitas pinjaman berjangka di atas.

In December 2015, the Company fully repaid the outstanding loan principal amounting to Rp 700 billion and all accrued interest and break cost for the above term loan facility.

Pada tanggal 18 Desember 2015, Perseroan menandatangani perjanjian fasilitas pinjaman kredit *revolving* senilai Rp 1.000 miliar dengan PT Bank BNP Paribas Indonesia dan PT Bank CIMB Niaga Tbk untuk pendanaan modal kerja dan pengeluaran modal. Fasilitas tersebut berlaku selama 3 tahun. Pada tanggal 31 Desember 2015, Perseroan belum menggunakan fasilitas tersebut.

On 18 December 2015, the Company signed a new revolving credit facility amounting to Rp 1,000 billion with PT Bank BNP Paribas Indonesia and PT CIMB Niaga Tbk for working capital and capital expenditure purposes. The facility is for 3 years. As at 31 December 2015, the facility has not been used.





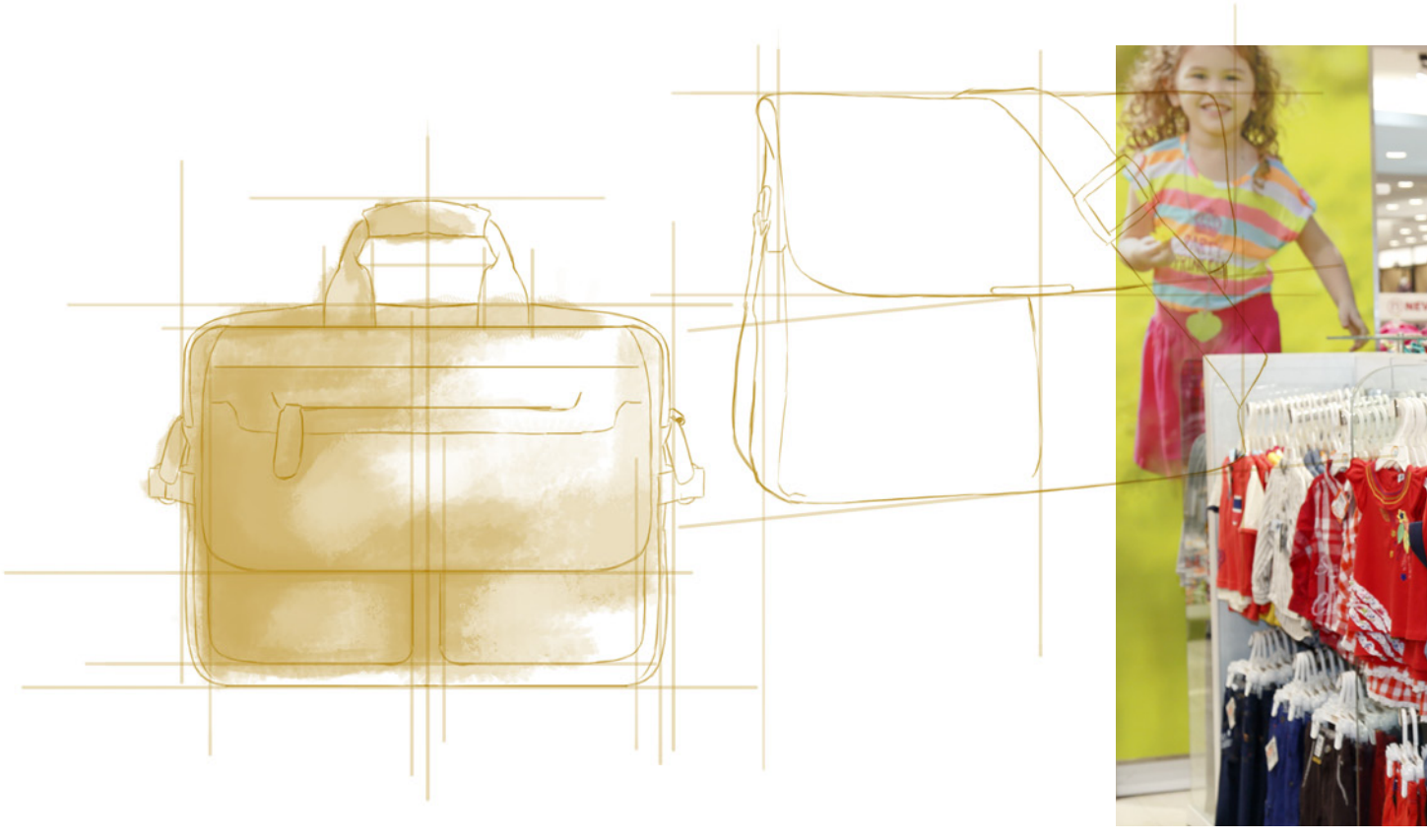
PROSPEK USAHA

BUSINESS PROSPECTS

Matahari, *department store* pilihan Indonesia, merupakan operator *department store* terbesar di negeri ini, menghasilkan nilai penjualan ritel tertinggi per meter persegi dari luas ritel di antara operator *deparment store* lainnya di Indonesia pada tahun 2015 menurut Euromonitor.

Matahari, Indonesia's preferred department store, is the largest department store operator in the country, generating the highest retail value sales per square metre of retail space out of all department store operators in Indonesia in 2015, according to Euromonitor estimates.





KEKUATAN

Indonesia masih tergolong kurang terlayani oleh segmen *department store*. Tingkat penetrasi *department store* mencapai hanya 11.000 meter persegi per satu juta penduduk di tahun 2015, dibandingkan dengan rata-rata 22.000 meter persegi per satu juta penduduk di Filipina dan 34.000 meter persegi per satu juta penduduk di Thailand. Dengan model bisnis yang berisiko rendah dan berdaya saing tinggi, Matahari berada pada posisi yang unik untuk meraih kesempatan berkembang.

Penjualan dari peritel campuran di Indonesia (mayoritas merupakan operator *department store*) diperkirakan tumbuh pada CAGR sebesar 8% antara tahun 2013 hingga 2018 (Euromonitor). Matahari memiliki beberapa kekuatan utama yang didapat dari posisinya sebagai pemimpin pasar serta model bisnis kompetitif, sehingga Manajemen percaya bahwa Perseroan akan terus mengungguli persaingan. Kekuatan tersebut dijelaskan di bawah ini.

PEMIMPIN PASAR RITEL DENGAN MEREK EKSLUSIF:

Operator *department store* terbesar di Indonesia; merek ritel ikonis yang dikenal di seluruh penjuru Nusantara dengan sejarah lebih dari 50 tahun; dan portofolio merek-merek eksklusif yang kuat

Pangsa pasar Matahari sebesar 37,4% dari pasar ritel *department store* pada tahun 2015 (Euromonitor, Maret 2016) mempertahankan posisinya sebagai operator

STRENGTHS

Indonesia is still significantly underserved by the department store segment. The country's department store penetration rate was only 11,000 square meters per million people in 2015, compared to 22,000 square meters per million people in Philippines and 34,000 square meters per million people in Thailand. Matahari, powered by a low-risk, highly competitive business model, is uniquely positioned to capture the growth opportunities this offers.

Sales of mixed retailers in Indonesia (the majority of which are department store operators) are projected to grow at a CAGR of 8% between 2013 and 2018 (Euromonitor). Matahari has certain key strengths, derived from its market leadership and competitive business model, that Management believes will keep the Company ahead of the competition. These strengths are outlined below.

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 had a 37.4% share of the department store retail market in 2015 (Euromonitor, March 2016), keeping it in position as the largest department store



department store terbesar di Indonesia berdasarkan nilai penjualan ritel. Operator *department store* besar lainnya memiliki pangsa pasar di bawah 25%.

Matahari merupakan pelopor segmen *department store* di Indonesia, membuka *department store* modern pertamanya pada tahun 1972 setelah berkecimpung di bidang ritel pakaian selama 14 tahun. Dengan sejarah Perseroan selama lima dekade, Matahari memiliki status ikonis di kancah ritel Indonesia.

Merepresentasikan produk modis dan berkualitas dengan harga yang terjangkau, Matahari Department Store adalah salah satu merek yang paling dikenal dan dipercaya di Indonesia. Merek-merek eksklusif Matahari seperti Nevada, Cole, Little M dan Connexion berada dalam sepuluh besar merek pakaian yang modis dan terjangkau di Indonesia, memantapkan citra Matahari sebagai destinasi belanja utama bagi target konsumennya. Nevada, merek pemenang penghargaan memimpin survei dan menarik konsumen ke gerai Matahari.

Salah satu indikator kekuatan merek Matahari adalah kesuksesan program loyalitas MCC, yang memiliki lebih dari 3,2 juta anggota aktif pada akhir tahun 2015, menjadikannya program loyalitas konsumen terbesar di Indonesia.

operator in Indonesia by retail value sales. The next largest department store operator had a share of less than 25%.

Matahari was the pioneer in the department store segment in Indonesia, opening the country's first modern department store in 1972 after 14 years as an apparel retailer. With a legacy spanning more than five decades in the business, the Matahari brand has iconic status in Indonesia's retail industry.

Representing fashion-forward merchandise that delivers outstanding value for money, Matahari Department Store is one of the most renowned and trusted brands in Indonesia. Matahari's exclusive brands Nevada, Cole, Little M and Connexion have consistently been ranked 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. Its award-winning brand Nevada has frequently topped independent consumer surveys and draws potential customers to Matahari stores.

One indicator of the strength of the Matahari brand is highly successful MCC loyalty programme, which, with more than 3.2 million active members at the end of 2015, is one of the largest loyalty programmes in Indonesia.



"

SEBAGAI NEGARA DENGAN JUMLAH PENDUDUK TERBESAR KE-4 DI DUNIA, INDONESIA MEMILIKI POPULASI YANG MUDA DAN TERUS TUMBUH.

"





MENARGETKAN SEGMEN MASYARAKAT PENDAPATAN MENENGAH YANG BESAR DAN BERTUMBUH:

Posisi pasar yang dominan pada segmen masyarakat berpendapatan menengah yang besar dan terus berkembang

Matahari adalah satu-satunya operator *department store* di Indonesia yang melayani segmen berpendapatan menengah. Menurut Tim Manajemen, kemampuan unik Matahari dalam melayani segmen ini didukung oleh rekam jejak Matahari di sektor ritel Indonesia yang baik, sehingga memungkinkan Perseroan dalam membentuk pemahaman yang mendalam mengenai selera konsumen berpendapatan menengah; hubungan dekat berjangka panjang dengan pemasok yang memungkinkan Matahari untuk menawarkan beragam pilihan produk yang modis dan terjangkau, serta kemampuan dalam menyesuaikan kombinasi produk yang sesuai dengan pola konsumsi dan preferensi regional.

Dibandingkan operator *department store* lain di Indonesia yang menargetkan segmen berpendapatan menengah ke bawah atau menengah ke atas, Tim Manajemen percaya bahwa kekuatan ini memposisikan Matahari untuk mengambil peluang pertumbuhan dari peningkatan pengeluaran segmen berpendapatan menengah yang besar dan berkembang pesat.

Sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar ke-4 di dunia, Indonesia memiliki populasi yang muda dan terus tumbuh. Bersama dengan kuatnya pertumbuhan ekonomi dan kenaikan pendapatan, hal ini mendorong perkembangan pesat masyarakat kelas menengah. Pada tahun 2010, 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, atau 52,4% dari total populasi Indonesia (estimasi Manajemen, berdasarkan data segmentasi populasi menurut anggaran belanja per kapita per bulan tahun 2010, dari Badan Pusat Statistik Indonesia).

Manajemen percaya bahwa seiring dengan bertambahnya penduduk yang masuk ke dalam segmen berpendapatan menengah, semakin banyak orang ingin membeli produk-produk bermerek dengan harga terjangkau. Produk yang ditawarkan Matahari, termasuk merek eksklusif berharga terjangkau, ditargetkan untuk para konsumen tersebut. Oleh karena itu, Tim manajemen mengantisipasi kenaikan permintaan untuk produk-produk Matahari.

TARGETING THE LARGE AND GROWING MIDDLE INCOME SEGMENT:

Dominant market position in the large and growing middle-income segment in Indonesia

Matahari is the only national department store operator in Indonesia that focuses on the middle-income segment. According to Management, Matahari's unique ability to serve this segment is attributable to its strong track record in the Indonesian retail sector, which has enabled the Company to develop a deep understanding of the tastes of middle-income Indonesian consumers; its longstanding supplier relationships that enable it to offer a wide selection of affordable fashion merchandise, and merchandising capabilities, which allow it to tailor its assortments in response to regional and seasonal variations in consumption patterns and preferences.

As other department store operators in Indonesia cater to either the middle-low and lower-income segments or the mid- to upper-income segment, Management believes that with these strengths, Matahari is strategically positioned to capture the growth opportunities arising from the projected increase in spending by Indonesia's large, fast-growing middle-income segment.

As the fourth most populous country in the world, Indonesia has a young and growing population, which, together with strong economic growth and rising incomes in recent years, is driving a rapid expansion of the middle class. In 2010, Indonesia's middle-income segment (defined by Management as people with a monthly consumer expenditure of Rp 0.7 million–4.5 million per capita) comprised 125 million people, 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).

Management believes that as consumers move up to the middle-income segment and become more affluent, they aspire to purchase more branded products, but at affordable prices. Matahari's merchandise, which includes affordable exclusive brands, targets these consumers. Management therefore anticipates increased demand for Matahari's products.

JARINGAN GERAI TERLUAS DI SELURUH NEGERI DIDUKUNG OLEH INFRASTRUKTUR LOGISTIK YANG EFISIEN:

Jejak jaringan gerai terbesar di seluruh negeri dan logistik yang efisien memposisikan Perseroan untuk memperoleh manfaat dari peluang pertumbuhan di Indonesia

Sampai tanggal 31 Desember 2015, Matahari telah mengoperasikan 142 gerai di 66 kota dengan total luas gerai mencapai 931.700 meter persegi, menjadikannya *department store* dengan jejak jaringan terluas di Indonesia. Karena sudah terbukti dalam menarik pelanggan, Matahari menjadi penyewa pilihan di pusat-pusat perbelanjaan di seluruh Indonesia.

Kehadiran Matahari di penjuru negeri serta operasi logistik yang komprehensif dan efisien memungkinkannya untuk mengirimkan barang dagangan secara langsung ke gerai-gerai di seluruh Indonesia. Sebagai bukti dari kualitas dan efisiensi jaringan Matahari, jasa logistik Matahari kini digunakan oleh lebih dari 250 vendor konsinyasi untuk mengantar produk mereka. Jasa ini dikenakan biaya, sehingga mengimbangi biaya neto distribusi Matahari. Manajemen yakin bahwa dengan tantangan geografis dan jarak antar kota yang luas di Indonesia, pesaing yang lebih kecil atau pendatang baru akan kesulitan dalam menyamai skala operasi logistik Perseroan, terutama dalam jangka waktu menengah, menjadikannya sebagai keuntungan kompetitif utama bagi Matahari.

Dengan cakupan geografis ke seluruh Indonesia dan infrastruktur logistik dengan efisiensi biaya dan waktu pengiriman yang pendek, Matahari dapat menjamin bahwa semua gerainya di seluruh penjuru negeri dipasok secara tepat waktu. Hal ini memberikan fleksibilitas kepada Matahari untuk melakukan eksplorasi ke lokasi-lokasi potensial di kota-kota besar maupun menegah di Indonesia, serta di wilayah metropolitan.

MODEL BISNIS YANG MUDAH DISESUAIKAN UNTUK PERTUMBUHAN PESAT:

Model bisnis yang terbukti dan keahlian operasional telah membawa profitabilitas yang konsisten di semua gerai, dan memungkinkan Matahari untuk berekspansi dengan cepat dan menguntungkan

Model bisnis Matahari yang efisien dan berisiko rendah menghasilkan pertumbuhan penjualan dan pendapatan dari pembukaan gerai baru maupun gerai yang telah berjalan, serta memperoleh pertumbuhan

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

As at 31 December 2015, Matahari operated 142 stores in 66 cities with a total store space of approximately 931,700 square metres, representing the largest and most extensive department store footprint in Indonesia. As a proven draw for customers, Matahari is a preferred anchor tenant in shopping malls across the country.

Matahari's nationwide presence and comprehensive, cost-efficient logistics operation enable it to deliver merchandise directly to stores all over the country. As an indication of their quality and efficiency, Matahari's logistics services are now being used by more than 250 consignment vendors to transport their own merchandise. This service is provided on a fee basis, which offsets Matahari's net distribution costs. Management believes that, with the country's complex geography and vast distances, smaller competitors or new entrants would be challenged to replicate the scale of Matahari's logistics operation, particularly over the medium term, making it a key competitive advantage for the Company.

With nationwide coverage, cost-efficient logistics infrastructure and short lead times, Matahari can ensure prompt deliveries to all its stores anywhere in the country. This gives Matahari the flexibility to explore site opportunities in large and mid-sized cities across the country, as well as in metropolitan areas.

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 generates sales and revenue growth from new store openings and existing stores, and delivers margin growth through cost control initiatives and

marjin melalui inisiatif pengendalian biaya dan peningkatan produktivitas. Dengan kekuatan model bisnis yang terbukti serta keahlian operasional Perseroan, Matahari telah membangun rekam jejak yang kuat dalam mengoperasikan gerai-gerai yang menguntungkan dalam berbagai skala dan kondisi geografi di seluruh Indonesia.

productivity enhancements. On the strength of this business model and the Company's proven operating expertise, Matahari has a strong track record of operating profitable stores of varying size and in diverse geographies and markets across Indonesia.

Manajemen percaya bahwa posisi Matahari yang memimpin dalam pangsa pasar serta skala dan kekuatan merek Matahari Department Store telah menjadikan Matahari sebagai penyewa utama pilihan bagi para pengembang properti. Hubungan yang telah berlangsung lama antara Perseroan dengan pengembang properti terkemuka seperti PT Lippo Karawaci Tbk, serta dukungan tim *real estate* telah membantu Perseroan dalam memperoleh sewa tempat jangka panjang dengan biaya yang menguntungkan di lokasi-lokasi strategis. Strategi "*lease-only*" mengurangi investasi aset tetap sekaligus meminimalkan paparan risiko Perseroan. Dengan pengalaman selama lebih dari 40 tahun dalam membangun konsep Matahari Department Store, Perseroan mampu menekan waktu pemasangan dan belanja modal menjadi minimum, sehingga Perseroan dapat memulai kegiatan operasional lebih awal dan mendapatkan hasil investasi kembali dengan lebih cepat.

Management believes that Matahari's market leading position, scale and strong brand equity make it an anchor tenants of choice for real estate developers. Its enduring relationships with leading real estate developers such as PT Lippo Karawaci Tbk, as well as the support of a dedicated real estate team, have helped the Company to secure favourable long-term leases in prime locations. This "lease-only" strategy reduces investments in fixed assets and minimises the Company's risk exposure. In addition, 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, resulting in an earlier start to commercial operations and a rapid return on investment.

Ekspansi bisnis Matahari juga didukung oleh sistem informasi manajemen, pusat pemulihan data di seluruh negeri, produk yang menarik, serta sistem manajemen akuntansi dan pergudangan, yang seluruhnya dapat disesuaikan.

Matahari's business expansion has further support from a management information system, a nationwide disaster recovery centre, and advanced merchandise, accounting and warehouse management systems, all of which are scalable.

Manajemen meyakini bahwa strategi-strategi ini telah membantu meningkatkan keuntungan 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 dibandingkan operator *department store* lainnya di Indonesia dari tahun 2009 hingga 2014, menurut Euromonitor.

Management believes that these strategies have supported an increase in Matahari's operating leverage, a strong level of cash conversion and return on assets, all of which have contributed to the Company's rapid and profitable growth. Matahari has consistently 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 membuka 13 gerai pada tahun 2012, 9 gerai pada tahun 2013, 8 gerai di tahun 2014, dan 11 gerai di tahun 2015. Manajemen berharap untuk mempercepat ekspansi dengan membuka 6-8 gerai di tahun 2016.

Matahari opened 13 stores in 2012, 9 stores in 2013, 8 stores in 2014, and 11 stores in 2015. Management expects to accelerate this trend of store expansion by opening 6-8 stores in 2016.

KOMBINASI BARANG DAGANGAN YANG DIPENGARUHI OLEH KONSUMEN:

Matahari menyesuaikan kombinasi barang dagangannya pada preferensi konsumen di setiap gerai

Strategi Matahari adalah memberikan nilai uang kepada konsumen dengan menawarkan beragam pilihan produk berkualitas tinggi dan modis dengan harga terjangkau. Perseroan berupaya untuk memaksimalkan keuntungan di setiap gerai dengan menyesuaikan kombinasi barang dagangan di setiap gerai, memastikan keseimbangan antara produk hasil pembelian langsung (*direct purchase* (DP) *goods*) dan produk konsinyasi, serta memerhatikan kisaran harga ritel agar sesuai dengan target pasar lokal. Hal ini dapat terjadi karena sistem *merchandising* dan teknologi informasi gerai yang mumpuni, riset pasar yang berkelanjutan, dan informasi yang didapat dari basis data 3,2 juta anggota MCC. Data-data tersebut memungkinkan Perseroan dalam menelusuri variasi konsumsi regional dan pola penjualan di setiap gerai. Perseroan juga didukung oleh basis pemasok yang besar, baik vendor konsinyasi maupun pemasok barang pembelian langsung, di mana keduanya memberikan kontribusi marjin efektif yang hampir sama.

Saat ini, Perseroan bekerja sama dengan sekitar 850 vendor konsinyasi dan pemasok pembelian langsung. Dengan sejarah panjangnya di sektor ritel Indonesia, Perseroan telah membangun hubungan yang kokoh dan kooperatif dengan komunitas pemasok sehingga dapat memperoleh penetapan harga yang menguntungkan, serta mendapatkan prioritas waktu pengiriman dan volume pasokan barang dagangan. Manajemen percaya bahwa kekuatan merek Matahari dan posisinya yang unggul dalam pasar ritel menjadikannya mitra pilihan bagi vendor konsinyasi dan pemasok barang pembelian langsung. Mayoritas penjualan barang dagangan Matahari dilakukan melalui vendor konsinyasi sehingga dapat meminimalkan investasi persediaan, biaya tenaga kerja dan risiko tren *fashion*. Di waktu yang sama, ragam barang dagangan yang lebih bervariasi meningkatkan citra merek Matahari dan meningkatkan pengalaman berbelanja di gerai, sehingga menambah jumlah pengunjung.

Mengingat lebih dari 80% barang dagangan Matahari berasal dari sumber lokal, Matahari dapat merespons perubahan kebutuhan persediaan dan tren *fashion* dengan cepat, 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 deliver value for money by offering a wide assortment of high quality, fashionable merchandise at affordable prices. The Company seeks to maximise the profitability of each store by customising 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. This is made possible by the Company's sophisticated merchandising and store information systems, ongoing market research and the insights derived from the MCC database of over 3.2 million members. Together, these data sources allow the Company to track regional and seasonal variations in consumption as well as sales patterns in individual stores. The Company is also supported by a large supplier network of both consignment vendors and direct purchase suppliers, as well as similar Effective Contribution Margins across both consignment goods and DP goods.

The Company presently works with approximately 850 consignment vendors and direct purchase suppliers. With its deep roots in the Indonesian retail sector, the Company has forged enduring, cooperative relationships with the supplier community that have enabled it to command advantageous terms with regard to the prices, timing and volume of merchandise supplied. Moreover, 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. As the majority of Matahari's merchandise sales are realised through consignment vendors, inventory investment, employment costs and fashion risks are kept to a minimum. At the same time, the broader range of merchandise amplifies Matahari's brand image and enhances the store experience, which ultimately drives customer traffic.

With more than 80% of its merchandise sourced locally, Matahari can respond rapidly to shifts in 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 penampilan dan tata ruang gerai serta bagaimana produk ditampilkan sangat memengaruhi keputusan membeli pelanggan. Oleh karena itu, strategi Matahari adalah meningkatkan produktivitas gerai dengan membuat gerai dan produknya terlihat menarik, mengundang dan sesuai dengan selera pelanggan.

Menurut Manajemen, pemajangan barang dagangan yang menarik seperti inisiatif '*centre core*' Matahari dapat memicu impuls pembelian, dengan menyampaikan informasi harga, tren dan nilai terkini. Manajemen yakin bahwa inisiatif ini telah memperkuat reputasi Matahari sebagai destinasi untuk kosmetik, sepatu, tas dan aksesori, serta berkontribusi dalam meningkatnya jumlah pengunjung gerai-gerainya.

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 store appearance and layout, as well as the way merchandise is displayed, have a strong influence on customers' purchasing decisions. Matahari's strategy is therefore to maximise store productivity by ensuring that stores and merchandise displays are attractive, inviting and relevant to customers.

According to Management, compelling in-store merchandise displays such as Matahari's 'centre core' initiative can encourage impulse purchases while effectively conveying information on price, current trends and value. Management believes that this initiative has strengthened Matahari's reputation as a destination for shoes, handbags, cosmetics and accessories, and driven an increase in customer traffic at its stores.



Matahari secara rutin memperbarui tampilan gerainya agar pengalaman berbelanja tetap segar dan menarik bagi pelanggan, serta meningkatkan produktivitas gerai. Kegiatan ini meliputi modernisasi desain dan dekorasi gerai, mengoptimalkan alokasi ruang untuk mendukung penjualan dan mendorong arus pelanggan ke seluruh bagian gerai, serta memastikan penempatan dan kondisi cermin, ruang pas dan toilet. Program renovasi gerai Matahari menjadi faktor utama dalam memastikan bahwa setiap gerai memiliki tampilan yang bersih dan modern, dengan desain yang sesuai dengan perkembangan selera dan pola konsumsi pelanggan. Perseroan telah menyelesaikan 14 renovasi pada tahun 2015. Karena program ini berhasil, Perseroan akan terus melanjutkannya di tahun 2016 dengan menjadwalkan renovasi 22 gerai.

Matahari regularly updates the look of its stores to improve the shopping experience and increase store productivity. This involves modernising store design and decor, optimising space allocation to support key sales drivers and encourage flow to all parts of the store, and ensuring that mirrors, fitting rooms and toilets are conveniently placed and in good condition. Matahari's store refurbishment programme has been a key factor in ensuring that that each store has a clean, modern look that is relevant to evolving customer tastes and consumption patterns. We refurbished 14 stores in 2015. Because it has been such a successful programme, we are continuing it into 2016, with 22 stores scheduled for refurbishment.

Strategi pemasaran Matahari adalah salah satu yang paling aktif di antara seluruh operator *department store* di Indonesia, dan Manajemen percaya bahwa hal

Matahari's marketing strategy is among the most active of all department store operators in Indonesia, and Management believes that this has played a key



ini telah berperan penting dalam memperkokoh citra Matahari sebagai pemimpin pasar ritel yang sadar akan nilai. Matahari mempromosikan penawaran gerai dan produk melalui media *online* dan *offline*, termasuk media sosial. Manajemen meyakini bahwa mempromosikan merek-merek eksklusif Matahari melalui kampanye pemasaran yang terfokus dan frekuensi iklan yang tinggi akan memperkuat ekuitas merek dan mendorong pelanggan untuk datang ke gerai-gerai Matahari. Aktivitas promosi tersebut dihubungkan dengan *merchandising* di dalam gerai menggunakan petunjuk visual yang konsisten dan didesain untuk memengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian.

role in strengthening Matahari's image as a retail market leader that consistently offers value for money. Matahari uses a mix of online and offline media, including, increasingly, social media, to promote its stores and product offerings. Management believes that promoting Matahari's exclusive brands through targeted marketing campaigns and frequent advertising reinforces brand equity and draws customers to its stores. These promotional activities are linked to in-store merchandising through the consistent use of compelling visual cues designed to encourage purchases.

MENINGKATKAN FOKUS PADA PELAYANAN PELANGGAN:

Menumbuhkan kesetiaan pelanggan melalui pelayanan unggul

INCREASING FOCUS ON CUSTOMER SERVICE:

Fostering customer loyalty through service excellence

Manajemen percaya bahwa keberadaan staf penjualan yang responsif dan berwawasan meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan. Seluruh staf di gerai Matahari, termasuk yang dipekerjakan oleh vendor konsinyasi, menerima pelatihan rutin demi memastikan tingkat pelayanan pelanggan yang tinggi dan konsisten selalu terjaga. Selain itu, *supervisor* pelayanan pelanggan dikerahkan di sejumlah gerai Matahari yang lebih besar dan menonjol.

Management believes that the presence of responsive, knowledgeable sales staff enhances the overall shopping experience. All in-store staff, including staff employed by consignment vendors, receive regular training to ensure that high standards of customer service are maintained. In addition, customer service supervisors are deployed in some of Matahari's larger, more prominent stores.

Pelanggan dapat menyampaikan keluhan atau meminta informasi melalui *call center* yang didedikasikan untuk pelanggan Matahari, yang ditangani oleh petugas pelayanan pelanggan yang terlatih. Manajemen yakin bahwa dengan menyediakan sarana ini, pelanggan akan merasa dihargai dan meningkatkan kemungkinan mereka melanjutkan kebiasaan berbelanjanya.

Customers can make complaints and inquiries through Matahari's dedicated customer call centre, which is staffed by trained customer service officers. Management believes that providing such a channel helps customers to feel valued and increases the chance of their continued custom.

Program loyalitas Matahari Club Card (MCC) memiliki anggota aktif sebanyak lebih dari 3,2 juta orang per 31 Desember 2015, menjadikannya program loyalitas terbesar di Indonesia menurut. Anggota MCC berkontribusi lebih dari 40% dari Total Penjualan Kotor Perseroan dan rata-rata nilai transaksi pada tahun 2015 sekitar 26,2% lebih tinggi dari pelanggan non-MCC berdasarkan besar ukuran.

The Matahari Club Card (MCC) loyalty programme had an active membership of over 3.2 million as at 31 December 2015, making it one of the largest programmes of its kind in Indonesia, according to Management. MCC members contribute over 40% of the Company's total Gross Sales and in 2015 their average transaction value was approximately 26.2% higher than that of non-MCC customers by basket size.

KARYAWAN YANG BERDEDIKASI DAN MANAJEMEN YANG BERPENGALAMAN:

Karyawan yang terlatih dan berdedikasi didukung oleh Tim Manajemen yang menggabungkan pengalaman ritel global dengan kemampuan pelaksanaan lokal

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

Tim Manajemen memegang peranan utama dalam pengembangan dan pelaksanaan strategi yang telah mempercepat ekspansi gerai Matahari dan mendorong pertumbuhan berkesinambungan bisnis ini. Mereka telah memimpin dalam mengimplementasikan praktik terbaik global dan memastikan kepatuhan terhadap standar internasional untuk keunggulan operasional dan tata kelola yang baik. Mereka juga telah membentuk komite *real estate*, komite pemasaran, dan komite manajemen risiko yang memberikan pengawasan, arahan dan kepastian bahwa aspek-aspek penting dalam seluruh kegiatan operasional Matahari memenuhi persyaratan dan cukup mendukung pertumbuhan usaha.

Melalui pelatihan rutin dan program kesadaran, Manajemen berupaya untuk menanamkan suatu budaya Perseroan yang responsif, berorientasi pada pelanggan, dan menciptakan lingkungan kerja yang memotivasi dan menghargai karyawan. Matahari percaya bahwa Tim Manajemen senior telah berperan penting dalam membangun landasan yang kokoh untuk mempertahankan dan menambah tingkat kompetitif jangka panjang Matahari.

Matahari memiliki program kemampuan manajemen yang aktif untuk mengidentifikasi dan mengembangkan pemimpin potensial di seluruh tingkatan untuk mendukung tujuan strategis dan rencana ekspansi Perseroan. Pada tahun 2015, semua gerai baru Matahari memiliki manajer gerai yang telah berpengalaman dan menjalani pelatihan di jaringan gerai Matahari yang sudah ada.

Matahari is managed by a team of highly experienced and competent retail industry veterans who have worked with leading international 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 a rich understanding of department store retailing and local execution strength.

The Management Team plays a leading role in developing and executing the strategies that have accelerated Matahari's store expansion and driven the sustainable growth of the business. They have led the way in applying global best practices and ensuring compliance with international standards of operational excellence and good governance. They have been instrumental in establishing 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.

Through regular training and awareness programmes, the management seeks 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 played a vital role in creating a solid platform for strengthening Matahari's competitiveness over the long term.

Matahari has an active talent management programme to identify and develop potential leaders at all levels to support the Company's expansion plans. In 2015, all Matahari's new stores had store managers with prior experience and training within Matahari's existing store network.

STRATEGI

Tujuan jangka panjang utama Matahari adalah untuk terus memperkokoh dan mengkonsolidasi posisinya sebagai operator *department store* terkemuka di Indonesia. Perseroan berusaha mencapai tujuan tersebut dengan melaksanakan strategi-strategi sebagai berikut:

STRATEGIES

Matahari's primary long-term goal is to continue to strengthen and consolidate its position as Indonesia's leading department store operator. The Company aims to achieve this goal by implementing the following strategies:

EKSPANSI GERAI YANG BERKESINAMBUNGAN DAN PESAT DI SELURUH INDONESIA

Matahari akan berusaha meningkatkan merek dan kepemimpinan pasarnya dengan mengembangkan pangsa pasarnya melalui ekspansi gerai secara cepat, dan mengambil kesempatan pertumbuhan pengeluaran konsumen pada segmen pendapatan menengah di Indonesia. Jaringan logistik Matahari yang kuat, kemampuan Perseroan untuk menyesuaikan kombinasi produk di tingkat gerai dengan cepat, dan hubungan dekatnya dengan pengembang properti serta jaringan lokasi potensial untuk gerai baru yang menjanjikan telah memberikan fleksibilitas dalam menentukan lokasi gerai bagi Perseroan.

Per 31 Desember 2015, Matahari mempunyai 54 lokasi dalam prospek yang telah dievaluasi sebagai lokasi potensial untuk gerai baru. Perseroan berharap untuk membuka 6-8 gerai baru di tahun 2016, dan akan terus mengidentifikasi dan mengevaluasi lokasi potensial yang memungkinkan untuk pembukaan gerai di masa mendatang. Perseroan berencana untuk memperluas jejak jaringannya di lokasi-lokasi baru di seluruh Indonesia, khususnya daerah dengan pertumbuhan tinggi di luar Jakarta yang belum terlayani, serta di kota-kota di mana Matahari telah hadir.

Produktivitas tahunan Matahari (berdasarkan rata-rata per tahun Penjualan Kotor per Meter Persegi dari Ruang Ritel) pada tahun 2015 untuk gerai sejenis lebih tinggi di Jawa (di luar Jakarta dan sekitarnya). Produktivitas gerai di luar Jawa mencapai 11,1% dan 22,6% di Jawa (di luar Jakarta dan sekitarnya), keduanya lebih tinggi dibanding gerai di Jakarta.

Gerai baru biasanya memiliki luas ruang antara 5.000 hingga 9.000 meter persegi, tergantung dari ketersediaan lahan dan ukuran target pasar. Matahari akan terus mencari peluang untuk membuka lebih banyak gerai baru di pengembangan pusat perbelanjaan ritel guna mengambil keuntungan dari arus pelanggan yang lebih tinggi. Untuk mencapainya, tim *real estate* Matahari akan terus berhubungan secara proaktif dengan pengembang pusat perbelanjaan untuk menelusuri dan mengevaluasi peluang lokasi di seluruh Indonesia. Dalam menilai kelayakan lokasi gerai baru potensial, tim *real estate* mempertimbangkan luas area, kepadatan penduduk, pendapatan yang dapat dibelanjakan per kapita dari total target pasar, biaya sewa, ekspektasi profitabilitas dan pengembalian keuangan, serta persaingan dengan peritel lain di daerah sekitarnya.

CONTINUOUS, RAPID STORE EXPANSION ACROSS INDONESIA

Matahari will seek 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 Indonesia's expanding middle-income segment. Matahari's comprehensive logistics network, its capacity to adjust the merchandise mix at store level, its close relationship with the real estate developer community and a strong pipeline of potential new sites give the Company a great deal of flexibility in considering new store locations.

As of 31 December 2015, Matahari had 54 sites in its pipeline, all of which have been evaluated and deemed viable locations for new stores. The Company expects to open 6-8 new stores in 2016, and will continue to identify and evaluate potential sites that may lead to store openings in future. The Company plans to extend its network 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 2015 for comparable stores was higher in Java (but outside Greater Jakarta). Store productivity was 11.1% outside Java and 22.6% within Java (but outside Greater Jakarta), both of which were higher than stores within the Greater Jakarta area.

New stores usually range from 5,000 to 9,000 square metres in size, depending on the available sites and the size of the local target market, among other factors. Matahari will continue to seek opportunities to open more stores in new retail mall developments to take advantage of higher customer traffic. Matahari's dedicated real estate team will therefore continue to track and evaluate site opportunities across the country through proactive engagement with mall developers. When assessing the viability of a potential new store site, the team takes several factors into account, including 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.





Sehubungan dengan rekam jejak Perseroan pada keberhasilan pembukaan gerai dan hubungan yang kuat dengan pengembang properti, Manajemen yakin bahwa Matahari mampu menjalankan rencana ekspansi yang ada, tergantung pada ketersediaan lokasi gerai dan penyelesaian pusat perbelanjaan yang tepat waktu oleh para pengembang.

OPTIMALISASI LANJUTAN DARI PRODUKTIVITAS GERAI

Matahari berupaya untuk mendorong produktivitas penjualan dan pertumbuhan penjualan pada gerai yang sama (*same store sales growth* (SSSG)), di antaranya dengan melakukan inisiatif-inisiatif sebagai berikut:

- Memperkuat persepsi konsumen akan nilai uang melalui iklan yang terarah dan kampanye permasaran melalui berbagai media, terutama jalur media sosial seperti Facebook dan Twitter. Matahari juga akan terus menjalankan kampanye pemasaran yang selektif, termasuk penawaran promosi harian dan pembelian berbonus, untuk meningkatkan arus pelanggan seraya membangun kampanye pemasaran yang lebih intensif terkait dengan peristiwa penting seperti pembukaan gerai baru, ulang tahun, hari libur, dan awal tahun ajaran sekolah.

Given the Company's strong track record on successful store openings and its longstanding relationships with real estate developers, Management is confident that it will be able to execute its current expansion plan. However, this is subject to the availability of store locations and the timely completion of shopping malls by developers.

FURTHER OPTIMISATION OF STORE PRODUCTIVITY

Matahari is targeting further increases in sales productivity and same-store-sales growth (SSSG) by implementing the following initiatives, among others:

- Strengthen customers' perception of value for money with regular, targeted advertising and marketing campaigns on multiple media, particularly social media channels 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 around major events such as new store openings, anniversaries, holidays, and the start of the school year.



- Setiap tahunnya Perseroan terus meninjau kebutuhan renovasi guna memastikan semua gerai tetap relevan terhadap selera, preferensi, dan kebutuhan pelanggan Matahari, sekaligus meningkatkan pengalaman belanja keseluruhan dan memperkuat merek Matahari Department Store. Renovasi gerai dapat meliputi pemasangan atau perbaikan pencahayaan, penggunaan perlengkapan yang lebih modern, memperbarui tampilan produk dan penanda, pemasangan ruang pas baru, perluasan lorong, atau mengoptimalkan tata letak gerai untuk menampilkan lebih banyak pilihan produk tanpa mengurangi kesan luas gerai. Matahari terus merefleksikan praktik internasional terbaik, dan pengembangan desain gerai dan renovasi memastikan hal-hal tersebut diaplikasikan di gerai-gerainya, apabila dirasa relevan.

- Meningkatkan presentasi '*centre core*' dan ragam barang dagangan di gerai untuk memperkuat reputasi Matahari sebagai destinasi pilihan untuk sepatu, tas, aksesori dan kosmetik, serta untuk menambah arus pelanggan.

- Meningkatkan alokasi ruang untuk produk. Inisiatif-inisiatif yang berhasil meliputi penyediaan bagian khusus untuk Nevada, merek eksklusif Matahari

- Continue to review each store's refurbishment needs annually to ensure that stores remain relevant to the tastes, preferences and needs of Matahari's customers, as well as to enhance the overall shopping experience and strengthen the Matahari Department Store brand. Store refurbishments may entail installing or improving lighting, modernising fixtures, updating product displays and signage, installing new fitting rooms, widening aisles or optimising store layouts so that inventory selections can be increased without adversely affecting the spaciousness of the store. Matahari stays abreast of international best practices and new developments in store design and remodeling ensures that these are applied in its own stores, if relevant.

- Improve the 'centre core' presentation and range of merchandise in its stores to strengthen 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 creating a dedicated in-store area for Nevada, Matahari's most popular

yang terpopuler dan merek pakaian modis berharga terjangkau terpopuler di Indonesia; dan memajang jeans dan celana pendek denim dengan lebih menarik di '*Denim Bar*'. Perseroan akan terus menjalankan inisiatif dan presentasi berdampak besar sejenis ini di masa depan.

- Menambah penggunaan presentasi barang dagangan dalam gerai yang menyampaikan informasi harga, tren dan nilai secara efektif, sekaligus mendorong keinginan berbelanja.
- Berfokus pada pertumbuhan klasifikasi barang dagangan tertentu, seperti sepatu, yang merupakan kategori produk Matahari dengan pertumbuhan tercepat dan penjualan tertinggi; pakaian wanita, yang berada di posisi kedua; serta tas dan kosmetik, untuk memperkokoh posisi Matahari sebagai destinasi belanja pilihan bagi target konsumennya.
- Menyesuaikan kombinasi produk untuk memastikan bahwa harga rata-rata di setiap gerai bersifat konsisten dengan profil pendapatan dan pengeluaran target pasar lokal.
- Terus memanfaatkan kekuatan merek-merek eksklusif Matahari, seperti Nevada, dengan menawarkan produk baru dan menyediakan area tambahan khusus untuk merek-merek dengan performa tinggi.
- Terus meningkatkan produktivitas gerai melalui pengembangan program Matahari terkait barang dagangan terutama merek-merek eksklusif, untuk memperkuat diferensiasi dan mencakup jumlah poin harga yang lebih besar.
- Terus memantau dan menanggapi tren yang berkembang dalam pola dan perilaku belanja, contohnya menambahkan tampilan maskulin pada *display* dan penanda area pakaian pria untuk melayani peningkatan jumlah pria yang berbelanja pakaian.
- Terus mengembangkan basis keanggotaan MCC dengan meningkatkan berbagai manfaat dan potongan harga. Nilai transaksi rata-rata dari anggota MCC sekitar 26,2% lebih tinggi daripada pelanggan non-MCC di tahun 2015.

exclusive brand and Indonesia's most popular "fashionable affordable clothing brand"; and displaying denim jeans and shorts more attractively in a 'Denim Bar'. The Company will continue to introduce similar high-impact initiatives and presentations 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 has seen 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 match the income and spending profile of the local target market.
- Continue to leverage Matahari's most popular exclusive brands, such as Nevada, by offering new product lines, and assign additional dedicated sections for high performing brands.
- Continue to drive existing store productivity by enhancing Matahari's merchandise programmes, particularly its exclusive brand programmes, 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 26.2% higher than that of non-MCC members in 2015.

TETAP BERFOKUS PADA EFISIENSI OPERASIONAL DAN PENINGKATAN PEMANFAATAN ASET

Matahari akan terus meningkatkan efisiensi operasi, biaya kontrol dan mengoptimalkan pemanfaatan aset guna mendukung pelaksanaan rencana ekspansi Perseroan dan mendorong pertumbuhan profitabilitas. Untuk melakukan ini, Matahari bermaksud untuk melaksanakan sejumlah inisiatif berikut:

- Memanfaatkan kemampuan pengumpulan data untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik dari basis data MCC dengan 3,2 juta anggota, yang akan memberi informasi untuk keputusan strategis atas: (i) kombinasi produk di setiap gerai; (ii) pemberian harga; (iii) peluang, lokasi, dan ukuran gerai baru; (iv) strategi pemajangan produk dalam gerai; dan (v) program iklan dan promosi.
- Terus mengoptimalkan pemilihan vendor konsinyasi dan alokasi ruang untuk mendorong pertumbuhan penjualan secara signifikan dan mengurangi biaya gaji dan modal kerja, biaya *fit-out*, distribusi dan penyimpanan yang sebagian ditanggung oleh vendor konsinyasi.
- Terus meningkatkan dan mengoptimalkan sistem pembelian terpusat Matahari.
- Terus mendorong peningkatan pada operasi distribusi dan logistik dengan memanfaatkan kemampuan 'tepat waktu' di pusat distribusi terpusat Matahari, mengurangi waktu pengiriman dan mengusahakan tambahan efisiensi biaya.
- Terus mengoptimalkan pemanfaatan operasi logistik Matahari dengan menyediakan jasa logistik berbasis biaya untuk vendor konsinyasi tertentu, sehingga mengurangi biaya netto operasional Matahari.
- Terus melaksanakan manajemen persediaan barang dengan menjalankan kontrol persediaan berbasis komputer dan pemantauan tingkat persediaan barang oleh petugas *merchandising* dalam gerai.
- Meningkatkan penggunaan penurunan dan potongan harga untuk menghabiskan barang dagangan yang penjualannya lambat.
- Terus memperkuat langkah-langkah untuk meminimalkan penyusutan persediaan barang, seperti label *sensormatic* pada produk dengan

CONTINUED FOCUS ON OPERATIONAL EFFICIENCY AND IMPROVED ASSET UTILISATION

Matahari will continue to drive operational efficiency, control costs and optimise asset utilisation to support the execution of its expansion plans and drive 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 3.2 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 programmes.
- Continue to optimise consignment vendor selection and space allocation in order to increase sales growth and reduce payroll and working capital costs, fit-out expenses, and distribution and warehousing costs, which are partly borne by consignment vendors.
- Continue to upgrade and optimise Matahari's centralised procurement system.
- Continue to drive improvements in the distribution and logistics operation by leveraging 'just-in-time' capabilities at Matahari's centralised distribution centre, reducing lead times and driving further cost efficiencies.
- Continue to optimise the utilisation of Matahari's logistics capacity by providing logistical services on a fee basis to certain consignment vendors, which reduces the net cost to Matahari of the operation.
- Continue active inventory management by deploying computerised inventory controls and monitoring inventory levels by in-store merchandising personnel.
- Increase 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

harga tinggi, kamera CCTV, dan mempertahankan kehadiran petugas keamanan di setiap gerai.

- Terus meningkatkan manajemen risiko bisnis melalui pelaksanaan tugas komite manajemen risiko, yang bertaggung jawab untuk: (i) menangani asuransi dan perencanaan penanggulangan bencana; (ii) mengembangkan dan menjalankan program pencegahan kerugian yang efektif; (iii) mengawasi kepatuhan terhadap standar prosedur operasional Perseroan dan kontrol atas seluruh organisasi, dan (iv) mengatur infrastruktur keamanan Perseroan.

- Terus mengusahakan efisiensi dan penghematan di seluruh gerai.

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 programmes; (iii) monitoring compliance with the Company's standard operating procedures and controls across the organisation; and (iv) managing the Company's security infrastructure.

- Continue to seek efficiencies and savings across all stores and expense headings.

MEMPERKUAT DAN MENANAMKAN SUATU BUDAYA PERSEROAN YANG BERORIENTASI KEPADA PELANGGAN

Manajemen percaya bahwa memperkokoh budaya perusahaan Matahari yang berorientasi kepada pelanggan akan meningkatkan daya saing jangka panjang Perseroan.

Matahari akan terus menanamkan budaya ini melalui serangkaian pelatihan untuk karyawan mengenai inisiatif-inisiatif yang berfokus pada pelanggan dan standar kualitas pelayanan, serta memberdayakan para staf dalam berinteraksi dengan pelanggan secara efektif dengan membangun motivasi dan percaya diri mereka. Matahari akan terus meninjau dan memperbarui program-program tersebut, dan terus merekrut, mengembangkan dan mempertahankan karyawan-karyawan berbakat (termasuk karyawan vendor konsinyasi) guna menjaga standar yang tinggi dan konsisten serta memperkuat posisi kompetitif usaha.

Perseroan akan terus menjalankan strateginya dalam mengidentifikasi dan mengembangkan pemimpin-pemimpin potensial di antara seluruh karyawan yang nantinya mampu mendukung perluasan jaringan gerai dan rencana pertumbuhan usaha. Perseroan senantiasa menerapkan tes dan program pelatihan yang dirancang untuk mengidentifikasi staf dengan potensi manajerial, dan menyempurnakan program-program tersebut sesuai kebutuhan.

STRENGTHENING AND EMBEDDING A CUSTOMER-ORIENTED CORPORATE CULTURE

Management believes that strengthening Matahari's customer-oriented corporate culture will enhance the Company's long-term competitiveness.

Matahari will continue to embed this culture by training employees on customer-centric initiatives and service quality standards, and by empowering them to engage more effectively with customers by building their motivation and self-confidence. Matahari will continue to review and update these programmes, and will also continue 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 will continue to pursue its strategy of identifying and developing potential leaders among its employees in support of its plans to expand the store network and grow the business. The Company will therefore continue to implement testing and training programmes designed to identify staff with management potential, and refine these programmes to meet its needs.

PROSPEK USAHA

Manajemen sangat optimis mengenai prospek Matahari di tahun mendatang, dan berharap untuk dapat memanfaatkan posisi dominan Matahari dalam segmen *department store* yang belum tergarap di Indonesia, terutama karena saat ini Matahari merupakan satu-satunya operator *department store* di Indonesia yang melayani segmen pendapatan menengah yang terus berkembang. Mengantisipasi perbaikan ekonomi yang didorong peningkatan anggaran belanja Pemerintah dan kondisi investasi yang membaik, Perseroan berharap dapat mendorong pertumbuhan melalui ekspansi jaringan gerai baru, dengan pembukaan 6-8 gerai baru direncanakan untuk tahun 2016. Selain itu, dengan prospek 54 lokasi yang sudah dievaluasi sebagai lokasi gerai baru yang layak, Perseroan memiliki prospek yang positif untuk ekspansi jaringan berkelanjutan setelah tahun 2016. Faktor lain yang menguntungkan Perseroan adalah infrastruktur logistik Matahari yang berbiaya rendah dan mempunyai cakupan nasional, memberikan keuntungan kompetitif bagi Perseroan dalam berekspansi.

Manajemen percaya bahwa masih ada banyak ruang untuk meningkatkan produktivitas gerai melalui pengembangan program barang dagangan Matahari secara terus menerus, terutama merek-merek eksklusifnya, dengan memperkuat diferensiasi dan mencakup jumlah poin harga yang lebih besar, sejalan dengan meningkatnya kesejahteraan dan keragaman dalam segmen konsumen berpendapatan menengah.

BUSINESS PROSPECTS

Management is very optimistic about the outlook for Matahari in the coming year, and expects to be able to capitalise on the growth opportunities offered by Indonesia's underpenetrated department store segment to leverage Matahari's market leading position, particularly as Matahari is currently the only major department store operator in Indonesia catering to the fast-growing middle-income segment. With an upturn in the economy anticipated on the back of increased Government spending and an improved investment climate, the Company expects to be able to drive growth through the ongoing expansion of the store network, with 6-8 new store openings planned for 2016. In addition, the Company's robust pipeline of 54 viable sites affords considerable options for a continued expansion of the network beyond 2016. Another factor in the Company's favour is Matahari's cost-efficient logistics infrastructure, which has nationwide coverage, giving the Company a strong competitive advantage with regard to expansion.

Management believes that there is further scope to grow store productivity through the continued development of Matahari's merchandise programmes, particularly its exclusive brands, by strengthening differentiation and covering a greater number of price points in anticipation of growing demand from an increasingly diverse, sophisticated and affluent middle income consumer segment.



TINJAUAN TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE OVERVIEW





STRUKTUR TATA KELOLA PERSEROAN

CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE

PRAKTIK TATA KELOLA

Sebagai salah satu jaringan *department store* terkemuka di Indonesia, Matahari Department Store berupaya untuk tumbuh secara berkelanjutan dengan memberikan manfaat serta bertindak atas dasar kepentingan terbaik para pemegang saham dan pemangku kepentingan. Karena itu kami berkomitmen untuk menanamkan prinsip-prinsip tata kelola yang baik di dalam Perseroan. Prinsip-prinsip tersebut, yakni transparansi, akuntabilitas, bertanggung jawab, mandiri, adil dan kesamaan hak, ditanamkan di seluruh operasi Perseroan. Prinsip-prinsip tersebut membentuk dasar Pedoman Perilaku (*Code of Conduct*) Perseroan.

GOOD GOVERNANCE IN PRACTICE

As one of Indonesia's foremost department store chains, Matahari Department Store seeks sustainable growth by creating value for and acting in the best interests of all its shareholders and stakeholders. We are therefore committed to upholding the highest standards of corporate governance and ensuring that good corporate governance (GCG) principles, namely transparency, accountability, responsibility, independence, fairness and equality, are embedded across all our operations. These principles form the basis of our corporate Code of Conduct.





Kami berharap untuk terus menyempurnakan penerapan dan efektivitas tata kelola perusahaan yang baik sehingga kami dapat:

1. Terus mengkonsolidasi hubungan antara Dewan Komisaris dan Direksi;
2. Terus memperkuat fungsi pengawasan dan pengelolaan Perseroan;
3. Memastikan akurasi dan integritas keuangan;
4. Memastikan pengungkapan informasi secara tepat waktu;
5. Membuat keputusan secara etis dan akuntabel;
6. Mengidentifikasi dan mengelola risiko;
7. Menjunjung hak pemegang saham secara konsisten;
8. Memberikan remunerasi yang sesuai dan bertanggung jawab;

Selain itu juga memastikan kepatuhan pada hukum dan ketentuan yang berlaku secara berkesinambungan.

Kerangka tata kelola perusahaan Matahari mengharuskan pemisahan yang jelas antara pengawasan dan pengambilan keputusan dalam Perseroan. Faktor utama lainnya dalam kerangka tata kelola perusahaan adalah kerangka kontrol internal yang kuat, komite audit, audit

We aspire to continually improve the application and effectiveness of GCG in the Company so that we can:

1. Continue to consolidate the relationship between the Board of Commissioners and the Board of Directors;
2. Continue to strengthen the Company's supervisory and management functions;
3. Ensure financial accuracy and integrity;
4. Ensure timely disclosure of information;
5. Make ethical and accountable decisions;
6. Identify and manage risk;
7. Uphold shareholders' rights consistently;
8. Provide appropriate remunerations responsibly;

And ensure continued compliance with all applicable laws and regulations.

Matahari's corporate governance framework ensures that there is a clear separation of the oversight and decision making functions within the Company. Other key elements of the corporate governance framework are a robust internal control framework, an audit committee,

internal dan eksternal, pengelolaan risiko, program *whistleblowing*, pemberian informasi *online* yang lengkap dan tepat waktu, dan fungsi Sekretaris Perseroan yang proaktif. Semua elemen ini ditinjau secara rutin agar dapat selalu mendukung cakupan dan skala operasi usaha kami yang terus berkembang.

Matahari telah mengadopsi praktik Tata Kelola Perusahaan yang baik dan terus melakukan peningkatan dalam implementasinya. Hal ini tercermin dalam kenaikan peringkat di ASEAN Corporate Governance Scorecard, yang setiap tahun menilai praktik terbaik tata kelola perusahaan dalam skala regional. Matahari juga berada pada posisi 30 teratas perusahaan publik di regional dengan tata kelola perusahaan yang baik.

STRUKTUR TATA KELOLA PERUSAHAAN

Sesuai dengan UU Perseroan Terbatas dan UU Pasar Modal di Indonesia, institusi tertinggi di Matahari adalah para Pemegang Saham yang harus bertemu setidaknya setahun sekali. Dewan Komisaris mengawasi dan memberikan panduan kepada Direksi yang membuat keputusan strategis dalam pengelolaan Perseroan. Kedua

internal and external audit, risk management, a whistleblowing programme, full and timely disclosure of information online, and a proactive Corporate Secretarial function. All these elements are regularly reviewed to ensure they can provide effective support and assurance for the increasing scope and scale of our operations.

Matahari has adopted Good Corporate Governance practice and continue to make improvements in its implementation, which is reflected in its improved ranking on the ASEAN Corporate Governance Scorecard, which annually benchmarks best practice in corporate governance in the region. Matahari is among the top 30 publicly listed companies in the region for good corporate governance.

CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE

In accordance with Indonesia's corporate and capital market laws, the highest governing body in Matahari is the Shareholders, who must meet at least once every year. The Board of Commissioners supervises and advises the Board of Directors, who makes strategic decisions on the management of the Company. The two boards







"

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM (RUPS) MEMBUAT KEPUTUSAN PERSEROAN, MELIPUTI PEMBAYARAN DIVIDEN, PENGANGKATAN DAN PEMBERHENTIAN ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI, SERTA PERUBAHAN ANGGARAN DASAR.

"

Dewan ini terpisah, dan tidak ada satu individual pun yang merangkap menjadi anggota dari kedua Dewan tersebut. Hak-hak dan kewajiban 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. 58 oleh Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito, SH tanggal 26 Juni 2015.

are separate, and no individual may serve concurrently as a member of both boards. The rights and obligations of each member of the Board of Commissioners and the Board of Directors are described the Company's Articles of Association, which were approved by the General Meeting of Shareholders pursuant to the Company Law as well as the rules and regulations of the Financial Services Authority (Otoritas Jasa Keuangan, or OJK), and the Indonesia Stock Exchange (IDX). In the day-to-day management and decision making of the Company and the execution of its strategies, the Board of Directors is supported by the Board of Management.

The members of the Board of Commissioners and Board of Directors are appointed and dismissed by the General Meeting of Shareholders (GMS). Pursuant to the Company's Articles of Association, members of 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. Members may be reappointed for the subsequent period, without prejudicing the right of the GMS to dismiss them at any time. The present members of the Boards of Commissioners and Directors were appointed pursuant to Notarial Deed No. 58 of Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito, SH dated June 26, 2015.

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) membuat keputusan atas tindakan korporasi utama Perseroan, meliputi pembayaran dividen, pengangkatan dan pemberhentian anggota Dewan Komisaris dan Direksi, serta perubahan Anggaran Dasar.

Seluruh aspek implementasi RUPS Matahari sepenuhnya tunduk pada Peraturan OJK No. 32/POJK.04/2014 yang dikeluarkan pada tanggal 8 Desember 2014.

Rapat Umum Pemegang Saham tahun 2015 dilaksanakan pada tanggal 28 Mei 2015 di Ruang Monas 2, Hotel Aryaduta, Jalan Prapatan Kav. 44-48, Jakarta, dan dihadiri oleh pemegang saham atau kuasanya yang mewakili 75,6% dari saham yang beredar. Pada rapat tersebut, Perseroan diwakili oleh dua anggota Dewan Komisaris, empat anggota Direksi, Chief Financial Officer, dan Sekretaris Perusahaan. Rapat tersebut dipimpin oleh Komisaris Independen dan tata tertib rapat dibacakan sebelum RUPS berlangsung.

GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

The General Meetings of Shareholders decides 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 changes to the Article of Association.

All aspects of the implementation of Matahari's General Meeting of Shareholders are fully compliant with the provisions of OJK Rule No. 32/POJK.04/2014, which was issued on December 8, 2014.

The 2015 Annual General Meeting of Shareholders was held on May 28, 2015 in the Monas 2 Room of the Aryaduta Hotel, Jalan Prapatan Kav. 44-48, Jakarta, and was attended by shareholders or their proxies representing 75.6% of outstanding shares. The Company was represented at the meeting two members of the Board of Commissioner, four members of the Board of Directors, the Chief Financial Officer and the Corporate Secretary. The meeting was chaired by the Independent Commissioner and the meeting's rules of order was read out 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 buku yang berakhir pada 31 Desember 2014 serta laporan tugas pengawasan oleh Dewan Komisaris.

   b) Menyetujui dan mengesahkan Laporan Keuangan Tahunan Perseroan tahun buku 2014, sebagaimana telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan (anggota dari PricewaterhouseCoopers) dalam laporan suratnya tertanggal 13 Februari 2015 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 2014 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, kerja sama, 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 2014 dan sampai dengan tanggal ditutupnya Rapat hari ini sepanjang tercermin dalam Laporan Direksi perseroan serta Laporan Keuangan Tahunan Perseroan.

2. Menyetujui pembagian keuntungan dan penggunaan keuntungan Perseroan tahun buku 2014 sebesar Rp 1.419.118.097.184,- (satu triliun empat ratus sembilan belas miliar seratus delapan belas juta sembilan puluh tujuh ribu seratus delapan puluh empat rupiah) sebagai berikut:

   a) Menggunakan Rp 851.448.495.744,- (delapan ratus lima puluh satu miliar empat ratus empat puluh delapan juta empat ratus sembilan puluh lima ribu tujuh ratus empat puluh empat rupiah) untuk dibayarkan sebagai dividen tunai yang dibagikan kepada 2.917.918.080 (dua miliar sembilan ratus tujuh belas juta sembilan ratus

The following resolutions were decided at the meeting:

1. a) Received and approved the Board of Directors' report on the Company's operation and financial activities for the book year ended on 31 December 2014 and the oversight reports of the Board of Commissioners.

   b) Approved and ratified the financial statements for book year 2014, as audited by the Public Accountant Firm of Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Partner (PricewaterhouseCoopers global network member) in their report dated 13 February, 2015 with an unqualified opinion, and granted full release and discharge (acquit et decharge) to all members of the Board of Commissioners and Board of Directors of the Company during book year 2014 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 the book year 2014 and until the closing date of the AGMS as reflected in the Board of Directors' Report and in the Company's financial statement.

2. Approved the distribution of the dividend, and the use of the net income of book year 2014 of Rp 1,419,118,097,184.- (one trillion, four hundred nineteen billion, one hundred eighteen million, ninety-seven thousand and one hundred eighty-four rupiah) as follows:

   a) The amount of Rp 851,448,495,744 (eight hundred fifty-one billion, four hundred forty-eight million, four hundred ninety-five thousand, seven hundred forty-four rupiah) to be paid as a cash dividend, distributed to 2,917,918,080 (two billion, nine hundred seventeen million, nine hundred eighteen thousand and eighty rupiah) of the Company's total

delapan belas ribu delapan puluh) saham yang telah dikeluarkan oleh Perseroan atau sebesar Rp 291,80 (dua ratus sembilan puluh satu koma delapan rupiah) per saham;

b) Sisa laba bersih sebesar Rp 567.669.601.440 (lima ratus enam puluh tujuh miliar enam ratus enam puluh sembilan juta enam ratus satu ribu empat ratus empat puluh 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 2015 dan memberikan wewenang kepada Direksi Perseroan untuk menetapkan honorarium dan persyaratan lain pengangkatan tersebut.

4. Memberikan wewenang pada Direksi Perseroan, dengan hak substitusi, untuk melakukan segala tindakan sehubungan dengan perubahan Anggaran Dasar Perseroan sehubungan dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.32/POJK.04/2014 tentang Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Perseroan Terbuka, dan No.30/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perseroan Publik.

5. a) Menyetujui proposal mengenai komposisi Direksi dan Dewan Komisaris sebagai berikut:

issued shares, or Rp 291.80 (two hundred ninety-one point eight zero rupiah) per share;

b) The remaining net profit of Rp 567,669,601,440 (five hundred sixty seven billion and six hundred sixty nine million and six hundred one thousand and four hundred forty rupiah) will be recorded as retained earnings of the Company.

c) Authorised the Board of Directors of the Company, with the substitution rights, to perform any necessary action and to conduct the dividend distribution.

3. Granted authority to the Board of Commissioners and/or Board of Directors of the Company to choose and appoint a registered public accountant firm to audit the financial statements of the Company for book year 2015, and authorised the Board of Directors to determine the fees and other terms and conditions in relation to the appointment.

4. Authorised the Board of Directors of the Company, with substitution rights, to perform any necessary actions to amend the Company's Articles of Association in accordance with the Financial Services Authority Regulation No.32/POJK.04/2014 concerning the Plan and Organisation of the General Meeting of Shareholders of a Public Company, and No.33/POJK.04/2014 concerning the Board of Directors and Board of Commissioners of Issuers or Public Companies.

5. a) Approving the proposal concerning the composition of Board of Directors and Board of Commissioners, as follows:

DEWAN KOMISARIS
Board of Commissioners

Posisi	Nama | Name	Position
Presiden Komisaris Independen	John Bellis	President Commissioner – Independent
Komisaris Independen	Jonathan Limbong Parapak	Commissioner – Independent
Komisaris	Sigit Prasetya	Commissioner
Komisaris	Henry Jani Liando	Commissioner
Komisaris	William Travis Saucer	Commissioner
Komisaris	John Riady	Commissioner
Komisaris Independen	Herbert Stepic	Commissioner - Independent
Komisaris	Niel Byron Nielson	Commissioner

DIREKSI
Board of Directors

Posisi	Nama | Name	Position
Presiden Direktur	Bunjamin Jonatan Mailool	President Director
Wakil Presiden Direktur	Larry Michael Remsen	Vice President Director
Direktur	Andy N. Purwohardono	Director
Direktur (tidak ter-afiliasi)	Andre Rumantir	Director (non-affiliated)

Serta menyetujui pengunduran diri Rene Mang Wing Ming dari posisinya sebagai Dewan Komisaris dan Joo Suk Kim dari posisinya sebagai Direksi, serta Wai Hoong Fock dari posisinya sebagai Direksi.

b) Menyetujui usulan atas sistem remunerasi, termasuk gaji atau honorarium dan tunjangan atau remunerasi lainnya, bagi anggota Dewan Komisaris dengan landasan perumusan berdasarkan orientasi kinerja, persaingan pasar, dan penyelarasan kapasitas finansial Perseroan, serta hal-hal lain yang diperlukan dengan batasan 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 melaksanakan segala tindakan terkait pengangkatan anggota Dewan Komisaris dan Direksi, termasuk tetapi tidak terbatas pada pendaftaran susunan Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan dalam Daftar Perseroan dan untuk mengajukan serta menandatangani semua permohonan dan dokumen lainnya yang diperlukan.

6. Menyetujuan dan/atau mengesahkan penegasan kembali susunan pemegang saham dalam Perseroan sebagai berikut:

a) PT MULTIPOLAR Tbk sebagai pemilik dan/atau pemegang saham 20,48% saham;

Therefore, approved the resignation of Rene Mang Wing Ming from his position as the Board of Commissioners and Joo Suk Kim from his position as the Board of Directors, as well as Wai Hoong Fock from his position as the Board of Directors.

b) Approved the proposal of remuneration, including salary and/or honorarium and allowances or other remuneration for the members of Board of Commissioners, formulated on the basis of a performance-oriented formula, market competitiveness, and alignment of the Company's financial capacity, and other things 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 enforce the remuneration system, including the honorarium, allowances, salaries, bonuses, and other remuneration for the members of the Board of Directors of the Company, formulated on the basis of a performance-oriented formula, market competitiveness, and alignment with the Company's financial capacity, as well as other matters, as necessary.

d) Granted authority and power with substitution rights to the Board of Directors to perform any actions related to the appointment of the above members of the Board of Commissioners and Board of Directors, including but not limited to registering the members of the Board of Commissioners and Board of Directors on the Company's Register, and to submit and sign all requests and other documents required.

6. Approved and/or ratified the re-affirmation of the Company's shareholders after the share offering, as follows:

a) PT MULTIPOLAR Tbk as the owner and/or the shareholder of 20.48% shares;

b) ASIA COLOR COMPANY LIMITED sebagai pemilik dan/atau pemegang saham 2.00% saham

c) MASYARAKAT sebagai pemilik dan/atau pemegang saham 77,52% saham;

Namun, mempertimbangkan kepemilikan saham oleh Asia Color Company Limited (ACC) di bawah 5%, di mana tidak ada keperluan untuk mencatatkan secara terpisah saham di struktur kepemilikan saham, maka kepemilikan saham ACC akan diklasifikasikan ke dalam kepemilikan saham Publik.

Struktur kepemilikan saham di Perseroan setelah penawaran saham adalah sebagai berikut:

a) PT MULTIPOLAR TBK sebagai pemilik dan/atau pemegang saham dari 597.529,500 (lima ratus sembilan puluh tujuh juta lima ratus dua puluh sembilan ribu lima ratus) saham senilai Rp 76.579.934.250 (tujuh puluh enam miliar lima ratus tujuh puluh sembilan juta sembilan ratus tiga puluh empat ribu dua ratus lima puluh rupiah), mewakili 20,48% dari total saham Perseroan yang dikeluarkan dan dibayar penuh, dengan rincian sebagai berikut:

1. 1.188.290 (satu juta seratus delapan puluh delapan ribu dua ratus sembilan puluh) saham Seri A senilai Rp 5.941.450.000 (lima miliar sembilan ratus empat puluh satu juta empat ratus lima puluh ribu rupiah);
2. 44.017.453 (empat puluh empat juta tujuh belas ribu empat ratus lima puluh tiga) saham Seri B senilai Rp 15.406.108.550 (lima belas miliar empat ratus enam juta seratus delapan ribu lima ratus lima puluh rupiah);
3. 552.323.757 (lima ratus lima puluh dua juta tiga ratus dua puluh tiga ribu tujuh ratus lima puluh tujuh) saham Seri C senilai Rp 55.232.357.700 (lima puluh lima miliar dua ratus tiga puluh dua juta tiga ratus lima puluh ribu tujuh ratus rupiah).

b) MASYARAKAT sebagai pemilik dan/atau pemegang saham dari 2.320.388.580 (dua miliar tiga ratus dua puluh juta tiga ratus delapan puluh delapan ribu lima ratus delapan puluh) saham senilai Rp 310.213.857.750 (tiga ratus sepuluh miliar dua ratus tiga belas juta delapan ratus lima puluh tujuh ribu tujuh ratus lima puluh rupiah), mewakili 79,52% dari total saham Perseroan yang dikeluarkan dan dibayar penuh, dengan rincian sebagai berikut:

b) ASIA COLOR COMPANY LIMITED as the owner and/or the shareholders 2.00% shares

c) The PUBLIC as the owner and/or shareholders of 77.52% shares;

However, considering that the stake owned by Asia Color Company Limited (ACC) represents less than 5% of the shares, such that it is not necessary to record the shares separately in the shareholding structure, ACC's shareholding will be classified as a Public shareholding.

The shareholding structure in the Company after the share offering is as follows:

a) PT MULTIPOLAR TBK as the owner and/or the shareholder of 597,529,500 (five hundred ninety seven million and five hundred twenty nine thousand and five hundred) worth Rp 76,579,934,250 (seventy six billion and five hundred seventy nine million and nine hundred thirty four thousand and two hundred fifty rupiah) shares represents 20.48% of the Company's total issued and fully paid shares, with details as follows:

1. 1,188,290 (one million and one hundred eighty eight thousand and two hundred ninety) Seri A shares worth Rp 5,941,450,000 (five billion and nine hundred forty one nillion and four hundred fifty thousand rupiah);
2. 44,017,453 (forty-four million and seventeen thousand and four hundred fifty three) Seri B shares worth Rp 15,406,108,550 (fifteen billion and four hundred six million and one hundred eight thousand and five hundred fifty rupiah);
3. 552,323,757 (five hundred fifty-two million and three hundred twenty-three thousand and seven hundred fifty-seven) Seri C shares worth Rp 55,232,375,700 (fifty five billion and two hundred thirty two million and three hundred seventy five thousand and seven hundred rupiah).

b) The PUBLIC as the owner and/or the shareholder of 2,320,388,580 (two billion and three hundred twenty million and three hundred eighty eight thousand and five hundred eighty) shares worth Rp 310,213,857,750 (three hundred ten billion and two hundred thirteen million and eight hundred fifty seven thousand, and seven hundred fifty rupiah) represents 79.52% of the Company's total issued and fully paid shares, with details as follows:

1. 4.980.670 (empat juta sembilan ratus delapan puluh ribu enam ratus tujuh puluh) saham seri A senilai Rp 24.903.350.000 (dua puluh empat miliar sembilan ratus tiga juta tiga ratus lima puluh ribu rupiah);
2. 215.078.867 (dua ratus lima belas juta tujuh puluh delapan ribu delapan ratus enam puluh tujuh) saham Seri B senilai Rp 75.277.603.450 (tujuh puluh lima miliar dua ratus tujuh puluh tujuh juta enam ratus tiga ribu empat ratus lima puluh rupiah);
3. 2.100.329.043 (dua miliar seratus juta tiga ratus dua puluh sembilan ribu empat puluh tiga) saham Seri C.

1. 4,980,670 (four million and nine hundred eighty thousand and six hundred seventy) Seri A shares worth Rp 24,903,350,000 (twenty four billion and nine hundred three million and three hundred fifty thousand rupiah);
2. 215,078,867 (two hundred fifteen million and seventy eight thousand and eight hundred sixty seven) Seri B shares worth Rp 75,277,603,450 (seventy five billion and two hundred seventy seven million and six hundred and three thousand and four hundred fifty rupiah);
3. 2,100,329,043 (two billion one hundred million three hundred and twenty nine thousand and forty three) Series C shares.

DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris melakukan pengawasan terhadap pengelolaan Perseroan melalui supervisi, 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 tiga Komisaris Independen (salah satunya adalah Presiden Komisaris) dari keseluruhan delapan 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.

Pengangkatan, susunan, tugas, tanggung jawab dan proses Dewan Komisaris sudah mematuhi Peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014 tertanggal 8 Desember 2014, mengenai Direksi dan Dewan Komisaris Perseroan.

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

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 three Independent Commissioners (one of whom is the President Commissioner) out of a total of eight Commissioners, which fulfils 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.

The appointment, composition, roles, responsibilities and process of the Company's Board of Commissioners are compliance with the provisions of OJK Rule No. 33/POJK.04/2014 dated December 8, 2014, regarding the Boards of Directors and Boards of Commissioners of Public Companies.

Pursuant to Article 16 clause 7 of the Company's Articles of Association, members of the Board of Commissioners are appointed and dismissed by the General Meeting of Shareholders, effective as of the date specified at the GMS that appointed them until the closing of the

sesudah tanggal pengangkatan, dan dapat diangkat kembali untuk periode berikutnya, tanpa mengurangi hak RUPS untuk memberhentikan sewaktu-waktu. Pada tanggal 28 Mei 2015, Pemegang Saham menerima pengunduran diri Rene Mang Wing Ming dari Dewan Komisaris dan mengangkat Herbert Stepic, John Riady, dan Niel B. Nielson sebagai Komisaris.

Komposisi Dewan Komisaris saat ini adalah sebagai berikut:

third Annual GMS after the date of appointment, and may be reappointed for the subsequent period, without prejudicing the right of the GMS to dismiss them at any time. On May 28, 2015, the Shareholders accepted the resignation of Rene Mang Wing Ming from the Board of Commissioners and appointed Herbert Stepic, John Riady, and Niel B. Nielson as Commissioners.

The current composition of the Board of Commissioners was as follow:

Posisi	Nama | Name	Position
Presiden Komisaris Independen	John Bellis	President Commissioner – Independent
Komisaris Independen	Jonathan Limbong Parapak	Commissioner – Independent
Komisaris	Sigit Prasetya	Commissioner
Komisaris	Henry Jani Liando	Commissioner
Komisaris	William Travis Saucer	Commissioner
Komisaris	John Riady	Commissioner
Komisaris Independen	Herbert Stepic	Commissioner - Independent
Komisaris	Niel Byron Nielson	Commissioner

Profil singkat anggota Dewan Komisaris dapat dilihat pada halaman 300-303 di Laporan Tahunan ini.

Brief profiles of the Board of Commissioners members are to be found on page 300-303 of this Annual Report.

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 juga memantau dan mendukung implementasi tata kelola Perseroan yang baik dan pemenuhan kewajiban dan komitmen tanggung jawab sosial (CSR) Perseroan. Mereka juga mempunyai peran penting dalam memberikan nasihat dan menyetujui rencana strategis Perseroan serta implementasi rencana strategis oleh Direksi dalam mencapai tujuan usaha.

RAPAT DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris memastikan dialog rutin antara anggota-anggotanya dengan mengadakan rapat setiap kuartal dan rapat interim yang dianggap perlu.

Rapat Dewan yang dijadwalkan untuk tahun 2015 dan 2016 telah ditetapkan dan didistribusikan kepada anggota-anggota oleh Sekretaris Perusahaan (atas nama Ketua), masing-masing pada tanggal 29 Oktober 2014 dan 9 Oktober 2015. Untuk rapat-rapat lainnya,

DUTIES AND RESPONSIBILITIES

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 also monitor and support the implementation of good corporate governance in the Company as well as the fulfilment of the Company's corporate social responsibility (CSR) obligations and commitments. In addition, they play an essential role in advising on and approving the Company's strategic direction as well as the Directors' execution of strategic plans to achieve corporate objectives.

BOARD OF COMMISSIONERS' MEETINGS

The Board of Commissioners ensures a regular dialogue between its members by holding meetings every quarter, and may hold interim meetings whenever deemed necessary.

The Board meeting schedules for 2015 and 2016 were decided and distributed to the members by the Corporate Secretary (on behalf of the Chairman) on October 29, 2014 and October 9, 2015, respectively. For all other meetings, notice is given by the Chairman

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 2015 mencapai 100%, sehingga kuorum tercapai pada semua rapat. Sesuai dengan Peraturan OJK No.33/POJK.04/2014, yang mengharuskan Dewan Komisaris untuk menyelenggarakan rapat setidaknya sekali setiap dua bulan, Dewan Komisaris melaksanakan 6 rapat selama tahun 2015.

of the Board of Commissioners or by two other Commissioners. Joint Board meetings are chaired by the Chairman or by a Commissioner chosen by the other members during the meeting.

A quorum is reached when more than 50% of all members of the Board of Commissioners are in attendance or, in the case of joint meetings, when more than 50% of the Board of Commissioners and Board of Directors are present. Each Board member has one vote and is allowed to represent one other member by proxy if so instructed.

Meetings are chaired by one of the Commissioners, with one other member being responsible for recording the minutes of each meeting. Attendance at meetings in 2015 averaged 100%, ensuring that a quorum was achieved at all the meetings. In compliance with OJK Rule No. 33/POJK.04/2014, which requires the Board of Commissioners to meet at least once every 2 (two) months, the Board of Commissioners held 6 meetings in 2015.

Name	Jumlah Kehadiran Total attendance	Percentage
John Bellis	6	100
Jonathan Limbong Parapak	6	100
Sigit Prasetya	6	100
Henry Jani Liando	6	100
William Travis Saucer	6	100
John Riady*	5	100
Herbert Stepic*	5	100
Niel Byron Nielson*	5	100

Bergabung dengan Perseroan sebagai Komisaris pada tanggal 28 Mei 2015 *

*Joined the Company as Commissioners on May 28, 2015

RAPAT DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Dewan Komisaris memastikan dialog rutin antara kedua dewan dengan mengadakan rapat tahunan dan kuartalan dengan Direksi, serta rapat interim saat dianggap perlu.

Jadwal rapat Dewan untuk tahun 2015 dan 2016 telah ditetapkan dan didistribusikan kepada anggota-anggota oleh Sekretaris Perusahaan (atas nama Ketua), masing-masing pada tanggal 29 Oktober 2014 dan 9 Oktober 2015.

Pada tahun 2015, Perseroan mengadakan 6 rapat gabungan Dewan Komisaris dan Direksi. Sebagaimana tercantum pada Peraturan OJK No.33/POJK.04/2014 bahwa Dewan Komisaris diharuskan menyelenggarakan

BOARD OF COMMISSIONERS AND BOARD OF DIRECTORS MEETINGS

The Board of Commissioners ensures a regular dialogue between the two boards by holding annual and quarterly meetings with the Board of Directors, as well as interim joint meetings whenever deemed necessary.

The schedule of joint Board meetings for 2015 and 2016 were decided and distributed to the members by the Corporate Secretary (on behalf of the Chairman) on October 29, 2014 and October 9, 2015, respectively.

In 2015, the Company held 6 joint meetings of the Board of Commissioners and Board of Directors. This is in compliance with OJK Rule No. 33/POJK.04/2014, which states that the Board of Commissioners shall be required to meet with the

rapat bersama Direksi setidaknya satu kali dalam empat bulan, dan Direksi diharuskan menyelenggarakan rapat bersama Dewan Komisaris setidaknya satu kali dalam empat bulan. Kuorum tercapai jika lebih dari 50% anggota Dewan Komisaris dan Direksi hadir.

Board of Directors at least once every four months, and that the Board of Directors shall be required to hold joint meetings with the Board of Commissioners at least once every four months. A quorum is reached when more than 50% of the members of the Board of Commissioners and Board of Directors are present.

Name	Jumlah Kehadiran Total attendance	Percentage
John Bellis	6	100
Jonathan Limbong Parapak	5	83
Sigit Prasetya	6	100
Henry Jani Liando	5	83
William Travis Saucer	6	100
John Riady*	4	100
Herbert Stepic*	4	100
Niel Byron Nielson*	3	75
Bunjamin Jonatan Mailool	6	100
Michael Remsen	6	100
Wai Hoong Fock**	2	100
Andy N. Purwohardono	6	100
Andre Rumantir	4	66

Bergabung dengan Perseroan sebagai Komisaris pada tanggal 28 Mei 2015 *
Efektif mengundurkan diri per tanggal 28 Mei 2015.**

*Joined the Company as Commissioners on May 28, 2015
** Effectively resigned as of May 28, 2015.

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 Tim Manajemen, serta memastikan penerapan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik.

a. Basis Hukum Pembentukan

Komite Audit Perseroan telah sesuai dengan peraturan baru yakni Peraturan OJK No.55/POJK.04/2015 yang dikeluarkan pada tanggal 23 Desember 2015 tentang Pembentukan dan Pedoman Kerja Komite Audit dan Peraturan Bursa Efek Jakarta No. Kep-305/BEJ/07-2004 tanggal 19 Juli 2004.

b. Struktur dan Keanggotaan

Susunan Komite Audit saat ini 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 provide assistance in their oversight of the Board of Directors and the Board of Management, and to provide assurance on the application of good corporate governance principles.

a. Legal Basis for Establishment

The Company's Audit Committee has complied with the provisions of the new rule of OJK No. 55/POJK.04/2015 which was issued on 23 December 2015 concerning the Establishment and Work Guidelines of Audit Committee and Jakarta Stock Exchange Regulation No. Kep-305/BEJ/07-2004 dated 19 July 2004.

b. Structure and Membership

The current composition of the Audit Committee is as follows:

Posisi	Nama | Name	Position
Ketua	John Bellis	Chairman
Anggota	DR. Isnandar Rachmat Ali	Member
Anggota	Farid Harianto	Member

Anggota dan Ketua Komite Audit bersifat independen dan tidak memiliki 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.

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.

Komposisi Komite Audit di atas sesuai dengan keputusan Dewan Komisaris yang tercantum dalam Surat Edaran No. 02/Dekom-MDS/X/2015 tanggal 19 Oktober 2015.

The composition of the Audit Committee is in accordance with a decision of the Board of Commissioners, as stated in Circular No. 02/Dekom-MDS/X/2015 dated October 19, 2015.

Profil singkat anggota Komite Audit dapat dilihat pada halaman 313 dari Laporan Tahunan ini.

Brief profiles of the Audit Committee members are to be found on page 313 of this Annual Report.

c. Tugas dan Tanggung Jawab

Tugas utama Komite Audit adalah membantu Dewan Komisaris dengan meninjau, antara lain:

1. Hasil keuangan Perseroan dan informasi keuangan terkait lainnya;
2. Kepatuhan Perseroan kepada peraturan yang relevan;
3. Efektivitas kegiatan dan kontrol internal Perseroan; dan
4. 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.

c. Duties and Responsibilities

The principal duties of the Audit Committee are to assist the Board of Commissioners by reviewing, among other matters:

1. The Company's financial results and other related financial information;
2. The Company's compliance with the relevant regulations;
3. The effectiveness of the Company's internal controls and activities; and
4. 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.

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;

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;

- 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. Jika diperlukan, Komite Audit melakukan diskusi intensif dengan Manajemen, serta dengan auditor internal dan eksternal.

d. Frekuensi dan Kehadiran Rapat
Komite Audit bertemu empat kali sepanjang tahun 2015, dengan tingkat kehadiran 100%.

- 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.

In order to perform its tasks effectively, the Audit Committee has full access to all financial reports, internal audit findings and minutes from Board of Directors' meetings. Whenever necessary, the Audit Committee conducts intensive discussions with Management, as well as with the Internal and External Auditors.

d. Meeting Frequency and Attendance
The Audit Committee met four times in 2015, with an attendance rate of 100%.

Name	Jumlah Kehadiran Total attendance	Percentage
John Bellis	4	100
DR. Isnandar Rachmat Ali	4	100
Farid Harianto*	1	100
Prawiro Widjaja**	3	100

Ditunjuk sebagai Komite Audit pada 19 Oktober 2015 *
Digantikan sebagai Komite Audit efektif tanggal 19 Oktober 2015 **

* Appointed as Audit Committee on October 19, 2015
** Effectively replaced as Audit Committee on October 19, 2016

LAPORAN KOMITE AUDIT
AUDIT COMMITTEE REPORT

Untuk memenuhi ketentuan sebagaimana diatur dalam Peraturan Bapepam-LK No. IX.I.5, Keputusan Ketua Bapepam No. Kep-29/PM/2004 jo Kep-643/BL/2012 jo Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55/POJK.04/2015 tanggal 29 Desember 2015 tentang Pembentukan Dan Pedoman Pelaksanaan Kinerja Komite Audit, dan Peraturan Bursa Efek Indonesia No. I-A tentang Pencatatan Saham dan Efek Bersifat Ekuitas Selain Saham yang Diterbitkan oleh Perusahaan Tercatat tanggal 20 Januari 2014, 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 2015.

2. Menelaah independensi dan obyektifitas 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

In compliance with the regulation as stipulated in the Bapepam-LK's regulation No. IX.I.5, Chairman of Bapepam's Decree No. Kep-29/PM/2004 jo Kep-643/BL/2012 jo. Financial Services Authority's Regulation No. 55/POJK.04/2015 dated 29 December 2015 regarding Establishment And Guidelines Implementation of The Audit Committee's Performance, and the Indonesia Stock Exchange Regulation No. I-A regarding the Registration of Shares and Equity-like Securities Issued by Listed Companies dated 20 January 2014, we as the Audit Committee of the Company 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, 2015

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

Audit Internal, kami melakukan pengamatan atas prosedur dan kebijakan akuntansi, pengujian efektivitas pengawasan terpadu dalam kegiatan operasional dan mencermati serta melakukan diskusi secara intensif dengan Manajemen, Auditor Internal dan Eksternal.

Memenuhi kewajiban pengungkapan hasil penelaahan Komite Audit dalam Laporan Tahunan Perseroan, berikut kami sampaikan bahwa :

a. Kegiatan usaha Perseroan dijalankan dengan pengendalian internal yang cukup efektif, yang secara terus menerus ditingkatkan kualitasnya, sesuai dengan kebijakan yang digariskan oleh Direksi serta diawasi oleh Dewan Komisaris.

b. Laporan keuangan yang telah disusun dan disajikan dengan baik memenuhi prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia.

c. Perseroan telah mematuhi peraturan perundang-undangan pasar modal dan peraturan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan Perseroan.

d. Pemilihan Akuntan Publik untuk tahun 2015 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 28 Mei 2015.

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.

report, the Internal Auditors' findings, the Audit Committee has examined the Company's accounting policies and procedures, tested the effectiveness of its internal control and conducted intensive discussions with the Management, Internal and the External Auditors.

In the fulfillment of its responsibility to disclose its examination results to the Company's Annual Report, the Audit Committee herewith reports that:

a. The Company's business activities have been conducted under an effective internal control, whose quality has been continually improved in accordance with the policies set by the Board of Directors under the supervision of the Board of Commissioners.

b. The financial statements have been properly prepared and presented in accordance with generally accepted accounting principles in Indonesia.

c. The Company has complied with the capital market and other regulations relevant to its activities.

d. The appointment of the External Auditors for 2015 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 May 28, 2015.

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 25 Februari 2016 / February 25, 2016
Audit Committee of PT Matahari Department Store Tbk,

John Bellis
KETUA | CHAIRMAN

Farid Harianto
ANGGOTA | MEMBER

DR. Isnandar Rachmat Ali
ANGGOTA | MEMBER

KALENDER 2016 KOMITE AUDIT
Audit Comitee 2016 Calendar

No.	Responsibilities	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	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 computerised 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	√	√	√	√		

KALENDER 2016 KOMITE AUDIT
Audit Comitee 2016 Calendar

No.	Responsibilities	Q1	Q2	Q3	Q4	Year End	As Required
	b. Any difficulties encountered in the course of the audit work of the independent auditor or internal audit, including any restrictions on the scope of their work or access to required information	√	√	√	√		
	c. Any changes required in planned scope of the audit plans of the independent auditor or internal audit	√	√	√	√		
20	Participate in a telephonic meeting among finance management, the internal audit executive and the independent auditor before each earnings release to review the earnings release and financial information	√	√	√	√	√	
21	Review with the independent auditor the following:						
	a. Alternative treatments of financial information within generally accepted accounting principles related to material items that have been discussed with management, ramifications of use of the alternative disclosures and treatments, and the treatment preferred by the independent auditor	√			√		√
	b. Other material written communications between the independent auditor and management (i.e schedule unadjusted differences)						√
	c. Any correspondence with regulators or governmental agencies, and any published reports that raise material issues, concerning the company's financial statements or accounting policies						√
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 programmes, 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, serta kriteria dan peraturan pengangkatan anggota Komite Nominasi dan Remunerasi didiskusikan dan diputuskan berdasarkan keputusan Rapat Dewan Komisaris.

Perseroan tunduk terhadap Peraturan OJK No. 34/ POJK.04/2014 tertanggal 8 Desember 2014, tentang Komite Nominasi dan Remunerasi.

a. Struktur dan Keanggotaan

Perseroan telah melakukan perubahan dalam keanggotaan Komite Nominasi dan Remunerasi sehingga sejak tanggal 13 Agustus 2015, komposisi anggota Komite Nominasi dan Remunerasi Perseroan terdiri dari Komisaris Independen Perseroan yang merupakan ketua komite, anggota Dewan Komisaris Perseroan, dan Manager Sumber Daya Manusia. Keanggotaan Komite Nominasi dan Remunerasi Perseroan telah sesuai dengan Peraturan OJK No. 34/POJK.04/2014 tertanggal 8 Desember 2014, tentang Komite Nominasi dan Remunerasi.

Anggota Komite Nominasi dan Remunerasi saat ini adalah sebagai berikut:

NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE

The Board of Commissioners established the Nomination and Remuneration Committee to provide support for its supervision of 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 decision of Board of Commissioner Meeting.

The Company is in compliance with OJK Rule No. 34/ POJK.04/2014, dated December 8, 2014, regarding the Nomination and Remuneration Committee.

a. Structure and Membership

The Company has changed the composition of Nomination and Remuneration Committee, and as at 13 August 2016, the composition of Nomination and Remuneration Committee is consist of Commissioner Independent as the chairman, member of the Company's Board of Commissioner, and Manager of Human Resources. The composition of Nomination and Remuneration Committee is in compliance with OJK Rule No. 34/ POJK.04/2014, dated December 8, 2014, regarding the Nomination and Remuneration Committee.

The current members of the Nomination and Remuneration Committee are as follows:

Posisi	Nama | Name	Position
Ketua	Jonathan L. Parapak	Chairman
Anggota	Sigit Prasetya	Member
Anggota	Jenny Hendra	Member

Profil singkat anggota Komite Nominasi dan Remunerasi dapat ditemukan di halaman 314 Laporan Tahunan ini.

Brief profiles of the Nomination and Remuneration Committee members are to be found on page 314 of this Annual Report.

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Nominasi dan Remunerasi bertanggung jawab untuk:

1. Memberikan rekomendasi kepada Dewan Komisaris mengenai kebijakan sumber daya manusia, termasuk tetapi tidak terbatas pada kebijakan nominasi, remunerasi, program pengembangan

b. Duties and Responsibilities

The Nomination and Remuneration Committee is responsible for:

1. Providing recommendation to the Board of Commissioners regarding human resource policies, including but not limited to policies on nomination, remuneration, talent management, retention,

kemampuan, retensi, rencana suksesi, desain organisasi, dan rekrutmen untuk Dewan Komisaris dan Direksi;
2. Membantu Dewan Komisaris dalam melakukan penilaian kinerja Direksi dan/atau Dewan Komisaris sesuai dengan tolak ukur yang telah disusun sebagai bahan evaluasi;
3. Memberikan usulan calon yang memenuhi syarat sebagai Direksi dan/atau Dewan Komisaris kepada Dewan Komisaris untuk disampaikan kepada RUPS;
4. Membantu Dewan Komisaris dalam melakukan penilaian kinerja dengan kesesuaian remunerasi yang diterima masing-masing anggota Direksi dan/atau Dewan Komisaris.

succession planning, training, organisation design and recruitment for Board of Directors and Board of Commissioners;
2. Assisting the Board of Commissioners in performance evaluation for the Director and/or Commissioner pursuant to the benchmark arranged as the evaluation material;
3. Proposing candidate qualifying as the Director and/or Commissioner to the Board of Commissioners to be presented at the GMS;
4. Assisting the Board of Commissioners in evaluation performance in adjustment with Remuneration received by any Director and/or Commissioner.

c. Frekuensi dan Kehadiran Rapat

Komite Nominasi dan Remunerasi bertemu 3 kali pada tahun 2015, dengan tingkat kehadiran mencapai 100%. Jumlah Rapat Komite Nominasi dan Remunerasi telah sesuai dengan Peraturan OJK No. 34/POJK.04/2014 yang mengharuskan rapat Komite Nominasi dan Remunerasi diselenggarakan paling kurang satu kali dalam empat bulan.

c. Meeting Frequency and Attendance

The Nomination and Remuneration Committee met 3 times in 2015, representing an attendance rate of 100%. Total of meetings is in accordance with OJK Rule No. 34/ POJK.04/2014, which requires the meeting of Nomination and Remuneration Committee shall be held periodically at least once in 4 (four) months

Name	Jumlah Kehadiran Total attendance	Percentage
Jonathan L. Parapak	4	100
Sigit Prasetya	4	100
Bunjamin J. Mailool*	2	100
Michael Remsen*	2	100
Jenny Hendra**	2	100

Digantikan sebagai Komite Nominasi dan Remunerasi efektif tanggal 13 Agustus 2015 *
Ditunjuk sebagai Komite Nominasi dan Remunerasi pada 13 Agustus 2015 **

* Effectively replaced as Nomination dan Remuneration Committee on Augusts 13, 2015
** Appointed as Nomination dan Remuneration Committee on Augusts 13, 2015

PENILAIAN KINERJA ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Penilaian kinerja individual anggota-anggota Dewan Komisaris dan Direksi dilakukan secara tahunan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi.

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 annually by the Nomination and Remuneration Committee.

KEBIJAKAN REMUNERASI BAGI ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Nilai remunerasi yang diterima Dewan Komisaris dan Direksi ditentukan dan diajukan setahun sekali oleh

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 and

Komite Nominasi dan Remunerasi. Dewan Komisaris meninjau penghitungan jumlah remunerasi tersebut dan mengajukannya ke Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan untuk dimintakan persetujuan.

Penghitungan remunerasi untuk anggota Dewan Komisaris dan Direksi untuk tahun 2015, yang telah disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham tahunan pada tanggal 28 Mei 2015 telah mempertimbangkan 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.

Selain itu, 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 2015, total remunerasi yang disetujui RUPS untuk anggota Dewan Komisaris berjumlah Rp 4,7 miliar, dan untuk anggota Direksi, Rp 21,2 miliar.

proposed annually by the Nomination and Remuneration Committee. The Board of Commissioners reviews their calculation of this remuneration and proposes it to the Annual General Meeting of Shareholders for their approval.

The calculation of the remuneration for members of the Board of Commissioners and Board of Directors for book year 2015, which was approved at the Annual General Meeting of Shareholders on May 28, 2015, took into account factors such as individual performance; the Company's results, market competitiveness, and financial capacity; and other matters. The collective amount was limited to 0.2% of the Company's net sales.

In addition, the General Meeting of Shareholders also authorised the Board of Commissioners to design, establish and implement the remuneration system, including honoraria, allowances, salaries, bonuses and other remuneration for the members of the Company's Board of Directors.

In 2015 the total remuneration approved by the GMS for the members of the Board of Commissioners amounted to Rp 4.7 billion, and for the members of the Board of Directors, Rp 21.2 billion.

DIREKSI

Sesuai dengan 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.

Pengangkatan, susunan, peran, tanggung jawab dan proses dari Direksi tunduk pada Peraturan OJK No. 33/POJK.04/2014 tertanggal 8 Desember 2014, tentang Direksi dan Dewan Komisaris Perusahaan Publik.

Sebagaimana dicantumkan dalam Anggaran Dasar Perseroan, dua anggota Direksi dapat mewakili Perseroan secara hukum, kecuali dalam beberapa tindakan berikut ini yang membutuhkan persetujuan tertulis dari Dewan Komisaris:

BOARD OF DIRECTORS

Pursuant to 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, with th purpose of achieving 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.

The appointment, composition, roles, responsibilities and process of the Company's Board of Directors are in compliance with the provisions of OJK Rule No. 33/POJK.04/2014, dated December 8, 2014, regarding the Boards of Directors and Boards of Commissioners of Public Companies.
As specified in the Company's Articles of Association, two members of the Board of Directors can legally represent the Company, except in respect of the following actions, which require the written approval of the Board of Commissioners:

1. 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);
2. Membeli/menjual atau menerima/membebaskan aset tidak bergerak yang dimiliki Perseroan, kecuali untuk tujuan kegiatan usaha Perseroan;
3. Menahan atau menjaminkan aset tidak bergerak yang dimiliki oleh Perseroan;
4. Melakukan investasi atau divestasi modal di dalam perusahaan lain; dan
5. Menunjuk, membebaskan hak atas, atau menjaminkan lebih dari 50% aset Perseroan dalam satu tahun nansial dalam satu transaksi atau beberapa serial transaksi.

1. Borrowing or lending certain amounts 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 amounts of monies from the existing credit facilities and in the ordinary course of the Company's business activities);
2. Purchasing/selling or receiving/releasing immovable assets owned by the Company, except for the purpose of the Company's business activities;
3. Encumbering or pledging immovable assets owned by the Company;
4. Investing or divesting capital in other companies; and
5. Assigning, releasing rights in respect of, or pledging up to 50% of the Company's assets in one financial year in a transaction or a series of transactions.

STRUKTUR DAN KEANGGOTAAN

Per tanggal 31 Desember 2015, Direksi terdiri dari empat anggota, termasuk satu Presiden Direktur, satu Wakil Presiden Direktur dan dua Direktur. Sesuai dengan 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 28 Mei 2015, Wai Hoong Fock efektif mengundurkan diri sebagai Direktur Perseroan. Anggota-anggota Direksi saat ini adalah sebagai berikut:

STRUCTURE AND MEMBERSHIP

As of December 31, 2015, the Board of Directors consists of four members, namely the President Director, one Vice President Director and two Directors. In accordance with Article 13 clause 3 of the Company's Article of Association, members of the Board of Directors are appointed and dismissed by the General Meeting of Shareholders, effective as of the date specified by the GMS that appointed them until the closing of the third Annual GMS after the date of appointment. Members may be reappointed for the subsequent period, without prejudicing the right of the GMS to dismiss them at any time.

On May 28, 2015, Wai Hoong Fock effectively resigned as a Director of the Company. The current composition of the Board of Directors is as follows:

Posisi	Nama | Name	Position
Presiden Direktur	Bunjamin Jonatan Mailool	President Director
Wakil Presiden Direktur	Larry Michael Remsen	Vice President Director
Direktur	Andy N. Purwohardono	Director
Direktur (tidak ter-afiliasi)	Andre Rumantir	Director (non-affiliated)

Profil singkat anggota Direksi dapat dilihat pada halaman 304-305 di Laporan Tahunan ini.

Brief profiles of the Board of Directors members are to be found on page 304-305 of this Annual Report.

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB

Direksi mewakili Perseroan dalam masyarakat dan mempunyai tanggung jawab keseluruhan untuk mengelola usaha Perseroan, dan mengoordinasi kegiatan-kegiatan Perseroan secara efektif untuk memastikan pencapaian tujuan strategisnya. Direksi bertemu secara rutin untuk mendiskusikan dan mencari

DUTIES AND RESPONSIBILITIES

The Board of Directors represents the Company in public and is responsible for the overall running of the Company's business, and for coordinating the Company's activities in such a way as to ensure the achievement of its strategic objectives. The Board meets regularly to discuss matters that require their

solusi untuk hal-hal yang membutuhkan perhatian sesegera mungkin. Untuk mengimplementasikan tanggung jawabnya, Direksi didukung oleh Tim Manajemen yang setiap anggotanya adalah ahli di bidangnya masing-masing.

immediate attention and to determine appropriate solutions. In executing this responsibility, 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 2015 dan 2016 sudah ditetapkan dan didistribusikan kepada anggota-anggota oleh Sekretaris Perusahaan (atas nama Ketua), masing-masing pada tanggal 29 Oktober 2014 dan 9 Oktober 2015.

BOARD OF DIRECTORS' MEETINGS

The schedule of Board meetings for 2015 and 2016 were decided and distributed to the members by the Corporate Secretary (on behalf of the Chairman) on October 29, 2014 and October 9, 2015, respectively.

Direksi bertemu setidaknya setiap bulannya untuk mendiskusikan kinerja operasional Perseroan dan hal-hal strategis lainnya, dan dapat bertemu di waktu lain apabila diminta oleh 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 2015 memenuhi persyaratan kuorum.

The Board of Directors meets at least once a month to discuss the Company's operational performance and other strategic matters, and may meet at any other time if requested by one or more Directors. The President Director chairs the meetings. 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 2015 fulfilled the quorum requirements.

Sesuai dengan Peraturan OJK No.33/POJK.04/2014 yang menyatakan bahwa Direksi harus menyelenggarakan rapat setidaknya sekali dalam satu bulan, Direksi mengadakan 12 rapat di tahun 2015.

In accordance with OJK Rule No. 33/POJK.04/2014, which states that the Board of Directors must meet at least once a month, the Board of Directors held 12 meetings in 2015.

Name	Jumlah Kehadiran Total attendance	Percentage
Bunjamin Jonatan Mailool	12	100
Michael Remsen	12	100
Wai Hoong Fock*	5	100
Andy N. Purwohardono	11	91
Andre Rumantir	12	100

Mengundurkan diri efektif tanggal 28 Mei 2015 *

*Effectively resigned as of May 28, 2015

TIM MANAJEMEN

Direksi didukung oleh Tim Manajemen yang terdiri dari Senior Management Executive, yang merupakan ahli di bidangnya masing-masing, dengan tugas dan wewenang yang serupa dengan anggota Direksi.

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 Tim Manajemen konsisten dengan visi, misi, nilai-nilai dan

BOARD OF MANAGEMENT

The Board of Directors is supported by a Board of Management consisting of senior management executives, all of whom are experts in their respective fields, and whose duties and authority similar to those of the Board of Directors.

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

strategi Perseroan, dan dimaksudkan untuk menjamin implementasi tata kelola Perseroan yang baik melalui garis wewenang dan kontrol yang jelas.

Company's vision, mission, values and strategies, and are intended to assure the implementation of good corporate governance by providing clear lines of control and authority.

STRUKTUR DAN KEANGGOTAAN

Tim Manajemen terdiri dari sepuluh anggota, termasuk seorang Chief Executive Officer; seorang Chief Financial Officer; tujuh direktur yang masing-masing bertanggung jawab untuk unit usaha Perseroan yang berbeda; dan seorang Consignment Merchandise Operations Officer.

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 | Position	Nama | Name
Chief Excecutive 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

Profil singkat anggota Tim Manajemen dapat dilihat pada halaman 306-311 di Laporan Tahunan ini.

Brief profiles of the Board of Management members are to be found on page 306-311 of this Annual Report.

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB

Tugas dan tanggung jawab Tim Manajemen adalah untuk:

1. Mengembangkan rencana strategis dan operasional 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 Perseroan di seluruh operasi Matahari di seluruh organisasi.
8. Mengkomunikasikan kebijakan strategis sumber daya manusia Matahari kepada karyawan di setiap

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 organisation.
8. Communicate Matahari's strategic human resource policies to employees at all levels, using media that are easily accessible by employees.

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.

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.

Name	Jumlah Kehadiran Total attendance	Percentage
Michael Remsen	45	100
Richard Gibson	45	100
Keith Jones	43	96
Sunny Setiawan	45	100
Christian Kurnia	43	96
Irwin Abuthan	45	100
Martinus Laihad	45	100
Andre Rumantir	44	98
Miranti Hadisusilo	43	96
Bob E. Baublits	43	96

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 serta mengidentifikasi dan mengevaluasi lokasi-lokasi potensial untuk gerai-gerai baru.

a. Struktur dan Keanggotaan

Komposisi Komite Real pada tahun 2015 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 assists the Board of Directors by monitoring major development projects and identifying and assessing potential locations for new stores.

a. Structure and Membership

The composition of the Real Estate Committee in 2015 was as follows:

Posisi	Nama | 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:

1. Mengawasi implementasi rencana ekspansi *real estate* Perseroan;
2. Mengevaluasi dan menyetujui lokasi-lokasi gerai baru sesuai dengan tujuan investasi internal Perseroan;
3. Memantau kemajuan proyek pengembangan properti yang sedang berjalan sesuai dengan anggaran dan jadwal waktu yang sudah ditentukan sebelumnya; dan
4. 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:

1. Overseeing the implementation of the Company's real estate expansion plans;
2. Evaluating and approving new store locations in accordance with the Company's internal investment goals;
3. Monitoring the progress of all ongoing property development projects in accordance with the predetermined timeline and budget; and
4. Evaluating and providing feedback on the Company's expansion programme, from planning and implementation to ongoing performance assessments.

Name	Jumlah Kehadiran Total attendance	Percentage
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 memiliki sebelas anggota di tahun 2015 yang 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 has eleven members, who in 2015 were:

Posisi	Nama | 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 (i) memastikan produk-produk Perseroan dipublikasikan secara efektif melalui promosi dan kampanye serta (ii) untuk mengembangkan citra Perseroan, merek-merek eksklusif dan merek paten/hak cipta lainnya.

b. Duties and Responsibilities
The Marketing Committee is responsible for (i) ensuring that the Company's products are publicised effectively through promotions and campaigns and (ii) for developing the Company's image, exclusive brands and other trademarks.

Name	Jumlah Kehadiran Total attendance	Percentage
Christian Kurnia	45	100
Sunny Setiawan	45	100
Bob E. Baublits	45	100
Diah Minarni	43	96
Tanty Muliawan	44	98
Dharsana Sulistijo	45	100
Tjhai A Eng	45	100
Titin Widodo	44	98
Richard Edgar	45	100
Mutia H. Djajakirana	43	96
Kusuma Yudhi	42	93

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 2015, sebagai berikut:

RISK MANAGEMENT COMMITTEE
The Risk Management Committee assists the Board with the development, implementation, management and improvement of enterprise-wide risk management policies.

a. Structure and Membership
The Risk Management Committee comprised five members in 2015, as follows:

Posisi	Nama | 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:
1. Mengembangkan dan mengelola program keamanan, asuransi, pemulihan bencana dan pencegahan kerugian;
2. Memastikan kepatuhan pada prosedur operasi standar dan kontrol di seluruh Perseroan; dan
3. Menyelidiki laporan melalui mekanisme *whistleblower*.

b. Duties and Responsibilities
The primary responsibilities of the Risk Management Committee are to:
1. Develop and manage security, insurance, disaster recovery and loss prevention programmes;
2. Ensure Company-wide compliance with standard operating procedures and controls; and
3. Investigate reports received through the whistleblower mechanism.

Name	Jumlah Kehadiran Total attendance	Percentage
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 melalui Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan atas rekomendasi Komite Audit. Sesuai dengan keputusan yang diambil dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada tanggal 28 Mei 2015, Perseroan menunjuk Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan, firma anggota PricewaterhouseCoopers International Limited, sebagai auditor independen yang mengaudit laporan keuangan Matahari untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2015. Mitra penandatangan untuk PwC adalah Subianto, S.E., CPA yang telah menandatangani laporan keuangan audit Perseroan untuk 1 tahun fiskal.

PwC telah mengaudit laporan keuangan Perseroan untuk enam tahun fiskal terakhir, sementara akuntan yang ditunjuk telah mengaudit laporan keuangan Perseroan untuk satu tahun fiskal. Jasa yang disediakan PwC sepenuhnya untuk mengaudit laporam keuangan Perseroan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2015, di mana PwC memperoleh pembayaran sebesar Rp 3,1 miliar. PwC tidak memberikan jasa non-audit sepanjang 2015.

EXTERNAL AUDIT

The Company's external auditor is appointed by the Annual General Meeting of Shareholders based on the Audit Committee's recommendation. In accordance with the decision taken at the Annual General Meeting of Shareholders on May 28, 2015, the Company appointed the Public Accountant Firm of Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Partner, a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, as the independent auditor to audit Matahari's financial statements for the year ending December 31, 2015. The signing partner for PwC was Ade Subianto, S.E., CPA who has signed the Company's audited financial statements for 1 fiscal year.

PwC has audited the Company's financial statements for the last six fiscal years, while the appointed accountant has audited the Company's financial statements for one fiscal year. The services rendered by PwC consisted solely of auditing the Company's financial statements for the year ending December 31, 2015, for which PwC was paid a fee of Rp 3.1 billion. PwC did not provide any non-audit services in 2015.

LEMBAGA PENUNJANG PASAR MODAL

Untuk memfasilitasi bisnisnya, Matahari menggunakan jasa dari berbagai lembaga pendukung Perseroan profesional, termasuk konsultan hukum, auditor independen, penilai dan aktuaris. Pada tahun 2015, pembayaran yang dilakukan kepada lembaga-lembaga tersebut mencapai total Rp 21,2 miliar.

CAPITAL MARKET SUPPORTING INSTITUTIONS

To facilitate its business, Matahari uses the services of several professional corporate support institutions and agencies, including lawyers, independent auditors, appraisers and actuaries. In 2015 the fees paid to such institutions amounted to a total of Rp 21.2 billion.

SEKRETARIS PERUSAHAAN

Sekretaris Perusahaan Matahari merupakan penghubung Perseroan dengan otoritas jasa keuangan, investor, analis dan masyarakat, yang bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan Perseroan kepada peraturan-peraturan yang berlaku serta kepada prinsip tata kelola Perusahan yang baik.

Sekretaris Perusahaan adalah Miranti Hadisusilo, yang diangkat pada tanggal 15 Oktober 2010 sesuai Keputusan Direksi PT Matahari Department Store Tbk

CORPORATE SECRETARY

Matahari's Corporate Secretary is the Company's primary point of contact for the financial regulatory authorities, investors, analysts and the public, and is responsible for ensuring that the Company's compliance obligations under the prevailing laws and requirements of the regulatory authorities are met.

The Corporate Secretary is Miranti Hadisusilo, who was appointed on October 15, 2010, pursuant to Decision of the Board of Directors of PT Matahari Department Store





103/MDS/X/2010 mengenai Pengangkatan Sekretaris Perusahaan. Profil singkat Sekretaris Perusahaan dapat ditemukan di halaman 315 laporan tahunan ini.

Pada tanggal 8 Desember 2014, OJK mengeluarkan peraturan baru, yakni Peraturan OJK No. 35/POJK.04/2014 mengenai Sekretaris Perusahaan. Pengangkatan, peran, dan tanggung jawab Sekretaris Perusahaan Matahari sepenuhnya tunduk pada peraturan baru tersebut.

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB

Sesuai dengan Peraturan OJK No. 35/POJK.04/2014 dan peraturan Perseroan, tugas Sekretaris Perusahaan meliputi:

1. Mengikuti perkembangan pasar modal, terutama perubahan pada hukum dan peraturan;
2. Memberikan saran kepada Direksi tentang kepatuhan pada UU No. 8/1995 tentang Pasar Modal dan peraturan pelaksanaannya;
3. Bertindak sebagai perantara antara Perseroan, OJK dan masyarakat untuk mengungkapkan informasi yang relevan dengan status Perseroan sebagai perseroan publik (seperti informasi tentang kinerja dan kegiatan operasional Perseroan);
4. 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.

PROGRAM DAN IMPLEMENTASI

Kegiatan Sekretaris Perusahaan di tahun 2015 termasuk sebagai berikut:

1. Menghubungkan antara Perseroan dengan otoritas jasa keuangan, investor, analis dan masyarakat umum, serta bertanggung jawab untuk persiapan dan penyebaran informasi material kepada pihak-pihak tersebut;
2. Menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan eksternal dan memastikan pengungkapan informasi mengenai kinerja, operasi dan hal lain yang menyangkut Matahari secara tepat waktu;
3. Memfasilitasi pencatatan, penyebaran dan penyimpanan notulensi rapat-rapat Dewan Komisaris, Direksi, dan Manajemen.
4. Mengoordinasi Rapat Umum Pemegang Saham;
5. Menyerahkan 137 laporan wajib ke otoritas yang relevan, termasuk Laporan Kuartalan, Laporan Manajemen dan Laporan Tahunan; dan
6. Mengoordinasi pencairan dana untuk program Tanggung Jawab Sosial Perseroan.

Tbk 103/MDS/X/2010 regarding the Appointment of the Corporate Secretary. Her profile can be found on page 315 of this annual report.

On December 8, 2014, the Financial Services Authority (Otoritas Jasa Keuangan – OJK) issued a new rule, OJK Regulation No. 35/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

In accordance with OJK Regulation No. 35/POJK.04/2014 and the Company's statutes, the Corporate Secretary's duties include:

1. Staying abreast of all developments in the capital market, particularly changes to statutory laws and regulations;
2. Advising the Board of Directors on compliance with the provisions of Law No. 8/1995 concerning the Capital Market, and its implementing regulations;
3. Acting as the intermediary between the Company, the Financial Services Authority and the public on the disclosure information relevant to the Company's status as a public company (such as information on the Company's performance and operating activities);
4. Facilitating the recording and archiving 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.

PROGRAMMES AND IMPLEMENTATION

In 2015 the Corporate Secretary's activities 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 positive relationships with external stakeholders and facilitating the timely disclosure of information on Matahari's performance, operations and other issues;
3. Ensuring that the minutes of BOC, BOD and BOM meetings were properly recorded, disseminated and archived;
4. Coordinating the General Meeting of Shareholders;
5. Submitting a total of 137 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 programme.

SISTEM PENGAWASAN DAN PENGENDALIAN INTERNAL
INTERNAL CONTROL AND MONITORING SYSTEM

BUDAYA KORPORASI

Sejalan dengan filosofinya, Matahari berusaha menciptakan lingkungan kerja yang aman, tentram dan sejahtera, dengan keyakinan bahwa karyawan yang termotivasi dan memperoleh kepuasan dari pekerjaan mereka akan membantu mewujudkan pengalaman berharga bagi konsumen. Karena itu, seluruh anggota organisasi diharapkan untuk memenuhi Kode Etik Matahari.

Sebagai tambahan, Perseroan menjangkau karyawan melalui sistem Tiga Pilar, yang terdiri dari Ikatan Karyawan Matahari (IKM), Forum Bipartit, dan Koperasi Karyawan di setiap gerai. Interaksi dengan dan antara ketiga badan ini memastikan bahwa Matahari dapat mempertahankan sistem operasional bermutu tinggi dan terus memberikan layanan konsumen berkualitas premium, sekaligus menjaga kepercayaan dari pemangku kepentingan.

CORPORATE CULTURE

In line with its philosophy, Matahari strives to create a safe, peaceful and prosperous working environment, in the belief that motivated employees who derive satisfaction from their work help to create a rewarding experience for customers. All members of the organisation are therefore expected to live up to the Company's Code of Conduct.

In addition, the Company engages employees through the Three Pillars: the Matahari Employees' Association (Ikatan Karyawan Matahari, or IKM), the Bi-Partite Forums, and the Employee Cooperatives in each store. The interaction with and between these three bodies ensures that Matahari can maintain operational excellence and continue to deliver premium customer service while maintaining the trust of its stakeholders.

ETIKA KORPORASI

Standar etik Perseroan yang ketat didukung oleh pedoman perilaku dan kerangka kontrol internal yang kuat. Kedua elemen ini bekerja sama untuk memastikan kepentingan para pemangku kepentingan selalu terjaga.

CORPORATE ETHICS

The Company's strict ethical standards are underpinned by the Code of Conduct and a robust internal control framework. These two elements work together to ensure that the stakeholders' interests are protected at all times.

PEDOMAN PERILAKU DAN ETIKA BISNIS

Perseroan menjunjung tinggi prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik, yakni transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian, keadilan dan kesetaraan, serta berusaha memastikan bahwa nilai-nilai tersebut diterapkan di setiap aspek operasi Perseroan. Komitmen ini tercantum pada Kode Etik Matahari yang bertindak sebagai panduan bagi Tim Manajemen, Direksi, Dewan Komisaris dan seluruh

CODE OF CONDUCT AND BUSINESS ETHICS

The Company respects the good corporate governance principles of transparency, accountability, responsibility, independence, fairness and equality, and strives to ensure that these are practiced in all aspects of our operations. This commitment is articulated in the Matahari Code of Conduct, which provides guidance for the Board of Management, Board of Directors, Board of Commissioners and all our employees on the accepted

karyawan mengenai standar perilaku saat berinteraksi dengan karyawan lain, pemegang saham, pemasok, dan pejabat setempat dalam pekerjaan mereka. Pedoman Perilaku menghimbau karyawan untuk:

1. Meningkatkan akuntabilitas, transparansi dan kepatuhan kepada hukum dan peraturan yang berlaku;
2. Melakukan tugas dengan tingkat profesionalitas tinggi dan integritas;
3. Menghindari pemberian ataupun penerimaan hadiah dan suap;
4. Menghindari kegiatan yang dapat menimbulkan konflik kepentingan dengan pekerjaannya; dan
5. Melindungi informasi milik Perseroan, baik selama bekerja maupun sesudah tidak bekerja lagi dengan Perseroan.

Seluruh karyawan baru harus memahami dan menandatangani Pedoman Perilaku sebelum bergabung dengan Perseroan, dan melanjutkan komitmen mereka dengan menandatangani kembali Pedoman Perilaku setiap dua tahun. Pedoman Perilaku dipublikasikan secara teratur di dalam Perseroan. Pelanggaran Pedoman Perilaku akan berakibat pada tindakan disipliner, termasuk pemutusan hubungan kerja. Perseroan juga meninjau dan memperbarui Pedoman Perilaku 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 dalam 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.

standards of conduct for their interactions with other employees, shareholders, suppliers, and regulatory officials in the course of their work. The Code of Conduct encourages staff to:

1. Improve accountability, transparency, and compliance with existing laws and regulations;
2. Implement tasks with the highest degree of professionalism and integrity;
3. Avoid giving or accepting inappropriate corporate gifts, bribery and kickbacks;
4. Avoid activities which may give rise to a conflict of interest with their work; and
5. Protect the Company's proprietary information, both during and after their term of employment with the Company.

All new employees must understand and sign the Code upon joining the Company and reiterate their commitment by re-signing the Code every two years. The Code of Conduct is regularly publicised throughout the Company. Any violation of the Code of Conduct may result in disciplinary action, including the termination of employment. The Company regularly reviews and updates the Code of Conduct to ensure congruence with its 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

Sistem pengelolaan risiko Matahari yang komprehensif dirancang untuk melindungi pencapaian tujuan strategis Perseroan, reputasi Perseroan dan keberlanjutan usaha.

Meskipun Direksi, Tim Manajemen, Komite Manajemen Risiko dan posisi manajerial lain yang relevan memiliki tanggung jawab utama untuk mengidentifikasi,

RISK MANAGEMENT

Matahari's comprehensive risk management framework is designed to safeguard the successful achievement of the Company's strategic goals, its reputation, and the sustainability of the business.

Although overall responsibility for identifying, analysing and managing risks rests with the Board of Directors, the Board of Management, the Risk Management

menganalisa dan mengelola risiko, namun Perseroan berusaha menanamkan budaya risiko ke seluruh tingkatan organisasi dengan menjangkau karyawan, pemangku kepentingan dan mitra-mitra usaha untuk berperan dalam mengidentifikasi, memantau dan mengelola risiko secara efektif.

Committee and other relevant management functions, the Company seeks to embed a risk culture at all levels of the organisation, engaging employees, stakeholders and business partners in effectively identifying, monitoring and managing risks.

Tujuan, strategi, organisasi, tata kelola, metodologi, serta proses pemantauan dan pelaporan untuk manajemen risiko dikemukakan dalam Kerangka Manajemen Risiko Perseroan (Enterprise Risk Management Framework). 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 dalam organisasi.

The objectives, strategy, organisation, governance, methodology, monitoring and reporting processes for risk management are set out in the Company's Enterprise Risk Management Framework. The key elements 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. The ERM framework allows the Company to identify and address risks proactively in strategic areas across the organisation.

Komite Manajemen Risiko membantu Direksi untuk mengembangkan, mengimplementasikan, meninjau dan memperkuat strategi Perseroan untuk meminimalkan risiko bisnis. Tugas dan tanggung jawabnya tercantum di dalam Piagam Komite Manajemen Risiko.

The Risk Management Committee assists the Board of Directors to develop, execute, review and strengthen Company-wide strategies to minimise business risks. Their duties and responsibilities are articulated in the Risk Management Committee Charter.

Komite Manajemen Risiko juga bekerja sama dengan Unit Audit Internal, Komite Audit dan auditor eksternal Perseroan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi dan mengurangi risiko dengan meninjau parameter-parameter risiko di berbagai area, terutama pada sistem-sistem penting, area yang memengaruhi biaya dan/atau tingkat profitabilitas, area yang rentan terhadap penipuan ataupun penyalahgunaan wewenang.

The Risk Management Committee also liaises with the Internal Audit Unit, the Audit Committee and the Company's external auditors on identifying, evaluating and mitigating risks by reviewing risk parameters in various areas, particularly critical systems, areas affecting costing and/or profitability, fraud, and abuse of authority.

Seperti usaha-usaha pada umumnya, Perseroan terpengaruhi oleh risiko yang berdampak pada kegiatan operasinya, termasuk risiko terkait kondisi politik dan ekonomi, persaingan usaha, dampak terhadap lingkungan hidup serta kesehatan dan keselamatan kerja. Sebagai bisnis ritel modern, Perseroan juga terpengaruhi oleh risiko keamanan. Untuk meminimalkan risiko ini, Perseroan telah memasang sistem *Electronic Article Surveillance*, termasuk *Closed Circuit Television* (CCTV) untuk mendukung kerja staf keamanan Perseroan. Pada tahun 2015, Perseroan mulai mengembangkan program Pemantauan Terpusat melalui CCTV di gerai tertentu dalam upaya memperkuat pengawasan operasional.

Like all businesses, the Company is exposed to certain risks that may adversely impact its operations. These include risks that arise from political and economic conditions, competition, environmental impact and health and safety. In addition, as a modern retail business, the Company is exposed to security risks. Actions to address these risks include the installation of an advanced Electronic Article Surveillance system, which includes Closed Circuit Television (CCTV), to support the work of the Company's security staff, and in 2015, the Company began to implement Centralised CCTV Monitoring in selected stores to strengthen control of operations.

Demi memperkuat budaya risiko di seluruh organisasi, Perseroan telah 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) yang berisi informasi mengenai risiko utama, praktik terbaik, dan panduan mengenai mitigasi risiko.

Data tentang risiko utama dan pengendalian dalam setiap proses bisnis dihasilkan oleh Proyek Manajemen Risiko, inisiatif yang diluncurkan pada tahun 2012 di seluruh organisasi. Perseroan menggunakan data tersebut untuk mengidentifikasi kemungkinan, kerusakan atau dampak risiko tertentu terhadap situasi keuangan, operasional, karyawan, citra dan reputasi Perseroan, serta peraturan yang berlaku.

Pada tahun 2015, Perseroan menindaklanjuti Proyek Manajemen Risiko dengan melakukan penelaahan kembali seluruh siklus bisnis organisasi untuk memastikan risiko telah diidentifikasi dan rencana mitigasi telah dijalankan secara efektif. Proses ini akan dilakukan setiap dua tahun.

To strengthen the risk culture across the organisation, the Company has been training store operation teams and other divisions at head office and running communication campaigns. In addition, all business process owners (divisions and departments) receive a regular newsletter with updates on key risks and best practices, as well as guidance on risk mitigation.

Data on key risks and controls in each business process is being generated by the Managing Risk Project, an organisation-wide initiative launched in 2012. The Company utilises the data to identify the likelihood, severity or impact of particular risks in relation to the Company's financial situation, operations, employees, image and reputation, and regulatory matters.

In 2015 the Company embarked on the latest phase of the Managing Risk Project, a re-assessment of the entire business cycle to ensure that risks are identified and mitigation plans executed effectively. This will take place every two years.

AUDIT INTERNAL

Perseroan memiliki Unit Audit Internal (IAU), yang melapor secara langsung kepada Presiden Direktur. IAU memberikan penilaian independen mengenai efektivitas pengendalian internal, serta sistem dan implementasi manajemen risiko Perseroan. Selain itu, IAU memberikan jaminan kualitas praktik 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 karena berpotensi menyebabkan dampak negatif terhadap Perseroan dan pemangku kepentingannya.

PIAGAM AUDIT INTERNAL

Piagam Audit Internal mendefinisikan struktur dan posisi Unit Audit Internal (IAU) di dalam Perseroan; kualifikasi, tugas dan tanggung jawab, wewenang auditor, prosedur pengangkatan, penggantian dan penghentiannya, rencana, panduan dan prosedur pelaporan IAU, kemandirian dan objektivitas IAU, serta Kode Etik untuk auditor internal. Piagam Audit Internal dibentuk sesuai dengan Keputusan Ketua Bapepam-LK No.KEP-496/BL/2008 tertanggal 28 November 2008 mengenai Pembentukan dan Panduan untuk Piagam Audit Internal, serta sebagai cerminan komitmen Perseroan akan tata kelola internal yang kokoh. Piagam

INTERNAL AUDIT

The Company's Internal Audit Unit (IAU), which reports to the President Director, provides an independent assessment of the effectiveness of the Company's internal control and risk management systems and execution. The IAU also provides assurance on the overall quality of the Company's corporate governance practices. The IAU conducts regular audits all aspects of the organisation, focusing on processes and functions that have a higher risk rating due to potential adverse impact on the interests of the Company and its stakeholders.

INTERNAL AUDIT CHARTER

The Internal Audit Charter articulates the structure of the IAU and its position 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 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 reflects the Company's commitment

Audit Internal terakhir diperbarui pada 25 Oktober 2013. Sesuai dengan hukum, Piagam tersebut dicantumkan dalam situs Perseroan.

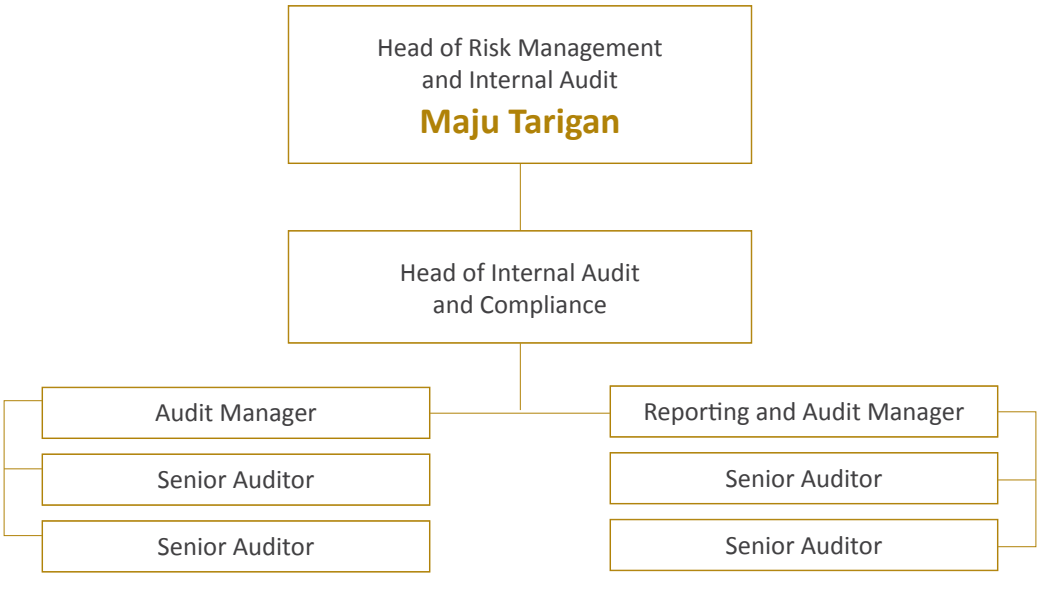
STRUKTUR AUDIT INTERNAL

Kepala IAU dan tim Audit Internal secara struktural bersifat independen dari semua unit bisnis Perseroan. Saat ini, IAU dipimpin oleh Maju Tarigan, yang diangkat pada tanggal 1 Mei 2013. Beliau memimpin tim yang terdiri dari tujuh auditor Perseroan, yang empat di antaranya 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 singkat Maju Tarigan dapat dilihat pada halaman 315.

to strong internal governance. It was last updated on October 25, 2013. As required by law, the Charter is posted on the Company's website.

INTERNAL AUDIT STRUCTURE

The Head of the IAU and the IA team are structurally independent of all the Company's business units. The present head of the IAU is Maju Tarigan, who was appointed on May 1, 2013. He leads a team of seven corporate auditors, four of whom have undergone training for their auditor certification.The Head of the IAU is selected and dismissed by the President Director, pursuant to a Circular Letter regarding the Appointment of the IAU Head, which must be approved by the Board of Commissioners. Maju Tarigan's profile can be seen on page 315.



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 eksekusi tindak lanjut yang terkait;
- 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;

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;
- 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;

- Mempersiapkan laporan temuan audit untuk Presiden Direktur, Dewan Komisaris dan Komite Audit;
- Memberikan rekomendasi perbaikan dan menyediakan informasi objektif 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 PENGENDALIAN 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), serta Prosedur Operasional Standar (SOP) dan referensi Manual Operasi Toko (MOT) yang sebelumnya sudah disetujui oleh Manajemen.

Kecukupan dan efektivitas pengendalian internal dievaluasi secara rutin oleh Departemen Pencegahan Kerugian dan Keselamatan Keamanan dengan melakukan pemeriksaan gerai, penelaahan dan pelatihan semua gerai setidaknya dua kali setahun.

IMPLEMENTASI PROGRAM PADA TAHUN 2015

Pada tahun 2015, program audit internal telah mengkaji 136 gerai, 3 departemen keuangan regional dan 8 departemen (Procurement, Pembelian Langsung Barang Dagangan dan Konsinyansi termasuk Pelayanan Pemasok dan Quality Control/QC, Proyek Gerai Baru, Promosi dan Pemasaran, Real Estate), serta beberapa tambahan penugasan khusus sesuai permintaan Manajemen. Seperti di tahun sebelumnya, hasil keseluruhan memuaskan di segala aspek. Meskipun semua gerai Matahari dinilai berhasil memberikan pengalaman konsumen yang menarik dan positif, namun tetap ada ruang untuk memperkuat pengendalian internal.

SISTEM WHISTLEBLOWING

Integritas bisnis bertumpu pada kemampuan Perseroan dalam menjaga seluruh asetnya, termasuk karyawan, aset fisik dan hak paten milik Perseroan, serta dalam memelihara keamanan dan kesehatan karyawan dan pemasok.

- 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 programmes for quality assessment activities conducted by the Internal Audit Unit.

INTERNAL CONTROL SYSTEM

The IAU audits the Company's operational and financial activities. All audits are conducted with reference to the audit procedure and checklist, which are consistent with the internal control framework issued by the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), as well as the Standard Operating Procedures (SOP) and Store Operational Manual (MOT) approved by Management.

The adequacy and effectiveness of the internal controls are regularly evaluated by the Loss Prevention and Security Safety Department through store reviews, walkthroughs and training for all stores at least twice a year.

PROGRAMME IMPLEMENTATIONS IN 2015

The internal audit programme in 2015 included a review of 136 stores, 3 regional finance departments and 8 departments (Procurement, Merchandising Direct Purchase and Consignment including Supplier Service and Quality Control/QC, Project New Store, Marketing and Promotion, Real Estate) as well as several additional assignments requested by Management. Results were, overall, very satisfactory, in line with the trend of the previous years. However, although all the stores reviewed were considered to be delivering a positive, engaging customer experience, there is still scope for strengthening internal control.

WHISTLEBLOWING SYSTEM

The integrity of the business rests on the Company's ability to safeguard all its assets, including employees, physical assets, and proprietary information, and on maintaining the safety, wellbeing and fair treatment of all the employees and suppliers.

Untuk memastikan bahwa standar etika dijunjung tinggi pada setiap saat, Perseroan membentuk *hotline* pelaporan untuk melaporkan tindakan kelalaian atau pelanggaran Kode Etik. Seluruh karyawan, manajemen, pemasok, dan rekan bisnis sadar akan *hotline* tersebut, yang dikenal sebagai Suara Matahari, dan dapat melaporkan insiden yang terjadi melalui berbagai jalur. Dikelola oleh administrator indepen, Deloitte, Suara Matahari menjamin perlindungan penuh untuk para informan.

Suara Matahari memiliki berbagai fitur sebagai berikut:
1. Sejumlah jalur *hotline* – telepon bebas pulsa, faksimile, situs, email dan kotak pos surat;
2. Sosialisasi kesadaran anti penipuan dan program *whistleblower* kepada seluruh manajemen, karyawan dan pemasok;
3. Operator berpengalaman yang menangani laporan yang masuk ;
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 1500-070. Informan dapat memilih untuk tetap anonim.
2. **Faksimile**
   Laporan dikirimkan melalui faksimile ke nomor (021) 2350-7055
3. **Email**
   Laporan dapat dikirimkan melalui email ke alamat suaramatahari@tipoffs.com. Alamat email informan tidak akan diungkapkan tanpa izin.
4. **Website**
   Informan dapat melapor melalui situs 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 situs 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;

In an effort to ensure that these standards of conduct are upheld at all times, the Company maintains a confidential reporting hotline for reporting suspected malpractice or violations of the Code of Conduct. All employees, management, suppliers and business partners are made aware of the hotline, known as Suara Matahari, and can report incidents through any of the various channels available. Managed by an independent administrator, Deloitte, Suara Matahari guarantees full protection for informants.

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 programme to all management, employees and suppliers;
3. Experienced contact centre operators who handle icoming reports;
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**
   Informants can contact Suara Matahari on 1500-070. Informants may remain completely anonymous if they wish.
2. **Facsimile**
   Reports can be sent by fax to +62 21 2350-7055
3. **Email**
   Reports can be sent via email to suaramatahari@tipoffs.com. The informant's email address will not be disclosed without permission.
4. **Website**
   Informants can report via the Suara Matahari Website at http://suaramatahari.tipoffs.com.sg, giving as much information as much as possible.
5. **Mail**
   Reports can also be sent via regular mail to Suara Matahari PO Box 6670, Central Jakarta.

For all written reports, Informants must attach the disclosure cover sheet to all written reports. This can be downloaded from the website. Informants should provide at least the following information to enable an appropriate course of action to be identified:
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. 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 situs) yang dapat digunakan oleh informan 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 Perseroan.
2. *Partial anonymity*: informan bersedia mengungkapkan identitasnya kepada Deloitte saja. Dalam kasus ini, Deloitte akan menyimpan secara rahasia identitas informan dari Perseroan.
3. *Full anonymity*: informan tidak bersedia mengungkapkan identitasnya baik kepada Deloitte ataupun Perseroan.

Pada tahun 2015, Suara Matahari menangani 37 kasus, termasuk pelanggaran Pedoman Perilaku dan etika kerja, benturan kepentingan dan permintaan atau penerimaan uang dan/atau hadiah dari vendor. Kasus-kasus tersebut melibatkan baik pihak internal maupun eksternal. Di antara 37 kasus, 35 kasus telah diinvestigasi, dengan hasil 22 kasus terbukti dan 13 kasus tidak terbukti. Sementara dua kasus lainnya masih dalam proses pada waktu publikasi Laporan Tahunan ini dibuat.

Perseroan menerima sembilan kasus melalui jalur selain Suara Matahari. Tuduhan-tuduhan tersebut termasuk pelanggaran Pedoman Perilaku dan etika kerja, permintaan atau penerimaan uang dan/atau hadiah dari vendor, benturan kepentingan serta menggunakan uang dan/atau aset Perseroan untuk kepentingan pribadi. Total sembilan kasus sudah diinvestigasi dan tujuh terbukti dan dua kasus lainnya masih dalam proses.

LITIGASI

Selama bisnis berjalan, perselisihan dapat timbul sewaktu-waktu. Meskipun Perseroan telah berusaha keras untuk menyelesaikan perselisihan sebelum berlanjut ke proses litigasi, beberapa di antaranya dilanjutkan ke pengadilan. Pada tahun 2015, Perseroan tidak menghadapi kasus

5. The related nominal or assets;
6. The frequency of the incident(s).

When a report is received, the operator assigns a unique, anonymous reference number to the informant (for reports submitted via telephone, email or the website), which the informant can use to request updates on the progress of the case. The report is assessed by the Deloitte analyst, and the results are 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.

In 2015, Suara Matahari handled 37 cases, including alleged violations of the code of conduct, conflicts of interest, and requests for or receipts of money and/or gifts from vendors. The cases involved both internal and external parties. Of the 37 cases, 35 were investigated, 22 were substantiated and 13 were not substantiated. Two cases were still pending at the time of publication of this Annual Report.

A further nine allegations were reported through channels other than Suara Matahari. These included code of conduct and work ethics violations, requests/ receipts of money and/or gifts from vendors, conflicts of interest and using the Company's money and/or assets for personal benefit. All nine cases have been investigated and seven have been substantiated, while the remaining two cases are still in progress.

LITIGATION

During the normal course of business, disputes may periodically arise. Despite the Company's best efforts to resolve disputes before they proceed to litigation, some may go to court. In 2015, the Company did not face any legal actions that, if they had been decided against the

legal yang dapat berdampak material atau merusak keberlangsungan usaha apabila Perseroan, Dewan Komisaris atau Direksi diputuskan bersalah sekalipun.

AKSES KE INFORMASI

MEDIA SOSIAL

Situs Matahari memberikan informasi terkini mengenai Perseroan kepada konsumen dan masyarakat umum di www.matahari.co.id. Situs ini juga menyediakan berita tentang *department store*, penawaran eksklusif dan promosi, serta informasi tentang lokasi gerai, Matahari Club Card, dan lain sebagainya. Konsumen juga dapat memberikan masukan mengenai produk dan pelayanan Matahari melalui situs tersebut.

Matahari juga memiliki akun dalam berbagai media sosial, meliputi:

Facebook	: mataharidepartmentstore
Twitter	: @gayamatahari
Instagram	: matahari deptstore
Youtube	: Matahari Department Store

SIARAN PERS

Pada tahun 2015, Perseroan merilis 36 siaran pers ke berbagai media mengenai hasil kinerja, produk, aksi korporasi dan acara-acara Matahari. Siaran pers ini juga dapat diakses melalui situs Matahari. Media dapat menghubungi Perseroan melalui surel di corporate. communication.mds@matahari.co.id.

HUBUNGAN INVESTOR

Seluruh informasi mengenai investor dipublikasikan di situs khusus hubungan investor Perseroan, ir.matahari.co.id.

INFORMASI PRODUK

Informasi mengenai produk, promosi dan tawaran terkini dari Matahari bisa didapatkan oleh konsumen melalui brosur, *booklet*, spanduk dan iklan harian di media cetak maupun *online* serta televisi dan radio.

PELAYANAN PELANGGAN

Konsumen dapat menyampaikan keluhan ataupun meminta informasi mengenai produk-produk Matahari, Matahari Club Card atau promosi dan program matahari melalui Halo Matahari, sebuah *call centre* khusus pelayanan pelanggan. Halo Matahari ditangani staf pelayanan pelanggan yang terlatih dan dapat dihubungi melalui telepon di (021) 500-838 setiap hari pada jam 08.00 sampai 22.00.

Company, the Board of Commissioners or the Board of Directors, would have materially affected the Company or jeopardised the continuity of the business.

ACCESS TO INFORMATION

SOCIAL MEDIA

Matahari's website, provides customers and the general public can access the latest information about the Company at www.matahari.co.id. The website also provides news about our department stores, exclusive offers and promotions, as well as information on store locations, Matahari Club Card and much else. Customers can also give their feedback about Matahari's products and services through the site.

Matahari also has a presence on various social media accounts, as follows:

Facebook	: mataharidepartmentstore
Twitter	: @gayamatahari
Instagram	: matahari deptstore
Youtube	: Matahari Department Store

PRESS RELEASES

In 2015, the Company issued 36 press releases to various media outlets regarding our results, products, corporate actions and events. The press releases are also available at the Matahari website. The press can contact the Company through the Company's Corporate Communication email at corporate.communication.mds@matahari.co.id.

INVESTOR RELATIONS

All information pertinent to investors is published on the Company's dedicated Investor Relations website, ir.matahari.co.id.

PRODUCT INFORMATION

Information about Matahari's latest products, promotions and offers is made available to customers in the form of brochures, booklets, banners and daily advertisements in online and print media as well as television and radio.

CUSTOMER SERVICE

Customers can make complaints and inquiries about Matahari's products, Matahari Club Card or Matahari promotions and programmes through the Halo Matahari customer care line. Halo Matahari is staffed by trained customer service officers and can be accessed by phone on (021) 500-838 every day from 08.00 to 22.00.



KEGIATAN KEBERSAMAAN

Matahari mengadakan kegiatan bersama karyawan dan pemasok setiap tahun untuk memperkokoh hubungan antara Perseroan dengan karyawan maupun pemasok, meningkatkan moral, dan menyampaikan informasi mengenai produk dan visi Perseroan serta aksi korporasi dalam suasana yang lebih santai dan informal. Demi mempertahankan hubungan yang terbuka dan transparan dengan investor, Perseroan menyelenggarakan *earnings call* di setiap kuartal dengan pemangku kepentingan serta rapat rutin dan conference call dengan analis. Kehadiran Perseroan di konferensi dan kegiatan kebersamaan tersebut turut membantu dalam menciptakan hubungan kerja yang kuat dengan investor yang sudah ada maupun investor potensial dan analis. Investor juga dapat mengakses informasi dari situs khusus hubungan investor Perseroan, ir.matahari.co.id.

GATHERINGS

Matahari holds annual employee gatherings and supplier gatherings to strengthen the bonds between and the Company and its employees and suppliers, boost morale and communicate messages about the Company's products, vision and corporate actions in a more relaxed and informal setting. To maintain an open and transparent relationship with the investor community, the Company holds quarterly earnings calls with shareholders as well as regular meetings and conference calls with analysts. The Company's attendance at conferences and other gatherings also helps to establish a strong working relationship with current and potential investors and analysts. Investors can also access information from the Company's dedicated Investor Relations website, ir.matahari.co.id.

KOMUNIKASI INTERNAL

Jaringan komunikasi internal Matahari menyediakan portal yang memudahkan karyawan untuk saling berkomunikasi dan berbagi informasi. Perseroan juga menerbitkan majalah internal, Quarterly Manual Magazine (QMM) untuk memberikan berita dan informasi terkait Perseroan kepada karyawan.

INTERNAL COMMUNICATIONS

Matahari's internal communication network provides a convenient platform for employees to keep in touch with each other and share information. The Company also publishes an internal magazine, Quarterly Manual Magazine (QMM), to update employees on Company news and other matters of interest.

KEBIJAKAN PINJAMAN

Matahari memiliki kebijakan untuk tidak memberikan pinjaman kepada karyawannya, termasuk Komisaris dan Direktur.

POLICIES ON LOAN

Matahari has a policy for not providing loans to its employees, including its Commissioners and Directors.

DANA UNTUK KEGIATAN SOSIAL DAN POLITIK

Perseroan mempertahankan kebijakan ketat untuk tidak melakukan donasi kepada organisasi politik.

FUNDS FOR SOCIAL AND POLITICAL ACTIVITIES

The Company maintains a strict policy of not making donations to any political organisation.

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

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY





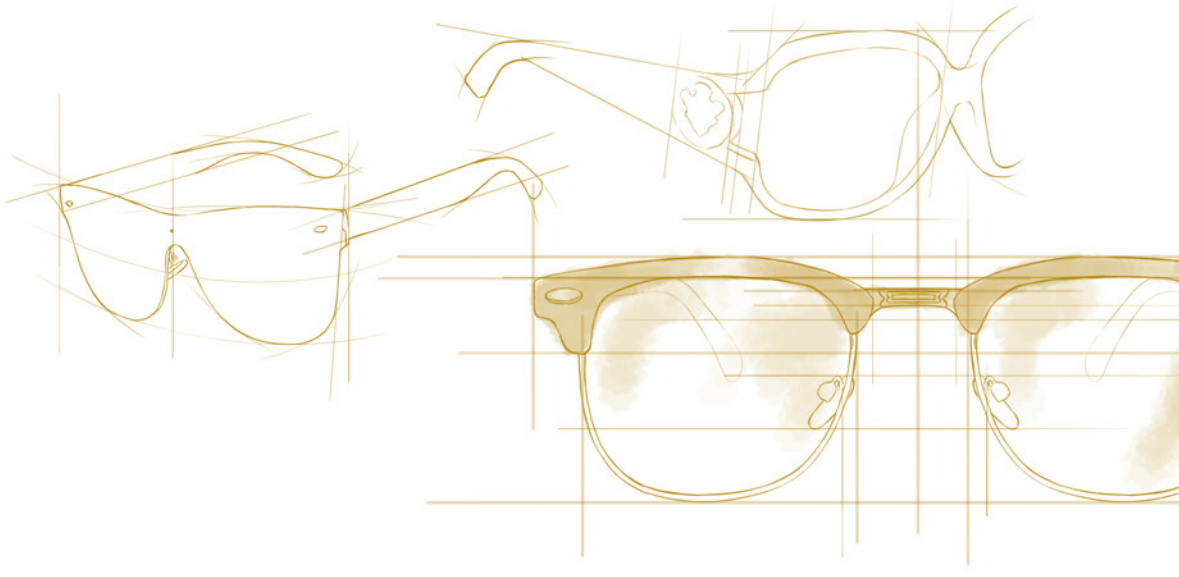
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERSEROAN

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Melalui program tanggung jawab sosial Perseroan, Matahari melaksanakan praktik pelayanan sosial dan lingkungan yang baik untuk memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat.

Through its corporate social responsibility programme, Matahari practices good social and environmental stewardship to make a positive impact on people's lives.





KEKUATAN

Matahari terlibat dalam berbagai program pengembangan sosial dan masyarakat di seluruh Indonesia, menggandeng UNICEF, Yayasan Obor Berkat Indonesia, Yayasan Dompet Dhuafa, Sekolah Lentera Harapan, Yayasan Denyut Jantung, serta Ikatan Karyawan Matahari (IKM). Matahari juga mendukung sejumlah organisasi dan inisiatif yang layak didukung di tingkat nasional maupun lokal, yang seringkali dijalankan di gerai-gerainya. Matahari mengutamakan pelayanan masyarakat yang baik dalam semua program yang didukungnya untuk memastikan bahwa kehidupan orang-orang yang berada di sekitarnya menjadi lebih baik.

Penekanan pada pelayanan yang baik merupakan bagian tak terpisahkan dari komitmen Matahari untuk memelihara hubungan yang berkelanjutan, adil dan transparan dengan semua pemangku kepentingan, termasuk pemasok dan mitra bisnis. Prinsip ini dituangkan dalam nilai-nilai Perseroan dan Kode Etik Matahari. Meskipun Matahari tidak memiliki mekanisme formal untuk memastikan semua pemasok dan kontraktor telah mematuhi standar tempat bekerja dan lingkungan hidup, namun mereka diwajibkan secara hukum untuk mematuhi UU Ketenagakerjaan, termasuk peraturan upah minimum dan standar pemerintah mengenai kontrak karyawan dan praktik kerja.

Hubungan kerja sama Matahari yang terjalin sejak lama dan kooperatif dengan mitra usaha dan pemasoknya, serta inspeksi rutin atas pabrik-pabrik oleh pihak ketiga memberikan jaminan yang cukup kuat bahwa para pemasok telah memenuhi kewajiban mereka sehubungan dengan prakrik kerja, kesehatan dan keselamatan kerja karyawan serta pengelolaan lingkungan yang baik. Jika Perseroan mengetahui ada pemasok atau mitra yang tidak patuh, hubungan tersebut akan dihentikan.

STRENGTHS

Matahari is engaged in a range of social and community development programmes across the country in partnership with UNICEF, Yayasan Obor Berkat Indonesia, Yayasan Dompet Dhuafa, Sekolah Lentera Harapan, Yayasan Denyut Jantung and the Matahari employees' association (IKM). Matahari also supports a wide variety of deserving organisations and initiatives at national and local level, frequently through its own stores. Matahari prioritises good stewardship in the programmes it supports to ensure that the interventions change the lives of the people they reach for the better.

The emphasis on good stewardship is an integral part of Matahari's commitment to maintaining sustainable, fair and transparent relationships with all its stakeholders, including suppliers and other business partners. This principle is enshrined in Matahari's corporate values and Code of Conduct. Although Matahari does not have formal mechanisms to ensure suppliers' and contractors' compliance with workplace and environmental standards, they are required by law to comply with minimum wage regulations and other legal provisions on contracts and work practices.

Matahari's longstanding, cooperative relationships with its supplier partners, as well as regular third party factory inspections, provide reasonable assurance that the Company's suppliers are meeting their obligations with regard to employment practices, employee health and safety and managing environmental impact. If the Company has reason to believe that any supplier or partner is not compliant, the relationship is discontinued.



KEPEDULIAN TERHADAP LINGKUNGAN

Sebagai peritel *department store*, menyediakan tas belanja plastik untuk kenyamanan pelanggannya merupakan suatu kewajiban. Namun, apabila tidak dibuang dengan benar, maka tas belanja plastik ini dapat menyebabkan berbagai bentuk polusi lingkungan yang mempercepat pemanasan global. Sejak tahun 2011, Matahari menggunakan tas plastik *biodegradable*, yang dapat terurai secara biologis dalam waktu dua sampai empat tahun. Kebijakan ini diterapkan di seluruh gerai Matahari.

Salah satu inisiatif Matahari untuk mengurangi konsumsi energi adalah menggunakan pencahayaan LED yang hemat energi. Inisiatif ini pertama diimplementasikan di sejumlah gerai baru dan gerai yang sudah ada pada tahun 2013. Berdasarkan evaluasi, penggunaan lampu LED telah mengindikasikan penurunan penggunaan energi pada gerai, sehingga kami melanjutkan program ini ke seluruh gerai baru serta mengganti pencahayaan dengan LED di gerai lama. Pencahayaan LED telah dipasang di 67 gerai pada akhir tahun 2015, dan Matahari sedang dalam proses implementasi pencahayaan LED di seluruh gerainya serta pusat distribusi hingga akhir tahun ini untuk terus mengurangi konsumsi energi. Secara rata-rata, setiap gerai akan mengurangi konsumsi energi pencahayaan sekitar 80%, yang ekuivalen dengan mengurangi 280 ton emisi karbon per tahun.

ENVIRONMENTAL CONCERN

As a department store retailer, providing plastic shopping bags for the convenience of the customers is a must. If no properly disposed of, however, plastic bags can contribute to various forms of environmental pollution that accelerate global warming. Since 2011, Matahari has been using only biodegradable plastic bags, which break down biologically within two to four years. This policy is applied in all Matahari's stores.

One of Matahari's energy-saving initiatives is the use of energy-efficient LED lighting. Matahari first introduced LED lighting in new and some existing stores in 2013. As evaluations indicated reduced energy use in the stores concerned, we have continued to roll it out in all new stores while converting additional existing stores. LED lighting was installed in a total of 67 stores by the end of 2015 and Matahari is in the process of retrofitting the remaining stores and the distribution centre by the end of this year to further reduce its energy consumption. On average, each store will reduce about 80% of its lighting energy consumption, which is equivalent of saving 280 tonnes of carbon emission per year.


MATAHARI
DEPARTMENT STORE




SMART WORKING IN
Down to Earth


MATAHARI
SMART WORKING IN



MENGHARGAI KARYAWAN KAMI

Kebijakan sumber daya manusia Matahari dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas karyawan, serta menaikkan retensi karyawan dengan menyediakan lingkungan kerja yang memotivasi dan bermanfaat. Salah satu elemen utama untuk mencapai hal tersebut adalah dengan memelihara hubungan yang harmonis dan konstruktif antara Manajemen dan karyawan. Oleh karena itu, Matahari mendukung tiga forum penting: Ikatan Karyawan Matahari (IKM), Forum Bipartit (Lembaga Kerjasama atau LKS) dan Koperasi Karyawan yang dibentuk di setiap gerai, kantor pusat dan pusat distribusi.

Baik IKM dan LKS memberikan kontribusi dalam perwujudan hubungan yang didasarkan atas rasa saling menghormati, dan telah berperan dalam menangani keluhan karyawan dengan efektif dan sensitif. Manajemen meyakini bahwa hal ini memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan kerja dan produktivitas, serta meningkatkan kesadaran komunitas di antara karyawan.

Mekanisme *whistleblower* Matahari, Suara Matahari, menyediakan jalur rahasia bagi karyawan, pemasok dan kontraktor lainnya untuk melaporkan tindakan yang dicurigai tidak etis, ilegal, ataupun pelanggaran Kode Etik Perseroan. Pelaporan dapat dilakukan melalui saluran telepon bebas bayar Suara Matahari, faksimile, situs, surel atau melalui kotak pos, dimana para pemangku kepentingan dapat melaporkan tindakan-tindakan yang dicurigai ilegal. Suara Matahari dikelola oleh administrator independen, Deloitte untuk menjamin perlindungan penuh bagi para pemberi informasi.

Matahari memiliki kebijakan anti diskriminasi yang ketat dan berkomitmen untuk menyediakan kesempatan kerja yang adil dalam seluruh praktik rekrutmen, pengembangan karir dan praktik ketenagakerjaan lainnya. 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.

APPRECIATING OUR EMPLOYEES

Matahari's human resource policies are designed to improve employees' welfare and productivity, and improve employee retention, by establishing a motivating and rewarding working environment. A key element in this is maintaining a harmonious and constructive relationship between Management and employees. To this end, the Company 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 centres.

Both the IKM and the LKS have contributed to establishing a relationship based on mutual respect and have played a vital role in handling employee grievances effectively and sensitively. Management believes that this has had a positive influence on job satisfaction and productivity, and has helped to promote a real sense of community among employees.

Suara Matahari, the Company's whistleblower mechanism, provides a strictly confidential channel for employees, suppliers and other contractors to report any actions that they suspect are unethical, illegal or in violation of the Company's code of conduct. Reports can be made through Suara Matahari's toll-free phone lines, fax numbers, website, email or mailbox, through which stakeholders can report that are suspected of being illegal. Suara Matahari is managed by an independent administrator, Deloitte, to ensure full protection for informants.

Matahari has a strict zero discrimination policy and is committed to providing equality of opportunity in all recruitment, career development and other employment practices. Company prioritises local hiring and internal promotion wherever this is feasible. Management believes 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.

PERLINDUNGAN KONSUMEN

Sebagai usaha yang berorientasi kepada konsumen, Matahari mempunyai tanggung jawab untuk mengakui dan melindungi hak-hak konsumen, termasuk hak mereka untuk mendapatkan lingkungan berbelanja yang aman. Kami menjamin bahwa semua gerai kami mematuhi seluruh kode dan standar bangunan, serta dilengkapi dengan fitur keamanan seperti alarm kebakaran, sistem penyemprot air dan akses menuju pintu dan tangga darurat. Selain itu, tata ruang dan fasilitasnya dirancang untuk kenyamanan dan keamanan konsumen.

Keamanan produk adalah prioritas, terutama barang-barang yang dirancang untuk anak-anak. Seluruh produk untuk bayi yang dijual di Matahari memiliki sertifikasi kualitas SNI (Standar Nasional Indonesia). Walau begitu, apabila terdapat kerusakan, produk-produk Matahari dilindungi oleh kebijakan jaminan dan garansi, dan kebijakan penukaran kami memperbolehkan konsumen untuk menukar barang tertentu dengan barang sejenis dalam waktu 7 hari setelah pembelian. Setiap keluhan pelanggan dipantau dan diarahkan ke departemen terkait untuk ditangani jika diperlukan.

Konsumen Matahari memiliki akses ke beberapa saluran untuk menyampaikan keluhan, memberikan saran, dan meminta informasi. Selama jam operasional gerai, konsumen dapat datang langsung ke meja pelayanan pelanggan di dalam gerai, atau menghubungi *call centre* Halo Matahari melalui telepon. *Call centre* yang dibuka dari pukul 08.00 hingga pukul 22.00 selama tujuh hari dalam seminggu ini dikelola oleh operator pelayanan pelanggan yang terlatih. Konsumen juga dapat menghubungi Matahari secara langsung melalui surat, telepon, ataupun melalui situs Matahari. Semua masukan dari konsumen dikumpulkan dan dikirimkan ke kantor pusat sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Matahari terus mendapat pengakuan atas kinerjanya dalam hal kualitas pelayanan pelanggan, termasuk memperoleh posisi kedua, untuk kedua kalinya secara berturut-turut, dari seluruh Perseroan di Indonesia pada National Customer Service Championships 2015 yang diselenggarakan oleh Carre-CCSL. Manajemen meyakini penghargaan ini merefleksikan komitmen Matahari untuk terus menanamkan budaya yang berorientasi kepada konsumen ke dalam organisasi Perseroan.

CONSUMER PROTECTION

As a customer-oriented business, Matahari has a responsibility to acknowledge and protect the rights of our customers, including their right to a safe shopping environment. We ensure customers' safety by making sure that all our stores comply with relevant building codes and standards, and equipping every store with safety features such as fire alarms, sprinkler systems and clearly signed access to emergency exits and stairs. Store layouts and amenities are designed with customers' comfort and safety in mind.

Product safety is a priority, particularly for items designed for children and infants. All baby products sold in Matahari have the SNI (Indonesian National Standard) certificate for quality. We strive to avoid complaints about product quality by assessing all products before they are shelved. However, in the event of any defect, Matahari's products are covered by warranty and guarantee policies, and our exchange policy allows customers to exchange certain goods for similar products within 7 days of purchase. All customer complaints are monitored and directed to the appropriate department for follow-up where necessary.

Matahari's customers can access a variety of channels to make complaints, give feedback or request information about the Company's products and services. During store opening hours, customers can go to our in-store customer service desks, or contact the Halo Matahari customer call centre by phone. The call centre, which open from 08.00 to 22.00, seven days a week, is staffed by trained customer service operators. Customers can also contact Matahari directly by mail, phone, or through the website. All feedback from customers is collated and sent to head office for use in decision making.

Matahari has consistently been recognised for the quality of its customer service, with numerous awards and the second-place ranking, for the third consecutive year, out of all companies in Indonesia in the 2015 National Customer Service Championships organised by Carre-CCSL. Management believes that these achievements reflect Matahari's commitment to building a customer-oriented culture throughout the organisation.









"

MATAHARI MENYALURKAN DUKUNGANNYA TERHADAP KOMUNITAS MELALUI KEMITRAAN DENGAN SEJUMLAH ORGANISASI YANG TELAH TERBUKTI DALAM PEMBERDAYAAN KOMUNITAS UNTUK MEMPERBAIKI KESEHATAN, PENDIDIKAN, DAN MATA PENCAHARIAN.

"

KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA KARYAWAN

Perseroan berkomitmen untuk menciptakan lingkungan kerja yang aman di semua gerai, pusat distribusi dan kantor pusat. Semua karyawan yang terlibat dalam operasi logistik dan distribusi memahami panduan keamanan kerja khusus untuk pekerjaan mereka. Sementara staf gerai berpartisipasi dalam latihan kebakaran yang rutin serta prosedur keamanan kerja lainnya yang diselenggarakan oleh manajemen mal ataupun pusat perbelanjaan tempat gerai berlokasi. Perseroan juga menyediakan ruang untuk unit kesehatan di setiap gerainya. Matahari memiliki catatan keselamatan yang baik, tidak pernah ada karyawan yang mengalami kecelakaan di tempat mereka bekerja.

EMPLOYEE HEALTH AND SAFETY

The Company is committed to maintaining a safe, secure work environment in all our stores, distribution centres and the head office. Employees involved in logistics and distribution are made aware of job-specific safety guidelines. Staff in stores participate in regular fire drills and other safety procedures organised by the management of the mall or shopping centre where the store is located. The Company also provides space for health unit in each stores. Matahari has a clean safety record, with no employees ever being involved in an accident in their workplace.

PROGRAM PENGEMBANGAN KOMUNITAS

Matahari menyalurkan dukungannya terhadap komunitas melalui kemitraan dengan sejumlah organisasi yang telah terbukti dalam pemberdayaan komunitas untuk memperbaiki kesehatan, pendidikan, dan mata pencaharian.

Sebagian dana yang diberikan Matahari digalang secara langsung dari konsumen, dimana konsumen dapat memilih untuk menyumbangkan koin kembalian di kasir untuk organisasi atau tujuan tertentu. Skema ini sederhana, sukarela dan sangat transparan, sehingga program ini sangat populer di kalangan konsumen dan telah membantu secara langsung dalam memperbaiki kehidupan beberapa ribu orang yang layak dibantu selama bertahun-tahun.

Pada tahun 2015, program pengembangan komunitas Matahari memberikan kontribusi sebagai berikut:

PENDIDIKAN

Perseroan menyalurkan dana sebesar Rp 4.104.460.208,- untuk mendukung beberapa yayasan amal dan lembaga pendidikan:

- Donasi melalui UNICEF untuk pengembangan program pencegahan kekerasan terhadap anak yang dijalankan oleh UNICEF di berbagai kota di Indonesia.
- Donasi untuk membantu penyediaan buku dan seragam sekolah untuk pelajar sekolah Lentera Harapan.

COMMUNITY DEVELOPMENT PROGRAMME

Matahari channels its community support through partner organisations that have a proven track record of empowering communities to improve health, education and livelihoods.

Some of the funds for these initiatives are raised directly from customers, who can opt to contribute the coins they receive as change at the checkout to a specified organisation or cause. This scheme is completely voluntary, transparent and popular with customers, who have contributed directly to making life better for several thousand deserving people over the years.

Matahari's community development programme benefited the following in 2015:

EDUCATION

The Company disbursed Rp 4,104,460,208 to support various educational charities and events:

- Donations through UNICEF to develop a programme to prevent violence against children in several cities in Indonesia.
- Donations to provide books and uniforms for students at Lentera Harapan School.
- Donations for the Nursing School at Pelita Harapan University.

- Bantuan dana untuk Sekolah Perawat Universitas Pelita Harapan.
- Bantuan renovasi bagi Sekolah Islam Madany di Parung Panjang.
- Dana bantuan bagi Sekolah Papua Harapan di Mamit, Papua.

- Donations for the renovation of Madany Islamic School, Parung Panjang
- Donations for Papua Harapan School, Mamit, Papua.

KESEHATAN

Total dana sebesar Rp 1.420.439.728,- disalurkan ke:

- Donasi kepada Yayasan Denyut Jantung.
- Donasi konsumen digunakan untuk mengadakan operasi hernia secara gratis untuk masyarakat yang membutuhkan. Program ini merupakan kolaborasi Matahari dengan Yayasan Obor Berkat Indonesia.
- Penyediaan masker gratis untuk pelanggan dan karyawan yang terkena dampak kabut asap di Sumatera pada Oktober 2015. Masker tersebut didistribusikan di Palembang, Riau, Pekanbaru, Padang dan wilayah sekitarnya.

HEALTH

A total of Rp 1,420,439,728 was disbursed as follows:

- Donations to Yayasan Denyut Jantung.
- Customers' donations were used to provide hernia operations free of charge for people in need. This was a collaboration between Matahari and Yayasan Obor Berkat Indonesia.
- Free masks for customers and employees affected by the haze in Sumatra in October 2015. The masks were distributed in Palembang, Riau, Pekanbaru, Padang and the surrounding areas.

DONASI AMAL

Perseroan memberikan dana sebesar Rp 1.684.125.681,- baik berasal dari uang kembalian konsumen maupun dalam bentuk donasi Perseroan, kepada beberapa yayasan sosial sebagai berikut:

- Donasi KAFFAH bagi kegiatan spiritual karyawan pada bulan Juli 2015.
- Donasi melalui Yayasan Bintang Firdaus bagi masyarakat Flores yang membutuhkan.
- Donasi kepada Yayasan Dompet Dhuafa Republika untuk program pendidikan, kesehatan dan lingkungan hidup.
- Donasi bagi Lembaga Keagamaan di Lombok Barat, NTB; dan Ende, NTT.
- Donasi acara Natal Persekutuan Doa Menara Matahari pada bulan Desember 2015.

Donasi Perseroan senilai total Rp 100 juta diberikan kepada sejumlah panti sosial sehubungan dengan pembukaan gerai baru Matahari Department Stores di berbagai kota, yaitu:

- Singkawang, Kalimantan Barat
- Bau-bau, Sulawesi Tenggara
- Karawang, Jawa Barat
- Sleman, DIY

CHARITABLE DONATIONS

The Company donated a total of Rp 1,684,125,681, raised from customer change and corporate donations, to a number of different charities, as follows:

- Donation of KAFFAH for employees' spiritual activities in July 2015.
- Donation through Yayasan Bintang Firdaus for people in need in Flores.
- Donation to Yayasan Dompet Dhuafa Republika for educational, health and environmental programmes.
- Donation for religious institutions in West Lombok, West Nusa Tenggara; and Ende, East Nusa Tenggara.
- Donation for the Christmas event of Persekutuan Doa Menara Matahari in December 2015.

Corporate donations of Rp 100 million were made to several orphanages in connection with the opening of new Matahari Department Stores in the following cities:

- Singkawang, West Kalimantan
- Bau-Bau, Southeast Sulawesi
- Karawang, West Java
- Sleman, Special Region of Yogyakarta



PELAYANAN KOMUNITAS YANG DIBERIKAN LANGSUNG OLEH KARYAWAN

Matahari mendukung sejumlah inisaitf yang diselenggarakan oleh asosiasi karyawan Perseroan, IKM, yang memiliki cabang di setiap gerainya. Aktivitas ini diadakan dan diimplementasikan oleh karyawan Matahari yang menginvestasikan waktu dan keahliannya untuk mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan komunitas lokal. Hal ini turut memperkuat ikatan antara gerai Matahari dengan komunitas yang mereka layani, sehingga meningkatkan citra Perseroan.

Manajemen percaya bahwa keterlibatan Matahari secara langsung dan tidak langsung dengan komunitas di seluruh Indonesia melalui program tanggung jawab sosialnya telah membawa manfaat signifikan dan berkelanjutan, baik untuk komunitas terkait maupun Perseroan sendiri.

COMMUNITY SERVICES RENDERED DIRECTLY BY EMPLOYEES

Matahari supports a range of outreach initiatives organised by its employee association, IKM, which has a branch in each store. These activities are initiated and implemented by Matahari's employees, who invest their own time and skills to benefit local causes and address local needs. This helps to strengthen the bonds between Matahari stores and the communities they serve, and enhances the perception of the Company.

Management believes that Matahari's direct and indirect engagement with communities all over Indonesia through its CSR programme has created significant, sustainable value for both the communities concerned and the Company.

Surat Pernyataan Anggota Dewan Komisaris dan Direksi Tentang Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2015 PT Matahari Department Store Tbk

Statement of the Board of Commissioners and Board of Directors Regarding Responsibility for the 2015 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 2015 telah dimuat secara lengkap, dan bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi Laporan Tahunan Perseroan.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

We, the undersigned, hereby declare that all information in the Annual Report of PT Matahari Department Store Tbk for the year 2015 have been presented in their entirety, and that we assume full responsibillity for the accuracy of the contents of such Annual Report.

This statement is duly made in all integrity.

Karawaci, April 2016

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

John Riady
KOMISARIS | COMMISSIONER

Herbert Stepic
KOMISARIS INDEPENDEN
COMMISSIONER INDEPENDENT

Niel Byron Nielson
KOMISARIS | COMMISSIONER

DIREKSI
BOARD OF DIRECTORS

Bunjamin J. Mailool
PRESIDEN DIREKTUR
PRESIDENT DIRECTOR

Michael Remsen
WAKIL PRESIDEN DIREKTUR
VICE PRESIDENT DIRECTOR

Andy N. Purwohardono
DIREKTUR | DIRECTOR

Andre Rumantir
DIREKTUR | DIRECTOR





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 DAN PENDAPATAN KOMPREHENSIF LAINNYA	-3-	*STATEMENTS OF PROFIT OR LOSS AND OTHER COMPREHENSIVE INCOME*
LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS	-4-	*STATEMENTS OF CHANGES IN EQUITY*
LAPORAN ARUS KAS	-5-	*STATEMENTS OF CASH FLOWS*
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN	-6-58-	*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 2015, 2014 DAN 1 JANUARI 2014 SERTA UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2015 DAN 2014

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 2015, 2014 AND 1 JANUARY 2014 AND FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2015 AND 2014

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.

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.*

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya. *Thus, this statement is made truthfully.*

Atas nama dan mewakili Direksi/
For and on behalf of the Board of Directors

METERAI TEMPEL 84823ADF385901065 6000 ENAM RIBU RUPIAH

Bunjamin J. Mailool
Presiden Direktur/
President Director

Larry Michael Remsen
Wakil Presiden Direktur/
Vice President Director

Jakarta, 15 Februari/ *February* 2016

PT Matahari Department Store Tbk
Berita Satu Plaza 10th Floor, Jl Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36, South Jakarta, Indonesia
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

pwc

LAPORAN AUDITOR INDEPENDEN KEPADA PARA PEMEGANG SAHAM

INDEPENDENT AUDITORS' 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 2015, serta laporan laba-rugi dan penghasilan komprehensif lain, 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 2015, and the statement of profit or loss and other comprehensive income, statement of changes in equity and statement of cash flows for the year then ended, and a summary of significant accounting policies and other explanatory information.

Tanggung jawab manajemen atas laporan keuangan

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.

Auditors' 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.

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 auditors' judgment, including the assessment of the risks of material misstatement of the financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the auditor considers internal control relevant to the entity's preparation and fair presentation of the financial statements in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the entity's internal control. An audit also includes evaluating the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the financial statements.

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 2015, 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 2015, and its financial performance and cash flows for the year then ended, in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards.

JAKARTA
15 Februari/*February* 2016

Subianto, S.E., CPA
Surat Ijin Praktik Akuntan Publik/*License of Public Accountant* No. AP. 1022

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 1 *Page*

LAPORAN POSISI KEUANGAN
31 DESEMBER 2015, 31 DESEMBER 2014
DAN 1 JANUARI 2014
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION
AS AT 31 DECEMBER 2015, 31 DECEMBER 2014
AND 1 JANUARY 2014
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ *Notes*	31 Desember/ *December* 2015	31 Desember/ *December* 2014 *)	1 Januari/ *January* 2014 *)	
Aset					***Assets***
Aset lancar					***Current assets***
Kas dan setara kas	4	946,658	785,895	772,217	*Cash and cash equivalents*
Piutang usaha					*Trade receivables*
- pihak ketiga		39,312	45,063	32,786	*third parties -*
Piutang lain-lain					*Other receivables*
- pihak ketiga		30,848	17,784	15,094	*third parties -*
- pihak berelasi	24c	5,866	46,534	15,052	*related parties -*
Persediaan	5	1,007,811	955,231	723,809	*Inventories*
Pajak dibayar dimuka					*Prepaid tax*
- pajak lain-lain	12a	53,899	71,624	27,765	*other tax -*
Beban dibayar dimuka					*Prepaid expenses*
- sewa	7	90,361	83,124	81,625	*lease -*
- lain-lain		9,551	4,183	9,341	*others -*
Uang muka sewa	7	64,856	81,860	12,386	*Rental advances*
Aset lancar lainnya		23,779	26,209	12,992	*Other current assets*
Jumlah aset lancar		2,272,941	2,117,507	1,703,067	*Total current assets*
Aset tidak lancar					***Non-current assets***
Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya		-	-	25,579	*Restricted cash and cash equivalents*
Uang muka pembelian aset tetap		44,235	48,956	11,619	*Advances for purchase of fixed assets*
Aset pajak tangguhan	12d	38,416	49,250	45,908	*Deferred tax assets*
Aset tetap (setelah dikurangi akumulasi penyusutan sebesar Rp 1.127.519; 31 Desember 2014: Rp 893.445; 1 Januari 2014: Rp 686.900)	6	876,566	725,954	727,186	*Fixed assets (net of accumulated depreciation of Rp 1,127,519 31 December 2014: Rp 893,445; 1 January 2014: Rp 686,900)*
Sewa jangka panjang	7	370,325	317,552	289,264	*Long-term lease*
Uang jaminan		133,636	129,158	108,894	*Refundable deposits*
Aset tidak lancar lainnya	8	153,172	24,577	28,268	*Other non-current assets*
Jumlah aset tidak lancar		1,616,350	1,295,447	1,236,718	*Total non-current assets*
Jumlah aset		3,889,291	3,412,954	2,939,785	***Total assets***

*) **Disajikan kembali, lihat Catatan 32**

*) ***Restated, see Note 32***

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 2015, 31 DESEMBER 2014
DAN 1 JANUARI 2014
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION
AS AT 31 DECEMBER 2015, 31 DECEMBER 2014
AND 1 JANUARY 2014
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Catatan/ *Notes*	31 Desember/ *December* 2015	31 Desember/ *December* 2014 *)	1 Januari/ *January* 2014 *)	
Liabilitas dan Ekuitas					***Liabilities and equity***
Liabilitas					***Liabilities***
Liabilitas lancar					***Current liabilities***
Utang usaha					*Trade payables*
- pihak ketiga	9	1,551,619	1,410,802	1,265,953	*third parties -*
Utang lain-lain					*Other payables*
- pihak ketiga	10	151,179	105,780	81,492	*third parties -*
- pihak berelasi	24c	945	42,903	11,434	*related parties -*
Utang pajak	12b				*Taxes payable*
- pajak penghasilan badan		97,608	128,814	73,519	*corporate income taxes -*
- pajak lain-lain		12,749	14,725	13,546	*other taxes -*
Akrual					*Accruals*
- pihak ketiga	11	280,046	211,756	150,163	*third parties -*
- pihak berelasi	11, 24c	51,134	45,122	31,034	*related parties -*
Kew ajiban imbalan kerja jangka pendek	21	206,349	152,641	125,755	*Short-term employee benefits obligations*
Penghasilan tangguhan		87,385	127,000	108,136	*Deferred income*
Pinjaman bank jangka panjang - bagian jatuh tempo dalam satu tahun	13	-	278,978	29,149	*Long-term bank loans portion due - within one year*
Jumlah liabilitas lancar		2,439,014	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	13	-	410,191	1,566,531	*Long-term bank loans portion due - over one year*
Kew ajiban imbalan kerja jangka panjang	21	344,110	324,979	276,056	*Long-term employee benefits obligations*
Jumlah liabilitas tidak lancar		344,110	735,170	1,842,587	*Total non-current liabilities*
Jumlah liabilitas		2,783,124	3,253,691	3,732,768	*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)	14	386,794	386,794	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	15	(3,571,934)	(3,571,934)	(3,571,934)	*Additional paid in capital*
Saldo laba					*Retained earnings*
- Dicadangkan	16	116,397	116,397	116,397	*Appropriated -*
- Tidak dicadangkan		4,174,910	3,228,006	2,275,760	*Unappropriated -*
Jumlah ekuitas		1,106,167	159,263	(792,983)	*Total equity*
Jumlah liabilitas dan ekuitas		3,889,291	3,412,954	2,939,785	***Total liabilities and equity***

*) **Disajikan kembali, lihat Catatan 32**

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

*) ***Restated, see Note 32***

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

LAPORAN LABA RUGI DAN PENDAPATAN KOMPREHENSIF LAINNYA UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2015 DAN 2014
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF PROFIT OR LOSS AND OTHER COMPREHENSIVE INCOME FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2015 AND 2014
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2015	Catatan/ *Notes*	2014 *)	
Pendapatan				***Revenue***
Penjualan eceran	5,729,126		4,898,745	*Retail sales*
Penjualan konsinyasi - bersih	3,227,559	17	2,981,424	*Consignment sales - net*
Pendapatan jasa	50,208		45,378	*Service fees*
Pendapatan bersih	9,006,893		7,925,547	***Net revenue***
Beban pokok pendapatan	(3,335,638)	18	(2,877,507)	***Cost of revenue***
Laba kotor	5,671,255		5,048,040	***Gross profit***
Beban usaha	(3,341,741)	19	(2,937,013)	*Operating expenses*
Keuntungan/(kerugian) lainnya - bersih	8,134	20	(27,115)	*Other gains/(losses) - net*
	(3,333,607)		(2,964,128)	
Laba operasi	2,337,648		2,083,912	***Operating profit***
Penghasilan keuangan	30,833		22,583	*Finance income*
Beban keuangan	(123,660)	13	(255,951)	*Finance costs*
Biaya keuangan - bersih	(92,827)		(233,368)	***Finance expenses - net***
Laba sebelum pajak penghasilan	2,244,821		1,850,544	***Profit before income tax***
Beban pajak penghasilan	(463,973)	12c	(431,426)	*Income tax expense*
Laba tahun berjalan	1,780,848		1,419,118	***Profit for the year***
Laba/(rugi) komprehensif lain:				***Other comprehensive income/(loss):***
Pos yang tidak akan direklasifikasikan ke laba rugi:				***Items that will not be reclassified to profit or loss:***
Pengukuran kembali atas kewajiban imbalan kerja	21,880		(8,395)	*Remeasurements of employee benefits obligations*
(Beban)/pendapatan pajak penghasilan terkait	(4,376)		1,679	*Related income tax (expense)/benefit*
Laba/(rugi) komprehensif lain, setelah pajak	17,504		(6,716)	***Other comprehensive income/(loss), net of tax***
Pendapatan komprehensif	1,798,352		1,412,402	***Comprehensive income***
Laba bersih per saham dasar dan dilusian (nilai penuh)	611	22	486	***Net earnings per share basic and diluted (full amount)***

*) **Disajikan kembali, lihat Catatan 32**

*) ***Restated, see Note 32***

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2015 DAN 2014
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF CHANGES IN EQUITY
FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2015 AND 2014
(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*		Jumlah/ *Total*	
				Dicadangkan *Appropriated*	Tidak dicadangkan/ *Unappropriated*		
Saldo 1 Januari 2014, seperti dilaporkan sebelum nya		386,794	(3,571,934)	116,397	2,287,371	(781,372)	***Balance at 1 January 2014, as previously reported***
Penyesuaian sehubungan dengan penerapan PSAK No. 24 (revisi 2013)	32	-	-	-	(11,611)	(11,611)	*Adjustment in relation to implementation of SFAS No. 24 (revised 2013)*
Laba tahun berjalan		-	-	-	1,419,118	1,419,118	*Profit for the year*
Rugi komprehensif lain (disajikan kembali)		-	-	-	(6,716)	(6,716)	*Other comprehensive loss (restated)*
Jumlah pendapatan komprehensif tahun berjalan		-	-	-	1,412,402	1,412,402	*Total comprehensive income for the year*
Dividen	16	-	-	-	(460,156)	(460,156)	*Dividend*
Saldo 31 Desem ber 2014		386,794	(3,571,934)	116,397	3,228,006	159,263	***Balance at 31 December 2014***
Saldo 1 Januari 2015, seperti dilaporkan sebelum nya		386,794	(3,571,934)	116,397	3,246,333	177,590	***Balance at 1 January 2015, as previously reported***
Penyesuaian sehubungan dengan penerapan PSAK No. 24 (revisi 2013)	32	-	-	-	(18,327)	(18,327)	*Adjustment in relation to implementation of SFAS No. 24 (revised 2013)*
Laba tahun berjalan		-	-	-	1,780,848	1,780,848	*Profit for the year*
Laba komprehensif lain		-	-	-	17,504	17,504	*Other comprehensive income*
Jumlah pendapatan komprehensif tahun berjalan		-	-	-	1,798,352	1,798,352	*Total comprehensive income for the year*
Dividen	16	-	-	-	(851,448)	(851,448)	*Dividend*
Saldo 31 Desem ber 2015		386,794	(3,571,934)	116,397	4,174,910	1,106,167	***Balance at 31 December 2015***

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 2015 DAN 2014
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF CASH FLOWS
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2015 AND 2014
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2015	Catatan/ *Notes*	2014	
Arus kas dari aktivitas operasi				***Cash flows from operating activities***
Penerimaan dari pelanggan	17,667,069		15,927,265	*Receipts from customers*
Pembayaran kepada pemasok	(11,418,081)		(10,477,757)	*Payments to suppliers*
Pembayaran kepada karyaw an dan lain-lain	(3,542,080)		(3,219,894)	*Payments to employees and others*
Kas yang dihasilkan dari operasi	2,706,908		2,229,614	*Cash generated from operations*
Penerimaan penghasilan bunga	30,833		22,583	*Interest received*
Pembayaran pajak penghasilan badan	(488,721)		(377,795)	*Corporate income tax paid*
Arus kas bersih yang dihasilkan dari aktivitas operasi	2,249,020		1,874,402	***Net cash flows provided from operating activities***
Arus kas dari aktivitas investasi				***Cash flows from investing activities***
Pembayaran uang muka pembelian aset tetap	(44,235)		(99,523)	*Advance payment for purchase of fixed assets*
Perolehan aset tetap	(334,288)		(171,197)	*Acquisition of fixed assets*
Pembelian saham di PT Global Ecommerce Indonesia ("GEI")	(84,893)	8	-	*Purchase of shares in PT Global Ecommerce Indonesia ("GEI")*
Hasil dari penjualan aset tetap	309	6	1,723	*Proceeds from sale of fixed assets*
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi	(463,107)		(268,997)	***Net cash flows used in investing activities***
Arus kas dari aktivitas pendanaan				***Cash flows from financing activities***
Pembayaran dividen	(851,448)	16	(460,156)	*Dividend payment*
Pembayaran beban bunga dan biaya bank	(73,702)		(169,097)	*Payments of interest and bank charges*
Pembayaran pinjaman bank	(700,000)		(2,647,253)	*Repayments of bank loans*
Penerimaan pinjaman bank - bersih	-		1,659,200	*Proceeds from bank loans - net*
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan	(1,625,150)		(1,617,306)	***Net cash flows used in financing activities***
Kenaikan/(penurunan) bersih kas dan setara kas	160,763		(11,901)	***Net increase/(decrease) in cash and cash equivalents***
Kas dan setara kas pada awal tahun	785,895		797,796	***Cash and cash equivalents at the beginning of the year***
Kas dan setara kas pada akhir tahun	946,658	4	785,895	***Cash and cash equivalents at the end of the year***

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2015 DAN 2014
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2015 AND 2014
(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 Shareholders' Meeting 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.

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 15).

***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 15).

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2015 DAN 2014
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2015 AND 2014
(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. UMUM (lanjutan)

Perubahan terakhir atas Anggaran Dasar Perusahaan dimuat dalam Akta No. 22 tanggal 7 Juli 2015 yang dibuat di hadapan Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H. dalam rangka menyesuaikan Anggaran Dasar Perusahaan terhadap Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 32/POJK.04/2014 dan No. 33/POJK.04/2014. Perubahan Anggaran Dasar tersebut telah diterima dan dicatat dalam Sistem Administrasi Badan Hukum di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, sebagaimana dinyatakan dalam Surat Penerimaan Pemberitahuan Perubahan Anggaran Dasar PT Matahari Department Store Tbk No. AHU-AH.01.03-0952701 tanggal 29 Juli 2015, dan telah didaftarkan dalam Daftar Perseroan No. AHU-3535349.AH.01.11 tanggal 29 Juli 2015. Selain itu, perubahan susunan Direksi dan Dewan Komisaris Perusahaan termasuk di dalam Akta No. 58 tanggal 26 Juni 2015 yang dibuat di hadapan Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H.. Perubahan tersebut telah diterima oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam Surat Penerimaan Pemberitahuan Perubahan Data Perseroan PT Matahari Department Store Tbk No. AHU-AH.01.03-0948543 tanggal 6 Juli 2015, dan telah didaftarkan dalam Daftar Perseroan No. AHU-3529239 tanggal 6 Juli 2015.

Sehubungan dengan adanya perubahan struktur pemegang saham Perusahaan pada bulan Februari 2015, Perusahaan melakukan perubahan status Perusahaan dari penanaman modal asing (PMA) menjadi penanaman modal dalam negeri (PMDN) yang telah disetujui oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal ("BKPM") berdasarkan Surat Keputusan Kepala BKPM No. 127/1/IP/PMDN/2015 tanggal 15 Juli 2015 tentang Izin Prinsip Penanaman Modal Dalam Negeri.

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 2015, Perusahaan mengoperasikan 142 gerai (31 Desember 2014: 131 gerai) – tidak diaudit. Perhitungan 142 gerai tersebut tidak termasuk King Plaza Bandung yang ditutup sementara akibat kebakaran.

***1. GENERAL** (continued)*

The latest amendment to the Article of Association was notarised by Notarial Deed No. 22 dated 7 July 2015 of Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H., to conform the Company's Article of Association with the Otoritas Jasa Keuangan Regulation No. 32/POJK.04/2014 and No. 33/POJK.04/2014. This change was received and registered in Legal Entity Administration System of the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia, as stated in the Receipt of Notification for the Company's Article of Association Change No. AHU-AH.01.03-0952701 dated 29 July 2015, and it was registered in the Company's register No. AHU-3535349.AH.01.11 dated 29 July 2015. In addition, changes in the composition of Board of Directors and Board of Commissioners of the Company was incorporated in Notarial Deed No. 58 dated 26 June 2015 of Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H..This amendment was received by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia as stated in the Receipt of Notification for the Company's Data Change No. AHU-AH.01.03-0948543 dated 6 July 2015 which was registered in the Company's register No. AHU-3529239 dated 6 July 2015.

In relation to the changes of the Company's shareholder structure in February 2015, the Company changed its status from foreign investment (PMA) to domestic investment (PMDN) which has been approved by the Investment Coordinating Board ("BKPM") based on Head of BKPM Decision Letter No. 127/1/IP/PMDN/2015 dated 15 July 2015 regarding Principle License of Domestic Investment.

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 2015, the Company operates 142 stores (31 December 2014: 131 stores) – unaudited. The 142 store count excludes King Plaza Bandung which was temporarily closed due to fire.

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2015 DAN 2014
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2015 AND 2014
(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 2015 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 2015 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 2015/ *Total type A shares as at 31 December 2015*		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 2015/ *Total type B shares as at 31 December 2015*		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 2015/ *Total type C shares as at 31 December 2015*		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:

	2015	2014	
Dewan Komisaris			***Board of Commissioners***
Presiden Komisaris Independen	John Bellis	John Bellis	*Independent President Commissioner*
Komisaris Independen	Jonathan L. Parapak Herbert Stepic	Jonathan L. Parapak	*Independent Commissioners*
Komisaris	Sigit Prasetya Henry Jani Liando William Travis Saucer John Riady Niel Byron Nielson	Sigit Prasetya 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	Andy N. Purwohardono Wai Hoong Fock	*Director*
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:

	2015	2014	
Ketua	John Bellis	John Bellis	*Chairman*
Anggota Independen	Isnandar Rachmat Ali Farid Harianto	Prawiro Widjaja Isnandar Rachmat Ali	*Independent Members*

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING

Laporan keuangan Perusahaan disusun oleh Dewan Direksi dan diselesaikan pada tanggal 15 Feburari 2016.

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 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 15 February 2016.

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 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.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

a. Dasar penyusunan laporan keuangan (lanjutan)

Perubahan pada pernyataan standar akuntansi keuangan dan interpretasi pernyataan standar akuntansi keuangan

Pada tanggal 1 Januari 2015, Perusahaan menerapkan pernyataan standar akuntansi keuangan ("PSAK") dan interpretasi standar akuntansi keuangan ("ISAK") baru dan revisi yang efektif sejak tanggal tersebut. Perubahan kebijakan akuntansi Perusahaan telah dibuat seperti yang disyaratkan, sesuai dengan ketentuan transisi dalam masing-masing standar dan interpretasi.

Penerapan standar revisi, yang relevan dengan operasi Perusahaan dan memberikan dampak pada laporan keuangan, adalah sebagai berikut:

PSAK 1 (revisi 2013), "Penyajian laporan keuangan"

Perubahan terhadap PSAK 1, "Penyajian laporan keuangan" mensyaratkan pengelompokkan pos-pos yang disajikan sebagai pendapatan komprehensif lain berdasarkan apakah pos-pos tersebut akan direklasifikasi lebih lanjut ke laporan laba rugi.

PSAK 24 (revisi 2013), "Imbalan kerja"

Penerapan PSAK 24 (revisi 2013), "Imbalan kerja" mengakibatkan perubahan kebijakan akuntansi Perusahaan sebagai berikut:

1. Keuntungan dan kerugian aktuarial atas imbalan pensiun diakui sebagai pendapatan komprehensif lain.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES *(continued)*

a. Basis of preparation of the financial statements *(continued)*

Changes to the statement of financial accounting standards and interpretations of statement of financial accounting standards

On 1 January 2015, the Company adopted new and revised statements of financial accounting standards ("SFAS") and interpretations of statements of financial accounting standards ("ISFAS") that are mandatory for application from that date. Changes to the Company's accounting policies have been made as required, in accordance with the transitional provisions in the respective standards and interpretations.

The adoption of the following revised standard which is relevant to the Company's operations and resulted in an effect on the financial statements is as follow:

SFAS 1 (revised 2013), "Financial statement presentation"

Amendment to SFAS 1, "Financial statement presentation" requires the grouping of items presented in other comprehensive income on the basis of whether they will be reclassified to profit or loss.

SFAS 24 (revised 2013), "Employee benefits"

The adoption of SFAS 24 (revised 2013), "Employee benefits" resulted to changes in the Company's accounting policies as follows:

1. Actuarial gains and losses on retirement benefits are recognised in other comprehensive income.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

a. Dasar penyusunan laporan keuangan (lanjutan)

Perubahan pada pernyataan standar akuntansi keuangan dan interpretasi pernyataan standar akuntansi keuangan (lanjutan)

PSAK 24 (revisi 2013), "Imbalan kerja" (lanjutan)

2. Seluruh biaya jasa lalu diakui langsung di laporan laba rugi. Sebelumnya, biaya jasa lalu diakui berdasarkan metode garis lurus sepanjang periode *vesting* jika perubahan bersifat kondisional terhadap sisa jasa pekerja untuk periode waktu tertentu (periode *vesting*).

3. Revisi standar ini juga mensyaratkan pengungkapan yang lebih ekstensif. Pengungkapan tersebut telah diterapkan di Catatan 21.

Lihat Catatan 32 untuk dampak dari revisi standar pada laporan keuangan.

PSAK 60 (revisi 2014), "Instrumen keuangan: pengungkapan"

Perubahan terhadap PSAK 60, "Instrumen keuangan: Pengungkapan", mensyaratkan antara lain pengungkapan saling hapus tambahan untuk mengevaluasi dampak atau potensi dampak perjanjian neto, termasuk hak untuk saling hapus yang terkait dengan aset keuangan dan liabilitas keuangan yang diakui pada laporan posisi keuangan Perusahaan. Pengungkapan saling hapus diungkapkan pada Catatan 29.

Penerapan dari standar baru/revisi standar yang relevan berikut, tidak menimbulkan perubahan substansial terhadap kebijakan akuntansi Perusahaan dan efek atas jumlah yang dilaporkan atas tahun berjalan atau tahun sebelumnya:

- PSAK 46 (revisi 2014) "Pajak penghasilan"
- PSAK 48 (revisi 2014) "Penurunan nilai asset"
- PSAK 50 (revisi 2014) "Instrumen keuangan: penyajian"
- PSAK 55 (revisi 2014) "Instrumen keuangan: pengakuan dan pengukuran"
- PSAK 68 "Pengukuran nilai wajar"

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES *(continued)*

a. Basis of preparation of the financial statements *(continued)*

Changes to the statement of financial accounting standards and interpretations of statement of financial accounting standards *(continued)*

SFAS 24 (revised 2013), "Employee benefits" *(continued)*

2. All past service costs are recognised immediately in profit or loss. Previously, past service costs were recognised on a straight line basis over the vesting period if the changes were conditional on the employees remaining in service for a specified period of time (the vesting period).

3. The revised standard also requires more extensive disclosures. These have been provided in Note 21.

See Note 32 for the impact of the revised standard on the financial statements.

SFAS 60 (revised 2014), "Financial instruments: disclosures"

Amendment to SFAS 60, "Financial instruments: Disclosures", requires amongst others additional offsetting disclosures to evaluate the effect or the potential effects of netting arrangements, including rights of setoff associated with financial assets and recognised financial liabilities, on the Company's statements of financial position. The offsetting disclosures are disclosed in Note 29.

The adoption of these relevant new/revised standards did not result in substantial changes to the Company's accounting policies and had no material effect on the amounts reported for the current or prior financial years:

- *SFAS 46 (revised 2014) "Income tax"*
- *SFAS 48 (revised 2014) "Impairment of asset"*
- *SFAS 50 (revised 2014) "Financial instrument: presentation"*
- *SFAS 55 (revised 2014) "Financial instrument recognition and measurement"*
- *SFAS 68 "Fair value measurement"*

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

a. Dasar penyusunan laporan keuangan (lanjutan)

Perubahan pada pernyataan standar akuntansi keuangan dan interpretasi pernyataan standar akuntansi keuangan (lanjutan)

Pada saat penerbitan laporan keuangan, Perusahaan masih menganalisa dampak PSAK dan ISAK baru berikut yang berlaku sejak 1 Januari 2016 terhadap laporan keuangan Perusahaan:

- PSAK 1 (revisi 2015) "Penyajian laporan keuangan"
- PSAK 5 (penyesuaian 2015) "Pelaporan segmen"
- PSAK 7 (penyesuaian 2015) "Pengungkapan pihak berelasi"
- PSAK 16 (revisi 2015) "Aset tetap"
- PSAK 16 (penyesuaian 2015) "Aset tetap"
- PSAK 19 (revisi 2015) "Aset takberwujud"
- PSAK 19 (penyesuaian 2015) "Aset takberwujud"
- PSAK 24 (revisi 2015) "Imbalan kerja"
- PSAK 68 (penyesuaian 2015) "Pengukuran nilai wajar"

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.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES *(continued)*

a. Basis of preparation of the financial statements *(continued)*

Changes to the statement of financial accounting standards and interpretations of statement of financial accounting standards *(continued)*

As of the authorisation date, the Company is still assessing the impact of the following new SFAS and ISFAS which are effective on 1 January 2016, on the Company's financial statements:

- *SFAS 1 (revised 2015) "Financial statement presentation"*
- *SFAS 5 (improvement 2015) "Segment reporting"*
- *SFAS 7 (improvement 2015) "Related party disclosures"*
- *SFAS 16 (revised 2015) "Fixed assets"*
- *SFAS 16 (improvement 2015) "Fixed assets"*
- *SFAS 19 (revised 2015) "Intangible assets"*
- *SFAS 19 (improvement 2015) "Intangible assets"*
- *SFAS 24 (revised 2015) "Employee benefits"*
- *SFAS 68 (improvement 2015) "Fair value measurement"*

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 profit or loss.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

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. Hak yang berkekuatan hukum tidak boleh tergantung pada kejadian di masa yang akan datang dan harus dapat dilaksanakan dalam kondisi bisnis yang normal dan dalam keadaan lalai, tidak dapat membayar atau kebangkrutan perusahaan atau pihak lawan.

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.

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.

***2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES** (continued)*

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. The legally enforceable right must not be contingent on future events and must be enforceable in the normal course of business and in the event of default, insolvency or bankruptcy of the company or the counterparty.

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.

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.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

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.

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)*

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.

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:

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2015 DAN 2014
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2015 AND 2014
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

2. *SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES* *(continued)*

j. Aset tetap (lanjutan)

j. *Fixed assets* *(continued)*

	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.

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.

Semua perbaikan dan pemeliharaan lainnya dibebankan ke dalam laporan laba rugi selama periode dimana perbaikan dan pemeliharaan tersebut terjadi.

All other repairs and maintenance are charged to statements of profit or loss 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 laba rugi.

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 profit or loss.

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.

l. Utang usaha dan utang lain-lain

Utang usaha dan utang lain-lain adalah kewajiban membayar barang atau jasa yang telah diterima dalam kegiatan usaha normal dari pemasok.

Utang usaha dan utang lain-lain 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 dan utang lain-lain pada awalnya diakui sebesar nilai wajar dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode suku bunga efektif, kecuali jika efek diskontonya tidak material.

m. Provisi

Provisi diakui apabila Perusahaan mempunyai kewajiban kini (baik bersifat hukum maupun konstruktif) sebagai akibat peristiwa masa lalu dan besar kemungkinan penyelesaian kewajiban tersebut mengakibatkan arus keluar sumber daya dan kewajiban tersebut dapat diestimasi dengan andal.

***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. Trade payables and other payables

Trade payables and other payables are obligations to pay for goods or services that have been acquired in the ordinary course of business from suppliers.

Trade payables and other payables 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 and other payables are initially measured at fair value and subsequently measured at amortised cost using the effective interest method, except where the effect of discounting would be immaterial.

m. Provisions

Provisions are recognised when the Company has a present obligation (legal as well as constructive) as a result of past events and when it is probable that an outflow of resources embodying economic benefits will be required to settle the obligation and a reliable estimate of the amount of the obligation can be made.

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 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 profit or loss 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. 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.

Keuntungan dan kerugian aktuarial yang timbul dari penyesuaian dan perubahan dalam asumsi-asumsi aktuarial langsung diakui seluruhnya melalui pendapatan komprehensif lainnya pada saat terjadinya.

q. Perpajakan

Beban pajak suatu periode terdiri dari pajak kini dan pajak tangguhan. Pajak tersebut diakui dalam laba rugi, kecuali untuk pajak penghasilan yang berasal dari transaksi atau kejadian yang langsung diakui dalam pendapatan komprehensif lain atau langsung diakui dalam ekuitas. Dalam hal ini, pajak tersebut masing-masing diakui dalam pendapatan komprehensif lain atau langsung diakui dalam ekuitas.

Beban pajak kini dihitung berdasarkan peraturan perpajakan yang berlaku pada tanggal pelaporan keuangan.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES *(continued)*

p. Employee benefits *(continued)*

Retirement benefits

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. 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 immediately in the statements of profit or loss.

Actuarial gains and losses arising from experience adjustments and changes in actuarial assumptions are charged or credited to equity in other comprehensive income in the period in which they arise.

q. Taxation

The tax expense for the period comprises current and deferred tax. Tax is recognised in the profit or loss, except to the extent that it relates to items recognised in other comprehensive income or directly in equity. In this case, the tax is recognised in other comprehensive income or directly in equity, respectively.

The current income tax charge is calculated on the basis of the tax laws enacted at the reporting date.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

q. Perpajakan (lanjutan)

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. 56 tahun 2015, 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 2014. Per 31 Desember 2015, 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.

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.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES *(continued)*

q. Taxation *(continued)*

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. 56 of 2015, 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 2014. As at 31 December 2015, 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.

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.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

q. Perpajakan (lanjutan)

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)*

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 profit for the year by the weighted-average number of shares outstanding during the period.

Diluted earnings per share is calculated by dividing profit for the year 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 dewan manajemen. 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.

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 board of management. 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.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING (lanjutan)

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)*

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.

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.

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 21.

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 21.

3. ESTIMASI AKUNTANSI YANG PENTING (lanjutan)

Penghasilan tangguhan

Perusahaan membuat estimasi penghasilan tangguhan atas kartu poin loyalitas milik pelanggan yang diterbitkan oleh Perusahaan. 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.

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

The Company made deferred income estimation on loyalty point card owned by customers issued by the Company. 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.

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

	2015	2014	
Kas			***Cash on hand***
Rupiah	107,872	88,866	*Rupiah*
Bank			***Cash in banks***
Rupiah			*Rupiah*
- PT Bank Nationalnobu Tbk (Nobu Bank)	369,787	138,885	*PT Bank Nationalnobu Tbk (Nobu Bank)*
- PT Bank CIMB Niaga Tbk	159,152	205,336	*PT Bank CIMB Niaga Tbk*
- PT Bank Maybank Indonesia Tbk	143,467	212,380	*PT Bank Maybank Indonesia Tbk*
- PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	79,285	62,111	*PT Bank Mandiri (Persero) Tbk*
- PT Bank Mayapada International Tbk	32,528	17,343	*PT Bank Mayapada International Tbk*
- PT Bank Central Asia Tbk	11,094	9,559	*PT Bank Central Asia Tbk*
- PT Bank UOB Indonesia	11,057	8,670	*PT Bank UOB Indonesia*
- PT Bank Danamon Indonesia Tbk	10,228	10,788	*PT Bank Danamon Indonesia Tbk*
- PT Bank Rakyat Indonesia Tbk	7,602	6,617	*PT Bank Rakyat Indonesia Tbk*
- PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	7,442	10,206	*PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk*
- PT Bank Permata Tbk	4,445	10,553	*PT Bank Permata Tbk*
- PT Bank BNP Paribas Indonesia	1,000	1,000	*PT Bank BNP Paribas Indonesia*
	944,959	782,314	
Dolar AS			*US Dollar*
- PT Bank CIMB Niaga Tbk	1,685	3,581	*PT Bank CIMB Niaga Tbk*
- PT Bank Nationalnobu Tbk (Nobu Bank)	14	-	*PT Bank Nationalnobu Tbk (Nobu Bank)*
	1,699	3,581	
	946,658	785,895	

5. PERSEDIAAN / *5. INVENTORIES*

	2015	2014	
Pakaian pria	296,173	316,940	*Menswear*
Pakaian wanita	244,840	219,908	*Ladieswear*
Produk anak-anak	200,242	191,723	*Children product*
Sepatu	191,935	153,512	*Shoes*
Kosmetik	50,055	46,766	*Cosmetics*
Perlengkapan rumah tangga dan perlengkapan mandi	33,448	32,264	*Household appliances and toiletries*
	1,016,693	961,113	
Dikurangi:			*Less:*
Provisi untuk persediaan	(8,882)	(5,882)	*Provision for inventory*
	1,007,811	955,231	

Pada tanggal 31 Desember 2015, persediaan Perusahaan telah diasuransikan terhadap risiko kebakaran dan risiko lainnya dengan nilai pertanggungan sejumlah Rp 1.218.454 (31 Desember 2014: Rp 929.501). Manajemen berkeyakinan bahwa jumlah ini telah memadai untuk menutupi kerugian atas risiko-risiko tersebut di atas.

As at 31 December 2015, the Company's inventories were insured against losses from fire and other risks for Rp 1,218,454 (31 December 2014: Rp 929,501). 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* 2015					
	Awal/ *Beginning*	Penambahan/ *Addition*	Reklasifikasi/ *Reclassification*	Pengurangan/ *Disposal*	Akhir/ *Ending*	
Nilai perolehan						***Acquisition cost***
Renovasi bangunan	460,979	23,136	73,572	(428)	557,259	*Building renovation*
Peralatan dan instalasi	1,110,536	244,605	49,898	(7,862)	1,397,177	*Equipment and installation*
Kendaraan	8,435	2,161	-	(6)	10,590	*Vehicles*
Aset dalam pembangunan	39,449	123,080	(123,470)	-	39,059	*Assets under construction*
	1,619,399	392,982	-	(8,296)	2,004,085	
Akumulasi penyusutan						***Accumulated depreciation***
Renovasi bangunan	(293,480)	(72,768)	-	362	(365,886)	*Building renovation*
Peralatan dan instalasi	(594,986)	(165,403)	-	6,296	(754,093)	*Equipment and installation*
Kendaraan	(4,979)	(2,567)	-	6	(7,540)	*Vehicles*
	(893,445)	(240,738)	-	6,664	(1,127,519)	
Nilai buku bersih	725,954				876,566	***Net book value***

6. ASET TETAP (lanjutan) / 6. *FIXED ASSETS (continued)*

	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***

Perhitungan kerugian penjualan aset tetap adalah sebagai berikut:

The calculation of the loss on sale of fixed assets is as follows:

	2015	2014	
Hasil penjualan	309	1,723	*Sales proceeds*
Nilai buku bersih	(1,632)	(5,681)	*Net book value*
Kerugian penjualan aset tetap	(1,323)	(3,958)	*Loss on sale of fixed assets*

Beban penyusutan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2015 dan 2014 masing-masing sejumlah Rp 240.738 dan Rp 228.026, telah dibebankan sebagai beban usaha (lihat Catatan 19).

Depreciation expenses for the years ended 31 December 2015 and 2014 amounting Rp 240,738 and Rp 228,026 respectively, were charged as operating expenses (see Note 19).

Pada tanggal 31 Desember 2015, jumlah harga perolehan aset tetap yang telah disusutkan penuh dan masih digunakan adalah sebesar Rp 332.958 (31 Desember 2014: Rp 266.257).

As at 31 December 2015, the acquisition costs of fixed assets which have been fully depreciated and are still being used amounting to Rp 332,958 (31 December 2014: Rp 266,257).

Pada tanggal 31 Desember 2015, aset tetap diasuransikan terhadap risiko kerugian akibat kebakaran dan risiko kerugian lainnya dengan nilai pertanggungan sebesar Rp 2.487.845 (31 Desember 2014: Rp 1.989.545). Manajemen berkeyakinan bahwa jumlah ini telah memadai untuk menutupi kerugian atas risiko-risiko tersebut di atas.

As at 31 December 2015, fixed assets were insured against losses from fire and other risks for Rp 2,487,845 (31 December 2014: Rp 1,989,545). 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 that there was no impairment of fixed assets.

6. ASET TETAP (lanjutan) / *FIXED ASSETS (continued)*

Aset dalam pembangunan terdiri atas renovasi bangunan, peralatan dan instalasi. Pada 31 Desember 2015, persentase penyelesaian rata-rata atas aset dalam pembangunan yang diakui dalam pelaporan keuangan adalah berkisar 30% - 70% dan diperkirakan akan selesai pada tahun 2016 (31 Desember 2014: 20% - 70%).

Assets under construction comprised building renovation, equipment and installation. As at 31 December 2015, the average percentage of completion of the assets under construction recognised for financial reporting ranged from 30% - 70% and is estimated to be completed in 2016 (31 December 2014: 20% - 70%).

7. BEBAN DIBAYAR DIMUKA - SEWA / *PREPAID EXPENSES - LEASE*

	2015	2014	
PT Matahari Putra Prima Tbk	143,190	194,814	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Nusa Bahana Niaga	30,000	20,000	*PT Nusa Bahana Niaga*
PT Suryana Istana Pasundan	26,314	31,030	*PT Suryana Istana Pasundan*
PT Andromeda Sakti	23,000	15,000	*PT Andromeda Sakti*
PT Girimulia Perkasa Jaya	23,000	-	*PT Girimulia Perkasa Jaya*
PT Mulia Citra Abadi	23,000	7,500	*PT Mulia Citra Abadi*
PT Mitra Anda Sukses Bersama	21,640	24,403	*PT Mitra Anda Sukses Bersama*
PT Damarindo Perkasa	20,490	13,000	*PT Damarindo Perkasa*
PT Pendopo Niaga	19,000	19,000	*PT Pendopo Niaga*
PT Graha Megaria Raya	18,907	-	*PT Graha Megaria Raya*
PT Global Manajemen Terpadu	15,000	15,000	*PT Global Manajemen Terpadu*
PT Sriwijaya Propindo Utama	10,508	3,523	*PT Sriwijaya Propindo Utama*
PT Pandega Citraniaga	9,085	-	*PT Pandega Citraniaga*
PT Mulia Persada Pertiwi	8,445	8,350	*PT Mulia Persada Pertiwi*
PT Yogya Indah Sejahtera	7,819	8,368	*PT Yogya Indah Sejahtera*
PT Indah Pesona Bogor	7,364	7,517	*PT Indah Pesona Bogor*
PT Cahaya Sumbar Raya	7,017	5,447	*PT Cahaya Sumbar Raya*
PT Margamas Indah Development	6,648	7,146	*PT Margamas Indah Development*
PT Danadipa Aluwung	6,477	7,159	*PT Danadipa Aluwung*
PT Palu Graha Sejahtera	6,034	8,355	*PT Palu Graha Sejahtera*
PT Supermal Karawaci	5,282	6,263	*PT Supermal Karawaci*
PT Megasurya Nusalestari	4,932	-	*PT Megasurya Nusalestari*
UD Tri Eka Santosa	4,560	2,736	*UD Tri Eka Santosa*
Lain-lain	77,830	77,925	*Others*
	525,542	482,536	
Bagian Lancar:			*Current Portion:*
Uang muka sewa	(64,856)	(81,860)	*Rental advances*
Beban dibayar dimuka - sewa	(90,361)	(83,124)	*Prepaid expense - lease*
Sewa jangka panjang	370,325	317,552	*Long-term lease*

Saldo uang muka sewa dan sewa dibayar dimuka - pihak berelasi pada tanggal 31 Desember 2015 adalah sebesar Rp 155.538 (lihat Catatan 24c).

The balance of rental advance and prepaid expenses - lease - related parties as at 31 December 2015 was amounting to Rp 155,538 (see Note 24c).

8. ASET TIDAK LANCAR LAINNYA / *OTHER NON-CURRENT ASSETS*

Pada tanggal 31 Desember 2015, nilai aset tidak lancar lainnya termasuk investasi pada PT Global Ecommerce Indonesia ("GEI") sebesar Rp 84.893 yang merupakan 5,16% dari seluruh modal ditempatkan dan disetor dalam GEI.

As at 31 December 2015, the carrying amount of other non-current assets include an investment in PT Global Ecommerce Indonesia ("GEI") amounting to Rp 84,893 which represents 5.16% of total issued and paid-in capital in GEI.

9. UTANG USAHA - PIHAK KETIGA / *9. TRADE PAYABLES - THIRD PARTIES*

	2015	2014	
Pembelian	674,324	591,670	*Direct purchase*
Konsinyasi	877,295	819,132	*Consignment*
	1,551,619	1,410,802	

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 keuangan.

Trade payables of consignment represent liabilities arising from consignment sales proceeds received, but not yet remitted as of the reporting date.

Pada tanggal 31 Desember 2015 dan 2014, seluruh nilai tercatat utang usaha berdenominasi Rupiah dan tidak ada jaminan yang diberikan sehubungan dengan utang usaha.

As at 31 December 2015 and 2014, 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.

10. UTANG LAIN-LAIN - PIHAK KETIGA / *10. OTHER PAYABLES - THIRD PARTIES*

	2015	2014	
Pihak ketiga			***Third parties***
Pemasaran	89,057	45,647	*Marketing*
Pembelian aset tetap, barang dan jasa lainnya	50,307	44,628	*Purchase of fixed assets, other goods and services*
Lainnya	11,815	15,505	*Others*
	151,179	105,780	

11. AKRUAL / *11. ACCRUALS*

	2015	2014	
Pihak ketiga			***Third parties***
Sewa	88,099	36,385	*Rent*
Utilitas	78,604	50,801	*Utilities*
Aset tetap	32,318	29,777	*Fixed assets*
Pemasaran	27,675	47,744	*Marketing*
Transportasi	8,482	17,313	*Transportation*
Biaya keuangan lainnya	7,967	-	*Other finance costs*
Jasa pengendalian kualitas	7,287	5,953	*Quality service*
Konsultan	5,954	1,672	*Consultant*
Pajak dan perijinan	2,657	1,152	*Tax and licenses*
Perjalanan dinas	2,298	3,751	*Business travel*
Asuransi	965	-	*Insurance*
Bunga	-	3,956	*Interest*
Lain-lain	17,740	13,252	*Others*
Jumlah	280,046	211,756	*Total*
Pihak berelasi (Catatan 24c)			***Related parties (Note 24c)***
Sewa	29,780	24,185	*Rent*
Utilitas	21,354	20,937	*Utilities*
Jumlah	51,134	45,122	*Total*

12. PERPAJAKAN / *12. TAXATION*

a. Pajak dibayar dimuka / *a. Prepaid tax*

	2015	2014	
Pajak lain-lain			***Other tax***
Pajak pertambahan nilai	53,899	71,624	*Value added tax*

b. Utang pajak / *b. Taxes payable*

	2015	2014	
Pajak penghasilan badan			***Corporate income taxes***
- Pasal 29	97,608	103,615	*Article 29* -
- Pasal 25	-	25,199	*Article 25* -
	97,608	128,814	
Pajak lain-lain			***Other taxes***
- Pasal 23 dan 4 (2)	10,679	10,226	*Articles 23 and 4 (2)* -
- Pasal 21	2,016	4,464	*Article 21* -
- Pasal 26	54	35	*Article 26* -
	12,749	14,725	
	110,357	143,539	

12. PERPAJAKAN (lanjutan)

***12. TAXATION** (continued)*

c. Beban pajak penghasilan

c. Income tax expense

	2015	2014	
Kini	457,515	424,808	*Current*
Tangguhan	6,458	(1,663)	*Deferred*
Penyesuaian periode lalu	-	8,281	*Prior period adjustment*
	463,973	431,426	

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:

	2015	2014	
Laba sebelum pajak penghasilan	2,244,821	1,850,544	*Profit before income tax*
Perbedaan temporer:			*Temporary differences:*
- Kewajiban imbalan kerja	45,846	45,126	*Employee benefits obligations* -
- Penyusutan dan amortisasi	(81,136)	(36,808)	*Depreciation and amortisation* -
- Provisi untuk persediaan	3,000	-	*Provision for inventory* -
Perbedaan permanen:			*Permanent differences:*
- Beban yang tidak dapat dikurangkan	110,395	292,725	*Non-deductible expense* -
- Pendapatan yang telah dikenakan pajak final	(35,352)	(27,545)	*Income subject to final tax* -
Penghasilan kena pajak	2,287,574	2,124,042	*Taxable income*
Beban pajak penghasilan kini	457,515	424,808	*Current income tax expense*
Pembayaran pajak penghasilan dimuka:			*Prepayment of income taxes:*
- Pasal 23	(355)	(980)	*Article 23* -
- Pasal 25	(359,552)	(320,213)	*Article 25* -
Kurang bayar Pajak Penghasilan Badan	97,608	103,615	*Underpayment of Corporate Income Tax*

Dalam laporan keuangan ini jumlah penghasilan kena pajak untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2015 didasarkan atas perhitungan sementara.

In these financial statements, the amounts of taxable income for the year ended 31 December 2015 are based on preliminary calculations.

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:

12. PERPAJAKAN (lanjutan) / *12. TAXATION (continued)*

c. Beban pajak penghasilan (lanjutan) / *c. Income tax expense (continued)*

	2015	2014	
Laba sebelum pajak penghasilan	2,244,821	1,850,544	*Profit before income tax*
Pajak dihitung pada tarif yang berlaku 20%	448,964	370,109	*Tax calculated at applicable rate 20%*
Beban yang tidak dapat dikurangkan	22,079	58,545	*Non deductible expense*
Pendapatan yang telah dikenakan pajak final	(7,070)	(5,509)	*Income subject to final tax*
Penyesuaian periode lalu	-	8,281	*Prior period adjustment*
Beban pajak penghasilan	463,973	431,426	*Income tax expense*

d. Aset pajak tangguhan / *d. Deferred tax assets*

	01/01/2015 *)	Dikreditkan/ (dibebankan) ke laba rugi/ *Credited/ (charged) to profit or loss*	Dibebankan ke pendapatan komprehensif lainnya/ *Charged to other comprehensive income*	31/12/2015	
Kew ajiban imbalan kerja	66,585	9,169	(4,376)	71,378	*Employee benefits obligations*
Provisi untuk persediaan	1,176	600	-	1,776	*Provision for inventory*
Perbedaan antara nilai buku bersih aset tetap komersial dan fiskal	(18,511)	(16,227)	-	(34,738)	*Difference between commercial and fiscal net book value of fixed asset*
	49,250	(6,458)	(4,376)	38,416	

	01/01/2014 *)	Dikreditkan/ (dibebankan) ke laba rugi/ *Credited/ (charged) to profit or loss*	Dikreditkan ke pendapatan komprehensif lainnya/ *Credited to other comprehensive income*	31/12/2014 *)	
Kew ajiban imbalan kerja	55,881	9,025	1,679	66,585	*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*
	45,908	1,663	1,679	49,250	

Aset pajak tangguhan pada tanggal 31 Desember 2015 dan 2014 telah memperhitungkan tarif pajak yang berlaku untuk setiap periode yang terkait.

Deferred tax assets as at 31 December 2015 and 2014 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.

12. PERPAJAKAN (lanjutan)

e. Administrasi

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.

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 yang menyatakan bahwa Perusahaan kurang bayar pajak 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 kurang bayar tersebut pada tahun 2014.

***12. TAXATION** (continued)*

e. Administration

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.

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 stated that the Company under paid taxes amounting to Rp 28,143 consist of principal, interest and penalty. From that amount, Rp 8,281 for underpayment of the corporate income tax and Rp 19,862 for underpayment of other taxes. The Company accepted and paid these underpayment in 2014.

13. PINJAMAN BANK

13. BANK LOANS

	2015	2014	
Pinjaman sindikasi:			*Syndicated loan:*
- PT Bank CIMB Niaga Tbk("CIMB")	-	477,289	*PT Bank CIMB Niaga Tbk ("CIMB")* -
- PT Bank BNP Paribas Indonesia	-	222,711	*PT Bank BNP Paribas Indonesia* -
Dikurangi:			*Less:*
Beban ditangguhkan	-	(10,831)	*Deferred charges*
	-	689,169	
Dikurangi:			*Less:*
Bagian yang jatuh tempo dalam satu tahun	-	(278,978)	*Portion due within one year*
Bagian jatuh tempo lebih dari satu tahun	-	410,191	*Portion due over one year*

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.

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.

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.

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.

13. PINJAMAN BANK (lanjutan)

Pada tanggal 31 Desember 2013, sisa saldo pinjaman Perusahaan adalah Rp 1.595.680. Pada tanggal 6 Juni 2014, Perusahaan telah melunasi semua pokok pinjaman sebesar Rp 1.669.253 beserta semua bunga dan *break cost* untuk fasilitas pinjaman tersebut di atas.

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 percepatan pembayaran pokok pinjaman masing-masing sebesar Rp 70.000, Rp 200.000, Rp 100.000, Rp 80.000, Rp 150.000, dan Rp 350.000.

Beban keuangan sebesar Rp 123.660 (31 Desember 2014: Rp 255.951) termasuk biaya bunga dan beban amortisasi ditangguhkan untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2015 dan 2014 masing-masing sebesar Rp 80.577 dan Rp 255.951.

***13. BANK LOANS** (continued)*

On 31 December 2013, the remaining outstanding loan of the Company was Rp 1,595,680. On 6 June 2014, the Company fully repaid the outstanding loan principal amounting to Rp 1,669,253 and all accrued interest and break cost for the above facilities.

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 Shareholders 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 the 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, respectively.

Finance costs amounting to Rp 123,660 (31 December 2014: Rp 255,951) include interest cost and amortisation of deferred charges for the years ended 31 December 2015 and 2014 were amounting to Rp 80,577 and Rp 255,951, respectively.

13. PINJAMAN BANK (lanjutan)

Di bulan Desember 2015 Perusahaan telah melunasi semua pokok pinjaman sebesar Rp 700.000 beserta semua bunga dan *break cost* untuk fasilitas pinjaman berjangka di atas.

Pada tanggal 18 Desember 2015, Perusahaan menandatangani perjanjian fasilitas pinjaman kredit *revolving* senilai Rp 1.000.000 dengan PT Bank BNP Paribas Indonesia dan PT Bank CIMB Niaga Tbk untuk pendanaan modal kerja dan pengeluaran modal. Fasilitas tersebut berlaku selama 3 tahun. Pada tanggal 31 Desember 2015, Perusahaan belum menggunakan fasilitas tersebut.

***13. BANK LOANS** (continued)*

In December 2015, the Company fully repaid the outstanding loan principal amounting to Rp 700,000 and all accrued interest and break cost for the above term loan facility.

On 18 December 2015, the Company signed a new revolving credit facility amounting to Rp 1,000,000 with PT Bank BNP Paribas Indonesia dan PT Bank CIMB Niaga Tbk for working capital and capital expenditure purposes. The facility is for 3 years. As at 31 December 2015, the facility has not been used.

14. MODAL SAHAM

Komposisi pemegang saham Perusahaan pada tanggal 31 Desember 2015 adalah sebagai berikut:

14. SHARE CAPITAL

The composition of the Company's shareholders as at 31 December 2015 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)*			
PT Multipolar Tbk	1,188,290	0.04	5,941
Publik/*Public* (masing-masing di bawah 5%/ *each less than 5%)*	4,980,670	0.17	24,904
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)*			
PT Multipolar Tbk	44,017,453	1.51	15,406
Publik/*Public* (masing-masing di bawah 5%/ *each less than 5%)*	215,078,867	7.37	75,278
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
John Riady (Komisaris/*Commissioner)*	20,000	0.00	2
Publik/*Public* (masing-masing di bawah 5%/ *each less than 5%)*	2,100,309,043	71.98	210,031
Sub-jumlah/*sub-total*	2,652,652,800	90.91	265,265
	2,917,918,080	100.00	386,794

14. MODAL SAHAM (lanjutan) / *SHARE CAPITAL (continued)*

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

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.

15. TAMBAHAN MODAL DISETOR / *ADDITIONAL PAID IN CAPITAL*

Rincian akun ini pada posisi tanggal 31 Desember 2015 dan 2014 adalah sebagai berikut:

The account details as at 31 December 2015 and 2014 are as follows:

	2015	2014	
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*

15. 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.

15. 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 cost arising from LPO I to shareholders regarding issuance of pre-emptive rights was Rp 2,831.

16. 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.

Pada tanggal 31 Desember 2015 dan 2014, saldo laba yang dicadangkan adalah sebesar Rp 116.397, sehingga Perusahaan memenuhi persyaratan 20% cadangan wajib.

16. 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.

As at 31 December 2015 and 2014, the balance of appropriation of retained earnings was Rp 116,397, therefore the Company met the 20% statutory reserve requirement.

16. PENCADANGAN SALDO LABA DAN DIVIDEN (lanjutan)

Dalam rapat umum pemegang saham tahunan yang risalah rapatnya dituangkan 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.

Dalam rapat umum pemegang saham tahunan yang risalah rapatnya dituangkan dalam Akta No. 32 tanggal 28 Juli 2015 yang dibuat oleh Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H., para pemegang saham Perusahaan menyetujui antara lain pembagian dividen dari penghasilan bersih tahun 2014 sebesar Rp 851.448 atau Rp 291,80 (nilai penuh) per saham yang telah dibayarkan pada tanggal 1 Juli 2015.

16. APPROPRIATION OF RETAINED EARNINGS AND DIVIDEND (continued)

At the annual shareholders' meeting which was notarised by Notarial Deed of Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H., No. 34 dated on 15 April 2014, the Company shareholders approved, among others the declaration of dividend from 2013 net profit amounting to Rp 460,156 or Rp 157.70 (full amount) per share which had been paid on 30 June 2014.

At the annual shareholders' meeting which was notarised by Notarial Deed of Ir. Nanette Cahyanie Handari Adi Warsito S.H., No. 32 dated on 28 July 2015, the Company shareholders approved, among others the declaration of dividend from 2014 net profit amounting to Rp 851,448 or Rp 291.80 (full amount) per share which had been paid on 1 July 2015.

17. PENJUALAN KONSINYASI - BERSIH / *17. CONSIGNMENT SALES - NET*

	2015	2014	
Penjualan konsinyasi	10,353,882	9,551,959	*Consignment sales*
Beban penjualan konsinyasi	(7,126,323)	(6,570,535)	*Cost of consignment sales*
	3,227,559	2,981,424	

18. BEBAN POKOK PENDAPATAN / *18. COST OF REVENUE*

	2015	2014	
Persediaan awal	961,113	729,691	*Merchandise for sale -beginning*
Pembelian bersih	3,380,235	3,092,288	*Purchases - net*
Persediaan yang tersedia untuk dijual	4,341,348	3,821,979	*Merchandise available for sale*
Persediaan akhir	(1,016,693)	(961,113)	*Merchandise for sale-ending*
Penghapusan persediaan akibat kebakaran	(10,409)	-	*Inventory write-off due to fire*
Perubahan provisi untuk persediaan	3,000	-	*Change in provision for inventory*
Beban pokok pendapatan-persediaan	3,317,246	2,860,866	*Cost of revenue-merchandise*
Beban pokok pendapatan-jasa	18,392	16,641	*Cost of revenue-service fees*
Beban pokok pendapatan	3,335,638	2,877,507	*Cost of revenue*

Tidak terdapat transaksi pembelian persediaan dari pemasok yang secara individu melebihi 10% dari jumlah penjualan bersih untuk setiap tahun.

There was no purchase from an individual supplier with transactions more than 10% of total net sales for each year ended.

19. BEBAN USAHA / *19. OPERATING EXPENSES*

	2015	2014	
Sew a	1,088,986	941,683	*Rent*
Gaji dan kesejahteraan karyaw an	970,403	861,504	*Salaries and allowance*
Utilitas	327,298	316,521	*Utilities*
Penyusutan (lihat Catatan 6)	240,738	228,026	*Depreciation (see Note 6)*
Jasa operasional	203,363	164,563	*Operational services*
Pemasaran	188,231	164,389	*Marketing*
Asuransi	67,981	44,027	*Insurance*
Kartu kredit	57,284	54,051	*Credit card*
Kantong plastik	38,815	32,562	*Plastic bags*
Perjalanan dinas	28,063	25,336	*Business travel*
Pajak dan ijin	21,481	16,984	*Tax and licenses*
Konsultan	21,189	14,424	*Consultant*
Telekomunikasi	20,987	16,621	*Telecommunication*
Pemeliharaan dan perbaikan	20,427	20,738	*Repair and maintenance*
Barang konsumsi	11,918	10,298	*Consumables*
Amortisasi	11,410	6,957	*Amortisation*
Seragam	8,468	4,918	*Uniform*
Lain-lain	14,699	13,411	*Others*
	3,341,741	2,937,013	

20. KEUNTUNGAN/(KERUGIAN) LAINNYA - BERSIH / *20. OTHER GAINS/(LOSSES) - NET*

	2015	2014	
Kerugian penjualan aset tetap	(1,323)	(3,958)	*Loss on sale of fixed assets*
Keuntungan klaim asuransi	-	61	*Gain from insurance claim*
Penyesuaian pajak periode lalu	-	(19,862)	*Prior period tax adjustment*
Lain-lain - bersih	9,457	(3,356)	*Others - net*
	8,134	(27,115)	

21. KEWAJIBAN IMBALAN KERJA / *21. EMPLOYEE BENEFITS OBLIGATIONS*

Kewajiban imbalan kerja jangka pendek / ***Short-term employee benefits obligations***

	2015	2014	
Bonus dan insentif	193,568	144,696	*Bonus dan incentives*
Imbalan pensiun - bagian lancar	12,781	7,945	*Retirement benefits - current portion*
	206,349	152,641	

21. KEWAJIBAN IMBALAN KERJA (lanjutan) / *21. EMPLOYEE BENEFITS OBLIGATIONS (continued)*

Kewajiban imbalan kerja jangka panjang / ***Long-term employee benefits obligation***

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:

	2015	2014	
Tingkat diskonto	9.10%	8.30%	*Discount rate*
Tingkat kenaikan gaji	10%	10%	*Salary increment rate*
Tingkat kematian	TMI 2011 dengan perbaikan/ *with improvement*	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 2015 dan 2014 berdasarkan laporan aktuaris independen PT Dayamandiri Dharmakonsilindo tertanggal 12 Januari 2016.

Employee benefits obligations as at 31 December 2015 and 2014 were based on independent actuary report PT Dayamandiri Dharmakonsilindo dated 12 January 2016.

Informasi mengenai kewajiban imbalan kerja yang tercantum dalam laporan keuangan adalah sebagai berikut:

The information of employee benefits obligations included in financial statements were as follows:

	2015	2014 *)	
Nilai kini dari kew ajiban	356,891	332,924	*Present value of obligations*
Beban yang diakui di laporan laba rugi	(57,935)	(52,254)	*Expense recognised in the statements of profit or loss*
Pengukuran ulang penyisihan imbalan kerja	21,880	(8,395)	*Remeasurement of employee benefits obligations*
Kew ajiban imbalan kerja jangka pendek	12,781	7,945	*Short-term employee benefits obligations*
Kew ajiban imbalan kerja jangka panjang	344,110	324,979	*Long-term employee benefits obligations*

Beban yang diakui di laporan laba rugi adalah sebagai berikut:

The amounts recognised in the statement of profit or loss were as follows:

	2015	2014	
Biaya jasa kini	25,563	22,856	*Current service cost*
Biaya bunga	27,303	24,718	*Interest cost*
Biaya penghentian	4,790	4,311	*Termination cost*
Biaya jasa lalu	279	369	*Past service cost*
	57,935	52,254	

*) **Disajikan kembali, lihat Catatan 32**

*) ***Restated, see Note 32***

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2015 DAN 2014
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2015 AND 2014
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

21. KEWAJIBAN IMBALAN KERJA (lanjutan)

Kewajiban imbalan kerja jangka panjang (lanjutan)

Pergerakan dari nilai kini kewajiban imbalan pasti adalah sebagai berikut:

21. EMPLOYEE BENEFITS OBLIGATIONS *(continued)*

Long-term employee benefits obligation *(continued)*

The movement in the present value of defined benefit obligation is as follows:

	2015	2014 *)	
Pada awal tahun	332,924	279,403	*At the beginning of the year*
Biaya jasa kini	25,563	22,856	*Current service cost*
Biaya bunga	27,303	24,718	*Interest cost*
Biaya penghentian	4,790	4,311	*Termination cost*
Biaya jasa lalu	279	369	*Past service cost*
Pembayaran selama tahun berjalan	(12,088)	(7,128)	*Payment during the year*
Pengukuran ulang:			*Remeasurements:*
Keuntungan aktuarial dari perubahan asumsi demografi	(744)	(6,007)	*Actuarial gain from change in demographic assumptions*
(Keuntungan)/ kerugian aktuarial dari perubahan asumsi finansial	(24,595)	19,772	*Actuarial (gain)/loss from change in financial assumptions*
Kerugian/ (keuntungan) aktuarial dari penyesuaian pengalaman	3,459	(5,370)	*Actuarial loss/ (gain) from change in experience adjustments*
Pada akhir tahun	356,891	332,924	*At the end of the year*

Melalui program imbalan pasti yang dimiliki oleh Perusahaan, Perusahaan terpengaruh oleh beberapa risiko sebagai berikut:

Through its defined benefit pension plans, the Company is exposed to a number of risks, which are detailed below:

a. Risiko suku bunga. Kewajiban imbalan pasti yang dihitung berdasarkan PSAK 24 menggunakan tingkat diskonto obligasi. Jika tingkat diskonto tersebut turun, maka kewajiban imbalan pasti akan cenderung mengalami kenaikan.

a. Interest rate risk. The defined benefit obligation calculated under SFAS 24 uses a discount rate on bond yields. If bond yields fall, the defined benefit will tend to increase.

b. Risiko inflasi atas gaji. Kenaikan aktual atas inflasi dibandingkan dengan tingkat kenaikan gaji akan membuat kewajiban imbalan pasti menjadi lebih tinggi.

b. Salary inflation risk. Higher actual increase than expected increase in salary will increase the defined benefit obligation.

21. KEWAJIBAN IMBALAN KERJA (lanjutan) / ***21. EMPLOYEE BENEFITS OBLIGATIONS*** *(continued)*

Kewajiban imbalan kerja jangka panjang (lanjutan) / ***Long-term employee benefits obligation*** *(continued)*

Sensitivitas dari kewajiban imbalan pasti terhadap perubahan asumsi aktuarial utama adalah sebagai berikut:

The sensitivity of the defined benefit obligation to changes in the principal assumptions is as follows:

	Perubahan asumsi/ *Change in assumption*	Dampak atas kewajiban imbalan pasti/ *Impact on defined benefit obligation*		
		Kenaikan asumsi/ *Increase in assumption*	Penurunan asumsi/ *Decrease in assumption*	
Tingkat diskonto	1%	Penurunan sebesar/ *Decrease by* 8.2%	Kenaikan sebesar/ *Increase by* 9.3%	*Discount rate*
Tingkat kenaikan gaji di masa depan	1%	Kenaikan sebesar/ *Increase by* 9.1%	Penurunan sebesar/ *Decrease by* 8.2%	*Salary growth rate*

Analisis sensitivitas di atas didasarkan pada perubahan atas asumsi tunggal dengan asumsi lainnya konstan. Pada praktiknya, kecil kemungkinan hal tersebut terjadi, dan perubahan-perubahan dalam beberapa asumsi mungkin saling berhubungan. Ketika melakukan perhitungan sensitivitas dari kewajiban imbalan pasti ke asumsi aktuarial yang signifikan, metode yang sama (nilai kini dari kewajiban imbalan pasti yang dihitung dengan menggunakan metode *projected unit credit* pada akhir periode pelaporan) telah diterapkan seperti saat menghitung kewajiban pensiun yang diakui pada laporan posisi keuangan.

The above sensitivity analyses are based on a change in an assumption while holding all other assumptions constant. In practice, this is unlikely to occur, and changes in some of the assumptions may be correlated. When calculating the sensitivity of the defined benefit obligation to significant actuarial assumptions, the same method (present value of the defined benefit obligation calculated with the projected unit credit method at the end of the reporting period) has been applied as when calculating the pension liability recognised within the statement of financial position.

Durasi rata-rata tertimbang dari kewajiban imbalan pasti adalah 12,36 tahun.

The weighted average duration of the defined benefit obligation is 12.36 years.

22. LABA BERSIH PER SAHAM / *22. NET EARNINGS PER SHARE*

	2015	2014	
Laba tahun berjalan	1,780,848	1,419,118	*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)	611	486	*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.

23. BIAYA KARYAWAN / *23. EMPLOYEE COSTS*

Jumlah biaya karyawan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2015 dan 2014 masing-masing sebesar Rp 970.403 dan Rp 861.504.

Total employee costs for the years ended 31 December 2015 and 2014 amounting to Rp 970,403 and Rp 861,504, respectively.

Pada tanggal 31 Desember 2015, Perusahaan mempunyai karyawan sejumlah 13.364 orang (31 Desember 2014: 12.594) – tidak diaudit.

As at 31 December 2015, the Company had 13,364 employees (31 December 2014: 12,594 employees) – unaudited.

24. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI / *24. RELATED PARTY INFORMATION*

a. Hubungan dengan pihak berelasi / *a. The nature of relationships with related parties*

Hubungan dan sifat transaksi dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut:

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*
PT Multipolar Tbk (MLPL)	Pemegang saham mayoritas/Majority *shareholder*	Biaya sewa, biaya listrik, kegiatan promosi/R*ent expense, electricity expense, promotion activity*
PT Multipolar Technology Tbk (MLPT)	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Pembelian aset tetap/*Purchase of fixed assets*
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 Mulia Persada Pertiwi	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa, biaya listrik/*Rent expense, electricity expense*
PT Prima Gerbang Persada	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 Mentari Singosaren	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa, biaya listrik/*Rent expense, electricity 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 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 Citra Cito Perkasa	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 Surya Menara Lestari	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa/*Rent expense*
PT Surya Pekalongan Lestari	Entitas Anak dari pemegang saham (MLPL)/S*ubsidiary of shareholder (MLPL)*	Biaya sewa/*Rent 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*
PT Global Ecommerce Indonesia	Anggota dari Grup yang sama/*Members of the same Group*	Pembelian saham/ *Purchase of shares*
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*

24. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI (lanjutan)

24. RELATED PARTY INFORMATION *(continued)*

b. Transaksi dengan pihak berelasi

b. Transactions with related party

Biaya Sewa / ***Rent expense***

	2015	2014	
PT Multipolar Tbk	49,544	29,837	*PT Multipolar Tbk*
PT Matahari Putra Prima Tbk	40,485	48,092	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Mega Duta Persada	16,866	16,175	*PT Mega Duta Persada*
PT Mulia Persada Pertiwi	15,762	15,337	*PT Mulia Persada Pertiwi*
PT Prima Gerbang Persada	14,818	13,924	*PT Prima Gerbang Persada*
PT Surya Asri Lestari	12,163	11,686	*PT Surya Asri Lestari*
PT Surya Menara Lestari	9,082	9,415	*PT Surya Menara Lestari*
PT Cahaya Pesona Nusantara	8,282	7,843	*PT Cahaya Pesona Nusantara*
PT Persada Simpang Lima	7,328	7,054	*PT Persada Simpang Lima*
PT Serang Gemilang	6,583	6,442	*PT Serang Gemilang*
PT Surya Pekalongan Lestari	6,125	5,588	*PT Surya Pekalongan Lestari*
PT Citra Cito Perkasa	5,873	5,424	*PT Citra Cito Perkasa*
PT Mentari Singosaren	4,430	4,182	*PT Mentari Singosaren*
PT Panca Megah Utama	4,194	4,100	*PT Panca Megah Utama*
PT Magelang Perkasa	3,011	2,501	*PT Magelang Perkasa*
Lain-lain (masing-masing di bawah Rp 2,9 miliar)	10,462	13,267	*Others (each below Rp 2.9 billion)*
Jumlah	215,008	200,867	*Total*
Persentase dari beban usaha	6.43	6.84	*Percentage of total operating expenses*

Beban jasa penyediaan sistem retail / ***Retail system service expense***

	2015	2014	
PT Visionet Internasional	12,523	13,489	*PT Visionet Internasional*
Persentase dari beban usaha	0.37	0.46	*Percentage of total operating expenses*

Biaya listrik / ***Electricity expense***

	2015	2014	
PT Matahari Putra Prima Tbk	19,339	24,748	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Multipolar Tbk	15,736	12,736	*PT Multipolar Tbk*
PT Mulia Persada Pertiwi	8,530	7,455	*PT Mulia Persada Pertiwi*
PT Prima Gerbang Persada	5,460	5,375	*PT Prima Gerbang Persada*
PT Persada Simpang Lima	3,715	3,651	*PT Persada Simpang Lima*
PT Surya Asri Lestari	3,543	3,288	*PT Surya Asri Lestari*
PT Mega Duta Persada	3,470	4,042	*PT Mega Duta Persada*
PT Mentari Singosaren	3,002	4,082	*PT Mentari Singosaren*
Lain-lain (masing-masing di bawah Rp 2,9 miliar)	17,522	24,772	*Others (each below Rp 2.9 billion)*
Jumlah	80,317	90,149	*Total*
Persentase dari beban usaha	2.40	3.07	*Percentage of total operating expenses*

24. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI (lanjutan) / *RELATED PARTY INFORMATION (continued)*

b. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan) / *Transactions with related party (continued)*

Pembelian aset tetap / ***Purchase of fixed assets***

	2015	2014	
PT Multipolar Technology Tbk	15,081	11,700	*PT Multipolar Technology Tbk*
Persentase dari aset tetap	1.72	1.61	*Percentage of total fixed assets*

Pembelian saham / ***Purchase of shares***

	2015	2014	
PT Global Ecommerce Indonesia	84,893	-	*PT Global Ecommerce Indonesia*
Persentase dari total aset tidak lancar lainnya	55.42	-	*Percentage of total other non-current assets*

c. Saldo dengan pihak berelasi / *Balances with related party*

Kompensasi manajemen kunci / ***Key management compensation***

Manajemen kunci termasuk dewan komisaris, dewan direksi dan personil manajemen kunci lainnya. Kompensasi yang dibayar atau terutang pada manajemen kunci atas jasa pekerja adalah sebagai berikut:

Key management includes board of commissioners, board of directors and other key management personnel. The compensation paid or payable to key management for employee services is shown below:

	31 Desember/ *December* 2015			
	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	21,155	4,709	48,879	*Salaries and other short-term employee benefits*
Imbalan kerja karyawan	-	-	2,368	*Employee benefits obligations*
	21,155	4,709	51,247	

24. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI (lanjutan)

24. RELATED PARTY INFORMATION *(continued)*

c. Saldo dengan pihak berelasi (lanjutan)

c. Balances with related party *(continued)*

	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	

	2015	2014	
Persentase dari jumlah beban karyawan	7.95	7.87	*Percentage of total employee costs*

Beban ini dicatat sebagai bagian dari beban usaha.

This expense is recorded as part of operating expenses.

Uang muka sewa dan beban dibayar dimuka	2015	2014	***Rental advances and prepaid expense***
PT Matahari Putra Prima Tbk	143,190	194,814	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Mulia Persada Pertiwi	8,445	8,350	*PT Mulia Persada Pertiwi*
PT Surya Menara Lestari	3,902	4,645	*PT Surya Menara Lestari*
Lain-lain (masing-masing di bawah Rp 2,9 miliar)	1	523	*Others (each below Rp 2.9 billion)*
	155,538	208,332	
Persentase dari jumlah aset	4.00	6.10	*Percentage of total assets*
Piutang lain-lain pihak berelasi			***Other receivables related parties***
PT Matahari Putra Prima Tbk	5,792	4,144	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Multipolar Tbk	74	42,390	*PT Multipolar Tbk*
	5,866	46,534	
Persentase dari jumlah aset	0.15	1.36	*Percentage of total assets*
Aset tidak lancar lainnya			***Other non-current assets***
PT Global Ecommerce Indonesia (lihat Catatan 8)	84,893	-	*PT Global Ecommerce Indonesia (see Note 8)*
Persentase dari jumlah aset	2.18	-	*Percentage of total assets*

24. INFORMASI MENGENAI PIHAK BERELASI (lanjutan)

c. Saldo dengan pihak berelasi (lanjutan)

24. RELATED PARTY INFORMATION *(continued)*

c. Balances with related party *(continued)*

Utang lain-lain pihak berelasi	2015	2014	***Other payables related parties***
PT Matahari Putra Prima Tbk	945	1,440	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Multipolar Tbk	-	39,250	*PT Multipolar Tbk*
Lain-lain	-	2,213	*Others*
Jumlah	945	42,903	*Total*
Persentase dari jumlah liabilitas	0.03	1.33	*Percentage of total liabilities*
Akrual pihak berelasi			***Accruals related parties***
PT Mulia Persada Pertiw i	12,585	10,913	*PT Mulia Persada Pertiwi*
PT Multipolar Tbk	11,995	2,697	*PT Multipolar Tbk*
PT Matahari Putra Prima Tbk	11,704	19,817	*PT Matahari Putra Prima Tbk*
PT Cahaya Pesona Nusantara	5,956	5,268	*PT Cahaya Pesona Nusantara*
Lain-lain (masing-masing di baw ah Rp 2,9 miliar)	8,894	6,427	*Others (each below Rp 2.9 billion)*
Jumlah	51,134	45,122	*Total*
Persentase dari jumlah liabilitas	1.84	1.40	*Percentage of total liabilities*

25. 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 dan telah diperpanjang pada tanggal 1 Juli 2015. Perjanjian ini berlaku untuk jangka waktu 5 tahun. Tidak ada perubahan yang signifikan 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” untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2015 dan 2014 masing-masing sebesar Rp 12.523 dan Rp 13.489.

25. 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 and has been amended on 1 July 2015. This agreement is valid for a period of 5 years. There are no significant 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" for the years ended 31 December 2015 and 2014 were amounting to Rp 12,523 and Rp 13,489 respectively.

25. PERJANJIAN-PERJANJIAN PENTING (lanjutan)

b. Pada tanggal 23 Februari 2015, Perusahaan dan GEI (lihat Catatan 8) menandatangani perjanjian opsi saham. Pada tanggal 11 Agustus 2015, Perusahaan melaksanakan opsi untuk mengakuisisi 2,5% saham GEI.

Pada tanggal 13 Agustus 2015, Perusahaan dan GEI menandatangani perjanjian opsi saham tambahan untuk mengakuisisi maksimal 10% saham GEI. Pada tanggal 30 Desember 2015, Perusahaan melaksanakan opsi yang menjadikan total saham pada GEI menjadi 5,16% pada harga Rp 12.065.

25. SIGNIFICANT AGREEMENTS *(continued)*

b. On 23 February 2015, the Company and GEI (see Note 8) entered into a share option agreement. On 11 August 2015, the Company exercised its option to acquire 2.5% stake in GEI.

On 13 August 2015, the Company and GEI entered into an additional share option agreement to acquire a maximum of 10% stake in GEI. On 30 December 2015, the Company exercised its option to bring the total stake in GEI becomes 5.16% at the price of Rp 12,065.

26. 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 142 gerai tidak termasuk King Plaza Bandung yang ditutup sementara akibat kebakaran.

26. SEGMENT REPORTING

The chief operating decision-maker uses store performance indicators as tools in analysing its business. The store performance is grouped into geographical areas. Therefore, the Company reports its segment by geographical area.

The 142 store count excludes King Plaza Bandung which was temporarily closed due to fire.

26. PELAPORAN SEGMEN (lanjutan) / *26. SEGMENT REPORTING (continued)*

Ikhtisar gerai berdasarkan area geografis adalah sebagai berikut (tidak diaudit):

A summary of stores by geographical area is as follows (unaudited):

	2015	2014	
Sumatera	22	22	*Sumatera*
Jawa	85	79	*Java*
Kalimantan,Sulawesi dan Maluku	27	25	*Kalimantan,Sulawesi and Maluku*
Lainnya	8	5	*Others*
	142	131	

Ikhtisar segmen berdasarkan area geografis adalah sebagai berikut:

A summary of segments by geographical area is as follows:

	2015				
	Sumatera	Jawa/ *Java*	Kalimantan, Sulawesi *and* Maluku	Lainnya/ *Others*	Jumlah segmen/ *Total segment*
Pendapatan/*Revenue*	1,412,755	5,456,534	1,495,979	591,417	8,956,685
Pendapatan jasa/*Services fee*					50,208
					9,006,893
Hasil segmen/*Segment result*	521,504	1,882,534	477,888	134,806	3,016,732
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan/ *Unallocated operating expenses*					(679,084)
Laba operasi/*Operating profit*					2,337,648
Aset segmen/*Segment assets*	304,574	1,126,662	369,948	142,752	1,943,936
Aset yang tidak dapat dialokasikan/ *Unallocated assets*					1,945,355
Jumlah aset/*Total assets*					3,889,291
Aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/*Fixed assets net of accumulated depreciation*	134,321	452,886	175,513	75,654	838,374
Aset tetap yang tidak dapat dialokasikan setelah dikurangi akumulasi penyusutan/ *Unallocated fixed assets net of accumulated depreciation*					38,192
Jumlah aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/*Total fixed assets net of accumulated depreciation*					876,566
Penambahan aset tetap/*Addition of fixed assets*	40,599	193,760	81,233	61,102	376,694
Penambahan aset tetap yang tidak dapat dialokasikan/*Unallocated additions of fixed assets*					16,288
Jumlah penambahan aset tetap/*Total additions of fixed assets*					392,982
Beban penyusutan/*Depreciation expenses*	38,679	122,342	51,785	15,007	227,813
Beban penyusutan yang tidak dapat dialokasikan/*Unallocated depreciation expenses*					12,925
Jumlah beban penyusutan/*Total depreciation expenses*					240,738

26. PELAPORAN SEGMEN (lanjutan) / ***26. 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

27. ASET DAN LIABILITAS MONETER DALAM MATA UANG ASING

Pada tanggal 31 Desember 2015, Perusahaan hanya memiliki aset moneter dalam mata uang asing berupa kas dan setara kas sejumlah USD 123.194 (nilai penuh) (31 Desember 2014: USD 287.874 (nilai penuh)) yang dijabarkan dalam Rupiah senilai Rp 1.699 (31 Desember 2014: Rp 3.581).

27. MONETARY ASSETS AND LIABILITIES IN FOREIGN CURRENCIES

As at 31 December 2015, the Company only had monetary assets denominated in foreign currencies in the form of cash and cash equivalents amounting to USD 123,194 (full amount) (31 December 2014: USD 287,874 (full amount)) translated into Rupiah amounting to Rp 1,699 (31 December 2014: Rp 3,581).

28. INFORMASI TAMBAHAN UNTUK ARUS KAS

28. SUPPLEMENTARY INFORMATION FOR CASH FLOWS

	2015	2014	
Aktivitas signifikan yang tidak mempengaruhi arus kas			*Significant activities not affecting cash flows*
- Penambahan aset tetap melalui akrual dan utang lain-lain	39,515	29,777	*Addition of fixed assets through accruals and other payables* -

29. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN

29. FINANCIAL RISK MANAGEMENT

(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.

(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) Risiko pasar

(a) Market risk

Risiko tingkat bunga

Interest rate risk

Perusahaan terekspos risiko tingkat suku bunga yang timbul dari pinjaman bank dengan suku bunga mengambang.

The Company is exposed to interest rate risk arising from floating rates of bank loans.

Kenaikan tingkat suku bunga akan menaikkan beban pinjaman dan berdampak buruk terhadap keuntungan Perusahaan. Kenaikan tingkat suku bunga yang signifikan, khususnya untuk periode yang panjang, dapat berdampak besar dan buruk terhadap bisnis, posisi keuangan, hasil operasi dan prospek Perusahaan.

An increase in interest rates would increase borrowing costs and adversely affect the profitability of the Company. Any significant increase in interest rates, especially for a prolonged period, could have a material and adverse effect on the business, financial position, result of operations and prospects of the Company.

27. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (lanjutan)

(i) Faktor risiko keuangan (lanjutan)

(a) Risiko pasar (lanjutan)

Risiko tingkat bunga (lanjutan)

Profil pinjaman Perusahaan adalah sebagai berikut:

	2015	2014	
Pinjaman dengan tingkat suku bunga mengambang	-	700,000	*Floating interest rates borrowings*

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, terutama sebagai akibat tingginya/rendahnya beban bunga dari pinjaman dengan suku bunga mengambang.

Pada tanggal 31 Desember 2015, Perusahaan tidak memiliki risiko tingkat bunga.

Risiko harga

Perusahaan tidak mempunyai risiko harga yang signifikan.

(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.

***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:

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 lower/higher, mainly as a result of higher/lower interest expense on floating rate borrowings.

As at 31 December 2015, the Company has no interest rate risk.

Price risk

The Company has no significant price risks.

(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 working days of the transaction date.

The maximum exposure to credit risk at the reporting date is the carrying value of each financial asset.

29. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (lanjutan)

(i) Faktor risiko keuangan (lanjutan)

(c) Risiko likuiditas

Perusahaan mengelola risiko likuiditas dengan pengawasan proyeksi dan arus kas aktual secara terus menerus serta pengawasan tanggal jatuh tempo aset dan liabilitas keuangan.

Perusahaan juga membuat proyeksi arus kas rutin untuk memantau pembayaran pokok pinjaman dan bunga pinjaman.

Tabel di bawah ini menganalisis liabilitas keuangan Perusahaan, termasuk bunga. Jumlah yang diungkapkan dalam tabel merupakan arus kas kontraktual yang tidak didiskontokan.

29. FINANCIAL RISK MANAGEMENT *(continued)*

(i) Financial risk factors *(continued)*

(c) Liquidity risk

The Company manages its liquidity risk by continuously monitoring rolling forecasts of the Company's liquidity requirements and actual cash flow and the due date of financial assets and liabilities.

The Company also prepares regular cash flow projections to monitor the payment of maturity loan principals and interest.

The table below analyses the Company's financial liabilities, including interest. The amounts disclosed in the table are the contractual undiscounted cash flows.

	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 2015						***31 December 2015***
Pinjaman	-	-	-	-	-	*Borrowings*
31 Desember 2014						***31 December 2014***
Pinjaman	14,763	331,722	430,082	-	776,567	*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.

29. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (lanjutan)

(ii) Manajemen permodalan (lanjutan)

Jumlah modal yang dikelola Perusahaan dihitung dengan mengeluarkan saldo selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali dari ekuitas sebesar Rp 3.767.126. Sehingga, modal yang dikelola Perusahaan pada tanggal 31 Desember 2015 adalah Rp 4.873.293 (31 Desember 2014: Rp 3.926.389).

(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 2015, nilai tercatat uang jaminan sebesar Rp 133.636 (31 Desember 2014: Rp 129.158) sedangkan nilai wajarnya adalah sebesar Rp 123.405 (31 Desember 2014: Rp 84.526).

Nilai wajar dari uang jaminan untuk keperluan penyajian ditentukan dengan hirarki pengukuran nilai wajar tingkat 3 (input yang tidak dapat diobservasi) yang diestimasi dengan mendiskontokan arus kas kontrak masa depan pada tingkat bunga pasar saat ini yang berkisar antara 6%-8% per tahun.

29. FINANCIAL RISK MANAGEMENT *(continued)*

(ii) Capital management *(continued)*

Total capital which is managed by the Company is calculated by excluding the balance of difference in value from restructuring transactions among entities under common control from equity of Rp 3,767,126. As a result, the capital which was managed by the Company as of 31 December 2015 was Rp 4,873,293 (31 December 2014: Rp 3,926,389).

(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 2015, the carrying value of refundable deposits amounts to Rp 133,636 (31 December 2014: Rp 129,158) while their fair value amounts to Rp 123,405 (31 December 2014: Rp 84,526).

The fair value of refundable deposits for disclosure purposes is determined by using the fair value measurement hierarchy level 3 (unobserveable input) which was estimated by discounting the future contractual cash flows at the current market interest rate which is 6%-8% per annum.

29. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (lanjutan)

(iv) Instrumen keuangan disalinghapus

Aset dan liabilitias keuangan berikut tunduk pada dasar saling dihapuskan, perjanjian untuk menyelesaikan secara neto:

29. FINANCIAL RISK MANAGEMENT *(continued)*

(iv) Offsetting financial instruments

The following financial assets and liabilities are subject to offsetting, enforceable netting arrangements:

	Jumlah bruto diakui dalam aset/(liabilitas) keuangan / *Gross amount of recognised financial assets/(liabilities)*	Jumlah bruto diakui dalam aset/(liabilitas) keuangan yang saling hapus di laporan posisi keuangan/ *Gross amount of recognised financial assets/(liabilities) set off in statement of financial position*	Jumlah neto aset/(liabilitas) keuangan disajikan di laporan posisi keuangan/ *Net amounts of financial assets/(liabilities) presented in statement of financial position*	
31 Desember 2015				***31 December 2015***
Piutang lain-lain - pihak ketiga	82,858	(52,010)	30,848	*Other receivables - third parties*
Utang usaha - pihak ketiga	(1,603,629)	52,010	(1,551,619)	*Trade payables - third parties*
31 Desember 2014				***31 December 2014***
Piutang lain-lain - pihak ketiga	63,552	(45,768)	17,784	*Other receivables - third parties*
Utang usaha - pihak ketiga	(1,456,570)	45,768	(1,410,802)	*Trade payables - third parties*

30. KOMITMEN

30. COMMITMENTS

a. Pada tanggal 31 Desember 2015, Perusahaan mempunyai komitmen untuk pembelian aset tetap sebesar Rp 54.903 (31 Desember 2014: Rp 99.500).

a. As at 31 December 2015, the Company had commitments to purchase fixed assets amounting to Rp 54,903 (31 December 2014: Rp 99,500).

b. Pada tanggal 31 Desember 2015 dan 2014, Perusahaan memiliki komitmen pembayaran minimum sewa di masa depan sebagai berikut:

b. As at 31 December 2015 and 2014, the Company's commitments of future minimum lease payment under operating leases are as follows:

	2015	2014	
Dibayarkan sampai dengan satu tahun	72,289	59,366	*Payment not later than one year*
Dibayarkan lebih dari satu tahun sampai lima tahun	157,811	109,870	*Payment later than one year and not later than five years*
Dibayarkan lebih dari lima tahun	134,531	98,434	*Payment later than five years*
Jumlah komitmen sew a operasi	364,631	267,670	*Total operating lease commitments*

c. Tidak ada liabilitas kontijensi yang signifikan pada tanggal 31 Desember 2015 dan 2014.

c. There are no significant contingent liabilities as at 31 December 2015 and 2014.

31. PERISTIWA SETELAH PERIODE PELAPORAN

Pada tanggal 20 Januari 2016, Perusahaan melaksanakan hak opsi untuk mengambil kepemilikan saham pada GEI menjadi 10%. Nilai pembelian sebesar Rp 94.880.

31. EVENTS AFTER THE REPORTING PERIOD

On 20 January 2016, the Company exercised its option to take its shareholding in GEI to 10%. The purchase price was Rp 94,880.

32. PENYAJIAN KEMBALI LAPORAN KEUANGAN

Standar revisi imbalan kerja menyebabkan perubahan pada pengakuan, pengukuran, penyajian dan pengungkapan kewajiban imbalan kerja. Pengaruh dari perubahan kebijakan akuntansi tersebut disajikan pada tabel berikut:

32. RESTATEMENT OF FINANCIAL STATEMENTS

The revised employee benefit standard introduces changes to the recognition, measurement, presentation and disclosure of employee benefits obligations. The effects of the changes to the accounting policies is shown in the following tables:

	Seperti dilaporkan sebelumnya/ *As previously reported*	Penyesuaian/ *Adjustments*	Disajikan kembali/ *Restated*	
Laporan posisi keuangan 31 Desember 2014				***Statements of financial position 31 December 2014***
Aset pajak tangguhan	44,668	4,582	49,250	*Deferred tax assets*
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang	302,070	22,909	324,979	*Long-term employee benefits obligations*
Saldo laba	3,246,333	(18,327)	3,228,006	*Retained earnings*
Laporan posisi keuangan 1 Januari 2014				***Statements of financial position 1 January 2014***
Aset pajak tangguhan	43,005	2,903	45,908	*Deferred tax assets*
Kewajiban imbalan kerja jangka panjang	261,542	14,514	276,056	*Long-term employee benefits obligations*
Saldo laba	2,287,371	(11,611)	2,275,760	*Retained earnings*
Laporan laba rugi dan pendapatan komprehensif lain untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2014				***Statements of profit or loss and other comprehensive income for the year ended 31 December 2014***
Rugi komprehensif lain				***Other comprehensive loss***
Pengukuran kembali atas kewajiban imbalan kerja	-	(8,395)	(8,395)	*Remeasurements of employee benefits obligations*
Pendapatan pajak penghasilan terkait	-	1,679	1,679	*Related income tax benefit*



DATA PERUSAHAAN

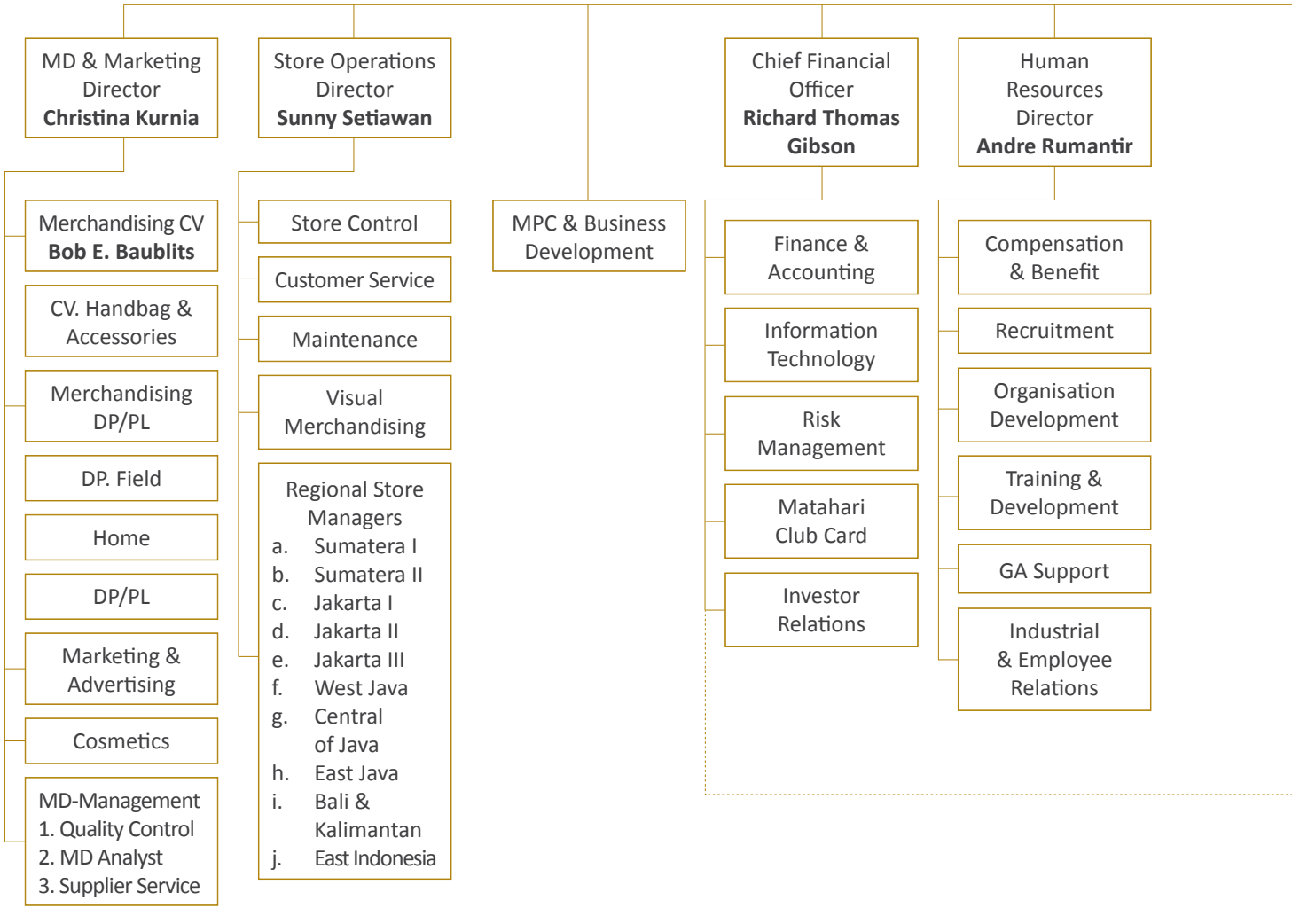
CORPORATE DATA

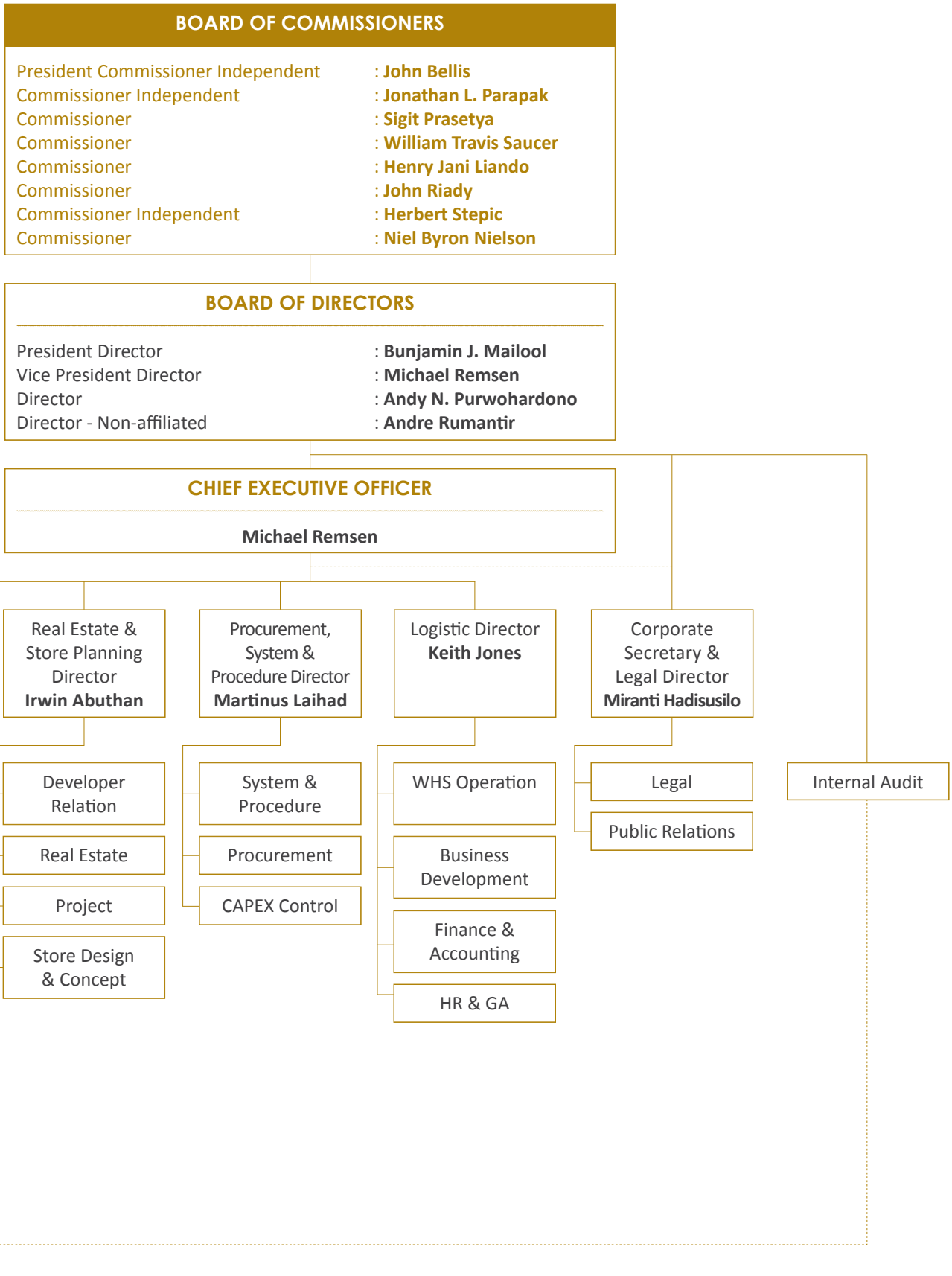


MATAHARI
DEPARTMENT STORE

STRUKTUR ORGANISASI

ORGANISATIONAL STRUCTURE




BOARD OF COMMISSIONERS
President Commissioner Independent : John Bellis
Commissioner Independent : Jonathan L. Parapak
Commissioner : Sigit Prasetya
Commissioner : William Travis Saucer
Commissioner : Henry Jani Liando
Commissioner : John Riady
Commissioner Independent : Herbert Stepic
Commissioner : Niel Byron Nielson
BOARD OF DIRECTORS
President Director : Bunjamin J. Mailool
Vice President Director : Michael Remsen
Director : Andy N. Purwohardono
Director - Non-affiliated : Andre Rumantir
CHIEF EXECUTIVE OFFICER
Michael Remsen
Real Estate & Store Planning Director Irwin Abuthan
Procurement, System & Procedure Director Martinus Laihad
Logistic 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
PRESIDENT COMMISSIONER - INDEPENDENT

John Bellis ditunjuk sebagai Presiden Komisaris-Independen pada tanggal 26 Maret 2010, setelah sebelumnya menjabat sebagai Chief Executive Officer di 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 72 tahun.

John Bellis was appointed as the Company's President Commissioner-Independent on March 26, 2010, after previously serving as Chief Executive Officer. Since joining the Company in 2001, Mr Bellis had also served as an Independent Commissioner and a Senior Adviser. Mr Bellis began his career as a Management Trainee at John Lewis Partnership Stores, United Kingdom (1961–1965). He had also worked as a General Manager at Booker Group, Zambia (1965–1970) and 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 72 years old.



Jonathan L. Parapak

KOMISARIS INDEPENDEN
COMMISSIONER - INDEPENDENT

Jonathan L. Parapak diangkat sebagai Komisaris Independen pada tanggal 26 Maret 2010. Ia bergabung dengan Perseroan pada tahun 2000, setelah sebelumnya pernah menjabat berbagai posisi Kenegaraan 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 (Plc). Beliau meraih gelar Sarjana dan Master serta Doktor (semuanya di bidang Engineering) dari University of Tasmania, Australia. Saat ini beliau berusia 73 tahun.

Jonathan L. Parapak was appointed Independent Commissioner on March 26, 2010. He joined the Company in 2000. He had held a variety of State posts including that of the 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 PT Matahari Putra Prima Tbk (Plc). He holds a Bachelor's and Master's degree as well as a Doctorate (all in Engineering) from the University of Tasmania, Australia. He is 73 years old.

William Travis Saucer

KOMISARIS
COMMISSIONER

Diangkat sebagai Komisaris pada tanggal 14 Juni 2013, sebelumnya William Travis Saucer pernah menjabat sebagai Komisaris Independen Perseroan sejak 22 Juni 2012 hingga 9 April 2013. Bergabung dengan Grup Matahari pada tahun 2006 dan juga 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, termasuk di berbagai perusahaan terkemuka seperti Saks Inc. dan JC Penney. Selain itu, beliau juga pernah menjabat sebagai Chief Executive Officer dan Presiden Direktur di berbagai jaringan department store terkemuka seperti: Parisian Department Stores (1999–2011), McRae's Department Stores (1998–1999) dan Matahari Department Stores (2006–2011). Beliau memperoleh gelar sarjana di bidang Advertising dari Troy University, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 63 tahun.

William Travis Saucer was appointed Commissioner of the Company on June 14, 2013. Previously, he was an Independent Commissioner of the Company from 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 industry in the United States of America, working for companies such as Saks Inc. and JC Penney. He had also held the posts of Chief Executive Officer and President Director of the following stores: 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 of America. He is 63 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 47 tahun.

Sigit Prasetya was appointed Commissioner on April 11, 2014. He was previously 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 a member of the Board at 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 (2006–2007) and Morgan Stanley (1999–2006) as Head of its Indonesian Investment Banking Business. Prior to that, Mr Prasetya worked for Booz Allen Hamilton (1996–1999) and Citibank (1991–1992). At present, Mr Prasetya's directorships include Amtek Engineering Limited, Magnum Berhad, PT Link Net, and Triple Platform Sdn Bhd. He holds a MBA (Dist.) from the University of New South Wales, Australia. He is 47 years old.



Herbert Stepic

KOMISARIS INDEPENDEN
COMMISSIONER - INDEPENDENT

Diangkat sebagai Komisaris pada 28 Mei 2015. Beliau memiliki pengalaman selama lebih dari 40 tahun dalam bidang perbankan. Sejak tahun 2002 hingga saat ini, beliau merupakan Vice President di International Chamber of Commerce (ICC). Sebelumnya menjabat sebagai CEO Raiffeisen Bank International AG dan merupakan salah satu Senior Advisor Board Raiffeisen Bank International AG, Austria. Beliau merupakan Honorary President dari Austrian-Arab Chamber of Commerce (AACC), EU-Russia Industrialists' Round Table, dan Ukranian Domestic and Foreign Investors Advisory Council. Beliau telah menerima banyak penghargaan sejak tahun 1999, di antaranya adalah dari Presiden Hungaria, Romania, Bulgaria, Albania, Slowakia, Polandia, Ukraina, dan Rusia. Beliau dinyatakan sebagai "Man of the Year" pada tahun 2005, "European Banker of the Year" pada tahun 2006 dan "European Manager of the Year 2007". Penghargaan yang terakhir diterimanya adalah "Grand Decoration of Honour in Gold for Services to the Republic of Austria" yang diberikan oleh Presiden Republik Austria, Heinz Fischer, pada tahun 2012. Beliau menerima gelar Master untuk Business Administration dan gelar Doktor untuk Ekonomi dan Perdagangan dari Vienna University of Economics and Business Administration, Austria. Saat ini beliau berusia 69 tahun.

Appointed as Commissioner on May 28, 2015, Herbert Stepic has over 40 years of Banking experience. From 2002 to present, he is the Vice President of the International Chamber of Commerce (ICC). He previously served as CEO of Raiffeisen Bank International AG and was one of the Senior Advisors to the Board of Raiffeisen Bank International AG, Austria. He is an honorary President of the Austrian-Arab Chamber of Commerce (AACC), EU-Russia Industrialists' Round Table, and Ukranian Domestic and Foreign Investors Advisory Council. He has received numerous awards since 1999, including from the Presidents of Hungary, Romania, Bulgaria, Albania, Slovakia, Poland, Ukraine and Russia. He was named "Man of the Year" in 2005, "European Banker of the Year" in 2006 and "European Manager of the Year 2007". His latest award was the "Grand Decoration of Honour in Gold for Services to the Republic of Austria", awarded by the President of the Republic of Austria, Heinz Fischer, in 2012. He received his Master's degree in Business Administration and Doctorate degree in Economics and Commerce from Vienna University of Economics and Business Administration, Austria. He is 69 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, beliau pernah menjabat sebagai Chief Financial Officer and Treasurer, Global Consumer Group di Citibank N.A., Indonesia. Meraih gelar Sarjana Teknik Kimia dari Institut Teknologi Bandung, Indonesia dan MBA (Finance) dari Oregon State University, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 52 tahun.

Henry Jani Liando was appointed 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 had held the posts of Chief Financial Officer and Treasurer of the Global Consumer Group, at Citibank N.A., Indonesia. He holds a Bachelor of Engineering in Chemical Engineering from the Bandung Institute of Technology, Indonesia, and a MBA in Finance from Oregon State University, United States of America. He is 52 years old.



John Riady

KOMISARIS
COMMISSIONER

Diangkat sebagai Komisaris pada tanggal 28 Mei 2015, John Riady adalah seorang pengacara, profesor, dan pengusaha Indonesia. Beliau merupakan Profesor Hukum di Universitas Pelita Harapan (UPH) dan Editor-at-Large di Berita Satu Media Holdings. Beliau menyelesaikan pendidikannya di Georgetown University dalam bidang Filosofi Politik dan Ekonomi. Beliau menerima gelar MBA dari Wharton School of Business, dan Juris Doctor (JD) dari Columbia University School of Law. Beliau aktif dalam World Economic Forum (WEF) Global Agenda Council yang berfokus kepada Media, beliau juga merupakan anggota dari NY Bar Association dan anggota Dewan International Advisory di Columbia University. Saat ini beliau berusia 30 tahun.

Appointed Commissioner on May 28, 2015, John Riady is an Indonesian lawyer, professor, and businessman. He is a Professor of Law at Pelita Harapan University (UPH) and Editor-at-Large of Berita Satu Media Holdings. He was educated at Georgetown University and majored in Political Philosophy and Economic. He received his MBA from the Wharton School of Business and a Juris Doctor (JD) from Columbia University School of Law. He is currently serving on the World Economic Forum (WEF) Global Agenda Council on Media and is a member of the NY Bar Association. He is also a board member of the Columbia University International Advisory Board. He is 30 years old.

Niel Byron Nielson

KOMISARIS
COMMISSIONER

Diangkat sebagai Komisaris pada tanggal 28 Mei 2015. Pada saat ini, beliau menjabat sebagai Executive Director untuk Yayasan Pendidikan Pelita Harapan. Beliau juga merupakan Direktur untuk lebih dari 100 dana investasi publik terkait dengan First Trust Advisors, LP; Crossway Books, perusahaan penerbitan Buku Kristiani; dan Maclellan Foundation, yayasan filantropi global yang berbasis agama. Niel Nielson memiliki berbagai pengalaman sebagai eksekutif di Chicago Research and Trading Group dan NationsBank, sebagai Managing Director untuk bisnis kerja sama antara Rusia-Amerika dalam Soviet Union; dan senior executive dalam hal merjer dan akuisisi di The ServiceMaster Company (1984-1997). Beliau juga pernah melayani sebagai pendeta di gereja dekat kota Chicago, Illinois, USA (1997- 2002); presiden di Covenant College, Georgia, USA (2002-2012) dan juga merupakan co-founder dari Dew Learning LLC (2012). Niel Nielson menerima gelar M.A. dan Ph.D dalam bidang filosofi dari Vanderbilt University, Tennessee, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 62 tahun.

Appointed as Commissioner on May 28, 2015. He is currently serving as the Executive Director of Yayasan Pendidikan Pelita Harapan. He also serves on the Board of Directors of more than 100 publicly-traded investment funds associated with First Trust Advisors, LP; Crossway Books, a Christian Book publishing company; and of the Maclellan Foundation, a faith-based global philanthropic foundation. He was an executive in the Chicago Research and Trading Group and NationsBank; a Managing Director of a Russian-American joint venture developing businesses in the former Soviet Union, and a senior executive in mergers and acquisitions at The ServiceMaster Company (1984-1997). He served as a church pastor near the city of Chicago, Illinois, USA (1997 – 2002); as the president of Covenant College, Georgia, USA (2002–2012) and as co-founder of Dew Learning LLC (2012). He received his M.A and Ph.D in philosophy from Vanderbilt University, Tennessee, United States of America. He is 62 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 (Plc) yang sebelumnya menaungi operasional usaha Department Store sebelum menjadi PT Matahari Department Store Tbk sejak Januari 2002. Sebelumnya, beliau pernah bekerja di Citibank N.A. di Jakarta dari tahun 1989 hingga tahun 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 Grup Matahari. Beliau meraih gelar BSc. dari California State University, Amerika Serikat dan MBA dari University of Oklahoma, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 52 tahun.

Appointed Director of the Company on October 30, 2009. He is also currently the President Director of PT Matahari Putra Prima Tbk (Plc), which used to manage the Department Store operations before it becomes a separate entity known as PT Matahari Department Store Tbk since January 2002. Previously, Mr. Mailool worked for Citibank N.A. in Jakarta from 1989 to 1997 in a variety of posts, reaching the Vice Presidency post for the Head Risk of Management Treasury. Between 1997 and 2001, he served as Chief Executive Officer and Vice President Director of PT Sentul City Tbk (Plc) prior to joining the Matahari Group. Mr Mailool holds a Bachelor of Science from California State University, and a MBA from the University of Oklahoma, both located in the United States of America. 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 69 tahun.

Michael Remsen was appointed the Company's Chief Executive Officer in 2011 and later as Vice-President Director on June 22, 2012. He joined the Company in 2009 as President and COO. He has over 35 years of experience in the U.S. retail industry, covering various merchandising positions including the 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 in Advertising from the University of Florida, and a Master of Arts in Distributive Education from the University of South Florida, both located in the United States of America. He is 69 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 (Plc) dan sebagai Managing Director di CVC Asia Pacific (Singapore) Ltd sejak 2013. Sebelum itu, beliau memiliki karir profesional selama 22 tahun di beberapa perseroan terkemuka, di antaranya adalah 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, Amerika Serikat. Saat ini Beliau berusia 47 tahun.

Andy N. Purwohardono was appointed Director on April 11, 2014. He work as a Director in PT Link Net Tbk (Plc) and as a Managing Director in CVC Asia Pacific (Singapore) Ltd Since 2013. Prior to this, he has had a professional career spanning some 22 years in 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, U.S.A. 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, both located in the United States of America. He is 47 years old.

Andre Rumantir

DIREKTUR - TIDAK TER-AFILIASI
DIRECTOR - NON-AFFILIATED

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 63 tahun.

Andre Rumantir was appointed Director on June 22, 2012. He joined the Company in October 2004, and by 2005 was appointed HR Director (Corporate Division) of MPP. In June 2011, he was appointed as a member of the Company's Board of Management. Prior to joining the Company, he spent 24 years working for various leading companies including PT International Nickel Indonesia Tbk (1978–1986) and PT Goodyear Indonesia Tbk (1986–2002). He holds a Bachelor's Degree in Mechanical Engineering from Trisakti University, Indonesia, and a MBA from Greenwich University, Hawaii, United States of America. He is 63 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.



Michael Remsen

CHIEF EXECUTIVE OFFICER

Profil ini telah disajikan pada segmen Profil Direksi.

This profile had previously been presented at the Board of Directors' profile segment.

Christian Kurnia

DIREKTUR-MERCHANDISING & MARKETING
DIRECTOR-MERCHANDISING & MARKETING

Diangkat sebagai Merchandising & Marketing Director pada tahun 2002. Beliau memulai karirnya di PT Metrodata Electronics (1992-2002) dengan posisi terakhir sebagai Direktur Distribusi. Beliau pernah terlibat dalam aktivitas pemasaran berbagai merek teknologi ternama seperti Acer, Seagate Technology, Epson, Creative Technology dan Compaq di Jakarta dimana PT Metrodata Electronic menjadi distributor utama. Beliau telah menerima penghargaan untuk "Hundred Percent Achiever" di tahun 1993 hingga 1998, dan meraih Business Management Award di tahun 1999 dan 2000. Beliau memiliki gelar Sarjana Teknik dari Institut Teknologi Bandung, Indonesia.

Christian Kurnia was appointed Merchandising & Marketing Director in 2002. He started his career at PT Metrodata Electronics (1992–2002), a distributor of leading technology brands including Acer, Seagate Technology, Epson, Creative Technology and Compaq, and became proficient at marketing these brands to clients in Jakarta. He ultimately achieved the post of Distribution Director at the company. He was a "Hundred Percent Achiever" from 1993 to 1998, and was awarded the Business Management Award in 1999 and 2000. Mr Kurnia holds a Bachelor's degree from Bandung Institute of Technology, Indonesia.

Martinus Laihad

DIREKTUR-PROCUREMENT, SYSTEMS & PROCEDURES
DIRECTOR-PROCUREMENT, SYSTEMS & PROCEDURES

Diangkat sebagai Procurement, System & Procedures Director saat bergabung dengan Perseroan pada tahun 2006. Sebelumnya beliau pernah bekerja di Grup Lippo dari tahun 1990 hingga 2005, dan MPP dari tahun 2005 hingga 2006. Saat ini beliau juga menjabat sebagai Komisaris dan Ketua Komite Audit di PT Multi Prima Sejahtera Tbk (Plc). Beliau adalah lulusan Technical University, Berlin, Jerman.

Martinus Laihad was appointed Procurement, Systems & Procedures Director in 2006, when he first joined the Company. Prior to this, he worked at the Lippo Group of companies from 1990 to 2005 and MPP from 2005 to 2006. Currently, he is also a Commissioner and Audit Committee Chairman of PT Multi Prima Sejahtera Tbk (Plc). Mr Laihad graduated from the Technical University in Berlin, Germany.



Sunny Setiawan

DIREKTUR-OPERASIONAL GERAI
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 (Plc) (1993 dan 1997). Beliau meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Tarumanegara, Indonesia dan gelar Master di bidang Retailing dari Stirling University, United Kingdom.

Sunny Setiawan joined the Company as its Store Operations Director in 2003. She is responsible for the overall operations in 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 (Plc) (1993 and 1997). She holds a Bachelor's degree from the Department of Economics, Universitas Tarumanegara, Indonesia and a Master's degree in Retailing from Stirling University, United Kingdom.

Richard Gibson

DIREKTUR KEUANGAN
CHIEF FINANCIAL OFFICER

Bergabung dengan PT Matahari Department Store Tbk untuk menjabat sebagai Chief Financial Officer sejak tahun 2010. Beliau memiliki pengalaman selama lebih dari 25 tahun di industri ritel di Eropa dan Amerika Serikat. Beliau pernah bekerja untuk department store Debenhams di United Kingdom, serta menjabat sebagai European Director of Finance yang berbasis di London, kemudian sebagai Vice President of Finance di Warner Bros Studio Stores yang berbasis di Amerika Serikat. Beliau juga pernah menduduki jabatan Retail Global Controller untuk divisi ritel Nike di seluruh dunia, serta Chief Financial Officer untuk Orchard Supply Hardware yang merupakan divisi dari Sears. Beliau memiliki berbagai kualifikasi profesional, meliputi keanggotaan dari Association of Chartered Certified Accountants dan Institute of Internal Auditors.

Mr Richard Gibson joined PT Matahari Department Store Tbk. 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, 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. 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 and Chief Financial Officer of Orchard Supply Hardware, a division of Sears. Mr Gibson's professional qualifications include membership of the Association of Chartered Certified Accountants and the Institute of Internal Auditors.



Miranti Hadisusilo

DIREKTUR-LEGAL & SEKRETARIS PERUSAHAAN
DIRECTOR-LEGAL & CORPORATE SECRETARY

Diangkat sebagai Direktur Legal & Sekretaris Perusahaan sejak tahun 2010, pada saat beliau bergabung dengan Perseroan, Miranti Hadisusilo memiliki pengalaman selama 20 tahun sebagai Corporate Secretary. Beliau memulai karirnya sebagai auditor senior di Kantor Akuntan Publik Prasetio, Utomo & Co, yang merupakan afiliasi dari firma global Arthur Andersen LLP, dari tahun 1992 hingga 1995. Dari tahun 1995 hingga 2010, beliau bekerja di PT Tunas Ridean Tbk (Plc), 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 merupakan anggota dari Indonesian Institute of Corporate Directorship dan pengurus di Indonesian Corporate Secretary Association. Beliau meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Indonesia.

Appointed as Director of Legal and Corporate Secretary in 2010, Miranti Hadisusilo has had 20 years of experience as Corporate Secretary. She started her career as a senior auditor in Prasetio, Utomo & Co (an affiliate company of the global firm Arthur Andersen LLP) from 1992 to 1995. Between 1995 and 2010, she worked at PT Tunas Ridean Tbk (Plc), a Jardine Matheson associate company, where she set up and oversaw the Corporate Secretary, Legal, Corporate Communications, Investor Relations, Customer Relations and Corporate Affairs divisions. At present, she is a member of the Indonesian Institute of Corporate Directorship and a committee member of Indonesian Corporate Secretary Association. Ms Hadisusilo holds a Bachelor's degree in Economics 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 36 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 Express/BMW Singapura dan TNT Logistic (M) Sdn Bhd. Keith Jones adalah anggota UK Institute of Transport and Logistics.

Keith Jones joined the Company as its Logistics Director in 2005, after previously serving as the Company's Senior Consultant from PT Exel Indonesia in 2004, handling the distribution and logistical aspects of the business. Mr Jones' 36 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

DIREKTUR-SUMBER DAYA MANUSIA
DIRECTOR-HUMAN RESOURCES

Profil ini telah disajikan pada segmen Profil Direksi.

This profile had previously been presented at the Board of Directors' profile segment.



Irwin Abuthan

DIREKTUR-PERENCANAAN & PENGEMBANGAN GERAI
DIRECTOR - STORE PLANNING & DEVELOPMENT

Bergabung dengan Perseroan sebagai Direktur Perencanaan & Pengembangan Gerai pada tahun 2010. Dari tahun 2002 hingga 2010, beliau telah menempati berbagai posisi di Lippo Group termasuk sebagai Direktur Perencanaan dan Pengembangan di Divisi Food. Beliau memulai karir profesionalnya di Bank Credit Lyonnais Indonesia dari tahun 1995 hingga 1997. Beliau juga pernah menjabat 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). Beliau memiliki gelar Bachelor of Commerce (Banking & Finance) dari Curtin University of Technology, Australia Barat.

Bob E. Baublits

CONSIGNMENT MERCHANDISE OPERATIONS

Bergabung dengan Perseroan pada bulan Juni 2013, Bob E. Baublits merupakan seorang eksekutif senior yang telah sukses dalam manajemen ritel yang ekstensif. Tahun demi tahun secara konsisten ia terus menorehkan hasil yang melebihi target pendapatan, laba dan pertumbuhan pasar. Beliau juga berpengalaman dalam proses sentralisasi dan pengembangan untuk meningkatkan kinerja. Karir profesional beliau telah ditempa dalam industri ritel Amerika Serikat selama lebih dari 35 tahun dengan posisi terakhir sebagai Senior Vice President, Director of Revenue Business di JC Penney. Bob E. Baublits meraih gelar sarjana dari Texas Tech University, Amerika Serikat.

Irwin Abuthan joined the Company as its Store Planning & Development Director in 2010. From 2002 to 2010, he held various positions in the Lippo Group, including Director of Planning and Development in its Food Division. He began his professional career at Bank Credit Lyonnais Indonesia from 1995 to 1997. He had 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 in Banking & Finance from Curtin University of Technology, Western Australia.

Bob E. Baublits joined the Company in June 2013. He is an accomplished senior executive proficient in retail management, having a consistent record year after year for exceeding expectations in revenue target, profit and market growth objectives. He also has an extensive experience in centralisation processes and developments that facilitate improvements. His professional career started 35 years ago in the U.S. retail industry, attaining his last position as Senior Vice President, Director of Revenue Business at JC Penney. He holds a Bachelor's degree from Texas Tech University.



PROFIL KOMITE AUDIT

AUDIT COMMITTEES' PROFILE



John Bellis

KETUA
CHAIRMAN

Profil ini telah disajikan pada segmen Profil Dewan Komisaris

This profile had previously been presented at the Board of Commissioners' profile segment.

DR. Isnandar R. Ali

ANGGOTA
MEMBER

Ditunjuk sebagai anggota Komite Audit pada tahun 2014, DR. Isnandar menjabat Komisaris Independen di PT Lippo Sekuritas sejak tahun 2006. Sebelumnya beliau pernah menjabat sebagai Wakil Presiden Direktur dan Direktur Kepatuhan (Compliance Director) 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 tahun 1984 hingga 2000. Beliau memiliki pengalaman luas mengajar di sejumlah universitas, 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 di 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, Amerika Serikat. Beliau memperoleh gelar Doktor dari Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Beliau adalah warga Negara Indonesia dan saat ini berusia 74 tahun.

DR. Isnandar R. Ali was appointed as a member of the Audit Committee in 2014. DR. Isnandar was an Independent Commissioner at PT Lippo Sekuritas since 2006. 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 many universities in Indonesia, including Krisnadwipayana University (UNKRIS), Christian University of Indonesia (UKI), Indonesia Betel Academy of Theology (STTBI) and Papua Christian University in 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, U.S.A. He earned his Doctorate from Jakarta State University (UNJ). He is 74 years old and is an Indonesian citizen.

FARID HARIANTO

ANGGOTA
MEMBER

Ditunjuk sebagai anggota Komite Audit pada tahun 2015, saat ini beliau juga menjabat sebagai Komisaris Independen di beberapa perusahaan ternama yaitu PT Sepatu BATA Tbk, PT Lippo Karawaci Tbk, PT Unggul Indah Cahaya Tbk, PT Siloam Hospitals Internationals Tbk, dan PT Toba Bara Sejahtera Tbk. Selain itu beliau juga merupakan anggota Risk Oversight Committee di PT Bank International Indonesia Tbk. Sebelumnya beliau telah menempati berbagai posisi strategis antara lain sebagai Staf Khusus Wakil Presiden Republik Indonesia (2009-2014); Advisor untuk Gubernur Bank Indonesia (2008-2013); Wakil Ketua Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) dari tahun 1998 hingga 2000; Presiden Direktur PT Penjamin Efek Indonesia (KPEI) dari tahun 1995 hingga 1998; dan sebagai Visiting Professor di CIS–University of Toronto (1993-1995); serta Senior Researcher di Pusat Administrasi Universitas Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (1990-1993); dan Direktur Program Pasca Sarjana Institut PPM. Beliau mendapatkan gelar Sarjana di bidang Teknik Elektro dari Institut Teknologi Bandung dan gelar Master serta gelar kehormatan Ph.D dari Wharton University of Pennsylvania, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 63 tahun.

Farid Harianto was appointed an Audit Committee member in 2015. At present, he is also an Independent Commissioner for several leading companies, which include PT Sepatu BATA Tbk, PT Lippo Karawaci Tbk, PT Unggul Indah Cahaya Tbk, PT Siloam International Hospitals Tbk, and PT Toba Bara Sejahtera Tbk. He is also a member of Risk Oversight Committee at PT Bank International Indonesia Tbk. Previously, Mr Harianto had held several strategic positions such as Special Staff to the Vice President of Indonesia (2009-2014); Advisor to the Governor of Central Bank of Indonesia (2008-2013); Vice Chairman of Indonesian Bank Restructuring Agency (BPPN) from 1998 to 2000; President Director of PT Penjamin Efek Indonesia (KPEI) from 1995 to 1998; as a Visiting Professor at CIS–University of Toronto (1993-1995); as well as Senior Researcher at the University Administration Center, Faculty of Economics of University of Indonesia (1990-1993); and Director in the Graduate Programme of PPM Institute. He received his Bachelor's degree in Engineering from Bandung Institute of Technology and a Master's degree as well as honorary Doctorate from Wharton University of Pennsylvania, United States of America. He is 63 years old.

PROFIL KOMITE NOMINASI DAN REMUNERASI

PROFILE OF THE NOMINATION AND REMUNERATION COMMITTEE



Jonathan L. Parapak

KETUA
CHAIRMAN

Profil ini telah disajikan pada segmen Profil Dewan Komisaris

This profile had previously been presented at the Board of Commissioners' profile segment.

Sigit Prasetya

ANGGOTA
MEMBER

Profil ini telah disajikan pada segmen Profil Dewan Komisaris

This profile had previously been presented at the Board of Commissioners' profile segment.

Jenny Hendra

ANGGOTA
MEMBER

Ditunjuk sebagai Komite Nominasi dan Remunerasi Perseroan pada tanggal 13 Agustus 2015, beliau telah bergabung dengan Perseroan sejak tahun 2009 sebagai Head of Compensation Benefit & Personnel Admin. Beliau telah berpengalaman dalam bidang Sumber Daya Manusia selama hampir 20 tahun dan sebelumnya merupakan Human Resources Executive di PT Mulia Intipelangi (1996 – 2008). Beliau meraih gelar Sarjana Komputer dari Universitas Bina Nusantara.

Appointed as Nomination and Remuneration Committee of the Company on August 13, 2015. She has joined the Company since 2009 as Head of Compensation Benefit & Personnel Admin. She has experienced in Human Resources for almost 20 years and was a Human Resources Executives in PT Mulia Intipelangi (1996 – 2008). She received her Bachelor Degree majoring in Information Technology from Bina Nusantara University.

PROFIL KEPALA UNIT AUDIT INTERNAL

HEAD OF INTERNAL AUDIT UNIT PROFILE

PROFIL SEKRETARIS PERUSAHAAN

CORPORATE SECRETARY PROFILE



PROFIL HUBUNGAN INVESTOR

HEAD OF INVESTOR RELATIONS PROFILE

Miranti Hadisusilo

SEKRETARIS PERUSAHAAN
CORPORATE SECRETARY

Profil ini telah disajikan pada segmen Profil Tim Manajemen.

This profile had previously been presented at the Board of Managements' profile segment.

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 Grup Matahari, beliau bekerja untuk Prasetio Utomo & Co, sebuah perusahaan afiliasi dari Arthur Andersen LLP (sekarang menjadi anggota dari Ernst & Young International) di tahun 1989 dan berakhir pada tahun 1995 sebagai Audit Supervisor. Beliau kemudian bergabung dengan PT Goodyear Indonesia Tbk (1995-2007) dimana beliau menempati berbagai posisi, di antaranya 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, sebuah perusahaan afiliasi dengan perusahaan global Philip Morris International. Beliau meraih gelar Sarjana Akuntansi dari Universitas Sumatera Utara dan kemudian meraih gelar Magister Management dari Institut Pertanian Bogor pada tahun 2002.

Maju Tarigan joined PT Matahari Department Store Tbk in 2011 as Head of Risk Management. Due to the reorganisation of the Audit and Social Affairs with the Risk Management Divisions in May 2013, he was appointed the Head of Risk Management and Internal Audit Division. Prior to joining the Matahari Group, he was working at Prasetio Utomo & Co, an affiliate company of Arthur Andersen LLP (now a member of Ernst & Young International) from 1989 through 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 the global Phillip Morris International (2007-2011), he held the post of Internal Control Manager. He graduated with an Accounting degree from North Sumatera University, Medan, and earned a Master's degree in Management from the Bogor Institute of Agriculture in 2002.

Margarett Go

KEPALA HUBUNGAN INVESTOR
HEAD OF INVESTOR RELATIONS

Margarett Go bergabung dengan PT Matahari Department Store Tbk pada bulan Mei 2014 sebagai Kepala Hubungan Investor. Sebelum bergabung dengan Matahari, beliau pernah bekerja selama 7 tahun di Citigroup Securities Indonesia sebagai Equity Research Analyst meliputi sektor ritel / konsumer / CPO / jalan tol. Ia juga pernah bekerja selama dua tahun di Procter and Gamble Asia Pte. Ltd. (Filipina) di departemen Keuangan dan Akuntansi meliputi pasar Indonesia, Thailand dan Korea. Beliau meraih gelar MBA dari Manchester Business School, Inggris, dan gelar Bachelor of Science untuk Manajemen Bisnis dari De La Salle University, Filipina.

Margarett Go joined PT Matahari Department Store Tbk in May 2014 as the Head of Investor Relations. Prior to joining Matahari, she spent 7 years at Citigroup Securities Indonesia as an Equity Research Analyst covering the retail/consumer/CPO/toll road sectors. She also worked for two years at Procter and Gamble Asia Pte. Ltd. (Philippines) in the Finance and Accounting department covering Indonesia, Thailand and Korea markets. She holds an MBA degree from Manchester Business School (United Kingdom) and a Bachelor of Science degree in Business Management from De La Salle University (Philippines).

PENGHARGAAN DAN SERTIFIKASI

AWARDS AND CERTIFICATES





EXCELLENT SERVICE EXPERIENCE AWARD 2015

Dianugerahi | Powered by:
Carre CCSL and Bisnis Indonesia Daily Newspaper

Kategori | Category:
Good Performance in Delivering Positive Customer Experience Based on Experience Audit ESEI 2015

10 February



TOP BRAND AWARD 2015

Dianugerahi | Powered by:
Marketing Magazine and Frontier Consulting Group

Kategori | Category:
Women's Underwear (Nevada)

12 February 2015



TOP BRAND AWARD 2015 FOR KIDS

Dianugerahi | Powered by:
Marketing Magazine and Frontier Consulting Group

Kategori | Category:
T-Shirt (Nevada)

15 April 2015



TOP BRAND AWARD 2015 FOR KIDS

Dianugerahi | Powered by:
Marketing Magazine and Frontier Consulting Group

Kategori | Category:
Kid's Shoes (Little M)

15 April 2015

"

Sederet Penghargaan yang diperoleh Matahari menjadi bukti pelayanan yang terus ditingkatkan demi kepuasan konsumen

"



TOP BRAND AWARD 2015 FOR KIDS

Dianugerahi | Powered by:
Marketing Magazine and Frontier Consulting Group

Kategori | Category:
T-Shirt (Nevada)

15 April 2015



TOP BRAND AWARD 2015 FOR TEENS

Dianugerahi | Powered by:
Marketing Magazine and Frontier Consulting Group

Kategori | Category:
T-Shirt (Nevada)

15 April 2015



TOP BRAND AWARD 2015 FOR TEENS

Dianugerahi | Powered by:
Marketing Magazine and Frontier Consulting Group

Kategori | Category:
Women's Underwear (Nevada)

15 April 2015



CUSTOMER SATISFACTION AWARD

Dianugerahi | Powered by:
Roy Morgan

Kategori | Category:
Department Store of the Year

15 April 2015



SERVICE QUALITY AWARD

Dianugerahi | Powered by:
Carre-CCSL & Service Excellence Magazine

Diamond Award

Kategori | Category:
Department Store

22 May 2015



CORPORATE IMAGE AWARD 2015

Dianugerahi | Powered by:
Frontier Consulting Group
& Tempo Magazine

Kategori | Category:
Department Store

10 June 2015



INDONESIA LIVING LEGEND COMPANIES AWARD 2015

Dianugerahi | Powered by:
Warta Ekonomi

Kategori | Category:
Retail Company for Continuous Innovation

11 June 2015



INDONESIA'S BUSINESS AWARD

Dianugerahi | Powered by:
Yayasan Penghargaan Prestasi Indonesia

Kategori | Category:
Company with The Best Service

12 June 2015



TOP BRAND AWARD 2015

Dianugerahi | Powered by:
Frontier Consulting Group
& Marketing Magazine

Kategori | Category:
Department Store

2 July 2015



WEALTH ADDED CREATOR AWARD 2015

Dianugerahi | Powered by:
SWA Magazine & Stern Value Management

Kategori | Category:
1st Rank for Retailing Industry
Top 10 Across Companies

9 July 2015



BRANDZ TOP 50 MOST VALUABLE INDONESIAN BRANDS 2015

Dianugerahi | Powered by:
WPP and Millward Brown

Kategori | Category:
1st rank for retail category
6th rank in Top 50

19 August 2015



INDONESIA ORIGINAL BRAND AWARD 2015

Dianugerahi | Powered by:
SWA

Kategori | Category:
1st Rank for Dept Store Category

26 August 2015







INDONESIA LIVING LEGEND BRANDS 2015

Dianugerahi | Powered by:
SWA

Kategori | Category:
As The Indonesia's Living Legend Brand 2015
57 years old

26 August 2015



ASIAMONEY BEST MANAGED COMPANY

Dianugerahi | Powered by:
Asiamoney

Category:
Mid – Cap Company

16 September 2015



ANNUAL REPORT AWARD 2014

Dianugerahi | Powered by:
-

Kategori | Category:
Rank 6th out of 76 participants
in the category
(private - non financial
services – listed companies)

total point increased to 75.39
from 72.43 last year

22 September 2015



INDONESIA WOW BRAND AWARD 2015

Dianugerahi | Powered by:
MarkPlus, Inc.

Kategori | Category:
Department Store

29 September 2015



INDONESIA MOST FAVORITE WOMEN BRAND 2015

Dianugerahi | Powered by:
MarkPlus, Inc.

Kategori | Category:
Department Store

29 September 2015



INDONESIA MOST FAVORITE YOUTH BRAND 2015

Dianugerahi | Powered by:
MarkPlus, Inc.

Kategori | Category:
T-shirt (Nevada)

29 September 2015



NATIONAL CUSTOMER SERVICE CHAMPIONSHIP 2015

Dianugerahi | Powered by:
Carre-CCSL

Kategori | Category:
Gold Champion for Walk in Center Frontliner.
The Most Punctual for Supervisor
The Most Empowered Team Leader
Bronze Champion for Team Leader category
1st Winner Cheers
2nd Grand Champion for Corporate Level
Across Categories

29 September 2015



DIGITAL MARKETING AWARD 2014

Dianugerahi | Powered by:
Frontier Consulting Group
& Majalah Marketing

Kategori | Category:
Department Store
(matahari.co.id)

22 October 2015



SOCIAL MEDIA AWARD 2014

Dianugerahi | Powered by:
Frontier Consulting Group
& Majalah Marketing

Kategori | Category:
Department Store

22 October 2015



INDONESIA'S TOP 100 MOST VALUE BRANDS 2015

Dianugerahi | Powered by:
SWA Magazine, Brand Finance Indonesia

Kategori | Category:
Rank 19th in Most Valuable
Indonesian Brands 2015

22 October 2015



RETAIL ASIA PACIFIC TOP 500 RANKING

Dianugerahi | Powered by:
Retail Asia

Kategori | Category:
Top 10 Retailers

29 October 2015



TOP 50 COMPANIES WITH THE HIGHEST CG SCORE

Dianugerahi | Powered by:
IICD

16 November 2015



WORLD CLASS COMPANY AWARD

Dianugerahi | Powered by:
A. Stotz Investment Research

Kategori | Category:
Best Financial Performance - Consumer
Discretionary in Asia

2015





PERISTIWA PENTING 2015

2015 EVENT HIGHLIGHTS

1



28 May 2015

Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan
Annual General Meeting of Shareholders

2



29 January 2015

Matahari Singkawang Grand Mall

3



9 April 2015

Matahari Lippo Plaza Buton

4



23 April 2015

Matahari Lippo
Plaza Kupang

5



28 May 2015

Matahari Karawang
Festive Walk

6



4 June 2015

Matahari Lippo
Plaza Jogja

7



10 June 2015

Matahari Pasaraya
Manggarai

8



12 June 2015

Matahari Pasaraya Blok M

9



15 June 2015

Matahari Lombok
Epicentrum Mall

10



17 September 2015

Matahari Revo Town Bekasi

11



26 November 2015

Matahari Lombok
City Center

12



17 December 2015

Matahari Hartono Mall Jogja

INFORMASI LAINNYA
OTHER INFORMATIONS

ALAMAT PROFESI PENUNJANG

KANTOR AKUNTAN PUBLIK
Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan
Firma anggota Firma PricewaterhouseCoopers International Limited
Plaza 89 Jl. HR Rasuna Said Kav.X-7 No.6
Jakarta 12940, Indonesia
(62-21) 521 2901
(62-21) 529 055 55

BIRO ADMINISTRASI SAHAM
PT Sharestar Indonesia
Berita Satu Plaza Building Lantai 7
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36
Jakarta 12950, Indonesia
(62-21) 527 7966
(62-21) 527 7967

ADDRESS OF ANCILLARY CONSULTANTS

PUBLIC ACCOUNTING FIRM
Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Partner
A member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited
Plaza 89 Jl. HR Rasuna Said Kav.X-7 No.6
Jakarta 12940, Indonesia
(62-21) 521 2901
(62-21) 529 055 55

SHARE REGISTRAR
PT Sharestar Indonesia
Berita Satu Plaza Building 7th Floor
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36
Jakarta 12950, Indonesia
(62-21) 527 7966
(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.
- SK Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-AH.01.10-29626 tanggal 9 Agustus 2012.
- Daftar Perusahaan No. AHU-072998.AH.01.09 tahun 2012 tanggal 9 Agustus 2012.
- SK Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-AH.01.03-0952701 tanggal 29 Juli 2015.
- Daftar Perusahaan No. AHU-3535349.AH.01.11 Tahun 2015 tanggal 29 Juli 2015.

BURSA EFEK

Saham PT Matahari Department Store Tbk dicatat dan diperdagangkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI)

KODE SAHAM

LPPF

ISIN CODE

ID1000113301

ENTITAS ANAK, PERUSAHAAN ASOSIASI, DAN PERUSAHAAN VENTURA BERSAMA

Perseroan tidak memiliki entitas anak, perusahaan asosiasi, maupun perusahaan ventura bersama

KANTOR PUSAT OPERASIONAL

Menara Matahari Lantai 15
Jl. Bulevar Palem Raya No.7, Lippo Karawaci 1200
Tangerang 15811 - Indonesia
(62-21) 547 5333
(62-21) 547 5232
www.matahari.co.id
corp.comm@matahari.co.id
ir@matahari.co.id

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.
- Decree of the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia No. AHU-AH.01.10-29626 dated August 9, 2012.
- Company List No. AHU-0072998.AH.01.09 year 2012 dated August 9, 2012.
- Decree of the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia No. AHU-AH.01.03-0952701 dated July 29 2015.
- Company List No. AHU-3535349.AH.01.11 Tahun 2015 dated July 29, 2015.

STOCK EXCHANGE

Shares of PT Matahari Department Store Tbk are listed and traded on the Indonesian Stock Exchange (IDX)

SHARE CODE

LPPF

ISIN CODE

ID1000113301

SUBSIDIARIES, ASSOCIATED COMPANY, AND JOINT VENTURE COMPANY

The Company does not have any subsidiaries, associated company, as well as joint venture company.

OPERATIONAL HEAD OFFICE

Menara Matahari 15th Floor
Jl. Bulevar Palem Raya No.7, Lippo Karawaci 1200
Tangerang 15811 - Indonesia
(62-21) 547 5333
(62-21) 547 5232
www.matahari.co.id
corp.comm@matahari.co.id
ir@matahari.co.id

INFORMASI KEPEMILIKAN ATAS SAHAM DAN KEPEMILIKAN SAHAM

SHARES AND SHAREHOLDING INFORMATION

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

Sehubungan dengan penawaran saham di atas, Perseroan mengajukan permohonan suspensi sukarela sementara perdagangan saham Perseroan kepada PT Bursa Efek Indonesia sebagaimana tercantum dalam surat Perseroan no. 021/MDS/LGL/03/2013 tanggal 20 Maret 2013 untuk periode 22 Maret 2013 sampai dengan 25 Maret 2013.

PT Bursa Efek Indonesia telah mencabut suspensi sementara perdagangan saham Perseroan di Pasar Negosiasi pada Sesi Ke-II Perdagangan saham pada 25 Maret 2013, dan di Pasar Reguler dan Pasar Tunai pada tanggal 26 Maret 2013.

Pada 3 Maret 2014 dan 7 Agustus 2014, Asia Color Company Limited melakukan penjualan saham Matahari sebesar 6,51% dan 1,48% secara berturut-turut. Per tanggal 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. Sejak tanggal tersebut, Asia Color Company memiliki 2,00% saham Perseroan, PT Multipolar Tbk memiliki 20,48% saham Perseroan dan publik 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%.

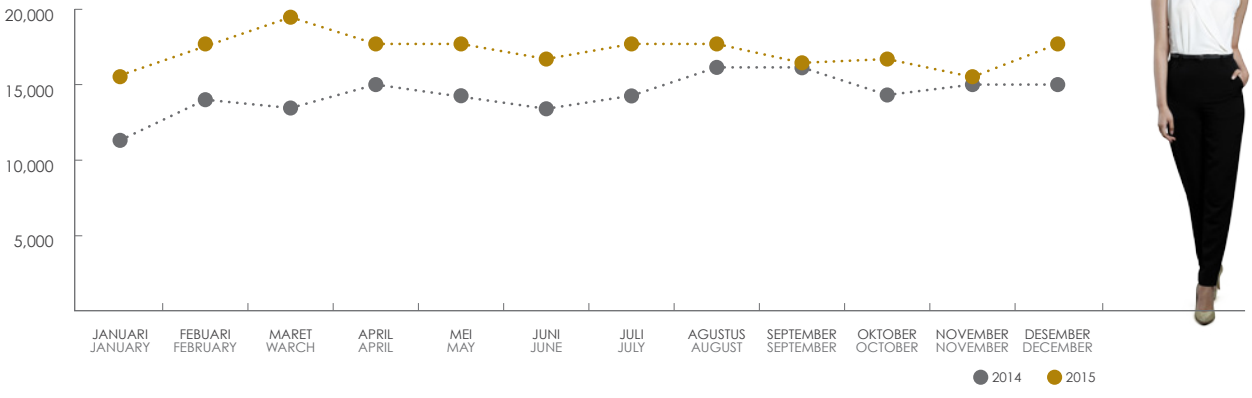
Regarding the offering above, the Company submitted a request to PT Bursa Efek Indonesia for a temporary voluntary suspension of the Company's stock trading as stated in the Company's letter number 021/MDS/LGL/03/2013 dated March 20, 2013 for the period of March 22, 2013 to March 25, 2013.

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%.

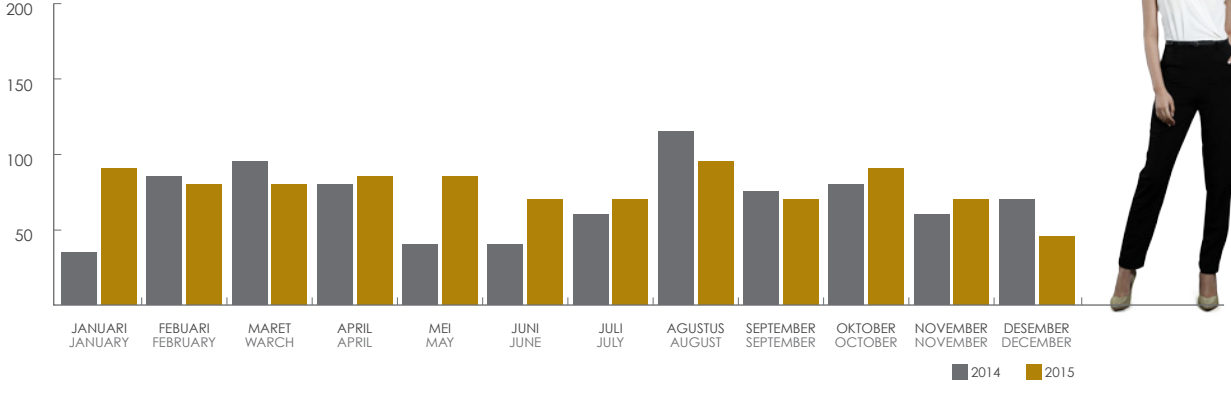
On January 23, 2015, Asia Color Company Limited sold a further 8.18% of its holding of the Company's shares. Asia Color Company sold a further of 4% of the Company's shares on February 25, 2015. Since then, Asia Color Company held 2.00 % of the Company's shares, PT Multipolar Tbk held 20.48% of the Company's shares, and the public had a shareholding of 77.52%.

PERBANDINGAN HARGA PENUTUPAN SAHAM 2014 - 2015 (Rp/Saham)
2014 - 2015 Comparison of Sharing Closing Prices (Rp/share)





KRONOLOGIS VOLUME SAHAM 2014 - 2015 (Juta Lembar Saham)
2014 - 2015 Chronology of Shares Volume (Million Shares)





KRONOLOGIS HARGA SAHAM
Chronology of Share Price

DESKRIPSI Description	2015				2014			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Harga Tertinggi (Rp) Highest Price (Rp)	20,000	20,225	18,800	18,025	15,000	15,500	18,000	16,350
Harga Terendah (Rp) Lowest Price (Rp)	14,125	15,800	14,300	14,500	10,800	13,500	14,500	14,625
Harga Penutupan (Rp) Closing Price (Rp)	19,700	16,550	16,100	17,600	13,900	13,800	16,225	15,000
Volume Perdagangan (Lembar Saham) Trading Volume (Shares)	257,283,400	248,871,400	241,342,800	212,077,500	228,587,400	169,643,900	269,611,900	215,846,300
Nilai Perdagangan (Rp Miliar) Trading Value (Rp Billion)	4,265	4,355	4,027	3,460	2,980	2,465	4,193	3,249
Kapitaisasi Pasar (Rp MIliar) Marker Capitalization (Rp Billion)	57,482	48,291	46,978	51,355	40,559	40,267	47,343	43,768

SEJARAH PENCATATAN SAHAM
History of Share Listing

PENJELASAN Description	TAHUN Year	PENAMBAHAN/ PENGURANGAN JUMLAH SAHAM Additional/Reduction Number of Shares	JUMLAH SAHAM YANG DITERBITKAN Total Issued Shares
Penawaran Umum Perdana Initial Public Offering	1989		2,140,000
Pencatatan Tambahan Additional Listing	1990	2,250,000	4,390,000
Pembagian Saham Bonus (1 Untuk 5) Bonus Share (1 For 5)	1990	878,000	5,268,000
Pembagian Saham Bonus (2 Untuk 1) Bonus Share (2 For 1)	1992	10,536,000	15,804,000
Pembagian Dividen Saham (1 Untuk 5) Dividend Share (1 For 5)	1994	3,160,800	18,964,800
Pencatatan Tambahan Additional Listing	1997	11,880,000	30,844,800
Hmetd (42 Untuk 1) @ Rp70/Saham Right Issue (42 For 1) @ Rp70/Share	2001	1,295,481,600	1,326,326,400
Penggabungan Saham (1 Untuk 5) Stock Reversal (1 For 5)	2009	-1,061,061,120	265,265,280
Hmetd Ii @ Rp100/Saham Right Issue Ii @ Rp100/Share	2009	2,652,652,800	2,917,918,080
Jumlah Per 31 Desember 2015 Total Per 31 December 2015			**2,917,918,080**

STRUKTUR PEMEGANG SAHAM
Company Shareholding Structure

PEMEGANG SAHAM Shareholder	31 Desember 2015 31 December 2015	31 Desember 2014 31 December 2014	31 Desember 2013 31 December 2013	31 Desember 2012 31 December 2012
Asia Color Company Ltd	2.00	14.10	32.20	98.15
PT Multipolar Tbk	20.48	20.48	20.50	-
John Riady (Commissioner) [1]	0.00	0.00	-	-
Lain-Lain (Kurang dari 5%)	77.52	65.34	47.40	1.85
Jumlah Total	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

Catatan | Notes :

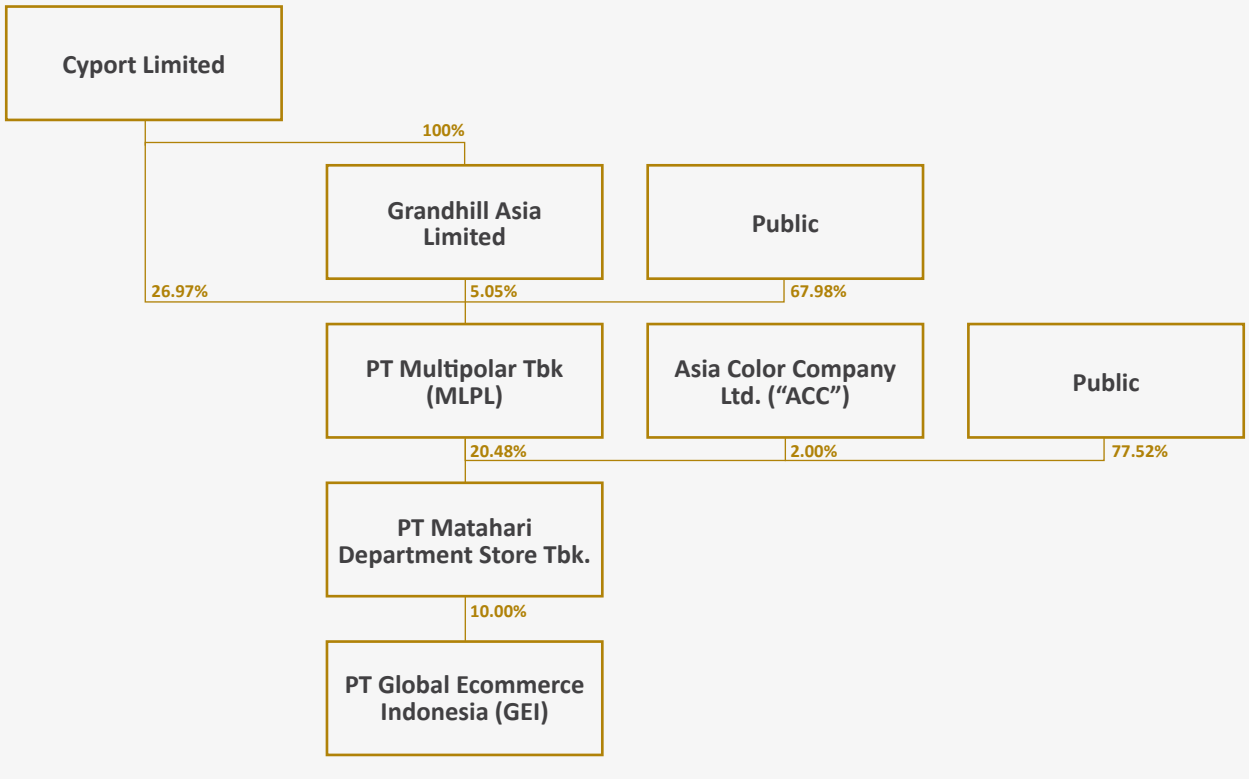
1) Diangkat sebagai Komisaris Perseroan pada tanggal 28 Mei 2015.
   Appointed as the Company's Commissioner on 28 May 2015.

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.

3) Selain nama yang tercantum dalam tabel diatas, tidak ada anggota Dewan Komisaris maupun Direksi Perseroan yang memiliki Saham secara langsung maupun tidak langsung di Perseroan.
   Apart from the name listed in the above table, there is no member of the Board of Commissioners and the Board of Directors who owned the Company's Shares directly or indirectly.

STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM PERSEROAN SAMPAI DENGAN 31 MARET 2016

COMPANY HOLDING STRUCTURE AS OF 31 MARCH 2016



JARINGAN GERAI

STORES NETWORK



JABOTABEK

MDS MAYOFIELD CILEGON
JL. SULTAN AGENG TIRTAYASA
KM. 47 SIMPANG TIGA
CILEGON
(0254) 398596, 386846
(0254) 377298

MDS MALL SERANG
MALL OF SERANG
JL. RAYA SERANG TIMUR
LINGKUNGAN KEMANG
RT.001 / RW.002
KEL. PENANCANGAN,
KEC. CIPOCOK JAYA 42124
SERANG
(0254) 8483738/39
(0254) 8483740

MDS BALEKOTA
JL. JENDRAL SUDIRMAN KM 10
KEL. BUARAN INDAH
TANGERANG
(021) 29519457-59
(021) 29519456



MDS METROPOLIS
JL. HARTONO RAYA GM 1 NO. 17
CIKOKOL, TANGERANG
(021) 55780959/60
(021) 55780963

MDS WTC SERPONG
JL. RAYA SERPONG NO. 39
DESA PONDOK JAGUNG
TANGERANG 15326
(021) 53154766
(021) 53154767

MDS LIPPO KARAWACI
SUPERMALL KARAWACI LT. 1
JL. BOULEVARD DIPONEGORO
TANGERANG
(021) 5472855-58
(021) 5472886

MDS LIPPO KARAWACI UTARA
JL. SULTAN FALATEHAN
LIPPO KARAWACI
KEL.PANUNGGANGAN BARAT
KEC.CIBODAS
KARAWACI
(021) 5532429
(021) 5532265

MDS CBD CILEDUG
JL. HOS COKROAMINOTO NO. 93
KARANG TENGAH
CILEDUG, TANGERANG
(021) 73449576
(021) 73449586

MDS TAMAN PALEM
JL. KAMAL RAYA
OUTER RING ROAD
CENGKARENG TIMUR
JAKARTA BARAT
(021) 54351599
(021) 54352176

MDS ST. MORITZ
ST. MORITZ LT. 2
JL. PURI INDAH RAYA BLOK U/1
PURI INDAH, CBD
(021) 29111043/44
(021) 30054714 (HUNTING)
(021) 29111046

MDS TAMAN ANGGREK
MALL TAMAN ANGGREK
JL. S.PARMAN KAV 21
SLIPI, JAKARTA BARAT
(021) 5639503/04
(021) 5639507

MDS CITRALAND
MAL CIPUTRA LT.3
JL. ARTERI S.PARMAN
GROGOL PETAMBURAN
JAKARTA BARAT 11470
(021) 5681492/93
(021) 5681491

MDS DAAN MOGOT
JL. RAYA DAAN MOGOT KM 16
JAKARTA BARAT
(021) 54390154, 5448022
(021) 54382883

MDS NG PLUIT
JLN. PLUIT PERMAI RAYA
JAKARTA UTARA
(021) 6684130/31
(021) 6684132

MDS KRAMAT JATI
JL. RAYA BOGOR KM. 19
JAKARTA TIMUR
(021) 8095512/13, 80068822
(021) 8095572

MDS PASAR BARU
JL. RAYA PASAR BARU NO.74-82
JAKARTA PUSAT
(021) 3863551-54
(021) 3863550

MDS PLAZA KALIBATA
JL. RAYA KALIBATA
PASAR MINGGU
JAKARTA SELATAN
(021) 79188728
(021) 79188723

MDS PEJATEN VILLAGE
JL. WARUNG JATI BARAT NO.39
KEL. JATI PADANG
KEC. PASAR MINGGU
JAKARTA SELATAN
(021) 7827313
(021) 7827312

MDS GAJAH MADA PLAZA
JL. GAJAH MADA
JAKARTA PUSAT
(021) 6338824
(021) 6337820

MDS ARTHA GADING
JL BOULEVARD ARTHA
GADING SELATAN NO 1
JAKARTA UTARA
(021) 45864225
(021) 45864224

MDS CILANDAK TOWN SQUARE
JL. TB SIMATUPANG KAV 17
CILANDAK, JAKARTA SELATAN
(021) 75920377/83
(021) 75920373

MDS ARION MALL
JL. PEMUDA KAV 3
JAKARTA TIMUR
(021) 4701482/83
(021) 4712544

MDS BLOK M PLAZA
JL. BULUNGAN NO.76
KEBAYORAN
JAKARTA SELATAN 12310
(021) 7209346-48
(021) 7209349

MDS PLAZA ATRIUM
JL. SENEN RAYA NO 135
JAKARTA PUSAT
(021) 3867976
(021) 3862771

MDS PASAR RAYA BLOK M (NS)
JL. ISKANDARSYAH II NO. 2
KEL. MELAWAI
KEC. KEBAYORAN BARU
JAKARTA SELATAN 12160
(021) 7228422
(021) 7228422

MDS PASAR RAYA MANGGARAI (NS)
JL. SULTAN AGUNG NO. 1
MANGGARAI
JAKARTA SELATAN 12970
(021) 8353053
(021) 8307631

MDS METROPOLITAN MALL BEKASI
JL. RAYA UJUNG KALIMALANG
BEKASI BARAT
(021) 8840761, 8840205
(021) 8853968, 8866926
(021) 8848592

MDS GRAND MALL BEKASI
JL. JEND SUDIRMAN
KRANJI, BEKASI
(021) 88954751-53
(021) 88954756

MDS BLUE MALL BEKASI
JL. CHAIRIL ANWAR NO. 27 - 36
BEKASI 17113
(021) 29085626
(021) 29085625

MDS DEPOK TOWN SQUARE
JL. MARGONDA RAYA NO. 1
DEPOK
(021) 78870241/42
(021) 78870245

MDS CIMANGGIS
JL. RAYA BOGOR KM. 29
CIMANGGIS, DEPOK
(021) 29378335
(021) 29378330

MDS CIBINONG
JL. TEGAR BERIMAN NO. 01
CIBINONG
(021) 29860039/38
(021) 29860037

MDS CIBUBUR JUNCTION
JL. JAMBORE RAYA NO. 01
CIBUBUR
(021) 87756401/02
(021) 87756342

MDS CITRA GRAND CIBUBUR
JL. ALTERNATIF CIBUBUR CILENGSI
KM. 04, JATIKARYA
JATI SAMPURNA
BEKASI
(021) 29376842
(021) 29484504

MDS PONDOK GEDE
PONDOK GEDE PLAZA LT. 3
JL. RAYA PONDOK GEDE
BEKASI 17411
(021) 84971440, 84971355
(021) 84971622
(021) 8469520

MDS KLENDER
JL. TERATAI PUTIH RAYA
KLENDER
(021) 8606136
(021) 8605827

MDS KARAWANG
JL. TUPAREV NO. 1
KARAWANG
(0267) 412702/04
(0267) 412694

MDS LIPPO CIKARANG
JL. M. HUSNI THAMRIN
LIPPO CIKARANG, BEKASI
(021) 8972513/14
(021) 8972518

MDS KARAWANG FESTIVE WALK
JL. RAYA ARTERI GALUH MAS
(SEBRANG KCP KARAWANG
CENTRAL PLAZA)
KOMP. PERUM GALUH MAS
SUKAHARJA TELUK JAMBE
KARAWANG
(0267) 8643189

MDS REVO BEKASI
JL. JEND AHMAD YANI KAV. 1
BEKASI BARAT 17148
(021) 82434791
(021) 82434792

SUMATERA

MANDAU CITY
KOMP. DURI INDAH RAYA
BLOK C1 NO.1/2
JL. JEND. SUDIRMAN KAV. 109
KEL. DURI
KEC. MANDAU
KAB. BENGKALIS
(0765) 597442, 597661
(0765) 597451

MEDAN FAIR
PLAZA MEDAN FAIR LT. 3
JL. GATOT SUBROTO NO. 30
MEDAN
(061) 4140052
(061) 4140051

GRAND PALLADIUM
JL. KAPTEN MAULANA LUBIS NO.8
(061) 4512411
(061) 4511944

MEDAN THAMRIN
JL. THAMRIN NO. 75R
MEDAN
(061) 7362342, 7352784
(061) 7366983

MEDAN MALL
MEDAN MALL LT. 3
JL. MT. HARYONO NO.8-9
MEDAN
(061) 4571316, 4565453
(061) 4158577

PLAZA CITRA PEKANBARU
JL. PEPAYA NO.78
PEKANBARU
(0761) 28412
(0761) 28416

CIPUTRA SERAYA PEKANBARU
JL. RIAU NO.58
PEKANBARU
(0761) 868500, 868700
(0761) 868600

SKA PEKANBARU
KOMP. SENTRAL KOMERSIAL
ARENGKA LT. G - 1,
JL. SUKARNO HATTA,
TUANKU TAMBUSAI
PEKANBARU
(0761) 864031
(0761) 864034

MEGA MALL BATAM
JL. ENGKU PUTRI BATAM CENTER
BATAM
(0778) 470122/23
(0778) 470140

KEPRI MALL BATAM
CLUSTER PURI MELATI
BLOK C NO. 7
JL. JEND. SUDIRMAN
BATAM
(0778) 7490004/05
(0778) 7490003

NAGOYA HILL BATAM
COMPLEX SUPERBLOK
NAGOYA HILL
JL. TEUKU UMAR NAGOYA
BATAM
(0778) 749355/56
(0778) 7493505

BINJAI SUPERMALL
BINJAI SUPERMAL
JL. SOEKARNO HATTA NO.14
(061) 8821750
(061) 8828862

BASKO GRAND MALL PADANG
BASKO GRAND MALL
JL. PROF.DR. HAMKA NO.2
PADANG
(0751) 4488877
(0751) 4488879

HERMES PALACE MALL ACEH
JL. T HASAN DEK
KEL. BEURAWE
KEC. KUTA ALAM
ACEH
(0651) 636661/62
(0651) 636667

SPR PADANG
JL. MUHAMMAD YAMIN
KEL. KAMPUNG JAO
KEC. PADANG BARAT
(0751) 7535051
(0751) 7535050

MDS LIPPO PLAZA JAKABARING
JL. GUBERNUR H BASTARI
JAKABARING, PALEMBANG
SUMATERA SELATAN 30251
(0711) 5649535
(0711)5649534

MDS PSX MALL
JL. POM IX
RT.030 / RW.009
KEL. LOROK PAKJO
KEC. ILIR BARAT 1
PALEMBANG
SUMATERA SELATAN 30137
(0711) 5649140
(0711) 5649122

MDS INTERNATIONAL PLAZA PALEMBANG
JL. JEND SUDIRMAN NO.147
PALEMBANG
SUMATERA SELATAN 30121
(0711) 350519, 362890
(0711) 360283

MDS CENTRAL PLAZA LAMPUNG
JL. KARTINI NO.21
TANJUNG KARANG BARAT
BANDAR LAMPUNG 35116
(0721) 242825/26
(0721) 242827

MDS BENGKULU INDAH MALL
JL. PUTRI GADING CEMPAKA
PENURUNAN KOTA
BENGKULU 38233
(0736) 5611096/97
(0736) 5611098

MDS PLAZA ANGSO DUO JAMBI
JL. GATOT SUBROTO NO. 53
JAMBI 36134
(0741) 7550512, 7550811/13
(0741) 7550511

MDS OPI PALEMBANG
JL. GA BASTARI KELURAHAN 15
(SEBERANG ULU 1)
JAKABARING, PALEMBANG
SUMATERA SELATAN 30257
(0711) 5620431
(0711) 5620435

JAWA BARAT

MDS BOGOR TECHNO WORLD
JL. VETERAN NO. 27
PANARANGAN, BOGOR
(0251) 75625121
(0251) 7562514

MDS ISTANA PLAZA BANDUNG
JL. PASIRKALIKI NO.121-123
BANDUNG 40173
(022) 600069
(022) 6000770

MDS MAYOFIELD SUKABUMI
JL. JEND. AHMAD YANI 125-127
SUKABUMI
(0266) 232816
(0266) 232815

MDS SM BOGOR
JL. RAYA KAPT. MUSLIHAT NO. 14
BOGOR
(0251) 8338634
0251-8322547

MDS CIREBON SUPER BLOK
JL. CIPTOMANGUNKUSUMO NO.26
CIREBON
(0231) 8291230/31
(0231) 8291232

MDS FESTIVAL CITYLINK BANDUNG
JL. PETA NO. 241
BANDUNG
(022) 6128525/26
(022) 6128533

MDS EKALOKASARI BOGOR
JL. SILIWANGI 123
BOGOR
(0251) 8362973/74
(0251) 8362967

MDS TASIKMALAYA
JL. VETERAN NO. 10
TASIKMALAYA
(0265) 335080
(0265) 329320

MDS BIP BANDUNG
JL. SUMATERA 53
BANDUNG 40115
(022) 4203890
(022) 4501635

MDS GRAGE MALL CIREBON
JL. CIPTOMANGUNKUSUMO 1
CIREBON
(0231) 242503
(0231) 242504

MDS PEKALONGAN
JL. NUSANTARA NO. 5
PEKALONGAN
(0285) 434400
(0285) 434404

MDS PURWOKERTO
JL. KH. SYAFE'I KEBON DALEM
PURWOKERTO 53114
(0281) 636534
(0281) 636533

JAWA TENGAH

MDS HARTONO MALL SOLO
JL. RAYA SOLO BARU PERMAI
GROGOL SUKOHARJO
(0271) 7890943
(0271) 7890940

MDS HARTONO MALL JOGJA
JL.RINGROOD UTARA NO. 32-33
DEPOK SLEMAN
YOGYAKARTA
(0274) 2924103/04
(0274) 2924102

MDS PARAGON SEMARANG
JL. PEMUDA NO. 116
SEMARANG
(024) 86579001-08, 10
(024) 86579002

MDS JOGJA CITY
JL. MAGELANG KM 6 NO. 18
SINDUADI, SLEMAN
YOGYAKARTA
(0274) 6429272
(0274) 642274

MDS SOLO SQUARE
JL. SLAMET RIYADI NO. 451-455
SOLO
(0271) 7651771/73
(0271) 751772

MDS LIPPO MALL JOGJA (NS)
JL. LAKSDA. ADISUCIPTO NO. 23-24
DEMANGAN,GONDOKUSUMAN
YOGYAKARTA
(0274) 6429624

MDS ARTOS MAGELANG
JL. MAYJEND. BAMBANG
SOEGENG NO. 7
MAGELANG
(0293) 3218900/01/23
(0293) 3218902

MDS SINGOSAREN
JL. GATOT SUBROTO NO. 27-28
SOLO
(0271) 664022, 664711
(0271) 664722

MDS JAVA SUPERMALL
JL. MT.HARYONO NO.992-994
JOMBLANG, SEMARANG
(024) 8410316/17/19
(024) 8410333

MDS MAGELANG
JL. A. YANI NO. 4
MAGELANG
(0293) 364468, 313328
(0293) 364469

MDS SIMPANG LIMA SEMARANG
JL. A. YANI NO. 1
SEMARANG
(024) 8417511, 8413334
(024) 8414153

MDS MALIOBORO I
JL. MALIOBORO NO.11 A
YOGYAKARTA
(0274) 582561, 548636
(0274) 561888

MDS KUDUS
JL. DR. LUKMONOHADI
KUDUS
(0291) 439114
(0291) 433113

MDS GRAND MALL SOLO
JL. SLAMET RIYADI NO. 273
SOLO
(0271) 741365/45
(0271) 741369

MDS MALIOBORO MALL
JL. MALIOBORO NO. 52/56
YOGYAKARTA
(0274) 586797
(0274) 586794

MDS KLATEN
JL. PEMUDA TENGAH NO. 75
KLATEN
(0272) 320727
(0272) 323150

MDS GALERIA
JL. JEND SUDIRMAN NO.99 - 101
YOGYAKARTA
(0274) 584516-18, 584523
(0274) 584515

JAWA TIMUR

MDS MADIUN
JL. PAHLAWAN 38-40
MADIUN 63121
(0351) 499180/85/86
(0351) 499181

MDS KEDIRI TOWN SQUARE
JL. HASANUDDIN NO. 2,
RT. 022 / RW. 006
BALOWERTI
KEDIRI 64121
(0354) 673900/01
(0354) 673902

MDS GRESIK
JL. VETERAN 1
KEL. SIDOMORO
KEC. KEBOMAS
GRESIK 61122
(031) 3973355
(031) 3973351

MDS BANGKALAN MADURA
JL. HALIM PERDANA KUSUMA
BANGKALAN
MADURA 69116
(031) 51162088
(031) 51162077

MDS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA
JL. BASUKI RAHMAT 8-12
SURABAYA 60261
(031) 5468236-38, 5468220
(031) 5468188

GALERIA DELTA SURABAYA
JL. PEMUDA NO. 31-37
SURABAYA 60271
(031) 5316109/12
(031) 5316837

MDS PAKUWON SURABAYA
KOMP. PERUM. PAKUWON INDAH
KEL. LONTAR
KEC. LAKARSANTI
SURABAYA 60128
(031) 7390333, 7390313-15
(031) 7390322

MDS ROYAL PLAZA SURABAYA
JL. A. YANI NO. 16-18
SURABAYA 60231
(031) 8271290-91
(031) 8271281

MDS CITY OF TOMORROW SURABAYA
JLN. AHMAD YANI NO 288
SURABAYA 60234
(031) 58251298
(031) 58251003

MDS KAZA SURABAYA
JL. KAPAS KRAMPUNG NO. 45
SURABAYA 60142
(031) 3740604
(031) 3740602

MDS SIDOARJO
JL. GAJAH MADA NO. 120
SIDOARJO 61213
(031) 8921756, 8968080
(031) 8962132

MDS SIDOARJO TOWN SQUARE
JL. RAYA JATI NO. 1
SIDOARJO
(031) 58204743
(031)58204745

MDS PASAR BESAR MALANG
JL. KYAI TAMRIN LT. 2
MALANG 65118
(0341) 331788
(0341) 333122

MDS MALANG TOWN SQUARE
JL. VETERAN NO. 2
MALANG 65114
(0341) 559223
(0341) 559224

MDS BATU MALANG
JL. DIPONEGORO NO. 1
BATU, MALANG 65314
(0341) 2991226
(0341) 2991222

MDS JOHAR PLAZA JEMBER
JL. DIPONEGORO NO. 66
JEMBER 68137
(0331) 482447
(0331) 482087

BALI & KALIMANTAN

MDS BIG MALL SAMARINDA
JL. PANGERAN UNTUNG SUROPATI NO. 8
SAMARINDA
(0541) 6294730
(0541) 6294740

MDS PALANGKARAYA
JL. YOS SUDARSO N0. 57
PALANGKARAYA
(0536) 4200060/61
(0536) 4200055

MDS Q MALL BANJARBARU
JL. A.YANI KM.36,7
BANJARBARU 70714
(0511) 4770093
(0511) 4770092

MDS DUTA MALL BANJARMASIN
SIMPANG ULIN DUTA MALL
JL. AHMAD YANI KM. 2
BANJARMASIN
(0511) 4365551
(0511) 4364584

MDS LOMBOK EPICENTRUM
JL. SRIWIJAYA NO. 333
PUNIA, MATARAM
NTB KP: 83127
(0370) 6172017/18
(0370) 6172019

MDS MULIA PLAZA SAMARINDA
JL. BHAYANGKARA NO.58
SAMARINDA
(0541) 7770856
(0541) 7770854

MDS BORNEO CITY SAMPIT
JL. JENDRAL SUDIRMAN KM. 1,5
KEL. MENTAWA BARU HULU
RT.037 / RW.008, KETAPANG
SAMPIT KOTIM
KALIMANTAN TENGAH
(0531) 2065100
(0531) 2065111

MDS BALIKPAPAN BARU
MALL FANTASY BALIKPAPAN BARU
KOMP. BALIKPAPAN BARU
JL. MT. HARYONO
BALIKPAPAN
(0542) 8860781
(0542) 8860789

MDS LIPPO KUTA BALI
JL. KARTIKA PLAZA
LINGKUNGAN SEGARA, KUTA,
BADUNG, BALI 80361
(0361) 8978088
(0361) 8978062

MDS LOMBOK CITY CENTER
JL. AHMAD YANI KM. 8
GERIMAX INDAH
KEC. NARMADA
KAB. LOMBOK BARAT
NTB
(0370) 6171801/02
(0370) 6171800

MDS BALIKPAPAN SUPERBLOK
KOMP. BALIKPAPAN SUPERBLOCK
BALIKPAPAN
(0542) 7586778
(0542) 7586776

MDS LEMBUSWANA SAMARINDA
JL. M YAMIN NO.1
SAMARINDA
(0541) 205079, 205083/84
(0541) 205085

MDS MAL BALI GALERIA
JL. BY PASS NGURAH RAI
(SIMPANG DEWA RUCI)
KUTA, BALI
(0361) 758540/41
(0361) 758526

MDS DUTA PLAZA BALI
JL. DEWI SARTIKA NO.4-G
DENPASAR, BALI
(0361) 237364/65
(0361) 246493

MDS BALIKPAPAN
JL. JEND SUDIRMAN NO.01
KLANDASAN ILIR, BALIKPAPAN
(0542) 423257
(0542) 423327

MDS KUTA SQUARE BALI
JL. CIUNG WANARA NO.1
KUTA, BALI
(0361) 757588/89, 757590
(0361) 757587

MDS AHMAD YANI PONTIANAK
KAWASAN SENTRA BISNIS
JL. AHMAD YANI
(0561) 761325/26
(0561) 761555

MDS PONTIANAK
JL. JEND URIP
SOEMOHARDJO NO. 1
PONTIANAK
(0561) 769013/14
(0561) 764488

MDS SINGKAWANG
SINGKAWANG GRAND
MALL LT. UG - 1
JL. ALIANYANG
SINGKAWANG
(0562) 6300322
(0562) 6300326

SULAWESI & INDONESIA TIMUR

MDS PANAKUKKANG MALL
MALL PANAKUKANG
LT. G & LT. 1
JL. BOULEVARD
KOMP. PANAKUKANG MAS
MAKASAR 9222
(0411) 424185/86
(0411) 424174

MDS LIPPO PLAZA KENDARI
GEDUNG LIPPO PLAZA
JL. MT. HARYONO NO.61-63
KENDARI
(0401) 3196568/69
(0401) 3196662

MDS AMBON CITY CENTER
AMBON CITY CENTRE
JL. WOLTER MONGINSIDI
NEGERI PASSO
KEC. TELUK AMBON BAGUALA
AMBON
(0911) 361724-26, 361772
(0911) 361778

MDS MEGAMAS MANADO
JL. PIERE TENDEAN BOULEVARD
MANADO
(0431) 879434/35
(0431) 879432

MDS PALU
JL. CUMI-CUMI NO. 77
BUMI BAHARI, PALU
SULAWESI TENGAH
(0451) 4134505
(0451) 4134497

MDS KENDARI
JL. SAO-SAO SARANANI
KEL. BENDE
KENDARI KP.93117
SULAWESI TENGGARA
(0401) 3191913
(0401) 3194273

MDS MALL RATU INDAH MAKASAR
JL. DR. SAM RATULANGI NO.35
MAKASSAR 90132
SULAWESI SELATAN
(0411) 834363/64
(0411) 831570

MDS PALOPO
KOMP. PALOPO CITY MARKET
JL. SAM RATULANGI NO.78
KEL. SALO BULO
KEC. WARA UTARA
PALOPO, SULAWESI SELATAN
(0471) 327060
(0471) 327144

MDS MANADO TOWN SQUARE
KAWASAN MANADO TOWN SQUARE
JL. PIERE TENDEAN BOULEVARD
MANADO, SULAWESI UTARA 95113
(0431) 8882804/05
(0431) 8882820

MDS GORONTALO
BUSINESS PARK GORONTALO
JL. HOS COKROAMINOTO
(JL. ALOE SABOE)
GORONTALO
(0435) 8592569
(0435) 8592635

MDS JAYAPURA
JL. SAM RATULANGI
JAYAPURA 99112
(0967) 5150242
(0967) 5150241

MDS GTC TANJUNG BUNGA
MALL GTC LT. UG & 1
JL. METRO TANJUNG BUNGA
MAKASAR 90134
(0411) 8114297
(0411) 8114105

MDS MANADO TRADE CENTER
KAWASAN MEGA MAS
GEDUNG MEGA TRADE CENTER LT. 1
JL. PIERE TENDEAN, MANADO
SULAWESI UTARA
(0431) 8819441
(0431) 8819439

MDS AMBON
JL. SAM RATULANGI NO.126
(0911) 347493/94
(0911) 348850

MDS LIPPO PLAZA BUTON
JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 58
KEL. BATULO, KEC. WOLIO
BAU-BAU
SULAWESI UTARA
(0402) 2823896
(0402) 2824897

MDS LIPPO PLAZA KUPANG
JL. VETERAN FATULULI
KEC. OEBOBO
KUPANG, NTT
(0380) 8439035
(0380) 8439032

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.		V	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.		V	The Annual Report shall be made in such a way that is easy to read. Pictures, graphs, tables and charts by mentioning the little and/or description cleary.	
3	Laporan Tahunan dicetak dengan kualitas yang baik dan menggunakan jenis dan ukuran huruf yang mudah dibaca.		V	Printed in good quality and using readable type and size of font.	
4	Laporan Tahunan ditampilkan di website perusahaan.		V	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 dati 3 (tiga) tahun.	1. Informasi memuat antara lain: 2. Pendapatan 3. Laba Bruto 4. Laba Rugi 5. Jumlah laba(rugi) yang dapat distribusikan kepada pemilik entitas dan kepentingan non pengendali. 6. Total laba atau rugi komprehensif Jumlah laba (rugi) komprehensif yang dapat distribusikan kepada pemilik entitas induk dan kepentingan pengendali. 7. Laba (rugi) per saham. 8. Jumlah aset. 9. Jumlah liabilitas. 10. Jumlah ekuitas. 11. Rasio laba (rugi) terhadap jumlah aset. 12. Rasio laba (rugi) terhadap ekuitas. 13. Rasio laba (rugi) terhadap pendapatan. 14. Rasio lancar. 15. Rasio liabilitas terhadap ekuitas. 16. Rasio liabilitas terhadap jumlah aset. 17. Informasi dan rasio keuangan lainnya yang relevan dengan perusahaan dan jenis industrinya.	20-21		The information includes: 1. Revenues 2. Gross profit 3. Income (Loss) 4. Total income (loss) attribute to owners of the parent entity and non controlling interest 5. Total comprehensive income (loss) 6. Total comprehensive income (loss) attributeable 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. The 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	327-328	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, lower and closing share price 4. Trading volume
3	Dalam hal terjadi aksi korporasi, seperti pemecahan saham (stock spli), penggabungan saham (reverse stock), dividen saham, saham bonus dan penurunan nilai nominal saham, maka informasi harga saham sebagai mana dimaksud dalam angka 2, wajib ditambahkan	Informasi memuat antara lain: 1. Tanggal pelaksanaan aksi korporasi 2. Rasio stock split, reverse stock, dividen saham, saham bonus dan penurunan nilai saham 3. Jumlah saham beredar sebelum dan sesudah aksi korporasi 4. Harga saham sebelum dan sesudah aksi korporasi	128	In case of croporate 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. Stock split, reverse stock, share dividend, bonus share ratio and decline in share value 3. Number of outstanding share before and after corporate action 4. Share price before and after corporate action

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		326	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 Pubnlik 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 of Public Company must a so 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 komposis anggota Dewan Komisaris dan alasan perubahannya (jika ada)	23-26	Board of Commissioners Report	Information includes: 1. Assessment on the performance of the 2. Board of Directors in managing the company 3. View on the prospects of the company's business as established by the Board of Directors 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-kendala yang dihadapi perusahaan 2. Gambaran tentang prospek usaha 3. Penerapan tata kelola perusahaan 4. Perubahan komposis anggota Direksi dan alasan perubahannya (jika ada)	29-34	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 faded 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 Perusahaan** 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 kantor cabang atau kantor perwakilan, yang memungkinkan masyarakat dapat memperoleh informasi mengenai perusahaan	324-325	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		8-10	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	324	Line of Business	Information includes: 1. Company's line of business as started 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	298-299	Organization Structure	In the form of a chart, at least until one level below the Board of Directors along with names and titles
5	Visi dan Misi perusahaan		14	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 RUFS 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)	180-183 300-303	Board of Commissioners profile	Information includes: 1. Name 2. Position history, work experience and legal basis for the first appoinment in publicly listed companies, as set cut 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 RUFS 3. Riwayat pendidikan 4. Penjelasan singkat mengenai jenis pelatihan dalam rangka meningkatkan kompetensi Dewan Direksi yang telah diikuti dalam tahun buku (jika ada) 5. Pengungkapan hubungan afiliasi dengan anggota Direksi lainnya, serta pemegang saham (jika ada)	193-195 304-305	Board of Directors Profile	Information includes: 1. Name 2. Position history, work experience and legal basis for the first appoinment in publicly listed companies, as set cut 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 penyempaian laporan tahunan sebagaimana dimaksud dalam angka I dan huruf a, maka susunan yang dicantumkan dalam laporan tahunan adalah susunan Dewan Komisaris dan/atau Direksi yang terkahir 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 item number 1 letter a, the composition has set in annual report is the composition of the last and before of the Board of Commissioners and/or Board of Directors	
9	Jumlah Karyawan	Informasi meliputi antara lain: 1. Jumlah Karyawan berdasarkan aspek pendidikan 2. Pelatihan Karyawan yang telah dilakukan	82-92	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 masing-masig memiliki kurang dari 5% saham Emiten atau Perusahaan Publik	328	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		329	Information regarding the major shareholder and the issuer of Public Company Controller both directly or inderctly, which is presented in form of scheme of chart	

No.	Kriteria	Penjelasan	Halaman Page	Criteria	Description
12	Entintas anak Perusahaan Asosiasi, Perusahaan Ventura	Informasi meliputi antara lain: 1. Nama entintas anak/asosisasi/ ventura 2. Presentase kepemilikan saham 3. Bidang Usaha 4. Keterangan status operasi perusahaan 5. Alamat entintas anak	N/A (325)	Subsidiaries associatec company, joint venture	Information includes: 1. Name of the subsidiaries/ associations/join venture 2. Percentage of Share ownership 3. Line of business 4. Infromation 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		325,328	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 (328)	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	200,324	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)		317-320	Awards and certification recieved 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	106	Review of operations per business segments in accordance with the type of industry or Public Company	Infromation 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 tertentu	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	117-125	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		124,126	Ability to pay debts by presenting relevant calculation ratio	
4	Tingkat kolektibilitas piutang perusahaan dengan menyajikan perhitungan rasio yang relevan		126	Receivables collectability level by presenting the relevant calculation ratio	
5	Struktur permodalan dan kebijakan manajemen atas struktur permodalan tersebut		123	Discuss on 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 resiko dari posisi mata uang asing yang terkait	124-125	Discuss on of material commitments for capital expenditure	Information includes: The purpose of the commitments Expected sources of funds to honor the commitment Currency Planned actions to hedge against foreign currency risks
7	Informasi dan fakta material yang terjadi setelah tanggal laporan akuntan		126	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		146-167	Business prospects of the company in 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 important for the company	
11	Aspek pemasaran atas produk dan jasa perusahaan	Informasi meliputi antara lain: 1. Strategi Perusahaan 2. Pangsa pasar	71-75	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		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 umu secara kumulatif sampai dengan kahir tahun buku 2. Dalam hal terdapat perubahan penggunaan dana sebagaimana diatur dalam Peraturan Nomor X.K.4, maka Emiten wajib menjelaskan perubahan tersebut	128	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, akusisi, restrukturisasi ulang/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	129	Material information, regarding investment, expansion, divestment business merger/fusion, acquisition restructuring of debt/capital, affiliated transactions invoiving 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 realted provisions
15	Perubahan peratutan perundang-undangan yang berpengaruh signifikan terhadap perusahaan dan dampaknya terhadap laporan keuangan (jika ada)	Apabila tidak terdapat perubahan peraturan perundang-undangan yang berpengaruh signifikan agar diungkapkan	128	Changes in the regulation that significant 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	Perubahan 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 Governance				
1	Dewan Komisaris	Informasi meliputi anatara lain: 1. Uraian pelaksanaan tugas Dewan Komisaris 2. Pengungkapan prosedur, dasar penetapan dan besarnya remunerasi anggota Dewan Komisaris 3. Pengungkapan kebijakan perusahaan dan pelaksanaannya tentang frekuensi rapat Dewan Komisaris, termasuk rapat gabungan dengan Direksi dan tingkat kehadiran anggota Dewan Komisaris dalam rapat	180--183 192-193	Board of Commissioners	Information includes: Description of the Board of Commissioners duty Disclosure of the procedure, basis for determining and the amount of the remuneration for Board of Commissioners members Disclosure of the company's policy and the implementation regarding the meeting frequency of the board of Commisioners, 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 pelaksanaannya, tentang frekuensi rapat Direksi, termasuk rapat gabungan dengan Dewan Komisaris dan tingkat kehadiran anggota Direksi dalam rapat 4. Keputusan RUPS tahun sebelumnya dan realisasinya pada tahun buku serta alasan dalam hal terdapat keputusan yang belum direalisasikan 5. Pengungkapan kebijakan perusahaan tentang penilaian terhadap kinerja anggota Direksi (jika ada)	193-195	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 joit meeting with the Board of Commissioners and the members attendance rate 4. Decision of GMS for the previous year and the realization in the financial year, as well as the reason in case there is a decision that has not been realized 5. Disclosure of the company's policy relating to the assessment of the Board of Directors performance (if any)
3	Komite Audit	Informasi meliputi antara lain: 1. Nama 2. Riwayat jabatan, pengalaman kerja dan dasar hukum penunjukan 3. Riwayat pendidikan 4. Periode jabatan anggota Komite Audit 5. Pengungkapan independensi Komite Audit 6. Pengungkapan kebijakan perusahaan dan pelaksanaanya 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	183-190 295-296 313	Audit Commitee	Information includes: 1. Names 2. Positions, qualifications, work experience of the Commitee members and the legal basis of the appointment 3. Education history 4. Office period of the Audit Commitee members 5. Disclosure of Audit Committee's Independence 6. Disclosure of comapny'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 pelaksanannya tentang frekuensi rapat komite dan tingkat kehadiran anggota komite dalam rapat tersebut 8. Uraian singkat pelaksanaan kegiatan komite pada tahun buku	191-192 197-200 314	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: Name Positions, working experience and legal basis of the appointment Education history Office period of the members Disclosure of the company's policy relating to the independency of the committees members Duties and responsibilities description Disclosure of company's policy and the implementation regarding the frequency of the committee meetings and attendance rate 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	188-189 200-203 310	Corporate Secretary	Information includes: 1. Name 2. Positions, working experience and legal basis of the appoinment 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	207-209 315	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	209	Internal Control System implemented 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	205-207	Risk management system implemented by the company	Information includes: 1. Overview of the company's risk management system 2. Type of risk and its management 3. Review of the effectiveness of the comapny'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 (211-212)	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 isuuers or public companies, members of the Board of commissioners and 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	204-205	Information regarding the Company's code of conduct and culture (if any)	Information includes: 1. Code or 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)		213	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 (whistleblowingsystem) 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	209-211	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 kebijaksanaan, 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	216-227	Discuss on 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, cerification 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 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 keberlanjutam (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	
VIII.	**Laporan keuangan yang telah diaudit** Audites Consolidated Financial Statement				
1	Laporan Keuangan Tahunan yang dimuat dalam laporan tahunan wajib sidudun sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia yang telah diaudit oleh Akuntan Laporan keuangan dimaksud wajib memuat pernyataan mengenai pertanggunjawaban atas Laporan Keuangan sebagaimana diatur pada Peraturan Nomor VII.G.11 atau Peraturan Nomor X.E.1		232-294	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 Regulation No. VIII.G.11 or Regulation No. X.E.1	

No.	Kriteria	Penjelasan	Halaman Page	Criteria	Description
VIII.	**Tanda Tangan Dewan Komisaris dan Direksi** Signature of the Board of Commissioners and the Board of Directors				
1	Tanda tangan Dewan Komisaris dan Direksi	Memuat hal-hal berikut: 1. Ditandatangani oleh seluruh anggota Dewan Komisaris dan Direksi yang sedang menjabat 2. Tanda tangan pada lembaran tersendiri 3. Pernyataan bahwa Dewan Komisaris dan Direksi bertanggungjawab penuh atas kebenaran isi laporan tahunan, sesuai dengan Formulir Nomor X.K.6-1 4. Penjelasan tertulis dalam surat tersendiri dari yang bersangkutan dalam hal terdapat anggota Dewan Komisaris atau Direksi yang tidak menandatangani laporan tahunan, atau penjelasan tertulis dalam surat tersendiri dari anggota yang lain dalam hal tidak terdapat penjelasan tertulis dari yang bersangkutan	228	Signature of the Board of Commissioners and the Board of Directors	Informations includes: 1. Signed by all the incumbent members of Board of Commissioner and Directors 2. The signature are on a separate sheet 3. Statement that the Board of Commissioners and Board of Directors are fully resposible 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 vent of not signing the Annual Report or written explanation in sepatare 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

T. (62-21) 547 5333
F. (62-21) 547 5232

WWW.MATAHARI.CO.ID