



2012

Laporan Tahunan
Annual Report

 **MATAHARI**
DEPARTMENT STORE

Indonesia's Most Preferred Department Store

Daftar Isi

Contents

Indonesia's Most Preferred Department Store

- 05 Sekilas Perusahaan
Company in Brief
- 07 Visi dan Misi
Vision and Mission
- 08 Tonggak Sejarah Perusahaan
Company Milestones
- 10 Ikhtisar Keuangan
Financial Highlights
- 12 Penghargaan dan Sertifikasi
Awards and Certificates
- 14 Peristiwa Penting 2012
2012 Event Highlights
- 16 Laporan Dewan Komisaris
Report From the Board of Commissioners
- 22 Laporan Direksi
Report From the Board of Directors
- 30 Laporan Tim Manajemen
Report from The Board of Management

Tinjauan Bisnis Business Overview

- 38 Tinjauan Industri
Industry Overview
- 56 Tinjauan Operasional
Operational Overview
- 78 Tinjauan Fungsional
Functional Overview

Analisa & Pembahasan Manajemen Management Discussion & Analysis

- 92 Kinerja Keuangan
Financial Review
- 147 Kebijakan Dividen
Dividend Policy
- 151 Prospek Usaha
Business Prospects

Tinjauan Tata Kelola Perusahaan Corporate Governance Overview

- 170 Struktur Tata Kelola
Corporate Governance Structure
- 196 Sistem Pengawasan dan Pengendalian Internal
Internal Monitoring and Control System
- 198 Manajemen Risiko
Risk Management

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Corporate Social Responsibility

- 212 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
Corporate Social Responsibility

Laporan Keuangan Audit Audited Financial Statements

- 222 Laporan Keuangan Audit
Audited Financial Statements

Data Perusahaan Corporate Data

- 290 Struktur Organisasi
Organization Structure
- 292 Profil Dewan Komisaris
Board of Commissioners' Profile
- 294 Profil Dewan Direksi
Board of Directors' Profile
- 296 Profil Anggota Manajemen
Board of Management's Profile
- 300 Profil Anggota Komite Audit
Audit Committee's Profile
- 301 Profil Kepala Unit Audit Internal
Head of Internal Audit Unit
- 302 Informasi Lainnya
Other Information
- 304 Informasi Atas Saham dan Kepemilikan Saham
Shares and Shareholding Information
- 306 Jaringan Gerai
Stores Network



Indonesia's Most Preferred Department Store



- Matahari terus berekspansi dengan membuka 13 gerai baru sehingga sampai akhir tahun 2012 ini telah memiliki 116 gerai di lebih dari 50 kota di seluruh Indonesia.
- Matahari kembali mencetak rekor tahunan penjualan dan pembukaan gerai-gerai baru.
- Matahari tetap menjadi *leader* pada pangsa pasar ritel untuk modern *department store*.
- Matahari continued to expand by opening 13 new stores. At the end of 2012 Matahari had 116 stores in more than 50 cities throughout Indonesia.
- Matahari posted another record year of sales, earnings and new store openings.
- Matahari continued to lead the modern retail department store market.





Sekilas Perusahaan

Company in Brief

PT Matahari Department Store Tbk (Matahari) adalah *department store* ritel terbesar di Indonesia untuk produk busana *fashion*, produk kecantikan dan produk perlengkapan rumah tangga. Dengan jaringan lebih dari 1.200 pemasok lokal serta pemasok internasional yang telah dibangun selama 55 tahun perjalanan usahanya, Matahari senantiasa menyediakan tren fashion terkini serta gerai yang modern dan lengkap bagi kalangan menengah Indonesia yang semakin meningkat. Dengan penambahan 13 gerai pada tahun 2012, gerai kami telah hadir di lebih dari 50 kota di Indonesia

Diawali dengan berdirinya satu gerai busana anak di Pasar Baru, Jakarta pada 24 Oktober 1958, pada tahun 1972 membuka *department store* modern pertama di negeri ini, sebagai titik awal pertumbuhan gerai yang pesat dalam 55 tahun terakhir. Karena berfokus pada penyediaan produk dan layanan yang dapat meningkatkan gaya hidup kalangan berpenghasilan menengah yang menjadi segmen target kami, Matahari selalu teratas dalam persepsi pelanggan yang mencari produk *fashion* dengan harga terjangkau. Matahari terus menempati posisi nomor 1 sebagai *department store* di Indonesia. Dengan dukungan lebih dari 40.000 orang tenaga penjualan, basis pemasok dalam negeri yang menyediakan lebih dari 90% produk yang mengisi gerai kami, dan dengan kehadiran gerai di lebih dari 50 kota di seluruh Indonesia, Matahari benar-benar telah menjadi nama besar yang diakui sebagai *department store* terkemuka di Indonesia.

Pada tahun 2009, Matahari menjadi sebuah entitas yang terpisah dari PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP), dan namanya diubah menjadi PT Matahari Department Store Tbk (Matahari). Asia Color Company Limited, anak perusahaan dari CVC Capital Partners Asia Pacific III L.P. dan CVC Capital Partners Asia Pacific III Parallel Fund – A, L.P. (gabungan keduanya dikenal sebagai “CVC Asia Fund III”), menjadi menjadi pemegang saham mayoritas PT Matahari Department Store pada April 2010.

PT Matahari Department Store Tbk (Matahari) is Indonesia's largest department store retailer of fashion apparel, beauty products and home products. With a network of over 1,200 local suppliers as well as international suppliers developed over its 55 year history, Matahari provides the growing Indonesian middle classes with the latest in fashion trends, modern and well-appointed stores, and a physical presence in over 50 cities in Indonesia, adding 13 stores in 2012.

Beginning with one children's fashion store in Pasar Baru, Jakarta on 24 October 1958, Matahari opened the country's first modern department store in 1972, expanding the store base rapidly over the past 55 years. Due to its focus on providing goods and services that enhance the lifestyle of the targeted middle income consumer segment, Matahari remains top of mind for its customers looking for quality fashion at an affordable price. Matahari continues to be rated the number one department store in Indonesia. With a sales force of over 40,000 people, a domestic supplier base that provides over 90% of the product sold in the stores, and a presence in over 50 cities across the Indonesian archipelago, Matahari is truly a heritage brand recognized as Indonesia's preferred department store.

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

Sekilas Perusahaan Company in Brief

Setelah penawaran saham yang dilakukan oleh Asia Color Company Limited dan PT Multipolar Tbk selesai pada 28 Maret 2013, persentase kepemilikan saham publik di Matahari meningkat dari 1,85% menjadi 47,4%. Penawaran saham yang dilakukan diterima dengan sangat baik dan menarik minat yang sangat signifikan dari para investor global terkemuka. Matahari akan mendapatkan manfaat dari (i) meningkatnya likuiditas yang dimiliki dalam perdagangan saham di BEI, (ii) berpotensi untuk mendapat manfaat pajak yaitu berkurangnya persentase pajak penghasilan sesuai dengan peraturan perpajakan di Indonesia berdasarkan meningkatnya jumlah pemegang saham publik setelah selesainya penawaran saham; (iii) akan lebih mudah mendapatkan dana di pasar modal domestik maupun internasional; dan (iv) manfaat dari meningkatnya nama Perseroan di Indonesia maupun luar negeri. Setelah selesainya penawaran saham dan pelaksanaan opsi *over-allotment*, Asia Color Company memiliki kepemilikan saham sebesar 32,2%, PT Multipolar Tbk sebesar 20,5% dan masyarakat, termasuk pemilik saham yang baru sebesar 47,4%.

Following the share offering by Asia Color Company Limited and PT Multipolar Tbk completed on 28 March 2013, the percentage of shares in Matahari held by the public increased from 1.85% to 47.4%. The share offering was well-received and attracted significant interest from leading investors globally. Matahari is expected to benefit from (i) having more liquidity in the trading of its shares on the IDX, (ii) potentially receiving certain tax benefits in the form of reduced rates on its income tax in accordance with prevailing taxation regulations in Indonesia depending on the public shareholding subsequent to the offering; (iii) being able to raise funds more easily in the future through the domestic and international capital markets; and (iv) benefiting from increased visibility in Indonesia and overseas. Immediately following completion of the share offering and exercise of the over-allotment option, Asia Color Company had a shareholding of 32.2%, PT Multipolar Tbk had a shareholding of 20.5% and the public, including new shareholders, had a shareholding of 47.4%.





Visi

Vision

Menjadi Peritel Pilihan Utama Indonesia

To be Indonesia's Most Preferred Retailer

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.

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.

Misi

Mission

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

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

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.

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.

Tonggak Sejarah Perusahaan

Company Milestones

1958

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

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



1972

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

Matahari pioneered the modern department store concept in Indonesia.



1980

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

Matahari opened its first store outside Jakarta, in Bogor.

1986

Pendirian PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP).

Establishment of PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP).

1958 - 2011

1997

Multipolar menjadi pemegang saham mayoritas MPP.

Multipolar became the main shareholder of MPP.

2000

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

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

2008

Pembukaan 6 *department store* baru, 3 gerai di antaranya berkonsep New Generation yang menunjukkan desain *department store* modern terbaik.

The opening of 6 department stores, including 3 stores with a New Generation concept, showcasing the best of modern department store design.

2009

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

An affiliated company of MPP, PT Pacific Utama Tbk, acquired Matahari Department Store Division, allowing Matahari to become a stand-alone public company, trading as PT Matahari Department Store Tbk (Matahari).

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). Both MI and ACC were indirectly majority owned by CVC Asia Fund III.

- Matahari terus berekspansi dengan membuka 13 gerai baru sehingga sampai akhir tahun 2012 ini telah memiliki 116 gerai di lebih dari 50 kota di seluruh Indonesia.
- Matahari kembali mencetak rekor tahunan penjualan dan pembukaan gerai-gerai baru.
- Matahari tetap menjadi *leader* pada pangsa pasar ritel untuk modern *department store*.

2012

2011

MI dan Matahari bergabung menjadi satu, dimana Matahari menjadi *surviving entity*.

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

- Matahari continued to expand by opening 13 new stores. At the end of 2012 Matahari had 116 stores in more than 50 cities throughout Indonesia.
- Matahari posted another record year of sales, earnings and new store openings.
- Matahari continued to lead the modern retail department store market.

Ikhtisar Keuangan

Financial Highlights

Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain

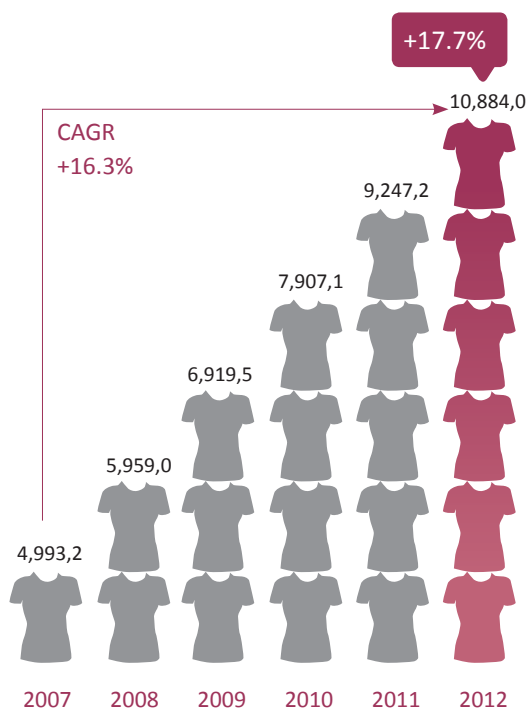
Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated

	2012	2011	2010**	2010*	
LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF					STATEMENTS OF COMPREHENSIVE INCOME
Penjualan Kotor***	10,884,002	9,247,247	6,409,855	7,907,132	Gross Sales***
Penjualan Eceran-gerai	3,171,856	2,618,143	1,916,773	2,369,344	Retail Sales-store
Penjualan Konsinyasi	7,712,146	6,629,104	4,493,082	5,537,788	Consignment Sales
Beban Penjualan Konsinyasi	(5,305,270)	(4,550,328)	(3,092,855)	(3,815,229)	Consignment Cost
Penjualan Eceran-lainnya	2,968	(22,711)	(15,000)	(19,455)	Retail Sales-others
Pendapatan Jasa	35,232	26,504	14,699	18,383	Service Fee
Beban Pokok Pendapatan	(1,910,789)	(1,595,216)	(1,173,424)	(1,468,414)	Cost of Revenue
Laba Kotor	3,706,143	3,105,496	2,143,276	2,622,418	Gross Profit
Beban Usaha Operasional	(2,121,792)	(1,864,195)	(1,450,360)	(1,733,079)	Operating Expenses
Laba Operasi	1,584,351	1,241,301	692,916	889,339	Operating Profit
Beban Keuangan (Bersih)	(425,356)	(505,707)	(415,701)	(30,745)	Finance Expense (Net)
Laba Sebelum Pajak Penghasilan	1,158,995	735,594	277,215	858,594	Profit Before Income Tax
Beban Pajak Penghasilan	(388,114)	(269,946)	(214,598)	(234,057)	Income Tax Expense
Laba Bersih	770,881	465,648	62,617	624,537	Net Income
Laba Bersih per Saham (Rp)	264	160	21	214	Net Income per Share (Rp)
LAPORAN POSISI KEUANGAN					STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION
Kas & Setara Kas	999,872	918,974	999,240	956,105	Cash & Cash Equivalent
Persediaan	519,601	462,013	400,784	400,784	Inventories
Aset Lancar	1,744,220	1,567,335	1,524,322	1,471,328	Current Assets
Jumlah Aset	2,929,752	2,422,472	2,245,184	5,413,870	Total Assets
Liabilitas Lancar	2,170,205	1,708,305	1,451,611	1,464,895	Current Liabilities
Jumlah Liabilitas	4,861,284	5,124,885	5,410,749	4,339,623	Total Liabilities
Jumlah Ekuitas	(1,931,532)	(2,702,413)	(3,165,565)	1,074,248	Total Equity
Jumlah Pinjaman	2,959,096	3,437,204	3,967,029	2,967,029	Total Loan
Modal Kerja Bersih	(425,985)	(140,970)	72,711	6,433	Net Working Capital
RASIO KEUANGAN					FINANCIAL RATIOS
Tingkat Pengembalian Aset (%)	26%	19%	3%	12%	Return on Asset (%)
Aset Lancar Terhadap Liabilitas Lancar (x)	0.8	0.9	1.1	1.0	Current Asset to Current Liabilities (x)
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Ekuitas (x)	(2.5)	(1.9)	(1.7)	4.0	Total Liabilities to Total Equity (x)
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Aset (x)	1.7	2.1	2.4	0.8	Total Liabilities to Total Asset (x)

* Sebelum penggabungan usaha/Before merger (12 bulan/months)

** Sesudah penggabungan usaha/After merger (2010 - 9 bulan/months, sejak MI mengakuisisi MDS di/since MI acquired MDS in 01 April 2010)

*** Manajemen untuk tujuan analisa percaya bahwa nilai penjualan kotor, yang merupakan penjualan ritel-gerai dan penjualan konsinyasi, merupakan acuan yang lebih baik untuk penilaian kinerja *department store* secara keseluruhan/Management for analytical purposes believes that Gross Sales, defined as retail sales-stores and consignment sales, reflects a better guide to the overall *department store* performance.



Sales Performance over time



Adjusted EBITDA



Adjusted Opex as of % of Gross Sales



Consistent double-digit same-store sales growth

Penghargaan dan Sertifikasi

Awards and Certificates



Top Brand Awards 2012

Frontier Consulting Group & Marketing Magazine
'Top Brand' untuk kategori: Women's Underwear
(Nevada) Februari 2012

Frontier Consulting Group & Marketing Magazine
'Top Brand' Category: Women's Underwear (Nevada)
February 2012

Top Brand for Teens Awards 2012

Frontier Consulting Group & Marketing Magazine
'Top Brand for Teens', kategori: T-Shirt (Nevada)
April 2012

Frontier Consulting Group & Marketing Magazine
'Top Brand for Teens', Category: T-Shirt (Nevada)
April 2012

Service Quality Award 2012

Category: Department Store For Achieving
Excellent Total Service Quality Satisfaction Based
on Customer Perception Survey ISSI 2012
Mei 2012

Category: Department Store For Achieving
Excellent Total Service Quality Satisfaction Based
on Customer Perception Survey ISSI 2012
May 2012

Indonesia's Most Admired Companies (IMAC) Award

Frontier Consulting Group dan Bloomberg
Businessweek
The Best in Building and Managing Corporate Image
Award 2012 untuk kategori Department Store
Juni 2012

Frontier Consulting Group dan Bloomberg
Businessweek
The Best in Building and Managing Corporate Image
Award 2012 for Department Store Category
June 2012

Satria Brand Award 2012

Diselenggarakan oleh: Suara Merdeka
Kategori: Department Store
Juli 2012

Powered by: Suara Merdeka
Category: Department Store
July 2012

'The Most Frequent FJGS 2012 Logo Placement'

Festival Jakarta Great Sale 2012 APPBI (Asosiasi
Pengelola Pusat Belanja Indonesia) DPD DKI Jakarta
Juli 2012

Festival Jakarta Great Sale 2012 APPBI (Asosiasi
Pengelola Pusat Belanja Indonesia) DPD DKI Jakarta
July 2012

Top Brand Award 2012

Frontier Consulting Group dan Marketing Magazine
'Top Brand' untuk kategori Department Store
Agustus 2012

Frontier Consulting Group dan Marketing Magazine
'Top Brand' for Department Store Category
August 2012

The 8th National Customer Service Championship by Carre-CCSL

1 'The Most Friendly' untuk kategori Frontliner
2 'The Most Caring' untuk kategori Frontliner
3 Runner Up ketiga untuk Cheering Competition
4 Grand Champion kelima untuk Lintas Kategori
Level Korporasi
September 2012

1 'The Most Friendly' for Frontliners Category
2 'The Most Caring' for Frontliners Category
3 3rd Runner Up Cheering Competition
4 5th Grand Champion for Corporate Level Across
Categories
September 2012

Social Media Award 2012

Frontier Consulting Group & Marketing Magazine
'Great Performing Brand in Social Media' untuk
kategori Department Store
Oktober 2012

Frontier Consulting Group & Marketing Magazine
'Great Performing Brand in Social Media' for
Department Store Category
October 2012

2012 Economic Challenges Awards

Metro TV
Pemenang Perusahaan Kebanggaan Indonesia
untuk Sektor Ritel
November 2012

Metro TV
The Winner for The Pride of Indonesia Company
in Retail Sector
November 2012

Charta Peduli Indonesia 2012

Yayasan Dompot Duafa
CSR Terbaik untuk Program Kemitraan &
Pemberdayaan
Desember 2012

Yayasan Dompot Duafa
Top CSR in Empowerment Partnership Program
December 2012



Peristiwa Penting 2012

2012 Event Highlights

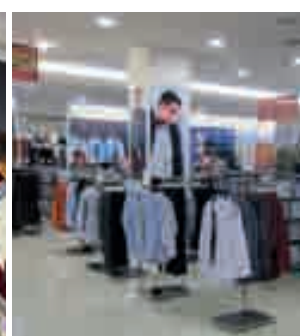


22 Juni/June 2012

Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan
Annual General Meeting of Shareholders

Pembukaan 13 gerai baru di tahun 2012

The opening of 13 (thirteen) new stores in 2012



27 Januari/January 2012

22 Maret/March 2012

16 Mei/May 2012

MDS Gorontalo Mall

MDS Ambon City Center

MDS Cimanggis Square

16 Mei/May 2012

12 Juli/July 2012

26 Juli/July 2012

MDS PSX Palembang

MDS Bangkalan Plaza

MDS Sidoarjo Town Square



3 Agustus/August 2012

Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa
Extraordinary General Meeting of Shareholders



27 September/September 2012

MDS Balekota Tangerang

1 November/November 2012

MDS Jayapura Mall

2 November/November 2012

MDS Lippo Mall Kendari

22 November/November 2012

MDS BTW Bogor

23 November/November 2012

MDS Hartono Lifestyle Solo

29 November/November 2012

MDS Q Mall Banjarbaru

20 Desember/December 2012

MDS Gresik

JOHN BELLIS
Presiden Komisaris Independen
President Commissioner Independent



Laporan Dewan Komisaris

Report from the Board of Commissioners

Keberhasilan memenuhi target ekspansi dan penjualan ditinjau dari nilai penjualan dan jumlah gerai yang dimiliki.

Successfully met expansion and sales targets as measured both by sales and by number of locations.

Pemegang Saham Yang Terhormat,

Merupakan suatu kebanggaan tersendiri bagi kami untuk melaporkan pencapaian kinerja Matahari yang kembali mencatat rekor baru pada tahun 2012. Sejumlah faktor telah memberikan kontribusi penting bagi prestasi yang telah dicapai, tetapi yang paling penting adalah konsistensi manajemen dalam menerapkan strategi yang tepat secara berkelanjutan.

Dewan Direksi dan Tim Manajemen berhasil memenuhi target ekspansi dan penjualan sehingga Matahari terus memimpin di industrinya dengan pangsa pasar teratas di antara para pemain bisnis *department store* modern di Indonesia, ditinjau dari nilai penjualan dan jumlah gerai yang dimiliki. Dewan Komisaris mendukung penuh strategi ekspansi yang dijalankan dan menyadari bahwa dengan bertambahnya jumlah kelas menengah di Indonesia yang mengalami peningkatan pendapatan, jaringan gerai Matahari yang luas akan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan keluarga di seluruh Indonesia.

Dear Shareholders,

It is a pleasure to report on another record breaking year for Matahari in 2012. A number of factors contributed to this all around positive result, but foremost of these is management's continuation of a winning strategy.

The Board of Directors and The Board of Management successfully met expansion and sales targets, and Matahari continues to lead the industry with the top market share amongst Indonesian modern fashion department stores, as measured both by sales and by number of locations. The Board of Commissioners fully supports this expansion strategy and recognizes that given the expanding disposable income and growing middle class of Indonesia, Matahari's network of stores continues to meet the demands and aspirations of Indonesian families across the country.

Laporan Dewan Komisaris

Report from the Board of Commissioners

Kondisi Ekonomi dan Kinerja

Tingkat kepercayaan konsumen di Indonesia tetap tinggi dan dengan angka inflasi yang terjaga cukup rendah pada angka 4,4% dan pertumbuhan PDB riil sebesar 6,3%, memberi dampak meningkatnya tren kebutuhan untuk belanja busana keluarga berkualitas tinggi. Dalam struktur perekonomian Indonesia, Matahari yang sekitar 90% produknya bersumber dari produk lokal telah memberikan kontribusi yang bermakna bagi pertumbuhan domestik dan tetap konsisten menjaga kualitas di semua lini.

Manajemen tetap fokus pada upaya untuk menawarkan pengalaman belanja yang ramah, menarik dan nyaman bagi pelanggan, serta mengembangkan kompetensi manajemen dan staf di seluruh gerai Matahari. Upaya-upaya di bidang pemasaran dipandang sebagai langkah strategis yang efektif dalam memenangkan persepsi masyarakat di tahun 2012 dan secara nyata Matahari telah berhasil menciptakan basis konsumen yang loyal dalam lingkungan yang kompetitif, sebagaimana dibuktikan dengan pertumbuhan program-program yang terkait dengan loyalitas pelanggan.

Upaya-upaya tersebut telah menghasilkan rekor dengan angka penjualan kotor pada tahun 2012 yang mencapai Rp10,9 triliun, dengan laba bersih sebesar Rp770,8 miliar. Pertumbuhan gerai di tahun 2012 dibiayai secara internal, dengan aset yang meningkat 20,9% menjadi Rp2,9 triliun dan liabilitas turun sebesar 5,1% menjadi Rp4,9 triliun.

Economy and Performance

Consumer confidence in Indonesia remains buoyant and with core inflation remaining low at 4.4% and real GDP growth at 6.3%, the demand for high quality shopping for family fashions remains on an upward trend. Within the fabric of the Indonesian economy, Matahari sources approximately 90% of its products locally, contributing to domestic growth while consistently offering product quality across all lines.

The focus rightly remains on offering customers a friendly, exciting and comfortable shopping experience, and developing management and staff talent at the stores remains a focus of management efforts. Marketing efforts were seen as effective in capturing the public's imagination in 2012 and it is clear that Matahari have succeeded in creating a loyal consumer base within the competitive landscape, as evidenced in the growth of its loyalty program.

The result of these efforts was a record gross sales volume in 2012 of Rp10.9 trillion, with a net income of Rp770.8 billion. Store growth in 2012 was financed internally, with assets growing 20.9% to Rp2.9 trillion and liabilities shrinking 5.1% to Rp4.9 trillion in 2012.

Prospek ke Depan

Dengan mempertimbangkan kekuatan ekonomi domestik serta potensi tekanan ekonomi internasional, Direksi dan manajemen Matahari telah mengevaluasi secara seksama arah dan strategi Perseroan ke depan berlandaskan keyakinan bahwa prospek tahun 2013 akan tetap positif bagi pertumbuhan bisnis Matahari. Potensi hambatan seperti yang terjadi pada tahun sebelumnya, dapat dipicu oleh faktor makroekonomi global. Kebijakan pemerintah saat ini, baik dalam konteks tersebut maupun di bidang makroekonomi secara umum, telah dinilai efektif dan memberikan kontribusi yang luas terhadap pertumbuhan ekonomi domestik, yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan bagi lingkungan usaha serta prospek usaha Matahari.

Apresiasi

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh jajaran manajemen dan staf, pelanggan, pemasok dan mitra bisnis yang telah menjadikan Matahari sebagai tempat yang nyaman untuk berbelanja. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pemerintah pusat dan daerah di berbagai wilayah di Indonesia yang telah mengundang kehadiran gerai Matahari dan telah menciptakan pasar ekonomi yang dinamis. Akhirnya, Dewan Komisaris menyampaikan penghargaan yang tulus atas dukungan dan kepercayaan dari para pemegang saham.

Perubahan Kepemilikan di Tahun 2013

Setelah penawaran saham yang dilakukan oleh Asia Color Company Limited dan PT Multipolar Tbk selesai pada 28 Maret 2013, persentase kepemilikan saham publik di Matahari meningkat dari 1,85% menjadi 47,4%. Penawaran saham yang dilakukan diterima dengan sangat baik dan menarik minat

Future Prospects

Taking into account the strength of the domestic economy, along with the potential for international economic pressures, Matahari's Board of Directors and management, having carefully evaluated future direction and strategies of the Company, believe the outlook for 2013 remains positive for Matahari's business. Potential downsides as in previous years could be triggered by global macroeconomic factors. . Current government policy in these and other macroeconomic areas have generally been effective and have contributed to widespread domestic economic growth, ultimately benefiting Matahari's business environment and business prospects.

Appreciation

We wish to thank all management and staff, customers, suppliers and business partners for making Matahari such a wonderful place to shop. We also wish to thank governments and regulators in the many regions of Indonesia for inviting Matahari stores into their areas and for creating a dynamic economic market place. Finally, the Board of Commissioners appreciates the support and trust of the shareholders.

Ownership Changes in 2013

Following the share offering by Asia Color Company Limited and PT Multipolar Tbk completed on 28 March 2013, the percentage of shares in Matahari held by the public increased from 1.85% to 47.4%. The share offering was well-received and attracted

Laporan Dewan Komisaris

Report from the Board of Commissioners

yang sangat signifikan dari para investor global terkemuka. Matahari akan mendapatkan manfaat dari (i) meningkatnya likuiditas yang dimiliki dalam perdagangan saham di BEI, (ii) berpotensi untuk mendapat manfaat pajak yaitu berkurangnya persentase pajak penghasilan sesuai dengan peraturan perpajakan di Indonesia berdasarkan meningkatnya jumlah pemegang saham publik setelah selesainya penawaran saham; (iii) akan lebih mudah mendapatkan dana di pasar modal domestik maupun internasional; dan (iv) manfaat dari meningkatnya nama Perseroan di Indonesia maupun luar negeri. Setelah selesainya penawaran saham dan pelaksanaan opsi *over-allotment*, Asia Color Company memiliki kepemilikan saham sebesar 32,2%, PT Multipolar Tbk sebesar 20,5% dan masyarakat, termasuk pemilik saham yang baru sebesar 47,4%.

Perubahan Susunan Dewan Komisaris pada Tahun 2013

Pada 7 April 2013, William Travis Saucer meninggalkan posisinya sebagai anggota Dewan Komisaris. Kami menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang tulus untuk kerja sama dan dukungannya sebagai Dewan Komisaris maupun Dewan Direksi.

significant interest from leading investors globally. Matahari is expected to benefit from (i) having more liquidity in the trading of its shares on the IDX, (ii) potentially receiving certain tax benefits in the form of reduced rates on its income tax in accordance with prevailing taxation regulations in Indonesia depending on the public shareholding subsequent to the offering; (iii) being able to raise funds more easily in the future through the domestic and international capital markets; and (iv) benefiting from increased visibility in Indonesia and overseas. Immediately following completion of the share offering and exercise of the over-allotment option, Asia Color Company had a shareholding of 32.2%, PT Multipolar Tbk had a shareholding of 20.5% and the public, including new shareholders, had a shareholding of 47.4%.

Board of Commissioner Changes in 2013

On 7 April 2013, William Travis Saucer left the Board of Commissioners to pursue other interests. We wish him well and thank him for his service both on the Board of Directors and the Board of Commissioners.

Atas nama Dewan Komisaris,
On Behalf of the Board of Commissioners,



JOHN BELLIS

Presiden Komisaris Independen
Independent President Commissioner

Dari kiri ke kanan
From left to right

Atas

Above

JOHN BELLIS

Presiden Komisaris Independen

President Commissioner Independent

WILLIAM TRAVIS SAUCER*

Komisaris Independen

Independent Commissioner

Tengah

Middle

ARTAPONG PORNDHITI

Komisaris

Commissioner

ROY KUAN

Komisaris

Commissioner

JONATHAN L. PARAPAK

Komisaris Independen

Independent Commissioner

Bawah

Below

HENRY JANI LIANDO

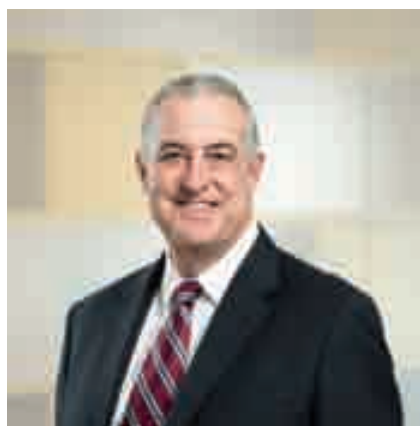
Komisaris

Commissioner

RENE MANG WING MING

Komisaris

Commissioner



* William Travis Saucer telah mengundurkan diri efektif sejak tanggal 7 April 2013.
William Travis Saucer has effectively resigned as of 7 April 2013.

BUNJAMIN J. MAILOOL
Presiden Direktur
President Director



Laporan Direksi

Report from the Board of Directors

Jaringan gerai Matahari telah bertumbuh pesat dari 95 gerai pada tahun 2010, bertambah menjadi 103 gerai pada tahun 2011, dan kini mencapai 116 gerai di akhir tahun 2012 yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

The Company store network has been expanding rapidly from 95 stores in 2010 to 103 stores in 2011, and now 116 stores actively operating throughout Indonesia at year end 2012.

Pemegang Saham Yang Terhormat,

Tahun 2012 merupakan tahun yang membanggakan bagi PT Matahari Department Store Tbk ("Matahari"). Jaringan gerai kami telah bertumbuh pesat dari 95 gerai pada tahun 2010, bertambah menjadi 103 gerai pada tahun 2011, dan kini mencapai 116 gerai di akhir tahun 2012 yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Strategi ekspansi ini menjadi faktor kunci dalam mendukung pertumbuhan penjualan Matahari, dengan Total Penjualan Kotor yang meningkat 17,7% dari Rp9,2 triliun pada 2011 menjadi Rp10,9 triliun pada 2012. Pencapaian pertumbuhan penjualan ini hanyalah satu diantara berbagai prestasi Matahari di sepanjang tahun 2012 yang secara keseluruhan semakin memantapkan posisi Matahari sebagai *department store* modern terkemuka di Indonesia.

Dewan Direksi dan manajemen tetap bersemangat untuk terus meraih berbagai peluang pertumbuhan Matahari saat ini dan masa yang akan datang. Kami percaya, arah strategi Matahari telah berada di jalur yang tepat untuk mempertahankan posisi terdepan di pasar ritel Indonesia yang berkembang pesat.

Dear Shareholders,

PT Matahari Department Store Tbk ("Matahari") had a very good year in 2012. Our store network has been expanding rapidly from 95 stores in 2010 to 103 stores in 2011, and now 116 stores actively operating throughout Indonesia at year end 2012. This expansion effort is a key factor in supporting Matahari's sales growth over the years, with total gross sales growing 17.7% from Rp9.2 trillion in 2011 to Rp10.9 trillion in 2012. This sales growth achievement is only a small part of our overall achievements throughout 2012, which led to Matahari maintaining its position as the leading modern department store in Indonesia.

The Board of Directors and management remain excited about Matahari's current and future opportunities. We believe that Matahari's strategic direction is on the right track to sustain its leading position within the fast growing Indonesian retail market.

Laporan Direksi

Report from the Board of Directors

Posisi Kompetitif

Dalam industri ritel Indonesia yang kompetitif, sangatlah penting untuk mempertahankan posisi Matahari yang kuat sehingga dapat terus meraih peluang yang ada seiring dengan pertumbuhan masyarakat kelas menengah dan peningkatan pendapatan disposabel. Oleh karena itu, Matahari memfokuskan seluruh sumber daya yang dimiliki untuk memberikan pengalaman berbelanja ritel terbaik bagi para pelanggan melalui produk-produk yang berkualitas, suasana gerai yang menarik dan nyaman, serta layanan pelanggan yang tak tertandingi. Kerja keras dan kerja sama yang solid dari seluruh staf kami telah berhasil mengatasi tantangan dengan menambah 13 gerai baru dan memperbarui 15 gerai yang ada di sepanjang tahun - dimana pencapaian tersebut telah memperkuat posisi Matahari.

Pencapaian kinerja Matahari di industri ritel juga memperoleh berbagai pengakuan penting seperti penghargaan Service Quality Award 2012 untuk pencapaian Excellent Total Service Quality Satisfaction berdasarkan Survei Persepsi Pelanggan ISSI 2012. Penghargaan ini mengakui keunggulan Matahari yang memiliki sumber daya manusia yang profesional dan terlatih serta memberikan pengalaman belanja yang luar biasa bagi para pelanggan.

Strategi Matahari untuk memperluas cakupan nasional tetap dilaksanakan secara konsisten dengan keberhasilan membuka 13 gerai baru – 7 gerai di Pulau Jawa dan 6 gerai di luar Jawa.

Melalui jaringan pemasok domestik yang luas dan telah terjalin sejak lama, Matahari dapat secara langsung bekerja sama dengan produsen untuk menghasilkan produk-produk busana yang tepat bagi para pelanggan cerdas kami yang sangat berharga. Kerja sama ini juga telah menciptakan

Competitive Position

Within Indonesia's competitive retail environment, it is important that Matahari's strong position be maintained to continue to capture many opportunities that are arising as a result of the growing middle class and rising disposable incomes. Matahari has therefore been focusing its resources on providing the best retail offerings to its consumers through a variety of quality products, an exciting and comfortable store ambiance as well as unparalleled customer service. Our solid teamwork and hardworking staff have successfully overcome the challenges of adding 13 new stores and refurbishing 15 existing stores throughout the year - all of which strengthen Matahari's positioning in the market place.

Matahari's achievements were rewarded with several industry recognitions such as the Service Quality Award 2012 for achieving Excellent Total Service Quality Satisfaction, based on the Customer Perception Survey ISSI 2012. This award recognizes the Company's achievements for its trained professional staff and its exceptional customer shopping experience.

Matahari's strategy to solidify its national coverage remained on track with 13 successful new store openings in 2012 – 7 in Java and 6 outside Java.

Through its wide and longstanding network of domestic suppliers, Matahari is able to directly work with its manufacturers to provide fashion-right products for its valued, discerning customers. This cooperation has also led to close coordination in further strengthening Matahari's successful

koordinasi yang baik dalam memperkuat posisi berbagai *private label brands* Matahari yang sukses, yang secara rutin mendapat berbagai penghargaan tingkat nasional. Di tahun 2012, Matahari meraih beberapa penghargaan dari Frontier Consulting Group dan Majalah Marketing seperti Top Brand Award 2012 untuk kategori *Department Stores*, 2012 Top Brand for Teens untuk Nevada T-Shirt dan Top Brand Award untuk produk pakaian dalam wanita merek Nevada.

Kinerja Tahun 2012

Matahari mencatat penjualan kotor melalui penjualan ritel sebesar Rp3,2 triliun pada tahun 2012, meningkat dari Rp2,6 triliun pada 2011, sementara penjualan konsinyasi mencapai Rp7,7 triliun, meningkat dari Rp6,6 triliun pada tahun 2011. Pencapaian ini menunjukkan hubungan kerjasama yang erat antara Perseroan dengan pemasok dan vendor konsinyasi dalam menciptakan produk-produk berkualitas yang tepat dan sesuai dengan pilihan dan gaya hidup pelanggan. Dengan pengawasan biaya produksi yang ketat, Matahari mampu meningkatkan laba kotor menjadi Rp3,7 triliun pada 2012 dari Rp3,1 triliun pada tahun sebelumnya.

Matahari memiliki kebijakan sewa gerai dalam waktu jangka panjang yang berdasarkan pada studi kelayakan yang terperinci yang dilakukan sebelum disetujuinya pembukaan setiap gerai. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa setiap lokasi baru telah sesuai dengan kondisi pasar lokal dan telah memenuhi ketentuan standar pengembalian finansial Perseroan. Untuk menjaga tampilan yang menarik di setiap gerai, Matahari memiliki program perbaikan gerai yang terus berjalan hingga saat ini.

private brand names which are regularly recognized nationally. In 2012 many awards were achieved including Top Brand Award 2012 for Department Stores category; 2012 Top Brand for Teens for the Nevada T-Shirt and Top Brand Award for our Nevada Brand Women's Underwear from Frontier Consulting Group and Marketing Magazine.

2012 Performance

2012 direct-purchase gross sales reached Rp3.2 trillion up from Rp2.6 trillion in 2011, while consignment sales reached Rp7.7 trillion, up from Rp6.6 trillion in 2011. These achievements demonstrate the Company's close cooperation with suppliers and consignment vendors resulting in the fashion right, quality products fitting consumers' choices and lifestyles. Tight control on product costs enabled the Company to achieve gross profit of Rp3.7 trillion in 2012 from Rp3.1 trillion in the previous year.

Matahari enters into its store leases with a long term view - detailed feasibility studies are carried out prior to each store being approved to ensure each new location is appropriate to the local markets and meets the Company's financial return requirements. To maintain a fresh look in each store, Matahari has an ongoing store refurbishment program.

Laporan Direksi

Report from the Board of Directors

Matahari memiliki likuiditas yang cukup untuk menutup kebutuhan kas dengan saldo kas dan setara kas sebesar Rp999,9 miliar yang menambah aktiva lancar menjadi sebesar Rp1,7 triliun terhadap kewajiban lancar sebesar Rp2,2 triliun.

Tata Kelola Perusahaan

Praktik-praktik tata kelola yang baik terus diimplementasikan dan diperkuat di seluruh lini organisasi.

Dengan kehadiran gerai-gerai Matahari yang tumbuh semakin luas, kami terus mencari cara yang lebih baik untuk mengintegrasikan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam lingkup nasional. Saat ini, kontribusi CSR Matahari difokuskan pada aktivitas yang memberikan nilai tambah bagi komunitas seperti membuka kesempatan kerja dan kerja praktek, asosiasi karyawan serta komitmen untuk kepuasan pelanggan dan membantu masyarakat yang membutuhkan.

Matahari secara efektif telah mempertahankan penerapan tata kelola dan kerangka akuntabilitas yang kuat, tidak hanya secara internal tetapi juga secara luas ke masyarakat. Terkait dengan hal tersebut, pada 2012 Matahari menerima penghargaan Indonesia's Most Admired Companies (IMAC) Award sebagai entitas bisnis terbaik dalam membangun citra perusahaan yang diberikan oleh Frontier Consulting Group disamping penghargaan dari Bloomberg Businessweek untuk aktivitas-aktivitas sosial kami.

Matahari Department Store has sufficient liquidity to cover forecasted cash requirements with a strong cash and cash equivalent of Rp999.9 billion at year end supplementing Rp1.7 trillion in current assets against current liabilities of Rp2.2 trillion

Governance

Good governance measures continue to be implemented and strengthened throughout the organization.

Given its growing national presence, Matahari is looking to better integrate its local Corporate Social Responsibility (CSR) practices within a national framework. Currently, Matahari's CSR contributions are focused on adding value to the community through its employment and training practices, employee associations as well as its commitments to customer satisfaction and deserving communities in need.

Matahari has been effective in maintaining a strong governance and accountability framework, not only internally but publically as well. In 2012, it received Indonesia's Most Admired Companies (IMAC) Award at the Best in Building and Managing Corporate Image Award by the Frontier Consulting Group and respectable recognition from Bloomberg Businessweek for our social efforts.

Prospek Masa Depan

Prospek keberhasilan Matahari yang berkesinambungan terlihat cukup menjanjikan dengan dukungan strategi yang tepat dalam kondisi ekonomi saat ini. Investasi Matahari dalam pengembangan sumber daya manusia tidak hanya membentuk karyawan yang terampil tetapi juga mendorong dan menjaga loyalitas karyawan yang tinggi dan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif untuk keberhasilan Matahari di masa depan.

Sinergi yang baik antara jaringan sistem distribusi gerai yang efektif dengan berorientasi kepada pelanggan dan karyawan yang berkompetensi tinggi, mendukung rencana Matahari di masa yang akan datang. Keunggulan jaringan distribusi nasional yang tak tertandingi untuk memenuhi seluruh kebutuhan logistik gerai Matahari di seluruh wilayah telah memberikan kemampuan yang mendukung pertumbuhan Perseroan.

Perubahan Komposisi Direksi Tahun 2012

Di kesempatan ini, saya ingin menyambut Michael Remsen dan Andre Rumanthir yang telah bergabung ke dalam jajaran Dewan Direksi, serta menyampaikan penghargaan untuk R. Soeparmadi yang mengundurkan diri dari jajaran Direksi untuk bergabung di Tim Manajemen.

Future Prospects

The outlook for Matahari's continuing success looks promising while its strategic direction remains on track in the current economic conditions. By investing in human resources development, Matahari not only develops skilled staff but also helps create and maintain its employees' high sense of loyalty and fosters a conducive working environment for future success.

The great combination of the stores' effective distribution network, a customer-oriented focus and skilled staff supports Matahari's future plans. The strength of its national distribution network to support all stores' logistical needs throughout the region provides a scalability to support that growth.

Board of Directors Changes in 2012

I would like to welcome Michael Remsen and Andre Rumanthir to the Board of Directors, as well as extend our appreciation to R. Soeparmadi who resigned from the Board of Directors to join the Board of Management.

Laporan Direksi

Report from the Board of Directors

Peristiwa Penting

Pada bulan Maret 2013, Perseroan memutuskan untuk melakukan pelunasan lebih awal secara sukarela dari pinjaman bank sebesar Rp700 miliar. Hal ini menunjukkan komitmen Matahari untuk terus menjaga dasar keuangan yang kuat.

Apresiasi

Atas nama Dewan Direksi, saya menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada pelanggan atas kepercayaan dan kesetiaannya sehingga Matahari Department Store menjadi tempat tujuan belanja terkemuka. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada seluruh pemangku kepentingan termasuk pemasok, mitra bisnis dan karyawan yang telah memberikan kontribusi yang bernilai bagi perjalanan usaha Matahari untuk mencapai performa yang terbaik. Penghargaan yang tulus saya sampaikan kepada Dewan Komisaris atas dukungan dan bimbingannya sehingga Matahari mampu mencapai pertumbuhan yang luar biasa di tahun ini.

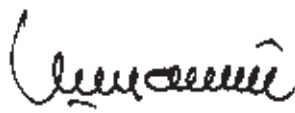
Subsequent Events

In March 2013, the Company decided to make a voluntary early repayment of Rp700 billion on its bank loan. This demonstrates Matahari's continuing commitment to maintain strong financial fundamentals.

Appreciation

On behalf of Board of Directors, I sincerely extend our utmost gratitude to our customers for their continuing trust and loyalty to make Matahari the prominent department store shopping destination. I would also thank all of our stakeholders including suppliers, business partners and staff in bringing everything together for Matahari to achieve its best. I would also to extend our gratitude to the Board of Commissioners for their support and guidance during this remarkable phase of growth.

Atas Nama Direksi,
On Behalf of the Board of Directors,



BUNJAMIN J. MAILOOL

Presiden Direktur
President Director

Dari kiri ke kanan
From left to right

Atas
Above

BUNJAMIN J. MAILOOL

Presiden Direktur
President Director

MICHAEL REMSEN

Wakil Presiden Direktur
Vice President Director

Tengah
Middle

SIGIT PRASETYA

Direktur
Director

WAI HOONG FOCK

Direktur
Director

Bawah
Below

ANDRE RUMANTIR

Direktur
Director

JOO SUK KIM

Direktur
Director



MICHAEL REMSEN
Chief Executive Officer
Chief Executive Officer



Laporan Tim Manajemen

Report from the Board of Management

Di tahun 2012 Matahari membukukan kinerja penjualan dan laba yang sangat baik.

The Company delivered a strong sales and profit performance in 2012.

Para Pemegang Saham Yang Terhormat,

Di tahun 2012 Matahari membukukan kinerja penjualan dan laba yang sangat baik, yang kami yakini merupakan respon positif pelanggan atas inisiatif-inisiatif strategis kami termasuk pembukaan gerai-gerai baru yang dirancang untuk lebih mengukuhkan posisi pasar Matahari.

Tinjauan Ekonomi

Indonesia berada pada tahap kondisi ekonomi yang sangat baik dan siap untuk menghadapi pertumbuhan yang pesat. PDB per kapita yang kini telah melampaui angka USD3,000, menurut penelitian dipercaya merupakan langkah awal menuju percepatan pertumbuhan di masa mendatang. Hal ini didukung oleh jumlah penduduk yang mencapai 235 juta jiwa dengan mayoritas usia rata-rata di bawah 29 tahun, sehingga Indonesia memiliki fundamental yang kuat untuk pertumbuhan konsumsi domestik. Target pasar kami adalah masyarakat kelas menengah yang saat ini berjumlah 125 juta jiwa dan akan bertambah sekitar 28 juta jiwa dalam kurun waktu lima tahun ke depan.

Dear Shareholders,

The Company delivered a strong sales and profit performance in 2012, as our target customer reacted favorably to both our strategic initiatives designed to further enhance our market position as well as the new stores that were brought on line.

Economic Overview

Indonesia is in an exciting stage of economic development and is poised for rapid growth. GDP per capita recently exceeded USD3,000 per capita, which studies have shown to be a key inflection point for accelerated growth in the future. This is underpinned by a large and growing population of 235 million with a relatively low median age of 29, providing a strong base for domestic consumption-led growth. Our target market, the middle income segment, currently represents 125 million people and is to increase by 28 million over the next five years.

Laporan Tim Manajemen

Report from the Board of Management

Dengan kondisi tersebut dan didukung pertumbuhan PDB yang diproyeksikan mencapai 6,3%, kami terus melakukan pengembangan usaha yang agresif. Sepanjang tahun 2012 kami telah membuka 13 gerai baru sehingga sampai dengan akhir tahun 2012 kami telah memiliki 116 gerai yang tersebar di lebih dari 50 kota di seluruh Indonesia. Sasaran kami adalah terus memperluas jejak kehadiran Perseroan dengan membuka gerai baru di pasar yang belum terlayani.

Implementasi Strategis

Fokus utama kami adalah mempertahankan dan memperdalam budaya perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan sebagai cara untuk meningkatkan daya saing jangka panjang. Perseroan secara proaktif telah mempersiapkan sejumlah pemimpin berbakat untuk memegang kendali di gerai-gerai baru kami. Kami bangga telah berhasil melakukan promosi internal bagi para karyawan senior untuk menempati posisi strategis sebagai pemimpin gerai. Kemampuan untuk mengembangkan kompetensi karyawan dengan memberi kesempatan untuk mendapatkan pengalaman yang lengkap dan pelatihan yang mendalam, telah membentuk loyalitas yang kuat dari karyawan sekaligus memberikan kesan positif tersendiri dari pelanggan sesuai ekspektasi mereka saat berkunjung ke gerai kami.

It is against this backdrop, and a projected GDP growth of 6.3% that we are continuing to aggressively pursue expansion. In 2012 we opened 13 new stores and finished the year with 116 stores in over 50 cities across the country. Our goal is to continue to aggressively expand the company footprint as we identify additional store locations in underserved markets.

Strategic Implementation

Foremost in our thinking is to maintain and deepen a customer-orientated corporate culture as a means of enhancing long term competitiveness. The company has accordingly been proactive in assuring a talent pool of leaders to take the helm of our newly opened stores. In this we have been successful in promoting internal senior level store management positions. The ability to develop staff with suitable experience and in depth training has created strong feelings of loyalty from our employees as well as ensured a positive customer experience one has come to expect in our stores.

Dengan jaringan gerai yang terus berkembang dan dengan lebih dari 300.000 produk yang tersedia, berbagai upaya telah kami lakukan di tahun 2012 untuk meningkatkan kualitas dan nilai produk kami melalui seleksi pemasok konsinyasi dan pemasok produk retail yang lebih ketat serta penggunaan pihak ketiga yang independen untuk melakukan uji kualitas. Hal ini kami lakukan untuk mempersembahkan produk yang bernilai lebih bagi pelanggan sehingga Matahari dapat mencapai visinya serta menjaga citra dan reputasinya.

Manajemen terus melangkah maju dengan berbagai inisiatif yang dirancang untuk meningkatkan produktivitas gerai serta memperkuat efisiensi operasional dan peningkatan pemanfaatan aset. Menyusul telah dibentuknya Komite Manajemen Risiko pada tahun 2011, seluruh tim di Perseroan telah mengintegrasikan parameter risiko dalam proses pengambilan keputusan mereka untuk memastikan bahwa prosedur operasional dan pengendalian telah diimplementasikan dan berfungsi dengan baik.

Bagi kami, hal yang paling utama adalah untuk terus meningkatkan kualitas pengalaman berbelanja pelanggan. Di tahun 2012, kami memperbaharui 15 gerai dengan mendisain ulang baik secara parsial maupun total, meningkatkan program-program pelatihan karyawan di setiap gerai, dan menyempurnakan prosedur untuk meningkatkan kecepatan dan kemudahan transaksi.

With our expanding store network, and upwards of 300,000 products available for sale in our stores, efforts were undertaken in 2012 to enhance the quality and value of our offerings through a more rigorous selection of consignment vendors and direct purchase suppliers, as well as the use of independent third parties to conduct quality control checks. It is primarily through providing quality for value to customers that Matahari can fulfill its vision and maintain its heritage and brand image.

Management continues to push forward with initiatives designed to improve store productivity as well as strengthening operational efficiency and improved asset utilization. Based on the establishment of a Risk Management Committee in 2011, teams throughout the Company have been integrating risk parameters into their decision making, ensuring that operating procedures and controls are implemented and well functioning.

Of utmost importance is to continue to enhance the shopping experience of our customers. In 2012 we updated 15 of our stores via partial or total remodels, enhanced our in store associate training programs, and made procedural changes to improve the speed and ease of checkout.

Laporan Tim Manajemen

Report from the Board of Management

Kami menyadari bahwa kekuatan Matahari terletak pada karyawan kami. Oleh karena itu, atas nama Tim Manajemen saya sampaikan penghargaan kepada seluruh karyawan di gerai, tim distribusi serta kantor pusat yang telah mewujudkan visi Perseroan dalam menyediakan layanan terbaik bagi pelanggan setiap waktu.

Seluruh elemen Perseroan memiliki komitmen untuk memperkuat posisi Matahari sebagai *department store* terkemuka di Indonesia dengan fokus pada pemberian nilai tambah bagi pelanggan, karyawan, mitra usaha dan para pemegang saham.

The strength of Matahari lies in our people. On behalf of the Board of Management I want to extend our appreciation to all those employees in the stores, the distribution center and the central office who turn vision into reality in providing the very best in customer service on a daily basis.

The entire Matahari team is committed to improving its position as the leading department store in Indonesia and is focused on delivering added value to our customers, our employees, our business partners and our shareholders.

Atas Nama Tim Manajemen,
On behalf of Board of Management,



MICHAEL REMSEN

Chief Executive Officer
Chief Executive Officer

Dari kiri ke kanan
From left to right

Atas
Above

MICHAEL REMSEN

Chief Executive Officer

CHRISTIAN KURNIA

Director - Merchandising
& Marketing

MARTINUS LAIHAD

Director - Procurement,
Systems & Procedures

SUNNY SETIAWAN

Director - Store Operations

Tengah
Middle

MIRANTI HADISUSILO

Director - Legal & Corporate Secretary

RICHARD GIBSON

Chief Financial Officer

KEITH JONES

Director - Logistics

Bawah
Below

ANDRE RUMANTIR

Director - Human Resources

IRWIN ABUTHAN

Director - Store Planning
& Development

R. SOEPARMADI*

Director - Internal Audit & Social Affairs



* R. SOEPARMADI telah mengundurkan diri efektif sejak tanggal 1 Mei 2013.
R. SOEPARMADI has effectively resigned as of 1 May 2013.





Tinjauan Bisnis

Business Review

Tinjauan Industri

Industry Overview

Indonesia memiliki populasi penduduk terbesar ke-empat di dunia, dan menurut Euromonitor akan diperkirakan menjadi negara dengan pertumbuhan ekonomi tercepat ke-tiga, dalam hal pertumbuhan PDB, di antara 16 kekuatan ekonomi global terbesar di dunia antar tahun 2011 dan 2016. Kinerja perekonomian yang kokoh berakibat meningkatnya PDB rata-rata per kapita pada segmen pendapatan menengah dengan populasi yang besar. Menurut data tahun 2010 dari Badan Pusat Statistik mengenai segmentasi populasi Indonesia menurut pengeluaran konsumen, terdapat 124,5 juta konsumen atau 52,4% dari total jumlah penduduk Indonesia, yang mengeluarkan sebesar Rp0,7 juta hingga Rp4,5 juta perbulan per kapita. Segmen konsumen ini telah diidentifikasi oleh Manajemen sebagai populasi berpendapatan menengah di Indonesia.

Pasar ritel campuran di Indonesia, yang hampir seluruhnya terdiri dari peritel *department store*, di harapkan akan menjadi salah satu format ritel mayoritas dengan pertumbuhan yang tercepat di segmen non-pangan antara tahun 2011 dan 2016. Euromonitor memprediksi nilai riil dari penjualan ritel oleh *department store* akan meningkat pada nilai CAGR 7,6% (nominal CAGR 12,8%) antara tahun 2011 dan 2016, yang didorong oleh pertumbuhan ekonomi, prospek kependudukan

Indonesia has the fourth largest population in the world, and according to Euromonitor, is forecast to be the third fastest growing economy, in terms of GDP growth, among the 16 largest global economies between 2011 and 2016. Robust economic performance has resulted in increasing average GDP per capita with a large and growing middle-income segment. According to 2010 data from the Central Bureau of Statistics on Indonesian population segmentation by consumer expenditure, there are 124.5 million consumers, or 52.4% of the total population of Indonesia, who had an expenditure of between Rp0.7 million to Rp4.5 million per capita per month. This consumer segment has been identified by the Management as the Indonesian middle-income population.

The mixed retailer segment in Indonesia, which consists almost entirely of department store retailers, is expected to be one of the fastest growing major retailing formats in the non-grocery segment between 2011 and 2016. Euromonitor forecasts the real value of retail sales by department stores to grow at a CAGR of 7.6% (nominal CAGR of 12.8%) between 2011 and 2016, driven by economic growth, favourable demographic prospects,





yang menguntungkan, berlanjutnya urbanisasi yang disertai dengan meningkatnya pendapatan disposabel, perubahan dalam pola konsumsi seperti meningkatnya keinginan untuk berbelanja dan tekanan yang relatif rendah dari format *department store* negara-negara Asia lainnya. Menurut Euromonitor, Indonesia hanya memiliki rata-rata 2,7 *department store* per satu juta penduduk pada tahun 2011 dibandingkan dengan rata-rata 4,8 *department store* per satu juta penduduk pada negara-negara terpilih (tidak termasuk AS dan Vietnam).

Matahari adalah peritel *department store* terkemuka di Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 31,6% pada segmen *department store* di tahun 2011 berdasarkan dari nilai penjualan ritel, lebih tinggi dibandingkan dengan pangsa pasar peritel utama lainnya, menurut Euromonitor. Lima peritel teratas telah tumbuh lebih cepat dibandingkan dengan keseluruhan segmen *department store*, dengan pertumbuhan pangsa pasar kolektif sebesar 60,0% berdasarkan jumlah nilai penjualan ritel di tahun 2006 menjadi 69.5% di tahun 2011.

Manajemen berkeyakinan bahwa pertumbuhan yang pesat dari kota-kota di Indonesia menawarkan kesempatan pertumbuhan yang signifikan bagi Matahari, dengan berdirinya infrastruktur ritel modern seperti pusat perbelanjaan di kota-kota ini. Produk-produk *private label brands* semakin populer di kalangan konsumen Indonesia, seiring dengan meningkatnya aspirasi belanja mereka yang mengarah pada produk-produk bermerek dengan harga yang semakin terjangkau sejalan dengan meningkatnya kesejahteraan dan meningkatnya pengeluaran diskresioner. Dengan adanya pandangan yang positif bagi industri ritel Indonesia, khususnya di segmen *department store*, terjadi peningkatan kompetisi di bidang industri ritel dengan masuknya beberapa peritel asing seperti Parkson Retail Asia dan Lotte Department store, yang mentargetkan konsumen kelas atas di beberapa kota besar.

Di dalam bagian ini, Indonesia di perbandingkan dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya karena adanya persamaan dinamika yang terjadi, termasuk pertumbuhan kependudukan,

continuing urbanisation with accompanying rises in disposable income, changing consumption behaviour such as increasing impulse purchases and the relative under-penetration of the department store format vis-à-vis other Asian countries. According to Euromonitor, Indonesia had on average only 2.7 department stores per million people for the year 2011 as compared to the average of 4.8 department stores per million people for the Selected Countries (excluding USA and Vietnam).

Matahari is the leading department store retailer in Indonesia with a market share of 31.6% of the department store segment in 2011 based on retail value sales, higher than other major players' market share, according to Euromonitor. The top five players have grown faster than the overall department store segment, growing their collective market share from 60.0% of the department store segment based on retail value sales in 2006 to 69.5% in 2011.

Management believe that the rapid growth of cities in Indonesia will offer significant growth opportunities for Matahari, with the establishment of modern retail infrastructure such as shopping malls in these cities. Private label goods are gaining popularity with Indonesian customers, as they address their growing aspirational purchasing behaviour towards branded products and are increasingly more affordable as their wealth and discretionary spending increase. Given the positive outlook for the Indonesian retail industry, especially in the department store segment, there is increasing competition in the retail industry with the entry of foreign players such as Parkson Retail Asia and Lotte Department Store, who target affluent customers in major cities.

In this section, Indonesia is compared to other Southeast Asian countries due to similar dynamics, including demographic



peningkatan kesejahteraan dan pendapatan diskresioner dan tren sektor ritel. Selain negara-negara Asia Tenggara, China juga dimasukkan di dalam pembahasan ini oleh karena profil pertumbuhan perekonomiannya yang kuat, selain itu Amerika Serikat (AS) dimasukkan sebagai referensi pada pasar *department store* yang terbesar dan tertua secara global. Semua negara-negara ini, untuk kepentingan pembahasan ini, di sebut sebagai “Negara-negara terpilih”.

TINJAUAN INDUSTRI RITEL DI INDONESIA

Pasar ritel Indonesia dapat dibagi menjadi dua segmen yaitu ritel berbasis gerai dan non-gerai. Ritel berbasis gerai terdiri dari format ritel pangan dan non-pangan, sementara ritel non-gerai terdiri dari penjualan langsung, *home shopping*, penjualan melalui internet dan pemasok. Penjualan ritel pangan terdiri dari peritel pangan modern, termasuk hypermarket, supermarket, discounter dan gerai serba ada, sementara peritel tradisional terdiri dari penjual khusus makanan/minuman/tembakau, pedagang kecil dan peritel pangan lainnya. Penjual ritel non-pangan terdiri dari peritel campuran, peritel kesehatan dan kecantikan, peritel pakaian dan perlengkapannya, peritel perlengkapan rumah dan kebun, peralatan elektronik dan suku cadangnya, barang-barang personal dan perlengkapan hobi. Menurut Euromonitor, peritel campuran sebagian besar terdiri dari *department store* yang menguasai 98,7% dari total jumlah penjualan ritel campuran di tahun 2011.

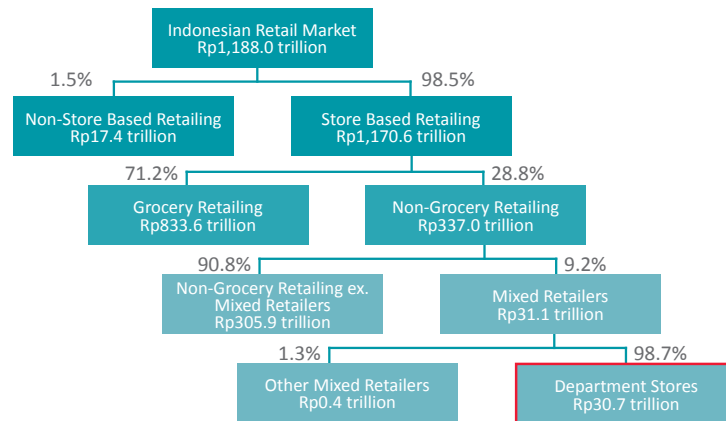
growth, increasing wealth and discretionary income, and retail sector trends. In addition to Southeast Asian countries, China is also included given its comparable strong economic growth profile, whereas the United States of America (“USA”) is included for reference to the largest and most mature department store market globally. All these countries combined, for the purpose of this section, will be referred to as the “Selected Countries”.

OVERVIEW OF THE RETAIL INDUSTRY IN INDONESIA

The Indonesian retail market can be segmented into store-based and non-store based retailing. Store-based retailing comprises grocery and non-grocery retail formats while non-store retailing comprises direct sales, home shopping, internet retailing and vending. Grocery retailing comprises modern grocery retailers, which includes hypermarkets, supermarkets, discounters, and convenience stores, while traditional retailers comprises food/drink/tobacco specialists, independent small grocers and other grocery retailers. Non-grocery retailing includes mixed retailers, health and beauty specialist retailers, apparel specialist retailers, home and garden specialist retailers, electronics and appliance specialist retailers, leisure and personal goods retailers. According to Euromonitor, mixed retailers mainly comprise department stores, with department stores making up 98.7% of total mixed retailer value sales in 2011.

Grafik 1: Tinjauan *department store* di dalam pasar ritel Indonesia (Nilai Penjualan Ritel 2011)

Chart 1: Overview of department stores in the Indonesian retail market (Retail value sales 2011)



Sumber: Euromonitor/angka-angka di dalam kotak adalah nilai penjualan ritel di tahun 2011

Source: Euromonitor/Numbers in the boxes shown are retail value sales in 2011

Indonesia relatif tidak terpenetrasi dalam hal total penjualan ritel perkapita dibandingkan dengan negara-negara lainnya di Asia Tenggara. Berdasarkan estimasi dari Euromonitor, penjualan ritel tahun 2011 di Indonesia hanya berjumlah USD538 per kapita, jauh di bawah negara-negara Asia Tenggara lainnya seperti Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam dan Filipina dimana kesemuanya memiliki angka penjualan ritel per kapita yang lebih tinggi. Dalam hal ruang ritel per kapita, menurut Euromonitor Indonesia relatif tidak terpenetrasi dengan hanya 0,3 meter persegi dibandingkan dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya yang rata-rata 0,45 meter persegi per kapita pada tahun 2011.

Indonesia is relatively underpenetrated in terms of total retail sales per capita compared to other countries in Southeast Asia. Based on Euromonitor estimates, retail sales in 2011 in Indonesia amounted to only USD538 per capita, in contrast to other Southeast Asian countries such as Singapore, Malaysia, Thailand, Vietnam and the Philippines, all of which had higher retail sales per capita. In terms of retail space per capita, Indonesia is also relatively underpenetrated with only 0.3 square meters per capita compared to other Southeast Asian countries averaging 0.45 square meters per capita as at 2011, according to Euromonitor.



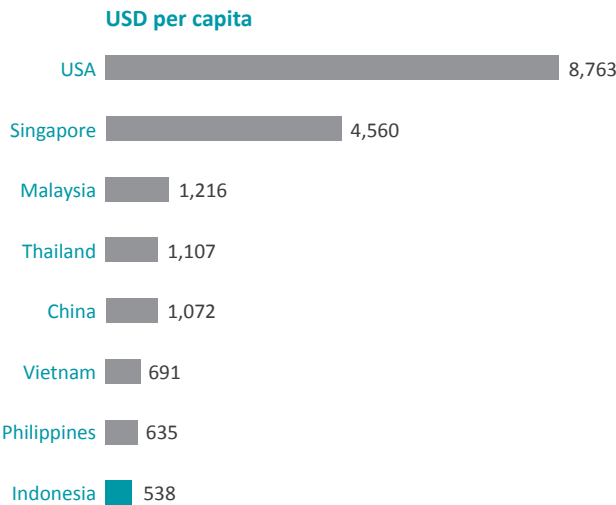


Grafik di bawah ini menunjukkan perbandingan total penjualan ritel per kapita dalam USD dan total ruang ritel per kapita dalam satu juta kaki persegi untuk negara-negara terpilih pada tahun 2011.

Grafik 2 total penjualan ritel per kapita pada negara-negara terpilih (USD) (2011)

The charts below set forth a comparison of total retail sales per capita in USD and total retail space per capita in million square feet for the Selected Countries for 2011.

Chart 2: Total retail sales per capita for Selected Countries (USD) (2011)

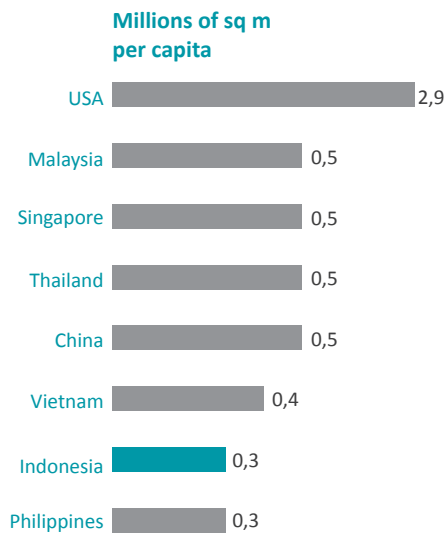


Sumber: Euromonitor

Source: Euromonitor



Grafik 3: Total ruang ritel per kapita pada negara-negara terpilih
(meter persegi per kapita) (2011)



Sumber: Euromonitor

Menurut Euromonitor penjualan ritel berbasis gerai tumbuh dari Rp1.055 triliun di tahun 2006 menjadi Rp1.171 triliun di tahun 2011, menunjukkan CAGR riil sebesar 2,1% (nominal CAGR 8,5%). Euromonitor memprediksi bahwa penjualan ritel berbasis gerai akan meningkat dari Rp1.171 triliun di tahun 2011 menjadi Rp1.484 triliun di tahun 2016, menunjukkan nilai CAGR riil sebesar 4.9% (nominal CAGR 10,0%), sementara mempertahankan proporsi yang kurang lebih sama dari penjualan berbasis gerai dengan penjualan ritel total (98,5% di tahun 2011). Grafik di bawah ini menunjukkan sejarah dan prediksi nilai penjualan ritel berbasis gerai dan tidak berbasis gerai, dan penjualan ritel tidak berbasis gerai sebagai % dari total penjualan.

Chart 3: Total retail space per capita for Selected Countries
(square meters per capita) (2011)

Source: Euromonitor

According to Euromonitor, store-based retailing grew from Rp1,055 trillion in 2006 to Rp1,171 trillion in 2011, representing a real CAGR of 2.1% (nominal CAGR of 8.5%). Euromonitor forecasts that store-based retailing will increase from Rp1,171 trillion in 2011 to Rp1,484 trillion in 2016, representing a real CAGR of 4.9% (nominal CAGR of 10.0%), while maintaining approximately the same proportion of store-based sales to total retail sales (98.5% in 2011). The chart below sets forth the historical and forecast sales value of store-based and non-store based retailing, and non-store based retail sales as a % of total sales.



Grafik 4: Total penjualan ritel di Indonesia, penjualan ritel berbasis gerai vs penjualan ritel tidak berbasis gerai (Rp triliun) dan penjual ritel tidak berbasis gerai dalam persentase dari total penjualan (%) (2006-2016F)

Chart 4: Total retailing in Indonesia, store-based retail sales vs non-store retail sales (Rp trillions) and non-store-based retail sales as a percentage of total sales (%) (2006 – 2016F)



Sumber: Euromonitor

Source: Euromonitor



Pasar ritel Indonesia sangat terfragmentasi dengan penjualan dari 10 peritel teratas yang mencakup kurang dari 10% penjualan ritel berbasis gerai. Menurut Euromonitor, Matahari adalah satu-satunya peritel non-pangan diantara 5 besar peritel berbasis gerai di Indonesia berdasarkan nilai penjualan ritel di tahun 2011.

Menurut Euromonitor, penjualan ritel non-pangan mencakup 28,8% dari total penjualan dalam penjualan ritel berbasis gerai di tahun 2011. Antara tahun 2006 sampai 2011, penjualan ritel pangan telah tumbuh pada tingkat yang lebih tinggi dibanding penjualan ritel non-pangan, yang mencatatkan CAGR riil sebesar 2,7% (nominal CAGR 9,1%) dibandingkan CAGR riil 0,8% (nominal CAGR 7,2%) untuk penjualan ritel non-pangan. Namun di masa yang akan datang, Euromonitor memprediksikan bahwa penjualan ritel non-pangan akan tumbuh lebih cepat di periode antara tahun 2011 dan 2016, tumbuh pada CAGR riil sebesar 5,4% (nominal CAGR 10,5%) bila dibandingkan dengan pangan ritel pada CAGR riil sebesar 4,7% (nominal CAGR 9,8%) pada periode yang sama. Pertumbuhan pendapatan disposabel yang berkelanjutan diharapkan menjadi pendorong meningkatnya kepercayaan konsumen dan semakin banyak masyarakat Indonesia yang memandang lebih dari sekedar kebutuhan sehari-hari seperti pangan dalam membelanjakan uangnya dan semakin meningkatkan pengeluarannya untuk produk lainnya seperti pakaian dan sepatu.

TINJAUAN SEGMENT *DEPARTMENT STORE* DI INDONESIA

Menurut Euromonitor, peritel campuran yang hampir seluruhnya terdiri dari peritel *department store*, diprediksi akan menjadi salah satu format ritel mayoritas yang tercepat pertumbuhannya⁽¹⁾ di segmen ritel non-pangan di Indonesia dengan nilai penjualan ritel CAGR riil sebesar 7,5% (nominal CAGR 12,8%) antara tahun 2011 dan 2016. Euromonitor memprediksi *department store* akan bertumbuh dengan cepat yang disebabkan oleh pertumbuhan segmen populasi dengan pendapatan menengah di Indonesia dan meningkatnya pengeluaran diskresioner yang berarti meningkatnya penjualan. Euromonitor memprediksi nilai penjualan ritel dari operator

The Indonesian retail market is highly fragmented with sales of the top 10 retailers comprising less than 10% of store-based retail sales. According to Euromonitor, Matahari is the only non-grocery retailer among the top five store-based retailers in the country based on retail value sales in 2011.

According to Euromonitor, non-grocery retailing comprised 28.8% of total sales in store-based retailing in 2011. Between 2006 and 2011, grocery retail sales has grown at a higher rate than non-grocery retail sales, registering a real CAGR of 2.7% (nominal CAGR of 9.1%) compared to a real CAGR of 0.8% (nominal CAGR of 7.2%) for non-grocery retail sales. However going forward, Euromonitor forecasts that non-grocery retailing will grow faster in the period between 2011 and 2016, growing at a real CAGR of 5.4% (nominal CAGR of 10.5%) as compared to grocery retailing at real CAGR of 4.7% (nominal CAGR of 9.8%) over the same period. The expected continued growth in disposable income is expected to improve consumer confidence and many Indonesians are expected to look beyond daily necessities such as groceries in their purchasing decisions and may increase their spending on other products such as clothing and footwear.

OVERVIEW OF THE INDONESIAN *DEPARTMENT STORE* SEGMENT

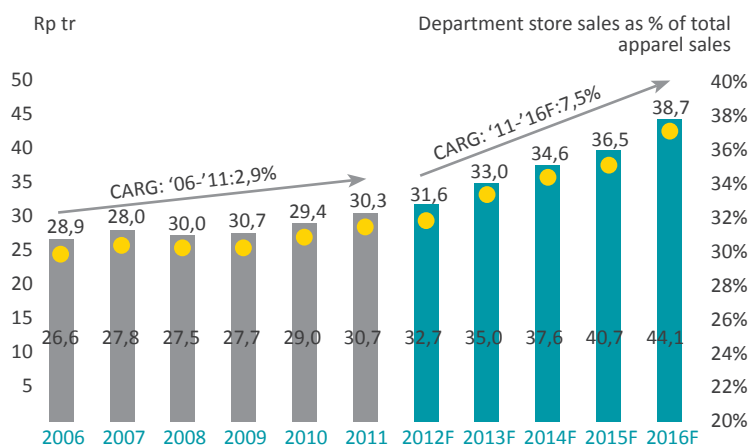
According to Euromonitor, mixed retailers which almost entirely consists of department store retailers, are forecast to be one of the fastest growing⁽¹⁾ major retail formats in the non-grocery retail segment in Indonesia with a retail value sales real CAGR of 7.5% (nominal CAGR of 12.8%) between 2011 and 2016. Euromonitor expects department stores to grow at a rapid pace due to the growth in Indonesia's middle-income segment and increasing discretionary spend which should translate into higher sales. Euromonitor forecasts the value of retail sales of

Tinjauan Industri Industry Overview

department store akan meningkat dari Rp30,7 triliun di tahun 2011 menjadi Rp44,1 triliun di tahun 2016 mewakili CAGR riil sebesar 7,5% (nominal CAGR 12,8%). Penjualan *department store* diharapkan meningkatkan persentase total penjualan *apparel*⁽²⁾, yang meningkat dari 30,3% di tahun 2011 menjadi 38,7% di tahun 2016. Grafik di bawah ini menunjukkan nilai penjualan ritel untuk *department store* dalam triliun Rupiah antara tahun 2006 dan 2016.

- 1) Peritel khusus elektronik dan suku cadangnya diprediksi akan menjadi format ritel non-pangan dengan pertumbuhan tercepat dengan nilai penjualan ritel CAGR riil sebesar 15.0% diikuti oleh peritel campuran dengan CAGR riil sebesar 7,5% antara tahun 2011 dan 2016
- 2) Lihat pada definisi Euromonitor untuk Apparel dan *department store*. Apparel terdiri dari pakaian dan alas kaki sementara *department store* dimaksudkan sebagai outlet yang menjual terutama barang-barang non-pangan.

Grafik 5: Nilai penjualan ritel untuk *department store* (Rp triliun) dan tingkat pertumbuhan riil (2006 - 2016)



Sumber: Euromonitor

Menurut Euromonitor, pasar *apparel* Indonesia adalah yang terbesar di Asia Tenggara sebesar USD 11,7 miliar pada tahun 2011. Dengan adanya faktor makro ekonomi yang positif khususnya dengan meningkatnya kesejahteraan dan meningkatnya pengeluaran untuk pakaian dan alas kaki, Euromonitor memprediksi pasar *apparel* di Indonesia akan bertumbuh pada CAGR riil sebesar 2,4% (nominal CAGR 6,9%)

department store operators to increase from Rp30.7 trillion in 2011 to Rp44.1 trillion in 2016 representing a real CAGR of 7.5% (nominal CAGR of 12.8%). Department store sales are expected to increasingly constitute a higher percentage of total apparel⁽²⁾ sales, growing from 30.3% in 2011 to 38.7% in 2016. The chart below sets forth retail value sales for department stores in trillions of Rupiah between 2006 and 2016.

- 1) Electronics and appliance specialist retailers are forecast to be the fastest growing non-grocery retail format with a retail value sales real CAGR of 15.0% followed by mixed retailers with a real CAGR of 7.5% between 2011 and 2016
- 2) Please refer to the Euromonitor definitions for Apparel and Department stores. Apparel comprises clothing and footwear while department stores refer to outlets selling mainly non-grocery merchandise

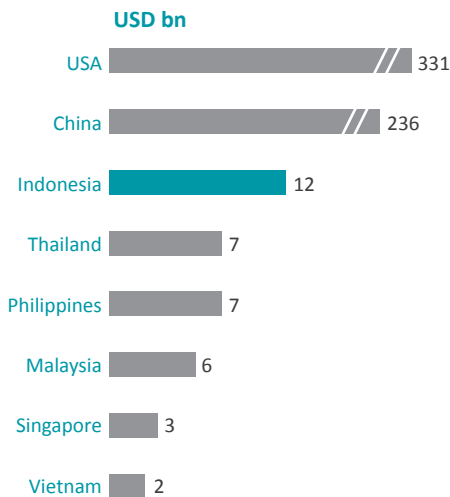
Chart 5: Retail value sales for department stores (Rp trillions) and real growth rates (2006 - 2016F)

Source: Euromonitor

According to Euromonitor, Indonesia's apparel market is the largest in Southeast Asia at USD11.7 billion as of 2011. Given positive macroeconomic factors, especially on increasing discretionary wealth and increasing spending on clothing and footwear, Euromonitor forecasts Indonesia's apparel market to grow at a real CAGR of 2.4% (nominal CAGR of 6.9%) between

antara tahun 2011 dan 2016. Grafik di bawah menunjukkan ukuran pasar *apparel* dan alas kaki dalam USD miliar untuk negara-negara terpilih pada tahun 2011.

Grafik 6: Ukuran pasar *apparel* (USD miliar) untuk negara-negara terpilih (2011)



Sumber: Euromonitor/catatan: grafik yang ditunjukkan tidak dalam skala

Sesuai dengan Euromonitor, Indonesia relatif tidak terpenetrasi dalam hal hasil penjualan total *department store* sebagai persentase dari penjualan total non-pangan, dibandingkan dengan negara-negara terpilih tahun 2011. Grafik di bawah menunjukkan penjualan total *department store* sebagai persentase dari total penjualan ritel non-pangan di tahun 2011 untuk negara-negara terpilih.

2011 and 2016. The chart below sets forth the market size of apparel and footwear market in USD billions for the Selected Countries in 2011.

Chart 6: Market size of apparel market (USD billions) for Selected Countries (2011)

Source: Euromonitor/Note: Chart shown is not to scale

According to Euromonitor, Indonesia is relatively underpenetrated in terms of total department store sales as a percentage of total non-grocery sales, compared to the Selected Countries in 2011. The chart below sets forth the total department store sales as a percentage of total non-grocery retail sales in 2011 for Selected Countries.

Grafik 7: Penjualan *department store* sebagai % dari total penjualan ritel non-groseri (2011)

Chart 7: Department store sales as a % of total non-grocery retail sales (2011)



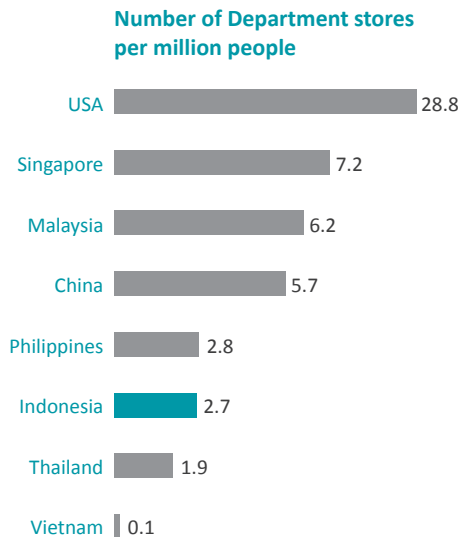
Sumber: Euromonitor

Source: Euromonitor

Potensi pertumbuhan yang berkelanjutan di segmen *department store* di Indonesia digambarkan lebih jauh oleh tingkat penetrasi segmen dibandingkan dengan negara-negara Asia lainnya. Sebagai contoh, berdasarkan estimasi Euromonitor, Indonesia memiliki rata-rata hanya 2,7 *department store* per satu juta penduduk di tahun 2011 dibandingkan dengan rata-rata 4,8 *department store* per satu juta penduduk untuk Thailand, Philipina, Singapura, Malaysia dan Cina. Grafik dibawah menunjukkan penetrasi jumlah *department store* per satu juta penduduk untuk negara-negara terpilih di tahun 2011.

The potential for continued growth in the Indonesian department store segment is further illustrated by the degree of relative under penetration of the segment as compared to other Asian countries. For example, based on Euromonitor estimates, Indonesia has on an average only 2.7 department stores per million people for the year 2011 as compared to the average of 4.8 department stores per million for Thailand, Philippines, Singapore, Malaysia and China. The chart below sets forth the penetration of number of department stores per million people for Selected Countries in 2011.

Grafik 8: Jumlah *department store* per satu juta penduduk untuk negara-negara terpilih (2011)



Sumber: Euromonitor/catatan: Grafik yang ditunjukkan tidak dalam skala

Chart 8: Number of department stores per million people for Selected Countries (2011)

Source: Euromonitor/Note: Chart shown is not to scale

DINAMIKA KOMPETITIF

Sebagai merek terkemuka di segmen *department store* di Indonesia berdasarkan nilai ritel, Matahari terus meningkatkan pangsa pasar berdasarkan nilai penjualan ritel yang bertumbuh dari 23,6% ditahun 2006 menjadi 32,6% di tahun 2011 dari segmen *department store*, sesuai data Euromonitor.

Sejumlah operator saat ini aktif di segmen *department store* di Indonesia walaupun kompetisi tetap didominasi oleh dua operator mayoritas, yaitu Matahari dan salah satu kompetitornya. Manajemen berkeyakinan bahwa setiap operator dari tiga operator terbesar memiliki target segmen pelanggan yang berbeda. Matahari merupakan operator *department store* terbesar yang berfokus pada konsumen kelas menengah. Sedangkan kompetitor yang lain memiliki target segmen pelanggan berpendapatan menengah ke bawah, dan kompetitor yang lainnya memiliki target pelanggan kelas atas di kota-kota besar. Menurut Euromonitor, peritel *department store* lainnya, tidak termasuk Matahari dan dua kompetitornya, masing-masing memiliki pangsa pasar dalam hal nilai penjualan ritel dibawah 5% pada tahun 2011.

COMPETITIVE DYNAMICS

As the leading brand in the Indonesian department store segment by retail value, Matahari has continuously increased its market share based on retail sales value, which grew from 23.6% in 2006 to 31.6% in 2011 of the department store segment, as per Euromonitor data.

A number of operators are currently active in the Indonesian department store segment although the competitive landscape is dominated by two major operators, Matahari and one of its competitor. Management believe that each of the top three department store operators target different customer segments. Matahari is the largest department store operator focused on the middle-income consumers. The other competitor is targeting middle-lower and low income consumers segment, and the other one typically targets affluent customers in major cities. According to Euromonitor, other department store retailers, excluding Matahari and its two other competitors, each have a market share in terms of retail value sales of below 5% in 2011.

Tinjauan Industri Industry Overview

Matahari dan salah satu kompetitornya memiliki penyebaran terbesar secara regional dalam hal pencakupan dan total ruang penjualan. Gerai-gerai Matahari hadir di kota-kota besar di pulau Jawa, demikian juga propinsi-propinsi lainnya seperti: Sumatera, Sulawesi, Bali dan Kalimantan, dan di Indonesia bagian timur. Sebaliknya, *department store* kelas atas hanya hadir di Jakarta, dengan jumlah outlet yang terbatas. Menurut Euromonitor, Merek-merek lokal terus mendominasi segmen *department store* di Indonesia. Merek-merek Internasional yang terkenal secara khusus menargetkan pelanggan-pelanggan kelas atas di kota-kota besar terutama Jakarta, dengan adaptasi yang minim dalam hal penyesuaian dengan selera lokal dan tren, beberapa merek tidak mempertimbangkan peritel lokal sebagai kompetitor.

TREN DALAM RITEL DI INDONESIA YANG BERDAMPAK PADA SEGMENT DEPARTMENT STORE

Pertumbuhan yang kuat dan berkelanjutan dalam pengeluaran konsumen

Pesatnya pertumbuhan PDB perkapita dan rendahnya tingkat pengangguran diartikan sebagai peningkatan daya beli konsumen pada saat mereka menikmati tingkat pendapatan disposabel yang lebih tinggi. Dengan keyakinan konsumen akan adanya peningkatan di masa yang akan datang banyak masyarakat Indonesia yang lebih meningkatkan jumlah pengeluaran mereka pada produk-produk diskresioner, khususnya barang-barang non-pangan, seperti pakaian dan alas kaki, elektronik dan perkakas, produk-produk rumah tangga dan kebun.

Percepatan perluasan infrastruktur ritel moderen di kota-kota menengah dengan pertumbuhan yang pesat

Prospek bagi kota-kota berukuran menengah telah melampaui pertumbuhan Jakarta dalam hal tingkat populasi dan PDB yang telah mendorong permintaan akan pembangunan *real estate* komersial yang besar. Para pengembang property terkemuka seperti Sinar Mas, Ciputra dan PT Lippo Karawaci Tbk telah meningkatkan minatnya untuk memenuhi permintaan akan pusat

Matahari and one of its competitor have the widest regional spread in terms of department store coverage and total selling space. Matahari's stores are present in major cities on Java, as well as other provinces, such as Sumatra, Sulawesi, Bali and Kalimantan, and the eastern part of the archipelago. By contrast, premium department stores are only present in Jakarta, with a limited number of outlets. Local brands continued to dominate the department stores segment in Indonesia. The notable international brands are typically target affluent consumers in the major cities, especially Jakarta, with minimal adaptation for local tastes and trends. Such brands do not consider local retailers to be significant competitors according to Euromonitor.

TRENDS IN INDONESIAN RETAIL WHICH IMPACT THE DEPARTMENT STORE SEGMENT

Strong and sustainable growth in consumer spending

Accelerating growth in GDP per capita and lower unemployment rates translate into escalating purchasing power amongst consumers as they enjoy higher disposable income levels. As consumer confidence further improves, many Indonesians become more likely to increase their spending on discretionary items, particularly on nongrocery items, such as clothing and footwear, electronics and appliances and home and garden products.

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

The prospects of mid-sized cities outgrowing Jakarta in terms of population and GDP growth rates are fuelling demand for large commercial real estate developments in mid-sized cities. Leading property developers such as Sinar Mas, Ciputra and Lippo Karawaci are increasingly looking to tap into middle-income demand for high quality shopping malls in mid-sized

perbelanjaan yang berkualitas tinggi di kota-kota menengah seperti Makasar, Pekanbaru di Sumatera dan Balikpapan di Kalimantan. Beberapa pusat perbelanjaan dibangun di berbagai kota di Indonesia di tahun 2011, termasuk Trans Studio Mall di Makasar, dan Summarecon Mall II di Tangerang dan Ciputra World di Surabaya. Tren ini memberikan manfaat kepada peritel campuran, khususnya *department store*, yang hampir semuanya berlokasi di pusat perbelanjaan.

Manajemen berharap bahwa pembangunan proyek-proyek *real estate* komersial yang besar di kota-kota ukuran menengah akan terus meningkat karena pengembang dan peritel modern menargetkan untuk mendapatkan manfaat dari pertumbuhan ekonomi di kota-kota ini. Sebagai contoh PT Lippo Karawaci Tbk mengumumkan rencananya untuk membangun 28 pusat perbelanjaan baru sampai tahun 2015 dan 50 pusat perbelanjaan baru sampai tahun 2020 di tempat-tempat seperti Surabaya, Solo, Yogyakarta, Bali dan Palembang. Perbaikan infrastruktur di kota berukuran menengah yang terus bertambah jumlahnya di seluruh Indonesia memberikan kesempatan ekspansi secara signifikan, khususnya bagi para peritel *department store* yang menargetkan segmen konsumen berpendapatan menengah.

cities such as Makassar, Pekanbaru in Sumatra and Balikpapan in Borneo. Several such shopping malls were established in various cities in Indonesia in 2011, including Trans Studio Mall in Makassar, and Summarecon Mall II in Tangerang and Ciputra World in Surabaya. This trend benefits mixed retailers, especially department stores, which are predominantly located in shopping malls.

Management expects the development of large commercial real estate projects in mid-sized cities to continue to rise as developers and modern retailers target to capture the benefits of economic growth in these cities. For example, PT Lippo Karawaci Tbk announced its plan to build 28 new malls by 2015 and 50 new malls by 2020 in places such as Surabaya, Solo, Yogyakarta, Bali, and Palembang. Improving infrastructure in a growing number of mid-sized cities across Indonesia provides significant expansion opportunities, particularly for those department store retailers that target the middle-income consumer segment.



Tinjauan Industri Industry Overview

Meningkatnya popularitas produk *private label*

Menurut Euromonitor, memasuki tahun 2011, konsumen Indonesia semakin terekspos untuk dan menerima produk *private label*. Semakin meningkatnya penerimaan konsumen terhadap produk *private label* di tahun 2011 di dukung oleh dua faktor. Dari sisi permintaan, terjadi peningkatan permintaan konsumen, khususnya dari konsumen berpendapatan rendah hingga menengah, terhadap produk *private label* dengan harga yang lebih terjangkau. Dari sisi suplai, meningkatnya kehadiran outlet-outlet ritel modern di banyak kota di Indonesia dan usaha-usaha promosi yang agresif dari peritel untuk mendorong jalur *private label*, memberikan kontribusi yang signifikan pada pengenalan dan penerimaan yang lebih besar terhadap produk-produk *private label*. Produk-produk *private label* di Indonesia dijual terutama oleh peritel pangan dan *department store* terkemuka.

Meningkatnya persaingan, khususnya diantara peritel yang mentargetkan pelanggan berpendapatan menengah ke atas atau tinggi di daerah perkotaan

Tertarik dengan prospek pertumbuhan ekonomi Indonesia yang positif, tahun 2011 menjadi saksi masuknya sejumlah peritel internasional ke kota-kota utama di Indonesia khususnya Jakarta. Para peritel ini termasuk didalamnya adalah peritel *department store* Lotte Department Store, serta peritel gerai spesialis seperti Bershka, Stradivarius and Payless. Memanfaatkan keuntungan dari meningkatnya pendapatan disosabel dari konsumen perkotaan, akan ada lebih banyak lagi peritel *department store* internasional yang akan masuk ke Indonesia khususnya mentargetkan segmen pendapatan menengah ke atas di kota-kota besar di Indonesia. Parkson Retail Group masuk ke Indonesia dengan cara mengakuisisi Centro yang melayani segmen pendapatan menengah dan menyatakan keinginannya untuk membuka gerai baru (dimulai dari St.Moritz Shopping Mall, Jakarta) di bawah bendera Parkson yang berfokus pada kalangan menengah ke atas. Central Retail Corporation berencana untuk membuka gerai pertamanya pada tahun 2014 di Jakarta Pusat yang mentargetkan segmen menengah ke atas.

Increasing popularity of private label products

According to Euromonitor, going into 2011, Indonesian consumers have been increasingly exposed to, and accepting of private label products. The increasing consumer acceptance of private label in 2011 was underpinned by two factors. From the demand side, there was growing consumer demand, especially from low to middle-income consumers, for more affordable private label products. From the supply side, the growing presence of modern retail outlets in many cities in Indonesia, and retailers aggressive promotional efforts to push their private label lines, contributed significantly to the greater recognition and acceptance of private label products. Private label products in Indonesia are sold primarily by the leading grocery and department store retailers.

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

Attracted by Indonesia's positive economic growth prospects, 2011 witnessed a number of new international retailers entering Indonesia's major cities, especially Jakarta. These retailers include department store retailers Lotte Department Store, as well as speciality store retailers such as Bershka, Stradivarius and Payless. Taking advantage of the higher disposable incomes of urban consumers, more international department store retailers are expected to enter the country, particularly targeting the upper middle or high income segment in Indonesia's major cities. Parkson Retail Group entered Indonesia through the acquisition of Centro which caters to the middle-income segment and announced its intention to open new stores (starting in St. Moritz Shopping Mall, Jakarta) under its middle-to-high end focused Parkson banner. Central Retail Corporation is scheduled to open its first store in 2014 in Central Jakarta, which is expected to target the middle-to-high end segment.

Prospek

Karena Indonesia relatif belum terpenetrasi dalam hal total penjualan ritel per kapita dan ruang ritel per kapita dibandingkan dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya, Matahari berkeyakinan bahwa masih ada peluang untuk terus melanjutkan ekspansi di dalam pasar ritel Indonesia yang sangat beragam.

Harapan yang positif ke depannya didorong oleh terus bertumbuhnya pendapatan disposabel, yang mendorong peningkatan kepercayaan konsumen dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang membelanjakan uangnya di luar kebutuhan sehari-hari. Meningkatnya ukuran segmen masyarakat Indonesia berpendapatan menengah didukung oleh tren kependudukan dan ekonomi yang diharapkan akan terus berlanjut.

Prospects

Because Indonesia is relatively under penetrated in terms of total retail sales per capita and retail space per capita compared to other countries in Southeast Asia, Matahari believes that there remains opportunity for continued expansion within a highly fragmented Indonesian retail market.

Further positive expectations are fuelled by the expected continued growth in disposable income, which is driving an improving consumer confidence with many Indonesians looking beyond daily necessities for their spending. The increasing size of the Indonesian middle-income segment is supported by demographic and economic trends which are expected to continue.



Tinjauan Operasional

Operational Overview

Tinjauan Operasional

Matahari adalah operator *department store* terbesar di Indonesia dengan nilai penjualan dan pangsa pasar sebesar 31,6% dalam sektor ritel *department store* di tahun 2011 (sumber: Euromonitor, November 2012). Gerai pertama Matahari dibuka pada bulan Oktober 1958 dan Matahari menjadi pelopor dalam segi konsep *department store* modern di Indonesia pada tahun 1972. Manajemen berkeyakinan bahwa merek Matahari Department store, yang merupakan warisan lebih dari 50 tahun, adalah merek yang dikenal dan dipercaya di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh MarkPlus Insight pada bulan Desember 2012, Matahari adalah *department store* yang paling banyak dikunjungi selama lima tahun terakhir berdasarkan survei. Dengan 2,4 juta anggota aktif sampai dengan 31 Desember 2012, Manajemen percaya bahwa Matahari memiliki salah satu program *loyalty department store*, MCC, terbesar di negara ini.

Pada tahun 2011 dan 2012, Laba Kotor Matahari secara berturut-turut adalah sebesar Rp9,2 triliun dan Rp10,9 triliun. Pada tahun 2011 dan 2012, SSSG Matahari secara berturut-turut adalah sebesar 13,6% dan 11,1%.

Strategi Matahari adalah memberikan nilai terbaik bagi pelanggan dengan menawarkan berbagai pilihan produk *fashion* yang sangat beragam dan berkualitas dengan harga terjangkau, yang ditempatkan dalam lingkungan gerai yang menarik dan modern yang berfokus pada pelayanan pelanggan. Menurut Manajemen, Matahari adalah satu-satunya operator *department store* besar yang berfokus pada target konsumen dari segmen kelas menengah yang besar dan terus bertumbuh di Indonesia. Manajemen yakin pilihan produk-produk Matahari yang beragam membuat Matahari dapat memenuhi selera seluruh anggota keluarga kalangan kelas menengah di Indonesia hanya dalam satu gerai. Pada tanggal 31 Desember 2012, Matahari menawarkan lebih dari 90,000 SKU untuk barang-barang DP, dan Manajemen memperkirakan ada lebih dari 200,000 SKU dari barang-barang konsinyasi yang ditawarkan di semua gerai dan berbagai kategori produk bagi pria, wanita dan

Operational Overview

Matahari is Indonesia's largest department store operator by retail value sales with a market share of 31.6% of the department store retail sector in 2011 (source: Euromonitor, November 2012). The first Matahari store was opened in October 1958 and Matahari pioneered the modern department store concept in Indonesia in 1972. Management believes that the Matahari department store brand, with a heritage of more than 50 years, is a well recognized and trusted department store brand within Indonesia. According to a survey by MarkPlus Insight in December 2012, Matahari is the most frequently visited department store in Indonesia for the past five years preceding the survey. With over 2.4 million active members as at 31 December 2012, Management believe that Matahari has one of the largest department store loyalty programmes, the MCC, in the country.

In 2011 and 2012, the Company's Gross Sales were Rp9.2 trillion and Rp10.9 trillion respectively. In 2011 and 2012, the Company's SSSG 13.6% and 11.1%, respectively.

The Company's strategy is to provide its customers with good value, by offering a large selection of fashionable and quality merchandise at affordable prices, housed in an attractive and modern store environment with a focus on customer service. According to Management, Matahari is the only major department store operator that focuses on targeting Indonesia's large and growing middle-income consumer segment. Management believe that the Company's broad selection of products allows Matahari to appeal to the tastes of all members of a typical middleincome Indonesian family in a single store. As at 31 December 2012, Matahari offered more than 90,000 SKU for its DP Goods, and Management estimate that there are more than 200,000 SKU of Consignment Goods offered across its stores and product categories including men's, women's

anak-anak seperti pakaian, sepatu, peralatan rumah tangga, kosmetik, dan aksesoris. Matahari tidak menjual makanan ataupun produk yang tidak tahan lama lainnya.

Matahari menghasilkan pendapatan dari penjualan produk-produk di gerainya. Pendapatan ini terutama dihasilkan dari (i) pendapatan bersih dari penjualan CV dan (ii) penjualan DP. Pada tahun 2012, sebesar 70,9% dari Laba Kotor Perseroan adalah hasil dari penjualan CV dan 29,1% dari penjualan DP. Karena pemasok konsinyasi mengatur sendiri persediaannya (memiliki persediaan produk sampai dengan batas waktu untuk penjualan) dan menanggung seluruh pembelian, upah karyawan, modal kerja, distribusi, pergudangan dan biaya-biaya tertentu lainnya, sehingga margin kontribusi efektif untuk barang-barang konsinyasi dan barang-barang DP bagi Perseroan relatif sama. Beberapa merek premium tertentu yang berada di bawah konsinyasi termasuk Polo, Clinique, Revlon, Fladeo, Levi's, Cardinal, Logo dan Executive, juga telah berperan penting dalam menarik perhatian pelanggan.

Pada tahun 2012, 78,8% penjualan DP didapat dari *private label brands* Matahari termasuk Nevada, Cole, Little M, dan Connexion. Merek-merek ini termasuk dalam sepuluh "pakaian bermerek yang berkualitas dan terjangkau" yang paling populer di Indonesia, dengan Nevada berada di posisi pertama berdasarkan survei pelanggan untuk kesadaran terhadap merek tanpa bantuan yang diadakan pada tahun 2012 oleh MarkPlus Insight (mengungguli merek lainnya seperti Polo dan Levi's). *Private label brands* ini dijual secara eksklusif di gerai Matahari dan Manajemen meyakini bahwa merek ini merupakan peran utama yang membedakan Matahari dengan kompetitor lainnya dan membuat gerai Matahari menjadi destinasi belanja yang aspiratif bagi para pelanggannya.

Matahari menyesuaikan produk campurannya (termasuk campuran antara produk DP dan produk konsinyasi) untuk setiap gerai dengan target pasar lokal dan poin penilaian akan harga yang layak bagi pasar tersebut. Fleksibilitas Matahari dalam menyesuaikan produk penawaran gerai yang berbasis

and children's clothing, shoes, homeware, cosmetics and accessories. Matahari does not sell food or any other perishable products.

Matahari generates revenues from the sale of merchandise in its stores. These revenues primarily relate to (i) net revenue from CV Sales and (ii) DP Sales. In 2012, 70.9% of the Company's Gross Sales was CV Sales and 29.1% 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 the Company are similar. Certain premium image brands under consignment, including Polo, Clinique, Revlon, Fladeo, Levi's, Cardinal, Logo and Executive, have also played an important role in attracting customers to the Company's stores.

In 2012, 78.8% of DP Sales were from Matahari's private label brands including Nevada, Cole, Little M and Connexion. These brands were among the top ten most popular "fashionable affordable clothing brands" in Indonesia, with Nevada ranking number one according to a consumer survey for unaided brand awareness conducted in 2012 by MarkPlus Insight (ahead of brands such as Polo and Levi's). The Company's private label brands are sold exclusively at Matahari stores and Management believe that these brands play a key role in enabling the Company to differentiate itself from its competitors and make Matahari stores an aspirational shopping destination for its customers.

The Company tailors its merchandise mix (including its 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. The Company's flexibility to customise its stores' product

Tinjauan Operasional

Operational Overview

gerai ke gerai sesuai dengan yang diminati pelanggan di daerah atau wilayahnya disebabkan adanya beberapa faktor, termasuk kemampuan untuk mendapatkan sumber produk dalam jumlah besar dan bermacam-macam, baik pemasok konsinyasi ataupun pemasok pembelian langsung. Sekitar 90% dari produk Matahari berasal dari Indonesia, membuat Matahari dapat menghindari penundaan yang di sebabkan oleh impor produk, merespon dengan cepat perubahan kebutuhan inventaris dan tren busana, dan juga membatasi risiko penggunaan valuta asing dan pajak impor. Matahari telah membina hubungan jangka panjang dengan para pemasok konsinyasi dan para pemasok pembelian langsung, yang memberikan keuntungan dari harga yang menarik dan prioritas waktu dan volume dari suplai produk.

Matahari memiliki jaringan *department store* terluas di Indonesia dengan 116 gerai yang mencakup kurang lebih 750.000 meter persegi ruang gerai di lebih dari 50 kota di seluruh Indonesia sampai dengan 31 Maret 2012. Gerai Matahari pada umumnya berukuran 5.000 sampai 9.000 meter persegi, dengan gerai yang terbesar berada di Pluit Village yang berukuran lebih dari 21.000 meter persegi.

Matahari memiliki rekam jejak dalam mengoperasikan gerai-gerai yang menguntungkan di semua ukuran gerai dan lokasi geografis di Indonesia. Luasnya jaringan logistik yang ada dan kemampuannya untuk memberikan variasi produk dagangan di setiap gerai memberikan Matahari fleksibilitas dalam mempertimbangkan lokasi gerai baru di seluruh Indonesia. Selain itu, merek yang kokoh, ukuran dan posisi Matahari sebagai pemimpin pasar membuatnya menjadi salah satu penyewa tetap pilihan dari para pengembang real estate. Manajemen berkeyakinan bahwa hubungan Matahari dengan para pengembang real estate yang telah berjalan lama, distribusi logistik yang efisien, pengetahuan operasional lokal dan skala ekonomis akan memfasilitasi rencana ekspansinya.

Matahari membuka tujuh gerai baru di tahun 2010, 9 gerai baru di 2011 dan 13 gerai baru di tahun 2012. Manajemen meyakini bahwa pasar *department store* di Indonesia masih

offering on a store-by-store basis according to regional and/or demographic customer preferences is attributable to a number of factors, including its ability to source merchandise from a large and diverse base of both consignment vendors and direct-purchase suppliers. Approximately 90% of Matahari's merchandise is sourced in Indonesia, allowing Matahari to avoid delays associated with the import of goods, respond quickly to changing inventory needs and fashion trends, as well as to limit its exposure to foreign exchange risks and import taxes. Matahari has built longstanding relationships with its consignment vendors and direct-purchase suppliers, which has allowed it to benefit from favourable pricing terms and priority in terms of timing and volume of merchandise supplied.

Matahari has the most extensive department store network in Indonesia with 116 stores covering a total store space of approximately 750,000 square metres in over 50 cities across Indonesia as at 31 March 2013. Matahari stores typically range from 5,000 to 9,000 square metres in size, with the largest store at Pluit Village being slightly over 21,000 square metres.

Matahari has a track record of operating profitable stores across its whole range of store sizes and geographic locations in Indonesia. The breadth of its existing logistics network and its ability to vary each store's merchandise mix provide Matahari with flexibility in considering new store sites nationwide. Furthermore, Matahari's strong brand, scale and market leading position make it one of the anchor tenants of choice for real estate developers. Management believe that Matahari's long-standing relationships with leading real estate developers, efficient distribution logistics, local operating knowhow and economies of scale will facilitate its expansion plans.

Matahari opened seven new stores in 2010, nine new stores in 2011 and 13 new stores in 2012. Management believe that the Indonesian department store market is underserved,

belum terlayani, terutama mengingat ukuran dan tingkat pertumbuhan segmen berpendapatan menengah, dan melihat peluang yang signifikan untuk mengembangkan jaringan gerai Matahari. Matahari terus membangun jaringan pembukaan gerai dan saat ini berencana untuk membuka kurang lebih 15 gerai pada periode 2013 sampai 2015. Termasuk 15 gerai yang akan di buka di tahun 2013, Matahari telah mengidentifikasi lebih dari 50 lokasi yang berpotensi untuk pembukaan gerai (per 31 Maret 2013) dan secara konsisten terus mengevaluasi lokasi yang berpotensi untuk meningkatkan jumlah lokasi yang akan mengarah pada pembukaan gerai baru sejalan dengan rencana ekspansi. Matahari berencana untuk lebih jauh mengembangkan jaringannya baik di kota-kota yang telah dihadiri maupun di lokasi-lokasi baru di seluruh Indonesia.

Sebagai ukuran bagi keberhasilan Matahari, pada bulan Juni 2011, CNBC menempatkan Matahari pada lima teratas sebagai perusahaan dengan pertumbuhan tercepat di Asia berdasarkan rata-rata penghasilan tahunan dari 2005 sampai 2010. Pada bulan November 2011, Matahari memenangkan penghargaan *"Pride of Indonesian Company"* di Metro TV di bidang ritel Indonesia. Pada bulan Mei 2012, Matahari memenangkan *service quality award* dari Carre untuk pencapaian kepuasan pelanggan dengan penilaian yang luar biasa berdasarkan survei pelanggan. Matahari juga memenangkan penghargaan *"Top Brand"* tahun 2011 dan 2012 di kategori *department store* dari Frontier Consulting Group dan Majalah Marketing.

GERAI

Jaringan Ritel

Matahari memiliki salah satu jaringan *department store* yang secara geografis paling beragam di Indonesia. Matahari mengoperasikan 116 gerai di lebih dari 50 kota di seluruh Indonesia. Menurut Euromonitor, di tahun 2013 Matahari adalah salah satu dari hanya dua peritel *department store* dengan lebih dari 100 gerai di Indonesia, dengan peritel *department store* terbesar setelahnya hanya memiliki kurang dari setengah gerai yang dimiliki Matahari. Per tanggal 31 Maret 2013, gerai-gerai ritel Matahari mencakup lebih kurang 750.000 meter persegi total lahan gerai.

particularly given the size and rate of growth of the middle-income segment, and see significant opportunities to further expand Matahari's store network. Matahari continues to build its pipeline of store openings and currently plans to open approximately 15 stores a year in the period from 2013 to 2015. Including the 15 stores it expects to open in 2013, Matahari has identified more than 50 possible sites for stores (as at 31 March 2013) and is constantly evaluating site possibilities to increase the number of sites which may lead to store openings in accordance with its expansion plans. The Company plans to further grow its network both in cities where it has an existing presence and in new locations across Indonesia.

As a measure of the Company's success, in June 2011, CNBC ranked the Company as one of the top five fastest growing companies in Asia based on average annual revenue growth from 2005 to 2010. In November 2011, Matahari was the winner of Metro TV's *"Pride of Indonesia Company"* award in the Indonesian retail sector. In May 2012, Matahari won a service quality award from Carre for achieving excellent total service quality satisfaction based on a customer survey. Matahari also won the 2011 and 2012 *"Top Brand"* award in the department store category, as awarded by Frontier Consulting Group and Marketing Magazine.

STORES

Retail network

The Company has one of the most geographically diverse networks of department stores in Indonesia. As at 31 March 2013, Matahari operated 116 stores in over 50 cities across Indonesia. According to Euromonitor, in 2011, Matahari was one of only two department store retailers with more than 100 stores in Indonesia, with the next largest department store retailers having less than half the number of stores of Matahari. As at 31 March 2013, the Company's retail stores covered over approximately 750,000 square metres of total store space.

Tinjauan Operasional

Operational Overview

Tabel berikut ini memberi informasi pada capaian geografis gerai-gerai Matahari per 31 Maret 2013, sejalan dengan segmentasi geografis di dalam laporan keuangan Matahari.

The following table provides more information on the geographic reach of the Company's stores as at 31 March 2013, in accordance with the geographic segmentation in the Company's financial statements.

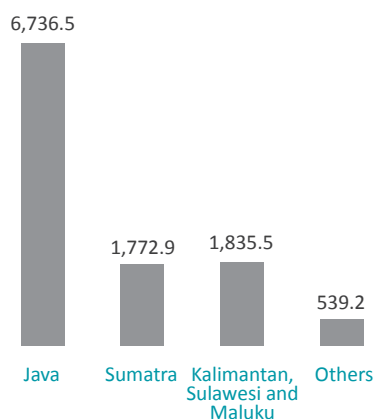
Location	Number of Stores	% of total number of stores	total store space	Population ⁽¹⁾
Java	75	65	495,637	136.5
Sumatra	18	16	112,190	50.6
Kalimantan, Sulawesi and Maluku	19	16	113,209	47.3
Others	4	3	28,988	3.9
Total	116	100	750,024	238.3

(1) Gambaran populasi yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik tahun 2010.
Population figures obtained from Indonesian Central Bureau of Statistics 2010.

Kontribusi Penjualan Menurut Wilayah

Sales Contribution by Region

Laporan Segmen untuk tahun 2012 - ditunjukkan dalam miliar IDR
Segment Report for year 2012 - Expressed in Billion of IDR



Di tahun 2012, 61,9% dari penjualan kotor dihasilkan di Jawa, tempat tinggal bagi kurang lebih 60% dari jumlah penduduk Indonesia dan dimana mayoritas dari gerai-gerai Matahari berlokasi. 16,3% dari penjualan kotor dihasilkan di Sumatera, 16,9% di Kalimantan, Sulawesi dan Maluku, 4,9% di tempat lainnya.

In 2012, 61.9% of Gross Sales were generated in Java, home to approximately 60% of the Indonesia's population and where the majority of Matahari' stores are located. 16.3% of Gross Sales were generated in Sumatra, 16.9% in Kalimantan, Sulawesi and Maluku, 4.9% in Others.

Tabel berikut ini memberi informasi pada perincian penjualan kotor untuk Matahari menurut wilayah

The following table provides information on the Gross Sales breakdown for Matahari by region.

Location	Gross sales			
	Years ended 31 December			
	2012	%	2011	%
(Rp billions, unless otherwise stated)				
Java	6,736.5	61.9%	5,769.4	62.4%
Sumatra	1,772.9	16.3%	1,516.0	16.4%
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	1,835.4	16.9%	1,498.5	16.2%
Others ⁽¹⁾	539.2	4.9%	463.3	5.0%
Total	10,884.0	100%	9,247.2	100%

(1) Lainnya terdiri dari gerai-gerai di Bali tahun 2011. Lainnya di 2012 terdiri dari gerai-gerai di Bali dan Papua. Others comprises the Bali stores in 2011. Others in 2012 comprises stores in Bali and Papua.

Matahari secara berkala meninjau ulang portofolio gerai-gerainya dan akan menutup gerai-gerai yang tidak menguntungkan. Di tahun 2011 dan 2012, Matahari hanya menutup satu gerai yang disebabkan oleh adanya kebakaran di tahun 2011. Per 31 Maret 2013, tidak ada rencana penutupan gerai.

Matahari regularly reviews its portfolio of stores and may close unprofitable stores. In 2011 and 2012, Matahari only closed one store which was as a result of a fire in 2011. As at 31 March 2013, there are no planned store closures.

Pembukaan Gerai Baru dan Ekspansi

Manajemen mengharapkan peningkatan jumlah pusat perbelanjaan modern dan mal ritel yang akan di bangun di Indonesia. Matahari memilih lokasi gerainya di pusat keramaian dalam upaya mengambil keuntungan dari lalu lintas pelanggan di pusat-pusat perbelanjaan tersebut. Manajemen percaya bahwa Matahari senantiasa selalu menjadi penyewa potensial yang selalu diminati oleh pengembang real estate yang ingin berkembang, karena Matahari memiliki merek yang kokoh dan rekam jejak yang menarik tingginya lalu lintas pelanggan. Hubungan yang erat dengan para pengembang real estate besar seperti PT. Lippo Karawaci Tbk memberi kesempatan pada Matahari untuk mengidentifikasi, negosiasi dan memilih lokasi yang utama untuk gerainya, khususnya di wilayah yang belum terlayani di luar Jabodetabek. Luasnya jaringan logistik Matahari yang ada dan kemampuan untuk memberikan variasi produk pada setiap gerainya memberikan fleksibilitas bagi Matahari dalam mempertimbangkan lokasi gerai barunya di seluruh Indonesia.

New Store Roll-out and Expansion

Management expect an increasing number of modern shopping centres and retail malls to be developed in Indonesia. Matahari seeks to locate its stores within such centres in order to take advantage of the higher customer traffic at such developments. Management believe that Matahari is usually among the first potential anchor tenants approached by real estate developers who are considering a development, due to its strong Matahari department store brand and track record of attracting high levels of customer traffic. Strong relationships with large real estate developers such as PT Lippo Karawaci Tbk allow the Company to identify, negotiate and secure premium locations for new stores, especially in underserved regions outside of Jabodetabek. The breadth of the Company's existing logistics network and its ability to vary each store's merchandise mix provide it with flexibility in considering new store sites across Indonesia.

Tinjauan Operasional

Operational Overview

Sejak tahun 2009, Matahari telah meluncurkan program percepatan perluasan gerai. Di bawah program ini Matahari telah membuka tujuh gerai baru di tahun 2010, Sembilan gerai baru di tahun 2011 dan 13 gerai baru di tahun 2012. Sebagai hasilnya, total ruang penjualan kotor akhir tahun Matahari adalah 636.911 meter persegi di 2010, 677.826 meter persegi di 2011 dan 750.024 meter persegi di tahun 2012. Tabel berikut ini menunjukkan penambahan ruang bersih Matahari menurut wilayah:

Since 2009, Matahari has embarked on an accelerated store expansion programme. Under this programme, Matahari opened seven new stores in 2010, nine new stores in 2011 and 13 new stores in 2012. As a result, Matahari's year-end total gross selling space was 636,911 square metres in 2010, 677,826 square metres in 2011 and 750,024 square metres in 2012. The following table shows the Company's net space addition by region:

Location	2009-2010	2010-2011	2011-2012
	(sqm)		
Jabodetabek (Greater Jakarta)	3,040	11,021	18,499
Java (excluding Greater Jakarta)	18,421	21,647	20,698
Outside Java	21,343	2,247	33,000
Total	42,804	34,915	72,197

Matahari terus membangun jalur pembukaan gerai baru dan saat ini berencana membuka kurang lebih 15 gerai per tahun dalam periode dari tahun 2013 sampai 2015. Termasuk 15 gerai yang diharapkan akan di buka di tahun 2013, Matahari, hingga 31 Maret 2013, telah mengidentifikasi lebih dari 50 lokasi yang berpotensi untuk gerai yang sesuai dengan ukuran gerai Matahari pada umumnya dan terus mengevaluasi kemungkinan lokasi yang berpotensi untuk meningkatkan jumlah lokasi untuk pembukaan gerai baru seiring dengan rencana ekspansi. Matahari berencana untuk meningkatkan jaringannya baik di kota-kota yang telah dihadiri maupun di lokasi-lokasi baru di seluruh Indonesia, khususnya di pasar yang belum terlayani dengan produktivitas berkelanjutan di luar Jabodetabek. Pada tahun 2012, ukuran produktivitas Matahari menurut Penjualan Kotor per meter persegi dari Ruang Ritel untuk gerai yang sebanding adalah yang tertinggi di luar Jawa. Penjualan Kotor per meter persegi dari Ruang Ritel untuk gerai di luar Jawa, dan di Jawa (tetapi diluar Jabodetabek) adalah 21% dan 5,9%, berturut-turut, lebih tinggi dari gerai-gerai di Jabodetabek.

Matahari continues to build its pipeline of store openings and currently plans to open approximately 15 stores a year in the period from 2013 to 2015. Including the 15 stores it expects to open in 2013, Matahari has, as at 31 March 2013, identified more than 50 possible sites for stores which are in line with Matahari's typical store size and is constantly evaluating site possibilities to increase the number of sites which may lead to store openings in line with its expansion plan. The Company plans to further grow its network both in cities where it has an existing presence and in new locations across Indonesia, particularly in underserved markets with sustained productivity outside of Greater Jakarta. In 2012, the Company's annual productivity measured by Gross Sales per square metre of Retail Space for comparable stores was the highest outside Java. Gross Sales per square metre of Retail Space for stores outside Java, and for stores within Java (but outside Greater Jakarta) were 21% and 5.9%, respectively, higher than that for stores within Greater Jakarta.

Matahari memiliki tim real estate yang berdedikasi, yang terdiri dari delapan karyawan yang secara khusus bertanggung jawab untuk mengidentifikasi lokasi-lokasi baru yang memiliki potensi dan memelihara hubungan dengan para pengembang dan perantara. Matahari juga memiliki komite real estate, yang terdiri dari lima anggota manajemen senior termasuk *chief executive officer* Matahari dan *chief financial officer*. Komite ini bertanggung jawab untuk meninjau ulang dan mengevaluasi proyek pembangunan utama dan lokasi-lokasi baru yang potensial. Dalam mengidentifikasi lokasi potensial untuk gerai baru, Matahari berfokus pada sejumlah kriteria, termasuk biaya sewa, ukuran daerah yang ditargetkan, kepadatan penduduk, pengeluaran pendapatan dari target pasar, profitabilitas yang di harapkan dan pengembalian keuangan dan persaingan dari peritel lainnya di wilayah sekitarnya.

Pada saat lokasi gerai yang berpotensi telah disetujui oleh komite real estate, tim real estate akan mulai proses negosiasi mengenai persyaratan penyewaan, dan meminta persetujuan akhir dari komite, dan kemudian melangkah ke penandatanganan Nota kesepahaman dan/atau menyewa dengan pengembang yang relevan atau perantara. Untuk gerai Matahari yang baru, waktu penyesuaian adalah lebih kurang empat bulan. Gerai baru biasanya berbiaya sekitar Rp2,5 juta per meter persegi, walau begitu jumlahnya bisa bervariasi tergantung dari lokasi dan susunan dari gerai. Gerai baru biasanya menghasilkan keuntungan operasional dalam satu tahun, dan investasi modal akan kembali dalam waktu tiga atau empat tahun.

Matahari juga memberi perhatian yang kuat pada karyawan dengan potensi kepemimpinan untuk mendukung rencana pembukaan gerai dan menjamin bahwa gerai baru akan di awaki oleh manajer gerai yang berpengalaman. Di tahun 2012, seluruh gerai Matahari memiliki manajer yang berpengalaman dan terlatih di dalam jaringan gerai Matahari yang telah ada.

Tabel di bawah ini menunjukkan daerah pertumbuhan yang di targetkan Matahari di seluruh Indonesia sampai tahun 2015, per 31 Desember 2012.

Matahari has a dedicated real estate team, consisting of eight full time employees who are specifically responsible for identifying potential new sites and maintaining relationships with developers and intermediaries. The Company also has a real estate committee, consisting of five members of senior management including the Company's chief executive officer and chief financial officer. This committee is responsible for reviewing and evaluating major development projects and potential new sites. In identifying potential sites for new stores, Matahari focuses on a number of criteria, including expected rental costs, the size of the catchment area, population density, disposable per capita income of the total target market, expected profitability and financial returns and competition from other retailers in the surrounding area.

Once a new potential store location is approved by the real estate committee, the real estate team will proceed to negotiate the term of the lease, seek final approval from the committee, and then proceed with signing a memorandum of understanding and/or a lease with the relevant developer or intermediary. For a typical new Matahari department store, the fit-out time is approximately four months. New stores typically cost approximately Rp2.5 million per square metre, although the amounts can vary depending on the location and layout of the store. New stores typically generate operating profit within the first year, and repay their capital investments within three to four years.

The Company also places strong emphasis on actively developing staff with leadership potential to support its store opening plans and ensures that new stores are staffed with experienced store managers. In 2012, all of the Company's new stores had store managers with prior experience and training within the Company's existing store network.

The table below show the Company's target areas for growth across Indonesia through 2015, as at 31 December 2012.

Tinjauan Operasional

Operational Overview

Location	2013 planned Openings	Pipeline of potensial sites for 2014-2015	Total
Jabodetabek (Greater Jakarta)	5	10	15
Java (exluding Greater Jakarta)	2	8	10
Outside Java	8	19	27
Total	15	37	52

Catatan: Gambaran ini merefleksikan gerai berpotensi yang direncanakan akan dibuka oleh Perseroan dan wilayah mana saja yang akan menjadi pertimbangan. Bergantung pada beberapa faktor, wilayah yang berpotensi belum pasti menentukan dibukanya gerai, dan rencana pembukaan gerai dapat berubah dan mungkin atau mungkin tidak terwujud baik dalam hal jumlah maupun lokasi yang ditunjukkan.

Note: These figures reflect potential stores that the Company plans to open and sites which the Company is considering. Depending on any number of factors, potential sites may not lead to store openings, and such store opening plans may change and may or may not materialise either in terms of numbers or locations indicated.

Mengacu pada rekam jejak Matahari tentang percepatan ekspansi gerai dan hubungan jangka panjang dengan pengembang real estate, Manajemen merasa yakin pada kemampuannya untuk mengimplementasikan rencana pengembangannya, bergantung pada ketersediaan dari lokasi gerai dan proses penyelesaian pusat perbelanjaan yang tepat waktu oleh pengembang. Berdasarkan Euromonitor, Matahari telah membuka lebih banyak gerai baru dibandingkan dengan operator *department store* lain di Indonesia antara tahun 2010 dan 2012.

Given the Company's track record of accelerated store expansion and long term relationships with real estate developers, Management is confident in its ability to implement its current expansion plan, subject to the availability of store locations and the timely completion of malls by developers. According to Euromonitor, the Company has opened more stores than any other department store operator in Indonesia between 2010 and 2012.

Desain Gerai

Manajemen meyakini bahwa format dan penampilan setiap gerai, termasuk dalam penataan produk, adalah merupakan kunci sukses dari merek Matahari Department Store. Manajemen juga meyakini bahwa penataan produk dan penyatuan visual produk akan memberikan efektifitas dalam penyampaian informasi mengenai harga, tren dan nilai masa kini, yang juga mendorong pembelian. Seperti contoh, Matahari sengaja mengatur pencahayaan dan memamerkan beberapa pilihan produk dagangan untuk menciptakan ketertarikan pelanggan dalam warna-warna musim istimewa.

Store Design

Management believe that the format and look of each store, along with its merchandise presentations, are key to the success of the Matahari department store brand. Management believe that store merchandise presentations and the associated visual merchandising are effective in communicating information on price, current trends and value, whilst also encouraging impulse purchases. For example, the Company may use deliberate lighting and displays of selected merchandise to create and encourage consumer interest in a particular seasonal colour of merchandise.

Prinsip utama dari penataan gerai Matahari termasuk; mengatur *lay out* pintu keluar untuk memudahkan gerak pelanggan di seluruh gerai; menciptakan *display* yang menarik; mengatur

Important principles of the Company's store presentation include: maintaining an open layout to permit easy circulation of customers throughout the store; creating eye-catching displays; providing good lighting; service centres; fitting rooms

pencahayaan dengan baik; pusat pelayanan; kamar pas dan cermin; pengaturan penunjuk arah; menyesuaikan komunikasi internal dengan iklan eksternal; pengaturan produk campuran dan pengelompokkan produk; dan menjaga lingkungan yang bersih dan rapi bagi pelanggannya. Matahari juga banyak menggunakan manekin yang didesain seluruhnya oleh tim terlatih dan digunakan di semua gerai di Indonesia.

Untuk memastikan konsistensi dan implementasi yang layak dari Matahari tentang prinsip penataan gerai, *store manager* secara rutin dibekali dengan instruksi dan pelatihan mengenai konsep produk dan petunjuk pemasaran yang akan diterapkan di semua gerai Matahari. Matahari juga menyediakan *workshop* bagi para karyawan mengenai prinsip penataan. Manajemen terus memastikan bahwa semua gerai Matahari Department store konsisten dalam bentuk dan penampilannya, walaupun terdapat banyak variasi yang berdasarkan pada pilihan pasar lokal dan ketersediaan produk dalam gerai tertentu. Seperti contoh gerai Matahari yang berada di Bali memiliki suasana Bali dan persediaan kerajinan tangan yang dimaksudkan untuk menarik minat turis.

and mirrors; maintaining appropriate signage; matching internal communications with external advertising; maintaining proper assortment and grouping of products; and maintaining a clean and tidy environment for its customers. Matahari also utilises a large number of mannequins to add vibrance to its stores and takes pride in its window displays which are designed centrally by a specially trained team and then rolled out to stores across Indonesia.

To ensure consistent and proper implementation of the Company's store presentation principles, store managers are regularly provided with instructions and training on current merchandising concepts and marketing directions to be applied across all the Company's stores. Matahari also provides workshops for the Company's employees on store presentation principles. Management seek to ensure that all Matahari department stores are consistent in look and feel, although there may be variations depending on local market preferences and the merchandise available in the particular store. For example, the Matahari store in Bali has a Balinese theme and stocks souvenirs in order to attract tourist shoppers.



Tinjauan Operasional

Operational Overview

Gerai-gerai Matahari pada umumnya berukuran dari 5.000 sampai 9.000 meter persegi dengan gerai terbesar berada di Pluit Village yang berukuran 21.000 meter persegi. Per 31 maret 2013, 34% gerai-gerai Matahari berukuran kurang dari 5.000 meter persegi, 55% berukuran antara 5.000 meter persegi sampai 9.000 meter persegi dan 11% berukuran lebih dari 9.000 meter persegi. Perincian dari ruang penjualan antara produk konsinyasi dan produk DP di gerai-gerai Matahari biasanya mengikuti perincian penjualan kotor. Faktor-faktor yang mempengaruhi ukuran *department store* termasuk ketersediaan dan karakteristik lokasi, ukuran pasar lokal, kemampuan untuk menyediakan produk yang cukup bagi Matahari untuk menargetkan konsumen berpendapatan menengah serta mengikuti peraturan setempat.

Perbaikan Gerai yang Ada

Sebagai tambahan pembukaan gerai-gerai baru, Matahari terus berupaya meningkatkan tampilan gerai dan menelaah kebutuhan pembaharuan setiap gerai setiap tahunnya. Matahari merubah tampilan gerai setiap lima sampai tujuh tahun sekali untuk memastikan gerai menawarkan suasana yang modern. Seiring dengan program pembaharuan yang berkelanjutan, Matahari telah memperbaharui 15 gerainya pada tahun 2012, 13 gerai pada tahun 2011 dan 16 gerai pada tahun 2010, yang merupakan 15%, 13% dan 17% dari total jumlah gerai pada periode yang sama. Matahari berencana memperbaharui antara 17% dan 20% gerai setiap tahunnya.

Dalam waktu tiga tahun terakhir, Matahari telah memperbaharui 44 gerai dengan total biaya sekitar Rp239 miliar. Biaya pembaharuan gerai kira-kira Rp3,1 miliar sampai Rp6,2 miliar (USD300.000 sampai USD600.000) dan proses pembaharuan sebuah gerai memerlukan waktu beberapa minggu sampai tiga bulan, tergantung pada kebutuhan pembaharuan masing-masing gerai. Matahari tidak menutup gerai mereka selama proses pembaharuan dan, jika perlu, kegiatan pembaharuan tersebut dibuat sedemikian rupa sehingga tidak mengganggu kegiatan di gerai. Selama proses pembaharuan gerai, Matahari dapat menyewa ruang tambahan sementara dalam mall yang sama sebagai kompensasi kerugian

Matahari stores typically range from 5,000 to 9,000 square metres in size, with the largest store at Pluit Village being slightly over 21,000 square metres. As at 31 March 2013, 34% of the Company's stores are less than 5,000 square metres in size, 55% are between 5,000 square metres to 9,000 square metres, and 11% are larger than 9,000 square metres. The breakdown of selling space between Consignment Goods and DP Goods in Matahari stores are generally in line with its breakdown in Gross Sales. Factors that affect the sizes of its department stores include availability and characteristics of sites, size of local market, ability to provide sufficient breadth of merchandise to cater for the Company's target middle-income consumers as well as compliance with local regulations.

Ongoing Improvement of Existing Stores

In addition to new store roll-outs, Matahari constantly seeks to improve its stores and reviews each store's refurbishment needs on an annual basis. Matahari typically remodels its stores every five to seven years to ensure they offer a modern store environment. In line with its continuing refurbishment programme, the Company refurbished 15 of its stores in 2012, 13 of its stores in 2011 and 16 of its stores in 2010, representing 15%, 13% and 17% of total stores in the same periods. The Company plans to refurbish between 17% and 20% of stores each year through refurbishment.

Over the last three years, the Company has refurbished a total of 44 stores at a total cost of approximately Rp239 billion. The cost of refurbishing a store is approximately Rp3.1 billion to Rp6.2 billion (USD300,000 to USD600,000) and the refurbishment of a store may take from a few weeks to three months to complete, depending on the store's refurbishment needs. The Company does not close its stores during refurbishment and, where necessary, refurbishment activities are phased to minimise disruption. During the refurbishment of a store, Matahari may rent additional temporary space in the same mall to compensate for any loss of selling space in its

atas ruang yang sedang ditutup karena proses perbaikan. Pemasok konsinyasi yang berpartisipasi dalam bazaar yang terpisah dari gerai diminta membayar jasa partisipasi.

Perbaikan gerai Matahari difokuskan untuk meningkatkan pengalaman berbelanja yang lebih berkesan bagi pelanggan. Hal ini termasuk memperbaiki penerangan, penataan produk, simbol, kamar pas baru, ruang gerak yang lebih luas dan lebih banyak lagi perlengkapan modern, dengan fokus khusus pada perbaikan pemilihan inventori tanpa mempengaruhi ruangan gerai.

Lebih dari tiga tahun, Matahari telah secara khusus memberikan penekanan pada peningkatan tampilan dan jenis produk di tengah ruangan ('*centre core*') gerai; yang meliputi kosmetik, sepatu, tas tangan dan perhiasan. Manajemen meyakini bahwa dengan adanya '*center core*' ini, Matahari dapat dianggap sebagai tujuan untuk berbelanja sepatu, tas tangan dan perhiasan, dan meningkatkan kunjungan pelanggan. Matahari juga memperkuat daya tarik *private label brands* dan menyusun tampilan *private label* dengan lebih menarik. Hal ini termasuk mengimplementasikan pengaruh kuat dari presentasi produk, contohnya, membuat "*Denim Bar*" untuk produk celana denim dan celana pendek, dan juga memiliki ruangan di dalam gerai untuk Nevada, *private label brand* Matahari yang paling populer dan merek pakaian dengan harga terjangkau yang paling populer di Indonesia berdasarkan survei konsumen untuk kesadaran terhadap merek tanpa bantuan yang diselenggarakan pada tahun 2012 oleh MarkPlus Insight.

Manajemen meyakini kegiatan pembaharuan ini merupakan kunci untuk melanjutkan produktivitas gerai-gerai yang ada

Inisiatif Tahun 2012

Seiring dengan berbagai variasi produk baru, salah satu tujuan operasional yang tercapai pada tahun 2012 adalah melanjutkan upaya untuk fokus pada pengalaman pelanggan. Dengan kombinasi antara perbaikan infrastruktur TI dan menambah pelatihan karyawan, Matahari dapat meningkatkan produktivitas karyawan dan mempercepat proses pemeriksaan.

existing store due to the refurbishment activities. Consignment vendors that participate in stand-alone bazaar sales by Matahari are required to pay participation fees.

The Company's store refurbishments focus on enhancing the overall shopping experience of its customers. This may include installing or improving lighting, product displays, signage, new fitting rooms, wider aisles and more modern fixtures, with a particular focus on improving inventory selection without affecting the store's feeling of space.

Over the last three years, the Company has, in particular, placed emphasis on upgrading the presentation and range of merchandise in the '*centre core*' of its department stores; this includes cosmetics, shoes, handbags and accessories. Management believe that the '*centre core*' initiative has reinforced Matahari's reputation as a '*destination*' for shoes, handbags and accessories, and has led to increased traffic at its stores. The Company has also implemented new initiatives to build on the strength of its exclusive private label brands and showcase private label merchandise more prominently. This includes implementing high impact key item presentations, for example, establishing a '*Denim Bar*' in relation to denim jeans and shorts, and also having a dedicated section in-store for Nevada, the Company's most popular private label brand and the most popular "*fashionable affordable clothing brand*" in Indonesia according to a consumer survey for unaided brand awareness conducted in 2012 by MarkPlus Insight.

Management believe that its refurbishment activities are key to ensure the continuing productivity of its existing stores.

2012 Initiatives

Along with our various merchandise initiatives, one of our operational aims in 2012 was to continue to focus on the customer experience. With a combination of upgrades to our IT infrastructure and increased emphasis on employee training we were able to significantly improve employee productivity and speed up the check out process.

Tinjauan Operasional

Operational Overview

Sistem *merchandising* Matahari memungkinkan Matahari untuk mengikuti tren penjualan regional dan bereaksi secara cepat terhadap permintaan pelanggan, di mana sistem *loyalty program* memungkinkan Matahari memonitor data pelanggan yang berbeda-beda. Pelanggan dapat menikmati fasilitas dari kartu *loyalty* pada saat mereka berbelanja di wilayah tempat tinggal atau tempat kerja mereka, atau pada saat berlibur atau mengunjungi teman. Matahari terus menerus memperbaiki hadiah, manfaat, program dan penawaran mereka.

Hasil keseluruhan pada tahun 2012, Matahari mencatat rekor penjualan kotor sebesar Rp10,9 triliun, naik sebesar 17,7% dari sejumlah Rp9,2 triliun dari tahun lalu. Penjualan dari *private label brands* Matahari seperti Nevada, Cole, Little M, St. Yves, Super T, dan Connexion sekali lagi sangat baik dan senilai lebih dari setengah total penjualan langsung

Menuju 2013

Menuju ke depannya, Matahari tetap percaya diri bahwa posisi pasar dan daya tarik merek yang kuat akan menghasilkan ekspansi gerai yang berhasil dan dapat melayani lebih banyak lagi pelanggan.

PEMBELIAN DAN PENDISTRIBUSIAN LOGISTIK

Pembelian

Matahari membeli produk DP dalam jumlah besar, termasuk *private label brands* dan mengoperasikan sistem pembelian terpusat, dengan bagian pembelian berada di kantor pusat di Jakarta. Bagian pembelian Matahari bekerja berdasarkan perencanaan produk-produk dan budget tahunan, yang dikontrol dengan sistem otomatis bulanan yang mengidentifikasi jenis produk yang memerlukan *stock* berulang. Dari data yang dikumpulkan manajemen, bagian pembelian dapat mengetahui produk yang populer, juga produk yang lambat penjualannya dan mereka dapat segera menyesuaikan rencana pembelian. Bagian pembelian Matahari juga bertanggung jawab untuk mengelola tingkat persediaan dan pendistribusian produk ke masing-masing gerai sesuai dengan permintaan.

Our merchandising systems allow us to track regional sales trends and react quickly to changes in customer demand, while our Loyalty program systems allow us to monitor and market to our diverse customer base. Customers can enjoy the convenience of our leading loyalty card while shopping in the areas around their homes or their work, as well as on holiday or just out visiting with friends. Matahari is continually improving its rewards benefits programs and offers.

The overall results for 2012 gave the Company record gross sales of Rp10.9 trillion, a 17.7% increase from the Rp9.2 trillion of last year. The performance of Matahari's private label brands of Nevada, Cole, Little M, St. Yves, Super T, and Connexion again did well, providing just over half of total direct sales.

Towards 2013

Going forward, Matahari remains confident that its market position and strong brand attraction will allow further successful expansion of stores and allow it to serve more customers in new markets

PURCHASING AND DISTRIBUTION LOGISTICS

Purchasing

Matahari purchases large quantities of DP Goods, including its private label brands and operates a centralised procurement system, with buyers located at its head office in Jakarta.. The Company's buyers operate in accordance with an annual merchandising plan and budget, which is refined by a monthly automated control system that identifies the types of merchandise that require restocking. From data collected by Matahari' management information systems, its buyers are able to identify popular items as well as slow-moving items and can adjust their purchases accordingly. The Company's buyers are also responsible for managing inventory levels and distributing goods to individual stores according to demand.



Tinjauan Operasional

Operational Overview

Distribusi Logistik

Matahari mengoperasikan satu pusat distribusi terpadu di Jakarta, dan menggunakan tiga kantor penghubung di Bandung, Surabaya dan Medan sebagai tempat transit yang lebih kecil untuk pendistribusian produk dalam wilayah tersebut. Matahari umumnya menjalin kerja sama dengan ekspedisi dan perusahaan transportasi untuk mengoperasikan kantor penghubung, dan merencanakan menambah kantor penghubung di wilayah lain untuk mendukung strategi pertumbuhan. Semua produk DP selain kosmetik didistribusikan melalui pusat distribusi terpadu seluas 26.000m².

Sampai dengan 31 Desember 2012, efisiensi operasional logistik Matahari diakui oleh kurang lebih 180 pemasok konsinyasi yang menggunakan jasa Matahari untuk mendistribusikan produk mereka dan membayar untuk jasa tersebut. Beban bersih operasional logistik Matahari (setelah dikurangi jasa kepada pihak ketiga) berturut-turut sebesar Rp3,4 miliar dan Rp1,2 miliar di tahun 2010 dan 2011, dan dianggap relatif rendah mengingat operasional Matahari yang besar, terutama dikarenakan pendapatan jasa yang didapat dari pemasok konsinyasi. Pada tahun 2012, operasional logistik Matahari memperoleh laba sebesar Rp1,8 miliar di mana pendapatan jasa dari pihak ketiga melebihi biaya operasional logistik Matahari.

Distribution Logistics

Matahari operates one central distribution centre in Jakarta, and utilises three hubs in Bandung, Surabaya and Medan as smaller transit points for distribution of merchandise to stores within those regions. Matahari generally appoints forwarders and transportation companies to operate the hubs, and plans to utilise more hubs in other regions to support its growth strategy. All DP Goods other than cosmetics flow through Matahari' central distribution centre, which is more than 26,000 square metres in size.

As at 31 December 2012, the efficiency of its logistics operations is recognised by approximately 180 consignment vendors who use the Company's services to transport their own merchandise and pay Matahari a service fee. The net cost of the Company's logistics operations (after deducting third party service fees) was Rp3.4 billion and Rp1.2 billion in 2010 and 2011, respectively, which Management believe is low relative to the size of the Company's operations, primarily due to the service fees it earns from its consignment vendors. In 2012, the Company's logistics operations made a profit of Rp1.8 billion as the third party service fees received exceeded the costs of the Company's logistics operations.



Manajemen meyakini operasional logistik Matahari yang efisien, yang penuh tantangan mengingat luasnya wilayah Indonesia, adalah kunci untuk memenangkan persaingan dan sulit untuk ditiru oleh pesaing yang lebih kecil atau pemain baru.

Untuk memaksimalkan efisiensi dan mengurangi biaya, pusat distribusi dioperasikan sebagai fasilitas *"flow-through"*, mendistribusikan produk tepat pada waktunya. Matahari tidak memiliki kebijaksanaan penyimpanan persediaan di pusat distribusi mereka. Pemasok mengirimkan produk secara teratur ke pusat distribusi Matahari, yang kemudian segera didistribusikan oleh Matahari ke gerai-gerainya.

Rantai suplai Matahari menggunakan dua alat transportasi utama: (i) transportasi darat terdiri dari pengiriman lokal dan antar kota dengan volume sebesar 80% dari total volume pusat distribusi; dan (ii) transportasi laut untuk transportasi antar pulau dimana mengangkut sebesar 20% dari volume pusat distribusi.

Untuk pengiriman dalam wilayah Jabodetabek, pusat distribusi Matahari mengoperasikan 24 kendaraan yang melayani 33 gerai yang tersebar di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi sampai dengan 31 Maret 2013. Truk dan minivan mengantar pengiriman produk enam hari dalam satu minggu dan masing-masing truk mendapat satu atau dua rute setiap harinya. Pada masa-masa sibuk, pusat distribusi menggunakan jasa perusahaan transportasi yang dikontrak dan manajemen tidak melihat adanya risiko material atas hal tersebut.

Untuk transportasi ke Sumatra, seluruh Jawa dan Bali, Matahari menggunakan perusahaan transportasi kontrak yang disetujui oleh pemasok mereka. Sampai dengan 31 Maret 2013 terdapat 63 gerai di wilayah tersebut dan frekuensi pengiriman ke gerai sebanyak tiga sampai enam kali setiap minggu, dengan waktu pengiriman dua sampai sepuluh hari sampai ke tujuan.

Untuk transportasi ke wilayah Indonesia Timur, termasuk Sulawesi, Ambon, Kalimantan dan Batam, produk dikirimkan menggunakan ekspedisi kargo. Matahari menggunakan delapan kali ekspedisi kargo untuk mencakup pengiriman ke 20 gerai di

Management believe the Company's efficient logistics operations, which are highly complex within the expansive Indonesian archipelago, is a key competitive advantage for Matahari and would be difficult for smaller competitors or new entrants to replicate over the medium term.

To maximise efficiency and reduce costs, the distribution centre is operated as a *"flow-through"* facility, delivering goods on a *"just-in-time"* basis. The Company does not have a policy of storing inventory at its distribution centre. Taking into account lead times and inventory requirements, suppliers deliver goods regularly to the Company's distribution centre, which are then promptly distributed by Matahari on to the relevant stores.

The Company's supply chain utilises two main forms of transport: (i) land transportation comprising local and outstation deliveries which accounts for approximately 80% of the distribution centre's volume; and (ii) sea freight for inter-island transportation which accounts for approximately 20% of the distribution centre's volume.

For deliveries within Jabodetabek, the Company's distribution centre runs a fleet of 24 vehicles which serves the 33 stores located in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi as at 31 March 2013. These trucks and minivans make deliveries six days a week and each truck does one or two trips per day. During peak seasons, the distribution centre may also use contract transporters. Management do not foresee any material issues with regard to the use of contract transporters.

For transportation to Sumatra, the rest of Java and Bali, Matahari uses contract transporters that are on its approved vendor list. As at 31 March 2013, there were over 63 stores in these areas and delivery frequency to the stores from three to six times a week, with the time required for deliveries to reach its destination ranging from two to ten days.

For transportation to East Indonesian regions including Sulawesi, Ambon, Kalimantan and Batam, goods are shipped using freight forwarders. Matahari uses eight several freight forwarders to cover shipments to 20 stores in East Indonesia as

Tinjauan Operasional

Operational Overview

Indonesia bagian Timur sampai dengan 31 Maret 2013. Waktu yang diperlukan untuk sampai ke tujuan bervariasi antara 12 dan 21 hari dengan frekuensi pengiriman satu sampai dua kali setiap minggu.

PEMASARAN

Periklanan dan Promosi

Matahari menggunakan berbagai jenis media dalam kegiatan periklanan dan promosi mereka, termasuk situs web, televisi dan radio. Khususnya, Matahari sangat fokus pada media iklan cetak seperti *direct mail*, surat kabar, majalah, spanduk dan selebaran. Matahari juga memiliki akun Facebook dan Twitter dan untuk ke depannya akan lebih memaksimalkan penggunaan akun ini untuk kegiatan promosi dan pemasarannya. Sampai dengan 31 Desember 2012, sebanyak 82,5% pemegang kartu *loyalty* Matahari memiliki telepon seluler. Hal ini memungkinkan Matahari menyokong kegiatan pemasaran mereka dengan kampanye pemasaran melalui SMS yang terarah. Pada tahun 2012, Matahari mengeluarkan 64% dari total pengeluaran pemasaran untuk media cetak (termasuk surat kabar dan majalah), 9% untuk iklan televisi dan radio, 12% untuk pengeluaran model dan fotografi dan 15% untuk pengeluaran lain-lain yang berhubungan dengan iklan. Pengeluaran pemasaran Matahari sebesar Rp104,1 miliar dan Rp142,4 miliar, berturut-turut, pada tahun 2011 dan 2012, di mana merupakan 1,1% dan 1,3% dari total penjualan kotor periode tersebut.

Manajemen meyakini kampanye periklanan telah berhasil membuat citra Matahari sebagai pemimpin pasar ritel yang memberikan nilai ekonomis kepada pelanggannya.

Sebagian besar kegiatan periklanan Matahari difokuskan pada promosi, menguatkan strategi mereka untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Matahari secara berkala mengadakan program *discount days* dengan menawarkan produk yang ditandai khusus dan "*bonus buys*" di mana pemasok konsinyasi ikut berpartisipasi. Matahari juga mengiklankan produk khusus pada waktu-waktu yang berbeda sepanjang tahun pada saat musim liburan dan pergantian musim atau untuk menghabiskan inventori musim sebelumnya. Dalam hubungannya dengan program diskon khusus, Matahari mengadakan kampanye iklan

at 31 March 2013. The time required for goods to reach their destinations average between 12 and 21 days with a shipping frequency of one to two times a week.

MARKETING

Advertising and Promotion

Matahari utilises a variety of media in its advertising and promotional activities, including its website, television and radio. In particular, Matahari has a strong focus on print advertising throughout the year by way of direct mail, newspapers, magazines, banners and handbills. Matahari also has Facebook and Twitter accounts and plans to more actively utilise these for future promotional and marketing activities. As at 31 December 2012, 82.5% of the Company's loyalty card members have mobile phones. This enables the Company to bolster its marketing activities with targeted SMS marketing campaigns. In 2012, the Company spent 64% of its marketing expenditure on print media (including newspapers and magazines), 9% on television and radio advertising, 12% on expenses relating to models and photography and 15% on other advertising related expenditure. The Company's marketing expenses were Rp104.1 billion and Rp142.4 billion, respectively, for 2011 and 2012, which represented 1.1% and 1.3%, respectively, of total Gross Sales during those periods.

Management believe that the Company's advertising campaigns have successfully established Matahari's image as a retail market leader which offers value for money to customers.

Much of the Company's advertising is "promotions" focused, reinforcing its strategy of providing its customers with good value. Matahari frequently has discount days with marked-down items and "bonus buys" in which consignment vendors frequently participate. Matahari also advertises specific merchandise at different times of the year to take advantage of holiday events and seasonal changes or to clear inventory from prior seasons. In connection with specific sales events, Matahari runs advertising campaigns that highlight certain items offered at attractive promotional prices. The Company's advertising

untuk menawarkan produk utama dengan harga promosi yang menarik. Program periklanan Matahari mencerminkan keluarga menengah Indonesia yang inspiratif, santai dan percaya diri dengan gaya hidup modern. Matahari menerbitkan katalog dan brosur yang dirancang untuk menguatkan merek gerai melalui penggunaan warna dan logo yang menarik perhatian.

Matahari juga mempromosikan merek gerai melalui penggunaan tas belanja yang menonjolkan nama dan logo khusus Matahari. Manajemen meyakini tas belanja tersebut yang digunakan kembali oleh banyak pelanggan, telah berhasil mempromosikan merek Matahari.

Matahari berupaya menghubungkan kegiatan periklanan mereka dengan program di setiap gerai melalui penataan produk dagangan yang menarik yang didisain untuk menarik pelanggan agar membeli produk tersebut. Contohnya, menggunakan pesan singkat yang besar dengan penataan tampilan yang menarik di etalase gerai yang menghadap ke mall atau jalan, penataan interior gerai dan material cetak yang sesuai dan penawaran lain pada saat pembelian.

Matahari memasarkan gerai-gerai mereka secara aktif pada saat “*major events*”, termasuk pembukaan gerai baru, perayaan ulang tahun dan liburan sekolah dan juga pada saat Lebaran, Natal, tahun ajaran baru sekolah dan Imlek, melalui surat kabar dan katalog, brosur dan spanduk. Matahari juga sangat aktif berpromosi pada saat program potongan harga produk-produk tertentu seperti *office fairs* dan ‘*back to school*’, dengan metargetkan keluarga yang memiliki putra putri yang masih merupakan seorang pelajar. Matahari juga mengadakan pemasaran selektif dengan menjual produk dengan harga sangat murah yang bertujuan menarik perhatian pelanggan tertentu berkunjung ke gerainya.

Pembukaan gerai baru menawarkan program promosi yang besar, khususnya di kota-kota kecil. Apabila Matahari merupakan *department store* yang pertama yang akan beroperasi dalam suatu wilayah, Matahari akan berkoordinasi dengan developer pusat perbelanjaan, karyawan lokal, dan

seeks to reflect the inspiring, upbeat and confident tone of the prosperous middle-income Indonesian family, enjoying a modern lifestyle. The Company publishes catalogues and flyers which are designed to reinforce the Company’s various store brands identified through the use of identifying colours and prominent logos.

Matahari also promotes the Company’s store brand through the use of shopping bags bearing the Company’s distinctive name and logo. Management believe the Company’s shopping bags, which are reused by many of the Company’s customers, have been successful in promoting the Company’s brand name.

Matahari seeks to connect its advertising activities with its in-store advertising through the consistent use of strong visual cues designed to encourage the Company’s customers to purchase its merchandise. Examples of this approach include using large, simple messages on windows facing the mall or road, feature walls and including harmonised print materials and other offers at the point of purchase.

Matahari actively markets its stores during “major events”, including new store openings, anniversaries and holidays and other events such as Lebaran, Christmas, ‘back to school’ and Chinese New Year, through newspapers and catalogues, flyers and banners. Matahari also markets more actively during major brand sales events such as office fairs and ‘back to school’ days, which target families with students returning to school. Matahari also engages in selective marketing which involves very low pricing on items that is aimed at attracting significant customer numbers to its stores.

Store openings offer major promotional opportunities, particularly in smaller cities and towns. When Matahari is the first major department store to open in an area, it will coordinate with the developer of the shopping centre or mall, local officials and its suppliers to sponsor a major celebration

Tinjauan Operasional

Operational Overview

pemasok untuk mensponsori perayaan besar-besaran yang disesuaikan dengan berbagai promosi di dalam gerai. Acara ini, dan media lokal yang meliputnya, membawa Matahari ke pusat perhatian dan mendorong penduduk sekitar untuk datang ke Matahari Department Store.

Layanan Pelanggan

Manajemen meyakini bahwa pelayanan pelanggan yang baik sangat penting bagi Matahari untuk terus menarik dan menjaga pelanggan untuk tetap setia.

Matahari telah mengimplementasikan program pelatihan dan pengembangan untuk karyawan untuk meningkatkan standar layanan pelanggan, termasuk pelatihan yang tidak hanya difokuskan secara spesifik pada layanan pelanggan, tapi juga memperluas kemampuan-kemampuan lainnya, seperti kemampuan berbahasa Inggris dan meningkatkan kepercayaan diri. Karyawan Matahari, seperti juga karyawan pribadi pemasok konsinyasi diberikan pelatihan untuk memahami arti layanan dari sudut pandang pelanggan dan untuk memenuhi dan melebihi harapan pelanggan. Untuk mengukur hasil yang didapat, Matahari mengadakan kunjungan evaluasi oleh supervisor secara berkala dan kunjungan “*mystery shopper*” yang tidak dikenal oleh karyawan gerai, yang melaporkan pengalaman belanja secara keseluruhan.

Semua karyawan gerai dan karyawan pemasok konsinyasi Matahari diharuskan memakai seragam, dan Matahari telah mengimplementasikan standar penampilan fisik dan tata rias wajah yang konsisten. Pemasok konsinyasi bertanggung jawab untuk memastikan setiap karyawan mereka telah memenuhi standar pelatihan dan presentasi.

Sudut informasi dan layanan di gerai-gerai Matahari tersedia untuk membantu pelanggan dengan berbagai pertanyaan, dan Matahari juga menyediakan berbagai fasilitas seperti kamar kecil, mushola, tempat duduk, parkir mobil dan layanan pembungkusan hadiah. Gerai Matahari juga mengadakan acara-acara spesial seperti pagelaran busana yang diyakini Manajemen akan meningkatkan pengalaman belanja yang menyenangkan pelanggan. Dengan luasnya jaringan Matahari yang memiliki gerai di seluruh Indonesia, pelanggan diberikan kemudahan untuk melakukan pembayaran suatu produk di

that is accompanied by various in-store promotions. These events, and the local press coverage that accompanies them, provide the new Matahari department stores significant local exposure and encourage local residents, who may be unaccustomed to Matahari to familiarise themselves with the new Matahari department store.

Customer Service

Management believe that good customer service is critical to the Company’s ability to continue to attract and retain loyal customers.

As such, the Company has implemented structured training and development programmes for its employees which seek to improve its standards of customer service, including training that is not only specifically focused on customer service, but also broader skills such as English language skills and building self confidence. The Company’s employees as well as personnel employed by consignment vendors are trained in understanding service from a customer’s perspective and to meet and exceed the Company’s customer’s expectations. To measure the Company’s performance, Matahari regularly schedules evaluation visits by supervisors and by “*mystery shoppers*” unknown to store personnel, who report on the overall shopping experience.

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

Information and service counters in Matahari’ stores are available to assist customers with any queries, and Matahari also provides various amenities such as restrooms, prayer rooms, sitting areas, car parking facilities and gift wrapping services. Matahari’ stores also hold special events such as fashion shows which Management believe enhances the shopping experience of its customers. As a result of the Company’s nationwide network, customers are also provided with the flexibility of paying for an item in one store but arranging for collection in another store. In line with industry

satu gerai tetapi mengambil produknya di gerai yang lain. Seiring dengan praktik industri ritel di Indonesia, Matahari tidak memberikan kebijaksanaan pengembalian produk yang sudah dibeli. Walaupun demikian, pelanggan dapat menukar produk yang sudah dibeli dalam waktu tujuh hari setelah pembelian (misal karena produk rusak, atau menukar warna dari produk yang sama).

Matahari Club Card

Faktor utama dari keberhasilan Matahari adalah program MCC *loyalty card*, yang pertama diluncurkan pada tahun 2000 untuk memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Setelah Matahari diakuisisi pada tahun 2010, MCC diluncurkan kembali pada Juni 2011 sebagai *loyalty program* khusus bagi pelanggan Matahari, yang menandai pemisahan Matahari dari MPP. Sebagai bagian dari peluncuran kembali, hadiah dan manfaat yang tersedia untuk para anggota ditingkatkan dan situs web khusus untuk pelanggan MCC juga diperkenalkan. Dengan lebih dari 2,4 juta anggota aktif sampai dengan 3 Desember 2012, Manajemen meyakini bahwa MCC adalah salah satu *loyalty program* yang terbesar di Indonesia dan terus bertumbuh. Pada tahun 2012, lebih dari 250.000 pendaftar baru ditambahkan pada data pemegang kartu MCC. Saat ini MCC menawarkan tiga tipe *loyalty card* kepada pelanggan – kartu regular (dimiliki oleh sebagian besar pemegang kartu MCC), *Premium Card* dan *Beauty Card*.

practice in Indonesia, the Company does not have a returns policy. However, customers may exchange goods within seven days of purchase (e.g. damaged merchandise, or exchanges for different colours of the same product).

Matahari Club Card

A key component of the Company's success has been the MCC *loyalty card* programme, which was first introduced in 2000 to cultivate long term relationships with customers.

Following the acquisition of Matahari in 2010, MCC was re-launched in June 2011 as a *loyalty programme* specifically for Matahari customers, which marked the Company's separation from MPP. As part of the re-launch, the rewards and benefits available to its members were upgraded and a website specifically for MCC customers was also introduced. With over 2.4 million active members as at 31 December 2012, Management believe that MCC is one of the largest department store *loyalty programmes* in Indonesia and is continuing to grow. In 2012, over 250,000 new subscribers were added to the MCC cardholder base. MCC currently offers customers a choice of three types of *loyalty cards* – a regular card (held by the majority of MCC cardholders), a premium card and a beauty card.



Tinjauan Operasional

Operational Overview

Pada tahun 2012, lebih dari 44,7% dari total penjualan kotor Matahari berasal dari anggota MCC. Pada tahun 2012, pelanggan MCC memiliki transaksi rata-rata senilai kurang lebih 65,3% lebih besar dari pelanggan non MCC. Khusus pelanggan MCC pemegang MCC *beauty card* memiliki nilai transaksi hampir dua kali lipat pelanggan non MCC.

Loyalty Program MCC memungkinkan Matahari mendapat akses untuk melihat pola belanja pelanggan setianya yang berjumlah lebih dari 2,4 juta jiwa. Data yang dikumpulkan melalui pelanggan pengguna kartu loyalty MCC memudahkan Matahari mengetahui informasi pelanggan termasuk pemilihan produk dan kebiasaan belanja. Tersedianya data tersebut memungkinkan Matahari untuk menargetkan program pemasaran pada gerai-gerai tertentu di hari-hari tertentu, dengan mengadakan komunikasi terhadap pelanggan melalui SMS. Matahari berencana untuk menyaring data lebih lanjut agar dapat memperoleh masukan yang berharga dalam proses pengambilan keputusan strategis menyangkut: (i) komposisi produk di gerai; (ii) harga; (iii) kemungkinan pembukaan gerai baru, lokasi dan ukurannya; (iv) strategi produk di gerai dan penataannya; dan (v) program periklanan dan promosi.

Pemegang kartu MCC menikmati berbagai manfaat seperti poin berhadiah berdasarkan pembelian, hubungan eksklusif dengan pihak ketiga dan kesempatan berbelanja eksklusif. Pemegang kartu MCC juga memperoleh potongan harga khusus untuk produk tertentu dan kesempatan untuk berpartisipasi pada program potongan harga pada hari-hari khusus di gerai-gerai. Pemegang *beauty card* dan *premium card* dikenakan biaya pendaftaran untuk mendapatkan manfaat tambahan, seperti 2% (1% untuk kartu reguler) potongan harga efektif untuk pembelian dengan penukaran poin, promosi potongan harga, potongan harga khusus dengan lebih dari 70 *merchants* dan asuransi kecelakaan cuma-cuma. Kartu tersebut tidak dapat digunakan sebagai kartu kredit, namun demikian untuk ke depannya bisa diwujudkan kerja sama dengan perusahaan kartu kredit. Matahari memberikan informasi tentang Matahari Club Card di seluruh gerai dan website mereka.

In 2012, over 44.7% of the Company's total Gross Sales were derived from MCC cardmembers. In 2012, MCC customers had an average transaction value that is approximately 65.3% larger than non-MCC customers. In particular, MCC beauty card customers have an average transaction value that is approximately double that of non-MCC customers.

The broad base of the MCC loyalty programme provides the Company with access and insight into the purchasing habits of over 2.4 million of its most loyal customers. Data collected through customers' use of the MCC loyalty cards enables the Company to track a variety of customer information including merchandise preferences and purchasing habits. The provision of customer data enables the Company to target its marketing programmes at specific stores on specific days, by way of communicating with customers via SMS. Management plans to further refine its MCC data mining capabilities so as to obtain valuable input in respect of strategic decisions regarding: (i) the merchandise mix of a store; (ii) pricing; (iii) new store opportunities, locations and sizes; (iv) in-store merchandising and display strategies; and (v) advertising and promotional programmes.

MCC cardholders enjoy various benefits such as rewards points based on purchases, exclusive third party tie-ins and exclusive shopping opportunities. Cardholders also receive special discounts on selected items and are eligible to participate in special discount days at the Company's stores. Holders of beauty and premium cards are charged a subscription fee in return for additional benefits, such as a 2% (as opposed to 1% for the regular card) effective rebate on purchases by way of redemption points, discount promotions, special discounts with over 70 merchants and free personal accident insurance. The card cannot be used as a credit card, although there is potential for future tie-ups with credit card companies. Matahari distributes information about the Matahari Club Card in its stores and on its website.



Tinjauan Fungsional

Functional Overview

TEKNOLOGI INFORMASI

Matahari telah berinvestasi selama beberapa tahun pada beberapa sistem perangkat lunak untuk mendukung operasi bisnisnya agar lebih efektif. Semua gerai terhubung melalui komputer biasa dengan jaringan luas yang memfasilitasi aliran informasi di antara gerai-gerai dan pusat-pusat distribusi, dan memungkinkan laporan penjualan dari seluruh Indonesia dikirim ke manajemen setiap hari.

Sistem Perangkat Lunak Inti

Matahari mengoperasikan rangkaian perangkat lunak yang canggih dan terintegrasi penuh satu sama lain sebagai tulang punggung TI untuk menghindari duplikasi kesalahan dan memperbaiki efisiensi operasional.

Merchandising System – Retek

Sistem Retek memonitor cakupan yang luas dari proses ritel inti Matahari, dimulai dari perencanaan produk yang dijual sampai kesesuaian faktur untuk pembayaran kepada pemasok. *Merchandising System* Retek adalah sistem manajemen produk yang mencatat dan mengontrol semua informasi bisnis ritel dan menyiapkan data akurat, konsisten untuk semua sistem yang terintegrasi. Sistem Retek terintegrasi dengan sistem keuangan dan manajemen gudang Matahari.

Sistem Akuntansi – Oracle Financial Accounting

Matahari menggunakan sistem perangkat lunak keuangan Oracles untuk mendukung persyaratan manajemen akuntansi mereka. Perangkat lunak ini memungkinkan Matahari menciptakan akun yang detail, dapat diaudit, dapat direkonsiliasi dari berbagai sumber sistem. Perangkat ini meliputi mesin transformasi akuntansi dengan validasi yang ekstensif ditambah tempat penyimpanan akuntansi dan peraturan. Tempat penyimpanan mempersiapkan kontrol yang terpusat, proses audit yang detail, dan mengakomodasi beragam perusahaan secara bersamaan, persyaratan manajemen dan pelaporan.

INFORMATION TECHNOLOGY

Matahari has invested over the years in several software systems to enable it to more effectively run its business operations. All of the Company's stores are linked through a common computer wide area network that facilitates the flow of information among stores and distribution centres, enabling nationwide sales reports to be sent to management on a daily basis.

Core Software Systems

The Company utilises a sophisticated set of software that are fully integrated with each other to provide an IT backbone which avoids duplication errors and improves the Company's efficiency of operations.

Merchandising System – Retek

The Retek System monitors a wide portion of the Company's core retail processes, starting from merchandise planning to invoice matching for suppliers' payments. The Retek Merchandising System is a merchandise management system which records and controls all retail business information and provides consistent, accurate data across all integrated systems. The Retek System is integrated with both the Company's financial and warehouse management systems.

Accounting system – Oracle Financial Accounting

The Company uses Oracle Financials software systems to support its accounting management requirements. The software enables the Company to create detailed, auditable, reconcilable accounts from a variety of source systems. It includes an accounting transformation engine with extensive validations plus accounting and rules repositories. The repositories provide centralised control, detailed audit trails, and simultaneously accommodates diverse corporate, management and reporting requirements.

Sistem pusat Distribusi – Manhattan

Matahari menggunakan *Manhattan Warehouse Management System* untuk mengelola operasi di pusat distribusi dan lebih efektif lagi untuk mengelola manajemen inventori dan proses pemesanan ulang.

Lain-lain

Peseroan juga menggunakan sistem perangkat lunak seperti Pro-Int (untuk SDM dan pembayaran gaji), AlphaPOS (untuk terminal point-of-sale), THOR (berhubungan dengan sistem *loyalty* Matahari Club Card) dan Lotus Notes (untuk sistem email)

Inisiatif Utama Infrastruktur TI Terbaru

Pada tahun 2010 dan 2011, Matahari melakukan investasi yang berarti pada proyek infrastruktur utama TI. Proyek infrastruktur ini memungkinkan Matahari mentransfer sistem inti perangkat lunak mereka ke perangkat keras yang lebih terjamin, dengan demikian menyelesaikan proses pemisahannya dari MPP. Perangkat keras yang lebih terjamin ditempatkan di pusat data yang dikelola oleh VisioNet.

Matahari juga berinvestasi untuk pusat pemulihan dari bencana, yang dikelola oleh pihak ketiga, yang berfungsi secara penuh pada basis yang berdiri sendiri dan menduplikasi semua perangkat keras dan lunak Matahari. Hal ini akan memungkinkan Matahari untuk merubah sistem ke pusat pemulihan dari bencana dan terus beroperasi, bila ada gangguan yang berarti pada pusat data yang ada. Mengingat posisi geografis Indonesia yang rawan bencana gempa bumi, manajemen mengambil keputusan ini sebagai strategi manajemen risiko yang penting.

Distribution centre system – Manhattan

The Company utilises the Manhattan Warehouse Management System to manage operations in its distribution centre and more effectively carry out inventory management and re-ordering processes.

Others

The Company also uses additional software systems such as Pro-Int (for its human resources and payroll operations), AlphaPOS (for its point-of-sale terminals), THOR (in relation to the Matahari Club Card loyalty systems) and Lotus Notes (for its email systems).

Recent major IT infrastructure initiative

In 2010 and 2011, the Company made a significant investment in a major IT infrastructure project. The infrastructure project enabled the Company to transfer its core software systems on to its own dedicated hardware, thereby completing its separation from MPP. The dedicated hardware is housed in a data centre managed by VisioNet.

The Company also invested in a disaster recovery centre, managed by a third party provider, which is fully functional on a standalone basis and which has a duplicate set-up of all of the Company's hardware and software. This will allow the Company to switch over to the disaster recovery centre and continue to operate in the event of any significant disruption to its existing data centre. Given Indonesia's geographic location it is prone to earthquakes and this is viewed by Management as an important risk management strategy.

Tinjauan Fungsional

Functional Overview

SUMBER DAYA MANUSIA

Departemen Sumber Daya Manusia Matahari memperluas program kompetensi juga mengatur penambahan tenaga kerja yang sejalan dengan pertumbuhan jumlah gerai. Sementara melanjutkan program pengembangan kinerja manajemen, Matahari pada tahun 2012 memperkuat pendekatannya untuk melanjutkan rencana suksesnya untuk menjawab tantangan pertumbuhan. Pokok pendekatan yang sukses antara Matahari dengan karyawan adalah berupa dukungan yang konsisten untuk asosiasi karyawan dan IKM di setiap gerai, serta mengatur Forum Bipartit berdasarkan ketetapan dan memberikan dukungan terhadap Koperasi Karyawan.

Menyadari bahwa karyawan adalah faktor penting, Matahari telah membangun lingkungan kerja yang produktif dan memotivasi melalui penerapan pendekatan tiga K: Komunitas, Konsultasi dan Komunikasi. Sebagai bagian dari proses ini, seluruh karyawan menandatangani pernyataan Kode Etik paling tidak setiap dua tahun sekali. Seluruh daya upaya dalam Manajemen Sumber Daya Manusia tersebut bertujuan agar Matahari menjadi dan dikenal sebagai Matahari yang berkualitas.

Susunan Karyawan

Matahari mempekerjakan 12.702 karyawan sampai dengan 31 Desember 2012, terdiri dari 11.985 karyawan di gerai dan 717 eksekutif, senior managers dan karyawan kantor pusat. Manajemen meyakini Matahari memiliki tenaga kerja yang penuh motivasi dan stabil, dengan tingkat rotasi karyawan sekitar 8,65% dan 6,16% pada tahun 2011 dan 2012. Matahari memberikan penilaian hubungan dengan karyawannya adalah baik. Tabel berikut merefleksikan jumlah karyawan Matahari pada tahun 2011 dan 2012.

HUMAN RESOURCES

The Human Resources Department at Matahari expanded both its competency programs as well as oversaw expansion of the workforce in line with the growth in store numbers. While continuing program development in the areas of performance management, the Company in 2012 strengthened its approach to succession planning to meet the challenges of growth. Central to Matahari's successful employee approach is consistently supporting the Employee Associations, IKM, in each store, conducting the Bipartite Forums on a regular basis and giving support to the Employee Cooperatives.

Recognizing that people are important, the Company has consistently fostered a productive and motivating work environment through application of a Three C's approach: Community, Consultation and Communication. Part of this process includes all employees signing the Code of Conduct at least every two years. Taken as a whole, all the efforts in Human Resources management aim at having Matahari be, and be recognized as, a quality employer.

Staffing

Matahari employed 12,702 employees as at 31 December 2012, consisting of 11,985 store personnel and 717 executives, senior managers and head office staff. Management believe Matahari has a motivated and stable workforce, with a staff turnover rate of approximately 8.65% and 6.16% in 2011 and 2012 respectively. Matahari considers its relations with its employees to be good. The following table reflects the number of Matahari' employees as at the dates indicated:

Pengelompokan Karyawan Berdasarkan Jabatan
Employee Classification by Grade

Keterangan	2012	2011	Description
Direktur	10	11	Director
General Manager	43	39	General Manager
Senior Manager	211	199	Senior Manager
Manager	390	351	Manager
Supervisor	1,352	1,179	Supervisor
Staff	10,696	9,795	Staff
Jumlah	12,702	11,574	Total

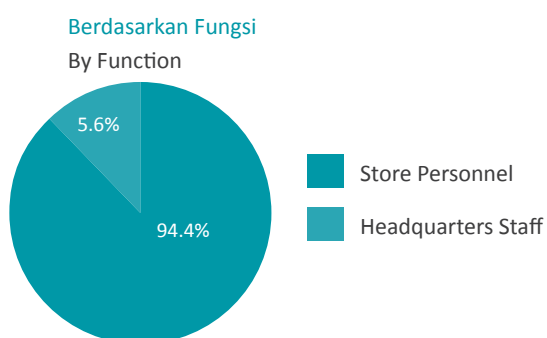
Pengelompokan Karyawan Berdasarkan Pendidikan Employee Classification by Educational

Keterangan	2012	2011	Description
S2	33	24	S2
S1	1,278	984	S1
D3	153	65	D3
D2	9	5	D2
D1	56	8	D1
SMA	11,152	10,477	SMA
SMP	21	11	SMP
Jumlah	12,702	11,574	Total

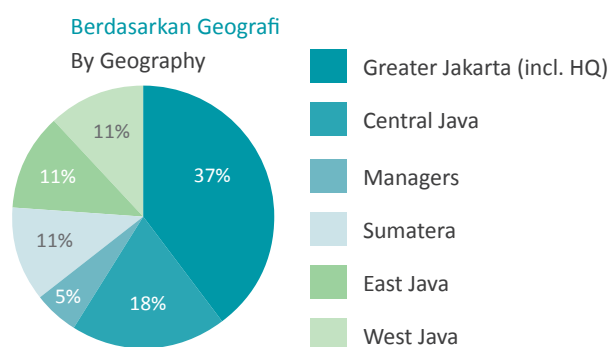
Pengelompokan Karyawan Berdasarkan Usia Employee Classification by Age

Keterangan	2012	2011	Description
<25	7,469	6,363	<25
26-30	803	801	26-30
31-35	1,019	1,205	31-35
36-40	1,950	1,931	36-40
40-45	977	916	40-45
>45	484	358	>45
Jumlah	12,702	11,574	Total

Rincian Karyawan di Tahun 2012 2012 Employee Breakdown



Pemasok konsinyasi merekrut sendiri penjaga gerai untuk menjual produk-produk mereka di gerai-gerai Matahari, mereka membeli seragam Matahari dan mengikutsertakan penjaga gerai mereka ke dalam pelatihan yang diadakan



Consignment vendors hire their own store personnel to sell Consignment Goods in Matahari stores, pay for Matahari uniforms and have them attend Matahari' training programmes to ensure that their staff comply with Matahari' service

Tinjauan Fungsional

Functional Overview

Matahari agar standar pelayanan Matahari terjaga. Manajemen memperkirakan jumlah karyawan konsinyasi pada tahun 2011 dan 2012 adalah masing-masing sekitar 30.500 dan 42.800 orang.

Jumlah karyawan penjualan yang dipekerjakan Matahari dan pemasok konsinyasi di gerai-gerai tertentu tergantung dari berbagai faktor, seperti ukuran luas gerai penjualan dan nilai penjualan kotor. Umumnya, semakin besar gerai, semakin banyak jumlah karyawan penjualan yang diperlukan setiap meter persegi-nya dan semakin tinggi nilai penjualan kotor, semakin banyak karyawan penjualan yang diperlukan. Matahari juga memonitor produktivitas dan intensitas pelayanan (dihitung dari luas per meter persegi yang dilayani oleh setiap karyawan penjualan) untuk setiap gerai dalam rangka mengoptimalkan tingkat pelayanan dan keuntungan. Contohnya, jika produktivitas dari karyawan penjualan di gerai tertentu biasanya tidak tinggi, hal ini mengindikasikan kebutuhan akan peningkatan karyawan penjualan untuk memaksimalkan penjualan.

Karyawan penjualan bekerja bergantian dalam dua *shift* karena gerai dibuka selama 12 jam dalam sehari. Beban tenaga kerja di Indonesia masih termasuk rendah dibandingkan di negara-negara berkembang lainnya. Sebagai hasilnya, pengeluaran tenaga kerja Matahari untuk karyawan penjualan di gerai adalah masing-masing 3,4% dan 3,6% dari penjualan kotor di tahun 2011 dan 2012.

Matahari juga mempekerjakan staf musiman untuk gerai mereka, terutama pada periode puncak kesibukan (contohnya Lebaran, awal tahun ajaran sekolah, Imlek dan Natal).

Pelatihan dan Suksesi Karyawan

Matahari telah merestrukturisasi program pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan kemampuan karyawan melayani pelanggan. Matahari melaksanakan pelatihan pada semua tingkatan karyawan dan terutama difokuskan pada pelatihan bagi para manajer. Program-program pelatihan

standards. Management estimate that the number of consignment staff in 2011 and 2012 was approximately 30,500 and 42,800 respectively.

The number of sales staff employed by the Company and by consignment vendors at any particular store depends on factors such as the store's retail selling space and Gross Sales. Generally, the larger the store, the more sales personnel required per square metre, and the higher the Gross Sales, the more sales staff required. The Company also monitors employee sales productivity and service intensity (being the number of square metres covered by each sales person) for each store in order to optimise service levels and profitability. For example, if the sales productivity of staff in a particular store is unusually high, this may indicate a need to increase the number of sales staff to maximise sales.

Sales staff are employed on two shifts since the Company's stores are typically open 12 hours a day. Cost of labour is still low in Indonesia as compared to the cost of labour in developed countries. As a result, the Company's labour expenses for the Company's store staff were 3.4% and 3.6% of Gross Sales for 2011 and 2012, respectively.

Matahari also employs temporary staff in its stores, particularly during peak periods (for example, during the Lebaran, 'back to school', Chinese New Year and Christmas periods).

Employee Training and Succession

The Company has structured training and development programme to develop employee skills with a focus on customer service. The Company implements training at all levels and particularly focuses on providing training to its managers. General training programmes include induction training for new

umum termasuk pelatihan untuk karyawan-karyawan baru sesuai kebijaksanaan dan prosedur Matahari, program “*train the trainers*” dan kursus bahasa Inggris. Karyawan penjualan diberikan pelatihan pelayanan pelanggan dan peningkatan kepercayaan diri. Para supervisor diberikan pelatihan yang berkaitan dengan kemampuan spesifik yang diperlukan untuk meningkatkan peran dan tanggung jawab, seperti menganalisa kebutuhan gerai. Para manajer dipersiapkan dengan program pelatihan menyangkut kemampuan interpersonal dan berpikir kreatif. Matahari juga mempunyai program pengembangan karir yang meliputi pelatihan kepemimpinan untuk store manager, asisten manajer, supervisor dan koordinator. Karyawan yang direkrut oleh pemasok konsinyasi juga diwajibkan mengikuti program pelatihan untuk memastikan standardisasi pelayanan pelanggan tetap konsisten dijalankan.

Matahari juga mengikutsertakan karyawannya ke program-program pengujian dan pelatihan yang dapat mengidentifikasi para karyawan yang memiliki potensi untuk menjadi bagian dari manajemen. Manajemen menekankan pada pengembangan dan retensi beberapa karyawan, terutama mereka yang memiliki potensi menjadi pemimpin, khususnya yang dapat memimpin ekspansi Matahari. Matahari telah mengembangkan sejumlah program pengujian dan pelatihan yang dapat mengidentifikasi sedini mungkin para karyawan yang berpotensi bergabung di jajaran manajemen.

Pada tahun 2011 dan 2012, total biaya yang dikeluarkan Matahari untuk kebutuhan pelatihan karyawan sepanjang tahun adalah masing-masing senilai Rp1,8 miliar dan Rp2,2 miliar.

employees on the Company’s policies and procedures, “train the trainers” programmes, and English courses. Sales staff are provided with training on customer service and building self confidence. Supervisors are provided with training related to the specific skills needed to carry out their roles and responsibilities, such as analysing store needs. Managers are provided with training programmes on topics such as interpersonal skills and creative thinking. The Company also has a career development programme which includes leadership training for store managers, assistant managers, supervisors and coordinators. Staff hired by consignment vendors are also required to undergo the Company’s training to ensure a consistent standard of customer service.

The Company also sends its employees to testing and training programmes that seek to identify those members of its staff which have potential to become management. Management places emphasis on the development and retention of such staff, particularly those with leadership potential, especially in light of the Company’s expansion plans. The Company has developed a number of testing and training programmes that seek to identify early on those members of its staff which have potential to become management.

In 2011 and 2012, the total cost spent by Matahari for the training needs of employees during the year amounted to Rp1.8 billion and Rp2.2 billion, respectively.

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

General Training:		
Induction Training	Pelatihan bagi karyawan baru untuk mengetahui peraturan perusahaan serta sistem kerja.	Training program for new employees on the Company's Policies and Procedures.
English Course	Meningkatkan kemampuan menggunakan bahasa Inggris dalam berkomunikasi.	Training program for improving English in everyday conversation.
Train The Trainer	Pelatihan bagi calon pelatih sesuai dengan keahlian masing-masing.	Comprehensive training programs for improving the quality of facilitators in each area of the business.
Presentation Technique	Meningkatkan kemampuan dalam mempersiapkan bahan presentasi, kemampuan membawakan presentasi.	Training program top improve the ability of making and presenting the presentation.
Supervisor Competencies Development:		
HR Supervisor Development	Pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan fungsi HR Supervisor.	Training HR supervisors to improve their ability and skills relating to MDS standards.
STAR Supervisor Development	Pelatihan bagi Supervisor terpilih untuk memahami dan melakukan analisa gerai.	Enhanced training for selected Supervisors to analyze store needs.
Supervisory Skills	Pelatihan untuk meningkatkan peran dan tanggung jawab Supervisor.	Training and development for Supervisors' roles and responsibilities.
The Way We Care	Pelatihan untuk mengenali dan meningkatkan konsep-konsep layanan.	Customer Service training.
Positive Thinking & Motivation Building	Memahami cara berpikir positif.	Training program to improve their ability to think positively.
Emotional Intelligence for Supervisor	Memahami hakekat kecerdasan emosi.	Training program to understand the emotional intelligence
Manager Competencies Development:		
Business Performance Analysis	Pelatihan untuk mengasah kemampuan jajaran manager untuk memahami peran dan tanggung jawabnya dalam meningkatkan kinerja.	Training to improve Managers' skills and understanding of their roles and responsibilities, and to improve performance.
Develop Others for Store Manager & Assistant Store Manager	Memahami cara melakukan coaching terhadap bawahan.	Training program to improve ability to coach the subordinate
Relationship Management	Pelatihan untuk masing-masing individu untuk dapat meningkatkan kualitas interaksi interpersonal.	Interpersonal Skills training.
Finance for Non Finance Manager	Memahami informasi akuntansi, cost containment & profit maximization.	Understanding accountancy information, cost containment & profit maximization
Creativity Workshop for VM	Memahami design thinking dalam bisnis.	Training to improve the quality of creative thinking.
Knowledge Sharing: 5 S (Sort, Straighten, Shine, Standardize, Sustain)	Memahami pentingnya menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, aman melalui penerapan 5 S.	Understanding the importance of creating comfortable working environment through 5S.
Career Development Program (CDP):		
CDP: - Coordinator - Supervisor - Assistant Store Manager - Store Manager - Regional 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.

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

Penyelenggara/Vendor	Pelatihan/Training	Tanggal/Date
Husin Group	Future Talent	30-31 January 2012
Asprinet	Procurement and Contracting Strategy	24-25 February 2012
Dunamis	MAKE: Study Nomination	14 March 2012
Dunamis	7 Habits For Manger	20-21 March 2012
Shifthink	Emotion For Success	29-31 March 2012
Markplus	One Day Seminar Customer Service	3 April 2012
Dunamis	7 Habits (Signature)	11-13 April 2012
Prasmul	Strategic Business Analysis	24-25 April 2012
Dunamis	Leadership	19-21 May 2012
Value Consult	Modern Office Administration	21-22 May 2012
Executrain	PPT 2007 Intermediate	22 May 2012
Asprinet	Fundamental Supervisory Skill	22-23 May 2012
Imac Centre	Workshop Nasional TKA	28-29 May 2012
ECGL	Integrated Risk Management	6-8 June 2012
Dunamis	7 Habits (Signature)	20-22 June 2012
Andalan Teknik	SQL 2008	25-29 June 2012
360 BSI	Professional Proposal	4-5 July 2012
Dunamis	Leadership	4-6 July 2012
Tempo	KPI With Balanced Scorecard	5-6 July 2012
HRM	Man Power Planning	21 July 2012
WM Global	Managing Training Function	6 August 2012
Tempo	Office Management & Filling Management	31 August 2012
PPM Manajemen	Problem Solving and Decision making	3-7 September 2012
Value Consult	Termination of Employment	26 September 2012
ECGL	Leadership For Highly Performance	26-28 September 2012
Dunamis	Distinct Job Profile	9-10 October 2012
Value Consult	Training Need Analysis	8-9 November 2012
Value Consult	Excellent Automation Process with Visual Basic Application for Excel 2007	12-13 November 2012
Mercer	Compensation Management	13-14 November 2012
Apindo	Industrial Relation Certification Program (IRCP)	20-24 November 2012
Dunamis	Leadership	5-7 December 2012

Melalui konsultasi, dengan pelanggan, dengan karyawan dan dalam jaringan gerai, Matahari telah mempelajari apa yang berhasil dilakukan untuk pelanggan, bagaimana karyawan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan pada akhirnya bagaimana Matahari dapat memenangkan persaingan. Untuk itu, dua survei menyangkut kinerja karyawan diadakan setiap tahun dan penilaian penting yang paling rendah nilainya akan

It is through consultation, with customers, with employees and within the store network that Matahari has learned what works with customers, how employees can better deliver a quality service and ultimately how Matahari can maintain a strong competitive position. In particular, two employee surveys are conducted each year and the lowest yet important measures become the focus of improvement efforts. Further, as part of

Tinjauan Fungsional

Functional Overview

menjadi fokus usaha perbaikan. Selanjutnya, sebagai bagian dari upaya departemen SDM menyangkut pengembangan dan perbaikan, survei diberikan kepada departemen-departemen lain untuk mencari tahu sejauh mana departemen SDM berhasil menjalankan misinya.

Salah satu hasil utama survei karyawan, dan kunjungan ke kurang lebih 60 gerai dalam satu tahun oleh Direktur SDM, adalah upaya untuk meningkatkan fasilitas kantor karyawan yang sesuai dengan standar. Menyangkut usia gerai yang berbeda dan peraturan penyewaan, karyawan di beberapa gerai memerlukan waktu istirahat yang lebih baik, tempat istirahat dan layanan untuk beristirahat secara efektif, menambah semangat dan memenuhi kebutuhan mereka. Penilaian ini dan lainnya yang didapat melalui konsultasi, akan bertransformasi menjadi tingkat motivasi penjualan yang lebih tinggi dan rasa memiliki dan kebanggaan karyawan terhadap Matahari yang lebih baik.

the Human Resources Department efforts at development and improvement, we send out surveys to other departments asking how well the Human Resources Department is succeeding in its mission.

One major result of employee surveys, and visits to about 60 stores per year by the HR Director, was an effort to improve and standardize employee back office facilities. Due to differing store ages and leasing arrangements, employees at some stores require better break-time, locker and other services to effectively relax, recharge their engines, and receive attention to their needs. These and other measures arrived at through consultation, will translate into higher sales motivation and a greater sense of belonging and pride.



Manajemen Prestasi

Matahari mengevaluasi karyawannya secara teratur dengan penilaian prestasi dan penilaian kompetensi. Penilaian prestasi meliputi pengukuran kuantitatif dari prestasi karyawan dengan referensi indikator kunci seperti target penjualan, profesionalisme dan kepemimpinan. Penilaian kompetensi mengevaluasi kompetensi khusus karyawan dan mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan untuk mencapai prestasi yang memuaskan. Berdasarkan penilaian prestasi dan penilaian kompetensi, Matahari dapat mengidentifikasi karyawan terbaik dan menempatkan karyawan pada posisi yang paling sesuai untuk mereka.

Bonus karyawan, kenaikan gaji dan promosi dikaitkan dengan prestasi pekerjaan. Matahari juga telah memiliki program-program penghargaan yang memiliki sentuhan pribadi untuk hubungan internal Matahari dan karyawan melalui ucapan-ucapan selamat, penghargaan pelayanan tahunan dan ucapan selamat ulang tahun, juga ucapan bela sungkawa.

Manajemen meyakini bahwa dengan memiliki langkah-langkah di atas adalah penting untuk perekrutan dan retensi karyawan yang sesuai, demikian juga untuk memastikan program kelanjutan manajemen berjalan .

Hubungan Karyawan

Sesuai dengan peraturan di Indonesia, semua karyawan Matahari berhak atas manfaat pensiun di bawah program Jaminan Tenaga kerja (Jamsostek). Program ini memerlukan kontribusi sebesar 5,7% dari gaji kotor karyawan, di mana sebesar 2% datang langsung dari karyawan. Selain dari kontribusi sebesar 3,7% dari gaji kotor, Matahari tidak mempunyai kewajiban menyiapkan pembayaran untuk karyawan-karyawannya di luar program ini.

Untuk menambah retensi, Matahari menawarkan bonus dan insentif lain, termasuk program kepemilikan mobil (sesuai dengan tingkat grade karyawan), pemeliharaan kesehatan, asuransi jiwa dan cuti hamil.

Performance Management

The Company regularly evaluates its personnel with performance appraisals and competency assessments. Performance appraisals include a quantitative measurement of an employee's performance with reference to key indicators such as sales targets, professionalism and leadership. Competency assessments evaluate particular employees' competencies and identify where improvement is needed to achieve satisfactory performance. Based on performance appraisals and competency assessments, Matahari is able to identify outstanding employees and place such employees in positions for which they are most suited.

Employee bonuses, salary increments and promotions are tied to their job performance. Matahari also has recognition reward programmes in place which provide a personal touch to internal corporate relations through congratulatory notes, service year rewards and birthday greetings, as well as condolence cards and notices.

Management believe that having the above steps in place are important to enable the hiring and retention of suitable employees as well as to ensure that a management continuity programme is in place.

Employee Relations

In accordance with regulations in Indonesia, all of the Company's employees are entitled to pension benefits under the Man Power Social Security Programme (Jaminan Sosial Tenaga Kerja – Jamsostek). The programme requires a contribution of 5.7% of employees' gross salary, of which 2% come directly from the employees. Other than a contribution of 3.7% of employees' gross salary, the Company has no obligations to provide payments to its employees under this programme.

To increase retention, Matahari offers bonuses and other incentives, including a car ownership programme (in accordance with the employee's grade level), healthcare, life insurance and maternity leave.

Tinjauan Fungsional

Functional Overview

Pada tahun 2002, Matahari mendirikan organisasi yang dikenal sebagai forum BIPARTIT untuk memfasilitasi komunikasi antara manajemen dan karyawan, dan memberikan izin kepada manajemen lokal dalam organisasi Matahari untuk langsung mengatasi berbagai masalah yang timbul di tempat kerja tanpa campur tangan pihak ketiga atau serikat. Matahari tidak pernah mempunyai masalah yang berarti dengan karyawan sejak forum ini dikembangkan, dan juga tidak ada permasalahan yang berarti dengan karyawan untuk beberapa tahun terakhir.

Karena Matahari tidak memiliki Serikat, mereka mendirikan Lembaga Kerja Sama (LKS) untuk memediasi perselisihan antara manajemen dan karyawan. LKS dibentuk dengan minimum tiga perwakilan karyawan dan tiga perwakilan manajemen. LKS tidak dapat dipertahankan setelah ditinjau dan kemudian dibubarkan oleh Departemen Tenaga Kerja Republik Indonesia.

Sebagai tambahan, untuk meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan karyawan, Matahari mendirikan Ikatan Karyawan Mandiri atau IKM pada tahun 2003, di mana ikatan tersebut mengorganisasikan olah raga, kegiatan keagamaan, sosial dan peristiwa-peristiwa lain untuk seluruh karyawan. Semua karyawan Matahari secara otomatis menjadi anggota IKM.

Prospek untuk Tahun 2013

Untuk tahun 2013, Departemen Sumber Daya Manusia telah bersiap dengan baik untuk mencapai tujuan, target, serta visi dan misi Matahari. Departemen Sumber Daya Manusia difokuskan untuk memastikan proses perekrutan dan program pelatihan, rotasi manajemen dan hal-hal terkait lainnya telah memenuhi persyaratan untuk pembukaan gerai baru. Matahari juga memperbaharui dan melakukan program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan untuk gerai, logistik, *merchandising*, dan *back-office support*.

In 2002, Matahari developed an organisation known as the BIPARTIT Forum to facilitate communication between management and employees, and to permit local management within the Company's organisation to directly address workplace issues without third party or union involvement. Matahari has not experienced any significant labour disturbances since developing this forum, and has not experienced any significant labour disturbances for several years.

While Matahari has no unions, it has set up the Lembaga Kerjasama or Cooperation Body ("LKS") to mediate disputes between management and employees. LKS is made up of minimum three employee representatives and three management representatives. Cases that LKS is unable to settle are forwarded to the Indonesia Department of Labour for review and settlement.

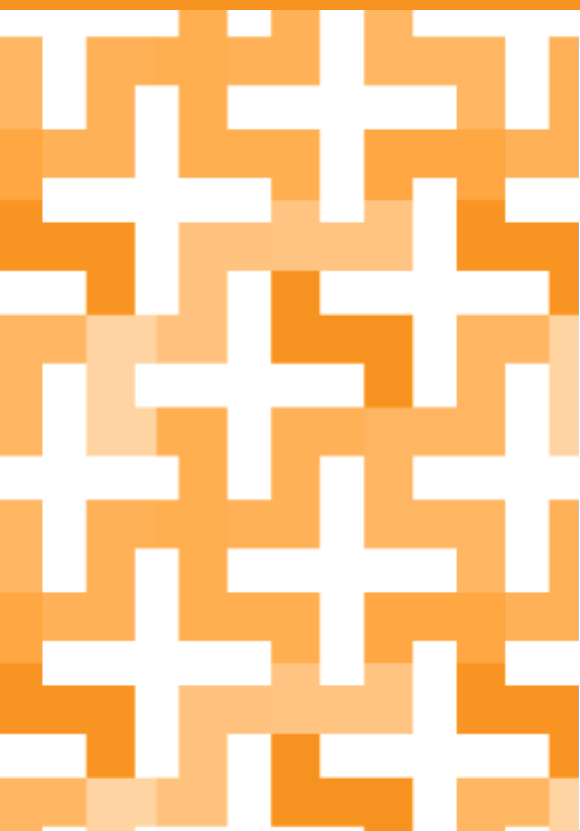
Additionally, to foster better relations with its employees, Matahari established the Matahari Employee Association (Ikatan Karyawan Matahari or "IKM") in 2003, which organises sporting, religious, social, and other events for its employees. All the Company's employees are automatically members of IKM.

Outlook for 2013

For 2013, the Human Resources Department is well prepared to meet Company objectives, targets and its vision and mission. The Human Resources Department is focused on ensuring our hiring and training programs, management rotation and other personnel matters meet the requirements of the new store openings. We are also refreshing and conducting training programs in line with employee and Company needs in the stores, logistics, merchandising and back-office support.







Analisa & Pembahasan Manajemen

Management Discussion
& Analysis



Kinerja Keuangan

Financial Review

Matahari terus membangun jaringan gerainya dan saat ini berencana untuk membuka sekitar 15 gerai per tahun pada periode tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.

Matahari continues to build its pipeline of store openings and currently plans to open approximately 15 stores a year in the period from 2013 to 2015.

SEKILAS MATAHARI

Matahari merupakan operator *department store* terbesar di Indonesia berdasarkan nilai penjualan ritel dengan pangsa pasar 31,6% di sektor ritel *department store* pada tahun 2011 (sumber: Euromonitor, November 2012). Matahari memiliki jaringan *department store* terluas di Indonesia dengan 116 gerai yang mencakup ruang gerai dengan luas total sekitar 750.000 meter persegi di lebih dari 50 kota di seluruh Indonesia sampai dengan 31 Maret 2013. Luas setiap gerai Matahari berkisar antara 5.000 hingga 9.000 meter persegi. Dengan lebih dari 2,4 juta anggota aktif hingga pada tanggal 31 Desember 2012, Matahari memiliki salah satu *loyalty program* terbesar di negeri ini, yaitu Matahari Club Card atau MCC.

Strategi Matahari adalah memberikan nilai yang baik bagi pelanggan, dengan menawarkan pilihan produk *fashion* yang sangat beragam dan berkualitas 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 di dalam satu gerai. Sampai dengan tanggal 31 Desember 2012, Matahari menawarkan lebih dari 90.000 SKU (unit stok produk) untuk produk ritel (DP) dan lebih dari 200.000 SKU produk konsinyasi (CV) dengan kategori produk meliputi busana pria, wanita dan anak-anak, sepatu, peralatan rumah tangga, kosmetik dan aksesoris.

OVERVIEW OF MATAHARI

Matahari is Indonesia's largest department store operator by retail value sales with a market share of 31.6% of the department store retail sector in 2011 (source: Euromonitor, November 2012). Matahari has the most extensive department store networks in Indonesia with 116 stores covering a total store space of approximately 750,000 square metres in over 50 cities across Indonesia as at 31 March 2013. Matahari stores typically range from 5,000 to 9,000 square metres in size. With over 2.4 million active members as at 31 December 2012, 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 good value, by offering a large selection of fashionable and 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 Matahari to appeal to the tastes of all members of a typical middle income Indonesian family in a single store. As at 31 December 2012, Matahari offered more than 90,000 SKUs for its DP Goods, and Management estimate that there are more than 200,000 SKUs of Consignment Goods offered across its stores, 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) margin konsinyasi dari penjualan produk konsinyasi (CV sales) dan (ii) penjualan ritel (DP sales). Pada tahun 2012, sebesar 70,9% dari nilai Penjualan Kotor Perseroan merupakan hasil dari penjualan produk konsinyasi dan 29,1% adalah hasil penjualan ritel. Karena pemasok konsinyasi mengelola sendiri persediaan mereka (memiliki persediaan produk sampai saat penjualan) dan menanggung biaya-biaya pembelian, penggajian, modal kerja, distribusi, pergudangan dan biaya lainnya, kontribusi margin efektif bagi Matahari untuk produk konsinyasi dan produk ritel relatif sama.

Matahari membuka 9 gerai baru di tahun 2011 dan 13 gerai baru di tahun 2012. 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 dan saat ini berencana untuk membuka sekitar 15 gerai per tahun pada periode tahun 2013 sampai dengan tahun 2015. Termasuk 15 gerai yang diharapkan akan dibuka pada tahun 2013, Matahari telah mengidentifikasi lebih dari 50 lokasi yang berpotensi untuk pembukaan gerai baru dan terus secara konsisten mengevaluasi lokasi strategis lainnya yang berpeluang untuk meningkatkan jumlah gerai sesuai dengan rencana pengembangan usaha. Matahari berencana untuk terus mengembangkan jaringannya baik di kota-kota di mana Matahari telah hadir maupun memperluas ke lokasi-lokasi baru di seluruh Indonesia.

PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN

Perseroan menyajikan tambahan data keuangan ini sehingga para pemegang saham dapat memperoleh informasi atas parameter yang digunakan Manajemen untuk mengukur kinerja usahanya. Manajemen percaya bahwa parameter tersebut merupakan tambahan yang bermanfaat bagi data keuangan yang disajikan berdasarkan IFAS sebagai ukuran sejarah kinerja operasional Perseroan dan kemampuannya untuk menghasilkan tunai dari aktivitas operasional. Data ini disesuaikan untuk (i) dampak dari biaya berulang (*recurring cost*) yang dianggap

Matahari customises its merchandise mix and the mix between DP Goods and Consignment Goods for each store in accordance with the store's local target market and its judgement of appropriate price points for that market. Matahari generates revenues from (i) consignment margins from CV Sales and (ii) DP Sales. For 2012, 70.9% of the Company's Gross Sales was CV Sales and 29.1% was DP Sales. Since consignment vendors maintain their own inventory (owning the merchandise until time of sale) and bear all purchasing, payroll, working capital, distribution, warehousing and certain other costs, the effective contribution margins for Consignment Goods and DP Goods for Matahari are similar.

Matahari opened 9 new stores in 2011 and 13 new stores in 2012. Management believe that the Indonesian department store market is underserved, particularly given the size and rate of growth of the middle income segment, and see significant opportunities to further expand Matahari' store network. Matahari continues to build its pipeline of store openings and currently plans to open approximately 15 stores a year in the period from 2013 to 2015. Including the 15 stores it expects to open in 2013, Matahari has identified more than 50 possible sites for stores and is constantly evaluating site possibilities to increase the number of sites which may lead to store openings in accordance with its expansion plan. The Company plans to further grow its network in cities where it has an existing presence and expand into new locations across Indonesia.

MEASURES OF FINANCIAL PERFORMANCE

The Company has provided this supplemental financial data so that shareholders are provided with the information that Management use to measure the performance of the business. Management believe that these measures are useful supplements to the financial data presented under IFAS as a measure of the Company's historical operating performance and its ability to generate cash from operations. This data is adjusted for (i) the effects of recurring costs that Management consider non-operating and (ii) non-recurring costs and charges



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 proses penggabungan Perseroan dengan MI pada tahun 2011 dan *refinancing* dan pelunasan *Vendor Loan* pada tahun 2012.

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

Dalam miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain/Rp billions unless otherwise stated

	2012	2011
Penjualan Kotor/Gross Sales	10,884.0	9,247.2
Penjualan Kotor yang Disesuaikan/Adjusted Gross Profit	3,685.3	3,116.2
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan (%)/Adjusted Gross Profit Margin (%)	33.9	33.7
Beban Usaha yang Disesuaikan/Adjusted Operating Expenses	2,046.8	1,797.0
EBIT yang Disesuaikan/Adjusted EBIT	1,638.5	1,319.2
Marjin EBIT yang Disesuaikan (%)/Adjusted EBIT Margin (%)	15.1	14.3
EBITDA yang Disesuaikan/Adjusted EBITDA	1,818.6	1,478.8
Marjin EBITDA yang Disesuaikan (%)/Adjusted EBITDA Margin (%)	16.7	16.0
EBITDAR yang Disesuaikan/Adjusted EBITDAR	2,513.1	2,108.2
Marjin EBITDAR yang Disesuaikan (%)/Adjusted EBITDAR Margin (%)	23.1	22.8
Pertumbuhan penjualan pada gerai yang sama (%)/SSSG (Same Store Sales Growth) (%)	11.1	13.6
Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Ritel (Rp ribu)/ Gross Sales per square metre of Retail Space (Rp thousands)	15,466	14,461

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

that impact the Company's net profit. Recurring costs primarily comprise non-cash employee benefits obligations. Nonrecurring costs and charges are attributable to the Merger of the Company with MI in 2011 and the refinancing and repayment in 2012 of Vendor Loan.

This supplemental data includes the following measures that are non-GAAP measures including Gross 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.

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

Kinerja Keuangan

Financial Performance

Penjualan Kotor

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

Rekonsiliasi Antara Pendapatan Bersih dengan Penjualan Kotor

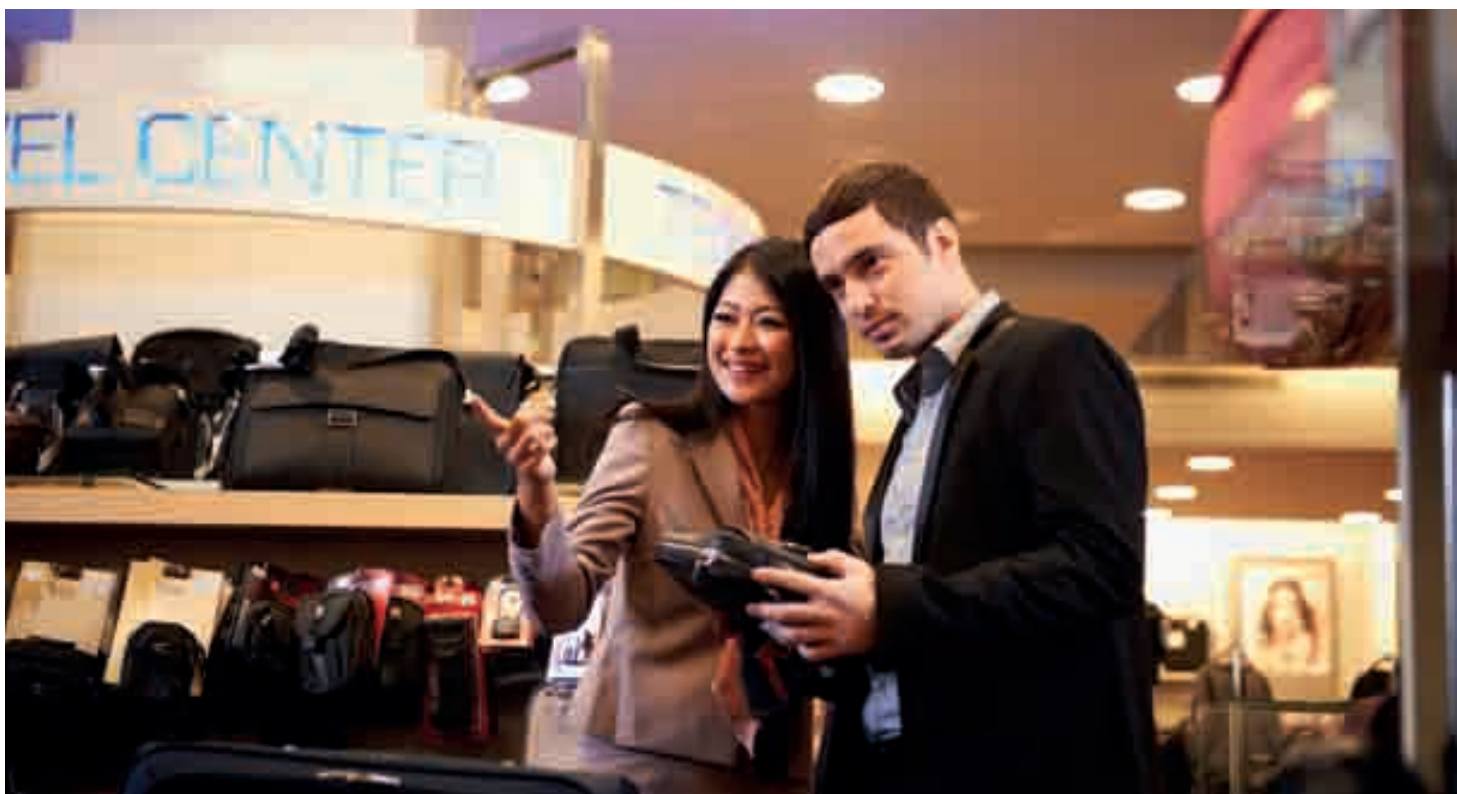
Tabel berikut ini menyajikan rekonsiliasi antara pendapatan bersih, dengan ukuran GAAP dan Penjualan Kotor, dengan ukuran non-GAAP. Pendapatan bersih terdiri dari penjualan ritel, pendapatan bersih dari penjualan Produk Konsinyasi dan pendapatan jasa. Pendapatan bersih merupakan baris akun pada pernyataan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

Gross Sales

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

Reconciliation from Net Revenue to Gross Sales

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



Dalam miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain/Rp billions unless otherwise stated

	2012	2011
Pendapatan Bersih/Net Revenue	5,616.9	4,700.7
Beban penjualan Konsinyasi/CV cost of sales ⁽¹⁾	5,305.3	4,550.3
Nilai Akrua poin <i>reward</i> MCC/Accrued value of MCC reward points ⁽²⁾	(3.0)	22.7
Pendapatan pusat distribusi/Distribution centre revenue ⁽³⁾	(34.7)	(26.0)
Pendapatan jasa konsultasi/Consultant fee income ⁽⁴⁾	(0.5)	(0.5)
Gross Sales	10,884.0	9,247.2

- (1) Beban Penjualan Pemasok Konsinyasi ("Beban penjualan CV") adalah proporsi Penjualan Kotor yang dikirimkan kepada pemasok konsinyasi. Sebagaimana diungkapkan dalam Catatan 2 pada laporan keuangan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2011 dan 2012 yang merupakan bagian dari Laporan Tahunan ini, pendapatan komisi penjualan konsinyasi dibukukan sebesar jumlah penjualan produk konsinyasi kepada pelanggan dikurangi jumlah yang terhutang kepada pemilik (consignors). Consignment Vendor 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 2011 and 2012 included elsewhere in this Annual Report, revenues from consignment sales are recorded at the amount of sales of consigned goods to customers less amounts payable to consignors.
- (2) Potongan terkait poin *reward* MCC ditambahkan kembali untuk menghitung nilai Penjualan Kotor karena diperlakukan sebagai beban pemasaran dalam laporan manajemen internal Perseroan. Pada tahun 2012, Perseroan memperbarui tingkat penebusan yang digunakan dalam perhitungan penghasilan tangguhan terkait dengan poin *reward* MCC berdasarkan tarif penebusan aktual tahun 2012. Hal ini mengakibatkan kredit terhadap nilai yang masih harus dibayar poin *reward* MCC yang dicatat pada tahun 2012. Poin *reward* MCC dapat dikonversi menjadi kupon yang diberikan kepada pelanggan dan nilai kupon diperlakukan sebagai pendapatan ditangguhkan pada laporan posisi keuangan Perseroan sampai kupon tersebut ditebus dan dipertanggungjawabkan sesuai dengan kebijakan penghasilan tangguhan Perseroan. The accrued value of MCC reward points is added back to calculate Gross Sales because it is treated as a marketing expense in the Company's internal management reports. In 2012, the Company updated the rate of redemption used in the calculation of deferred income related to MCC reward points based on actual redemption rates in 2012. This resulted in a credit toward the accrued value of MCC reward points being recorded in 2012. MCC reward points can be converted into vouchers and the value of the vouchers is treated as deferred income on the Company's statement of financial position until the voucher is redeemed and accounted for according to the Company's deferred income policy.
- (3) Pendapatan pusat distribusi terdiri dari biaya layanan yang dibayarkan kepada Perseroan, terutama oleh pemasok konsinyasi, untuk penggunaan pusat distribusi dan pusat logistik milik Perseroan dalam proses pendistribusian produk mereka ke gerai-gerai Perseroan. Pendapatan pusat distribusi dikurangi dari pendapatan bersih sebagai rekonsiliasi terhadap Penjualan Kotor karena tidak berasal dari penjualan oleh gerai Perseroan. Pendapatan pusat distribusi disertakan sebagai biaya pendapatan jasa bersih. Distribution centre revenue comprises the service fees paid to the Company, principally by consignment vendors, for the use of the Company's distribution centre and logistics centre to deliver their products to the Company's stores. Distribution centre revenue is subtracted from net revenue in the reconciliation to Gross Sales because it does not arise from sales by the Company's stores. Distribution centre revenue is included as service fees in net revenue.
- (4) Pendapatan jasa konsultasi terdiri dari biaya yang dibayarkan oleh MAC ke Matahari untuk penyediaan laporan mengenai sektor ritel di Indonesia yang hanya berisi data publik yang tersedia di pasar secara keseluruhan dan pemain kunci di sektor ritel termasuk Perseroan dan pesaingnya. Pendapatan jasa konsultasi dikurangi dari pendapatan bersih sebagai rekonsiliasi terhadap Penjualan Kotor karena tidak berasal dari penjualan oleh gerai Perseroan. Consultant fee income comprises fees paid by MAC to Matahari for the provision of reports on the Indonesian retail sector containing only publicly available data on the overall market and key players in the sector including the Company and its competitors. Consultant fee income is subtracted from net revenue in the reconciliation to Gross Sales because it does not arise from sales by the Company's stores.

Komponen Penjualan Kotor

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

Components of Gross Sales

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

Dalam miliar Rupiah kecuali dinyatakan lain/Rp billions unless otherwise stated

	2012	2011
Penjualan Ritel/DP Sales ⁽¹⁾	3,171.9	2,618.1
Sebagai persentase dari Penjualan Kotor/As a percentage of Gross Sales	29.1	28.3
Kenaikan Penjualan Ritel (%) / Increase in DP Sales (%)	21.2	10.5
Penjualan Konsinyasi/CV Sales	7,712.1	6,629.1
Sebagai persentase dari Penjualan Kotor/As a percentage of Gross Sales	70.9	71.7
Kenaikan Penjualan Konsinyasi (%) / Increase in CV Sales (%)	16.3	19.7

- (1) Penjualan Ritel di sini berbeda dari penjualan ritel yang masuk dalam baris akun laporan keuangan historis Perseroan yang diaudit yang berisi sejumlah kecil pendapatan tahun 2011 dari program loyalitas MCC selama dua tahun yang jumlahnya tidak material. DP Sales differs from retail sales (a line item in the Company's audited historical financial statements) because retail sales includes small amounts of revenue from the MCC loyalty programme in all two years in 2011. These amounts are not material.

Kinerja Keuangan Financial Performance

Penjualan Kotor menurut segmen geografis

Tabel berikut menyajikan Penjualan Kotor menurut segmen geografis.

Gross Sales by geographical segment

The following table sets forth Gross Sales by geographical segment.

Tahun yang berakhir Desember/Years ended December				
	2012	2011	2012	2011
	Miliar Rp/Rp billions		Kenaikan/Increase (%)	
Java	6,736.5	5,769.4	16.8	16.3
Sumatra	1,772.9	1,516.0	16.9	24.2
Kalimantan, Sulawesi and Maluku	1,835.4	1,498.5	22.5	14.9
Others	539.2	463.3	16.4	10.3

Tabel berikut menyajikan Penjualan Kotor untuk periode tahun 2007-2012. Angka penjualan kotor tahun 2007-2009 adalah angka yang dicapai Matahari sebelum menjadi perusahaan yang berdiri sendiri dan merupakan divisi *department store* dari Matahari Putra Prima (MPP).

The following table sets forth Gross Sales for 2007 to 2012. Gross Sales figures for 2007 to 2009 are from before Matahari was a standalone company and were reported by MPP with respect to its department store division.

Peningkatan Penjualan Kotor 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 selama satu tahun buku (SSSG) dan gerai yang baru dibuka pada tahun 2012.

Increases in Gross 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.

Tahun yang berakhir 31 Desember/Years ended 31 December						
	2012	2011	2010	2009 ⁽¹⁾	2008 ⁽¹⁾	2007 ⁽¹⁾
	Dalam miliar Rupiah, kecuali dinyatakan lain/Rp billions, unless otherwise stated					
Penjualan Kotor/ Gross Sales	10,884.0	9,247.2	7,907.1	6,919.5	5,959.0	4,993.2
Kenaikan Penjualan Kotor/ Increase in Gross Sales (%)	17.7	16.9	14.3 ⁽¹⁾	16.1	19.3	12.9

- (1) Angka Penjualan Kotor untuk tahun 2007-2009 dilaporkan oleh MPP sebagai bagian dari divisi *department store* MPP. KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (anggota jaringan global PwC) tidak terlibat untuk mengaudit, mereview atau menerapkan prosedur apapun terhadap informasi keuangan untuk tahun 2007, 2008 dan 2009. Gross Sales figures for 2007 to 2009 were reported on by MPP with respect to its department store division. KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member of PwC global network) were not engaged to audit, review or apply any procedures to the financial information for 2007, 2008 and 2009.



Pembahasan

Peningkatan Penjualan Kotor pada periode tahun 2007-2012 terjadi karena peningkatan produktivitas gerai yang ada dan penambahan gerai baru terutama disebabkan meningkatnya perekonomian Indonesia serta meluasnya segmen berpenghasilan menengah yang menjadi target pelanggan Perseroan. Sejalan dengan perluasan basis pelanggan yang menjadi target dan permintaan yang meningkat, Perseroan telah meningkatkan penawarannya dengan menyesuaikan kombinasi produk yang dijual untuk lebih memenuhi harapan pelanggan. Perseroan juga melakukan program renovasi gerai untuk menciptakan suasana gerai yang lebih menarik bagi pelanggan. Peningkatan terhadap kombinasi produk dan program renovasi gerai telah mendorong peningkatan SSSG seperti yang dijelaskan di bawah ini. Perseroan juga telah berkespansi dengan penambahan gerai baru (masing-masing sebanyak 3, 7, 5, 7, 9 dan 13 gerai pada tahun 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 dan 2012), yang dicatat sebagai penurunan bersih menjadi 2 gerai pada tahun 2007 (karena adanya penutupan 5 gerai) dan peningkatan bersih gerai menjadi 4, 2, 7, 8 gerai (tidak termasuk gerai yang dibuka untuk menggantikan gerai yang rusak karena kebakaran) dan 13 gerai, masing-masing pada tahun 2008, 2009, 2010, 2011 dan 2012. Rata-rata transaksi telah meningkat selama periode tersebut (Rp165 ribu tahun 2011 dan Rp183 ribu pada tahun 2012). Faktor-faktor ini telah mendorong pertumbuhan Penjualan Kotor dan parameter kinerja keuangan lainnya seperti dijelaskan di bawah ini.

Discussion

The increase in Gross Sales from 2007 to 2012 was due to improved productivity in existing stores, and the addition of new company stores, as the Indonesian economy developed and the middle income segment, the Company's target customer segment, expanded. As its target customer base expanded and associated demand increased, the Company improved its offering by adjusting its merchandise mix to better meet customer expectations. The Company also undertook a refurbishment programme to make its stores more attractive to its target customers. Improvements in merchandise mix and the Company's refurbishment programme have driven improvements in SSSG as described below. The Company has also expanded by adding new stores, (3, 7, 5, 7, 9 and 13 in 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 and 2012, respectively), which accounted for a net decrease of stores in 2007 of 2 (due to the closing of 5 stores) and a net increase of stores of 4, 2, 7, 8 (excluding a store opened to replace a store destroyed by fire) and 13 in 2008, 2009, 2010, 2011 and 2012, respectively. Average transaction size has increased during the period (Rp165 thousand in 2011 and Rp183 thousand in 2012). These factors have driven the growth in Gross Sales and the other measures of financial performance described below.

Kinerja Keuangan

Financial Performance

Penjualan Kotor meningkat sebesar Rp1.636,8 miliar atau 17,7%, dari Rp9.247,2 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp10.884,0 miliar pada tahun 2012. Peningkatan ini disebabkan oleh naiknya SSSG sebesar 11,1% dan pembukaan 13 gerai baru di 2012. Kenaikan SSSG sebesar 11,1% didukung oleh kinerja positif SSSG yang dialami oleh gerai di seluruh wilayah. Kinerja SSSG gerai-gerai di Jawa sebesar 11,5%, gerai-gerai di Kalimantan, Sulawesi dan Maluku sebesar 11,3% dan di wilayah lainnya sebesar 13,3%. Pada tahun 2012, Penjualan Konsinyasi naik menjadi 16,3% dan Penjualan Ritel naik menjadi 21,2%. Persentase Penjualan Kotor didapat dari Penurunan Penjualan Konsinyasi dari 71,7% pada 2011 menjadi 70,9% pada tahun 2012 yang mencerminkan peningkatan permintaan terhadap Produk Ritel.

Laba Kotor yang Disesuaikan dan Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan

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

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

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

Gross Sales increased by Rp1,636.8 billion, or 17.7%, from Rp9,247.2 billion in 2011 to Rp10,884.0 billion in 2012. This increase was due to SSSG of 11.1% and the opening of 13 new stores in 2012. The 11.1% SSSG was supported by positive SSSG performance across all regions and, in particular, by SSSG performance in the Java stores of 11.5%, in the Kalimantan, Sulawesi & Maluku stores of 11.3% and in the Others stores of 13.3%. In 2012, there was an increase in CV Sales of 16.3% and an increase in DP Sales of 21.2%. The percentage of Gross Sales attributable to CV Sales decreased from 71.7% in 2011 to 70.9% in 2012 reflecting increased demand for DP Goods.

Adjusted Gross Profit and Adjusted Gross Profit Margin

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

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

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

	Tahun berakhir pada 31 Desember/Years ended 31 December	
	2012	2011
	miliar Rp, kecuali dinyatakan lain/Rp billions, unless otherwise stated	
Laba Kotor yang Disesuaikan/Adjusted Gross Profit	3,685.3	3,116.2
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan/ Adjusted Gross Profit Margin (%)	33.9	33.7
Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel/ Adjusted Gross Profit from DP Sales	1,278.4	1,037.4
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel/ Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales (%)	40.3	39.6
Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi/ Adjusted Gross Profit from CV Sales	2,406.9	2,078.8
Marjin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi/ Adjusted Gross Profit Margin from CV Sales (%)	31.2	31.4

Rekonsiliasi dari Laba Kotor dengan Laba Kotor yang Disesuaikan

Laba Kotor yang Disesuaikan berbeda dari laba kotor (pada baris akun laporan laba rugi komprehensif Perseroan) karena laba kotor termasuk pendapatan yang timbul dari *loyalty program* MMC, yang tidak termasuk dalam Laba Kotor yang Disesuaikan. Sementara, Laba Kotor yang Disesuaikan tidak termasuk pendapatan dari pusat distribusi dan pendapatan jasa konsultasi, yang termasuk dalam laba kotor. Tidak terdapat perbedaan yang material antara nilai Laba Kotor yang Disesuaikan dan laba kotor pada tahun 2012 dan 2011.

Reconciliation from gross profit to Adjusted Gross Profit

Adjusted Gross Profit differs from gross profit (a line item on the Company's statement of comprehensive income) because gross profit includes revenue arising from the MCC loyalty programme, which is not included in Adjusted Gross Profit. Furthermore, Adjusted Gross Profit does not include revenue from the distribution centre and consultant fee income, which is included in gross profit. The differences between Adjusted Gross Profit and gross profit were not material in 2012 or 2011.



Kinerja Keuangan

Financial Performance

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

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

Tahun yang Berakhir 31 Desember/Years Ended 31 December

	2012	2011
	Miliar Rp/Rp Billions	
Laba Kotor/Gross profit	3,706.1	3,105.5
Plus/(minus):		
Nilai pengurangan dari poin reward MCC/Accrued value of MCC reward points	(3.0)	22.7
Pendapatan pusat distribusi/Distribution centre revenue	(34.7)	(26.0)
Biaya pusat distribusi/Distribution centre cost	17.4	14.3
Pendapatan jasa konsultasi, pendapatan bersih/Consultant fee income, net of expenses	(0.5)	(0.3)
Laba Kotor Disesuaikan/Adjusted Gross Profit	3,685.3	3,116.2



Pembahasan

Laba Kotor yang Disesuaikan meningkat sebesar Rp569.1 miliar, atau 18,3%, dari Rp3.116,2 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp3.685,3 miliar pada tahun 2012. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh meningkatnya Penjualan Kotor sebesar 17,7% pada tahun 2012 dan turunnya beban penjualan sebagai persentase dari pendapatan bersih yang menyebabkan peningkatan Margin Laba Kotor yang Disesuaikan dari 33,7% pada tahun 2011 menjadi 33,9% pada tahun 2012. Kenaikan Margin Laba Kotor yang Disesuaikan tahun 2012 mencerminkan peningkatan dalam Margin Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Ritel yang disebabkan oleh perbaikan berkelanjutan dalam program *merchandise* produk ritel dimana jenis produk ritel utama dipilih dan dibeli dalam jumlah besar dengan harga yang lebih menguntungkan. Margin Laba Kotor yang Disesuaikan untuk Penjualan Ritel mengalami peningkatan dari 39,6% pada tahun 2011 menjadi 40,3% pada tahun 2012. Margin Laba Kotor yang Disesuaikan untuk Penjualan Konsinyasi turun dari 31,4% pada 2011 menjadi 31,2% pada tahun 2012.

Beban Usaha yang Disesuaikan

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

Discussion

Adjusted Gross Profit increased by Rp569.1 billion, or 18.3%, from Rp3,116.2 billion in 2011 to Rp3,685.3 billion in 2012. This increase was primarily due to an increase in Gross Sales of 17.7% in 2012 and a lower cost of sales as a percentage of net revenue which caused an increase in Adjusted Gross Profit Margin from 33.7% in 2011 to 33.9% in 2012. The increase in Adjusted Gross Profit Margin in 2012 reflected improvements in Adjusted Gross Profit Margin from DP Sales due to continued improvements in the DP merchandising programme whereby key DP items are selected and purchased in large quantities at more favourable prices. Adjusted Gross Profit Margin for DP Sales increased from 39.6% in 2011 to 40.3% in 2012. Adjusted Gross Profit Margin for CV Sales decreased from 31.4% in 2011 to 31.2% in 2012.

Adjusted Operating Expenses

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

Tahun yang Berakhir 31 Desember/Years Ended 31 December		
	2012	2011
	Miliar Rp/Rp Billions	
Beban penjualan/Selling expenses	1,049.6	912.9
Beban umum dan administrasi/General and administrative expenses	1,082.6	937.4
(Keuntungan)/Kerugian lainnya – bersih/Other (gains)/losses – net	(10.4)	13.9
Beban usaha/Operating expenses	2,121.8	1,864.2
Kewajiban imbalan kerja/Employee benefits obligations ⁽¹⁾	(48.8)	(42.6)
Biaya terkait aksi korporasi/Costs related to corporate actions ⁽²⁾	(10.2)	(25.5)
Beban lain-lain/Other costs	(0.6)	(0.5)
(Kerugian)/Keuntungan atas kebakaran gerai/ (Loss)/gain associated with fire destroying store ⁽³⁾	5.4	(9.3)
Nilai yang masih harus dibayar dari poin reward MCC/ Accrued value of MCC reward points ⁽⁴⁾	(3.0)	22.7
Pendapatan pusat distribusi/Distribution centre revenue ⁽⁵⁾	(34.7)	(26.0)
Biaya pusat distribusi/Distribution centre cost ⁽⁶⁾	17.4	14.3
Pendapatan jasa konsultasi, pendapatan bersih/ Consultant fee income, net of expenses	(0.5)	(0.3)
Beban Usaha yang Disesuaikan/Adjusted Operating Expenses	2,046.8	1,797.0

Kinerja Keuangan

Financial Performance

Tahun yang Berakhir 31 Desember/Years Ended 31 December

	2012	2011
	Miliar Rp/Rp Billions	
Penyusutan/Depreciation	(176.1)	(157.2)
Amortisasi/Amortisation	(4.0)	(2.4)
Beban Usaha yang Disesuaikan, sebelum penyusutan dan amortisasi/ Adjusted Operating Expenses before depreciation and amortisation	1,866.7	1,637.4
Sewa/Rent ⁽⁷⁾	(694.5)	(629.4)
Beban Usaha yang Disesuaikan, sebelum penyusutan, amortisasi dan sewa/ Adjusted Operating Expenses before depreciation, amortisation and rent	1,172.2	1,008.0

- (1) Kewajiban imbalan kerja dibuat sebagai akun kewajiban yang akrual sesuai dengan hukum ketenagakerjaan Indonesia. Akrual atas kewajiban imbalan kerja adalah kewajiban jangka panjang atas laporan keuangan Perseroan yang oleh Manajemen dianggap seolah-olah sebagai akun utang. Penyesuaian ini terus berulang. Manajemen mengurangi ketentuan ini untuk menghitung Beban Usaha yang Disesuaikan karena provisi 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 long term liability on the Company's statement of financial position that Management consider to be a debt-like item. These adjustments are recurring. Management subtract these provisions to calculate Adjusted Operating Expenses because it considers these non-cash provisions as non-operating in nature. See Note 21 to the financial statements for a discussion of these liabilities.
- (2) Biaya yang berkaitan dengan aksi korporasi terdiri dari biaya yang timbul dalam proses penggabungan perusahaan pada tahun 2011 dan pelunasan *Vendor Loan* pada tahun 2012. Biaya ini termasuk biaya pengacara, biaya konsultan dan pungutan pengalihan saham. Manajemen mengurangi 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 Merger in 2011 and the repayment of the Vendor Loan in 2012. These costs include lawyer fees, consultant fees and share transfer levies. The Management subtract these costs to calculate Adjusted Operating Expenses because it does not consider these expenses to be operating in nature.
- (3) Biaya yang berhubungan dengan penutupan gerai karena kebakaran pada tahun 2011, dicatat sebagai keuntungan/(kerugian) lain - bersih. Manajemen mengurangi kerugian akibat kebakaran pada tahun 2011 dan menambahkan kembali hasil klaim asuransi untuk mengganti kerugian tersebut pada tahun 2012 untuk menghitung Beban Usaha yang Disesuaikan karena penyesuaian ini tak-berulang. Lihat Catatan 20 atas laporan keuangan. Biaya ini sepenuhnya diasuransikan dan sebagian diganti pada tahun 2012. Perseroan mengharapkan sisa klaim asuransi yang belum diterima akan dibayarkan pada tahun 2013.
Expenses associated with the loss of a store due to fire in 2011, which were recorded as other gains/(losses) - net. Management subtract losses due to fire in 2011 and add back the insurance proceeds paid to reimburse those losses in 2012 to calculate Adjusted Operating Expenses because these adjustments are non-recurring. See Note 20 to the financial statements. These expenses were fully insured and partially reimbursed in 2012. The Company expects the balance of the loss to be reimbursed with insurance proceeds in 2013.
- (4) Nilai akrual terkait *point reward* MCC ditambahkan kembali untuk menghitung Beban Usaha yang Disesuaikan karena diperlakukan sebagai beban pemasaran dalam laporan manajemen internal Perseroan. Pada tahun 2012, Perseroan memperbarui tingkat penebusan yang digunakan dalam perhitungan penghasilan tangguhan terkait dengan *point reward* MCC berdasarkan tarif penebusan aktual tahun 2012. Hal ini mengakibatkan kredit terhadap nilai yang masih harus dibayar terkait *point reward* MCC yang dicatat pada tahun 2012 yang dikurangi dalam perhitungan Beban Usaha Disesuaikan.
The accrued value of MCC reward points is added back to calculate Adjusted Operating Expenses because it is treated as a marketing expense in the Company's internal management reports. In 2012, the Company updated the rate of redemption used in the calculation of deferred income related to MCC reward points based on actual redemption rates in 2012. This resulted in a credit towards the accrued value of MCC reward points being recorded in 2012 which was subtracted in the calculation of Adjusted Operating Expenses.
- (5) Pendapatan pusat distribusi terdiri dari biaya layanan dibayarkan kepada Perseroan, terutama oleh pemasok konsinyasi, untuk penggunaan pusat distribusi dan pusat logistik milik Perseroan dalam proses distribusi produk mereka ke gerai Perseroan. Manajemen mengurangi pendapatan ini dari Beban Usaha Disesuaikan, karena memperlakukan pendapatan ini sebagai *offset* untuk beban usaha pusat distribusi.
Distribution centre revenue comprises the service fees paid to the Company, principally by consignment vendors, for the use of the Company's distribution centre and logistics centre to deliver their products to the Company's stores. Management subtract this revenue from Adjusted Operating Expenses because it treats this revenue as an offset to the operating expenses of the distribution centre.
- (6) Beban pusat distribusi terdiri dari biaya yang berhubungan dengan pusat distribusi. Manajemen menambahkan biaya ini dari Beban Usaha yang Disesuaikan, karena Perseroan tidak mempertimbangkan pendapatan atau beban pusat distribusi sebagai komponen dalam perhitungan Laba Kotor yang Disesuaikan.
Distribution centre expense comprises the expenses related to the distribution centre. Management add this expense from Adjusted Operating Expenses because the Company does not consider distribution centre revenue or expense as a component in its calculation of Adjusted Gross Profit.
- (7) Sewa termasuk biaya sewa dan pemeliharaan untuk gerai, kantor pusat dan pusat distribusi Perseroan.
Rent includes rent and service charges for the Company's stores, headquarters and distribution centre.

Beban Usaha yang Disesuaikan meningkat dari Rp1.797,0 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp2.046,8 miliar pada tahun 2012. Beban Usaha yang Disesuaikan sebagai persentase dari penjualan kotor turun dari 19,4% pada tahun 2011 menjadi 18,8% pada tahun 2012.

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.

Adjusted Operating Expenses increased from Rp1,797.0 billion in 2011 to Rp2,046.8 billion in 2012. Adjusted Operating Expenses as a percentage of Gross Sales decreased from 19.4% in 2011 to 18.8% in 2012.

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.



Kinerja Keuangan

Financial Performance

Tahun yang Berakhir 31 Desember/Years Ended 31 December

	2012	2011
	Miliar Rp/Rp Billions	
Laba bersih - Plus/(minus) penyesuaian/Net profit - Plus/(minus) adjustments	770.9	465.7
Beban keuangan – bersih/Finance expense - net	425.3	505.7
Beban pajak penghasilan/Income tax expense	388.1	269.9
Laba usaha/Operating profit	1,584.3	1,241.3
Kewajiban imbalan kerja/Employee benefits obligations ⁽¹⁾	48.8	42.6
Biaya terkait aksi korporasi/Costs related to corporate actions ⁽²⁾	10.2	25.5
Biaya lain-lain/Other costs	0.6	0.5
Kerugian/(keuntungan) atas kebakaran gerai/Loss/(gain) associated with fire destroying store ⁽³⁾	(5.4)	9.3
EBIT yang Disesuaikan/Adjusted EBIT	1,638.5	1,319.2
Penyusutan/Depreciation	176.1	157.2
Amortisasi/Amortisation	4.0	2.4
EBITDA yang Disesuaikan/Adjusted EBITDA	1,818.6	1,478.8
Sewa/Rent ⁽⁴⁾	694.5	629.4
EBITDAR yang Disesuaikan/Adjusted EBITDAR	2,513.1	2,108.2

- (1) Ketentuan kewajiban imbalan kerja dibuat ke dalam akun kewajiban yang akrual sesuai dengan peraturan ketenagakerjaan Indonesia. Akrual kewajiban imbalan kerja merupakan kewajiban jangka panjang pada laporan keuangan Perseroan yang oleh manajemen diperlakukan seolah-olah sebagai utang. Penyesuaian ini terus berulang. Manajemen menambahkan kembali ketentuan ini dalam perhitungan EBIT yang Disesuaikan, karena ketentuan *non-cash* ini dipertimbangkan sebagai bersifat non operasional. Employee benefit obligation liability provisions are made to account for liabilities that accrue in accordance with Indonesian labour law. The accrual of employee benefits obligations liability provisions is long term liability on the Company's statement of financial position that Management consider to be a debt-like item. These adjustments are recurring. Management add back these provisions in the calculation of Adjusted EBIT because Management consider these non-cash provisions to as non-operating in nature.
- (2) Biaya yang berkaitan dengan aksi korporasi terdiri dari biaya yang timbul saat proses merger pada tahun 2011 dan pelunasan *Vendor Loan* pada tahun 2012. Biaya ini termasuk biaya pengacara, biaya konsultan dan pungutan pengalihan saham. Manajemen menambahkan kembali biaya ini untuk perhitungan EBIT yang Disesuaikan, EBITDA yang disesuaikan dan EBITDAR yang Disesuaikan karena menganggapnya bersifat non-operasional. Costs related to corporate actions comprise costs attributable to the Merger in 2011 and the repayment of the Vendor Loan in 2012. These costs include lawyer fees, consultant fees and share transfer levies. Management add back these costs to the calculation of Adjusted EBIT, Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDAR because it considers them to be non-operating in nature.
- (3) Biaya yang berhubungan dengan penutupan gerai karena kebakaran pada tahun 2011, dicatat sebagai keuntungan/(rugi) lain - bersih. Lihat Catatan 20 pada laporan keuangan. Biaya ini sepenuhnya diasuransikan dan sebagian klaim asuransi telah dibayarkan pada tahun 2012. Perseroan berharap sisa klaim asuransi akan dibayarkan pada tahun 2013. Untuk menghitung EBIT yang Disesuaikan, Manajemen menambahkan kembali kerugian akibat kebakaran tahun 2011 dan mengurangi keuntungan yang diperoleh dari penerimaan klaim asuransi pada tahun 2012 karena Manajemen mempertimbangkan hal ini sebagai penyesuaian ini tak-berulang. Expenses associated with the loss of a store due to fire in 2011, which were recorded as other gains/(losses) – net. See Note 20 to the financial statements. These expenses were fully insured and partially reimbursed in 2012. The Company expects the balance of the loss to be reimbursed by insurance proceeds in 2013. To calculate Adjusted EBIT, Management add back the loss due to fire in 2011 and subtract the gain due to the receipt of insurance proceeds from the fire in 2012 because Management consider these adjustments to be non-recurring.
- (4) Sewa termasuk biaya sewa dan pemeliharaan untuk gerai, kantor pusat dan pusat distribusi Perseroan. Rent includes rent and service charges for the Company's stores, headquarters and distribution centre.

EBITDAR yang Disesuaikan dan Marjin EBITDAR yang Disesuaikan

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

Margin EBITDAR yang Disesuaikan adalah EBITDAR yang Disesuaikan dibagi dengan Penjualan Kotor.

Adjusted EBITDAR and Adjusted EBITDAR Margin

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

Adjusted EBITDAR Margin is Adjusted EBITDAR divided by Gross Sales.

Pembahasan

EBITDAR yang Disesuaikan mengalami peningkatan sebesar Rp404,9 miliar atau 19,2%, dari Rp2.108,2 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp2.513,1 miliar pada tahun 2012. Peningkatan EBITDAR yang Disesuaikan didorong oleh peningkatan Penjualan Kotor sebesar 17,7% pada tahun 2012 dan mencerminkan adanya kemajuan dalam Margin 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.

Margin EBITDAR yang Disesuaikan naik dari 22,8% pada tahun 2011 menjadi 23,1% pada tahun 2012 karena penurunan Beban Operasional yang Disesuaikan sebelum penyusutan, amortisasi dan sewa (yang ditambahkan kembali ke EBITDAR yang Disesuaikan) sebagai persentase dari Penjualan Kotor dari 10,9% pada tahun 2011 menjadi 10,8% pada tahun 2012. Beban Usaha yang Disesuaikan sebelum penyusutan, amortisasi dan sewa meningkat Rp164,2 miliar atau 16,3% dari Rp1.008,0 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp1.172,2 miliar pada tahun 2012.

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.

Margin EBITDA yang Disesuaikan adalah EBITDA yang Disesuaikan dibagi Penjualan Kotor.

Pembahasan

EBITDA yang Disesuaikan meningkat Rp339,8 miliar, atau 23,0%, dari Rp1.478,8 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp1.818,6 miliar pada tahun 2012. Peningkatan ini terutama karena alasan yang telah dijelaskan di atas, diimbangi dengan kenaikan biaya sewa sebesar 10,3% dari Rp629,4 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp694,5 miliar pada tahun 2012 terkait dengan peningkatan tarif dasar sewa gerai yang ada dan pembukaan 13 gerai baru selama tahun 2012. Sebagai persentase dari penjualan kotor, biaya sewa menurun dari 6,8% pada 2011 menjadi 6,4% pada tahun 2012. Marjin EBITDA yang Disesuaikan meningkat dari 16,0% pada tahun 2011 menjadi 16,7% pada tahun 2012.

Discussion

Adjusted EBITDAR increased by Rp404.9 billion, or 19.2%, from Rp2,108.2 billion in 2011 to Rp2,513.1 billion in 2012. The increase in Adjusted EBITDAR was driven by an increase in Gross Sales of 17.7% in 2012 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 22.8% in 2011 to 23.1% in 2012 due to a decrease in Adjusted Operating Expenses before depreciation, amortisation and rent (which are added back to Adjusted EBITDAR) as a percentage of Gross Sales from 10.9% in 2011 to 10.8% in 2012. Adjusted Operating Expenses before depreciation, amortisation and rent increased by Rp164.2 billion, or 16.3% from Rp1,008.0 billion in 2011 to Rp1,172.2 billion in 2012.

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 Gross Sales.

Discussion

Adjusted EBITDA increased by Rp339.8 billion, or 23.0%, from Rp1,478.8 billion in 2011 to Rp1,818.6 billion in 2012. This increase was primarily due to the reasons described above and was offset by a 10.3% increase in rent from Rp629.4 billion in 2011 to Rp694.5 billion in 2012 associated with increases in rent of the existing store base and the opening of 13 new stores during 2012. As a percentage of Gross Sales, rent decreased from 6.8% in 2011 to 6.4% in 2012. Adjusted EBITDA margin increased from 16.0% in 2011 to 16.7% in 2012.

Kinerja Keuangan

Financial Performance

EBIT yang Disesuaikan dan EBIT Margin 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 berulang tertentu sebagai laba bersih Perseroan sebagaimana dijelaskan di atas.

Margin EBIT yang Disesuaikan adalah EBIT yang Disesuaikan dibagi dengan Penjualan Kotor.

Pembahasan

EBIT yang Disesuaikan meningkat Rp319.3 miliar atau 24,2%, dari Rp1.319,2 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp1.638,5 miliar pada tahun 2012. Peningkatan ini terutama karena alasan yang dijelaskan di atas serta peningkatan beban penyusutan dan amortisasi sebesar 12,8% dari Rp159,6 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp180,1 miliar pada tahun 2012 sehubungan dengan pembukaan 13 gerai baru, renovasi dari 15 gerai dan belanja modal lainnya yang terjadi pada tahun 2012. Sebagai persentase dari penjualan kotor, besarnya penyusutan dan amortisasi adalah 1,7% untuk tahun 2011 dan 2012. Marjin EBIT yang Disesuaikan meningkat dari 14,3% pada tahun 2011 menjadi 15,1% pada tahun 2012.

SSSG (Pertumbuhan Penjualan Pada Gerai Yang Sama)

SSSG adalah perubahan kontribusi Penjualan Kotor 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 2007 sampai 2012. Angka SSSG tahun 2007 hingga 2009 dan angka kontribusi tahun 2009 sebagai dasar perhitungan SSSG untuk 2010 berasal dari saat Matahari sebelum menjadi perusahaan mandiri dan dilaporkan oleh MPP dimana Matahari masih sebagai divisi *department store* MPP. Tabel di bawah ini juga menetapkan jumlah gerai yang dimasukkan dalam perhitungan SSSG dan jumlah gerai baru dan lebih baru yang tidak dimasukkan dalam perhitungan SSSG.

Adjusted EBIT and Adjusted EBIT Margin

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

Adjusted EBIT Margin is Adjusted EBIT divided by Gross Sales.

Discussion

Adjusted EBIT increased by Rp319.3 billion, or 24.2%, from Rp1,319.2 billion in 2011 to Rp1,638.5 billion in 2012. This increase was primarily due to the reasons described above and a 12.8% increase in depreciation and amortisation expenses from Rp159.6 billion in 2011 to Rp180.1 billion in 2012 associated with the opening of 13 new stores, the refurbishment of 15 stores and other capital expenditure incurred in 2012. As a percentage of Gross Sales, depreciation and amortisation was 1.7% for 2011 and 2012. Adjusted EBIT margin increased from 14.3% in 2011 to 15.1% in 2012.

SSSG (Same Store Sales Growth)

SSSG is the change in Gross 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 2007 to 2012. SSSG figures for 2007 to 2009 and the 2009 contribution baseline figures used to calculate SSSG for 2010 are from before Matahari was a standalone company and were reported by MPP with respect to its department store division. The table below also sets forth the number of stores included in the SSSG calculation and the number of newer and new stores excluded from the SSSG calculation.

Tahun yang berakhir 31 Desember/Years ended 31 December

	2012	2011	2010	2009 ⁽¹⁾	2008 ⁽¹⁾	2007 ⁽¹⁾
SSSG (%)	11.1	13.6	11.2 ⁽¹⁾	9.9 ⁽¹⁾	19.1 ⁽¹⁾	13.6 ⁽¹⁾
Jumlah gerai yang dibuka pada tahun tersebut/ Number of stores opened during the year	13	9	7	5	7	3

(1) Angka SSSG tahun 2007 sampai 2009 dan angka dasar kontribusi tahun 2009 yang digunakan untuk menghitung SSSG tahun 2010 adalah dari sebelum Matahari menjadi perusahaan mandiri dan dilaporkan oleh MPP sebagai divisi *department store* MPP. KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (anggota jaringan global PwC) tidak terlibat untuk mengaudit, mereview atau menerapkan prosedur apapun terhadap informasi keuangan untuk tahun 2007, 2008 dan 2009. SSSG figures for 2007 to 2009 and the 2009 contribution baseline figures used to calculate SSSG for 2010 are from before Matahari was a standalone company and were reported on by MPP with respect to its department store division. KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member of PwC global network) were not engaged to audit, review or apply any procedures to the financial information for 2007, 2008 and 2009.

Pembahasan

Perseroan telah mengalami pertumbuhan penjualan gerai yang sama (SSSG) yang kuat, rata-rata 13,1% per tahun selama periode tahun 2007-2012. Tingkat SSSG yang baik didorong oleh program renovasi gerai, perbaikan dalam kombinasi produk, respon yang lebih baik terhadap keinginan pelanggan serta didukung oleh pertumbuhan segmen berpenghasilan menengah dan peningkatan pendapatan disposabel dari target pelanggan.

Tingkat SSSG selalu di atas 10% setiap tahunnya sejak tahun 2007, kecuali pada tahun 2009 yang mencapai 9,9% sebagai dampak dari krisis ekonomi global. Penurunan SSSG di tahun 2009 dirasakan cukup tajam bila dibandingkan dengan peningkatan SSSG yang kuat di tahun 2008 menyusul keberhasilan pelaksanaan beberapa inisiatif untuk meningkatkan produktivitas penjualan.

Tabel berikut menyajikan SSSG berdasarkan segmen geografis.

Discussion

The Company has experienced strong same store sales growth, averaging 13.1% a year, from 2007 to 2012. Growth in same store sales has been driven by the Company's refurbishment programme, improvements in its mix of products, better response to customer demands, growth in its target middle income segment as well as growth in the disposable income of its target customers.

SSSG has exceeded 10% each year since 2007 except for 2009, when it was 9.9% due to the impact of the global economic crisis. SSSG in 2009 was also impacted by comparison with strong SSSG increases in 2008 following the successful implementation of several initiatives to improve sales productivity.

The following table sets forth SSSG by geographical segment.

Tahun yang Berakhir 31 Desember/Years Ended 31 December		
	2012	2011
	%	
Java	11.5	12.9
Sumatra	8.6	15.1
Kalimantan, Sulawesi and Maluku	11.3	16.5
Lainnya/Others	13.3	10.3
Total SSSG	11.1	13.6

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.

Kinerja Keuangan Financial Performance

Dalam hal kinerja SSSG, Manajemen percaya bahwa seluruh gerai telah menunjukkan kinerja yang baik selama periode tahun 2010-2012. 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.

Penjualan kotor per meter persegi Ruang Ritel

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

Pembahasan

Penjualan kotor per meter persegi Ruang Ritel telah meningkat rata-rata 8,7% pada periode tahun 2010-2012, mencerminkan kecenderungan yang sama seperti peningkatan parameter-kinerja lainnya yang dibahas di atas. Tabel berikut ini memuat Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Ritel dan peningkatan Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Ritel selama periode laporan.

	Tahun yang berakhir 31 Desember/Years ended 31 December	
	2012	2011
Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Ritel (Ribu Rupiah)/ Gross Sales per square metre of Retail Space (Rp thousand)	15,466	14,461
Penjualan per meter persegi Ruang Ritel (%)/ Sales per square metre of Retail Space (%)	6.9	9.8

DASAR PERSIAPAN KEUANGAN

Laporan keuangan historis Perseroan untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2011 dan 2012 yang disajikan pada bagian lain dari Laporan Tahunan ini telah diaudit oleh KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (anggota jaringan global PwC) sesuai dengan standar audit yang ditetapkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI).

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

In terms of SSSG performance, Management believe its stores have performed well during the period from 2010 to 2012. Management believe consistently good SSSG performance across all regions is a result of rigorous site selection process for store location and the Company's focus on operating excellence across its store network.

Gross Sales per square metre of Retail Space

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

Discussion

Gross Sales per square metre of Retail Space has increased an average of 8.7% from 2010 to 2012, reflecting similar trends as the other measures discussed above. The table below sets forth Gross Sales per square metre of Retail Space and the increase in Gross Sales per square metre of Retail Space during the period under review.

BASIS OF PREPARATION OF FINANCIAL

The Company's historical financial statements included elsewhere in this Annual Report as at and for the years ended 31 December 2011 and 2012 have been audited by KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (a member of PwC global network) in accordance with the auditing standards established by the Indonesian Institute of Certified Public Accountants.

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

Pada tanggal tersebut, MI dan Perseroan digabung dengan Perseroan sebagai entitas yang dipertahankan sedangkan MI bubar demi hukum ("Merger"). Selisih antara harga pengalihan yang dibayar saat MI mengakuisisi Perseroan dan nilai buku aset bersih MI pada tanggal akuisisi yang timbul dari transaksi restrukturisasi entitas sepengendali yang dicatat dalam akun "Selisih Nilai Transaksi Restrukturisasi Entitas Sepengendali" dan disajikan sebagai bagian ekuitas pada laporan keuangan Perseroan. Dalam menerapkan metode tersebut sesuai PSAK No 38, unsur laporan keuangan dari entitas yang direstrukturisasi untuk periode di mana 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.

URAIAN DARI BARIS AKUN TERPILIH DI DALAM LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF

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

Pendapatan bersih

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

Penjualan ritel

Pendapatan penjualan ritel terdiri dari penjualan produk perdagangan yang terdiri dari Produk Ritel (termasuk *private label brands*), juga disebut 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 pemasok konsinyasi yang relevan.

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

DESCRIPTION OF SELECTED LINE ITEMS IN THE STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME

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

Net revenue

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

Retail sales

Retail sales revenue comprises sales of trading products comprising DP Goods (including private label 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.

Kinerja Keuangan Financial Performance

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 dihentikan pada tahun 2011 saat MI digabung ke dalam Perseroan.

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

Beban penjualan terutama terdiri dari biaya sewa, biaya pemasaran, jasa operasional, biaya transaksi kartu kredit dan kantong plastik.

Beban umum dan administrasi

Beban umum dan administrasi terutama terdiri dari biaya-biaya gaji dan kesejahteraan karyawan, utilitas dan telekomunikasi, penyusutan, konsultan, asuransi, perjalanan dinas, pemeliharaan dan perbaikan, pajak, perijinan, amortisasi dan perlengkapan.

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 ceased in 2011 when MI was merged into the Company.

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.

Selling expenses

Selling expenses primarily comprise rent expenses, marketing expenses, operational services, credit card transaction fees and plastic bags.

General and administrative expenses

General and administrative expenses primarily comprise salaries and allowances, utility and telecommunication costs, depreciation, consultant fees, insurance, business travel, repair and maintenance, tax and license expenses, amortisation and tools.

Keuntungan/(kerugian) Lainnya – bersih

Pada 2012, keuntungan/(kerugian) lainnya –bersih terutama terdiri dari keuntungan dari klaim asuransi yang diterima dalam hubungannya dengan kerugian akibat kebakaran di sebuah gerai pada tahun 2011. Keuntungan lainnya juga termasuk nilai dari kupon MCC yang telah melewati batas waktu dan penjualan kelebihan kotak kardus.

Pada tahun 2011, keuntungan/(kerugian) lainnya – bersih terdiri dari kerugian akibat kebakaran di sebuah gerai (sebagian kerugian kemudian ditutup dari hasil klaim asuransi pada tahun 2012), kerugian dari penjualan aset tetap berupa perlengkapan dan peralatan serta biaya lainnya.

Penghasilan Keuangan

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

Biaya Keuangan

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

Pendapatan/(rugi) komprehensif lain

Akun Pendapatan/(rugi) komprehensif lain terdiri dari originasi dan pembalikan selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sependengali.

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

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

Other gain/(losses) – net

In 2012, other gains/(losses) – net primarily comprises a gain for insurance proceeds received in conjunction with losses due to a fire in a store in 2011. Other gains also includes the value of expired MCC vouchers and the sale of surplus cardboard boxes.

In 2011, other gains/(losses) – net comprises losses due to a fire in a store (a portion of which was subsequently recovered from insurance proceeds in 2012), a loss on the sale of fixed assets comprising fixtures and equipment and other expenses.

Finance income

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

Finance cost

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

Other comprehensive income/(loss)

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

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

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

Kinerja Keuangan Financial Performance

KINERJA USAHA TAHUN 2012 DAN 2011

RESULTS OF OPERATIONS FOR 2012 AND 2011

	Tahun yang Berakhir 31 Desember/Years Ended 31 December	
	2012	2011
	Miliar Rupiah/Rp Billions	
Pendapatan/Revenue		
- Penjualan Ritel/Retail sales	3,174.8	2,595.4
- Penjualan Konsinyasi - bersih/Consignment Sales - net	2,406.9	2,078.8
- Pendapatan jasa/Services fee	35.2	26.5
Pendapatan Bersih/Net revenue	5,616.9	4,700.7
Beban pokok pendapatan/Cost of revenue	(1,910.8)	(1,595.2)
Laba Kotor/Gross Profit	3,706.1	3,105.5
Beban penjualan/Selling expenses	(1,049.6)	(912.9)
Beban umum dan administrasi/General and administrative expenses	(1,082.6)	(937.4)
Keuntungan/(kerugian) lain-bersih/Other gains/(losses)-net	10.4	(13.9)
Laba usaha/Operating profit	1,584.3	1,241.3
Penghasilan keuangan/Finance income	26.2	31.1
Biaya keuangan/Finance cost	(451.5)	(536.8)
Biaya keuangan-bersih/Finance expense-net	(425.3)	(505.7)
Laba sebelum pajak penghasilan/Profit before income tax	1,159.0	735.6
Beban pajak penghasilan/Income tax expense	(388.1)	(269.9)
Laba bersih/Net profit	770.9	465.7
Pendapatan/(rugi) komprehensif lainnya/Other comprehensive income/(loss)		
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali/Difference in value from restructuring transactions among entities under common control	-	-
Pembalikan selisih nilai transaksi restrukturisasi diantara entitas sepengendali/Reversal of difference in value from restructuring transactions among entities under common control	-	-
Pendapatan/(rugi) komprehensif/Comprehensive income/(loss)	770.9	465.7

Perbandingan hasil kinerja usaha tahun 2012 dan 2011

Pendapatan bersih

Pendapatan Bersih Perseroan meningkat Rp916,2 miliar atau 19,5%, dari Rp4.700,7 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp5.616,9 miliar pada tahun 2012. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh peningkatan Penjualan Kotor sebesar 17,7% yang dipicu oleh peningkatan SSSG sebesar 11,1% pada tahun 2012, pertumbuhan segmen pelanggan yang menjadi target Perseroan, peningkatan pendapatan disposabel dari segmen pelanggan tersebut, perbaikan berkelanjutan dalam kombinasi produk, serta pembukaan 13 gerai baru dan renovasi 15 gerai lainnya.

Comparison of the results of operations for 2012 and 2011

Net revenue

The Company's net revenue increased by Rp916.2 billion, or 19.5%, from Rp4,700.7 billion in 2011 to Rp5,616.9 billion in 2012. This increase was primarily due to an increase in Gross Sales of 17.7% due to increases in SSSG of 11.1% in 2012, growth of the Company's target customer segment, increased disposable income of that customer segment, improvements in merchandise mix, the opening of 13 new stores and the refurbishment of 15 stores.

Penjualan Ritel Perseroan, yang terutama terdiri dari Penjualan Ritel, meningkat sebesar Rp579,4 miliar, atau 22,3%, dari Rp2.595,4 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp3.174,8 miliar pada tahun 2012. 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 Rp328,1 miliar, atau 15,8%, dari Rp2.078,8 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp2.406,9 miliar pada tahun 2012. Kenaikan ini disebabkan alasan yang dijelaskan di atas, yang sebagian diimbangi dengan pergeseran dari Penjualan Konsinyasi ke Penjualan Ritel.

Pendapatan Jasa Perseroan meningkat sebesar Rp8,7 miliar, atau 32,8%, dari Rp26,5 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp35,2 miliar pada tahun 2012. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh peningkatan penggunaan pusat distribusi dan logistik Perseroan oleh pemasok konsinyasi untuk kegiatan pendistribusian produk mereka ke gerai Perseroan.

Beban Pokok Pendapatan

Beban pokok pendapatan Perseroan meningkat Rp315,6 miliar, atau 19,8%, dari Rp1.595,2 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp1.910,8 miliar pada tahun 2012. Hal ini disebabkan oleh adanya kenaikan penjualan ritel sebesar 22,3%, yang terutama terdiri dari Produk Ritel seperti dijelaskan di atas.

Pertumbuhan Beban pokok pendapatan masih dibawah pertumbuhan penjualan ritel karena meningkatnya daya beli Perseroan dari peningkatan volume Produk Ritel yang dibeli dan inisiatif lain seperti program utama yang bertujuan untuk mengoptimalkan jumlah SKU sebagai upaya meningkatkan Margin Laba Kotor yang Disesuaikan untuk Penjualan Ritel. Beban pokok pendapatan sebagai persentase dari penjualan ritel pada tahun 2012 adalah 60,2%, turun dari 61,5% pada tahun 2011.

The Company's retail sales, which primarily comprises DP Sales, increased by Rp579.4 billion, or 22.3%, from Rp2,595.4 billion in 2011 to Rp3,174.8 billion in 2012. This increase was due to the reasons described above and, in particular, increased demand for DP Goods.

The Company's net revenue from CV Sales increased by Rp328.1 billion, or 15.8%, from Rp2,078.8 billion in 2011 to Rp2,406.9 billion in 2012. 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 Rp8.7 billion, or 32.8%, from Rp26.5 billion in 2011 to Rp35.2 billion in 2012. This increase was principally due to increased use by consignment vendors of the Company's distribution and logistics centre to deliver their products to the Company's stores.

Cost of revenue

The Company's cost of revenue increased by Rp315.6 billion, or 19.8%, from Rp1,595.2 billion in 2011 to Rp1,910.8 billion in 2012. This increase was due to the 22.3% increase in retail sales, primarily comprising DP Goods, as described above.

Cost of revenue grew less quickly than retail sales due to the Company's increased purchasing power from increased volume of DP Goods purchased and other initiatives such as the key item programme, which aimed to optimise the number of SKUs in order to improve Adjusted Gross Profit Margins for DP Sales. Cost of revenue as a percentage of retail sales in 2012 was 60.2% which represented a decrease from 61.5% in 2011.

Kinerja Keuangan Financial Performance

Laba kotor

Karena faktor di atas, laba kotor Perseroan meningkat Rp600,6 miliar atau 19,3%, dari Rp3.105,5 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp3.706,1 miliar pada tahun 2012 terutama disebabkan meningkatnya kontribusi dari Penjualan Konsinyasi dan Penjualan Ritel. Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Produk Ritel meningkat 23,2%. Laba Kotor yang Disesuaikan dari Penjualan Konsinyasi, yang diukur dengan pendapatan bersih dari penjualan konsinyasi, meningkat sebesar 15,8% pada tahun 2012.

Beban penjualan

Beban penjualan Perseroan meningkat sebesar Rp136,7 miliar, atau 15,0%, dari Rp912,9 miliar pada 2011 menjadi Rp1.049,6 miliar tahun 2012. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh kenaikan sewa, beban pemasaran dan jasa operasional.

Pada tahun 2012, beban sewa meningkat sebesar Rp65,1 miliar atau 10,3%, karena pembukaan 13 gerai baru. Beban pemasaran meningkat Rp38,3 miliar, atau 36,8% pada tahun 2012 terutama disebabkan oleh peluncuran promosi dalam gerai yang agresif dari departemen kosmetik dan departemen perlengkapan rumah tangga. Peningkatan beban pemasaran juga disebabkan oleh pembukaan gerai baru dan dari kenaikan biaya kegiatan pemasaran. Jasa operasional, yang terdiri dari jasa keamanan dan kebersihan di gerai Perseroan meningkat Rp23,6 miliar atau 24,9% pada tahun 2012 karena pembukaan 13 gerai baru dan peningkatan upah minimum karyawan.

Tabel di bawah ini memperlihatkan komponen-komponen beban penjualan tahun 2012 dan 2011.

	2012	2011	Increase Between 2011 and 2012
Rent	694.5	629.4	10.3
Marketing	142.4	104.1	36.8
Operational Review	118.3	94.7	24.9
Credit Card	38.9	35.6	9.3
Plastic Bags	25.0	23.4	6.8
Others	30.5	25.7	18.7
Total	1,049.6	912.9	15.0

Gross profit

Due to the factors described above, the Company's gross profit increased by Rp600.6 billion, or 19.3%, from Rp3,105.5 billion in 2011 to Rp3,706.1 billion in 2012 primarily due to increased contribution from CV Sales and DP Sales. Adjusted Gross Profit from DP Sales increased by 23.2%. Adjusted Gross Profit from CV Sales, which is measured by net revenue from CV Sales, increased by 15.8% in 2012.

Selling expenses

The Company's selling expenses increased by Rp136.7 billion, or 15.0%, from Rp912.9 billion in 2011 to Rp1,049.6 billion in 2012. This increase was primarily due to increases in rent, marketing expenses and operational services.

In 2012, rent increased by Rp65.1 billion, or 10.3%, due to the opening of 13 new stores. Marketing expenses increased Rp38.3 billion, or 36.8% in 2012 primarily due to the launch of aggressive in-store promotions in the cosmetics and home departments. Marketing expenses also increased due to the opening of new stores and from increases in the costs of marketing activities. Operational services, which comprise security and cleaning services at the Company's stores, increased Rp23.6 billion, or 24.9% in 2012 due to the opening of 13 new stores and increases in the minimum wage.

The table below sets forth the components of selling expenses in 2012 and 2011.

Beban umum dan administrasi

Beban umum dan administrasi Perseroan meningkat Rp145,2 miliar, atau 15,5%, dari Rp937,4 miliar pada 2011 menjadi Rp1.082,6 miliar pada tahun 2012. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh peningkatan beban gaji dan tunjangan karyawan sebesar Rp109,9 miliar atau 21,7% disebabkan oleh kenaikan upah minimum (yang menyumbang peningkatan biaya karyawan sebesar 13,1%), penambahan karyawan karena pembukaan 13 gerai baru dan perluasan di gerai yang ada, kenaikan biaya utilitas dan telekomunikasi sebesar Rp9,9 miliar atau 5,6% dan kenaikan asuransi sebesar Rp6,2 miliar atau 27,2% untuk 13 gerai baru, dan peningkatan beban penyusutan dari Rp18,9 miliar atau 12,0% karena peningkatan jumlah gerai dan perbaikan 15 gerai pada tahun 2012. Biaya yang berhubungan dengan pajak dan perijinan meningkat 61,9% karena kebijakan dari pemerintah menaikkan pajak dan perijinan. Peningkatan beban umum dan administrasi secara keseluruhan ini diimbangi dengan penurunan biaya konsultan dan perjalanan dinas.

Tabel di bawah ini memperlihatkan komponen-komponen beban umum dan administrasi pada tahun 2012-2011.

	2012	2011	Increase Between 2011 and 2012
Salaries and Allowances	615.2	505.3	21.7
Utility and Telecommunications	186.3	176.4	5.6
Depreciation	176.1	157.2	12.0
Consultant Fees	15.9	23.6	(32.6)
Business Travel	19.0	19.8	(4.0)
Repair and maintenance	17.0	14.6	16.4
Insurance	29.0	22.8	27.2
Tax and License	15.7	9.7	61.9
Amortisation	4.0	2.4	66.7
Tools	2.2	2.2	0.0
Others	2.2	3.4	(35.3)
Total	1,082.6	937.4	15.5

Keuntungan/(kerugian) lainnya - bersih

Keuntungan/(kerugian) lainnya - bersih bertambah Rp24,3 miliar dari kerugian sebesar Rp13,9 miliar pada tahun 2011 menjadi keuntungan sebesar Rp10,4 miliar pada tahun 2012.

General and administrative expenses

The Company's general and administrative expenses increased by Rp145.2 billion, or 15.5%, from Rp937.4 billion in 2011 to Rp1,082.6 billion in 2012. This increase was primarily due to an increase in salaries and allowances of Rp109.9 billion or 21.7% due to increases in the minimum wage (which accounted for a 13.1% increase in staff costs), increased staffing due to the opening of 13 new stores and increased activity in existing stores; increases in utility and telecommunication costs of Rp9.9 billion or 5.6% and increases in insurance of Rp6.2 billion or 27.2% due to 13 new stores; and increases in depreciation of Rp18.9 billion or 12.0% due to the increase in the numbers of stores and the refurbishment of 15 stores in 2012. Expenses associated with taxes and licenses increased 61.9% due to government increases in the amounts for taxes and licenses. Increases in overall general and administrative expenses were offset by decreases in consultant fees and business travel.

The table below sets forth the components of general and administrative expenses in 2012 to 2011.

Other gains/(losses) - net

The Company's other gains/(losses) – net changed by Rp24.3 billion from a loss of Rp13.9 billion in 2011 to a gain of Rp10.4 billion in 2012.

Kinerja Keuangan

Financial Performance

Keuntungan/(kerugian) lain termasuk kerugian sebesar Rp9,3 miliar pada tahun 2011 disebabkan oleh kebakaran yang menghancurkan sebuah gerai yang diimbangi oleh keuntungan sebesar Rp5,4 miliar pada tahun 2012 sebagai penerimaan sebagian dari klaim asuransi penggantian kerugian tersebut. Perseroan mengharapkan sisa klaim kerugian akibat kebakaran yang belum dibayarkan akan sepenuhnya diganti pada tahun 2013.

Pada tahun 2012, Perseroan memiliki keuntungan lain sebesar Rp2,6 miliar karena kupon MCC yang telah melewati batas waktu dan Rp1,2 miliar dari keuntungan selisih kurs.

Penghasilan Keuangan

Penghasilan keuangan Perseroan turun Rp4,9 miliar atau 15,8%, dari Rp31,1 miliar pada 2011 menjadi Rp26,2 miliar pada 2012 karena berkurangnya *cash on hand* Perseroan setelah melakukan pembayaran pokok pinjaman atas fasilitas kredit sindikasi sebesar Rp400,0 juta pada tahun 2011 dan Rp350,0 juta pada tahun 2012 serta pembayaran biaya sewa tahun 2012.

Biaya keuangan

Biaya keuangan Perseroan turun Rp85,3 miliar atau 15,9%, dari Rp536,8 miliar pada 2011 menjadi Rp451,5 miliar pada tahun 2012. Penurunan ini disebabkan oleh penurunan saldo utang Perseroan karena percepatan pembayaran pokok pinjaman atas fasilitas pinjaman sindikasi sebesar Rp350,0 miliar pada bulan Maret 2012. Penurunan Biaya keuangan juga mencerminkan turunnya beban suku bunga secara keseluruhan setelah pelunasan Pinjaman pihak ketiga pada bulan Agustus 2012 dan ditariknyafasilitas pinjaman sindikasi yang mengurangi suku bunga dari suku bunga pinjaman pihak ketiga yang besarnya 13% menjadi suku bunga pinjaman sindikasi sebesar JIBOR+4,75%.

Biaya Keuangan-bersih

Biaya keuangan-bersih Perseroan turun Rp80,4 miliar atau 15,9%, dari Rp505,7 miliar pada 2011 menjadi Rp425,3 miliar pada tahun 2012. Penurunan ini terutama disebabkan oleh penurunan beban bunga yang harus dibayarkan karena penurunan saldo utang Perseroan.

Other gains/(losses) included a Rp9.3 billion loss in 2011 from a fire that destroyed a store which was offset by a gain of Rp5.4 billion in 2012 following the receipt of a portion of the insurance proceeds reimbursing that loss. The Company expects the loss due to fire to be fully reimbursed in 2013.

In 2012, the Company had other gains of Rp2.6 billion due to MCC vouchers expiring and Rp1.2 billion from foreign exchange gains.

Finance income

The Company's finance income decreased by Rp4.9 billion, or 15.8%, from Rp31.1 billion in 2011 to Rp26.2 billion in 2012 because the Company had less cash on hand following prepayments on the syndicated loan facility of Rp400.0 million in 2011 and Rp350.0 million in 2012 and a prepayment of rent expenses in 2012.

Finance cost

The Company's finance cost decreased by Rp85.3 billion, or 15.9%, from Rp536.8 billion in 2011 to Rp451.5 billion in 2012. This decrease was due to decreases in the Company's outstanding indebtedness following accelerated prepayment of loan principal under the syndicated loan facility of Rp350.0 billion in March 2012. Decreased finance costs also reflects lower overall interest rates following the repayment of the Vendor Loan in August 2012 and the drawn down of the syndicated loan facility which reduced the interest rate from 13% under the Vendor Loan to JIBOR + 4.75% under the syndicated loan.

Finance expense-net

The Company's finance expense-net decreased by Rp80.4 billion, or 15.9%, from Rp505.7 billion in 2011 to Rp425.3 billion in 2012. 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 Rp423,4 miliar atau 57,6% dari Rp735,6 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp1.159,0 miliar pada tahun 2012 karena alasan yang dijelaskan di atas, termasuk kenaikan 19,5% pada pendapatan bersih, peningkatan laba kotor sebesar Rp3.706,1 miliar dan penurunan beban keuangan sebesar Rp80,4 miliar.

Beban pajak penghasilan

Dengan meningkatnya laba Perseroan, maka beban pajak penghasilan naik sebesar Rp118,2 miliar atau 43,8%, dari Rp269,9 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp388,1 miliar pada tahun 2012.

Laba bersih

Dengan penjelasan di atas, maka laba bersih Perseroan meningkat Rp305,2 miliar atau 65,5%, dari Rp465,7 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp770,9 miliar pada tahun 2012.

POSISI KEUANGAN

Aset

Total aktiva meningkat dari Rp2.422 miliar pada tahun 2011 menjadi Rp2.929 miliar pada tahun 2012, terutama untuk tambahan uang muka sewa dan perluasan gerai baru sepanjang tahun 2012.

Profit before income tax

The Company's profit before income tax increased Rp423.4 billion, or 57.6% from Rp735.6 billion in 2011 to Rp1,159.0 billion in 2012 due to reasons described above including, the 19.5% increase in net revenue, the increase of gross profit to Rp3,706.1 billion and a decrease in finance expenses of Rp80.4 billion.

Income tax expense

Due to the increase in profit, the Company's income tax expense increased Rp118.2 billion, or 43.8%, from Rp269.9 billion in 2011 to Rp388.1 billion in 2012.

Net profit

For the reasons described above, the Company's net profit increased Rp305.2 billion or 65.5% from Rp465.7 billion in 2011 to Rp770.9 billion in 2012.

STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

Assets

Total assets increased from Rp2,422 billion in 2011 to Rp2,929 billion in 2012, mainly for additional prepaid rent and expansion of new stores during the year.

Posisi Keuangan/ Statement of Financial Position	December 2012	December 2011	Change
Kas dan Setara/Cash and Cash Equivalent	999,872	918,972	8.8%
Piutang Usaha/Trade Receivables	57,654	46,274	24.6%
Piutang Lain-lain/Other Receivables	15,920	19,999	-20.4%
Persediaan/Inventories	519,601	452,013	12.5%
Pajak di Bayar di Muka/Prepaid Taxes	44,722	45,821	-2.4%
Beban di bayar di Muka/Prepaid Expenses	6,361	5,114	
Uang Muka sewa/Prepaid Rent Expenses	73,696	49,190	49.8%
Uang Muka Sewa/Rental Advance	13,653	11,208	21.8%
Aset Lancar Lainnya/Other Current Assets	12,742	8,742	45.8%
Jumlah Aset Lancar/Total Current Assets	1,744,220	1,567,334	11.3%

Kinerja Keuangan

Financial Performance

Posisi Keuangan/ Statement of Financial Position	December 2012	December 2011	Change
Kas yang Dibatasi Penggunaannya/Restricted Cash	39,187	37,130	5.5%
Uang Muka Pembelian Aset Tetap/ Advances for Purchases of Fixed Asset	14,739	16,404	-10.3%
Aset Pajak Tangguhan/Deferred Tax Assets	53,852	58,619	-8.1%
Aset Tetap/Fixed Asset	694,005	622,891	11.4%
Sewa Jangka Panjang/Long Term Lease	270,098	29,807	806.2%
Uang Jaminan/Refundable Deposits	89,331	74,490	19.9%
Piutang Lain-lain Pihak Berelasi/ Other Receivable Related Party	2,413	-	-
Aset tidak Lancar Lainnya/Other Non Current Assets	21,908	15,796	38.7%
Jumlah Aset Tidak Lancar/Total Non Current Asset	1,185,532	855,137	38.6%
Jumlah Aset/Total Assets	2,929,752	2,422,472	20.9%

Aset Lancar

Aset lancar Perseroan yang terdiri dari kas, setara kas dan persediaan, meningkat 11,3% dari tahun 2011 menjadi Rp1.744 miliar pada tahun 2012. Penambahan kas berasal dari meningkatnya kontribusi penjualan dan persediaan yang lebih tinggi untuk mendukung pertumbuhan jumlah gerai perseroan.

Current Assets

The Company's current assets consisted predominantly of cash, cash equivalents and inventories, increasing 11.3% from 2011 to Rp1,744 billion in 2012. Additional cash is comes from increase sales contribution and higher inventories to support company's growth store number.

Aset Tidak Lancar

Aset tidak lancar meningkat 38,6% menjadi Rp1,185 miliar pada akhir tahun 2012 dengan kontribusi utama dari tambahan sewa jangka panjang.

Non Current Assets

Non-current assets increased 38.6% to Rp1,185 billion by year end 2012 with the major contribution from additional Long term lease.

Kewajiban

Secara keseluruhan, kewajiban Perseroan mengalami penurunan sebesar Rp263 miliar yang menunjukkan efektivitas strategi Perseroan untuk melakukan pelunasan pinjaman pihak ketiga dari penarikan pinjaman bank fasilitas B.

Liabilities

Overall, liabilities decreased Rp263 billion since shown effectiveness of company strategy to paid vendor loan from third parties with drawdown new bank facility B.

	December 2012	December 2011	Change
Utang Usaha/Trade payables	1,054,745	891,198	18.4%
Utang Lain-lain/Other payables	85,386	57,568	48.3%
Utang Pajak/Taxes payable	191,015	127,847	49.4%
Akrual – Bagian jatuh tempo dalam 1 tahun/ Accrued expenses- current portion	270,766	253,357	6.9%
Penghasilan Tangguhan/Deferred income	84,358	93,388	-9.7%
Pinjaman Bank – Bagian Jatuh Tempo dalam 1 tahun/ Bank Loans-current portion	483,935	284,947	69.8%
Jumlah Kewajiban Lancar/Total Current liabilities	2,170,205	1,708,305	27.0%

	December 2012	December 2011	Change
Pinjaman Bank – Bagian Jatuh Tempo Lebih dari 1 tahun/ Bank Loans-non current portion	2,475,161	2,082,511	18.9%
Akrual – Bagian jatuh Tempo Lebih dari 1 tahun/ Accrued expenses- non current portion	-	91,478	-100.0%
Pinjaman dari Pihak Ketiga/Loan from Third Party	-	1,069,746	-100.0%
Kewajiban Imbalan Kerja/Employee Benefits Obligation	215,918	172,845	24.9%
Jumlah Kewajiban Tidak lancar/Total Non Current liabilities	2,691,079	3,416,580	-21.2%
Jumlah Kewajiban Lancar/Total Liabilities	4,861,284	5,124,885	-5.1%

Kewajiban Lancar

Kewajiban lancar meningkat menjadi Rp2.170 miliar pada tahun 2012 dari Rp1.708 miliar pada tahun 2011 sebagai dampak dari pinjaman baru fasilitas B dari bank yang digunakan untuk melunasi Pinjaman pihak ketiga yang biasanya dikategorikan sebagai kewajiban tidak lancar.

Kewajiban Tidak Lancar

Kewajiban tidak lancar meningkat sebagai hasil dari penarikan fasilitas senior. Perseroan menarik Fasilitas A sebesar Rp3.416 miliar yang terdiri dari fasilitas pinjaman jangka panjang sebesar Rp3.250 miliar dan fasilitas pinjaman berulang senilai Rp250 miliar, serta Fasilitas B, yaitu fasilitas pinjaman berjangka sebesar Rp1.225 miliar, yang diambil pada tanggal 7 Agustus 2012. Tingkat suku bunga untuk Fasilitas A, B dan *Revolving Facility loan* adalah 4,75% per tahun ditambah JIBOR.

Ekuitas

Setelah penggabungan antara Matahari dan MI pada tahun 2010, Perseroan mengalami kondisi ekuitas negatif. Kemudian, saldo laba positif pada tahun 2012 dapat menurunkan ekuitas negatif dari Rp2.702 miliar pada 31 Desember 2011 menjadi Rp1.931 miliar pada 31 Desember 2012.

Current Liabilities

Current liabilities increased to Rp2,170 billion in 2012 from Rp1,708 billion in 2011 as a result of new loan facility B from Bank which using to paid Vendor Loan from third parties which usually categorized as non current liabilities.

Non Current Liabilities

Non-current liabilities increased as a result of drawing on senior facilities. The Company drew on Facility A, with total facility amount of Rp3,416 billion which comprised long term loan facility Rp3,250 billion and revolving loan facility of Rp250 billion, and Facility B, a term loan facility of Rp1,225 billion, which was drawn in full on 7 August 2012. The rate of interest payable in respect of each of Facility A, Facility B and Revolving Facility loan is 4.75% per annum plus JIBOR.

Equity

Following the merger between Matahari and MI in 2010, the Company has been in a situation of negative equity. Positive profit balances in 2012 have impact the decreasing of negative equity from Rp2,702 billion in 31 December 2011 to Rp1,931 billion in 31 December 2012.

	December 2012	December 2011	Change
Modal Saham/Share capital	386,794	386,794	0.0%
Tambahan Modal Disetor/Additional paid in capital	195,192	195,192	0.0%
Selisih Nilai Transaksi Restrukturisasi Entitas Sepengendali/ Restructuring of Entities Under Common Control	(3,767,126)	(3,767,126)	0.0%
Saldo Laba/Retained earning	1,253,610	482,727	
Dicadangkan/Appropriated	10,950	6,250	
Tidak Dicapangkan/Unappropriated	1,242,660	476,477	
Jumlah Ekuitas/Total Equity	(1,931,531)	(2,702,413)	-28.5%
Jumlah Kewajiban dan Ekuitas/Total Liabilities and Equity	2,929,752	2,422,472	20.9%

Kinerja Keuangan

Financial Performance

Modal Ditempatkan dan Disetor/Issued and Fully Paid Shares

Pemegang Saham/ Shareholders	31 December 2012			31 March 2013		
	Jumlah Saham/ Number of Shares	Nilai Saham/Value of Shares (Rupiah)	%	Jumlah Saham/ Number of Shares	Nilai Saham/Value of Shares (Rupiah)	%
1. Asia Color Company Limited						
a. Seri A @Rp 5,000	4,683,831	23,419,155,000	0.16	3,495,552	17,477,760,000	0.12
b. Seri B @ Rp350	211,037,131	73,862,995,850	7.23	67,951,843	23,783,145,050	2.33
c. Seri C @ Rp100	2,648,213,669	264,821,366,900	90.76	852,712,236	85,271,223,600	29.22
Subtotal	2,863,934,631	362,103,517,750	98.15	924,159,631	126,532,128,650	31.67
2. PT Multipolar Tbk						
a. Seri A @Rp 5,000	-	-	-	1,188,290	5,941,450,000	0.04
b. Seri B @ Rp350	-	-	-	44,017,453	15,406,108,550	1.51
c. Seri C @ Rp100	-	-	-	552,323,757	55,232,375,700	18.93
Subtotal	-	-	-	597,529,500	76,579,934,250	20.48
3. Public						
a. Seri A @Rp 5,000	1,485,129	7,425,645,000	0.05	1,485,118	7,425,590,000	0.05
b. Seri B @ Rp350	48,059,189	16,820,716,150	1.65	147,127,024	51,494,458,400	5.04
c. Seri C @ Rp100	4,439,131	443,913,100	0.15	1,247,616,807	124,761,680,700	42.76
Subtotal	53,983,449	24,690,274,250	1.85	1,396,228,949	183,681,729,100	47.85
TOTAL	2,917,918,080	386,793,792,000	100.00	2,917,918,080	386,793,792,000	100.00

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

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

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

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

RASIO/RATIO

Neraca/Balance Sheet	Des-2012	Des-2011
Peningkatan Penjualan dari Tahun Sebelumnya/Sales increase over prior year	17.7%	16.9%
SSSG - Same Store Sales Growth	11.1%	13.6%
Laba Kotor (per total penjualan)/Gross profit (as % of gross sales)	34.1%	33.7%
Laba Operasional (per total penjualan)/Operating profit (as % of gross sales)	14.6%	13.4%

SOLVABILITAS

Sebagaimana dapat dilihat dari tabel di bawah ini, operasional Perseroan berjalan dengan baik dalam ikatan perjanjian bank, dan terus meningkatkan kinerjanya pada tahun 2012.

Perjanjian/Covenant	2012	2011
1. Utang Bersih (utang kotor dikurangi dengan kas dan setara kas) terhadap Laba usaha sebelum penyusutan, bunga, dan pajak/Net Debt to EBITDA		
Batas minimal/Covenant	N/A	N/A
Pencapaian/Actual	N/A	N/A
2. Utang kotor terhadap Laba usaha sebelum penyusutan, bunga dan pajak/Gross Debt to EBITDA		
Batas minimal/Covenant	3.25 x	3.50 x
Pencapaian/Actual	1.74 x	1.74 x
3. Rasio kemampuan membayar kembali pinjaman/Debt Service Coverage Ratio		
Batas minimal/Covenant	1.40 x	1.40 x
Pencapaian/Actual	3.97 x	3.57 x

KOMITMEN DAN LIABILITAS KONTINJENSI

Komitmen

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

Kewajiban keuangan lainnya, tidak termasuk pinjaman, jatuh tempo dalam waktu kurang dari 3 bulan pada tanggal 31 Desember 2012.

	Less than Three Months	Between Three Months and One Year	Between One and Two Years	Between Two and Five Years	Total
(Rp billion)					
Bank Loans	5.9	478.0	744.6	1,730.6	2,959.1

Perseroan juga memiliki perjanjian sewa. Diperkirakan pada tanggal 31 Desember 2012 total komitmen sewa mencapai Rp365,7 miliar untuk jangka waktu sewa 10 sampai 11 tahun. Pada tanggal 31 Desember 2012, Perseroan memperkirakan sebanyak Rp0,3 miliar obligasi akan jatuh tempo kurang dari tiga bulan, sebanyak Rp9,9 miliar akan jatuh tempo antara tiga bulan dan satu tahun, sebanyak Rp23,7 miliar akan jatuh tempo antara satu sampai dua tahun dan sebanyak Rp331,7 miliar akan jatuh tempo di tahun 2015 atau setelahnya.

SOLVENCY

As can be seen from the table below, the Company operates well within its bank covenants, and continues to improve its performance in 2012.

COMMITMENTS AND CONTINGENT LIABILITIES

Commitments

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

The Company's other financial liabilities, excluding borrowings, were due in less than 3 months as of 31 December 2012.

The Company also has lease commitments. These estimated total lease commitments as at 31 December 2012 are Rp365.7 billion for leases of 10 to 11 years. The Company estimates these obligations, at 31 December 2012, were Rp0.3 billion due in less than three months, Rp9.9 billion due between three months and one year, Rp23.7 billion due between one year and two years and Rp331.7 billion due in 2015 or in later years.

Kinerja Keuangan Financial Performance

Sampai dengan 31 Maret 2013 Perseroan menandatangani sepuluh nota kesepahaman untuk membuka gerai baru di tahun 2013 dan empat nota kesepahaman untuk membuka gerai baru di tahun 2014 dan 2015. Gerai-gerai tersebut berlokasi di berbagai wilayah Indonesia.

Liabilitas Kontinjensi

Perseroan tidak memiliki liabilitas kontinjensi yang signifikan sampai pada tanggal 31 Maret 2013, 31 Desember 2012, dan 2011.

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:

	Tahun yang Berakhir 31 Desember/Years Ended 31 December	
	2012	2011
	(Rp billions)	
Gerai baru/New stores ⁽¹⁾	162.7	108.9
Renovasi/Refurbishments ⁽²⁾	98.0	76.1
TI dan perawatan/IT & maintenance	52.3	51.7
Total	313.0	236.7

(1) Perseroan membuka 9 dan 13 gerai baru masing-masing pada tahun 2011 dan 2012.
The Company opened 9 and 13 new stores in 2011 and 2012, respectively

(2) Perseroan merenovasi 13 dan 15 gerai masing-masing pada tahun 2011 dan 2012
The Company refurbished 13 and 15 stores in 2011 and 2012, respectively.

Perseroan membelanjakan antara Rp9,6 miliar hingga Rp14,5 miliar untuk belanja modal pada pembukaan setiap gerai baru. Perseroan membelanjakan antara Rp3,1 miliar hingga Rp6,2 miliar untuk belanja modal untuk renovasi gerai.

Sampai dengan 31 Desember 2012, Perseroan mempunyai komitmen untuk membeli aset tetap, termasuk perlengkapan untuk gerai baru dan gerai yang diperbaharui dan peralatan teknologi informasi, sebesar Rp64,0 miliar. Pada tahun 2011, Perseroan tidak memiliki komitmen modal yang signifikan.

As at 31 March 2013, the Company has also signed ten memorandum of understanding for opening new stores in 2013 and four memorandum of understanding for opening new stores in 2014 to 2015. The stores are located in several locations in Indonesia.

Contingent Liabilities

The Company had no significant contingent liabilities as at 31 March 2013, 31 December 2012, and 2011.

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:

The Company spends between approximately Rp9.6 billion to 14.5 billion in capital expenditure on the opening of each new store. The Company spends between approximately Rp3.1 billion to Rp6.2 billion in capital expenditure on the refurbishment of a store.

As at 31 December 2012, the Company had commitments to purchase fixed assets, comprising the fixtures for new and refurbished stores and IT equipment, amounting to Rp64.0 billion. In 2011, the Company had no significant capital commitments.

PERPAJAKAN

Tarif pajak yang berlaku selama periode laporan adalah 36,7% dan 33,5%. Hal ini terutama disebabkan pengeluaran selain pajak sebesar Rp583,4 miliar pada tahun 2011 dan Rp420,7 miliar pada tahun 2012. Beban pajak non-deductible tersebut termasuk beban bunga dari pinjaman bank dan pinjaman pihak ketiga. Kenaikan laba sebelum pajak dan penurunan beban keuangan mengurangi dampak timbulnya biaya non-tax deductible berkaitan dengan proses akuisisi, pada tarif pajak yang berlaku. Selanjutnya, karena adanya penerimaan utang bank dan pinjaman pihak ketiga untuk mendanai akuisisi, biaya yang terkait dengan pinjaman ini tidak dapat dikurangkan untuk perhitungan pajak. Tarif pajak efektif menurun dari 36,7% pada tahun 2011 menjadi 33,5% pada tahun 2012 terutama disebabkan oleh pembayaran pinjaman pihak ketiga dan pembayaran pokok pinjaman bank yang menurunkan beban bunga yang tidak dapat dikurangkan pada tahun 2012.

Perseroan berharap bahwa tarif pajak efektif dapat berkurang lagi karena Perseroan terus berupaya melunasi utang yang timbul sebagai bagian dari proses akuisisi agar dapat menurunkan beban bunga yang tidak dapat dikurangkan.

TAXATION

The effective tax rates during the period under review were 36.7% and 33.5%. This is mainly due to nontax deductible expenses of Rp583.4 billion and Rp420.7 billion in 2011 and 2012. Nondeductible tax expenses include mainly interest expense from the Company's bank loans and Vendor Loan. The increase in profit before tax and the decrease in finance costs decreases the impact of non-tax deductible expenses related to the acquisition on the effective tax rate. Further, because the proceeds of the Company's bank loans and the Vendor loan funded the Acquisition, the expenses associated with these loans are not tax deductible. The effective tax rate decreased from 36.7% in 2011 to 33.5% in 2012 mainly due to the repayment of the Vendor Loan and prepayments of principal on bank loans which decreased the Company's non-deductible interest expense in 2012.

The Company expects that its effective tax rate will further decrease as the Company continues to repay debt incurred as part of the Acquisition resulting in reductions in non-deductible interest expenses.



Kinerja Keuangan

Financial Performance

Pada tanggal 6 Februari 2013, Perseroan menerima pemberitahuan dari Departemen Keuangan Republik Indonesia, Direktorat Jendral Pajak, Direktur Pemeriksaan dan Penagihan, yang menginformasikan bahwa Perseroan akan menjadi subyek dari pemeriksaan kepatuhan pajak atas kewajiban pajak penghasilan Persroan, pemotongan pajak penghasilan dan pajak pertambahan nilai untuk tahun pajak 2009, 2010 dan 2011. Perseroan telah bersikap kooperatif dalam menjalani proses audit yang kesimpulannya diharapkan dapat diterima paling lambat tanggal 6 Agustus 2013. Setelah selesai, jika Departemen Keuangan menyimpulkan bahwa Perseroan memiliki kurang bayar kewajiban pajak, Perseroan mungkin akan dikenakan pajak tambahan dan/atau denda atas ketidakpatuhan. Denda atas kurang bayar pajak adalah 2% per bulan dari jumlah kurang bayar terhitung mulai dari waktu kurangnya pembayaran sampai dengan tanggal pembayaran pajak jatuh tempo, maksimal 24 bulan.

Perseroan memiliki departemen pajak internal dan melakukan tinjauan internal untuk memastikan kesesuaian dan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan pajak yang berlaku di Indonesia. Perseroan juga berkonsultasi dengan konsultan pajak eksternal. Disamping itu, selama proses merger dan akuisisi, Perseroan melibatkan otoritas pajak setempat untuk memastikan kepatuhan dengan semua persyaratan pajak yang berlaku.

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. Setelah melakukan penawaran global saham pada bulan Maret 2013, Perseroan berharap dapat memenuhi syarat untuk pengurangan tarif pajak korporasi dari 25% menjadi 20%. Perseroan mengharapkan penurunan tarif pajak ini dapat diterapkan secara retrospektif pada tahun 2013.

The Company has received a notice, dated 6 February 2013, from the Ministry of Finance of the Republic of Indonesia, Director General of Tax, Director of Inspection and Collection informing the Company that it will be the subject of a tax audit of its compliance with its corporate income tax, withholding income tax and value added tax obligations for fiscal years 2009, 2010 and 2011. The Company is cooperating with the audit process which is expected to conclude no later than 6 August 2013. Upon completion, if the Ministry of Finance were to conclude that the Company had underpaid with respect to any of its tax obligations, the Company may be assessed additional tax and/or penalties for such non-compliance. The penalties for underpayment of tax are 2% of the underpaid amount per month from the point in time of the underpayment up to the date of payment of the overdue tax, subject to a maximum of 24 months.

The Company has an internal tax department and conducts internal reviews to ensure that it complies with applicable Indonesian tax rules and regulations. The Company also consults with external tax advisers. Furthermore, during the Merger and Acquisition, the Company engaged with local tax authorities to ensure its compliance with all applicable tax requirements.

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. Following the global offering of shares in March 2013, the Company expects to be eligible for a reduction in its corporate tax rate from 25% to 20%. The Company expects this reduced tax rate to apply retrospectively for the entirety of 2013.

ANALISIS KEMAMPUAN PERUSAHAAN DALAM MEMBAYAR UTANG DAN MENAGIHKAN PIUTANG

Seperti dapat dilihat dari laporan arus kas Perseroan dan perbandingan aset lancar terhadap kewajiban lancar, Perseroan berada pada posisi yang baik dalam kemampuan membayar utang Perseroan. Perbandingan antara Aset Lancar dengan Kewajiban Lancar adalah 4:5.

INFORMASI DAN KEJADIAN MATERIAL SETELAH TANGGAL LAPORAN AKUNTAN

- Pada bulan Maret 2013 Perseroan melakukan pembayaran pokok pinjaman bank sebesar Rp700 juta.
- Pada bulan Maret 2013 Perseroan menerima pembayaran klaim asuransi sebesar Rp10,9 miliar.
- Perseroan menggunakan fasilitas *revolving loan* sebesar Rp250 miliar pada bulan Maret 2013.
- Asia Color Company Limited dan PT Multipolar Tbk menyelesaikan perdagangan sahamnya yang merupakan saham di Matahari pada 28 Maret 2013. Persentase kepemilikan saham publik di Matahari meningkat dari 1,85% menjadi 47,4%. Penawaran saham yang dilakukan diterima dengan sangat baik dan menarik minat yang sangat signifikan dari para investor global terkemuka. Matahari akan mendapatkan manfaat dari (i) meningkatnya likuiditas yang dimiliki dalam perdagangan saham di BEI, (ii) berpotensi untuk mendapat manfaat pajak yaitu berkurangnya persentase pajak penghasilan sesuai dengan peraturan perpajakan di Indonesia berdasarkan meningkatnya jumlah pemegang saham publik setelah selesainya penawaran saham; (iii) akan lebih mudah mendapatkan dana di pasar modal domestik maupun internasional; dan (iv) manfaat dari meningkatnya nama Perseroan di Indonesia maupun luar negeri. Setelah selesainya penawaran saham dan pelaksanaan opsi *over-allotment*, Asia Color Company memiliki kepemilikan saham sebesar 32,2%, PT Multipolar Tbk sebesar 20,5% dan masyarakat, termasuk pemilik saham yang baru sebesar 47,4%.

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 = 4:5.

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

- In March 2013 the Company made a voluntary payment of bank loan in the amount of Rp700 million.
- In March 2013 the Company received an insurance settlement in the amount of Rp10.9 billion.
- The Company accessed the revolving line of credit in the amount of Rp250 billion in March 2013.
- Asia Color Company Limited and PT Multipolar Tbk completed a share offering of shares in Matahari on 28 March 2013. The percentage of shares in Matahari held by the public increased from 1.85% to 47.4%. The share offering was well-received and attracted significant interest from leading investors globally. Matahari is expected to benefit from (i) having more liquidity in the trading of its shares on the IDX, (ii) potentially receiving certain tax benefits in the form of reduced rates on its income tax in accordance with prevailing taxation regulations in Indonesia depending on the public shareholding subsequent to the offering; (iii) being able to raise funds more easily in the future through the domestic and international capital markets; and (iv) benefiting from increased visibility in Indonesia and overseas. Immediately following completion of the share offering and exercise of the over-allotment option, Asia Color Company had a shareholding of 32.2% PT Multipolar Tbk had a shareholding of 20.5% and the public, including new shareholders, had a shareholding of 47.4%.

INFORMASI YANG BERKAITAN DENGAN TRANSAKSI AFILIASI

Transaksi berikut terjadi pada tahun 2012 antara Perseroan dengan pihak terkait:

- Perseroan memperoleh pendapatan jasa dari Meadow Asia Company Ltd sebesar Rp480 juta.
- Perseroan mengadakan Perjanjian Perwakilan Penyewa (Tenant Representation Agreement) dengan PT Jones Lang Lasalle Indonesia ("Jones Lang") pada tanggal 12 November 2012. Berdasarkan perjanjian ini, Perseroan menunjuk Jones Lang sebagai agen non eksklusif untuk mencari, mengevaluasi, negosiasi dan mengamankan ruang ritel yang akan disewa oleh Perseroan di daerah yang diinginkan. Transaksi ini dikategorikan sebagai transaksi dengan pihak terafiliasi karena salah satu Direktur Perseroan memiliki hubungan keluarga dengan salah satu Komisaris Jones Lang dan hal tersebut telah dilaporkan kepada pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI). Jangka waktu perjanjian ini adalah 12 bulan.
- Bantuan yang diberikan sehubungan dengan Penawaran Saham.
Sehubungan dengan Penawaran Saham, Perseroan telah setuju untuk memberikan bantuan kepada pemegang saham mayoritas Perseroan ("Pemegang Saham Penjual"). Berdasarkan Surat Permintaan Bantuan tanggal 13 November 2012 yang dilengkapi dengan Surat Permintaan Bantuan tanggal 5 Desember 2012 dari Pemegang Saham Penjual, ruang lingkup bantuan yang diminta oleh Pemegang Saham Penjual dari Perseroan sehubungan dengan Penawaran Saham adalah sebagai berikut:
 - a. Membantu Pemegang Saham Penjual dan setiap pihak yang terlibat dalam Penawaran Saham dalam melakukan uji kelayakan (*due diligent*) atas Perseroan, dan untuk bekerja sama dengan Pemegang Saham Penjual dan setiap pihak yang terlibat dalam Penawaran Saham dalam kaitannya dengan proses *due diligence* tersebut, sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku;
 - b. Membantu setiap pihak dalam Penawaran Saham dalam persiapan dokumen yang diperlukan untuk pelaksanaan Penawaran Saham, termasuk namun tidak terbatas pada Penawaran Saham Sirkuler, presentasi analisis dan penyediaan materi pemasaran lainnya yang diminta oleh para pihak yang berkepentingan pada Penawaran Saham;

INFORMATION RELATING TO AFFILIATED TRANSACTIONS

The following transaction occurred in 2012 between the Company and its related parties:

- The Company received service fees from Meadow Asia Company Ltd in the amount of Rp480 million.
- The Company has entered into the Tenant Representation Agreement with PT Jones Lang Lasalle Indonesia ("Jones Lang") on 12 November 2012. Under this agreement, the Company appoints Jones Lang as its non exclusive agent for the purpose of locating, evaluating, negotiating and securing retail space to be leased by the Company in the target area. This transaction is categorized as affiliated party transaction since one of the Company's Director has a family relationship with one of Jones Lang's Commissioner and it has also been reported to OJK and IDX. The term of this agreement is 12 months.
- Assistance provided in connection with the Shares Offering.
In connection with the Shares Offering, the Company has agreed to provide assistance to the Company's majority shareholders ("the Selling Shareholders"). Based on a Request for Assistance Letter dated 13 November 2012 as supplemented by a Request for Assistance Letter dated 5 December 2012 from the Selling Shareholders, the scope of assistance required by the Selling Shareholders from the Company in connection with the Shares Offering includes:
 - a. To assist the Selling Shareholders and any parties involved in the Shares Offering in their due diligence review of the Company, and to cooperate with the Selling Shareholders and any parties involved in the Shares Offering in relation to the above due diligence process, in accordance with applicable laws and regulations;
 - b. To assist any parties to the Shares Offering in the preparation of documents required for the implementation of the Shares Offering, including but not limited to the Shares Offering Circular and the analysts' presentation and other marketing materials requested by the parties to the Shares Offering;

- c. Berpartisipasi dalam presentasi analis, pertemuan investor, dan/atau *road show* sehubungan dengan pelaksanaan Penawaran Saham;
 - d. Ikut dalam perjanjian atau dokumen yang berkaitan dengan Penawaran Saham, termasuk tapi tidak terbatas pada perjanjian penempatan/penjaminan internasional dan perjanjian *lock-up*, dan untuk menyediakan di dalamnya atau yang berhubungan dengan representasi, jaminan, usaha, perjanjian dan ganti rugi;
 - e. Kesiediaan manajemen Perseroan untuk berpartisipasi dalam semua kegiatan tersebut di atas;
 - f. Melakukan semua tindakan yang diperlukan, termasuk tapi tidak terbatas untuk memperoleh semua persetujuan Perseroan dan regulator yang diperlukan, dalam rangka melaksanakan segala hal dalam kaitannya dengan pelaksanaan Penawaran Saham, dalam setiap kondisi sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku, dan
 - g. Mendukung Pemegang Saham Penjual dan pihak-pihak yang terkait Penawaran Saham sehubungan dengan pelaksanaan Penawaran Saham, termasuk hal-hal tersebut di atas, sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku.
- c. To participate in analysts' presentations, investor meetings, and/or road shows in connection with the implementation of the Shares Offering;
 - d. To enter into such agreements or documents related to the Shares Offering, including without limitation an international placement/underwriting agreement and lock-up agreement, and to provide therein or in connection therewith representations, warranties, undertakings, covenants and indemnities;
 - e. To make the management of the Company available to participate in all of the activities referred to above;
 - f. To do any and all acts necessary, including without limitation obtaining all necessary corporate and regulatory approvals, in order to carry out all matters in relation to the implementation of the Shares Offering, in each case in accordance with applicable laws and regulations; and
 - g. To support the Selling Shareholders and the parties to the Shares Offering in connection with the implementation of the Shares Offering, including with respect to the items above, in accordance with applicable laws and regulations.



Kinerja Keuangan

Financial Performance

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

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

Untuk hal tersebut di atas, Perseroan telah memperoleh pendapat wajar melalui surat nomor RAO.YUHAL-B-ODN-XII/12 tanggal 6 Desember 2012 dari Kantor Jasa Penilai Publik RAO, Yuhal & Rekan yang berpendapat bahwa pemberian bantuan oleh Perseroan kepada Pemegang Saham Penjual adalah transaksi yang wajar, dan Perseroan telah membuat pengumuman yang dibutuhkan di sebuah koran nasional pada tanggal 10 Desember 2012. Sebuah pendapat wajar berikutnya diperoleh pada tanggal 25 Maret 2013 dan pengumuman tambahan akan dilakukan oleh Perseroan sesuai dengan peraturan di Indonesia.

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

PERUBAHAN KEBIJAKAN AKUNTANSI

Pada tanggal 1 Januari 2012, Perseroan menerapkan pernyataan standar akuntansi keuangan ("PSAK") dan interpretasi standar akuntansi keuangan ("ISAK") baru dan revisi yang efektif sejak tanggal tersebut. Perubahan kebijakan akuntansi Perseroan telah dibuat seperti yang disyaratkan, sesuai dengan ketentuan transisi dalam masing-masing standar dan interpretasi.

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

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

In respect of the above, the Company has obtained fairness opinion number RAO.YUHAL-B-ODN-XII/12 dated 6 December 2012 from the Public Appraiser Service Office of RAO, YUHAL & Rekan that opined that the granting of assistance by the Company to the Selling Shareholders is a fair transaction, and the Company has made the required announcement in a national newspaper on 10 December 2012. A further fairness opinion was obtained on 25 March 2013 and an additional announcement will be made by the Company in accordance with Indonesian regulations.

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

CHANGES IN THE ACCOUNTING POLICY

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

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

PSAK No. 24: “Imbalan Kerja”

Standar yang direvisi ini memperkenalkan alternatif metode baru untuk mengakui keuntungan/(kerugian) aktuarial, yaitu dengan mengakui seluruh keuntungan/(kerugian) melalui pendapatan komprehensif lainnya.

Perseroan telah memilih untuk tetap menggunakan pendekatan koridor dalam pengakuan keuntungan/(kerugian) aktuarial.

Standar yang direvisi juga mensyaratkan pengungkapan baru tambahan. Pengungkapan yang disyaratkan tersebut telah diungkapkan dalam Catatan 21 pada Laporan Keuangan yang telah diaudit, yang telah disusun sesuai dengan standar.

PSAK No. 60: “Instrumen Keuangan: Pengungkapan”

Perseroan menerapkan PSAK No. 60: “Instrumen Keuangan: Pengungkapan”, yang wajib diterapkan untuk pertama kali untuk tahun buku yang dimulai pada tanggal 1 Januari 2012.

PSAK No. 60 mengungkapkan tiga tingkat hirarki pengungkapan nilai wajar dan mengharuskan entitas untuk menyediakan pengungkapan tambahan mengenai keandalan pengukuran nilai wajar. Sebagai tambahan, standar ini menjelaskan keharusan atas pengungkapan risiko likuiditas.

Penerapan dari standar dan interpretasi baru/revisi berikut, relevan dengan operasi Perseroan, namun tidak menimbulkan efek material terhadap laporan keuangan tahun berjalan atau tahun sebelumnya, dan berlaku untuk laporan keuangan yang periodenya dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2012:

- PSAK No. 10 (Revisi 2010) – Pengaruh Perubahan Valuta Asing.
- PSAK No. 16 (Revisi 2011) - Aset Tetap.
- PSAK No. 24 (Revisi 2010) - Imbalan Kerja.
- PSAK No. 26 (Revisi 2011) – Biaya Pinjaman.
- PSAK No. 30 (Revisi 2011) – Sewa.
- PSAK No. 46 (Revisi 2010) – Pajak Penghasilan.

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

SFAS No. 24: “Employee Benefits”

The revised standard introduces a new alternative method to recognise actuarial gains/(losses), that is to recognise all actuarial gains/(losses) in full through other comprehensive income.

The Company elected to continue to use the corridor approach in the recognition of actuarial gains/(losses).

The revised standard also introduces additional new disclosures. The new disclosure requirements as disclosed in Note 21 of the Audited Financial Statement have been prepared in accordance with the standard.

SFAS No. 60: “Financial Instrument: Disclosures”

The Company adopts SFAS No. 60: “Financial Instruments: Disclosures”, which is mandatory for the first time for the financial year beginning on 1 January 2012

SFAS No. 60 introduces three hierarchy level for fair value measurement disclosure and require entities to provide additional disclosure about the relative reliability of fair value measurements. In addition, the standard clarify the requirement for the disclosure of liquidity risk.

The adoption of the following new/revised standards and interpretations, which are relevant to the Company’s operations, but did not result in a material effect on the current or prior years financial statements, and applicable for financial statements covering periods beginning on or after 1 January 2012:

- SFAS No. 10 (Revised 2010) – The Effects Changes in Foreign Exchange Rates.
- SFAS No. 16 (Revised 2011) - Fixed Assets.
- SFAS No. 24 (Revised 2010) – Employee Benefits.
- SFAS No. 26 (Revised 2011) – Borrowing Costs.
- SFAS No. 30 (Revised 2011) – Leasing.
- SFAS No. 46 (Revised 2010) – Income Taxes.

Kinerja Keuangan Financial Performance

- PSAK No. 50 (Revisi 2010) – Instrumen Keuangan: Penyajian.
- PSAK No. 56 (Revisi 2011) - Laba Per Saham.
- ISAK No. 20 - Pajak Penghasilan - Perubahan dalam status pajak entitas atau para pemegang saham.
- ISAK No. 23 - Sewa Operasi – Insentif.
- ISAK No. 25 - Hak atas Tanah.

Standar revisi yang wajib diterapkan untuk periode pelaporan keuangan yang dimulai 1 Januari 2013 dan relevan dengan operasi Perseroan adalah sebagai berikut:

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

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

REALISASI PENGGUNAAN DANA HASIL PENAWARAN UMUM TERBATAS

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

PERUBAHAN HUKUM DAN PERATURAN

Tidak ada perubahan undang-undang dan peraturan yang memiliki dampak signifikan terhadap Perseroan.

AKSI KORPORASI

Pada tahun 2012, Perseroan tidak melakukan aksi korporasi termasuk *stock split*, *reverse stock*, pembagian dividen saham atau saham bonus, dan penurunan nilai nominal saham. Perseroan juga tidak memiliki obligasi, sukuk, atau obligasi konversi dalam 2 tahun terakhir.

- SFAS No. 50 (Revised 2010) – Financial Instruments: Presentation.
- SFAS No. 56 (Revised 2011) - Earnings Per Share.
- ISFAS No. 20 - Income Taxes - Changes in the Tax Status of an Entity or its Shareholders.
- ISFAS No. 23 - Operating Lease – Incentive.
- ISFAS No. 25 - Land Use Rights.

Revised standard which is mandatory for financial reporting period beginning on 1 January 2013 and relevant to the Company's operations is as follows:

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

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

REALIZATION OF UTILIZATION OF PROCEEDS FROM THE LIMITED PUBLIC OFFERING

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

CHANGES IN LAWS AND REGULATIONS

There were no changes in laws and regulations that have significant impacts to the Company.

CORPORATE ACTIONS

In 2012, the Company did not undertake corporate actions include stock split, reverse stock, distribution of share dividends or bonus shares, and decrease in share nominal value. The Company also does not have bonds, sukuk, or convertible bonds in the last 2 years.

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

Pada tahun 2012, Matahari mengembangkan jaringan bisnisnya dengan membuka 13 gerai baru.

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

RISIKO USAHA

FAKTOR PENTING YANG MEMPENGARUHI HASIL OPERASIONAL PERSEROAN

Keadaan pasar ritel Indonesia dan kondisi ekonomi secara umum

Perseroan mengoperasikan bisnis ritel yang sangat tergantung pada keadaan ekonomi Indonesia. Permintaan untuk produk di gerai-gerai Perseroan tergantung pada ukuran dan tingkat pendapatan disposabel segmen berpenghasilan menengah di Indonesia (sebagai segmen pasar yang menjadi target utama Perseroan) yang akan sangat tergantung pada kondisi perekonomian Indonesia. Dengan bertumbuhnya ekonomi, pertumbuhan konsumen yang memiliki pendapatan disposabel yang cukup untuk dapat membeli produk di gerai-gerai Perseroan dan pelanggan yang ada dapat berbelanja lebih banyak lagi untuk produk di gerai Perseroan, keduanya berpotensi meningkatkan skala pasar konsumen yang menjadi target Perseroan serta meningkatkan permintaan untuk produk di gerai Perseroan. Menurut Euromonitor, pertumbuhan PDB riil Indonesia adalah sebesar 6,5% pada tahun 2011 dan diperkirakan tumbuh sebesar 6,3% pada tahun 2012 dan 6,5% pada tahun 2013.

Populasi pelanggan yang menjadi target

Target demografis Perseroan adalah segmen konsumen berpendapatan menengah yang populasinya cukup besar dan terus bertumbuh di Indonesia (didefinisikan oleh manajemen sebagai segmen dengan pengeluaran konsumtif antara Rp0,7 juta sampai Rp4,5 juta per kapita, per bulan). Manajemen

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

In 2012, Matahari expanded its business coverage by opening 13 new stores.

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

BUSINESS RISK

SIGNIFICANT FACTORS AFFECTING THE COMPANY'S RESULTS OF OPERATIONS

The state of the Indonesian retail market and general economic conditions

The Company operates a retail business that is highly dependent on the state of the Indonesian economy. Demand for products in the Company's stores depends upon the size and pendapatan disposabel levels of Indonesia's middle income segment (the Company's primary consumer target market segment) which in turn depends primarily upon the state of the Indonesian economy. As the economy grows, more consumers have sufficient pendapatan disposabel to be able to afford the products in the Company's stores and existing customers are able to spend more on the products in the Company's stores, both of which potentially increase the size of the Company's target consumer market and demand for the products in the Company's stores. According to Euromonitor, Indonesia's real GDP growth was 6.5% in 2011 and is forecast to grow at 6.3% in 2012 and 6.5% in 2013.

Target customer population

The Company's target demographic is Indonesia's large and growing middle income consumer segment (defined by Management as people with a consumption expenditure of between Rp0.7 million – 4.5 million per capita, per month). Management believe that the Company's broad selection of

Kinerja Keuangan

Financial Performance

percaya bahwa pilihan produk Perseroan yang sangat beragam memungkinkan Perseroan untuk menarik selera semua anggota keluarga Indonesia berpenghasilan menengah untuk berbelanja dalam satu gerai.

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

Dengan naiknya tingkat pendapatan, segmen populasi berpenghasilan menengah Indonesia akan terus bertumbuh seiring dengan pertumbuhan masyarakat dari segmen berpenghasilan rendah yang populasinya sangat besar, sekitar 106 juta jiwa (didefinisikan oleh manajemen sebagai segmen dengan pengeluaran konsumtif dibawah Rp0,7 juta per kapita, per bulan) yang bertransisi ke segmen berpenghasilan menengah. Masyarakat yang baru masuk segmen menengah ini diharapkan untuk membeli lebih banyak produk bermerek dengan harga terjangkau, yang diyakini akan meningkatkan permintaan untuk produk-produk Perseroan.

Menurut Euromonitor, total belanja konsumtif penduduk Indonesia diperkirakan akan tumbuh pada CAGR sebesar 5,3% antara tahun 2011 dan 2016. Peningkatan permintaan untuk produk-produk konsumsi telah mendukung pertumbuhan Perseroan dalam peningkatan SSSG dan program perluasan usaha dengan penambahan 29 gerai baru pada tahun 2010-2012.

Produktivitas

Pendapatan Perseroan tergantung pada produktivitas gerai, yang diukur dengan mengacu pada parameter SSSG dan Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Ritel. SSSG adalah perubahan kontribusi Penjualan Kotor 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 kotor per meter persegi Ruang

products allows the Company to appeal to the tastes of all members of a typical middle income Indonesian family in a single store.

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

With increasing income levels, the Indonesian middle income segment is set to grow further as people from the large lower-income segment of approximately 106 million people (defined by Management as people with a consumption expenditure of below Rp0.7 million per capita, per month) transition into the middle-income group. As people move into the middle income segment and their disposable income increases, they are expected to aspire to purchase more branded products at affordable prices, which Management believe increases demand for the Company's products.

Consumer expenditure for the total Indonesian population is expected to grow at a CAGR of 5.3% between 2011 and 2016 according to Euromonitor. Increased demand for consumer goods has supported the growth of the Company's improvements in same store sales and its expansion programme with the addition of 29 new stores from 2010 to 2012.

Productivity

The Company's financial results are dependent on the productivity of its stores, which is measured by reference to SSSG and Gross Sales per square metre of Retail Space. SSSG is the change in Gross Sales contribution made by stores that have been in operation for at least one complete calendar year (from 1 January to 31 December) and primarily measures the growth of the Company's existing business as opposed to growth due to new store expansion. Gross Sales per square metre of Retail Space is the Company's total Gross Sales for the year divided by

Ritel adalah jumlah Penjualan Kotor Perseroan dalam satu tahun dibagi dengan rata-rata total meter persegi Ruang Ritel di akhir setiap bulan ("Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Ritel"). Meter persegi ruang ritel adalah meter persegi ruang ritel agregat yang digunakan pada akhir bulan termasuk ruang yang sedang direnovasi.

Perseroan telah mengalami pertumbuhan SSSG yang kuat, rata-rata 13,1% per tahun, selama periode tahun 2007-2012. Berdasarkan kondisi usaha saat ini dan prospek ke depan, manajemen berharap bahwa SSSG masa depan akan terus meningkat selaras dengan kinerja historis selama ini. SSSG Perseroan telah didorong oleh perbaikan program, kombinasi produk dan pertumbuhan populasi serta pendapatan disposabel dari segmen pasar yang menjadi target utama Perseroan. Karena faktor-faktor yang sama, Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Ritel telah meningkat sebesar 17,5% dari Rp13.165 ribu di tahun 2010 menjadi Rp15.466 ribu pada tahun 2012.

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

The Company has experienced strong SSSG, averaging 13.1% a year, from 2007 to 2012. Based on current operating conditions and outlook, Management expect that future SSSG will continue in line with historic performance over the near to medium term. The Company's SSSG has been driven by its refurbishment programme, improvements in its mix of products and growth in the size and disposable income of the Company's primary target market segment. Due to similar factors, Gross Sales per square metre of Retail Space has increased by 17.5% from Rp13,165 thousand in 2010 to Rp15,466 thousand in 2012.

Tahun yang Berakhir 31 Desember/Years Ended 31 December

	2012	2011
SSSG (%)	11.1	13.6
Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Ritel (ribu Rupiah)/ Gross Sales per square metre of Retail Space (Rp thousands) ⁽¹⁾	15,466	14,461

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

Produktivitas gerai dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan persaingan di Indonesia. Selain itu, produktivitas gerai juga tergantung pada aktivitas pemasaran yang efektif, kombinasi *merchandise* dan poin harga, daya tarik *merchandise* Perseroan serta daya tarik dan operasional dari sebuah gerai. Setiap publisitas buruk dapat menyebabkan penurunan Penjualan Kotor. Lima gerai dengan performa terbaik memberi kontribusi terhadap Penjualan Kotor sebesar 12,9% dan 17,8% terhadap EBITDA yang Disesuaikan pada tahun 2012. Sedangkan lima gerai dengan performa terendah (gerai yang beroperasi selama setidaknya satu tahun kalender penuh) memberikan kontribusi terhadap Penjualan Kotor sebesar 1,1% dan 0,3% terhadap EBITDA yang Disesuaikan pada basis gerai yang sudah beroperasi lebih dari satu tahun.

Daya tarik *merchandise* Perseroan (baik Produk Konsinyasi maupun Produk Ritel) memberi dampak pada jumlah pelanggan potensial yang datang, jumlah transaksi, rata-rata pengeluaran per transaksi, Penjualan Kotor dan, produktivitas

Store productivity is affected by the state of the Indonesian economy and competition. In addition, store productivity depends on effective marketing, merchandise and price point mix, the attractiveness of the Company's merchandise and the overall attractiveness and operation of a store. Any adverse publicity may cause a decline in Gross Sales. The top five best performing stores contributed 12.9% to Gross Sales and 17.8% to Adjusted EBITDA in 2012 while the bottom five stores (of stores in operation for at least one full calendar year) contributed 1.1% to Gross Sales and 0.3% to Adjusted EBITDA in 2012 on a comparable store basis.

The attractiveness of the Company's merchandise (both Consignment Goods and DP Goods) impacts the volume of potential customers in the stores, the number of transactions, the average spend per transaction, Gross Sales and, accordingly,

Kinerja Keuangan Financial Performance

gerai. Walaupun Perseroan tidak setiap hari memantau kombinasi *merchandise* yang dipasok oleh pemasok konsinyasi ataupun memantau level harga di mana Produk Konsinyasi dijual, Perseroan memiliki fleksibilitas untuk mengakhiri (atau negosiasi ulang) perjanjian dengan pemasok konsinyasi untuk mencapai titik kombinasi yang sesuai antara produk dan poin harga untuk memenuhi permintaan konsumen di pasar gerai yang spesifik. Ketika pemasok konsinyasi baru dan yang sudah ada menempati atau meningkatkan alokasi ruang gerai mereka, Perseroan dapat membuat penyesuaian yang diperlukan untuk kombinasi *merchandise* dan poin harga yang disediakan oleh pemasok konsinyasi tersebut. Penggunaan pemasok Produk Ritel yang menghasilkan Produk Ritel khusus untuk Perseroan memungkinkan Perseroan untuk mengubah penyajian *merchandise* dengan cepat untuk beradaptasi dengan tren baru.

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

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

Produktivitas gerai dapat ditingkatkan dengan upaya renovasi. Perseroan telah merenovasi 13 gerai pada tahun 2011 dan 15 gerai pada tahun 2012, dan berencana untuk merenovasi antara 17% dan 20% dari gerai yang dimiliki setiap tahunnya. Jika sebuah gerai diperbarui, Perseroan mengeluarkan belanja modal tambahan antara Rp3,1 miliar hingga Rp6,2 miliar per gerai. Belanja modal dapat bervariasi menurut wilayah karena

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

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

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

Store productivity can be enhanced by refurbishment. The Company has refurbished 13, and 15 stores, in 2011, and 2012, respectively, and plans to refurbish between 17% and 20% of stores each year. If a store is refurbished, the Company incurs additional capital expenditure of between approximately Rp3.1 billion and Rp6.2 billion per store. Capital expenditure can vary by region due to regional variations in transportation costs and

adanya perbedaan di tiap daerah dalam hal biaya transportasi dan biaya tenaga kerja, tetapi manajemen berharap untuk dapat mempertahankan rasio belanja modal terhadap Penjualan Kotor yang setara sesuai dengan hasil historis.

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

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

Program perluasan usaha

Setiap Perseroan membuka gerai baru dan meningkatkan jumlah gerai yang sudah beroperasi, maka Penjualan Kotor, 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.

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

labour costs, but Management expect to maintain a similar capital expenditure to Gross Sales ratio in the near to mid-term in line with historical results.

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

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

Expansion programme

As the Company opens new stores and increases the total number of stores that it operates, its Gross Sales, net revenue and cost of revenue increase. Although the Company capitalises the cost of fitting-out new stores, opening new stores increases the Company's operating expenses, such as additional rent, salary and wages, depreciation, energy, distribution and insurance expenses.

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

Kinerja Keuangan

Financial Performance

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

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

Sampai dengan 31 Desember/As at 31 December

	2012	2011
JUMLAH GERAI/TOTAL STORES	116	103
Java	75	68
Sumatra	18	17
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	19	15
Lainnya/Others ⁽¹⁾	4	3
GERAI BARU DIBUKA/NEW STORES OPENED	13	9 ⁽²⁾
Java	7	7
Sumatra	1	1
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	4	1
Lainnya/Others ⁽¹⁾	1	-
GERAI DITUTUP/STORE CLOSED	-	1 ⁽³⁾
Java	-	-
Sumatra	-	-
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	-	1 ⁽³⁾
Lainnya/Others ⁽¹⁾	-	-
Total ruang penjualan (meter persegi)/Total selling space (square metres)	750,024	677,826

(1) "Lainnya" pada tahun 2011 adalah gerai-gerai di Bali. "Lainnya" pada tahun 2012 adalah gerai-gerai di Bali dan Papua. Others comprises the Bali stores in 2011. Others in 2012 comprises stores in Bali and Papua.

(2) Termasuk pembukaan satu gerai tambahan untuk menggantikan gerai yang ditutup karena kebakaran. Includes the opening of one additional store to replace a store closed due to fire.

(3) Gerai ditutup karena kebakaran. Store closed due to fire.



Program perluasan usaha Perseroan telah meningkatkan area penjualan menjadi 677.826 meter persegi pada sampai dengan tanggal 31 Desember 2011 dan 750.024 meter persegi sampai dengan tanggal 31 Desember 2012.

Perseroan terus membangun jaringan gerai baru dan saat ini berencana untuk membuka sekitar 15 gerai per tahun pada periode tahun 2013 hingga 2015.

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

Kombinasi merchandise

Sebuah proporsi yang signifikan dari pendapatan bersih Perseroan (44,2% pada tahun 2011 dan 42,9% pada tahun 2012) terdiri dari pendapatan bersih dari Penjualan Konsinyasi. Pendapatan bersih ini biasanya terdiri dari laba kotor minimum yang dijamin dan margin konsinyasi berdasarkan jumlah Penjualan Konsinyasi. Penjualan Konsinyasi sebesar Rp6.629,1 miliar dan Rp7.712,1 miliar masing-masing pada tahun 2011 dan 2012, yang mencapai 71,7% dan 70,9% dari penjualan kotor untuk periode-periode tersebut. Pendapatan bersih pada Penjualan Konsinyasi pada tahun 2011 dan 2012 masing-masing sebesar Rp2.078,0 miliar dan Rp2.406,9 miliar. Manajemen percaya bahwa margin konsinyasi akan tetap stabil di masa mendatang mengingat kekuatan hubungan dengan pemasok konsinyasi dan kekuatan merek Matahari Department Store.

Vendor konsinyasi secara berkala dievaluasi oleh Perseroan dan dapat diganti jika mereka tidak menunjukkan kinerja sesuai harapan. Perseroan yakin memiliki basis pemasok konsinyasi yang stabil dan penggantian biasanya dilakukan untuk

The Company's expansion programme has increased its selling space to 677,826 square metres and 750,024 square metres as at 31 December 2011 and 2012, respectively.

The Company continues to build its pipeline of new stores and currently plans to open approximately 15 stores per year in the period from 2013 to 2015.

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

Merchandise mix

A significant proportion of the Company's net revenue (44.2%, and 42.9% in 2011 and 2012, respectively) comprises net revenue on Consignment Sales. This net revenue typically comprises a guaranteed minimum gross profit amount and a consignment margin based on the amount of Consignment Sales. CV Sales amounted to Rp6,629.1 billion and Rp7,712.1 billion, respectively, in 2011 and 2012, which accounted for 71.7% and 70.9% of Gross Sales for such periods. Net revenue on Consignment Sales in 2011 and 2012 amounted to Rp2,078.8 billion and Rp2,406.9 billion, respectively. Management believe that its consignment margins will remain stable for the foreseeable future given the strength of its relations with consignment vendors and the strength of the Matahari Department Store brand.

Consignment vendors are regularly evaluated by the Company and may be replaced if they are not performing in accordance with its expectations. The Company believes it has a stable consignment vendor base and replacements are typically made

Kinerja Keuangan

Financial Performance

meningkatkan kinerja bisnis dalam kegiatan usaha yang normal. Margin konsinyasi pada Produk Konsinyasi bisa berubah ketika kesepakatan dengan pemasok konsinyasi sedang atau telah diperbaharui, yang umumnya terjadi secara dua tahunan.

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

Mengendalikan beban usaha

Beban usaha meningkat karena peningkatan aktivitas di gerai yang telah beroperasi, pembukaan gerai baru sebagai bagian dari program perluasan usaha Perseroan dan peningkatan biaya upah, komoditas dan produk akibat inflasi dan kekuatan ekonomi makro lainnya. Perseroan telah berfokus pada pengendalian biaya operasional dan telah berhasil menekan pertumbuhan beban usaha yang lebih rendah dibandingkan dengan peningkatan penjualan kotor, sehingga memberikan pengaruh positif pada Laba Kotor yang Disesuaikan dan Margin EBITDA. Beban usaha sebagai persentase dari penjualan kotor mengalami penurunan dari 20,0% pada tahun 2011 menjadi 19,6% pada tahun 2012. Perseroan telah mencapai pertumbuhan beban usaha yang lebih lambat melalui program pengendalian biaya yang dirancang untuk menekan beban penjualan, umum dan administrasi, dan beban lainnya termasuk mengoptimalkan operasi distribusi dan logistik, serta menggunakan daya belinya dengan pemasok dalam bernegosiasi untuk mendapat harga yang lebih baik.

to improve business performance in the ordinary course of business. The consignment margins on Consignment Goods can be changed when an agreement with a consignment vendor is being entered into or renewed, which tends to occur on a bi-annual basis.

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

Controlling operating expenses

Operating expenses increase due to increased activity at existing stores, the opening of new stores as part of the Company's expansion programme and general increases in the costs of wages, commodities and goods due to inflation and other macroeconomic forces. The Company has focused on controlling its operating expenses and has achieved lower levels of growth in operating expenses as compared with increases in Gross Sales, which has had a positive effect on the Company's Adjusted Gross Profit and Adjusted EBITDA Margins. Operating expenses as a percentage of Gross Sales have decreased from 20.0% in 2011 to 19.6% in 2012. The Company has achieved slower growth in operating expenses by using cost-control programmes designed to contain the growth of its selling, general and administrative, and other expenses, including optimising its distribution and logistics operations, as well as using its purchasing power with suppliers to negotiate for better prices.

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

Gaji dan tunjangan sebagai persentase dari penjualan kotor masing-masing adalah 5,5% dan 5,7% pada tahun 2011 dan 2012. Gaji dan tunjangan meningkat 21,7% pada tahun 2012. Perseroan diwajibkan untuk meningkatkan upah yang dibayarkan kepada karyawan Perseroan untuk mematuhi peraturan kenaikan upah minimum yang terjadi setiap tahun. Peningkatan pada tahun 2012 adalah sekitar 13%, 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.

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

Salaries and allowances as a percentage of Gross Sales were 5.5% and 5.7% in 2011 and 2012, respectively. Salaries and allowances increased 21.7% in 2012. The Company is required to increase the wages paid to the Company's employees to comply with increases in minimum wage regulations which occur each year. The increase in 2012 was approximately 13%, which was higher than in previous years due to nationwide regulatory revisions in minimum wage policy. The Company endeavours to remain competitive with wage levels at other retail operators. Wages also increase as additional staff are employed in connection with the opening of new stores.



Kinerja Keuangan

Financial Performance

Perseroan mempunyai beban sewa tahunan terkait dengan gerai-gerai, yang semuanya menyewa, kantor pusat dan pusat distribusi. Perseroan membayar beban sewa Rp629,4 miliar pada tahun 2011 dan Rp694,5 miliar pada tahun 2012, yang masing-masing mewakili 33,8% dan 32,7% dari beban usaha Perseroan untuk periode yang sesuai. Perseroan biasanya melakukan perjanjian sewa jangka panjang.

Utilitas dan telekomunikasi telah meningkat (8,2% pada 2011 dan 5,6% pada tahun 2012) karena Perseroan membuka gerai baru dan adanya kenaikan tarif utilitas.

Beban pemasaran meningkat (20,2% pada tahun 2011 dan 36,8% pada tahun 2012) karena Perseroan mengejar strategi pertumbuhan. Beban pemasaran diperkirakan akan terus tumbuh, namun tetap proporsional terhadap penjualan.

Jasa operasional, yang terutama terdiri dari jasa keamanan dan kebersihan, telah meningkat (13,5% pada tahun 2011 dan 24,9% pada tahun 2012) karena Perseroan telah membuka gerai baru dan sejalan dengan kenaikan upah minimum.

Perseroan mempertahankan rendahnya tingkat penyusutan persediaan (atau kehilangan produk karena alasan apapun antara titik pengiriman dari pemasok dan titik penjualan) dengan menggunakan tim distribusi *in-house*, sistem pengawasan artikel elektronik untuk produk dagangan bernilai tinggi dan kontrol persediaan yang ketat. Praktik ini telah membantu Perseroan mencapai tingkat penyusutan persediaan Produk Ritel yang rendah yang tidak melebihi 1,3% pada tahun 2010-2012. Perseroan tidak bertanggung jawab atas penyusutan persediaan Produk Konsinyasi.

Inflasi

Hasil usaha Perseroan dipengaruhi oleh inflasi melalui peningkatan biaya Produk Konsinyasi dan Produk Ritel, biaya karyawan dan biaya lainnya. Meskipun inflasi yang signifikan dapat mengurangi permintaan keseluruhan untuk Produk Ritel dan Produk Konsinyasi karena penghasilan konsumen untuk belanja sekunder berkurang, inflasi pada tingkat yang terkendali, walaupun meningkatkan biaya, cenderung memberikan keuntungan bisnis, karena kenaikan harga akibat inflasi memiliki dampak positif pada margin. Konsumen di segmen kelas menengah umumnya memiliki lebih banyak pendapatan

The Company incurs annual rent associated with its stores, which are all leased, its headquarters and its distribution centre. The Company incurred rent expenses of Rp629.4 billion and Rp694.5 billion in 2011 and 2012 respectively, representing 33.8% and 32.7% of the Company's operating expenses for the corresponding periods. The Company typically enters into long term lease agreements.

Utilities and telecommunications have increased (8.2% in 2011 and 5.6% in 2012) due to the Company opening more stores and increases in utility prices.

Marketing expenses have increased (20.2% in 2011 and 36.8% in 2012) as the Company has pursued its growth strategy. Marketing expenses are expected to continue to grow, but remain a similar proportion of sales.

Operational services, which mainly comprise security and cleaning services, have increased (13.5% in 2011 and 24.9% in 2012) as the Company has opened new stores and in line with minimum wage increases.

The Company maintains a low level of inventory shrinkage (or the loss of merchandise for any reason between point of delivery from suppliers and point of sale) by the use of an in-house distribution team, electronic article surveillance system for high-price merchandise and tight inventory control. These practices have helped the Company achieve low levels of inventory shrinkage with respect to its DP Goods that did not exceed 1.3% from 2010 to 2012. The Company is not responsible for inventory shrinkage with respect to Consignment Goods.

Inflation

The Company's results are affected by inflation through increases in the costs of its Consignment Goods and DP Goods, staff costs and other costs. Although significant inflation can dampen overall demand for the Company's DP and consignment goods as consumers have less discretionary income to spend, inflation at manageable levels, while increasing its costs, tends to actually benefit its business, as inflation-led price increases have a positive impact on its margins. Consumers in its target middle class segment generally have more pendapatan disposabelso they can typically absorb a portion of consumer

sehingga mereka dapat menyerap sebagian dari kenaikan harga. Inflasi yang signifikan akan berdampak negatif terhadap permintaan produk Perseroan. Menurut Euromonitor, tingkat inflasi tahunan Indonesia, yang diukur dengan perubahan dalam indeks harga konsumen di Indonesia, adalah 5,4% pada tahun 2011 dan diperkirakan menjadi 4,4% pada tahun 2012.

Musiman

Gerei Perseroan mengalami perubahan tren penjualan sepanjang tahun. Kegiatan promosi dan iklan Perseroan dilakukan dengan mengambil momentum peristiwa penting dan hari libur seperti Lebaran, periode Juni-Juli saat liburan sekolah ('kembali ke sekolah'), Imlek dan Natal. Periode 44 hari sebelum Lebaran menyumbang Penjualan Kotor sebesar 25,1% pada tahun 2011 dan 25,3% pada tahun 2012. 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 disposabel pelanggan sebelum Lebaran dan memiliki dampak positif pada penjualan kotor. Tunjangan wajib juga meningkatkan beban umum dan administrasi Perseroan, khususnya gaji dan tunjangan, pada kuartal dimana terjadi pembayaran, tetapi peningkatannya relatif kecil dibandingkan dengan peningkatan Penjualan Kotor dan pendapatan bersih selama periode tersebut. Tanggal jatuhnya hari raya Lebaran berubah dari tahun ke tahun dan puncak penjualan dapat terentang pada kuartal yang berbeda di tahun yang berbeda.

Bulan Juni dan Juli, yang bertepatan dengan liburan sekolah dan berhimpitan waktu dengan periode Lebaran menyumbang Penjualan Kotor 17,6% pada tahun 2011 dan 19,3% pada tahun 2012.

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

Setiap periode puncak memiliki dampak positif pada hasil usaha Perseroan. Selain Lebaran dan 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

price increases. Significant inflation will negatively impact the demand for the Company's products. According to Euromonitor, Indonesia's annual inflation rate, as measured by changes in Indonesia's consumer price index, was 5.4% in 2011 and was forecasted to be 4.4% in 2012.

Seasonality

The Company's stores experience sales seasonality throughout the year. The Company promotes and advertises based on key events and holidays such as Lebaran, the June-July period covering school holidays ('back to school'), Chinese New Year and Christmas. The 44 days prior to Lebaran accounted for 25.1% and 25.3% of Gross Sales in 2011 and 2012, respectively. In the month prior to Lebaran, all employees in Indonesia receive an allowance of a month's salary in accordance with Indonesian labour laws. This increases customers' disposable income immediately prior to Lebaran and has a positive impact on Gross Sales. The mandated allowance also increases the Company's general and administrative expenses, specifically salaries and allowances, in the quarter in which the payment occurs, but those increased expenses are small relative to the increase in Gross Sales and net revenue during the period. The date of Lebaran changes from year to year and the peak in sales may span different quarters in different years.

The months of June and July, which coincide with school holidays and overlap with the Lebaran period accounted for 17.6%, 19.3% of Gross Sales in 2011 and 2012, respectively.

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

Each of these peak periods has a positive impact on the Company's results. In addition to Lebaran and Chinese New Year, there are several other holidays throughout the year that do not occur on fixed dates. Consequently, the results of a given interim financial period may or may not be directly comparable to results from the preceding interim period or to the

Kinerja Keuangan

Financial Performance

dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Disamping mengalami periode puncak penjualan yang berdekatan pada tahun tertentu, Penjualan Kotor dapat mengalami penurunan pada periode tertentu di tahun yang tidak mempunyai periode puncak penjualan yang berdekatan. Penjualan kotor juga dapat dipengaruhi oleh jumlah periode pembayaran di puncak musim tertentu. Jika periode pembayaran lebih dari biasanya, Perseroan dapat mengalami peningkatan penjualan. Demikian juga, periode pembayaran yang lebih rendah selama puncak musim dapat memiliki dampak negatif.

Perbedaan geografis

Proporsi yang signifikan dari Penjualan Kotor Perseroan dihasilkan dari gerai Perseroan di Jawa (masing-masing 62,4% dan 61,9% untuk tahun 2011 dan 2012), namun karena meningkatnya persaingan, gerai-gerai di Jawa menunjukkan Penjualan Kotor yang rendah per meter persegi Ruang Eceran dari total rata-rata di semua daerah. Tingkat SSSG telah memberikan hasil positif dan Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Ritel telah meningkat di setiap segmen geografis selama periode laporan. Gerai di Sumatera 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. Karena beberapa gerai baru yang dibuka pada tahun 2010, SSSG di Sumatera pada tahun 2012 lebih rendah. Dalam periode dimana pertumbuhan lebih tinggi dari pertumbuhan rata-rata yang dicapai pada tahun sebelumnya, SSSG dapat mengalami penurunan pada tahun berikutnya, sebagaimana yang tercermin pada tahun 2012. Gerai-gerai di Bali dan Papua, yang termasuk dalam kategori “Lainnya”, memiliki produktivitas yang lebih tinggi karena persaingan lebih rendah di lokasi tersebut.

corresponding period in prior years. To the extent that any of these peak sales periods overlap in a particular year, Gross Sales may suffer at that particular period relative to years in which the peak sales periods did not overlap. Gross Sales can also be impacted by the number of pay periods spanned by a particular peak season. If more pay periods than usual are spanned, the Company may experience increased sales. Likewise, a smaller than usual number of pay periods during the peak season can have a negative impact.

Geographical diversity

A significant proportion of the Company's Gross Sales are generated from the Company's stores in Java (62.4%, and 61.9% for 2011 and 2012, respectively), but due to increased competition, the Java stores exhibit lower Gross Sales per square metre of Retail Space than the total average across all regions. SSSG has been positive and Gross Sales per square metre of Retail Space have increased in each geographical segment during the period under review. Stores in Sumatra have exhibited higher than average productivity across the period. SSSG can be affected by the inclusion of newer stores, because it takes new stores four to five years to mature and to exhibit average growth rates. Due to several new stores being opened in 2010, SSSG in Sumatra in 2012 was lower. In a period of higher than average growth achieved in a preceding year, SSSG may experience a decline in the following year, as reflected in 2012. The stores in Bali and Papua, which comprise the “Others” category, have higher productivity due to less competition in these locations.



Kinerja Keuangan Financial Performance

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

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

Tahun berakhir 31 Desember/Years ended 31 December		
	2012	2011
	%	
Java	11.5	12.9
Sumatra	8.6	15.1
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	11.3	16.5
Lainnya/Others	13.3	10.3
Total SSSG (%)	11.1	13.6
	Ribuan Rp/Rp thousands	
Java	14,479	13,611
Sumatra	16,043	14,968
Kalimantan, Sulawesi, and Maluku	17,811	16,622
Lainnya/Others	21,638	19,186
Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Ritel/ Gross Sales per square metre of Retail Space	15,466	14,461

Kompetisi

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

Pinjaman bank dan tingkat suku bunga

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

Biaya keuangan Perseroan untuk tahun 2011 adalah Rp536,8 miliar dan untuk tahun 2012 sebesar Rp451,5 miliar, mencerminkan penurunan hutang Perseroan pada tahun

Competition

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

Bank borrowing and interest rates

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

For 2011 and 2012, the Company's finance costs were Rp536.8 billion and Rp451.5 billion, respectively, reflecting a decrease in the Company's debt in 2011 following voluntary prepayments of

2011 setelah melakukan pembayaran pokok pinjaman sebesar Rp400,0 miliar pada tahun 2011 dan Rp350,0 miliar pada 2012 mendahului jadwal pembayaran pokok pinjaman yang telah ditetapkan. Manajemen bermaksud untuk memanfaatkan kas yang dihasilkan dari operasi untuk membayar pinjamannya.

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

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

Direksi telah menyetujui pembayaran secara sukarela utang Perseroan atas fasilitas pinjaman sindikasi hingga Rp800 miliar. Sebesar Rp700 miliar telah dilunasi pada tanggal 4 Maret 2013. Manajemen berniat untuk melakukan pembayaran tambahan sepanjang tahun 2013 untuk mengurangi biaya bunga. Tidak ada denda yang dikenakan untuk pembayaran di muka tersebut. Manajemen menargetkan untuk mengurangi utang melalui pembayaran secara sukarela dan pembayaran terjadwal di kisaran Rp1.200 miliar hingga Rp1.500 miliar pada tahun 2013. Target untuk melakukan hal yang sama pada tahun 2014 tergantung pada kondisi bisnis dan kebutuhan kas operasional. Manajemen berkeyakinan saldo kas minimum yang diperlukan untuk operasi yang efisien dari bisnis Perseroan pada waktu tertentu adalah Rp150 miliar.

KEBIJAKAN DIVIDEN

Pengaruh posisi ekuitas negatif pada kemampuan Perseroan untuk membayar dividen

Setelah terjadi penggabungan perusahaan antara Matahari dan MI pada tahun 2011, Perseroan mengalami situasi ekuitas negatif (yaitu kewajiban melebihi asetnya), yang berpengaruh

principal of Rp400.0 billion in 2011 and Rp350.0 billion in 2012 in addition to scheduled repayments of principal. Management intend to continue to direct cash generated from operations to repay its outstanding indebtedness.

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

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

The Board of Directors has approved a voluntary prepayment of the Company's debt under its syndicated loan facility of up to Rp800 billion. Rp700 billion was prepaid on 4 March 2013. Management intend to make additional prepayments throughout the year in 2013 to reduce interest costs. There is no penalty for prepayments. Management target to reduce debt through voluntary prepayment and scheduled repayments in the range of Rp1,200 billion to Rp1,500 billion in 2013, and targets to do the same in 2014 subject to business conditions and operational cash needs. Management believe the minimum cash balance required for the efficient operation of Matahari's business at any given time is Rp150 billion.

DIVIDEND POLICY

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

Following the merger between Matahari and MI in 2011, the Company has been in a situation of negative equity (i.e. its liabilities exceed its assets), which impacts the Company's

Kinerja Keuangan

Financial Performance

pada kemampuan Perseroan dalam membayar dividen, terutama dividen interim. Pada tanggal 31 Desember 2012, jumlah ekuitas negatif Perseroan mencapai Rp1.931,5 miliar. Namun, Perseroan membukukan saldo laba positif dalam laporan keuangan 2011 dan 2012 yang telah diaudit.

Perusahaan telah mendapat saran dari konsultan bahwa kondisi ekuitas negatif tidak melarang Perseroan untuk mendistribusikan dividen final kepada pemegang saham selama

ability to pay dividends, in particular interim dividends. As at 31 December 2012, the amount of the Company's negative equity was Rp1,931.5 billion. However, the Company has booked positive profit balances in its 2011 and 2012 audited financial statements.

The Company has been advised by its Indonesian counsel that its negative equity situation does not prohibit it from distributing a final dividend to its Shareholders so long as it has



Perseroan membukukan saldo laba positif di akhir tahun buku berjalan dan telah menyisihkan sebagian saldo laba positif untuk cadangan wajib sampai jumlah cadangan wajib mencapai sekurang-kurangnya 20% dari total modal ditempatkan dan disetor.

Sampai dengan tanggal 31 Desember 2012, jumlah cadangan wajib yang ditentukan Perseroan hanya 1,9% dari total modal ditempatkan dan disetor. Agar Perseroan memenuhi persyaratan 20%, maka akan dibutuhkan tambahan Rp105,4 miliar dari laba yang belum ditentukan penggunaannya. Pada tanggal 31 Desember 2012, jumlah laba bersih yang belum ditentukan penggunaannya sebesar Rp1.242,6 miliar. Perseroan bermaksud untuk meminta persetujuan pemegang saham pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan berikutnya (yang akan diselenggarakan paling lambat pada bulan Juni 2013) untuk menyisihkan saldo laba ditahan yang memadai sehingga cadangan wajib meningkat menjadi setidaknya 20% dari total modal ditempatkan dan disetor. Setelah penyesuaian tersebut, maka secara hukum Perseroan diperbolehkan mengumumkan dan membayar dividen final (tergantung persetujuan pemegang saham) sehubungan dengan tahun buku 2013 dan tahun buku berikutnya dengan asumsi Perseroan memperoleh laba. Perseroan tidak bermaksud untuk membagikan dividen pada tahun buku 2012.

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

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

booked a positive profit balance at the close of the relevant financial year and it has set aside part of its positive profit balance for its mandatory reserves until the amount of its mandatory reserves reaches at least 20% of its total issued and paid up capital.

As at 31 December 2012, the amount of the Company's prescribed mandatory reserves was only 1.9% of its total issued and paid up capital. In order for the Company to meet the 20% requirement, it will need to appropriate an additional Rp105.4 billion from its unappropriated retained earnings. As at 31 December 2012, the Company's unappropriated retained earnings was Rp1,242.6 billion. The Company intends to seek approval at its next annual general meeting of Shareholders (to be held at the latest in June 2013) to appropriate sufficient retained earnings such that its mandatory reserves are increased to be at least 20% of its total issued and paid up capital. Upon such appropriation, it will be legally permissible for a final dividend to be declared and paid (subject to shareholder approval) in respect of the 2013 financial year and subsequent financial years assuming profits are available. The Company does not intend to declare a dividend in respect of the 2012 financial year.

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

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

Kinerja Keuangan Financial Performance

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

Pembayaran dividen

Perseroan tidak melakukan pembayaran dividen pada tahun 2010 dan 2012.

Pada tahun 2011, berdasarkan laba bersih yang diperoleh pada tahun 2010 dan *dividend pay-out ratio* sebesar 21,6%, Perseroan membayar dividen dalam jumlah total agregat sebesar Rp135,0 miliar atau Rp46,25 per saham. Pembayaran dividen dilakukan dalam dua tahap - pada tanggal 30 Juni 2011 dan 15 September 2011. Pada tanggal 30 Juni 2011, Perseroan membayar dividen sebesar Rp94,1 miliar atau Rp32,25 per saham. Pada tanggal 15 September 2011, Perseroan membayar dividen sebesar Rp40,9 miliar atau Rp14,00 per saham.

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

Perseroan bermaksud untuk menetapkan dividen final dalam kisaran 40% hingga 50% dari laba bersih pada tahun buku 2013, dengan persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham berdasarkan rekomendasi dari Direksi. Jika disetujui, dividen ini akan dibayarkan pada tahun 2014. Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan diharapkan terselenggara paling lambat pada bulan Juni setiap tahunnya. Perusahaan berharap dividen tahun buku 2014 dan tahun-tahun berikutnya berada di kisaran yang sama. Perusahaan tidak berniat untuk membagikan dividen sehubungan dengan berakhirnya tahun buku 2012.

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.

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

Dividend payments

The Company did not make any dividend payments in 2010 and 2012.

In 2011, based on the net profits achieved in 2010 and a dividend pay-out ratio of 21.6%, the Company paid dividends in the aggregate total amount of Rp135.0 billion at an equivalent of Rp46.25 per Share. Payment of these dividends was made in two stages – on 30 June 2011 and 15 September 2011. On 30 June 2011, the Company paid dividends amounting to Rp94.1 billion at Rp32.25 per Share. On 15 September 2011, the Company paid dividends amounting to Rp40.9 billion at Rp14.00 per Share.

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

The Company intends to declare a final dividend of between 40% and 50% of net profits in respect of its 2013 financial year, subject to approval at a general meeting of Shareholders based on a recommendation from the Board of Directors. If approved, this dividend will be paid in 2014. The annual general meeting of Shareholders is expected to be held at the latest in June of each year. The Company expects the dividends in respect of its 2014 financial year and subsequent years to be in a similar range. The Company does not intend to declare a dividend in respect of the 2012 financial year.

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

Prospek Usaha

Business Prospects

KEKUATAN

Matahari adalah operator *department store* yang terbesar dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia. Berdasarkan perkiraan Euromonitor, Matahari memiliki nilai penjualan ritel per meter persegi ruang ritel tertinggi diantara operator *department store* di Indonesia pada tahun 2011. Model bisnis Matahari yang kompetitif secara unik memposisikan Matahari untuk mengambil manfaat dari peluang pertumbuhan segmen *department store* Indonesia yang signifikan namun belum

STRENGTHS

Matahari is the largest and fastest growing department store operator in Indonesia. Based on Euromonitor estimates, Matahari had the highest retail value sales per square metre of retail space among department store operators in Indonesia in 2011. Matahari's competitive business model uniquely positions it to take advantage of the growth opportunities in the significantly under-penetrated Indonesian department store segment. Based on Euromonitor estimates, Indonesia's



Prospek Usaha Business Prospects

terlayani secara optimal. Berdasarkan perkiraan Euromonitor, tingkat penetrasi *department store* di Indonesia adalah 2,7 gerai per juta jiwa pada tahun 2011, dibandingkan dengan rata-rata 4,8 gerai per juta jiwa di Thailand, Singapura, Malaysia, Filipina, dan China.

Euromonitor memperkirakan nilai penjualan ritel dari peritel campuran Indonesia (yang hampir seluruhnya terdiri dari peritel *department store*) akan tumbuh pada CAGR sebesar 7,5% di tahun 2011-2016. Manajemen percaya bahwa posisi pasar terdepan dan model bisnis kompetitif yang dimiliki Matahari akan sulit untuk ditiru dan memberikan kekuatan utama sebagai berikut:

MERKE RITEL TERDEPAN DIIMBANGI OLEH PRIVATE LABEL YANG KUAT:

Operator *department store* terbesar di Indonesia yang memiliki merek ritel nasional dengan sejarah panjang lebih dari 50 tahun, dan serangkaian *private label brands* yang kuat.

Matahari adalah operator *department store* terbesar (berdasarkan nilai penjualan ritel) di Indonesia, yang memiliki pangsa pasar 31,6% dari sektor ritel *department store* pada tahun 2011, menurut Euromonitor, memimpin dua operator *department store* terbesar berikutnya. Tidak ada operator *department store* lainnya yang memiliki pangsa pasar di atas 5% pada tahun 2011.

Matahari membuka gerai pertamanya pada bulan Oktober 1958 dan menjadi pelopor konsep *department store* modern di Indonesia, setelah membuka *department store* modern pertama di negeri ini pada tahun 1972. Perjalanan panjang Matahari yang telah menjalani usaha lebih dari lima dekade telah menempatkan merek Matahari Department Store sebagai ikon nasional dalam industri *department store* di Indonesia.

Manajemen percaya bahwa merek Matahari Department Store adalah merek yang diakui dan dipercaya di Indonesia, dipandang oleh pelanggan sebagai merek yang berhubungan dengan produk-produk *fashionable* dan berkualitas dengan harga terjangkau. Menurut sebuah survei konsumen independen yang dilakukan oleh MarkPlus Insight pada tahun 2012 atas permintaan Matahari, Matahari berada di posisi jauh terdepan sebagai jaringan *department store* yang paling banyak

department store penetration rate is 2.7 stores per million people in 2011, as compared to an average of 4.8 stores per million people for Thailand, Singapore, Malaysia, Philippines, and China.

Euromonitor expects the value of Indonesian mixed retailers' (which almost entirely consists of department store retailers) retail sales to grow at a CAGR of 7.5% from 2011 to 2016. Management believe that Matahari's market leading position and competitive business model are difficult to replicate given its following key strengths:

LEADING RETAIL BRAND COMPLEMENTED BY STRONG PRIVATE LABELS:

Indonesia's largest department store operator with a nation-wide retail brand with a heritage of more than 50 years, and a strong suite of private label brands.

Matahari is the largest department store operator (based on retail value sales) in Indonesia, having a market share of 31.6% of the department store retail sector in 2011, according to Euromonitor, ahead of the next two largest department store operators. No other department store operators had market share above 5% in 2011.

Matahari opened its first store in October 1958 and pioneered the modern department store concept in Indonesia, having opened the country's first modern department store in 1972. The Company's long operating history of more than five decades has helped to define the Matahari department store brand as a nation-wide icon in the Indonesian department store industry.

Management believe that the Matahari department store brand is a well-recognised and trusted brand in Indonesia, viewed by customers as a brand that is associated with fashionable and quality merchandise at affordable prices. According to an independent consumer survey by MarkPlus Insight in 2012 as commissioned by Matahari, Matahari is and has been by far the most visited department store chain in Indonesia for the last five years. The success of the MCC loyalty programme with

dikunjungi di Indonesia selama lima tahun terakhir. Keberhasilan *loyalty program* MCC dengan lebih dari 2,4 juta anggota aktif pada tanggal 31 Desember 2012, diyakini merupakan salah satu program *loyalty card* terbesar di negeri ini yang menjadi bukti kepemimpinan pasar dan kekuatan merek Matahari.

Matahari memiliki serangkaian *private label brands* yang kuat. *Private label brands* Matahari seperti Nevada, Cole, Little M dan Connexion berada di jajaran *top ten* “merek pakaian *fashionable* dengan harga terjangkau” paling populer di Indonesia, dengan Nevada menduduki peringkat pertama menurut survei konsumen untuk *brand awareness* yang dilakukan pada tahun 2012 oleh MarkPlus Insight (di depan merek terkenal seperti Polo dan Levi’s). Selain itu, lebih dari 98% responden dalam survei yang sama sepakat bahwa *private label brands* Matahari menawarkan produk berkualitas dengan harga yang kompetitif, dan lebih dari 90% melihat *private label brands* Matahari sebagai produk fashion yang terjangkau, inspiratif dan modis. *Private label brands* Matahari penting bagi pelanggan yang menginginkan produk berkualitas dan produk-produk *fashionable* dengan harga terjangkau, dan merupakan pembeda krusial dari penawaran produk Matahari. *Private label brands* Matahari dijual secara eksklusif di gerai Matahari, dan Manajemen percaya bahwa merek ini memainkan peran penting dalam membedakan Matahari dengan para pesaingnya.

Manajemen percaya bahwa kekuatan merek Matahari Department Store dan *private label brands* eksklusif membuat gerai Matahari menjadi tujuan belanja aspiratif bagi pelanggannya.

MENTARGETKAN SEGMENT PENDAPATAN MENENGAH YANG BESAR DAN TERUS BERTUMBUH:

Posisi pasar yang dominan di segmen pendapatan menengah yang besar dan terus bertumbuh di Indonesia

Operator *department store* di Indonesia dapat diklasifikasikan berdasarkan segmen konsumen target mereka. Misalnya, satu pemain melayani segmen pendapatan menengah ke bawah dan bawah sementara pemain lainnya menargetkan pelanggan kaya di kota-kota besar. Menurut Manajemen, Matahari adalah satu-satunya operator *department store* besar di Indonesia yang berfokus pada segmen menengah.

more than 2.4 million active members as at 31 December 2012, which Management believe is one of the largest loyalty card programmes in the country, is a testimony of the Company’s market leadership and brand strength.

The Company has a strong suite of private label brands. Matahari’s private label brands such as Nevada, Cole, Little M and Connexion were among the top ten most popular “fashionable affordable clothing brands” in Indonesia, with Nevada ranking number one according to a consumer survey for unaided brand awareness conducted in 2012 by MarkPlus Insight (ahead of brands such as Polo and Levi’s). In addition, over 98% of respondents in the same survey agreed that the Matahari’s private label brands offer quality products at competitive prices, and more than 90% viewed Matahari’s private label brands as affordable, inspirational and fashionable. Matahari’s private label brands are important to its customers who demand quality products and fashionable merchandise at affordable prices, and are a critical differentiator of Matahari’s product offering. The Company’s private label brands are sold exclusively at Matahari’s stores, and Management believe that these brands play a key role in enabling the Company to differentiate itself from its competitors.

Management believe that the strength of the Matahari department store brand and its exclusive private label brands make Matahari’s stores an aspirational shopping destination for its customers.

TARGETING LARGE AND GROWING MIDDLE-INCOME SEGMENT:

Dominant market position in the large and growing middle-income segment in Indonesia

Department store operators in Indonesia can be classified by their target consumer segment. For example, one caters to the middle lower and lower income segment whilst other typically targets affluent customers in major cities. According to Management, Matahari is the only major department store operator in Indonesia which focuses on the middle-income segment.



Manajemen percaya bahwa Matahari telah membangun persepsi yang kuat di segmen menengah, dan kekuatan untuk melayani segmen ini dengan sukses terletak pada kemampuannya untuk mengadaptasikan kombinasi *merchandise* untuk selera regional yang berbeda, dan menawarkan ragam pilihan produk *fashionable* dan berkualitas dengan harga terjangkau didukung oleh hubungan pemasok yang kuat yang telah dibangun selama periode waktu yang panjang. Berdasarkan fokus dan pemahaman pelanggan, Manajemen berkeyakinan bahwa secara strategis, Matahari telah berada pada posisi yang baik dibandingkan dengan kompetitor untuk terus mengambil kesempatan dalam upaya mengantisipasi pertumbuhan pengeluaran konsumen dari segmen penghasilan menengah Indonesia yang besar dan terus bertumbuh.

Indonesia memiliki populasi terbesar keempat di dunia, dan telah mengalami pertumbuhan segmen kelas menengah yang sangat pesat. Menurut data 2010 dari Badan Pusat Statistik mengenai segmentasi penduduk Indonesia berdasarkan

Management believe that Matahari has built a deep understanding of the middle-income segment, and that its strength to successfully serve this segment lies in its ability to adapt its merchandise mix to different regional tastes, and to offer a broad selection of fashionable and quality merchandise at affordable prices supported by strong supplier relationships built over a long period of time. Based on this customer focus and understanding, Management believe that the Company is strategically well-positioned relative to competitors to continue to capitalise on the anticipated strong growth from consumer spending of Indonesia's large and growing middle income segment.

Indonesia has the world's fourth largest population, and has witnessed a rapid emergence of the middle-income segment. According to 2010 data from the Central Bureau of Statistics on Indonesian population segmentation by consumer expenditure

pengeluaran konsumen per kapita per bulan, Manajemen memperkirakan bahwa penduduk berpendapatan menengah Indonesia (didefinisikan oleh Manajemen sebagai orang dengan pengeluaran konsumtif antara Rp0,7 juta - Rp4,5 juta per kapita, per bulan) terdiri 125 juta jiwa pada tahun 2010, atau 52,4% dari total penduduk Indonesia.

Manajemen juga memperkirakan bahwa masyarakat di segmen berpenghasilan rendah Indonesia (didefinisikan oleh Manajemen sebagai mereka dengan pengeluaran konsumtif kurang dari Rp0,7 juta per kapita per bulan), yang terdiri dari 106 juta jiwa pada tahun 2010, akan terus bergeser arah segmen berpenghasilan menengah. Menurut Euromonitor, pengeluaran konsumen di Indonesia diperkirakan akan tumbuh pada CAGR sebesar 5,3% antara tahun 2011 dan 2016, yang mencerminkan pertumbuhan daya beli yang terus berlanjut sejalan dengan meningkatnya pendapatan disposabel, pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya urbanisasi. Masyarakat yang karena peningkatan pendapatannya pindah ke segmen menengah, diyakini berkeinginan untuk lebih banyak berbelanja produk bermerek dengan harga terjangkau, yang akan meningkatkan permintaan untuk produk-produk Matahari. Matahari menargetkan konsumen di segmen menengah, dan Manajemen meyakini bahwa pilihan produk yang sangat beragam di gerai mampu menarik minat setiap anggota keluarga kalangan menengah Indonesia untuk memenuhi kebutuhan belanja *fashion*-nya di dalam satu gerai.

JARINGAN GERAJ TERBESAR DI INDONESIA DIDUKUNG OLEH INFRASTRUKTUR LOGISTIK YANG EFISIEN:

Jejak jaringan gerai terbesar di Indonesia dan logistik yang efisien memposisikan Perseroan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang pertumbuhan di seluruh Indonesia

Matahari memiliki jaringan *department store* terluas di Indonesia dengan 116 gerai di lebih dari 50 kota di seluruh Indonesia, meliputi ruang gerai total sekitar 750.000 meter persegi pada tanggal 31 Maret 2013.

Jaringan gerai nasional Matahari didukung oleh infrastruktur yang efisien yang terdiri dari distribusi yang luas dan kemampuan logistik, termasuk armada kendaraan sendiri, transporter kontrak, serta ekspedisi kargo untuk mengangkut *merchandise* langsung ke gerai-gerai, termasuk di wilayah Indonesia Timur Sulawesi, Ambon, Kalimantan dan Batam.

per capita per month, Management estimate that the Indonesian middle-income population (defined by Management as people with a consumer expenditure of between Rp0.7 million – 4.5 million per capita, per month) comprised 125 million people in 2010, or 52.4% of Indonesia's total population.

Management also anticipate that persons in the Indonesian lower-income population segment (defined by Management as those with consumer expenditure of less than Rp0.7 million per capita per month), which comprised 106 million people in 2010, will continue to shift into the middle-income segment. According to Euromonitor, Indonesian consumer expenditure is expected to grow at a CAGR of 5.3% between 2011 and 2016, reflecting continuing growth in purchasing power due to rising disposable income, economic growth and increasing urbanisation. As people move into the middle-income segment and their disposable income increases, they aspire to purchase more branded products at affordable prices, which Management believe increases demand for the Company's products. The Company targets consumers in the middle-income segment, and Management believe that the Company's range of merchandise is tailored to appeal to the tastes of all members of a typical middle-income Indonesian family in a single store.

LARGEST NATIONWIDE STORE NETWORK SUPPORTED BY EFFICIENT LOGISTICS INFRASTRUCTURE:

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

Matahari has the most extensive department store network in Indonesia with 116 stores in over 50 cities across Indonesia, covering a total store space of approximately 750,000 square metres as at 31 March 2013.

Matahari's nationwide store network is supported by an efficient infrastructure which consists of extensive distribution and logistics capabilities, including its own fleet of vehicles, contract transporters, as well as freight forwarders to transport its merchandise directly to its stores, including those in the East Indonesian regions of Sulawesi, Ambon, Kalimantan and Batam.

Prospek Usaha Business Prospects

Pada tanggal 31 Desember 2012, efisiensi operasi logistik diakui oleh sekitar 180 pemasok konsinyasi yang menggunakan jasa Matahari untuk mengangkut produk dagangan mereka sendiri dan membayar biaya layanan, sehingga mengurangi biaya distribusi bersih Matahari. Manajemen percaya bahwa operasi logistik Matahari, yang sangat kompleks di kepulauan Indonesia yang luas, merupakan kunci keunggulan kompetitif bagi Matahari yang akan menyulitkan pesaing yang lebih kecil dan pendatang baru untuk mereplikasi dalam jangka menengah.

Jaringan diversifikasi geografis Matahari didukung oleh infrastruktur logistik dengan waktu proses yang pendek, memungkinkan untuk memasok produk dagangan secara nasional dengan cara yang hemat biaya. Hal ini akan memberikan fleksibilitas bagi Matahari untuk mempertimbangkan berbagai lokasi yang sesuai untuk menangkap pertumbuhan di wilayah metropolitan, serta melalui penetrasi lebih jauh ke kota-kota besar - menengah serta kota menengah di seluruh Indonesia.

MODEL BISNIS YANG SANGAT TERUKUR UNTUK PERTUMBUHAN YANG PESAT:

Model bisnis terbukti dan keahlian operasional telah menyebabkan profitabilitas konsisten di seluruh basis gerai, dan memungkinkan Perseroan untuk berkembang pesat dan menguntungkan.

Matahari mengoperasikan model bisnis yang efisien dan kompetitif dengan pertumbuhan pendapatan dari pembukaan gerai baru, pertumbuhan penjualan dari gerai yang ada, dan memperluas margin yang didorong oleh inisiatif pengendalian biaya dan peningkatan produktivitas. Matahari telah meningkatkan margin EBITDA yang Disesuaikan dari 16,0% pada tahun 2011 menjadi 16,7% pada tahun 2012. Model bisnis dan beban usaha yang sudah terbukti menunjukkan rekam jejak dari gerai yang menguntungkan di berbagai daerah di Indonesia

Manajemen yakin bahwa merek Matahari Department Store yang kuat, skala dan posisi pasar terdepan menjadikan Matahari sebagai salah satu penarik minat pilihan para pengembang real estate. Matahari memiliki hubungan jangka panjang dengan pengembang *real estate* terkemuka termasuk PT Lippo Karawaci Tbk, dan didukung oleh tim real estate yang

As at 31 December 2012, the efficiency of its logistics operations is recognised by approximately 180 consignment vendors who use the Company's services to transport their own merchandise and pay the Company a service fee, thereby reducing the Company's net distribution cost. Management believe that the Company's logistics operations, which are highly complex within the expansive Indonesian archipelago, are a key competitive advantage for the Company which would be difficult for smaller competitors and new entrants to replicate over the medium term.

The Company's geographically diversified network, supported by a logistics infrastructure with short lead times, enables it to supply its merchandise nationwide in a cost-effective manner. This provides Matahari with the flexibility to consider a wide range of suitable sites and to capture growth in metropolitan areas, as well as through further penetration into large middleweight cities and mid-sized middleweight cities across Indonesia.

HIGHLY SCALABLE BUSINESS MODEL FOR RAPID GROWTH:

Proven business model and operating expertise have led to consistent profitability across store base, and enables the Company to expand rapidly and profitably

The Company operates an efficient and competitive business model with growing revenue from new store openings, sales growth from existing stores, and expanding margins driven by cost control initiatives and productivity enhancements. The Company has grown its Adjusted EBITDA margins from 16.0% in 2011 to 16.7% in 2012. The Company's proven business model and operating expertise have led to a track record of operating profitable stores across its whole range of store sizes and geographic locations in Indonesia.

Management believe that the Company's strong Matahari department store brand, scale and market leading position make it one of the anchor tenants of choice for real estate developers. The Company has longstanding relationships with leading real estate developers including PT Lippo Karawaci Tbk, and is supported by a dedicated real estate team which

berdedikasi secara aktif terlibat dengan pengembang untuk melacak peluang dari lokasi. Tim ini memungkinkan Matahari untuk mengamankan lokasi utama dengan pengembang, biasanya didasarkan pada sewa jangka panjang sebagai *anchor tenant* yang menguntungkan. Strategi “Hanya sewa” adalah strategi Matahari untuk mengurangi investasi dalam aktiva tetap, sementara pengalaman Matahari dalam meluncurkan konsep Matahari Department Store yang membatasi waktu pembangunan dan kebutuhan belanja modal menghasilkan kecepatan tingkat tinggi dalam membawa gerai ke pasar dan pengembalian investasi yang cepat.

Selain itu, Matahari telah membentuk sistem informasi manajemen, pusat pemulihan bencana berskala nasional dan sistem manajemen canggih untuk *merchandise*, akuntansi dan gudang yang terukur untuk mendukung perluasan usaha yang signifikan dari bisnis Matahari.

Strategi ini telah meningkatkan *operating leverage* Matahari dan telah mengakibatkan tingkat konversi kas dan *return on asset* yang tinggi, sehingga memungkinkan Matahari untuk terus berkembang pesat dan menguntungkan. Menurut Euromonitor, Matahari yang telah melampaui operator *department store* lain di Indonesia dalam hal jumlah pembukaan gerai, membuka lebih banyak gerai lagi antara tahun 2009 hingga 2011 daripada pesaingnya.

Setelah membuka lima gerai pada tahun 2009, tujuh gerai pada tahun 2010, sembilan gerai pada tahun 2011 dan 13 gerai pada tahun 2012, Manajemen berharap untuk melanjutkan tren ekspansi dengan membuka gerai tambahan 15 gerai pada tahun 2013.

KOMBINASI MERCHANDISE YANG DIDORONG OLEH PELANGGAN:

Matahari menyelaraskan kombinasi merchandise sesuai keinginan pelanggan yang berbeda-beda di setiap target pasar masing-masing gerai

Strategi Matahari adalah untuk memberikan nilai yang baik bagi pelanggan, dengan menawarkan pilihan produk *fashionable* dan berkualitas dengan harga terjangkau. Matahari menyesuaikan kombinasi merchandise (termasuk campuran Produk Ritel dengan Produk Konsinyasi) untuk setiap gerai

actively engages with developers to track site opportunities. This dedicated team enables the Company to secure prime locations with developers, usually based on long-term leases as anchor tenants on favourable terms. The Company’s “lease-only” strategy reduces investments in fixed assets, whilst the Company’s experience in rolling out the Matahari department store concept limits fit-out time and capital expenditure requirements, resulting in a high degree of speed in bringing stores to market and a fast payback on investment.

In addition, The Company has established a management information system, a nationwide disaster recovery centre and sophisticated merchandise, accounting and warehouse management systems which are scalable to support significant further expansion of the Company’s business.

These strategies have increased the Company’s operating leverage and have resulted in a high degree of cash conversion and return on assets, enabling the Company to continue to expand rapidly and profitably. The Company has outgrown other department store operators in Indonesia in terms of number of store openings, opening more stores between 2009 and 2011 than any of its competitors, according to Euromonitor.

Having opened five stores in 2009, seven stores in 2010, nine stores in 2011 and 13 stores in 2012, Management expects to continue its trend of store expansion by opening an additional 15 stores in 2013.

CUSTOMER DRIVEN MERCHANDISE MIX:

Matahari tailors its merchandise mix to customer preferences on a store-by-store basis

The Company’s strategy is to provide its customers with good value, by offering a large selection of fashionable and quality merchandise at affordable prices. The Company tailors its merchandise mix (including its mix between DP Goods and Consignment Goods) for each store in accordance with the

Prospek Usaha Business Prospects

sesuai dengan target pasar lokal gerai dan putusannya pada titik harga yang tepat untuk pasar tersebut, dalam rangka untuk memaksimalkan keuntungan setiap gerai. Fleksibilitas Matahari untuk menyesuaikan penawaran produk secara gerai per gerai adalah karena faktor-faktor seperti basis yang besar dan beragam dari pemasok konsinyasi dan pemasok Produk Ritel, memahami pelanggan dan pasar lokal dan Margin Kontribusi Efektif yang setara untuk Produk Konsinyasi dan Produk Ritel.

Selama sejarah panjang operasinya, Matahari telah membangun hubungan jangka panjang dengan lebih dari 1.200 pemasok konsinyasi dan pemasok ritel. Manajemen percaya bahwa kekuatan merek dan kepemimpinan pasar membuat Matahari menjadi mitra pilihan bagi pemasok konsinyasi dan pemasok produk ritel. Mayoritas Penjualan Kotor Matahari diwujudkan melalui pemasok konsinyasi yang berfungsi untuk mengurangi investasi persediaan, biaya tenaga kerja dan risiko *fashion*, memperluas jangkauan produk, dan lebih meningkatkan citra merek Matahari dan daya tarik dari gerai, sehingga meningkatkan lalu lintas pelanggan. Hubungan jangka panjang dengan pemasok konsinyasi dan pemasok produk ritel telah memungkinkan Matahari untuk mendapatkan keuntungan dari segi harga yang menguntungkan, dan prioritas dalam hal waktu dan volume produk yang disediakan.

Sekitar 90% merchandise Matahari bersumber secara lokal, sehingga Matahari dapat menghindari penundaan yang terkait dengan impor produk, merespon dengan cepat perubahan kebutuhan persediaan dan tren *fashion*, serta untuk membatasi eksposur risiko valuta asing dan pajak impor. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia menunjukkan variasi regional yang kuat dalam pola konsumsi. Matahari memonitor pola penjualan tiap gerai dan *data base* MCC yang lebih dari 2,4 juta pelanggan untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang kebiasaan membeli pelanggan.

OPTIMALISASI OPERASI GERAI MENDORONG PENGALAMAN BERBELANJA YANG MENARIK DAN INSPIRATIF:

Produktivitas gerai yang tinggi didorong melalui optimalisasi penyajian gerai, operasional yang efisien dan promosi yang agresif.

store's local target market and its judgement of appropriate price points for that market, in order to maximise each store's profitability. The Company's flexibility to customise its product offering on a store-by-store basis is due to factors such as its large and diverse base of both consignment vendors and direct-purchase suppliers, understanding of its customers and local markets and similar Effective Contribution Margins across both Consignment Goods and DP Goods.

During its long history of operations, Matahari has built longstanding relationships with over 1,200 consignment vendors and direct-purchase suppliers. Management believe that the strength of its brand and market leadership makes Matahari a partner of choice for both consignment vendors and direct-purchase suppliers. The majority of the Company's Gross Sales are realised through consignment vendors which serves to reduce inventory investment, employment costs and fashion risk, broaden the range of merchandise, and further enhance Matahari's brand image and the attractiveness of its stores, thereby increasing customer traffic. Longstanding relationships with consignment vendors and direct-purchase suppliers have allowed Matahari to benefit from favourable pricing terms, and priority in terms of timing and volume of merchandise supplied.

Approximately 90% of Matahari's merchandise is sourced locally, allowing Matahari to avoid delays associated with the import of goods, respond quickly to changing inventory needs and fashion trends, as well as to limit its exposure to foreign exchange risks and import taxes. As the world's largest archipelago, Indonesia exhibits strong regional variations in consumption patterns. Matahari closely monitor sales patterns per store and its MCC data base of over 2.4 million customers provides further understanding of customer purchasing habits.

OPTIMISED STORE OPERATIONS DRIVING AN INSPIRING AND ATTRACTIVE SHOPPING EXPERIENCE:

High store productivity driven through optimised store presentation, efficient operations and frequent promotions

Strategi Matahari adalah untuk menciptakan tujuan belanja yang menarik yang memikat pelanggan dan memaksimalkan produktivitas penjualan melalui desain gerai yang optimal, didukung oleh promosi yang agresif.

Manajemen percaya bahwa format dan tampilan setiap gerai, bersama dengan penyajian *merchandise* sangat penting untuk meningkatkan produktivitas gerai dan penyajian *merchandise* gerai sangat efektif dalam menyampaikan informasi mengenai harga, tren terkini dan nilai, yang juga mendorong pembelian impulsif. Inisiatif “pusat inti” Matahari adalah contoh dari area “*high impact*” dimana manajemen yakin telah memperkuat reputasi Matahari sebagai “destinasi” untuk belanja kosmetik, sepatu, tas dan aksesoris, dan telah menyebabkan peningkatan kepadatan di gerai.

Matahari terus berusaha untuk meningkatkan desain gerai, dan untuk mengoptimalkan alokasi ruang produk untuk meningkatkan pengalaman belanja pelanggan secara keseluruhan dan meningkatkan produktivitas gerai. Matahari memiliki program berkelanjutan renovasi gerai untuk memastikan gerainya menawarkan lingkungan yang modern dan ramah pelanggan.

Matahari’s strategy is to create an attractive shopping destination that entices its customers and maximises sales productivity through optimised store design, supported by aggressive promotions of its merchandise.

Management believe that the format and look of each store, along with its merchandise presentations are critical for enhancing store productivity and that store merchandise presentations are effective in communicating information on price, current trends and value whilst also encouraging impulse purchases. The Company’s ‘centre core’ initiative is an example of a ‘high impact’ area which Management believe has reinforced Matahari’s reputation as a ‘destination’ for cosmetics, shoes, handbags and accessories, and has led to increased traffic at its stores.

Matahari constantly seeks to improve its store designs, and to optimise product space allocation to enhance the overall shopping experience of its customers and increase store productivity. The Company has an ongoing programme of store refurbishment to ensure its stores offer a modern and customer-friendly environment.



Prospek Usaha Business Prospects

Manajemen percaya bahwa Matahari memiliki salah satu strategi pemasaran yang paling aktif di antara pesaingnya di Indonesia dan bahwa kampanye promosinya telah berhasil membangun citra Matahari sebagai pemimpin pasar ritel yang menawarkan *value for money* kepada pelanggan. Matahari berusaha untuk menghubungkan kegiatan periklanan dengan iklan dalam gerai melalui penggunaan konsisten isyarat visual yang kuat yang dirancang untuk mendorong pelanggan Matahari untuk membeli produk yang ditawarkan. Manajemen percaya bahwa pengelolaan merek secara aktif melalui investasi terus-menerus dalam iklan, kampanye pemasaran dan visual *merchandising* lebih memperkuat nilai *private label brands* Matahari dan mengarahkan pelanggan ke gerai.

KARYAWAN BERDEDIKASI DAN MANAJEMEN BERPENGALAMAN:

Karyawan terlatih dan berdedikasi didukung oleh tim manajemen yang menggabungkan pengalaman ritel global dengan kekuatan eksekusi lokal

Matahari dikelola oleh tim pakar industri ritel yang sangat berpengalaman dan berkompeten. Banyak di antaranya telah bekerja sama dengan peritel terkemuka global seperti Macy's, SteinMart, Debenhams, dan JC Penney. Anggota Tim Manajemen memiliki pengalaman ritel berkisar antara 17 sampai 35 tahun dan, secara kolektif, mereka mencerminkan kombinasi pemahaman mendalam tentang ritel *department store* dan kekuatan eksekusi lokal.

Tim manajemen telah berperan dalam pengembangan, pelaksanaan dan pengelolaan sebuah landasan yang efisien dan terukur untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan. Di bawah kepemimpinan mereka, Matahari telah mempercepat ekspansi gerainya, menerapkan banyak praktik global terbaik dan standar internasional keunggulan operasional dan membentuk tiga komite yaitu komite tata kelola, yaitu komite real estate, komite pemasaran dan komite manajemen risiko. Komite ini memberikan kapabilitas pengawasan, supervisi dan pengambilan keputusan untuk memastikan bahwa kebijakan Matahari dijalankan dengan benar.

Management believe that Matahari has one of the most active marketing strategies amongst its competitors in Indonesia and that its promotional campaigns have successfully established Matahari's image as a retail market leader which offers value for money to customers. Matahari seeks to connect its advertising activities with its in-store advertising through the consistent use of strong visual cues designed to encourage the Company's customers to purchase its merchandise. Management believe that active brand management through continuous investments in advertising and marketing campaigns and visual merchandising further strengthen the value of Matahari's private label brands and drive customers to its stores.

DEDICATED EMPLOYEES AND EXPERIENCED MANAGEMENT:

Well-trained and dedicated employees supported by a management team that combines global retail experience with local execution strength

Matahari is managed by a team of highly experienced and competent retail industry veterans many of whom have worked with leading retailers globally such as Macy's, SteinMart, Debenhams, and JC Penney. Members of the Board of Management have retail experience ranging from 17 to 35 years and, collectively, they reflect a combination of in-depth understanding of department store retailing and local execution strength.

The management team has been instrumental in the development, execution and management of an efficient and scalable platform to drive sustainable growth of the business. Under their leadership, the Company has accelerated its store expansion, implemented many global best practices and international standards of operational excellence and established three additional governance committees, namely the real estate committee, the marketing committee and the risk management committee. These committees provide oversight, supervision and decision making capabilities to ensure that the policies of the Company are correctly applied.

Selain itu, tim manajemen telah membentuk budaya Matahari yang berorientasi pada pelanggan dengan karyawan termotivasi dan terlatih serta program *talent management*. Matahari berkeyakinan bahwa tim manajemen senior telah kritis dalam membangun fondasi yang kuat untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing jangka panjang Matahari.

Matahari juga menempatkan penekanan kuat dalam mengembangkan staf dengan potensi kepemimpinan untuk mendukung rencana pembukaan gerai dan memastikan bahwa gerai-gerai baru dikelola oleh *store manager* yang berpengalaman. Pada 2012, semua gerai baru Matahari memiliki *store manager* dengan pengalaman sebelumnya dan pelatihan dalam jaringan gerai yang ada Matahari.

STRATEGI

Tujuan jangka panjang utama Matahari adalah untuk lebih memperkuat dan mengkonsolidasikan posisinya sebagai operator *department store* terkemuka di Indonesia. Untuk mencapai tujuannya, Perseroan menerapkan strategi berikut:

Perluasan gerai secara terus-menerus dan cepat di seluruh Indonesia

Matahari terus memanfaatkan kekuatan merek dan kepemimpinan pasar dengan lebih meningkatkan pangsa pasar melalui perluasan gerai yang cepat, untuk menyesuaikan pertumbuhan belanja konsumen segmen menengah yang populasinya besar dan terus berkembang di Indonesia. Luasnya jaringan logistik Perseroan dan kemampuan untuk terus menambah kombinasi ragam *merchandise* setiap gerai membuat Matahari sangat fleksibel dalam menentukan lokasi gerai baru di seluruh Indonesia.

Matahari terus mempersiapkan strategi pengembangan usaha dengan merencanakan pembukaan gerai baru dan saat ini berencana untuk membuka sekitar 15 gerai per tahun pada periode tahun 2013-2015. Termasuk 15 gerai yang diharapkan dapat segera dibuka pada tahun 2013, Matahari telah mengidentifikasi lebih dari 50 lokasi strategis untuk gerai (per 31 Maret 2013) dan terus mengevaluasi kemungkinan lokasi lainnya untuk meningkatkan jumlah lokasi yang mungkin dapat dikembangkan untuk menjadi gerai baru sesuai dengan rencana ekspansi. Perseroan berencana untuk lebih mengembangkan

Furthermore, the management team has established a customer-oriented corporate culture with motivated and well-trained employees and an active talent management programme. The Company believes that the senior management team has been critical in building a strong foundation to maintain and enhance Matahari's long term competitiveness.

The Company also places strong emphasis on actively developing staff with leadership potential to support its store opening plans and ensures that new stores are staffed with experienced store managers. In 2012, all of the Company's new stores had store managers with prior experience and training within the Company's existing store network.

STRATEGIES

Matahari's principal long-term goal is to further strengthen and consolidate its position as the leading department store operator in Indonesia. The Company aims to achieve this goal by implementing the following strategies:

Continuous and rapid store expansion across Indonesia

Matahari intends to continue to capitalise on its strong brand and market leadership by further increasing its market share through rapid store expansion, to capture growth from consumer spending of Indonesia's large and growing middle-income segment. The breadth of the Company's existing logistics network and its ability to vary each store's merchandise mix provides Matahari with flexibility in considering new store sites across Indonesia.

Matahari continues to build its pipeline of store openings and currently plans to open approximately 15 stores a year in the period from 2013 to 2015. Including the 15 stores that it expects to open in 2013, Matahari has identified more than 50 possible sites for stores (as at 31 March 2013) and is constantly evaluating site possibilities to increase the number of sites which may lead to store openings in accordance with

Prospek Usaha Business Prospects

jaringan, baik di kota-kota di mana gerai Matahari telah hadir maupun di lokasi-lokasi baru di seluruh Indonesia, terutama di daerah dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi namun belum terlayani dengan optimal di luar Jabodetabek.

Pada 2012, produktivitas tahunan Perseroan (berdasarkan rata-rata tahunan Penjualan Kotor per meter persegi Ruang Eceran) untuk gerai yang sebanding adalah yang tertinggi di luar Jawa. Produktivitas untuk gerai di luar Jawa, dan gerai-gerai di Jawa (tetapi di luar Jabodetabek) masing-masing adalah 21% dan 5,9%, lebih tinggi dari produktivitas gerai di Jabodetabek.

Matahari biasanya membuka gerai dengan luas 5.000 - 9.000 meter persegi di pusat perbelanjaan baru yang modern dan mal ritel, dan akan terus fokus pada pembukaan gerai baru dengan tujuan inti untuk mengambil manfaat dari pergerakan konsumen yang lebih tinggi. Tim real estate Matahari secara aktif terlibat dengan pengembang mal untuk mempelajari peluang lokasi di seluruh Indonesia dan menilai kelayakan setiap potensi gerai baru. Kriteria seleksi meliputi: ukuran daerah yang menjadi target, kepadatan penduduk, pengeluaran sekunder per kapita pendapatan dari total pasar target, biaya sewa yang diharapkan, keuntungan yang diharapkan dan tingkat pengembalian investasi serta persaingan dari peritel lain di sekitarnya.

Mengingat rekam jejak ekspansi Perseroan dan hubungan jangka panjang dengan pengembang real estate, Manajemen percaya akan kemampuannya untuk melaksanakan rencana ekspansi saat ini, sesuai dengan ketersediaan lokasi gerai dan komitmen penyelesaian pembangunan pusat perbelanjaan yang tepat waktu oleh pengembang.

Terus meningkatkan produktivitas gerai

Matahari bermaksud untuk terus mengarahkan pergerakan konsumen dan meningkatkan produktivitas penjualan melalui sejumlah inisiatif, diantaranya adalah sebagai berikut:

- Menanamkan persepsi bahwa pelanggan akan menerima *value of money* berupa pelayanan pelanggan yang terbaik dan produk berkualitas dengan harga yang terjangkau. Perseroan melakukan promosi rutin melalui iklan dan kampanye pemasaran yang dilakukan melalui berbagai media termasuk situs web, televisi dan radio, dengan fokus

its expansion plan. The Company plans to further grow its network both in cities where it has an existing presence and in new locations across Indonesia, particularly in underserved high growth regions outside of Greater Jakarta.

In 2012, the Company's annual productivity (based on annualised average of Gross Sales per square metre of Retail Space) for comparable stores was the highest outside Java. Productivity for stores outside Java, and for stores within Java (but outside Greater Jakarta) were 21% and 5.9%, respectively, higher than that of productivity for stores within Greater Jakarta.

Matahari typically opens 5,000 - 9,000 square metre sized stores in new modern shopping centres and retail malls, and will continue to focus on opening new stores in keystone developments to take advantage of higher customer traffic. Matahari's dedicated real estate team actively engages with mall developers to track site opportunities across Indonesia and assess the viability of each potential new store. Selection criteria include: the size of the catchment area, population density, disposable per capita income of the total target market, expected rental costs, expected profitability and financial returns and competition from other retailers in the surrounding area.

Given the Company's track record of expansion and long-term relationships with real estate developers, Management is confident in its ability to implement its current expansion plan, subject to the availability of store locations and the timely completion of shopping malls by developers.

Further increasing store productivity

Matahari intends to continue to drive customer traffic and sales productivity through a number of initiatives, including the following:

- Strengthen customers' perception of receiving value for money through regular promotions focused advertising and marketing campaigns conducted through a variety of media including its website, television and radio, with a particular



pada iklan di media cetak. Matahari aktif mempromosikan gerai selama “peristiwa besar” seperti pembukaan gerai baru, peringatan peristiwa penting, liburan dan momentum “kembali ke sekolah”. Matahari juga melakukan promosi selektif yang memberikan potongan harga sangat rendah pada produk tertentu yang bertujuan untuk menarik jumlah pelanggan yang signifikan untuk datang ke gerai.

- Secara rutin mengkaji kebutuhan perbaikan gerai setiap tahun untuk mengakomodasi perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan Matahari, meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan secara keseluruhan dan memperkuat citra merek Matahari Department Store. Inisiatif perbaikan gerai terus diperbarui sesuai dengan praktik terbaik industri ritel internasional termasuk memasang atau meningkatkan sistem pencahayaan, peragaan produk, *signage*, kamar pas baru, koridor yang lebih luas dan perlengkapan yang lebih modern, dengan fokus khusus pada peningkatan ragam produk di gerai dengan penataan sedemikian rupa sehingga tidak mengganggu kenyamanan pergerakan pelanggan.
- Memperbarui penyajian dan meningkatkan ragam merchandise di “*center core*” dari *department store*, untuk memperkuat reputasi Matahari sebagai “tujuan” untuk berbelanja sepatu, tas dan aksesoris.
- Meningkatkan alokasi ruang produk melalui inisiatif seperti menerapkan penyajian produk dengan menonjolkan tema tertentu yang mempunyai dampak mencuri perhatian seperti membangun “*Denim Bar*” di lokasi penjualan jeans dan celana pendek, serta membuat lokasi khusus di dalam gerai untuk Nevada, *private label brand* Perseroan yang paling populer dan mendapat predikat “*the most popular fashionable affordable clothing brand in Indonesia*” menurut survei konsumen yang dilakukan pada tahun 2012 oleh Markplus Insight.
- Implementasi yang konsisten dan tepat dalam penyajian *merchandise* di gerai dan sehingga secara visual mampu mengkomunikasikan dengan efektif mengenai informasi harga, tren dan nilai, sekaligus mendorong pembelian impulsif.
- Fokus pada peningkatan penawaran produk di segmen berikut: (i) *merchandise* untuk pelanggan muda yang menurut demografis usia di Indonesia, menghasilkan sekitar 40% Penjualan Kotor antara tahun 2010 dan 2012, (ii) sepatu, yang mencatat penjualan tertinggi dan tercepat di kategori produk, dan (iii) tas dan kosmetik untuk lebih membangun citra Matahari sebagai tujuan belanja.

focus on print advertising. Matahari actively markets its stores during “major events” such as new store openings, anniversaries, holidays, and ‘back to school’. Matahari also engages in selective marketing which involves very low pricing on items that is aimed at attracting significant customer numbers to its stores.

- Continue to review each store’s refurbishment needs on an annual basis to address the changing needs and preferences of Matahari’s customers, enhance their overall shopping experience and further strengthen the Matahari department store brand. Store refurbishment initiatives are continuously updated to current international best practices and include installing or improving lighting, product displays, signage, new fitting rooms, wider aisles and more modern fixtures, with a particular focus on improving inventory selection without affecting the store’s feeling of space.
- Upgrading the presentation and range of merchandise in the ‘centre core’ of its department stores, to reinforce Matahari’s reputation as a ‘destination’ for shoes, handbags and accessories.
- Improve product space allocation through initiatives such as the implementation of high impact key item presentations, for example, establishing a ‘Denim Bar’ in relation to denim jeans and shorts, as well as having a dedicated section in-store for Nevada, the Company’s most popular private label brand and the most popular “fashionable affordable clothing brand” in Indonesia according to a consumer survey conducted in 2012 by Markplus Insight.
- Consistent and proper implementation of store merchandise presentations and associated visual merchandising to effectively communicate price information, trends and value, whilst encouraging impulse purchases.
- Focus on improving product offerings in the following segments: (i) merchandise for young customers which, in line with Indonesia’s age demographics, generated approximately 40% of Gross Sales between 2010 and 2012; (ii) shoes, its highest selling and fastest growing product category; and (iii) handbags and cosmetics to further establish Matahari as a shopping destination.

- Menerapkan kombinasi *merchandise* yang unik untuk setiap gerai untuk meragamkan poin harga rata-rata dari produk yang terjual di tiap gerai sesuai dengan target pasar lokal.
- Memanfaatkan kekuatan *private label brands* yang eksklusif dengan menawarkan lini produk baru dengan *private label brands* Matahari paling populer seperti Nevada, dan memberi tempat khusus tambahan bagi merek produk yang mempunyai performa terbaik. Selain itu, Matahari akan terus mengembangkan *private label brands*.
- Terus mengembangkan basis anggota kartu MCC yang telah mencatat nilai transaksi rata-rata sekitar 65%, lebih besar dari pelanggan yang bukan pemegang kartu MCC pada tahun 2012.
- Tailor the Company's merchandise mix for each store in order to vary the average price points of merchandise sold at each store in accordance with its local target market.
- Leverage on the strengths of its exclusive private label brands by offering of new product lines under Matahari's most popular private label brands such as Nevada, and to assign additional dedicated sections for top performing brands. In addition, Matahari will continue to develop its private label brands.
- Grow the Company's MCC card members base, which has an average transaction value that is approximately 65% larger than non-MCC card members in 2012.

Terus berfokus pada efisiensi operasional dan optimalisasi pemanfaatan aset

Terus fokus pada peningkatan efisiensi operasional, pengendalian biaya yang ketat dan mengoptimalkan pemanfaatan aset akan memungkinkan Matahari untuk memenuhi rencana ekspansi dan lebih meningkatkan profitabilitas. Matahari berencana untuk mencapai hal ini diantaranya melalui:

- Menyempurnakan kemampuan pengolahan data MCC sehingga Perseroan mempunyai gambaran yang lengkap dan berharga mengenai profil pelanggan melalui *database* lebih dari 2,4 juta anggota sebagai salah satu referensi dalam pengambilan keputusan strategis tentang: (i) kombinasi merchandise di gerai, (ii) harga, (iii) peluang gerai baru, lokasi dan ukuran; (iv) strategi peragaan dan penataan merchandise di dalam gerai (v) program iklan dan promosi.
- Optimalisasi sistem pemilihan pemasok konsinyasi dan alokasi ruang untuk mendorong peningkatan penjualan dan pertumbuhan, mengurangi biaya gaji dan modal kerja, serta biaya peralatan, distribusi dan pergudangan yang menjadi beban dari pemasok konsinyasi.
- Optimalisasi dan penyempurnaan sistem pengadaan terpusat.
- Optimalisasi sistem distribusi melalui pusat distribusi logistik terpusat yang beroperasi sebagai fasilitas "*flow-through*", pengiriman produk dengan basis "*just-in-time*" (segera) untuk menekan waktu tunggu, memaksimalkan efisiensi dan mengurangi biaya. Perseroan dapat mengurangi biaya bersih operasional logistik dengan memberikan jasa logistik tertentu kepada pemasok konsinyasi.
- Further refine its MCC data mining capabilities so as to obtain valuable insight from its database of over 2.4 million members in respect of strategic decisions regarding: (i) the merchandise mix of a store; (ii) pricing; (iii) new store opportunities, locations and sizes; (iv) in-store merchandising and display strategies; and (v) advertising and promotional programmes.
- Continued optimisation of consignment vendor selection and space allocation to drive a significant part of sales and growth, reducing payroll and working capital costs, as well as fit-out expenses, distribution and warehousing costs which are borne by consignment vendors.
- Increased automation and continued refinement of Matahari's centralised procurement system.
- Continued optimisation of distribution logistics through Matahari's centralised distribution centre which operates as a "*flow-through*" facility, delivering goods on a "*just-in-time*" basis, reducing lead times, maximises efficiency and reduces costs. The Company further reduces the net costs of its logistics operations by providing logistical services to certain of its consignment vendors.

Continued focus on operational efficiency and improved asset utilisation

Continued focus on enhancing operational efficiencies, stringent cost control and improving asset utilisation will enable Matahari to deliver on its expansion plans and further improve profitability. Matahari plans to achieve this through, amongst others, the following:

Prospek Usaha Business Prospects

- Fokus pada manajemen persediaan aktif melalui pengendalian persediaan terkomputerisasi dan pemantauan tingkat persediaan oleh petugas pengawas merchandise di gerai. Matahari secara teratur memanfaatkan strategi penurunan harga dan diskon untuk membersihkan merchandise yang lambat terjual. Matahari juga menggunakan kombinasi dari langkah-langkah yang diperlukan untuk menjaga level persediaan tetap berada dalam jumlah yang memadai, termasuk menggunakan tag sensormatic pada produk-produk berharga tinggi, kamera CCTV dan mempertahankan keberadaan keamanan di setiap gerai.
- Meningkatkan penerapan manajemen risiko bisnis melalui komite manajemen risiko yang dibentuk pada tahun 2011, yang bertanggung jawab untuk: (i) mengelola asuransi dan perencanaan pemulihan bencana, (ii) mengembangkan dan mengimplementasikan program pencegahan kerugian yang efektif, (iii) pemantauan kepatuhan Perseroan terhadap prosedur operasi standar dan kontrol di seluruh organisasi, dan (iv) mengelola infrastruktur keamanan Perseroan.
- Memantau produktivitas penjualan karyawan dan intensitas layanan (jumlah meter persegi yang ditangani oleh setiap personil penjualan) di setiap gerai dalam rangka mengoptimalkan tingkat layanan dan profitabilitas.
- Mengendalikan manajemen kas yang ketat dengan kebijakan yang konsisten di seluruh jaringan gerai dan rekonsiliasi data penjualan dengan catatan penerimaan setiap hari.
- Mempertahankan strategi “hanya sewa” dengan fokus pada perjanjian kontrak sewa jangka panjang yang menguntungkan dengan memanfaatkan reputasi Matahari sebagai operator *department store* terkemuka dan hubungan yang baik dengan pemilik gedung. Strategi ini akan membatasi modal yang dibutuhkan untuk membuka gerai baru, sekaligus melindungi Matahari dari kenaikan harga sewa komersial yang signifikan.
- Continued focus on active inventory management through computerised inventory controls and the monitoring of inventory levels by in-store merchandising personnel. Matahari regularly makes use of markdowns and discounting to clear slow selling merchandise. Matahari also uses a combination of measures to keep the Company’s inventory shrinkage to low levels, including using sensormatic tags on higherpriced items, CCTV cameras and maintaining security presence at each store.
- Continue to improve business risk management through the risk management committee which was formed in 2011, 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.
- Continuously monitoring employee sales productivity and service intensity (being the number of square metres covered by each sales person) for each store in order to optimise service levels and profitability.
- Strict cash control management with consistent policies across its store network and reconciling sales data with receipt records on a daily basis.
- Maintaining Matahari’s “lease only” strategy with a focus on entering into long-term lease contracts on favourable terms by leveraging Matahari’ reputation as a top department store operator and its existing relationships with landlords. This strategy will serve to limit capital required to open new stores, while better insulating Matahari from significant increases in commercial rental rates.

Mengembangkan budaya Perseroan yang berorientasi kepada pelanggan

Manajemen percaya bahwa budaya Perseroan berorientasi pelanggan akan memberikan landasan yang kuat untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing jangka panjang.

Manajemen yakin bahwa fokus pelatihan karyawan pada inisiatif *customer-centric* merupakan instrumen untuk mempertahankan budaya berorientasi pelanggan Perseroan. Matahari bermaksud untuk lebih membangun budaya karyawan yang termotivasi dan terlatih. Matahari aktif menerapkan strategi untuk merekrut, mengembangkan dan mempertahankan karyawan yang berbakat (termasuk karyawan pemasok konsinyasi) untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi kompetitif.

Dalam kaitan rencana ekspansi, Perseroan berkomitmen mengembangkan staf dengan potensi kepemimpinan untuk mendukung rencana pembukaan gerai. Perseroan telah mengembangkan sejumlah program pengujian dan pelatihan yang akan mengidentifikasi sejak dini para karyawan yang memiliki potensi untuk menempati posisi manajemen kunci. Program pelatihan dan pengembangan terstruktur yang dirancang untuk mendukung budaya Perseroan berorientasi kepada pelanggan dan standar kualitas layanan, dan untuk memungkinkan karyawan untuk terus dapat memenuhi perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

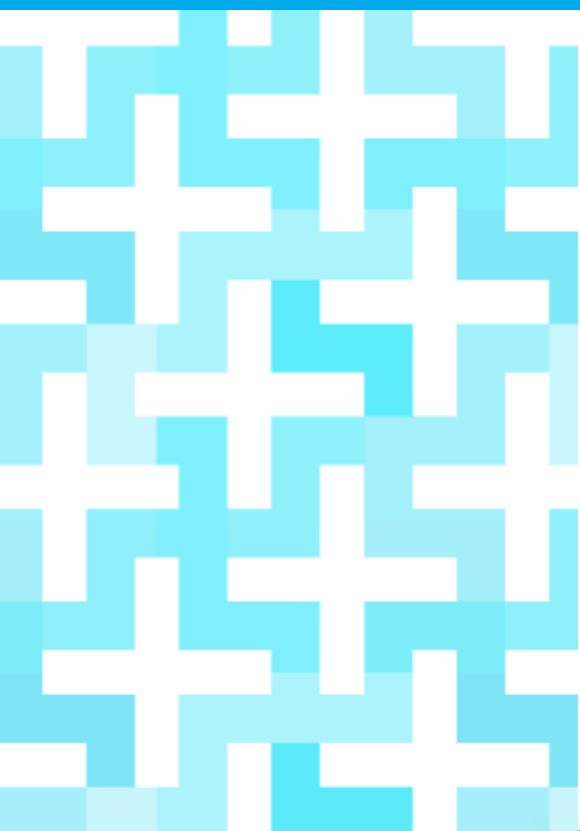
Continue to develop a customer-oriented corporate culture

Management believe that Matahari's customer-oriented corporate culture will provide a strong foundation to maintain and enhance its long term competitiveness.

Management believe that focusing employee training on customer-centric initiatives is instrumental for Matahari to maintain its customer-oriented corporate culture. Matahari intends to further build on a culture of motivated and well-trained employees. Matahari actively pursues a strategy to recruit, develop and retain talented employees (including employees of consignment vendors) to maintain and improve its competitive position.

Especially in light of its expansion plans, the Company places strong emphasis on actively developing staff with leadership potential to support its store opening plans. The Company has developed a number of testing and training programmes that seek to identify early on those members of its staff which have potential to become management. Matahari's structured training and development programmes are designed to support its customer oriented corporate culture and service quality standards, and to enable employees to continue to meet customers' changing needs and preferences.





Tinjauan Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance
Overview



Struktur Tata Kelola

Corporate Governance Structure

PENERAPAN PRINSIP GCG

Matahari Department Store Tbk (Matahari), sebagai salah satu jaringan *department store* terkemuka di Indonesia, berkomitmen untuk menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). Penerapan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, keadilan dan kesetaraan dalam semua aspek operasinya merupakan landasan untuk keberhasilan pertumbuhan sekaligus memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan.

Perseroan telah melebur prinsip-prinsip GCG di seluruh prosedur operasional dan digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan Kode Etik Perseroan. Disamping memastikan bahwa Perseroan mematuhi perundang-undangan dan peraturan lainnya baik dari pemerintah pusat maupun daerah, Perseroan berkomitmen untuk memantau dan memperkuat implementasi GCG dengan cara:

1. Terus melakukan konsolidasi hubungan antara Dewan Komisaris dan Direksi;
2. Terus melakukan penguatan pengawasan Perseroan dan fungsi manajemen;
3. Memastikan akurasi dan integritas sistem keuangan;
4. Memastikan pengungkapan informasi yang tepat waktu;
5. Mengambil keputusan yang sesuai etika dan bertanggung jawab;
6. Mengidentifikasi dan mengelola risiko;
7. Menghargai hak-hak pemegang saham secara konsisten;
8. Memberikan remunerasi yang pantas secara bertanggung jawab.

Matahari mengawali tahun 2012 dengan kerangka GCG yang baik dengan melakukan pemisahan fungsi pengawasan dan pengambilan keputusan, pengendalian internal yang kuat, audit eksternal, manajemen risiko, program *whistle-blowing*, penyediaan informasi secara tepat waktu di situs Perseroan, serta keterlibatan aktif dari Sekretaris Perusahaan.

IMPLEMENTATION OF GCG PRINCIPLES

Matahari Department Store Tbk, as one of the leading department store chains in Indonesia, is committed to applying the principles of Good Corporate Governance (GCG). These principles of transparency, accountability, responsibility, independence, fairness and equality in all aspects of its operations represent a cornerstone for successful growth while providing sustainable benefits for all stakeholders.

The Company has integrated these GCG principles across the Company and they serve as the basis for the Company's Code of Conduct. In addition to ensuring that the Company complies with all national and local laws and regulations, the Company is committed to monitoring and strengthening GCG in an effort to:

1. Continue consolidating the relationship between the Board of Commissioners and Board of Directors;
2. Continue strengthening the Company's supervisory and management functions;
3. Ensure financial accuracy and integrity;
4. Ensure timely disclosure of information;
5. Undertake ethical and accountable decisions;
6. Identify and manage risk;
7. Uphold shareholders' rights consistently;
8. Provide appropriate remunerations responsibly.

Matahari began 2012 with a good GCG framework that includes a separation of oversight and decision-making, strong internal controls, external audit, risk management, a whistle-blowing program, timely production and distribution of information on the web, and the active involvement of the Corporate Secretary.

STRUKTUR TATA KELOLA PERUSAHAAN

Sebagaimana perusahaan publik lainnya, badan pengambil keputusan tertinggi di Perseroan adalah Rapat Umum Pemegang Saham, yang berdasarkan undang-undang harus diselenggarakan sekurang-kurangnya satu kali dalam setahun. Dewan Komisaris bertindak sebagai pengawas bagi kinerja Direksi. Direksi membuat strategi perusahaan dan Tim Manajemen membantu Direksi dalam pelaksanaan strategi dan membuat keputusan dalam aktivitas operasional sehari-hari. Pengangkatan Dewan Komisaris dan Direksi saat ini berdasarkan Akta No. 99 tanggal 22 Juni 2012 yang dibuat dihadapan Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, S.H., Notaris di Jakarta.

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM

Keputusan utama Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) bersifat mandiri dan tidak dimintakan persetujuan kepada badan lain. Keputusan RUPS diantaranya adalah pemberitahuan dan pembagian dividen, pengangkatan dan pemberhentian anggota Dewan Komisaris, Direksi dan Tim Manajemen, serta persetujuan atas transaksi dengan nilai yang substansial.

Pada tahun 2012, Perseroan menyelenggarakan satu kali Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) pada tanggal 22 Juni 2012 di Hotel Aryaduta, Jalan Prapatan, Jakarta dengan dihadiri oleh pemegang saham atau kuasanya yang mewakili 98,15% dari saham yang beredar. Pada tanggal 3 Agustus 2012, di tempat yang sama diadakan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) dengan kehadiran pemegang saham atau kuasanya yang mewakili 98,15% dari saham yang beredar.

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM TAHUN 2012

Dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) Perseroan yang diadakan pada tanggal 22 Juni 2012 di ruang Monas 2, Hotel Aryaduta, Jalan Prapatan Kav. 44-48, Jakarta, rapat menyetujui hal-hal sebagai berikut:

1. Menerima baik dan menyetujui laporan Direksi Perseroan mengenai kegiatan operasional dan tata usaha keuangan Perseroan untuk tahun buku 2011 serta laporan tugas pengawasan Dewan Komisaris Perseroan.

CORPORATE GOVERNANCE STRUCTURE

At Matahari Department Stores Tbk, as with any other Public company, the highest governing body is Shareholders which must by law meet at least once per year. The Board of Commissioners serves as oversight for the Board of Directors. The Board of Directors makes strategic decisions and the Board of Management assists the Board of Directors in the implementation of the strategic and day to day decision making. The appointment of the current members of the Boards of Commissioners and Directors is based on Notarial Deed No. 99 dated 22 June 2012 of Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, SH.

GENERAL MEETINGS OF SHAREHOLDERS

At the General Meetings of Shareholders (GMS) major decisions not reserved by the GMS for other bodies are agreed upon. Decisions reserved for the GMS include declaration and payment of dividends, the appointment and dismissal of members of the Board of Commissioners, Board of Directors and Board of Management, and transactions of a substantial value.

In 2012, there was one Annual General Meeting of Shareholders held on June 22, 2012 at Aryaduta Hotel, Jalan Prapatan, Jakarta with an attendance of shareholders or their proxies representing 98.15% of outstanding shares. In addition there was 1 (one) Extraordinary General Meeting of Shareholders held on August 3, 2012, at Aryaduta Hotel, Jalan Prapatan, Jakarta with an attendance of shareholders or their proxies representing 98.15% of outstanding shares.

2012 GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

At the Annual General Meeting of Shareholders held on June 22, 2012, at the Monas 2 Room, Aryaduta Hotel, Jalan Prapatan Kav.44-48, Jakarta, the meeting approved the following points:

1. Received and approved the report of the Board of Directors of the Company's operations and financial administration for fiscal year 2011 and oversight reports of the Board of Commissioners.

Struktur Tata Kelola

Corporate Governance Structure

2. Menyetujui dan mengesahkan Laporan Keuangan Tahunan Perseroan tahun buku 2011 sebagaimana telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana dan Rekan (anggota dari PricewaterhouseCoopers)) dalam laporan suratnya tanggal 15 Mei 2012 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 2011 dalam arti yang seluas-luasnya, termasuk antara lain penggabungan usaha dengan PT Meadow Indonesia sebagaimana juga telah diputuskan dalam RUPS Luar Biasa pada tanggal 20 September 2011, sebagaimana tercermin ataupun tidak tercermin dalam uraian usulan persetujuan Laporan Direksi Perseroan dan pengesahan Laporan Keuangan Tahunan Perseroan, 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 2011 dan sampai dengan tanggal ditutupnya Rapat hari ini sepanjang tercermin dalam Laporan Direksi Perseroan serta Laporan Keuangan Tahunan Perseroan.
3. Menyetujui usulan Perseroan tidak melakukan pembagian keuntungan, sehingga penggunaan keuntungan Perseroan tahun buku 2011 sebesar Rp465.649.003.901,- (empat ratus enam puluh lima miliar enam ratus empat puluh sembilan juta tiga ribu sembilan ratus satu Rupiah) sebagai berikut:
 - Untuk dana cadangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 70 ayat 1 Undang-Undang No.40/2007 tentang Perseroan Terbatas, Perseroan menyisihkan 1% dari laba bersih atau sebesar Rp4.700.000.000 (empat miliar tujuh ratus juta Rupiah).
2. Approved and ratified the Financial Statements for fiscal year 2011, as audited by KAP Tanudiredja, Wibisana and Co (PwC global network member) in a report dated May 15, 2012 with an unqualified opinion letter, and provided full release and discharge (*acquit et de charge*) to all members of the Board of Commissioners and Board of Directors of the Company during the financial year 2011 in the broadest sense, including among others, its merger with PT Meadow Indonesia as decided in the Extraordinary General Meeting on 20 September 2011, as reflected or not reflected in the description of the proposed Report of the Board of Directors approval and ratification of the Company's Financial Statements, of the responsibility for the management and oversight measures they have run, for any and all policies, decisions, agreements, consent, agreements, 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 transactions and financial statements, relationships and lending or borrowing transactions, and the management of the Company in any way, directly or indirectly, during the financial year 2011 and until the closing date of today's meeting as reflected in the Board of Director's Report and in the Company's Financial Statement.
3. Approved the company's plan to not distribute dividends, and to use the net income in fiscal year 2011 in the amount of Rp465,649,003,901 (four hundred and sixty-five billion six hundred and forty-nine million three thousand nine hundred one rupiah) as follows:
 - In order to reserve funds as referred to in Article 70 paragraph 1 of Law No.40/2007 on Limited Liability Companies, the Company has set aside 1% of the net profit or for Rp4,700,000,000 (four billion, seven hundred million Rupiah).

- Sisa laba bersih tahun 2011 adalah sebesar Rp460.949.003.901 (empat ratus enam puluh miliar sembilan ratus empat puluh sembilan juta tiga ribu sembilan ratus satu rupiah) dibukukan sebagai laba ditahan Perseroan.
4. Menyetujui melimpahkan wewenang kepada Dewan Komisaris dan/atau Direksi Perseroan untuk memilih dan mengangkat Akuntan Publik terdaftar untuk mengaudit pembukuan Perseroan tahun buku 2012 serta memberikan wewenang kepada Direksi Perseroan untuk menetapkan honorarium dan persyaratan lain pengangkatan tersebut.
 5. Menerima penetapan dan pengangkatan kembali anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris Perseroan yang lama untuk masa jabatan berikutnya terhitung sejak ditutupnya Rapat ini sampai dengan ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan untuk tahun buku 2012 yang akan diadakan pada tahun 2013 dengan susunan sebagai berikut:

Dewan Komisaris:

Presiden Komisaris Independen :	John Bellis
Komisaris Independen :	Jonathan L Parapak William Travis Saucer
Komisaris :	Roy Kuan
Komisaris :	Artapong Porndhiti
Komisaris :	Rene Mang Wing Ming
Komisaris :	Henry Jani Liando

Direksi:

Presiden Direktur :	Bunjamin J Mailool
Wakil Presiden Direktur :	Michael Remsen
Direktur :	Sigit Prasetya
Direktur :	Wai Hoong Fock
Direktur :	Joo Suk Kim
Direktur :	Andre Rumantir

- Menyetujui usulan atas sistem remunerasi termasuk gaji atau honorarium dan tunjangan atau remunerasi lainnya bagi anggota Dewan Komisaris dengan landasan perumusan berdasarkan orientasi *performance*, *market competitiveness*, dan penyesuaian kapasitas finansial Perseroan untuk memenuhinya, serta hal-hal lain yang diperlukan dengan batasan jumlah kolektif sebesar 0,2% (nol koma dua persen) dari penjualan bersih Perseroan.

- The remaining net income in 2011 amounted to Rp460,949,003,901 (four hundred and sixty billion, nine hundred and forty-nine million three thousand nine hundred one dollars) was recorded as retained earnings of the Company.

4. Delegated authority to the Board of Commissioners and/ or the Board of Directors to select and appoint Registered Public Accountant to audit the books for fiscal year 2012 and authorized the Board of Directors to set the remuneration and other terms of appointment.
5. Accepted the determination and the re-appointment of Directors and members of the Board of Commissioners from the time of the conclusion of this Meeting until the close of the Annual General Meeting of Shareholders for the year 2012 which will be held in 2013 with the following composition:

Board of Commissioners:

President Commissioner Independent :	John Bellis
Independent Commissioner :	Jonathan L Parapak William Travis Saucer
Commissioner :	Roy Kuan
Commissioner :	Artapong Porndhiti
Commissioner :	Rene Mang Wing Ming
Commissioner :	Henry Jani Liando

Board of Directors:

President Director :	Bunjamin J Mailool
Vice President Director :	Michael Remsen
Director :	Sigit Prasetya
Director :	Wai Hoong Fock
Director :	Joo Suk Kim
Director :	Andre Rumantir

- Approved the proposed remuneration including salary and/ or honorarium and allowances or other remuneration for the Board of Commissioners with a foundation based on a performance oriented formula, market competitiveness, and alignment of the Company's financial capacity, and other things necessary to limit the collective amount of 0. 2% (zero point two percent) of the net sales of the Company.

Struktur Tata Kelola

Corporate Governance Structure

- Memberikan wewenang kepada Dewan Komisaris untuk merancang, menetapkan dan memberlakukan sistem remunerasi, termasuk honorarium, tunjangan, gaji, bonus dan atau remunerasi lainnya bagi anggota Direksi Perseroan dengan landasan perumusan berdasarkan orientasi *performance*, *market competitiveness*, dan penyelarasan kapasitas finansial Perseroan untuk memenuhinya, serta hal-hal lain yang diperlukan
- Memberikan wewenang dan kuasa dengan hak substitusi kepada Direksi Perseroan untuk melakukan segala tindakan sehubungan dengan pengangkatan anggota Dewan Komisaris dan Direksi tersebut di atas termasuk tetapi tidak terbatas untuk mendaftarkan susunan anggota Dewan Komisaris dan Direksi tersebut dalam Daftar Perusahaan dan untuk mengajukan serta menandatangani semua permohonan dan dokumen lainnya yang diperlukan
- Provided authority to the Board of Commissioners to design, establish and enforce the system of remuneration, including honoraria, allowances, salaries, bonuses and other remuneration to the members or the Board of Directors of the Company with a foundation based on a performance oriented formula, market competitiveness, and alignment of the Company's financial capacity to meet them, as well as the other necessary things.
- Provided authority and power with right of substitution to the Directors of the Company to perform any action with respect to the registering formal appointment of members of the Board of Commissioners and Board of Directors of the above, including but not limited to registering the members of the Board of Commissioners and the Board of Directors in the Company Register and submitting and signing all requests and other required documents.

Pada tanggal 3 Agustus 2012, pemegang saham Matahari mengadakan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) yang diadakan di Ruang Monas 2, Hotel Aryaduta, Jalan Prapatan Kav. 44-48, Jakarta, dengan keputusan sebagai berikut:

1. Menyetujui rencana Perseroan untuk menjaminkan sebagian aktiva bersih atau seluruh properti atau aset Perseroan sehubungan dengan dana pinjaman bank yang akan diterima Perusahaan, seperti yang dipersyaratkan oleh Anggaran Dasar Perseroan dan ketentuan hukum dan peraturan.
2. Memberi kuasa dan wewenang kepada Direksi dengan persetujuan Dewan Komisaris sejak penutupan Rapat ini untuk menjaminkan sebagian besar aset bersih atau seluruh properti atau aset Perseroan sehubungan dengan dana pinjaman bank yang akan diterima oleh Perseroan sesuai dengan agenda pertama.
3. Menyetujui dan memberi kuasa atas kewenangan tersebut di atas sampai dengan penutupan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan yang akan dilakukan pada tahun 2013.

On August 3, 2012, the Matahari shareholders held another meeting. The Extraordinary General Meeting of Shareholders was held at the Monas 2 Room, Hotel Aryaduta, Jalan Prapatan Kav.44-48, Jakarta, produced the following decisions:

1. Approved the Company in pledging the majority of net assets or the entire property or assets of the Company in connection with the funding to be received by the Company from a bank, as required by the Articles of Association of the Company and the provisions of laws and regulations.
2. Provided power and authority to the Board of Directors with the approval of the Board of Commissioners as the closing of this Meeting to pledge the majority of net assets or the entire property or assets of the Company in connection with the funding to be received by the Company from a bank in accordance with the first agenda item.
3. Approved and empowered the aforesaid authority until the close of the Annual General Meeting of Shareholders which will be conducted in 2013.



Seperti yang telah dibahas di atas, sesuai dengan peraturan hukum Indonesia, Perseroan memiliki Dewan Komisaris dan Direksi. Dua organ perusahaan ini terpisah dan seseorang tidak dapat merangkap menjadi anggota dari kedua organ tersebut. Hak dan kewajiban masing-masing anggota Dewan Komisaris dan Direksi diatur oleh Anggaran Dasar, Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham, Undang-Undang Perseroan Terbatas, Peraturan BAPEPAM-LK dan peraturan BEI. Perseroan juga memiliki Tim Manajemen terdiri dari personil manajemen senior.

Para anggota Direksi dan Dewan Komisaris diangkat oleh pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham. Berdasarkan Anggaran Dasar, masa jabatan Direksi dan Dewan Komisaris terpilih terhitung dari tanggal pengangkatan sampai dengan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan berikutnya.

As discussed, in accordance with Indonesian law, the Company has both a Board of Commissioners and a Board of Directors. The two boards are separate and no individual may serve as a member of both boards. The rights and obligations of each member of the Board of Commissioners and the Board of Directors are regulated by the Articles of Association, the decisions of Shareholders in general meetings, the Company Law, BAPEPAM-LK regulations and IDX regulations. The Company also has a Board of Management comprising the Company's senior management team.

The members of the Board of Directors and Board of Commissioners are appointed by the Shareholders at a general meeting of Shareholders. Under the Articles of Association, the Company's Board of Directors and Board of Commissioners are elected from the date of the appointment until the next annual general meeting of shareholders.

Struktur Tata Kelola

Corporate Governance Structure

DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris memberi nasihat dan melakukan pengawasan atas pelaksanaan tugas Direksi. Setiap anggota Dewan Komisaris bertindak secara independen dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya kepada Perseroan dan tidak memiliki hubungan keluarga, hubungan keuangan, hubungan manajemen, dan/atau hubungan kepemilikan saham dengan sesama anggota Dewan Komisaris dan/atau dengan anggota Direksi.

Dewan Komisaris sekurangnya memiliki dua anggota, termasuk Komisaris Independen dan salah satu komisaris dapat diangkat sebagai Komisaris Utama. Sekurangnya 30% dari anggota Dewan Komisaris harus Komisaris Independen.

Struktur dan Keanggotaan

Dewan Komisaris Perseroan terdiri dari tujuh anggota: dua Komisaris Independen (salah satunya adalah Komisaris Utama) dan lima Komisaris. Sampai dengan akhir April 2013, Perseroan memiliki dua Komisaris Independen dari total enam Komisaris (Travis Saucer telah mengundurkan diri sebagai Komisaris per tanggal 7 April 2013), yang mewakili lebih dari 30% dari keseluruhan anggota, sebagaimana diatur dalam Surat Edaran

BOARD OF COMMISSIONERS

The Board of Commissioners advises and supervises the Board of Director. Each member of the Board of Commissioners acts independently in fulfilling its duties and responsibilities to the Company and does not have any familial relationships, financial relationships, management relationships, and/or shareholding relationships with other members of the Board of Commissioners and/or with other members of the Board of Directors.

The Board of Commissioners must have at least two members, including an independent commissioner and one of the commissioners may be appointed as a President Commissioner. At least 30% of the members of the Board of Commissioners must be independent commissioners.

Structure and Membership

The Board of Commissioners comprises seven members: two Independent Commissioners (one of whom is the President Commissioner) and five Commissioners. As per end of April 2013, the Company has two Independent Commissioners out of a total of six Commissioners (Travis Saucer has resigned as a Commissioner as of 7 April 2013), representing more than 30% of all members, as regulated in Chairman of BAPEPAM Circular



Ketua BAPEPAM No SE-03/PM/2000 tanggal 5 Mei 2000, Peraturan BEJ No IA tanggal 19 Juli 2004 serta Peraturan Bapepam-LK No. IX.I.5 tanggal 7 Desember 2012.

No. SE-03/PM/2000 dated May 5, 2000, IDX Rule No I-A dated July 19, 2004, and Bapepam-LK Regulation No.IX.I.5 dated 7 December 2012.

Anggota Dewan Komisaris diangkat dan diberhentikan dalam forum Rapat Umum Pemegang Saham.

Members of the Board of Commissioners are appointed and removed at the general meeting by the Shareholders.

Pada tahun 2012, terjadi perubahan komposisi Dewan Komisaris dengan bergabungnya William Travis Saucer pada 22 Juni 2012 setelah sebelumnya menjabat sebagai Direktur Perseroan.

In 2012, there was one change to the membership in the Board of Commissioners. William Travis Saucer joined the Board of Commissioners on June 22, 2012 after having served on the Board of Directors.

Dengan demikian, susunan Dewan Komisaris saat ini adalah:

The current members of the Board of Commissioners are as follows:

Posisi	Nama/Name	Position
Presiden Komisaris Independen	John Bellis	President Commissioner Independent
Komisaris Independen	Jonathan L. Parapak	Independent Commissioner
Komisaris Independen	William Travis Saucer *	Independent Commissioner
Komisaris	Roy Kuan	Commissioner
Komisaris	Artapong Porndhiti	Commissioner
Komisaris	Rene Mang Wing Ming	Commissioner
Komisaris	Henry Jani Liando	Commissioner

* Efektif mengundurkan diri sejak 7 April 2013
Effectively resigned as of 7 April 2013

Tugas dan Tanggung Jawab

Peran Dewan Komisaris, sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar Perseroan dan Undang-Undang Nomor 40/2007 tentang Perseroan Terbatas, tidak hanya meliputi tugas pengawasan dan memberikan nasihat kepada Dewan Direksi, tetapi juga mencakup pengambilan tanggung jawab untuk kesalahan apapun dari Direksi dalam melaksanakan tugasnya.

Duties and Responsibilities

The role of the Board of Commissioners, as stipulated in the Company's Articles of Association and Decree No. 40/2007 on Limited Liability Companies, encompasses not only the supervising and advising of the Board of Directors, but also includes taking responsibility for any misconduct on the part of the Directors in the performance of their duties.

Fungsi pengawasan Dewan Komisaris berperan penting dalam membantu perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam operasional, *Good Corporate Governance* dan kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Selain itu, saran-saran Dewan Komisaris merupakan catatan khusus dalam persetujuan strategi perusahaan dan dalam pelaksanaan rencana kerja Direksi yang efektif dan efisien untuk mencapai target perusahaan.

The Commissioners' supervisory role plays an important part in assisting the Company to achieve success in its operations, Good Corporate Governance and its Corporate Social Responsibility (CSR) obligations. Additionally, the impact of their advice is seen in approving the strategic direction of the Company and in the effective and efficient implementation of the Directors' working plan towards achieving Company targets.

Struktur Tata Kelola Corporate Governance Structure

Rapat Dewan Komisaris

Dewan Komisaris menyelenggarakan rapat tahunan dan triwulanan dengan Direksi (ditambah dengan pertemuan insidental jika dianggap perlu) untuk membangun komunikasi yang intensif di antara kedua belah pihak.

Sekretaris Perusahaan, bertindak atas nama Ketua Dewan Komisaris, mengirimkan pemberitahuan kepada setiap anggota Dewan Komisaris dan Direksi sehubungan dengan rapat gabungan tahunan yang dijadwalkan setiap awal tahun. Setiap pertemuan tambahan lainnya, pemberitahuan diberikan oleh Ketua Dewan Komisaris atau 2 (dua) Komisaris lainnya.

Rapat Dewan gabungan dipimpin oleh Ketua Dewan Komisaris atau oleh Komisaris yang dipilih oleh anggota lain pada saat rapat berlangsung. Pengambilan keputusan dilakukan bila rapat dihadiri lebih dari 50% (lima puluh persen) dari seluruh anggota Dewan Komisaris atau dalam hal rapat Dewan gabungan, jika rapat dihadiri lebih dari 50% (lima puluh persen) dari seluruh anggota Dewan Komisaris dan Direksi. Setiap anggota Dewan memiliki satu hak suara dan dapat mewakili suara satu anggota lain bila diberi kuasa.

Komisaris memimpin rapat, dan satu anggota lainnya bertanggung jawab untuk membuat notulen rapat. Pada tahun 2012, setiap rapat rata-rata dihadiri lebih dari 80% (delapan puluh persen) yang berarti bahwa quorum dicapai pada semua rapat.

Board of Commissioner Meetings

The Board of Commissioners organises annual and quarterly meetings with the Board of Directors (supplemented by incidental meetings if deemed necessary) to facilitate communications between the two parties.

The Corporate Secretary, acting on behalf of the Chairman, sends a notice in relation to the annual joint meeting, which is scheduled at the beginning of each year, to each and every member of the Board of Commissioners and the Board of Directors. The Chairman of the Board of Commissioners, or 2 (two) other Commissioners, gives notice of any additional meetings.

These joint Board meetings are chaired by the Chairman or by a Commissioner chosen by other members during the meeting. A decision-making quorum occurs when more than 50% (fifty percent) of all members of the Board of Commissioners are in attendance or in the case of joint meetings when more than 50% (fifty percent) of the Board of Commissioners and Board of Directors are in attendance. Each Board member has one voting right and is allowed to represent one other member by proxy if so instructed.

The Commissioner chairs the meetings, and one other member, are responsible for recording the minutes of each meeting. In 2012, the average attendance was more than 80% (eighty percent) meaning that the required quorum was achieved at all meetings.

Nama Name	February 10, 2012	April 27, 2012	July 27, 2012	November 2, 2012	December 7, 2012	% Kehadiran % Attendance
John Bellis	✓	✓	✓	✓	-	80%
Jonathan L. Parapak	✓	✓	-	-	✓	60%
William Travis Saucer *	✓	✓	✓	✓	-	80%
Roy Kuan	✓	✓	✓	✓	-	80%
Artapong Porndhiti	✓	✓	✓	✓	-	80%
Rene Mang Wing Ming	✓	✓	✓	✓	✓	100%
Henry Jani Liando	✓	✓	✓	✓	✓	100%

*Mengundurkan diri pada 7 April 2013/Resigned on April 7th, 2013.

Komite-Komite di Bawah Dewan Komisaris

Saat ini Matahari memiliki dua komite di bawah Dewan Komisaris, yaitu: Komite Audit dan Komite Nominasi dan Remunerasi.

Komite Audit

Komite Audit adalah Komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris untuk membantu Dewan Komisaris dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap kinerja Direksi dan Tim Manajemen sesuai dengan prinsip-prinsip GCG. Pembentukan Komite Audit telah memenuhi semua peraturan Bapepam-LK.

a. Dasar Hukum Pembentukan

Perseroan membentuk Komite Audit sebagai bentuk kepatuhan terhadap Peraturan Bapepam-LK No. IX.I.5. Selain itu, pembentukan Komite Audit sesuai dengan keputusan Ketua Bapepam Nomor Kep-29/PM/2004 jo No. Kep-643/BL/2012 tentang Komite Audit dan keputusan Direksi Bursa Efek Jakarta No Kep-305/BEJ/07-2004.

b. Structure and Membership

Komite Audit terdiri dari empat anggota:

Chairman : Jonathan L. Parapak
Member : Rene Mang Wing Ming
Member : Loh Min Jiann
Member : Lim Kwang Tak

Jonathan L. Parapak dan Lim Kwang Tak adalah anggota Komite Audit yang independen. Anggota independen tidak memiliki hubungan keuangan lainnya kepada Perseroan selain remunerasi untuk jasa mereka sebagai anggota Komite Audit dan Dewan Komisaris, juga tidak memiliki hubungan keluarga atau bisnis dengan anggota Dewan Komisaris atau Direksi atau pemegang saham mayoritas. Piagam Komite Audit yang disahkan pada tanggal 21 Desember 2009, menguraikan pendekatan umum dan tugas-tugas khusus Komite Audit.

Pada tahun 2012 terdapat perubahan komposisi Komite Audit berdasarkan keputusan Dewan Komisaris Edaran No. 002/Dekom-MDS/VI/2012 tanggal 9 Juli 2012.

Profil singkat anggota Komite Audit dapat ditemukan pada halaman 300 sampai 301.

Committees under the Board of Commissioners

There are currently two committees under the Board of Commissioners: an Audit Committee and a Nomination and Remuneration Committee.

Audit Committee

The Audit Committee is a Committee formed by the Board of Commissioners to assist them in conducting the duties of overseeing the Board of Directors and the Management Team in accordance with the principles of Good Corporate Governance. The Audit Committee complies with all Bapepam-LK regulations.

a. Legal Basis for Establishment

The Company founded and maintains its Audit Committee in adherence to stipulations in Bapepam-LK Regulation No. IX.I.5. In addition, the Audit Committee complies with regulation No. Kep-29/PM/2004 jo No. Kep-643/BL/2012 stipulated by the Bapepam Chairman, regarding the Audit Committee, and the Jakarta Stock Exchange Regulation No. Kep-305/BEJ/07-2004.

b. Structure and Membership

The Audit Committee consists of four members:

Chairman : Jonathan L. Parapak
Member : Rene Mang Wing Ming
Member : Loh Min Jiann
Member : Lim Kwang Tak

Jonathan L. Parapak and Lim Kwang Tak are independent members of the audit committee. The independent members have no other financial connection to the Company other than remuneration for their Audit Committee and Board of Commissioner services nor do they have family or business ties with members of the Board of Commissioners or Board of Directors or majority shareholder. The Audit Committee Charter, dated December 21, 2009, outlines general approaches and specific duties to be carried out by the Audit Committee.

There were changes to the composition of the Audit Committee based on decision of the Board of Commissioners Circular No. 002/Dekom-MDS/VI/2012 dated July 9, 2012.

Brief biographies of Audit Committee members are to be found on pages 300 to 301.

Struktur Tata Kelola

Corporate Governance Structure

c. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Audit membantu Dewan Komisaris menjalankan tugas pengawasan diantaranya dengan mengkaji hal-hal sebagai berikut:

- Laporan keuangan Perseroan dan informasi keuangan lainnya;
- kepatuhan Perseroan terhadap undang-undang dan peraturan yang berlaku;
- Efektivitas dan aktivitas pengendalian internal; dan
- Kemampuan Perusahaan dalam mengelola risiko dan menangani keluhan pelanggan;

Komite Audit juga memantau kinerja Perseroan secara keseluruhan. Komite Audit secara berkala melaporkan hasil kajiannya kepada Dewan Komisaris.

c. Duties and Responsibilities

The Audit Committee assists the Board of Commissioners by, among other things, reviewing:

- the Company's financial results and other corresponding financial information;
- the Company's compliance with applicable regulations;
- the effectiveness of the Company's internal control and activities; and
- the Company's ability to manage risks and handle customer complaints.

The Audit Committee also monitors the Company's overall performance. The Audit Committee regularly reports its findings to the Board of Commissioners.



Tugas khusus yang dilakukan secara berkala mencakup:

- Mengkaji kinerja auditor eksternal, menilai independensi dan obyektivitas serta kecukupan pemeriksaan eksternal;
- Mengkaji aktivitas manajemen risiko Perseroan;
- Mengkaji sistem pengendalian internal yang kritis;
- Mengkaji area yang memiliki risiko tinggi terhadap penyalahgunaan wewenang atau kecurangan;
- Menilai area yang mempunyai potensi peningkatan efisiensi biaya dan/atau profitabilitas;
- Menilai aspek-aspek operasional, keuangan dan teknologi informasi;
- Mengkaji kepatuhan Perseroan terhadap peraturan pasar modal dan peraturan lainnya;
- Menguji keputusan dan implementasi hasil rapat Direksi.

Untuk melaksanakan tugasnya, Komite Audit memiliki akses penuh ke semua laporan keuangan, temuan auditor internal, dan notulen rapat Direksi. Komite Audit dapat melakukan rapat intensif dengan manajemen, auditor internal dan eksternal.

d. Frekuensi Rapat dan Kehadiran

Sepanjang tahun 2012 Komite Audit telah melakukan empat kali rapat dengan tingkat kehadiran 100%.

Specific tasks that are regularly conducted involve:

- Reviewing the work of the external auditors, assessing their independency and objectivity as well the adequacy of their external examination
- Reviewing the company's risk management activities
- Reviewing critical internal control systems
- Reviewing areas with high risk of abuse of authority or fraud
- Assessing areas to increase cost efficiency and/or profitability
- Assessing operational, financial, and information technology business aspects
- Reviewing the Company's compliance with capital market and other laws
- Examining decisions of and implementation of Board of Directors' meetings

To carry out these tasks, the Audit Committee has full access to all financial reports, Internal Auditor findings, and minutes from Board of Directors meetings. In addition as needed, the Audit Committee conducts intensive discussions with management, as well as with Internal and External Auditors.

d. Meeting Frequency and Attendance

The Audit Committee met four times in 2012 with a 100% attendance rate.

Frekuensi Rapat dan Kehadiran/Meeting Frequency and Attendance

Nama Name	Jumlah Kehadiran Total Attendance	% Kehadiran % Attendance
John Bellis *	2	100
Jonathan L. Parapak *	2	100
Rene Mang Wing Ming	4	100
Loh Min Jiann **	2	100
Lim Kwang Tak **	2	100
Francis Khoo *	2	100
Arjun Gupta *	2	100

*Meletakkan jabatannya sebagai Komite Audit sejak 9 Juli 2012/Resign as Audit Committee since July 9, 2012

**Ditunjuk sebagai Komite Audit pada 9 Juli 2012/Appointed as Audit Committee in July 9, 2012

e. Laporan Komite Audit

Untuk memenuhi ketentuan sebagaimana diatur dalam Surat Edaran Ketua Bapepam No. Kep-29/PM/2004 jo Kep-643/BL/2012 tentang Pembentukan Dan Pedoman Pelaksanaan Kinerja Komite Audit dan Peraturan Bursa Efek Jakarta No. Kep-305/BEJ/07-2004 tentang Ketentuan Umum Pencatatan Efek Bersifat Ekuitas di Bursa, kami selaku Komite Audit Perseroan telah:

1. Melakukan penelaahan atas Laporan Keuangan, Proyeksi Keuangan dan informasi keuangan lainnya untuk periode satu tahun yang berakhir pada 31 Desember 2012.
2. Menelaah independensi dan obyektivitas Akuntan Publik.
3. Melakukan penelaahan atas kecukupan pemeriksaan yang dilakukan oleh Akuntan Publik untuk memastikan bahwa seluruh risiko Perseroan yang substansial telah tercakup serta dipertimbangkan secara memadai (*adequate*), yang meliputi:
 - a. Area di mana sistem pengendalian internal sangat kritis;
 - b. Area yang berpotensi meningkatkan profitabilitas dan efisiensi biaya;
 - c. Area yang mengandung risiko tinggi penyalahgunaan wewenang;
 - d. Area yang rawan penyelewengan; dan
 - e. Aspek operasional, keuangan, dan teknologi informasi.
4. Melakukan penilaian terhadap pemilihan Akuntan Publik yang direkomendasikan oleh Direksi.
5. Melakukan penelaahan atas keefektifan pengendalian internal Perseroan.
6. Menelaah tingkat kepatuhan Perseroan terhadap peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal dan perundangan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan Perseroan.

Dalam melakukan penelaahan di atas, di samping mencermati laporan keuangan, laporan hasil pemeriksaan Audit Internal, kami melakukan pengamatan atas prosedur dan kebijakan akuntansi, pengujian efektivitas pengawasan terpadu dalam kegiatan operasional dan mencermati serta melakukan diskusi secara intensif dengan Manajemen, Auditor Internal dan Eksternal.

e. Audit Committee Report

In compliance with the regulation as stipulated in the Chairman of Bapepam's Regulation No. Kep-29/PM/2004 jo Kep-643/BL/2012 regarding Establishment And Guidelines Implementation of The Audit Committee Performance and the Jakarta Stock Exchange Regulation No. Kep-305/BEJ/07-2004 regarding the General Rules on the Registration of the Equity-like Securities on the Stock Exchange, the Audit Committee has performed the following:

1. Review of the Company's Financial Statements, Financial Projections and other financial information for one year period ending at December 31, 2012.
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 where to increase profitability and cost efficiency;
 - c. Areas where the risk of authority of abuse high prevailing;
 - d. Areas sensitive to misconduct; and
 - e. Operational, financial, and information technology aspects.
4. Evaluation of the appointment of the External Auditor recommended by the Board of Directors.
5. Review of the effectiveness of the Company's internal control.
6. Review of the Company's compliance with the capital market and other laws relevant to its activities.

In the performance of the above-mentioned reviews, as well as the examination of the Company's financial report, the Internal Auditors' finding, 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 External Auditors.



Memenuhi kewajiban pengungkapan hasil penelaahan Komite Audit dalam Laporan Tahunan Perseroan, berikut kami sampaikan bahwa:

- a. Kegiatan usaha Perseroan dijalankan dengan pengendalian internal yang cukup efektif, yang secara terus menerus ditingkatkan kualitasnya, sesuai dengan kebijakan yang digariskan oleh Direksi serta diawasi oleh Dewan Komisaris.
- b. Laporan keuangan yang telah disusun dan disajikan dengan baik memenuhi prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia.
- c. Perseroan telah mematuhi peraturan perundang-undangan pasar modal dan peraturan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan Perseroan.
- d. Pemilihan Akuntan Publik untuk tahun 2012 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 22 Juni 2012.
- e. Tidak ditemukan adanya potensi penyalahgunaan wewenang atau penyelewengan yang memerlukan perhatian serta pertimbangan dari Dewan Komisaris Perseroan.
- f. Tidak ditemukan ketidak-patuhan atas resolusi Pemegang Saham atas jumlah dan pembayaran remunerasi tahunan Dewan Komisaris.

In the fulfillment of its responsibility to disclose its examination results to the Company's Annual Report, the Audit Committee herewith reports that:

- a. The Company's business activities have been conducted under an effective internal control, whose quality has been continually improved in accordance with the policies set by the Board of Directors under the supervision of the Board of Commissioners.
- b. The financial statements have been properly prepared and presented in accordance with generally accepted accounting principles in Indonesia.
- c. The Company has complied with the capital market and other regulations relevant to its activities.
- d. The appointment of the External Auditors for 2012 has been recommended by the Board of Directors on the basis of their competence and independency, and approved by the Board of Commissioners mandated by the shareholders at the General Shareholders' Meeting held on June 22, 2012.
- 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.

Struktur Tata Kelola Corporate Governance Structure

KALENDAR KOMITE AUDIT

AUDIT COMMITTEE CALENDAR

No.	Responsibilities	Full Year 2012	2013				As Required
			Q1	Q2	Q3	Q4	
1	Review and update the Audit Committee Charter and Responsibilities Calendar annually					√	
2	Complete an annual evaluation of the committee's performance		√				
3	Provide a report in the annual report that includes the Committee's review and discussion of matters with management and the Independent Auditor	√					
4	Appoint or replace the Independent Auditor and approve the terms on which the Independent Auditor is engaged for the ensuing fiscal year			√			
5	At least annually, evaluate the Independent Auditor's qualifications, performance, and Independence, including that of the lead partner. The evaluation will include obtaining a written report from the independent auditor describing the firm's internal quality control procedures, any material issues raised by the most recent public company accounting oversight board inspection, internal quality control review, of the firm or by any inquiry or investigation by governmental or professional authorities within the past five years, concerning an independent audit or audits carried out by the firm, and any steps taken to deal with those issues and all relationships between independent auditor and the company			√			
6	Resolve any disagreements between management and the independent auditor about financial reporting	√					
7	Establish and oversee a policy designating permissible services that the independent auditor may perform for the company, providing for preapproval of those services by the Committee subject to the de minimis exceptions permitted under applicable rules, and quarterly review of any services approved by the designated member under the policy and the firm's non audit services and related fees				√		√
8	Review the responsibilities, resources, functions and performance of the company's internal audit department		√				
9	Review and approve the appointment or change in the internal audit executive						√
10	Ensure receipt from the independent auditor of a formal written statement delineating all relationships between the auditor and the company, consistent with applicable requirements of the public company accounting oversight board regarding the independent auditor's communications with the Committee concerning independence, actively engage in a dialogue with the auditor about any disclosed relationships or services that may impact the objectivity and independence of the auditor, and take appropriate action to oversee the independence of the independent auditor				√		√
11	Advise the Board about the Committee's determination whether the Committee consists of three or more members who are financially literate, including at least one member who has financial sophistication and is a financial expert		√				
12	Inquire of management, the internal audit executive, and the independent auditor about significant risks or exposures, review the company's policies for risk assessment and risk management, and assess the steps management has taken to control such risk to the company	√	√	√	√	√	√
13	Review the Finance management, the independent auditor and the internal audit executive the audit scope and plan, and coordination of audit efforts to ensure completeness of coverage, reduction of redundant efforts, the effective use of audit resources, and the use of independent public accountants other than the appointed auditors of the company			√			√
14	Review with finance management, the independent auditor and the internal audit executive:						
	a. The company's annual assessment of the effectiveness of its internal controls and the independent auditor's attestation	√					
	b. The adequacy of the company's internal control, including computerized information system controls and security	√					
	c. Any "material weakness" or "significant deficiency" in the design or operation of internal control over financial reporting, and any steps taken to resolve the issue	√					
	d. Any related significant findings and recommendations of the independent auditor and internal audit together with management's responses	√					√
15	Review with finance management any significant changes to GAAP and/or MDS policies or standards	√	√	√	√	√	
16	Review with the Finance Management and the independent auditor at the completion of the annual audit:						
	a. The company's annual financial statements and related footnotes	√					
	b. Any significant changes required in the independent auditor's audit plan	√					√
	c. Any serious difficulties or disputes with management encountered during the course of the audit, and management's response	√					√
	d. Other matters related to the conduct of the audit, which are to be communicated to the Committee under generally accepted auditing standards	√					√
17	Review with Finance Management and the independent auditor at least annually the company's critical accounting policies and significant judgements and estimates, including any significant changes in the company's selection or application of accounting principles and the effect of regulatory and accounting initiatives on the financial statements of the company					√	√
18	Review policies and procedures with respect to transactions between the company and officers and directors, or affiliates of officers or directors, or transactions that are not a normal part of the company's business, and review and approve those related party transactions					√	√
19	Review with Finance Management, the independent auditor and the internal audit executive:	√	√	√	√	√	
	a. Significant findings by the independent auditor and the internal audit executive						
	b. Any difficulties encountered in the course of the audit work of the independent auditor or internal audit, including any restrictions on the scope of their work or access to required information						

No.	Responsibilities	Full Year 2012	2013 Q1	2013 Q2	2013 Q3	2013 Q4	As Required
	c. Any changes required in planned scope of the audit plans of the independent auditor or internal audit						
20	Participate in a telephonic meeting among finance management, the internal audit executive and the independent auditor before each earnings release to review the earnings release and financial information	√	√	√	√		
21	Review with the independent auditor the following: a. Alternative treatments of financial information within generally accepted accounting principles related to material items that have been discussed with management, ramifications of use of the alternative disclosures and treatments, and the treatment preferred by the independent auditor b. Other material written communications between the independent auditor and management (i.e. schedule unadjusted differences) c. Any correspondence with regulators or governmental agencies, and any published reports that raise material issues, concerning the company's financial statements or accounting policies		√			√	√ √ √
22	Review with the Legal Director for any regulatory matters that may have a material impact on the financial statements, related company compliance policies and programs, and report received from regulators	√	√	√	√	√	
23	Develop, review and oversee procedures for (i) treatment of complaints received by the company regarding accounting, internal accounting controls, and auditing matters and (ii) the confidential, anonymous submission of employee concerns regarding accounting or auditing matters			√			√
24	Meet with the independent auditor in executive session to discuss any matters the Committee or the independent auditor believes should be discussed privately with the Audit Committee	√	√	√	√	√	
25	Meet with the internal audit executive in executive session to discuss any matters the Committee or the internal audit executive believes should be discussed privately with the Audit Committee	√	√	√	√	√	
26	Meet with finance management in executive session to discuss any matters the Committee or finance management believes should be discussed privately with the Audit Committee						√
27	Set clear hiring policies for the company's hiring of employees or former employees of the independent auditor who are engaged in the company's account, and ensure the policies comply with any regulations applicable to the company						√

Komite Nominasi dan Remunerasi

Komite Nominasi dan Remunerasi dibentuk oleh Dewan Komisaris untuk membantu tugas Dewan Komisaris dalam mengawasi pelaksanaan kebijakan nominasi dan remunerasi untuk Direksi, Tim Manajemen dan karyawan Perseroan. Nominasi dan remunerasi untuk Dewan Komisaris diputuskan langsung pada Rapat Umum Pemegang Saham. Kriteria dan aturan untuk pengangkatan anggota Komite Nominasi dan Remunerasi dibahas dan diputuskan pada Rapat Umum Pemegang Saham.

a. Struktur dan Keanggotaan

Komite Nominasi dan Remunerasi terdiri dari 3 (tiga) orang, yaitu:

Ketua : Sigit Prasetya
Anggota : Bunjamin J. Mailool
Anggota : Michael Remsen

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Tugas dan tanggung jawab Komite Nominasi dan Remunerasi adalah sebagai berikut:

- Mengawasi tugas dan tanggung jawab Direksi berkaitan dengan visi dan misi;

Nomination and Remuneration Committee

The Nomination and Remuneration Committee was formed by the Board of Commissioners to assist the Board of Commissioners in supervising the implementation of Nomination and Remuneration policies for the Board of Directors, Board of Management and employees. Remuneration and Nomination for the Board of Commissioners is handled directly at a General Meeting of Shareholders. The criteria and rules for the appointment for members of the Nomination and Remuneration Committee are handled directly at a General Meeting of Shareholders.

a. Structure and Membership

The Nomination and Remuneration Committee consists of 3 (three) members;

Chairman : Sigit Prasetya
Member : Bunjamin J. Mailool
Member : Michael Remsen

b. Duties and Responsibilities

The Nomination and Remuneration Committee is responsible for:

- supervising the duties and responsibilities of the Directors with regard to vision and mission;

Struktur Tata Kelola Corporate Governance Structure

- b. Mengembangkan kebijakan SDM termasuk, namun tidak terbatas pada nominasi, remunerasi, manajemen bakat, retensi, perencanaan suksesi, pelatihan, desain organisasi dan rekrutmen; dan
- c. Mengevaluasi dan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik dalam kaitannya dengan kebijakan SDM dan Kode Etik.

Komite Nominasi dan Remunerasi mempersiapkan kebijakan remunerasi Perseroan untuk Anggota Dewan Komisaris, Direksi dan Tim Manajemen yang diputuskan dan disetujui oleh Rapat Umum Pemegang Saham.

c. Frekuensi Rapat dan Kehadiran

Sepanjang tahun 2012 Komite Nominasi dan Remunerasi mengadakan 3 (tiga) kali rapat dengan tingkat kehadiran anggota 100% (seratus persen).

- b. developing HR policies including, but not limited to nomination, remuneration, talent management, retention, succession planning, training, organisation design and recruitment; and
- c. evaluating and implementing good corporate governance in relation to HR policies and the Code of Conduct.

The Nomination and Remuneration committee prepares the Company's remuneration policy for Commissioners, Directors and Management which is decided upon and approved by Shareholders in general meeting.

c. Meeting Frequency and Attendance

The Nomination and Remuneration Committee met 3 (three) times in 2012 with 100% attendance rate.

Frekuensi Rapat Komite Nominasi dan Remunerasi dan Tingkat Kehadiran/Nomination and Remuneration Committee's Meeting Frequency and Attendance

Nama Name	Jumlah Kehadiran Total Attendance	% Kehadiran % Attendance
Sigit Prasetya	3	100
Bunjamin J Mailool	3	100
Michael Remsen	3	100

PENILAIAN KINERJA ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Penilaian kinerja anggota Dewan Komisaris dan Direksi dilakukan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi berdasarkan kinerja individu.

KEBIJAKAN REMUNERASI ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Besaran remunerasi bagi Dewan Komisaris dan Direksi diformulasikan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi. Perhitungan remunerasi dari Komite dievaluasi oleh Dewan Komisaris dan diajukan untuk disetujui dan ditetapkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan. Jumlah remunerasi didasarkan pada kinerja individu dan pendapatan Perseroan.

THE ASSESSMENT OF MEMBERS OF THE BOARDS OF COMMISSIONERS AND DIRECTORS

The Assessment of Members of the Board of Commissioners and the Board of Directors is conducted by the Nomination and Remuneration Committee based on the individual performance.

REMUNERATION POLICY FOR MEMBERS OF THE BOARDS OF COMMISSIONERS AND DIRECTORS

Determination of the amount of remuneration for the Board of Commissioners and Board of Directors is made by the Nomination and Remuneration Committee. Calculation of remuneration as evaluated by the Nomination and Remuneration Committee is reviewed by the Board of Commissioners, and then set out in the Annual General Meeting of Shareholders. Remuneration amounts are based on individual performance and the Company's results.

Perhitungan remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi untuk tahun 2012 telah disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada tanggal 22 Juni 2012, yang menyatakan bahwa remunerasi Dewan Komisaris didasarkan pada hasil penilaian kinerja, tingkat persaingan industri, dan kapasitas keuangan Perseroan, serta hal-hal lain yang perlu menjadi pertimbangan. Jumlah kolektif remunerasi dibatasi tidak lebih dari 0,2% dari penjualan bersih Perseroan.

Dalam Rapat Umum Pemegang Saham, Dewan Komisaris telah diberikan otoritas untuk merancang, menetapkan dan memberlakukan sistem remunerasi, termasuk honorarium, tunjangan, gaji, bonus dan remunerasi lainnya bagi anggota Dewan Direksi Perseroan. Pada tahun 2012 total remunerasi bagi anggota Dewan Komisaris adalah sebesar Rp3,4 miliar dan untuk anggota Direksi adalah Rp10,1 miliar.

DIREKSI

Sesuai dengan Anggaran Dasar Perseroan, Direksi memimpin, mengelola, dan mewakili Perseroan dalam semua interaksi dengan publik, termasuk di hadapan pengadilan, untuk memfasilitasi pencapaian visi, misi dan target Perusahaan.

Anggota Direksi, Dewan Komisaris dan pemegang saham pengendali tidak ada yang memiliki hubungan keuangan, kepengurusan, kepemilikan saham atau hubungan keluarga.

STRUKTUR DAN KEANGGOTAAN

Direksi terdiri dari enam anggota: 1 (satu) Presiden Direktur, 1 (satu) Wakil Presiden Direktur dan 4 (empat) orang Direktur. Anggota Direksi diangkat dan diberhentikan dalam Rapat Umum Pemegang Saham.

Pada 2012, komposisi keanggotaan Direksi mengalami perubahan karena Saucer Travis William meninggalkan posisi sebagai Direktur untuk bergabung dengan Dewan Komisaris dan pengunduran diri R. Soeparmadi. Sebagai pengganti adalah CEO Michael Remsen dan Andre Rumantir, Direktur Sumber Daya Manusia, sehingga komposisi Direksi adalah sebagai berikut:

Calculation of the remuneration of the Board of Commissioners and Board of Directors for the year 2012 which was approved in the Annual General Meeting of Shareholders on June 22, 2012, holding that Commissioner remuneration is based on performance results, market competitiveness, and the Company's financial capacity, as well as other things that necessary, and limit the collective amount of 0.2% of net sales of the Company.

In the General Meeting of Shareholders, the Board of Commissioners were authorized to design, establish, and enforce the system of remuneration, including honoraria, allowances, salaries, bonuses and other remuneration for the members of the Company's Board of Directors. In 2012 the total remuneration for the members of the Board of Commissioners was Rp3.4 billion and for the members of the Board of Directors was Rp10.1 billion.

BOARD OF DIRECTORS

The Directors are empowered by the Company's Articles of Association to lead, manage, and represent the Company in all interactions with the public, including in courts of law, in order to facilitate the achievement of the Company's vision, mission and targets.

No member of the Board of Directors, Board of Commissioners and the controlling shareholders has any financial, management, shareholding or family relationships.

STRUCTURE AND MEMBERSHIP

The Board of Directors comprises six members: 1 (one) President Director, 1 (one) Vice President Director and 4 (four) Directors. Members of the Board of Directors are appointed and removed at the general meeting by the Shareholders.

In 2012, there were changes in the membership of the Board of Directors with William Travis Saucer leaving to join the Board of Commissioners and the departure of R. Soeparmadi. Joining the Board of Directors was Company CEO Michael Remsen and Andre Rumantir, Director of Human Resources. The current members of the Board of Directors are as follows:

Struktur Tata Kelola Corporate Governance Structure

Posisi	Nama/Name	Position
Presiden Direktur	Bunjamin J Mailool	President Director
Wakil Presiden Direktur/Direktur Tidak Terafiliasi	Michael Remsen	Vice President Director/Non-Affiliated Director
Direktur	Sigit Prasetya	Director
Direktur	Wai Hoong Fock	Director
Direktur	Joo Suk Kim	Director
Direktur	Andre Rumanthir	Director

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB

Direksi bertanggung jawab atas pengelolaan Perusahaan dan mewakili Perusahaan dalam berhubungan dengan pihak eksternal. Fungsi dan peran utama Direksi adalah melakukan koordinasi yang efektif atas semua kegiatan Perusahaan agar mencapai tujuan strategis. Hal ini dicapai melalui rapat rutin Direksi yang membahas dan mencari solusi untuk hal-hal yang membutuhkan perhatian segera di semua unit usaha. Direksi dibantu oleh Tim Manajemen yang merupakan ahli di bidang masing-masing, dalam mengeksekusi rencana-rencana strategis.

DUTIES AND RESPONSIBILITIES

The Board of Directors is responsible for the management of the Company's business and representing the Company to the public. The main role of the Board of Directors is the effective coordination of the Company's activities toward meeting strategic ends. This is achieved through regular meetings to discuss and find solutions for matters that require immediate attention within all business units. The Board of Directors is supported in the execution of strategic plans by members of the Board of Management, who are all experts in their respective fields.

Direksi mengadakan rapat kuartalan yang dipimpin oleh Presiden Direktur, untuk membahas kinerja operasional Perseroan dan hal-hal strategis lainnya. Selain itu, satu atau lebih anggota Direksi dapat mengadakan rapat tambahan atas permintaan. Keputusan rapat yang mengikat terjadi jika lebih dari setengah anggota Direksi menghadiri rapat. Pada 2012, semua pertemuan memenuhi persyaratan kuorum.

The Board of Directors also conducts quarterly meetings, chaired by the President Director, to discuss the Company's operational performance and other strategic matters. In addition, one or more Directors can call additional meetings upon request. A quorum for binding decisions occurs if more than half of the members of the Board of Directors attend the meeting. In 2012, all of the meetings fulfilled the quorum requirements.

Nama Name	February 10, 2012	April 27, 2012	July 27, 2012	November 2, 2012	December 7, 2012	% Kehadiran % Attendance
Bunjamin J. Mailool	√	√	√	√	√	100%
Michael Remsen *	√	√	√	√	√	100%
William Travis Saucer **	√	√	√	√	-	80%
Sigit Prasetya	√	√	√	√	√	100%
Wai Hoong Fock	√	√	-	√	√	80%
Joo Suk Kim	√	-	√	-	√	60%
Andre Rumanthir *	√	√	√	√	-	80%
R. Soeparmadi **	√	√	√	√	√	100%

*Ditunjuk sebagai Dewan Direksi pada 22 Juni 2012/Appointed as Board of Director in June 22, 2012

** Mengundurkan diri pada 7 April 2013/Resigned on April 7th, 2013

TIM MANAJEMEN

Tim Manajemen bertindak untuk dan atas nama Direksi dalam melaksanakan tugas dan kewajiban manajerial tertentu. Tim Manajemen bertanggung jawab untuk mengembangkan dan menerapkan rencana operasional dan strategis Perseroan. Deskripsi tugas dan tanggung jawab Tim Manajemen sejalan dengan Visi, Misi, Nilai-nilai, dan strategis Perseroan, termasuk mendukung pelaksanaan GCG dengan hirarki pengendalian dan wewenang yang jelas.

STRUKTUR DAN KEANGGOTAAN

Tim Manajemen terdiri dari sepuluh anggota: 1 (satu) *Chief Executive Officer*, 1 (satu) *Chief Financial Officer* dan 8 (delapan) direktur (masing-masing bertanggung jawab atas tiap aspek bisnis Perseroan).

BOARD OF MANAGEMENT

The Board of Management act on behalf of and for the Board of Directors in relation to certain managerial tasks and duties. The Board of Management is responsible for developing and implementing the Company's operational and strategic plans. The Board of Management's job descriptions and responsibilities are in accordance with the Company's vision, mission, values, and strategies, as well as supporting the implementation of Good Corporate Governance with clear lines of control and authority.

STRUCTURE AND MEMBERSHIP

The Board of Management comprises ten members: 1 (one) Chief Executive Officer, 1 (one) Chief Financial Officer and 8 (eight) directors (each responsible for different areas of the Company's business).

Posisi/Position	Nama/Name
Chief Executive Officer	Michael Remsen
Chief Financial Officer	Richard Gibson
Operational Director - Logistics	Keith Jones
Operational Director - Store Operations	Sunny Setiawan
Operational Director - Merchandising & Marketing	Christian Kurnia
Operational Director - Store Planning & Development	Irwin Abuthan
Operational Director - Procurement, System & Procedures	Martinus Laihad
Operational Director - Human Resources	Andre Rumantrir
Operational Director - Legal & Corporate Secretary	Miranti Hadisusilo
Operational Director - Audit and Social Affair	R. Soeparmadi*

*Telah mengundurkan diri efektif sejak tanggal 1 Mei 2013/Effectively resigned as of 1 May 2013

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB

Tugas dan tanggung jawab Tim Manajemen adalah sebagai berikut:

1. Menyusun rencana operasional dan strategi pelaksanaannya secara terperinci, sejalan dengan tujuan dan sasaran Perseroan, untuk disetujui oleh Direksi dan Dewan Komisaris.
2. Menyusun rencana keuangan tahunan yang terperinci untuk merefleksikan rencana operasional dan strategis.
3. Mengelola sumber daya manusia dan keuangan untuk melaksanakan rencana yang telah disetujui.
4. Menyediakan informasi secara teratur, terperinci, tepat waktu dan terkini kepada Direksi dan Dewan Komisaris atas kinerja sehubungan dengan pencapaian rencana yang telah disetujui.

DUTIES AND RESPONSIBILITIES

The duties and responsibilities of the Board of Management are to:

1. Develop detailed operational and strategy implementation plans, in line with the Company's goals and objectives, for approval by the Board of Directors and Board of Commissioners.
2. Develop detailed annual financial plans to reflect the operational and strategic plans.
3. Manage the Company's financial and human resources to execute to the agreed plans.
4. Provide regular, detailed and timely updates to the Board of Directors and Board of Commissioners on the performance related to achieving agreed plans.

Struktur Tata Kelola

Corporate Governance Structure

5. Mengadakan dan mencatat risalah Rapat Umum Pemegang Saham.
 6. Menindaklanjuti temuan audit dan rekomendasi dari Komite Audit, Auditor Eksternal, serta lembaga berwenang lainnya.
 7. Memastikan penerapan prinsip-prinsip GCG dalam setiap kegiatan operasional Matahari di seluruh struktur organisasi.
 8. Menyampaikan kebijakan-kebijakan strategis Perseroan mengenai ketenagakerjaan kepada karyawan di semua tingkatan melalui media yang mudah diakses oleh karyawan.
 9. Menjaga integritas dalam seluruh pelaporan dan implementasi tugas dan tanggung jawab lainnya kepada pemegang saham.
 10. Memperhatikan kepentingan pemegang saham sesuai dengan nilai-nilai etika serta hukum dan peraturan yang berlaku.
5. Take and hold minutes of the General Meeting of Shareholders.
 6. Follow up on any audit findings and recommendation from the Audit Committee, External Auditors, and other authorities.
 7. Ensure the implementation of GCG principles in each of Matahari's operations across the organizational structure.
 8. Communicate Matahari's strategic human resource policies to employees at all levels with the use of media that is easily accessed by employees.
 9. Maintain integrity in all reporting and other implementation of duties and responsibilities to shareholders.
 10. Attend to shareholders' interests in accordance with ethical values and existing laws and regulations.



BOARD OF MANAGEMENT MEETING ATTENDANCE**BOARD OF MANAGEMENT MEETING ATTENDANCE**

Nama Name	Jumlah Kehadiran Total Attendance	% Kehadiran % Attendance
Michael Remsen	49	100
Richard Gibson	48	98
Keith Jones	47	96
Sunny Setiawan	47	96
Christian Kurnia	47	96
Irwin Abuthan	47	96
MArtinus Laihad	49	100
Andre Rumanir	47	96
Miranti Hadisusilo	47	96
R. Soeparmadi*	46	96

*Telah mengundurkan diri efektif sejak tanggal 1 Mei 2013/Effectively resigned as of 1 May 2013

KOMITE-KOMITE DI BAWAH DIREKSI

Perseroan memiliki 3 (tiga) komite di bawah Direksi, yaitu Komite Real Estate, Komite Marketing dan Komite Manajemen Risiko.

COMMITTEES UNDER THE BOARD OF DIRECTORS

The Company has 3 (three) additional committees: the Real Estate Committee, the Marketing Committee and the Risk Management Committee.

KOMITE REAL ESTATE

Komite Real Estate membantu Direksi dalam memantau proyek-proyek pengembangan utama Perseroan dan menilai lokasi-lokasi potensial untuk membuka gerai baru.

REAL ESTATE COMMITTEE

The Real Estate Committee assists the Board of Directors in monitoring the Company's major development projects and assessing potential locations for new stores.

a. Struktur dan Keanggotaan

Komite Real Estate terdiri dari 5 (lima) orang anggota. Keanggotaan pada tahun 2012 adalah:

Ketua : Michael Remsen
 Anggota : Richard Gibson
 Anggota : Sunny Setiawan
 Anggota : Irwin Abuthan
 Anggota : Martinus Laihad

a. Structure and Membership

The Real Estate Committee consists of 5 (five) members. The membership in 2012 was:

Chairman : Michael Remsen
 Member : Richard Gibson
 Member : Sunny Setiawan
 Member : Irwin Abuthan
 Member : Martinus Laihad

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Real Estate bertanggung jawab untuk:

- Mengawasi pelaksanaan rencana perluasan gerai-gerai Perseroan;
- mengevaluasi dan memberi persetujuan atas usulan lokasi gerai baru sesuai dengan tujuan investasi internal Perseroan;
- memantau kemajuan proyek pengembangan gerai yang sedang berlangsung sesuai dengan waktu dan anggaran yang telah ditentukan; dan

b. Duties and Responsibilities

The Real Estate Committee is responsible for:

- supervising the implementation of the Company's real estate expansion plans;
- evaluating and approving new store locations in accordance with the Company's internal investment goals;
- monitoring the progress of all on-going property development projects in accordance with the predetermined timeline and budget; and

Struktur Tata Kelola Corporate Governance Structure

- d. Mengevaluasi dan memberikan umpan balik atas program pengembangan Perseroan mulai dari tahap perencanaan dan pelaksanaan, untuk penilaian kinerja secara berkelanjutan.
- d. evaluating and providing feedback on the Company's expansion programme from planning and implementation, to on-going performance assessments.

Nama Name	Jumlah Kehadiran Total Attendance	% Kehadiran % Attendance
Michael Remsen	45	100
Richard Gibson	45	100
Sunny Setiawan	45	100
Irwin Abuthan	45	100

KOMITE MARKETING

Komite Marketing bertugas mengawasi program pemasaran Perseroan. Peran Komite Marketing adalah menyusun dan melaksanakan program-program komunikasi dan pemasaran untuk Perseroan.

a. Struktur dan Keanggotaan

Komite Pemasaran terdiri dari 8 (delapan) orang. Keanggotaan pada tahun 2012 adalah sebagai berikut:

Chairman	: Michael Remsen
Member	: Christian Kurnia
Member	: Sunny Setiawan
Member	: Diah Minarni
Member	: Tanty Muliawan
Member	: Dharsana Sulistijo
Member	: Tjhai A Eng
Member	: Richard Edgar

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Marketing bertanggung jawab untuk mempublikasikan produk Perseroan melalui promosi dan kampanye publik serta mengembangkan citra perusahaan, *private label brands* dan merek produk lainnya.

MARKETING COMMITTEE

The Marketing Committee oversees the Company's marketing programmes. The Marketing Committee's role is developing and implementing communications and marketing programs for the Company.

a. Structure and Membership

The Marketing Committee consists of 8 (eight) members. The membership in 2012 was:

Chairman	: Michael Remsen
Member	: Christian Kurnia
Member	: Sunny Setiawan
Member	: Diah Minarni
Member	: Tanty Muliawan
Member	: Dharsana Sulistijo
Member	: Tjhai A Eng
Member	: Richard Edgar

b. Duties and Responsibilities

It is responsible for publicizing the Company's products via promotions and public campaigns and developing the Company's image, private label brands and other trademarks.

Nama Name	Jumlah Kehadiran Total Attendance	% Kehadiran % Attendance
Michael Remsen	45	100
Christian Kurnia	45	100
Sunny Setiawan	45	100
Diah Minarni	45	100
Tanty Muliawan	45	100
Dharsana Sulistijo	45	100
Tjhai A Eng	45	100

Komite Manajemen Risiko

Komite Manajemen Risiko adalah komite yang dibentuk Direksi untuk membantu Direksi dalam membentuk, melaksanakan dan mengelola kebijakan manajemen risiko Perseroan secara menyeluruh.

a. Struktur dan Keanggotaan

Komite Manajemen Risiko terdiri dari 5 (lima) orang anggota. Keanggotaan pada tahun 2012 adalah:

Ketua	: Michael Remsen
Anggota	: Richard Gibson
Anggota	: Andre Rumanthir
Anggota	: Maju Tarigan
Anggota	: Sunny Setiawan

b. Tugas dan Tanggung Jawab

Tugas dan tanggung jawab utama Komite Manajemen Risiko meliputi:

- Membentuk dan mengelola program-program sistem pengamanan, asuransi, pemulihan bencana dan pencegahan kerugian;
- Memastikan kepatuhan Perseroan atas prosedur operasi standar dan pengendalian; dan
- Menindaklanjuti laporan yang diterima melalui sistem *whistle-blower*.

Risk Management Committee

The Risk Management Committee is a committee formed by the Board to assist them in developing, implementing and managing Company-wide risk management policies.

a. Structure and Membership

The Risk Management Committee consists of 5 (five) members. The membership in 2012 was:

Chairman	: Michael Remsen
Member	: Richard Gibson
Member	: Andre Rumanthir
Member	: Maju Tarigan
Member	: Sunny Setiawan

b. Duties and Responsibilities

The Risk Management Committee primary responsibilities include:

- developing and managing security, insurance, disaster recovery and loss prevention programmes;
- ensuring Company-wide compliance with standard operating procedures and controls; and
- investigating reports received through the whistle-blower system

Nama Name	Jumlah Kehadiran Total Attendance	% Kehadiran % Attendance
Michael Remsen	25	100
Richard Gibson	25	100
Andre Rumanthir	25	100
Maju Tarigan	25	100

Audit Eksternal

Pemilihan auditor eksternal Perseroan diputuskan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) berdasarkan rekomendasi Komite Audit. Sesuai keputusan RUPST pada tanggal 22 Juni 2012, Perseroan menunjuk Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana & Rekan, anggota jaringan global PwC, dengan akuntan Ade Setiawan Eliman, CPA sebagai auditor independen untuk mengaudit laporan keuangan Matahari untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2012.

External Audit

The Company's external auditor is chosen at an Annual General Meeting of Shareholders based on the Audit Committee's recommendation. Based on the decision at the Annual General Meeting of Shareholders on June 22, 2012, the Company appointed the Public Accounting Firm of Tanudiredja, Wibisana & Rekan, a member firm of PWC global network, with Ade Setiawan Eliman, CPA as the accountant, as independent auditor to audit Matahari's Financial Statements Report for the year ending December 31, 2012.

Struktur Tata Kelola

Corporate Governance Structure

Kantor Akuntan Publik dan akuntan tersebut telah mengaudit laporan keuangan Perseroan selama 3 tahun berturut-turut.

Profesi Penunjang Pasar Modal

Matahari menggunakan jasa profesional dari institusi profesional penunjang perusahaan untuk mendukung usahanya, termasuk akuntan independen, penilai independen dan aktuaris, dengan jumlah pembayaran keseluruhan sebesar Rp4.785 miliar di tahun 2012.

Sekretaris Perusahaan

Perseroan telah memiliki Sekretaris Perusahaan yang berfungsi sebagai staf penghubung dan perantara Perseroan dalam hubungannya dengan otoritas pasar modal, investor, dan masyarakat umum disamping juga berperan untuk menjaga efektivitas kepatuhan Perseroan terhadap prinsip-prinsip GCG.

Sekretaris Perusahaan saat ini adalah Miranti Hadisusilo, yang telah menjabat posisi ini selama hampir 3 tahun. Sekretaris Perusahaan diangkat berdasarkan keputusan Direktur PT Matahari Department Store Tbk No. 103/MDS/X/2010 tentang Pengangkatan Sekretaris Perusahaan, tanggal 15 Oktober 2010. Profil singkat Sekretaris Perusahaan disajikan pada halaman 299.

Tugas dan Tanggung Jawab

Sekretaris Perusahaan melaksanakan tugas-tugas berikut:

- Mengikuti perkembangan pasar modal, khususnya mengenai hukum dan peraturan yang berlaku;
- Memberi saran kepada Direksi mengenai kepatuhan pada ketentuan Undang-Undang Nomor 8/1995 tentang Pasar Modal dan peraturan pelaksanaannya;
- Bertindak sebagai perantara Perseroan dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan masyarakat umum untuk mengungkapkan informasi yang relevan mengenai kinerja dan kegiatan operasional Perseroan sesuai prinsip keterbukaan sebagai perusahaan publik;

The appointed Public Accounting Firm has audited the Company's Financial Statements for 3 years in a row with the accountant for 3 years in a row.

Capital Market Supporting

Matahari used professional services from corporate supporting professional institutions to support its businessess, including independent auditor, appraiser, and actuary, with total fees amountings to Rp4,785 billion in 2012.

Corporate Secretary

The Company has a Corporate Secretary who liaises with capital market authorities, investors, and the public and ensures that the Company adheres to principles of good corporate governance.

The current Corporate Secretary is Miranti Hadisusilo, who has been in this position for almost 3 years. The decision to appoint the Corporate Secretary is made based on the decision of Director of PT. Matahari Department Store Tbk. 103/MDS/X/2010 on the appointment of the company secretary, dated October 15, 2010. A brief biography of the Corporate Secretary can be found on page 299.

Duties and Responsibilities

The Corporate Secretary is responsible for, among other things:

- staying abreast of capital market developments, in particular changes to statutory laws and regulations;
- advising the Board of Directors on compliance with the provision of Law No. 8/1995 concerning the Capital Market and its implementation regulations;
- acting as the intermediary between the Company, OJK, and the public to disclose information relevant to the Company's status as a public company (for instance information on the Company's performance and operating activities);

- d. Memfasilitasi dan mendokumentasikan risalah dari seluruh Rapat Umum Pemegang Saham dan rapat Dewan;
- e. Mematuhi kewajiban pelaporan sebagai perusahaan publik kepada otoritas terkait, seperti laporan triwulan, laporan manajemen dan laporan tahunan.

Program dan Implementasi

Sepanjang tahun 2012, Sekretaris Perusahaan melaksanakan fungsi-fungsinya sebagai berikut:

1. Perantara Matahari dengan otoritas pasar modal, investor dan masyarakat umum, melakukan segala persiapan dan penyebaran informasi material bagi masyarakat dan pemegang saham.
2. Menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan eksternal melalui keterbukaan informasi mengenai kinerja Matahari baik operasional maupun hal-hal lain secara tepat waktu.
3. Meringkas, mencatat dan mendokumentasikan risalah rapat Dewan Komisaris, Direksi, dan Tim Manajemen.
4. Mengkoordinasikan Rapat Umum Pemegang Saham.
5. Menyerahkan 52 laporan wajib sebagai perusahaan publik kepada pihak yang berwenang: termasuk Laporan Kuartalan, Laporan Manajemen, dan Laporan Tahunan.
6. Mengkoordinasi pencairan dana untuk kegiatan-kegiatan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).

- d. facilitating and documenting minutes from all shareholder and board meetings; and
- e. submitting mandatory reports as a public company to relevant authorities, such as quarterly reports, management reports and annual reports.

Programs and Implementation

Throughout 2012, the Corporate Secretary fulfill numerous requirements including:

1. Liaised between Matahari and capital market authorities, investors and the general public, taking responsibility for the preparation and dissemination of material information.
2. Maintained good relationships with external stakeholders and insured timely disclosure of information on Matahari performance, operations and other issues.
3. Facilitated the taking and documenting of minutes of BOC, BOD, and BOM meetings.
4. Coordinated the General Meeting of Shareholders.
5. Submitted 52 mandatory reports as a public company to the relevant authorities: including Quarterly Reports, Management reports, and an Annual Report.
6. Coordinated funds disbursement for Corporate Social Responsibility activities.

Sistem Pengawasan dan Pengendalian Internal

Internal Monitoring and Control Systems

BUDAYA PERUSAHAAN

Matahari didedikasikan untuk menciptakan pengalaman belanja yang bermanfaat bagi pelanggan dan untuk mewujudkan hal tersebut Perseroan terus berupaya menciptakan lingkungan kerja yang kreatif, dinamis dan bersahabat. Selain memiliki Kode Etik, Perseroan menjaga hubungan yang erat dengan karyawan, baik melalui pemberian pelatihan-pelatihan yang dapat mendorong peningkatan karir maupun melalui Tiga Pilar pendukung karyawan.

Tiga Pilar tersebut adalah asosiasi karyawan Matahari yang disebut IKM (Ikatan Karyawan Matahari), Forum Bipartit (EMC) dan Koperasi Karyawan di setiap gerai. Melalui dukungan dan interaksi dengan organisasi internal tersebut, Matahari dapat memberikan layanan pelanggan yang berkelas, lini produk *fashion* yang tepat dan pengendalian operasional yang kuat.

ETIKA KORPORASI

Matahari menerapkan sistem pengendalian internal untuk melindungi kepentingan seluruh pemangku kepentingan. Merupakan tanggung jawab utama Direksi untuk memastikan bahwa sistem pengendalian internal telah berfungsi dengan baik. Seluruh departemen internal kontrol dan tim serta seluruh karyawan berpedoman pada Kode Etik Perusahaan dalam merumuskan setiap kebijakan dan berperilaku yang pantas.

PEDOMAN PERILAKU DAN ETIKA BISNIS (“KODE ETIK”)

Perusahaan berusaha menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (termasuk transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, kewajaran dan kesetaraan) melalui Kode Etik. Kode Etik menjabarkan nilai-nilai inti Perseroan dan memberi panduan bagi Tim Manajemen, Direksi, Dewan Komisaris dan seluruh karyawan lainnya dalam menjalankan tanggung jawab sehari-hari termasuk interaksi mereka dengan sesama karyawan, pemegang saham, pemasok, dan regulator. Kode Etik mendorong karyawan untuk:

CORPORATE CULTURE

Matahari is dedicated to creating a rewarding shopping experience for customers and to do this the Company is dedicated to creating a creative, dynamic and caring place of work. In addition to possessing a Code of Conduct, the Company maintains close relationships with employees in part by supporting training that leads to internal promotions and in part through a Three Pillar support of employees.

These Three Pillars are the IKM, Matahari Employees Association (Ikatan Karyawan Matahari), Bi-Partite Forums (EMC), and Employee Cooperatives in each store. Through support of and interaction with these three bodies, Matahari Department Stores is able to provide premium customer service, fashion-right product lines and strong operational control.

CORPORATE ETHICS

Matahari Department Stores applies a range of internal control systems in order to protect the interests of all stakeholders. It is the ultimate responsibility of the Board of Directors to ensure that internal control systems are functioning well. All internal control departments and teams, and all employees, take direction from the Company’s Code of Conduct in formulating policy and choosing appropriate behaviour.

CODE OF CONDUCT AND BUSINESS ETHICS (THE “CODE OF CONDUCT”)

The Company seeks to comply with principles of good corporate governance (including transparency, accountability, responsibility, independence, fairness and equality) via its Code of Conduct. The Code of Conduct outlines the Company’s core values and seeks to guide the Board of Management, Board of Directors, Board of Commissioners and all other employees in the execution of their daily responsibilities including their interactions with other employees, shareholders, suppliers, and regulatory officials. The Code of Conduct encourages staff to:

- a. Meningkatkan akuntabilitas, transparansi, dan kepatuhan terhadap undang-undang dan peraturan yang berlaku;
- b. Melaksanakan seluruh pekerjaan dengan tingkat profesionalisme dan integritas tertinggi;
- c. Menjaga perilaku untuk tidak menerima pemberian hadiah, suap dan komisi sehubungan dengan tugas dan jabatan dan wewenangnya;
- d. Menghindari kegiatan yang dapat menimbulkan konflik kepentingan dengan tugasnya, dan
- e. Melindungi informasi rahasia Perusahaan, baik selama masih ataupun tidak lagi menjadi karyawan Perseroan.

Kode Etik dan ketentuan-ketentuannya secara teratur disosialisasikan ke seluruh karyawan maupun calon karyawan dan senantiasa disempurnakan agar dapat memenuhi tujuan akhir dari Kode Etik tersebut, yaitu untuk:

- 1. Mengintegrasikan nilai-nilai Matahari ke dalam perilaku karyawan dan praktik-praktik bisnis yang beretika agar sejalan dengan visi dan misi Perusahaan.
- 2. Memberi gambaran yang jelas mengenai nilai-nilai Matahari dan perilaku yang dapat diterima yang harus dipatuhi oleh seluruh karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka sehari-hari.
- 3. Memberikan pedoman dasar bagi semua tingkatan di Perseroan yang harus diterapkan selama berinteraksi antar atasan - karyawan, rekan kerja, pemegang saham, pemasok, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya.

- a. Improve accountability, transparency, and compliance with existing laws and regulations;
- b. Implement tasks with the highest degree of professionalism and integrity;
- c. Avoid inappropriate corporate gifts, bribery and kick backs;
- d. Avoid activities which may give rise to a conflict of interest with work; and
- e. Protect the Company's confidential information, both during and after employment.

This Code and its provisions are regularly socialized amongst existing and new employees by signing the Code of Conduct for at least every two years. The Code is also periodically reviewed and updated in order to meet the intended ends of the Code, which are to:

- 1. Integrate Company's values into employees' ethical business practices in line with Company vision and mission.
- 2. Describe clearly Company's values and acceptable conduct to be followed by all employees in carrying out their every day duties and responsibilities.
- 3. Provide basic guidelines for all levels in the Company to be implemented during the interaction between employers and employees, shareholders, suppliers, Government, and other stakeholders.

Manajemen Risiko

Risk Management

Pengelolaan manajemen risiko di Matahari melibatkan Direksi, manajemen, Komite Manajemen Risiko, dan personil manajemen kunci lainnya. Pengelolaan risiko dilakukan secara proaktif dan efektif di seluruh area yang mendapat perhatian dan memiliki profil risiko usaha, di bidang operasional, keuangan dan reputasi untuk tujuan meningkatkan profitabilitas dan mendorong keberlanjutan pertumbuhan.

Selaras dengan tujuan tersebut, misi Manajemen Risiko adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi risiko, mengalihkan atau berbagi risiko dengan para pemangku kepentingan lainnya dan/atau mitra usaha, memantau, mengendalikan dan melaporkan kepatuhan dalam memitigasi risiko.

Matahari manages its risk from the Board of Directors, Board of Management, the Risk Management Committee, and other key management positions. In proactively and effectively managing risk throughout the Company's exposure areas and business risk profiles for Operations, Financial and Reputation in order to increase profitability and encourage sustainability.

In conjunction to those objectives, Risk Management has mission for analyzing and identifying risk, sharing with stakeholders and/or business partner, monitoring, controlling and reporting the compliance in appropriate manner.



Kegiatan operasional Perseroan mengandung risiko yang umum untuk setiap kegiatan usaha seperti keselamatan kerja, dampak lingkungan serta situasi ekonomi dan politik. Disamping itu, Perseroan juga menghadapi risiko-risiko spesifik yang bisa terjadi pada bisnis ritel modern.

Perusahaan telah membentuk Enterprise Risk Management Framework sebagai panduan untuk memformulasikan pendekatan risiko yang terdiri dari tujuan, strategi manajemen risiko, tata kelola atau organisasi, pendekatan metodologi dan proses pemantauan dan pelaporan. Piagam Komite Manajemen Risiko juga telah disusun untuk memperkuat sistem pengawasan dan pengendalian proses manajemen risiko.

Kampanye *risk awareness* dilakukan melalui Newsletter yang disediakan dan dibagikan kepada pelaku proses bisnis (pimpinan divisi dan departemen) untuk mensosialisasikan, membagi, menginformasikan risiko signifikan kemudian memberikan saran mitigasi yang tepat. Pelatihan dan komunikasi intensif diberikan bagi tim store operation dan divisi lainnya di kantor pusat agar senantiasa mematuhi prosedur, kebijakan dan peraturan pemerintah.

Pada pertengahan tahun 2012, Perseroan meluncurkan Proyek Pengelolaan Risiko di seluruh organisasi dengan metodologi Risk Control Self Assessment. Hasilnya, Perseroan memperoleh beberapa aspek risiko penting yang teridentifikasi secara komprehensif dan mengendalikannya mulai dari masing-masing proses bisnis untuk menentukan seberapa besar dampaknya terhadap aspek-aspek keuangan, citra dan reputasi perusahaan, karyawan, kegiatan operasional dan peraturan.

Perseroan mengambil langkah-langkah aktif untuk mengatasi risiko di sejumlah wilayah krusial melalui kerangka kerja komprehensif mencakup 1) identifikasi risiko, termasuk kesadaran, pengukuran, pemantauan dan pengendalian, 2) infrastruktur pengelolaan risiko, termasuk struktur organisasi, sistem tata kelola, pengumpulan data, metode analisis, kebijakan dan prosedur serta pelaporan, dan 3) budaya perusahaan, termasuk pelatihan, pengukuran kinerja, pengembangan nilai, dan penghargaan.

The Company's business operations contain risks common to every business such as job safety, environmental impacts, and the economic and political climate. In addition, the Company follows and addresses risks specific to modern retail businesses.

Company has established an Enterprise Risk Management Framework to formulize the approach which consists of the objective, risk management strategy, the governance or organization, methodology approach and monitoring & reporting processes. Risk Management Committee Charter also has being established to strength the monitoring and controlling of risk management processes.

A risk awareness campaign through Newsletter is provided and shared to business process owners (divisions and departments) to socialize, share and inform significant risks then advice for the mitigating controls to be in place accordingly. Training and communication are intensively performed to store operation teams and other divisions at head office that adhere to Company's procedures, policy and government regulations.

In mid 2012, the Company rolled out the Managing Risk Project across the organization with Risk Control Self Assessment methodology. As result, the Company obtains comprehensive identified key risks and controls from each business process to define the likelihood, severity or impact related to Financial, Image & Reputation, Employee, Operational and Regulatory aspects.

The Company takes active steps to address risk in a number of key areas through a comprehensive framework. Within this framework are 1) risk identification, including awareness, measurement, monitoring and control; 2) risk management infrastructure, including organizational structure, governance systems, data collection, analysis methods, policies and procedures and reporting; and 3) corporate culture, including training, performance measurements, value development, and rewards.

Sistem Pengawasan dan Pengendalian Internal Internal Monitoring and Control Systems

Komite Manajemen Risiko bertugas mengembangkan, melaksanakan dan mengelola strategi untuk meminimalisasi risiko usaha. Walaupun tanggung jawab implementasi manajemen risiko berada pada Direksi. Penilaian atas identifikasi risiko dan upaya mitigasi dilakukan oleh Manajemen Risiko, Internal Audit, Komite Audit dan auditor eksternal yang melakukan penilaian parameter-parameter risiko dengan cakupan area yang luas; fokus pada sistem yang krusial, area yang mempunyai pengaruh atas biaya operasional dan/atau profitabilitas, tindakan kecurangan atau penyalahgunaan wewenang, serta bagian-bagian operasional, keuangan dan TI.

Sebagai perusahaan yang bergerak di sektor ritel, Matahari memiliki risiko yang terkait dengan industri serta risiko bisnis pada umumnya, sebagaimana entitas usaha yang beroperasi di Indonesia. Berikut ini dijabarkan risiko-risiko utama yang dihadapi Perseroan.

Sanksi Administratif

Perusahaan mengalami keterlambatan dalam penerbitan Laporan Tahunan 2011. Meskipun demikian, laporan keuangan yang diaudit telah dikeluarkan tepat waktu dan dibahas di dalam RUPST Mei 2011. Untuk mencegah risiko kepatuhan ini berdampak lebih lanjut, surat pemberitahuan keterlambatan dan penjelasan alasannya segera dikirimkan ke Bapepam-LK dan BEI, termasuk pemberitahuan mengenai keterlambatan kepada masyarakat. Perseroan menyetorkan sanksi administrasi sebesar Rp50 juta, dan menyerahkan Laporan Tahunan 2011 dalam waktu sepuluh hari setelah RUPS.

AUDIT INTERNAL

Perseroan memiliki Unit Audit Internal (IAU) yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden Direktur. Unit Audit Internal dibentuk untuk membantu Perseroan dalam pengelolaan risiko dan mengoptimalkan penerapan tata kelola perusahaan yang baik. Kegiatan audit dilakukan secara teratur di seluruh organisasi, dengan fokus pada aspek dan elemen yang memiliki tingkat risiko tinggi yang dapat mempengaruhi kepentingan Perseroan dan pemangku kepentingan. Unit Audit Internal memiliki Piagam Audit Internal sebagai panduan dalam melaksanakan kegiatannya.

While risk management is the ultimate responsibility of the Board of Directors, the Risk Management Committee is tasked with developing, implementing and managing strategies to minimise business risk. Assessment of risk identification and mitigation efforts is carried out by Risk Management, Internal Audit, the Audit Committee and external auditors. These groups assess risk parameters in a wide range of areas, focusing on critical systems, areas affecting costing and/or profitability, areas of fraud or abuse of authority, and Company-wide operational, financial and IT systems.

Matahari, as a company engaged in the retail sector, has risks associated with that industry as well as risks associated with businesses in general and with businesses operating in Indonesia. In developing risk management efforts, the Company assesses risks in the following key areas.

Administrative Sanctions

The Company experienced a delay in publishing its Annual Report 2011 before the required time, though the audited financial were released in time and in time for the AGMS held in May 2011. To prevent this compliance risk from escalating, numerous letters warning of the delay and explaining the reasons for the delay were sent to both Bapepam-LK and ISX in a timely manner, as well as public notice of the delay. The Company remitted an administrative penalty of Rp50 million, and submitted and sent out the 2011 Annual Report an unfortunate 10 days following the AGMS.

INTERNAL AUDIT

The Company has an Internal Audit Unit (IAU) which reports directly to the President Director. The Internal Audit Unit was created to assist the Company with risk management and optimise the Company's practice of good corporate governance. Audits are regularly performed across the organization, focusing on aspects and elements that have high risk levels and which could adversely affect the interests of the Company and stakeholders. The Internal Audit Unit follows the Internal Audit Charter in carrying out its agenda.



Piagam Audit Internal

Piagam Internal Audit disusun berdasarkan Keputusan Ketua Bapepam-LK No.KEP-496/BL/2008 tanggal 28 Nopember 2008 tentang Pembentukan dan Pedoman Piagam Audit Internal. Piagam Internal Audit, yang telah diperbaharui pada 21 Desember 2009 merupakan bentuk komitmen Perseroan untuk menjalankan nilai tata kelola internal yang kuat. Piagam Internal Audit menjelaskan struktur dan posisi Unit Audit Internal, kualifikasi, tugas dan tanggung Jawab, wewenang, prosedur pengangkatan, penggantian, pemberhentian, rencana audit, pedoman pelaporan, independensi dan obyektivitas auditor internal.

Struktur Audit Internal

Ketua Unit Audit Internal saat ini dijabat oleh Freddy Sanusi, yang telah memegang posisi tersebut sejak tanggal 28 Desember 2012. Ketua Audit Internal dan tim auditor internal merupakan pihak independen yang tidak memiliki hubungan kerja di seluruh unit usaha Perseroan. Dalam melaksanakan tugas, Kepala Unit Internal Audit membawahi tujuh auditor internal. Profil singkat Freddy Sanusi disajikan pada halaman 301. Ketua Audit Internal diangkat oleh Presiden Direktur melalui Surat Keputusan Penunjukan Ketua Unit Audit Internal yang disetujui oleh Dewan Komisaris.

Internal Audit Charter

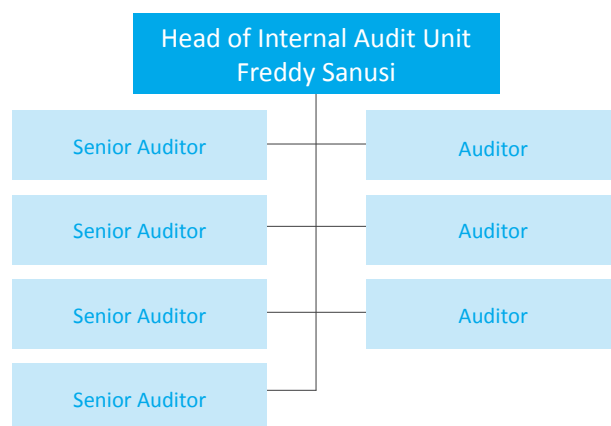
Last updated on December 21, 2009, the Internal Audit Charter was instituted both in accordance with the Decision of the Chairman of Bapepam-LK No.KEP-496/BL/2008 dated November 28, 2008 regarding the Establishment and Guidelines for Internal Audit Charter and in recognition of the value of strong internal governance. The Audit Charter sets out the Structure and Position of the Internal Audit Unit, Qualifications, Duties and Responsibilities, Authorities, Appointment, Replacement, Termination, Plans, Guidelines and Reporting, and Independency and Objectivity for Internal Auditor.

Structure of Internal Audit

Head of the Internal Audit Unit is Freddy Sanusi, who has held the position since December 28, 2012. The Internal Audit Head and IA team are independent in the sense that (independent from all business unit). In carrying out duties, the Head of the Internal Audit Unit supervises a team of 7 (seven) corporate auditors. A brief profile of Freddy Sanusi can be found on page 301. The Internal Audit Head is chosen and can be removed by the President Director through The Circular of The Appointment of The Internal Audit Unit Head which is approved by the Board of Commissioners.

Sistem Pengawasan dan Pengendalian Internal

Internal Monitoring and Control Systems



Tugas dan Tanggung Jawab

Tanggung jawab utama Unit Audit Internal meliputi:

- Mempersiapkan dan melaksanakan rencana audit tahunan;
- Mengevaluasi pelaksanaan sistem pengendalian internal dan manajemen risiko, merekomendasikan aspek-aspek perbaikan dan memantau efektivitas tindak lanjut yang relevan;
- Mengevaluasi efisiensi dan efektivitas kinerja Perseroan di bidang keuangan, akuntansi, operasional, sumber daya manusia, pemasaran dan teknologi informasi;
- Merancang program untuk kegiatan *quality assessment*;
- Melakukan audit khusus yang diperlukan;
- Mempersiapkan laporan hasil audit dan menyerahkan kepada Presiden Direktur dan Dewan Komisaris melalui Komite Audit;
- Memberikan rekomendasi perbaikan dan memberikan informasi yang obyektif tentang kegiatan yang diperiksa pada semua tingkat manajemen;
- Memantau, menganalisis, dan melaporkan pelaksanaan tindak lanjut perbaikan yang telah direkomendasikan;
- Bekerja sama dengan Komite Audit;
- Merancang program untuk kegiatan *quality assessment* yang dilakukan oleh Internal Audit;

Duties and Responsibilities

The Internal Audit Unit key responsibilities include:

- preparing and implementing the Annual Internal Audit Plan;
- evaluating the implementation of the internal control and risk management system, recommending areas for improvement and monitoring the effectiveness of relevant follow-up action;
- evaluating the efficiency and effectiveness of the Company's performance in areas including finance, accounting, operation, human resources, marketing and information technology;
- designing programmes for quality assessment activities;
- conducting special audits as required; and
- preparing reports on audit findings for the President Director, the Board of Commissioners and the Audit Committee.
- Give recommendations for improvement and provide objective information about the activities under review at all management levels;
- Monitor, analyze, and report the execution of follow-ups on recommended improvements;
- To cooperate with the Audit Committee;
- To design programs for quality assessment activities conducted by the Internal Audit;

Internal Control Systems

Unit Audit Internal melakukan kegiatan audit berdasarkan *check list* yang diperoleh dari SOP dan referensi yang disampaikan oleh Tim Manajemen yang telah disetujui oleh manajemen. *Check list* mencakup 4 bidang, yaitu: *Cash Management*, *Inventory Management*, Promosi di dalam gerai dan operasional gerai, dengan bobot sebagai berikut:

1. <i>Cash Management</i>	60%
2. <i>Inventory Management</i>	15%
3. <i>Instore Promo</i>	15%
4. <i>Stores Operational</i>	10%

Pelaksanaan Program di Tahun 2012

Sepanjang tahun 2012, Matahari menyelesaikan program kajian atas 91 gerai dan 3 departemen (Departemen Pembelian, Departemen *Merchandising/Marketing*, dan Departemen Pembelian) dengan hasil yang secara umum sangat memuaskan. Meskipun seluruh gerai Matahari telah berhasil menampilkan diri secara menarik dan dinamis, dengan penerapan kriteria penilaian yang lebih kritis, beberapa gerai mendapat catatan untuk lebih memperhatikan detail, sementara sebagian lainnya telah melakukan perbaikan selektif yang menciptakan pengalaman berbelanja pelanggan lebih sempurna.

SISTEM WHISTLE BLOWING

Setelah melalui serangkaian pembahasan dan investigasi, Matahari mulai menerapkan sistem *whistle-blowing* pada tahun 2011 untuk memenuhi kebutuhan Perusahaan yang kian berkembang dan mengadopsi praktik-praktik bisnis terbaik. Setelah melakukan kodifikasi perilaku standar dan menetapkan dalam Kode Etik, Perseroan berkeyakinan bahwa kesinambung usaha dan integritas Perseroan tergantung pada perlindungan aset kami termasuk karyawan, aset fisik, informasi kepemilikan serta tergantung pada cara menjaga keselamatan, kejujuran, keadilan dan kesejahteraan seluruh karyawan.

Internal Control Systems

Internal Audit carried out audits based on the check list obtained from SOP and MOT references previously approved by management. The check list consists of 4 areas: Cash Management, Inventory Management, In-store Promos and Store Operations, with weights calculated as follows:

2012 Program Implementation

During the year 2012, Matahari successfully reviewed 91 shops and 3 departments (the Department of Procurement, Department of Merchandising/Marketing, and Maintenance Department) with the result that were generally very favorable. While all Matahari succeed in presenting themselves as inviting and dynamic, the assessment criteria applied a more critical eye. As a result, a couple of stores need to pay closer attention to detail, while about half could make selective improvements to make the customer's shopping experience just that much better.

WHISTLE BLOWING SYSTEM

After discussions and investigation, Matahari began its After discussions and investigation, Matahari began its whistle-blowing system in 2011 to meet the needs of a growing company and to adopt best practices. Following on the standards set down in the Code of Conduct, the Company believes that the Company's continuing viability and integrity depends on the protection of our assets including our employees, physical assets, and our proprietary information as well as depends on maintaining the safety, honesty, fairness and well being of all of its employees.

Sistem Pengawasan dan Pengendalian Internal

Internal Monitoring and Control Systems

Perusahaan bekerja sama dengan pihak ketiga untuk mengelola dan menjalankan sistem *whistle blower*, yang disebut Suara Matahari. Suara Matahari adalah *hotline* independen yang memungkinkan manajemen, karyawan dan pemasok melaporkan setiap tindakan ilegal atau tidak pantas secara anonim dan rahasia. Laporan ke Suara Matahari dapat diajukan melalui nomor bebas pulsa, fax, situs web, *email* atau pos. Saluran *whistle blower* disosialisasikan kepada Manajemen, karyawan dan pemasok dan dikelola oleh operator yang berpengalaman yang ahli dalam membuat laporan dan penyelidikan forensik yang menyelidiki pengaduan yang diterima dan melaporkan hasil investigasi kepada Manajemen.

Matahari merekrut seorang administrator independen untuk memberikan perlindungan penuh bagi karyawan yang ingin melaporkan perilaku ilegal atau tidak pantas secara anonim dan rahasia. Dengan media yang disebut Suara Matahari yang dikelola oleh Deloitte, menyediakan layanan-layanan sebagai berikut:

1. Berbagai media *hotline* seperti telepon, fax, website, email dan kotak surat;
2. Sosialisasi kesadaran anti kecurangan dan program *whistle-blower* kepada seluruh tingkatan manajemen, karyawan dan pemasok;
3. Operator penerima pengaduan berpengalaman;
4. Ahli investigasi forensik untuk menindaklanjuti laporan yang diterima dan menyampaikan masalah tersebut ke manajemen;
5. Pemberian rekomendasi perbaikan yang dianggap perlu.

Laporan pengaduan dapat disampaikan melalui berbagai cara seperti:

1. Hotline
Pemberi informasi (informan) dapat menghubungi Suara Matahari di nomor telepon 500-070 yang merupakan layanan anonim. Informan tidak harus menyebutkan nama.
2. Faksimili
Informan dapat mengirim laporan melalui faksimili ke nomor +62 21 2350-7055.

The Company has partnered with a third party to administer and run a whistle blower hotline, called Suara Matahari. Suara Matahari is an independent hotline that enables Management, employees and suppliers to anonymously and confidentially report any illegal or inappropriate acts. Reports to Suara Matahari can be lodged via a toll-free number, fax, website, email or post. The whistle blower hotline is advertised to Management, employees and suppliers and is staffed by experienced operators who take reports and forensic investigation experts who investigate reports received and report issues to Management.

Matahari thus adopted an independent administrator to provide full employee protection in reporting illegal or inappropriate behavior anonymously and confidentially. Called Suara Matahari, the hotline is administer by Deloitte and includes the following services:

1. Numerous hotline channels - phone, fax, website, email and mailbox;
2. Socializing anti-fraud awareness and the whistle-blower program to all Management, employees and suppliers;
3. Experienced contact center operators;
4. Forensic investigation experts to follow up received reports and present issues to Management;
5. Recommendations for necessary improvements.

The report can be submitted in various ways:

1. Hotline.
The informant can contact Suara Matahari at 500-070. This is an anonym service. The informant does not have to state their name if they do not want to.
2. Facsimile.
The informant also can send their report through facsimile to +62 21 2350-7055

3. Email

Laporan juga dapat disampaikan melalui email ke suaramatahari@tipoffs.com. Alamat email informan tidak akan ditampilkan tanpa izin.

4. Situs Web

Perseroan menyediakan situs <http://suaramatahari.tipoffs.com.sg> dimana informan dapat memberikan informasi tertulis sebanyak mungkin di tempat yang disediakan.

5. Surat

Laporan juga dapat disampaikan melalui surat ke Suara Matahari PO Box 6670, Jakarta Pusat.

Untuk laporan tertulis, informan harus melampirkan lembar formulir pengungkapan yang dapat diunggah dari situs web.

3. Email.

The report also can be submitted via email to suaramatahari@tipoffs.com. The informant email address will not be exposed without permission.

4. Website.

Visit Suara Matahari Website at <http://suaramatahari.tipoffs.com.sg> and the informant can give the information as much as possible in the provided space.

5. Mail.

Report also can be submitted via mail to Suara Matahari PO Box 6670, Central Jakarta.

The informant should attach the disclosure cover sheet for the written report. The disclosure cover sheet can be downloaded at the website.



Sistem Pengawasan dan Pengendalian Internal

Internal Monitoring and Control Systems

Informan harus memberikan informasi yang lengkap sehingga memungkinkan langkah-langkah yang tepat untuk tindakan lebih lanjut. Informasi minimal yang dibutuhkan adalah:

1. Nama mereka yang terlibat.
2. Nama saksi (jika tersedia).
3. Informasi mengenai kejadian seperti tanggal, waktu dan lokasi.
4. Bukti.
5. Nominal atau aset yang terlibat.
6. Frekuensi kejadian.

Setelah laporan diterima, operator akan memberikan nomor referensi yang unik kepada informan (untuk laporan melalui telepon, email, dan website). Nomor tersebut bersifat rahasia dan anonim yang hanya diketahui oleh Informan dan Deloitte. Informan menggunakan nomor tersebut untuk menanyakan perkembangan kasus yang dilaporkan. Laporan kemudian akan dipelajari oleh analis Deloitte, dan hasilnya dikirimkan ke perwakilan Matahari dalam satu hari kerja untuk menentukan langkah berikutnya.

The informant should give full information so the right steps for further actions can be taken. The information needed, such as:

1. Name of those involved.
2. Name of the witness (if available).
3. The incident information like date, time, and location.
4. Evidences.
5. The nominal or assets involved.
6. The frequency of the incidents.

Once the report received, the operator will give unique reference number to the informant (for the report via telephone, email, and website). The number is a confidential and anonym for the Informant and Deloitte. Informant can use the number to ask about the progress of the reported case. The report then will be assessed by the Deloitte analyst, and the result will be send to the Matahari representative within one working day to determine the next step.



Informan memiliki beberapa alternatif mengenai pengungkapan identitas mereka.

1. Informan bersedia untuk mengungkapkan identitasnya ke Deloitte dan Matahari (terbuka penuh).
2. Informan bersedia untuk mengungkapkan identitasnya hanya untuk Deloitte (setengah anonim). Dalam kasus ini, Deloitte tidak akan memberikan identitas informan ke Matahari.
3. Informan tidak bersedia untuk mengungkapkan identitasnya baik kepada Deloitte atau Matahari.

Pada tahun 2012, terdapat 12 kasus yang diterima yang melibatkan pihak internal dan eksternal. Jenis tuduhan yang diterima sepanjang tahun meliputi masalah pelanggaran kode etik dan etika kerja, menjalankan usaha sampingan, dugaan pengaturan kontrak pekerjaan pemeliharaan dan proses tender, dan pengaturan point kartu MCC. Dari 12 kasus yang diterima, sebanyak 5 kasus selesai diselidiki dan dibuktikan, 4 kasus

The informant have some alternatives concerning of their identity disclosure.

1. The informant is willing to disclose his/her identity to Deloitte and Matahari (full disclosure).
2. The informant is willing to disclose his/her identity only to Deloitte (partial anonymity). In this case, Deloitte will not give the informant's identity to Matahari.
3. The informant is unwilling to disclose his/her identity to Deloitte or Matahari.

In 2012, there were 12 numbers of cases received which involved internal and external parties. Types of allegations received during the year including: code of conduct and work ethic violation, running side business, allegation of inappropriate maintenance contract and tender process, and control of the MCC points. From 12 cases received 5 of them were investigated and substantiated, 4 of them were



Sistem Pengawasan dan Pengendalian Internal Internal Monitoring and Control Systems

selesai diselidiki dan tidak terbukti kebenarannya dan 3 masih dalam proses.

LITIGASI

Dalam menjalankan kegiatan usaha, ada kemungkinan timbulnya perselisihan yang dibawa ke pengadilan. Matahari berusaha untuk menyelesaikan semua sengketa sebelum sampai ke proses litigasi, disamping sedapat mungkin mengambil langkah-langkah yang cukup untuk mencegah terjadinya perselisihan bisnis. Pada tahun 2012, Perseroan, Dewan Komisaris atau Direksi tidak menghadapi permasalahan hukum yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha Perseroan.

AKSES INFORMASI

Situs Internet

Matahari menyediakan akses mudah bagi pelanggan dan masyarakat umum melalui situs www.matahari.co.id, yang menyajikan informasi terbaru termasuk informasi mengenai gerai-gerai kami, produk *private label*, promosi, lokasi gerai, form layanan pelanggan dan topik lainnya.

Siaran Pers

Sepanjang tahun 2012, Perseroan menerbitkan 17 siaran pers yang dikirimkan ke berbagai media massa untuk mempromosikan dan mengkomunikasikan produk dan aksi korporasi.

Informasi Produk

Matahari mengeluarkan informasi tentang produk terbaru untuk pelanggan dalam bentuk brosur, booklet, spanduk, dan iklan setiap hari di berbagai media cetak dan elektronik.

Komunikasi Internal

Perseroan memiliki jaringan komunikasi internal yang bertujuan untuk mengembangkan komunikasi yang baik antar karyawan. Perseroan menerbitkan majalah internal yang disebut *Quarterly Manual Magazine* (QMM).

investigated and unsubstantiated, and 3 of them were still in progress.

LITIGATION

In the normal course of business, there may arise disputes which go to the courts. Matahari seeks to resolve all disputes before litigation, indeed takes considerable steps to prevent disputes. In 2012, the Company did not face legal actions which if all decided against the Company, or the Boards of Commissioners or Directors would be material or place business sustainability into question.

INFORMATION ACCESS

Website

Matahari provides easy access for customers and the general public through its website, www.matahari.co.id, providing the latest information as well as information on our department stores, private labels, promotions, store locations, customer service form and other topics.

Press Releases

Throughout 2012, the Company issued 17 press releases to various media to promote and communicate our products and corporate actions.

Product Information

Matahari issued information about the latest products to customers in form of brochures, booklets, banners, and daily advertisement in various offline and online media.

Internal Communications

The Company has an internal communication network that aims to develop good communication among employees. Our internal magazine is called *Quarterly Manual Magazine* (QMM).

Kegiatan Kebersamaan

Acara kegiatan bersama dengan pemasok dan antar karyawan dilakukan rutin setiap tahun untuk membangun hubungan yang kuat antara pemasok dan karyawan Matahari serta sarana untuk mensosialisasikan produk-produk Perseroan, visi dan aksi korporasi.

DANA UNTUK KEGIATAN SOSIAL DAN POLITIK

Matahari memiliki kebijakan yang ketat untuk tidak memberikan sumbangan untuk organisasi politik.

RENCANA OPSI PEMBELIAN SAHAM

Matahari tidak memiliki rencana opsi pembelian saham bagi manajemen atau karyawannya.

Gatherings

Activities such as supplier gatherings and employee gatherings are conducted annually to build strong relationship among Matahari's suppliers and employees as well as a way to socialize the Company's products, vision and corporate actions.

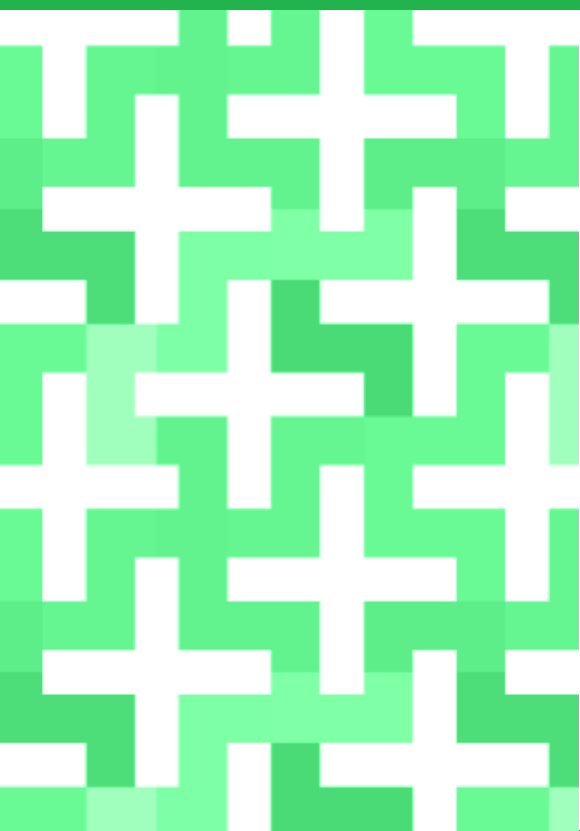
FUNDS FOR SOCIAL AND POLITICAL ACTIVITIES

Matahari has a strict policy of not making donations to political organizations.

SHARE PURCHASE OPTION PLANS

Matahari does not have a management or employee share purchase option plan.





Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility



Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility

Prinsip utama Matahari dalam menjalankan program CSR adalah mendukung masyarakat luas untuk mencapai taraf kehidupan yang lebih baik.

The guiding principle to these actions is to support the broader community in order to create a better world.

Matahari kini sedang dalam proses untuk melaksanakan arah strategis dan tujuan perusahaan yang baru setelah melakukan reorganisasi pada tahun 2009. Dengan memfokuskan kembali kegiatan yang telah dilakukan, Matahari berencana untuk mengembangkan kerangka program tanggung jawab perusahaan (Corporate Social Responsibility – CSR) yang komprehensif. Sampai saat ini, dalam konteks pelaksanaan CSR, Matahari telah banyak menjalin kerja sama jangka panjang seperti dengan UNICEF, Universitas Pelita Harapan, asosiasi karyawan (IKM) dan pihak lainnya serta secara rutin memberi kontribusi untuk berbagai kegiatan yang memberi manfaat bagi komunitas.

Prinsip utama kami dalam menjalankan program CSR adalah mendukung masyarakat luas untuk mencapai taraf kehidupan yang lebih baik. Kegiatan CSR Matahari selalu melibatkan para pemangku kepentingan utama yaitu pelanggan, karyawan, masyarakat dan lingkungan. Kami mulai merancang kerangka kerja yang lebih baik untuk memastikan bahwa program CSR Matahari baik di tingkat lokal maupun nasional dilaksanakan dengan cara yang paling efektif, paling efisien dan menjunjung prinsip transparansi.

Kode Etik Matahari telah mengatur dan memberi panduan untuk berinteraksi dengan pemasok dan mitra usaha lainnya. Dalam upaya mengembangkan program CSR untuk masyarakat, Matahari menaruh perhatian terhadap kebijakan para pemasok dalam bidang sosial, seperti terhadap lingkungan serta

Matahari is in the process of fulfilling its new strategic direction and corporate goals following the 2009 reorganization. As this refocusing of activities takes place Matahari plans to develop a comprehensive Corporate Social Responsibility framework taking into consideration the many CSR activities already engaged in. To date, Matahari has been engaged in many long-term arrangements with UNICEF, Pelita Harapan University, its employee associations (IKM) and others as well as contributing periodically to other worthy projects.

The guiding principle to these actions is to support the broader community in order to create a better world. Matahari has engaged in CSR activities involving its key stakeholders of customers, its employees, the community and the environment. The Company is beginning to lay out a framework to ensure that Matahari CSR programs on both the local and national levels are conducted in the most effective and efficient ways possible, and part of this process includes a focus on increased transparency.

Part of the Matahari's Code of Conduct provides guidelines in dealing with suppliers, and other business partners. In promoting CSR for community betterment, it remains in Matahari's interest that its suppliers promote good policy in social areas, such as the environment and employee health

keselamatan dan kesehatan kerja karyawannya. Meskipun Matahari belum memiliki sebuah mekanisme formal untuk memastikan kepatuhan pemasok terhadap standar Matahari untuk keselamatan dan kesehatan kerja karyawan serta lingkungan, beberapa survei ke perusahaan pemasok serta hubungan bisnis yang telah terjalin lama memberikan keyakinan yang memadai bahwa pemasok kami telah mematuhi prosedur standar keselamatan, kesehatan kerja dan lingkungan.

Kepedulian Lingkungan

Sebagai peritel *department store*, Matahari harus menyediakan tas belanja dalam kegiatan usahanya. Sedangkan penggunaan kantong plastik secara berlebihan dikenal sebagai salah satu faktor pemicu pemanasan global. Oleh karena itu, agar kebutuhan pelanggan tetap terpenuhi namun sedapat mungkin mengurangi dampak negatif bagi lingkungan, Matahari memiliki kebijakan untuk menggunakan kantong plastik *biodegradable*. Kantong plastik jenis ini akan terurai oleh mikroorganisme tanah dalam waktu dua sampai empat tahun, kembali ke komposisi dasarnya berupa material plastik atau polimer yang berasal dari sel tumbuhan dan hewan serta aditif lainnya yang ramah lingkungan. Kebijakan ini telah diterapkan di semua gerai Matahari di seluruh Indonesia sejak tahun 2011.

Penghargaan Karyawan

Secara keseluruhan, kebijakan manajemen diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas karyawan melalui pengembangan karir berkelanjutan dan komunikasi yang erat. Dalam membangun dan menjaga hubungan industrial yang baik berdasarkan prinsip saling menghormati, sejak tahun 2003 Matahari telah memiliki sejumlah sarana interaksi di setiap gerai, pusat distribusi dan kantor pusat melalui asosiasi karyawan (Ikatan Karyawan Matahari - IKM), Forum Bipartit, komunikasi reguler secara tertulis maupun *on-line*, survei karyawan dan diskusi tatap muka.

Sebagai hasil dari komunikasi yang efektif dan saling pengertian yang telah terbangun selama bertahun-tahun, kepuasan kerja karyawan tetap tinggi dan tingkat *turnover* karyawan relatif

and safety. While, Matahari does not yet have in place a formal mechanism to ensure suppliers' compliance with Matahari's standards for employee health and safety and the environment, ad hoc surveys and long lasting relationships have provided reasonable assurance that our suppliers abide by good employee health and safety and environmental guidelines.

Environmental Concern

As a department store retailer, Matahari has to provide shopping bags during the ordinary course of its business. However, the excessive use of plastic bag is known as one of the factors of global warming. Therefore, in order to fulfill the needs but harmless to the environment, Matahari has a policy to use biodegradable plastic bag. Biodegradable plastic bags used by Matahari will be broken down biologically within two to four years into its basic composition which consists of original plastic bag with eco-friendly additives. This policy has been applied in all Matahari stores across Indonesia since 2011.

Appreciating Our Employees

Overall, management policies are directed to enhancing the welfare and productivity of employees through continuous career development and close communication. In establishing and maintaining close industrial relations based on mutual respect, Matahari since 2003 has interacted at each store, distribution center and at head office through the Matahari Employees Association (Ikatan Karyawan Matahari – IKM), as well as through Bi-Partite Forums, regular written and on-line communications, surveys and face to face discussions.

As a result of years of effective communication and mutual understanding, employee job satisfaction remains high and turnover remains low. This is in part due to the sustainable

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility

rendah. Hal ini sebagian juga disebabkan karena Perseroan memberi dukungan yang terus-menerus bagi setiap aktivitas IKM. Ketua IKM yang dipilih secara periodik oleh karyawan dari setiap unit bisnis menjalankan program yang dikelompokkan dalam 5 (lima) aspek utama dalam konteks kesejahteraan karyawan yaitu: interaksi sosial, kegiatan keagamaan, olahraga dan rekreasi, serta dan pengembangan gagasan.

Forum IKM dan Bipartit telah membangun hubungan yang saling menghargai, rasa kebersamaan yang kuat antar karyawan, serta menjadi sarana untuk mengakomodasi, mediasi dan menangani keluhan karyawan. Manfaat dari berbagai dialog di forum tersebut diantaranya adalah pengembangan diri karyawan, peningkatan produktivitas, dan pemahaman tentang pentingnya dan manfaat yang akan dirasakan bersama atas sikap dan perilaku disiplin. Dengan tindakan yang tepat pada waktunya dan proaktif serta dipublikasikan di majalah internal “Berita IKM”, Matahari telah menciptakan lingkungan kerja yang positif dan mengembangkan semangat kebersamaan yang solid.

support the Company provides to IKM activities. IKM Chairman is periodically elected by the employees from each business unit leading that group’s programs in 5 (five) main aspects of employees’ well being: Social Interaction, Faith-Related Activities, Sports and Recreation, and Idea Development.

The IKM forum, as well as the Bi-Partite Forum, has been able to foster respectful relationships, a strong sense of togetherness among employees, accommodation, mediation and handling of employee grievances. The result of this dialogue is employee self-development, improved productivity, and an understanding of the need to and mutual benefits of discipline. By taking timely and proactive steps and by publishing steps taken in the Employee Relations News, “Berita IKM” publication, Matahari has created a positive work environment and developed a solid spirit of togetherness.





Inti dari hubungan karyawan Matahari adalah komitmen untuk melaksanakan proses rekrutmen yang adil didukung dengan kebijakan anti diskriminasi, mengutamakan kandidat dari komunitas sekitar serta promosi internal. Keberhasilan dalam menerapkan komitmen tersebut merefleksikan kebijakan tata kelola perusahaan yang terbaik.

Perlindungan Konsumen

Sebagai bisnis yang fokus pada pelayanan pelanggan, hal yang terpenting adalah memastikan bahwa hak konsumen telah diakui dan dilindungi. Di dalam membangun gerai dan merancang tata letaknya, kami sepenuhnya mematuhi semua peraturan dan standar bangunan termasuk merancang gerai yang memudahkan pelanggan dan memberi rasa nyaman di dalam persepsi pelanggan. Kami telah menerapkan berbagai langkah untuk memastikan bahwa pelanggan bisa berbelanja dengan aman. Setiap gerai dilengkapi dengan sistem alarm kebakaran, sprinkler, dan tangga darurat sebagai perangkat keselamatan.

Dalam hal kualitas produk, Matahari memiliki kebijakan pemberian garansi dan jaminan bagi pelanggan untuk kasus produk yang tidak sempurna. Hal ini merupakan tanggung jawab Matahari untuk memantau kualitas produk yang dibeli

Central to Matahari's employee relations is to strictly adhere to fair hiring practices underpinned with a no discrimination policy as well as a policy of local hire and internal promotion. These ingredients for success reflect the best in governance policy.

Consumer Protection

As a service business, and as a consumer centered business, it is necessary to ensure that consumer rights are recognized and protected. In our stores and store layouts, we fully comply with all building codes and standards as well as designing stores with customer ease and comfort in mind. We have instituted various measures to ensure that customers can shop in safety. Each store is equipped with fire alarm system, sprinkler, and emergency stairs as safety equipments.

In terms of product quality, Matahari has warranty and guarantee policies that provide customer assurance in case of any defect. It is certainly Matahari's interest to monitor product quality for purchasing and then reselling purposes, and

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility

dan yang akan dijual. Matahari menguji setiap produk sebelum menempatkannya di gerai dan memantau setiap keluhan pelanggan. Setiap gerai memiliki kebijakan pertukaran yang memungkinkan pelanggan menukar barang yang rusak dengan barang yang sejenis dalam waktu 7 hari setelah pembelian.

Matahari membuka banyak sarana bagi keluhan pelanggan baik melalui situs web, telepon dan surat. Setiap gerai memiliki meja layanan pelanggan untuk menerima keluhan pelanggan, dimana keluhan tersebut akan dikumpulkan dan dikirim ke kantor pusat sebagai salah satu bahan pengambilan keputusan. Di tahun 2012 Matahari mendapat anugerah Social Media Award 2012 sebagai *Great Performing Brand* in Social Media kategori *Department Store* yang diberikan oleh Frontier Consulting Group dan Majalah Marketing, menunjukkan bahwa Matahari telah menginvestasikan energi di atas rata-rata agar tetap memiliki hubungan dengan pelanggan.

Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Disamping menyediakan gerai yang aman dan terjamin bagi pelanggan, Matahari berkomitmen untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman dan terjamin bagi semua karyawan, baik yang bekerja di dalam gerai maupun yang bertugas di luar gerai. Sebagian besar karyawan Matahari bekerja di dalam gerai dan menikmati tingkat kenyamanan dan keamanan yang sama seperti halnya pelanggan. Seluruh staf melakukan latihan penanganan kebakaran secara berkala.

Staf logistik kami yang melaksanakan pengiriman barang ke seluruh Indonesia memiliki panduan keselamatan standar untuk setiap tugas.

Pembangunan Sosial

Tunjauan Umum

Matahari memberikan kontribusi kepada masyarakat baik di tingkat nasional maupun lokal. Berbagai saluran untuk mendukung masyarakat telah dikembangkan selama bertahun-tahun dan terbukti sangat efektif.

Matahari assesses products before shelving them and keeps track of all customer complaints. The store has an exchange policy which involves customers exchanging goods for similar goods within 7 days of purchase.

Matahari has many avenues for customer contact from the website, phone and mail to the store itself. Each store has a customer service desk where customers are encouraged to communicate their concerns, which are then collated and sent to head office department for use in decision making. Matahari was awarded in 2012 with Social Media Award 2012, 'Great Performing Brand in Social Media' in the Department Store Category from Frontier Consulting Group and Marketing Magazine, indicating that Matahari invests above average energy in staying in touch with customers.

Employee Health and Safety

As with providing a safe and secure store for customers, Matahari is committed to providing a safe and secure work environment for all employees, those within stores and those not within stores. The vast majority of Matahari's employees work within stores and enjoy the same levels of comfort and safety as do customers. Staffs do periodic fire drills.

Our logistics staff shuttling goods across the country have specific safety guidelines for each task.

Social Development

Overview

Matahari contributes to the community at both a national and local level. These various channels to support the community have developed throughout the years with some proving highly effective.

Dengan mengusung tema CSR “Secercah Matahari Untuk Anak Bangsa”, Matahari memberikan kontribusi di bidang pendidikan, bantuan bencana alam, kesehatan dan pengembangan sosial. Beberapa program dilakukan dengan cara menghimpun dana dari pelanggan, dimana pelanggan diminta kasir untuk menyumbangkan uang kembali secara sukarela yang kemudian secara berkala diarahkan ke penerima yang layak. Program ini terus berlanjut dengan sukses dan populer.

Berikut ini adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang dilaksanakan pada tahun 2012:

Pendidikan

1. Donasi untuk Yayasan Pendidikan Lentera Harapan sebesar Rp1 miliar untuk pembangunan SLH Kupang.
2. Donasi uang kembali dari pelanggan untuk pembangunan SD Islam Madany – Parung Panjang sebesar Rp21 juta.
3. Donasi 3.000 sepatu bagi siswa-siswi Papua yang merupakan penggalangan dana pelanggan senilai Rp250 juta.

Bencana Alam

Donasi uang kembali dari pelanggan untuk masyarakat kota Cirebon dalam bentuk paket sembako dengan nilai total Rp50 juta pada Februari 2012.

Kesehatan

1. Bersama Yayasan Obor Berkat Indonesia, Matahari menggalang donasi untuk membiayai operasi hernia gratis bagi warga kurang mampu dengan total donasi sebesar Rp340 juta pada Juli 2012.
2. Donasi untuk Yayasan Otak Indonesia dalam *Vendor Gathering* pada tanggal 24 Februari 2012.
3. Bantuan pengobatan untuk warga tidak mampu, bekerja sama dengan Yayasan Obor Berkat Indonesia untuk warga Serang dan sekitarnya pada Juli 2012 senilai Rp30 juta.
4. Donasi uang kembali dari pelanggan senilai Rp330 juta pada bulan November 2012.

With a banner big CSR theme, “Secercah Matahari Untuk Anak Bangsa”, (Matahari Shines on the Children of the Nation), Matahari makes contributions in the areas of education, natural disaster relief, health and social development. Some of these programs are conducted through a visible and voluntary process where customers are asked at the checkout to contribute the change to a fund which is then periodically directed to worthy recipients. This program continues to be successful and popular.

In 2012 the following activities for community development took place:

Education

1. Donated to Yayasan Pendidikan Lentera Harapan Rp1 billion for the development of SLH Kupang.
2. Donated customer change for construction Madany Islamic SD - Parung of Rp21 million.
3. Donated 3,000 pairs of shoes for Papuan students, raising funds from customer change of Rp250 million.

Disaster Relief

Donated customer change for the people of Cirebon worth Rp50 million in the form of food packages in February 2012.

Health

1. Together with Yayasan Obor Berkat Indonesia, Matahari raised donations to fund free hernia surgery for underprivileged citizens with a total donation of Rp340 million in July 2012.
2. Donations to the Brain Foundation of Indonesia at the Vendor Gathering on February 24, 2012.
3. Medical aid to the needy, in collaboration with the Yayasan Obor Berkat Indonesia for Serang and surrounding residents in July 2012 of Rp30 million.
4. Donated customer change worth Rp330 million in November 2012.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility

Kegiatan Keagamaan

1. Donasi KAFFAH untuk kegiatan rohani karyawan pada Juli 2012 sebesar Rp45 juta.
2. Donasi uang kembali dari pelanggan untuk Yayasan Dompot Dhuafa Republika untuk program-program pendidikan, kesehatan, dan lingkungan pada tanggal 27 Oktober, senilai Rp706,9 juta.
3. Donasi untuk perayaan Natal Persekutuan Doa Menara Matahari pada Desember 2012 senilai Rp100 juta.
4. Donasi uang kembali dari pelanggan senilai Rp50 juta kepada 5 sekolah dan pesantren di area Gresik pada peresmian gerai MDS Plaza Gresik, Desember 2012.

Pelayanan Masyarakat Yang Dilakukan Langsung Oleh Karyawan

Matahari juga memberikan kontribusi yang berkelanjutan bagi pengembangan masyarakat melalui IKM. Perseroan ikut terlibat langsung dalam mendukung kegiatan IKM di lingkungan masyarakat, sehingga setiap komunitas akan menikmati peningkatan manfaat. Meskipun demikian, IKM mengatur sendiri kegiatannya dengan dukungan dari setiap gerai Matahari untuk membantu permasalahan yang terjadi di lingkungan gerainya. Dengan cara ini, ada investasi langsung dari karyawan Matahari, untuk memantau efektivitas jangkauan program. Program pengembangan masyarakat yang muncul dari bawah ke atas berpotensi meningkatkan pemenuhan kebutuhan masyarakat yang terlewatkan, sekaligus memperkuat ikatan di dalam masyarakat; keduanya menumbuhkan kesan yang baik bagi Matahari di tengah-tengah masyarakat.

Matahari yakin bahwa kontribusi Matahari telah, dan akan terus memberikan manfaat yang dramatis dan positif bagi penerima dan komunitasnya.

Charitable Donations

1. Donated KAFFAH for spiritual activities of employees in July 2012 amounting to Rp45 million.
2. Donated customer change to Yayasan Dompot Dhuafa Republika for educational programs, health and the environment on October 27, worth Rp706.9 million.
3. Donated to Natal Persekutuan Doa Menara Matahari in December 2012 of Rp100 million.
4. Donated customer change of Rp50 million to 5 schools and boarding schools in the area Gresik at the inauguration of MDS Plaza Gresik, in December 2012.

Employee Directed Community Service

Matahari also contributes, in a sustainable manner, to community development through its employee associations, IKM. In sponsoring activities of the IKM within the community, each community benefits from the increased and hands-on activity. In addition, IKM itself then self-organizes with some support from each Matahari store to support causes within the local area. In this way, there is direct investment from Matahari's employees, helping to ensure the effectiveness of the outreach program. This type of ground up community development program has the potential to strengthen overlooked community needs, while strengthening employee networks within the community: both of which reflect favorably on Matahari's community image.

Matahari is confident that much of Matahari's contribution has had, and will continue to have, dramatic and positive benefits to the recipients and their communities.



Surat Pernyataan Anggota Dewan Komisaris dan Direksi Tentang Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2012 PT Matahari Department Store Tbk.

Statement of the Board of Commissioners and Board of Directors Regarding Responsibility for the 2012 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 2012 telah dimuat secara lengkap, dan bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi laporan tahunan perusahaan.

We, the undersigned, hereby declare that all information in the annual report of PT Matahari Department Store Tbk for the year 2012 have been presented in their entirety, and that we assume full responsibility for the accuracy of the contents of such annual report.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

This statement is duly made in all integrity.

Jakarta, April 2013

DEWAN KOMISARIS BOARD OF COMMISSIONERS



John Bellis
Presiden Komisaris Independen
President Commissioner Independent



Jonathan L. Parapak
Komisaris Independen
Commissioner Independent



William Travis Saucer
Komisaris Independen
Commissioner Independent



Roy Kuan
Komisaris
Commissioner



Artapong Porndhiti
Komisaris
Commissioner

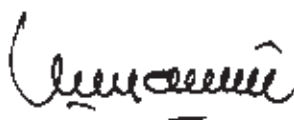


Rene Mang Wing Ming
Komisaris
Commissioner



Henry Jani Liando
Komisaris
Commissioner

DIREKSI BOARD OF DIRECTORS



Bunjamin J. Mailool
Presiden Direktur
President Director



Michael Remsen
Wakil Presiden Direktur
Vice President Director



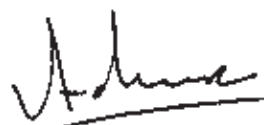
Sigit Prasetya
Direktur
Director



Wai Hoong Fock
Direktur
Director



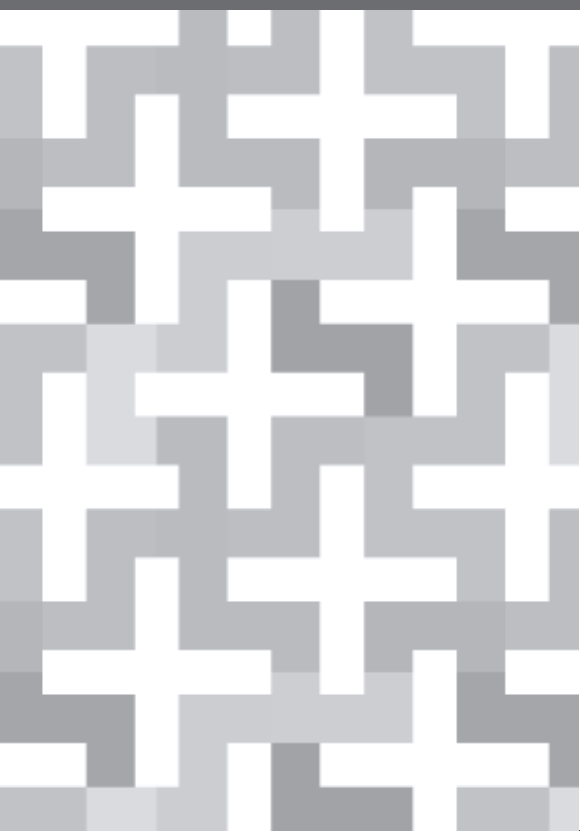
Joo Suk Kim
Direktur
Director



Andre Rumantir
Direktur
Director







Laporan Keuangan Audit

Audited Financial
Statements



Halaman ini sengaja dikosongkan
This page is intentionally left blank

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

**LAPORAN KEUANGAN/
*FINANCIAL STATEMENTS***

**31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010/
*31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010***

**PERNYATAAN DEWAN DIREKSI
TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS
LAPORAN KEUANGAN
UNTUK TAHUN-TAHUN YANG BERAKHIR
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

**BOARD OF DIRECTORS' STATEMENT
REGARDING THE RESPONSIBILITY FOR
THE FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Kami yang bertanda tangan di bawah:

1. Nama : Benjamin J. Mailool
- Alamat kantor : Menara Matahari,
Lantai 15 Jl. Bulevar
Palem Raya No.7
Lippo Karawaci 1200,
Tangerang 15811
- Alamat domisili : Gading Griya Lestari C1/7
(sesuai kartu RT. 012/RW. 005
identitas) Kec. Sukapura,
Jakarta Utara
- No. Telepon : (021) 547 5333, 546 9333
- Jabatan : Presiden Direktur

2. Nama : Larry Michael Remsen
- Alamat kantor : Menara Matahari,
Lantai 15 Jl. Bulevar
Palem Raya No. 7
Lippo Karawaci 1200,
Tangerang 15811
- Alamat domisili : Taman Golf No 283
(sesuai kartu Lippo Karawaci
identitas) Kelapa Dua
Tangerang
- No. Telepon : (021) 547 5333, 546 9333
- Jabatan : Wakil Presiden Direktur

menyatakan bahwa:

1. Kami bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk;

We, the undersigned:

1. Name : Benjamin J. Mailool
- Office address : Menara Matahari,
15th floor Jl. Bulevar
Palem Raya No.7
Lippo Karawaci 1200,
Tangerang 15811
- Home address : Gading Griya Lestari C1/7
(as stated in ID) RT. 012/RW. 005
Kec. Sukapura,
North Jakarta
- Phone number : (021) 547 5333, 546 9333
- Title : President Director

2. Name : Larry Michael Remsen
- Office address : Menara Matahari,
15th floor Jl. Bulevar
Palem Raya No. 7
Lippo Karawaci 1200,
Tangerang 15811
- Home address : Taman Golf No 283
(as stated in ID) Lippo Karawaci
Kelapa Dua
Tangerang
- Phone number : (021) 547 5333, 546 9333
- Title : Vice President Director

declare that:

1. We are responsible for the preparation and presentation of PT Matahari Department Store Tbk's financial statements;

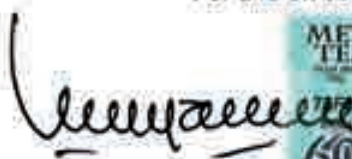
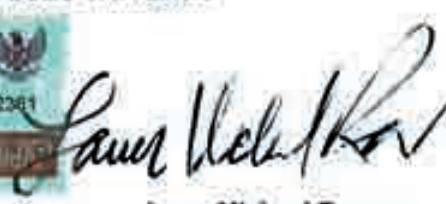


- | | |
|---|--|
| <p>2. Laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk telah disusun dan disajikan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia.</p> <p>3. a. Semua informasi dalam laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk telah dimuat secara lengkap dan benar.</p> <p>b. Laporan keuangan PT Matahari Department Store Tbk tidak mengandung informasi atau fakta material yang tidak benar, dan tidak menghilangkan informasi atau fakta material.</p> <p>4. Kami bertanggung jawab atas sistem pengendalian internal dalam PT Matahari Department Store Tbk.</p> | <p>2. PT Matahari Department Store Tbk's financial statements have been prepared and presented in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards.</p> <p>3. a. All information in the PT Matahari Department Store Tbk's financial statements has been disclosed in a complete and truthful manner.</p> <p>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.</p> <p>4. We are responsible for PT Matahari Department Store Tbk's internal control systems.</p> |
|---|--|

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Thus, this statement is made truthfully.

Atas nama dan mewakili Direksi/
For and on behalf of the Board of Directors

 	
 Bunjamin J. Mallool Presiden Direktur/ President Director	Larry Michael Remsen Wakil Presiden Direktur/ Vice President Director

Jakarta, 9 Februari/February 2013



**LAPORAN AUDITOR INDEPENDEN
KEPADA PARA PEMEGANG SAHAM**

**INDEPENDENT AUDITOR'S REPORT
TO THE SHAREHOLDERS OF**

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Kami telah mengaudit laporan posisi keuangan PT Matahari Department Store Tbk ("Perusahaan") tanggal 31 Desember 2012, 2011 dan 2010, serta laporan laba rugi komprehensif, laporan perubahan ekuitas, dan laporan arus kas untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal tersebut. Laporan keuangan adalah tanggung jawab manajemen Perusahaan. Tanggung jawab kami terletak pada pernyataan pendapat atas laporan keuangan berdasarkan audit kami.

Kami melaksanakan audit berdasarkan standar auditing yang ditetapkan Institut Akuntan Publik Indonesia. Standar tersebut mengharuskan kami merencanakan dan melaksanakan audit agar memperoleh keyakinan memadai bahwa laporan keuangan bebas dari salah saji material. Suatu audit meliputi pemeriksaan, atas dasar pengujian, bukti-bukti yang mendukung jumlah-jumlah dan pengungkapan dalam laporan keuangan. Audit juga meliputi penilaian atas prinsip akuntansi yang digunakan dan estimasi signifikan yang dibuat oleh manajemen, serta penilaian terhadap penyajian laporan keuangan secara keseluruhan. Kami yakin bahwa audit kami memberikan dasar memadai untuk menyatakan pendapat.

Menurut pendapat kami, laporan keuangan yang kami sebut di atas menyajikan secara wajar, dalam semua hal yang material, posisi keuangan PT Matahari Department Store Tbk tanggal 31 Desember 2012, 2011 dan 2010, dan hasil usaha, serta arus kas untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal tersebut, sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia.

We have audited the accompanying statements of financial position of PT Matahari Department Store Tbk (the "Company") as at 31 December 2012, 2011 and 2010, and the related statements of comprehensive income, changes in equity, and cash flows for the years then ended. These financial statements are the responsibility of the Company's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audits.

We conducted our audits in accordance with auditing standards established by the Indonesian Institute of Certified Public Accountants. These standards require that we plan and perform the audit to obtain reasonable assurance about whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the financial statements. We believe that our audits provide a reasonable basis for our opinion.

In our opinion, the financial statements referred to above present fairly, in all material respects, the financial position of PT Matahari Department Store Tbk as at 31 December 2012, 2011 and 2010, and the results of its operations and its cash flows for the years then ended, in conformity with Indonesian Financial Accounting Standards.

Kantor Akuntan Publik Tanudiredja, Wibisana & Rekan

Plaza 89, Jl. H.R. Rasuna Said Kav. X-7 No.6 Jakarta 12940 - INDONESIA, P.O. Box 2473 JKP 10001
T: +62 21 5212901, F: + 62 21 52905555 / 52905050, www.pwc.com/id



Sebagaimana diuraikan dalam Catatan 3, Perusahaan menyajikan hasil usaha serta arus kas Perusahaan selama sembilan bulan sejak 1 April 2010 untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2010 sehingga laporan laba rugi komprehensif, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal 31 Desember 2012 dan 2011 tidak dapat diperbandingkan dengan laporan-laporan serupa untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2010.

As disclosed in Note 3, the Company presents its operating results and cash flows for nine months period from 1 April 2010 for the year ended 31 December 2010 and therefore the statements of comprehensive income, changes in equity, cash flows and notes to the financial statements for the years ended 31 December 2012 and 2011 are not comparable with these statements for the year ended 31 December 2010.

JAKARTA,
9 Februari/February 2013

Ade Setiawan Elimin, CPA

Surat Izin Praktik Akuntan Publik/Public Accountant License No. AP.0225

NOTICE TO READERS

The accompanying financial statements are not intended to present the financial position, results of operations and cash flows in accordance with accounting principles and practices generally accepted in countries and jurisdictions other than Indonesia. The standards, procedures and practices utilised to audit such financial statements may differ from those generally accepted in countries and jurisdictions other than Indonesia. Accordingly, the accompanying financial statements and the auditor's report thereon are not intended for use by those who are not informed about Indonesian accounting principles and auditing standards, and their application in practices.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 1/1 Schedule

LAPORAN POSISI KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION
AS AT 31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
*(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)*

	Catatan/ Notes	2012	2011	2010	
Aset					Assets
Aset lancar					Current assets
Kas dan setara kas	5	999,872	918,974	999,240	Cash and cash equivalents
Piutang usaha					Trade receivables
- pihak ketiga		57,654	46,274	14,078	third parties -
Piutang lain-lain					Other receivables
- pihak ketiga		15,920	19,999	16,582	third parties -
Persediaan	6	519,601	462,013	400,784	Inventories
Pajak dibayar dimuka					Prepaid taxes
- pajak lain-lain	11a	44,722	45,821	23,728	other tax -
Biaya dibayar dimuka					Prepaid expenses
- sewa	8	73,696	49,190	28,041	lease -
- lain-lain		6,361	5,114	7,319	others -
Uang muka sewa	8	13,653	11,208	23,261	Rental advances
Aset lancar lainnya		<u>12,741</u>	<u>8,742</u>	<u>11,289</u>	Other current assets
Jumlah aset lancar		<u>1,744,220</u>	<u>1,567,335</u>	<u>1,524,322</u>	Total current assets
Aset tidak lancar					Non-current assets
Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya	5	39,187	37,130	36,087	Restricted cash and cash equivalents
Uang muka pembelian aset tetap		14,739	16,404	3,504	Advances for purchase of fixed assets
Aset pajak tangguhan	11d	53,851	58,619	15,990	Deferred tax assets
Aset tetap (setelah dikurangi akumulasi penyusutan sebesar Rp 489.742; 2011: Rp 316.904 2010: Rp 163.057)	7	694,005	622,891	572,099	Fixed assets (net of accumulated depreciation of Rp 489,742; 2011: Rp 316,904; 2010: Rp 163,057)
Sewa jangka panjang					Long-term lease
- pihak ketiga	8	270,098	29,807	14,478	third parties -
Uang jaminan		89,331	74,490	66,660	Refundable deposits
Piutang lain-lain					Other receivables
- pihak berelasi	25b	2,413	-	-	related party -
Aset tidak lancar lainnya		<u>21,908</u>	<u>15,796</u>	<u>12,044</u>	Other non-current assets
Jumlah aset tidak lancar		<u>1,185,532</u>	<u>855,137</u>	<u>720,862</u>	Total non-current assets
Jumlah aset		<u><u>2,929,752</u></u>	<u><u>2,422,472</u></u>	<u><u>2,245,184</u></u>	Total assets

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 1/2 Schedule

LAPORAN POSISI KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF FINANCIAL POSITION
AS AT 31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	2012	2011	2010	
Liabilitas dan ekuitas					Liabilities and equity
Liabilitas					Liabilities
Liabilitas lancar					Current liabilities
Utang usaha					Trade payables
- pihak ketiga	9	1,054,745	891,198	718,478	third parties -
Utang lain-lain					Other payables
- pihak ketiga		85,386	57,568	65,106	third parties -
Utang pajak	11b				Taxes payable
- pajak penghasilan badan		181,340	113,836	138,691	corporate income taxes -
- lain-lain		9,675	14,011	27,395	others -
Akrual	10	270,766	253,357	208,207	Accruals
Penghasilan tangguhan		84,358	93,388	60,479	Deferred income
Pinjaman bank jangka panjang					Long-term bank loans
- bagian jatuh tempo dalam satu tahun	12	483,935	284,947	233,255	portion due - within one year
Jumlah liabilitas lancar		2,170,205	1,708,305	1,451,611	Total current liabilities
Liabilitas tidak lancar					Non-current liabilities
Pinjaman bank jangka panjang					Long-term bank loans
- bagian jatuh tempo lebih dari satu tahun	12	2,475,161	2,082,511	2,733,774	portion due - over one year
Akrual		-	91,478	84,410	Accruals
Pinjaman dari pihak ketiga	23	-	1,069,746	1,000,000	Loan from third party
Kewajiban imbalan kerja	21	215,918	172,845	140,954	Employee benefits obligations
Jumlah liabilitas tidak lancar		2,691,079	3,416,580	3,959,138	Total non-current liabilities
Jumlah liabilitas		4,861,284	5,124,885	5,410,749	Total liabilities
Ekuitas					Equity
Modal saham -					Share capital -
Modal dasar 3.911.120.640 lembar saham,					Authorised capital
modal ditempatkan dan disetor penuh 2.917.918.080 lembar saham yang terdiri dari:					3,911,120,640 shares, issued and fully paid
6.168.960 lembar saham seri A dengan nilai nominal Rp 5.000 per saham (nilai penuh); 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)					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	14	195,192	195,192	195,192	Additional paid in capital
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali	2u,3	(3,767,126)	(3,767,126)	(3,767,126)	Difference in value from restructuring transactions among entites under common control
Saldo laba					Retained earnings
- Dicadangkan	15	10,950	6,250	-	Appropriated -
- Tidak dicadangkan		1,242,658	476,477	19,575	Unappropriated -
Jumlah ekuitas		(1,931,532)	(2,702,413)	(3,165,565)	Total equity
Jumlah liabilitas dan ekuitas		2,929,752	2,422,472	2,245,184	Total liabilities and equity

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 2 Schedule

**LAPORAN LABA RUGI KOMPREHENSIF
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**STATEMENTS OF COMPREHENSIVE INCOME
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**
(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	2012	2011	2010*	
Pendapatan					Revenue
Penjualan eceran		3,174,824	2,595,432	1,901,773	Retail sales
Penjualan konsinyasi - bersih	16	2,406,876	2,078,776	1,400,227	Consignment sales - net
Pendapatan jasa		35,232	26,504	14,699	Services fee
Pendapatan bersih		5,616,932	4,700,712	3,316,699	Net revenue
Beban pokok pendapatan	17	(1,910,789)	(1,595,216)	(1,173,423)	Cost of revenue
Laba kotor		3,706,143	3,105,496	2,143,276	Gross profit
Beban penjualan	18	(1,049,593)	(912,909)	(627,520)	Selling expenses
Beban umum dan administrasi	19	(1,082,623)	(937,439)	(619,544)	General and administration expenses
Keuntungan/(kerugian) lainnya - bersih	20	10,424	(13,847)	(203,296)	Other gains/(losses) - net
		(2,121,792)	(1,864,195)	(1,450,360)	
Laba operasi		1,584,351	1,241,301	692,916	Operating profit
Penghasilan keuangan		26,151	31,066	21,227	Finance income
Biaya keuangan		(451,507)	(536,773)	(436,928)	Finance cost
Biaya keuangan - bersih		(425,356)	(505,707)	(415,701)	Finance expense - net
Laba sebelum pajak penghasilan		1,158,995	735,594	277,215	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan	11c	(388,114)	(269,946)	(214,598)	Income tax expense
Laba bersih		770,881	465,648	62,617	Net profit
Pendapatan/(rugi) komprehensif lain					Other comprehensive income/(loss)
Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali	2u,3	-	-	(3,767,126)	Difference in value from restructuring transactions among entities under common control
Pembalikan selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali	2u, 20	-	-	210,834	Reversal of difference in value from restructuring transactions among entities under common control
		-	-	(3,556,292)	
Pendapatan/(rugi) komprehensif		770,881	465,648	(3,493,675)	Comprehensive income/(loss)
Laba bersih per saham dasar dan dilusian (nilai penuh)	22	264	160	21	Net earnings per share basic and diluted (full amount)

*) Menyajikan sembilan bulan hasil usaha Perusahaan sehingga tidak dapat diperbandingkan dengan hasil usaha untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal 31 Desember 2012 dan 2011 (lihat Catatan 3).

*) Represents nine months of the Company's operating results, accordingly it is not comparable with the operating results for the years ended 31 December 2012 and 2011 (see Note 3).

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 2012, 2011 DAN 2010

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF CHANGES IN EQUITY
FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Catatan/ Notes	Modal saham/ Share capital	Tambahan modal disetor/ Additional paid in capital	Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sependeanti/ Difference in value from restructuring transactions among entities common control	Saldo laba/ (akumulasi kerugian)/ Retained earnings/ (accumulated losses)		Jumlah/ Total
				Dicadangkan/ Appropriated	Tidak dicadangkan/ Unappropriated	
Saldo 1 Januari 2010	386.794	195.192	(210.834)	-	(43.042)	328.110
Laba bersih tahun berjalan*	-	-	-	-	62.617	62.617
Rugi komprehensif lain	-	-	(3.556.292)	-	-	(3.556.292)
Total rugi komprehensif selama tahun berjalan	-	-	(3.556.292)	-	62.617	(3.493.675)
Saldo 31 Desember 2010	<u>386.794</u>	<u>195.192</u>	<u>(3.767.126)</u>	<u>-</u>	<u>19.575</u>	<u>(3.165.565)</u>
Saldo 1 Januari 2011	386.794	195.192	(3.767.126)	-	19.575	(3.165.565)
Laba bersih/pendapatan komprehensif tahun berjalan	-	-	-	-	465.648	465.648
Pencadangan saldo laba	15	-	-	6.250	(6.250)	-
Dividen	15	-	-	-	(2.496)	(2.496)
Saldo 31 Desember 2011	<u>386.794</u>	<u>195.192</u>	<u>(3.767.126)</u>	<u>6.250</u>	<u>476.477</u>	<u>(2.702.413)</u>

*) Menyajikan sembilan bulan hasil usaha Perusahaan sehingga tidak dapat dibandingkan dengan hasil usaha untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal 31 Desember 2012 dan 2011 (lihat Catatan 3).

*) Represents nine months of the Company's operating results, accordingly it is not comparable with the operating results for the years ended 31 December 2012 and 2011 (see Note 3).

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 3/2 Schedule

LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS

UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

STATEMENTS OF CHANGES IN EQUITY
FOR THE YEARS ENDED 31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Catatan/ Notes	Modal saham/ Share capital	Tambahkan modal disetor/ Additional paid in capital	Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sependaill/ Difference in value from restructuring transactions among entities under common control	Saldo laba/ Retained earnings		Jumlah/ Total
				Dicadangkan/ Appropriated	Tidak dicadangkan/ Unappropriated	
Saldo 1 Januari 2012	386,794	195,192	(3,767,126)	6,250	476,477	(2,702,413)
Laba bersih/pendapatan komprehensif tahun berjalan	-	-	-	-	770,881	770,881
Pencadangan saldo laba	-	-	-	4,700	(4,700)	-
Saldo 31 Desember 2012	<u>386,794</u>	<u>195,192</u>	<u>(3,767,126)</u>	<u>10,950</u>	<u>1,242,658</u>	<u>(1,931,532)</u>
						<i>Balance at 1 January 2012</i>
						<i>Net profit/comprehensive income for the year</i>
						<i>Appropriation of retained earnings</i>
						Balance at 31 December 2012

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 4/1 Schedule

**LAPORAN ARUS KAS
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**STATEMENTS OF CASH FLOWS
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

	Catatan/ Notes	2012	2011	2010*	
Arus kas dari aktivitas operasi					Cash flows from operating activities
Penerimaan dari pelanggan		11,975,982	10,025,226	6,886,475	Receipts from customers
Pembayaran kepada pemasok		(7,831,342)	(6,511,193)	(4,733,181)	Payments to suppliers
Pembayaran kepada karyawan dan lain-lain		(2,255,168)	(1,983,995)	(771,838)	Payments to employees and others
Kas yang dihasilkan dari operasi		1,889,472	1,530,038	1,381,456	Cash generated from operations
Penerimaan penghasilan bunga		26,151	31,066	21,227	Receipts of interest income
Pembayaran pajak penghasilan badan		(315,842)	(337,430)	(118,994)	Payment of corporate income taxes
Arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi		1,599,781	1,223,674	1,283,689	Net cash flows provided from operating activities
Arus kas dari aktivitas investasi					Cash flows from investing activities
Perolehan aset tetap		(161,808)	(139,926)	(85,082)	Acquisition of fixed assets
Pembayaran uang muka pembelian aset tetap		(79,295)	(95,741)	(27,257)	Advance payment for purchase of fixed assets
Penambahan uang muka sewa		(272,761)	(25,355)	(15,165)	Additional rental advances
Hasil dari penjualan aset tetap	7	1,058	510	499	Proceeds from sale of fixed assets
Pembelian saham Perusahaan dari pemegang saham sebelumnya oleh PT Meadow Indonesia		-	-	(7,791,346)	Purchase of the Company's shares from the previous shareholders by PT Meadow Indonesia
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi		(512,806)	(260,512)	(7,918,351)	Net cash flows used in investing activities
Arus kas dari aktivitas pendanaan					Cash flows from financing activities
Pembayaran pinjaman bank		(616,931)	(626,315)	(162,500)	Repayment of bank loans
Pembayaran beban bunga dan biaya bank		(325,445)	(413,574)	(311,970)	Payment of interest and bank charges
Pembayaran pinjaman pihak ketiga	23	(1,237,817)	-	-	Payment of loan from third party
Pembayaran dividen		-	(2,496)	-	Dividend payment
Penerimaan pinjaman bank - bersih		1,176,173	-	3,108,893	Proceeds from bank loans - net
Penerimaan pinjaman pihak ketiga	23	-	-	1,000,000	Proceeds from loan from third party
Penerimaan dari pemegang saham PT Meadow Indonesia		-	-	4,182,800	Proceeds from shareholders of PT Meadow Indonesia
Pembayaran untuk pemegang saham PT Meadow Indonesia		-	-	(147,235)	Payment to shareholders of PT Meadow Indonesia
Arus kas bersih yang (digunakan untuk)/diperoleh dari aktivitas pendanaan		(1,004,020)	(1,042,385)	7,669,988	Net cash flows (used in)/provided from financing activities

*) Menyajikan sembilan bulan arus kas Perusahaan sehingga tidak dapat diperbandingkan dengan arus kas untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal 31 Desember 2012 dan 2011 (lihat Catatan 3).

*) Represents nine months of the Company's cash flows, accordingly it is not comparable with the cash flows for the years ended 31 December 2012 and 2011 (see Note 3).

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 4/2 Schedule

**LAPORAN ARUS KAS
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**STATEMENTS OF CASH FLOWS
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

	Catatan/ <i>Notes</i>	2012	2011	2010*	
Kenaikan/(penurunan) bersih kas dan setara kas		82,955	(79,223)	1,035,326	Net increase/ (decrease) in cash and cash equivalents
Kas dan setara kas pada awal tahun		<u>956,104</u>	<u>1,035,327</u>	<u>1</u>	Cash and cash equivalents at the beginning of the year
Jumlah kas dan setara kas pada akhir tahun	5	1,039,059	956,104	1,035,327	Total cash and cash equivalents at the end of the year
Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya	5	<u>(39,187)</u>	<u>(37,130)</u>	<u>(36,087)</u>	Restricted cash and cash equivalents
Kas dan setara kas pada akhir tahun	5	<u><u>999,872</u></u>	<u><u>918,974</u></u>	<u><u>999,240</u></u>	Cash and cash equivalents at the end of the year

*) Menyajikan sembilan bulan arus kas Perusahaan sehingga tidak dapat diperbandingkan dengan arus kas untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal 31 Desember 2012 dan 2011 (lihat Catatan 3).

*) Represents nine months of the Company's cash flows, accordingly it is not comparable with the cash flows for the years ended 31 December 2012 and 2011 (see Note 3).

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan.

The accompanying notes form an integral part of these financial statements.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/1 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN 31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS 31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. UMUM

a. Pendirian dan informasi umum

PT Matahari Department Store Tbk ("Perusahaan") didirikan dengan nama PT Stephens Utama International Leasing Corp berdasarkan Akta Notaris Misahardi Wilamarta, S.H., No. 2 tanggal 1 April 1982. Akta pendirian ini telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C2-2611-HT.01.01.TH.82 tanggal 18 November 1982 serta diumumkan dalam Berita Negara No. 4, Tambahan No. 58 tanggal 14 Januari 1983.

Perusahaan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1982. Sejak tanggal 30 Oktober 2009, Perusahaan bergerak dalam usaha jaringan gerai serba ada yang menyediakan berbagai macam barang seperti pakaian, aksesoris, tas, sepatu, kosmetik, dan peralatan rumah tangga serta jasa konsultan manajemen

Anggaran Dasar Perusahaan telah beberapa kali mengalami perubahan, diantaranya sesuai dengan Akta Notaris Stephanie Wilamarta, S.H., No. 61 tanggal 30 Oktober 2009, antara lain mengenai:

1. Perubahan dan penambahan maksud dan tujuan serta kegiatan usaha Perusahaan menjadi usaha di bidang perdagangan;
2. Perubahan nama Perusahaan menjadi PT Matahari Department Store Tbk; dan
3. Perubahan susunan Dewan Direksi dan Dewan Komisaris Perusahaan.

1. GENERAL

a. Establishment and general information

PT Matahari Department Store Tbk (the "Company") was established as PT Stephens Utama International Leasing Corp, based on Notarial Deed No. 2 dated 1 April 1982, of Misahardi Wilamarta, S.H.. The deed of establishment was approved by the Minister of Justice of the Republic of Indonesia in Decision Letter No. C2-2611-HT.01.01.TH.82 dated 18 November 1982, and was published in the State Gazette No. 4 dated 14 January 1983 Supplement No. 58.

The Company started its commercial operations in 1982. Since 30 October 2009, the Company 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 Directors and Board of Commissioners.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**1. UMUM (lanjutan)****a. Pendirian dan informasi umum (lanjutan)**

Perubahan tersebut disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 30 Oktober 2009. Perubahan ini telah mendapatkan persetujuan 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.

Perubahan terakhir dimuat dalam Akta No. 55 tanggal 27 Juli 2012 yang dibuat di hadapan Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, S.H. mengenai perubahan komposisi Dewan Komisaris dan Direksi Perusahaan. 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.01.10-29626 tanggal 9 Agustus 2012 dan telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan No. AHU-0072998.AH.01.09 Tahun 2012 tanggal 9 Agustus 2012.

Kantor pusat operasional Perusahaan berlokasi di Menara Matahari Lantai 15, Jl. Bulevar Palem Raya No. 7, Lippo Karawaci - Tangerang, Jawa Barat dan memiliki gerai-gerai yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia. Pada tanggal 31 Desember 2012, Perusahaan mengoperasikan 116 gerai (2011: 103 gerai dan 2010: 95 gerai) - tidak diaudit.

Entitas induk adalah Asia Color Company Ltd dan entitas induk utama adalah Asia Color Holdings Limited, sebuah perusahaan yang berdiri dan berkedudukan di Cayman Island.

1. GENERAL (continued)**a. Establishment and general information (continued)**

This amendment was approved in the Extraordinary General Meeting of the Shareholders on 30 October 2009. This amendment was approved 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.

The latest amendment was by Notarial Deed No. 55 dated 27 July 2012 of Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, S.H. relating to the changes in the composition of Board of Commissioners and Directors of the Company. This amendment was received by the Minister of Law and Human Rights, as stated also in the Receipt of Notification for Amendment of the Company's Data of PT Matahari Department Store Tbk No. AHU-AH.01.10-29626 dated 9 August 2012 and was registered in Company Register No. AHU-0072998.AH.01.09 Year 2012, dated 9 August 2012.

The Company's operational head office is located in Menara Matahari Lantai 15, Jl. Bulevar Palem Raya No. 7, Lippo Karawaci - Tangerang, West Java, and it has several stores that are located in major cities throughout Indonesia. As at 31 December 2012, the Company is operating 116 stores (2011: 103 stores and 2010: 95 stores) - unaudited.

The parent of the Company is Asia Color Company Ltd and the ultimate parent of the Company is Asia Color Holdings Limited, a company which is incorporated and domiciled in Cayman Island.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/3 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. UMUM (lanjutan)

a. Pendirian dan informasi umum (lanjutan)

Kegiatan Perusahaan yang mempengaruhi efek yang diterbitkan sejak tanggal penawaran umum perdana sampai dengan tanggal 31 Desember 2012 adalah sebagai berikut:

1. GENERAL (continued)

a. Establishment and general information (continued)

The Company's corporate actions from the date of its initial public offering up to 31 December 2012 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)/ <i>Initial public offering of type A shares with par value of Rp 1,000 (full amount)</i>	1989	2,140,000
Pencatatan tambahan saham seri A dengan nilai nominal Rp 1.000 (nilai penuh)/ <i>Additional registration of type A shares with par value of Rp 1,000 (full amount)</i>	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/ <i>Bonus stock of type A shares with par value of Rp 1,000 (full amount) with requisite of one (1) new share for every five (5) existing shares held</i>	1990	878,000
Pembagian saham bonus seri A dengan nilai nominal Rp 1.000 (nilai penuh) dengan ketentuan setiap pemegang satu (1) saham lama berhak memperoleh dua (2) saham bonus/ <i>Bonus stock of type A shares with par value of Rp 1,000 (full amount) with requisite of two (2) new shares for every one (1) existing share held</i>	1992	10,536,000
Pembagian dividen saham seri A dengan ketentuan setiap pemegang lima (5) lembar saham lama berhak memperoleh satu (1) dividen saham/ <i>Stock dividend of type A shares with requisite of one (1) new share for every five (5) existing shares held</i>	1994	3,160,800
Pencatatan tambahan saham seri A dengan nilai nominal Rp 1.000 (nilai penuh)/ <i>Additional registration of type A shares with par value of Rp 1,000 (full amount)</i>	1997	11,880,000

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. UMUM (lanjutan)**1. GENERAL (continued)****a. Pendirian dan informasi umum (lanjutan)****a. Establishment and general information (continued)**

Tindakan/Action	Tahun/Year	Tambahan saham beredar setelah transaksi/ Additional shares issued after the transaction
Penggabungan jumlah saham seri A melalui peningkatan nilai nominal seri A dari Rp 1.000 (nilai penuh) menjadi Rp 5.000 (nilai penuh)/ <i>Reverse stock split of type A shares by increasing par value from Rp 1,000 (full amount) to Rp 5,000 (full amount)</i>	Oktober/ October 2009	<u>(24,675,840)</u>
Jumlah saham seri A per 31 Desember 2012/ <i>Total type A shares as at 31 December 2012</i>		<u>6,168,960</u>
Penerbitan saham seri B dengan nilai nominal Rp 70 (nilai penuh) dengan ketentuan setiap pemegang 42 saham seri A berhak memperoleh satu (1) lembar saham seri B (Penawaran Umum Terbatas ("PUT") I)/ <i>Issuance of type B shares with par value Rp 70 (full amount) with requisite of one (1) type B share for every 42 type A shares (Limited Public Offering ("LPO") I)</i>	Juli/July 2001	1,295,481,600
Penggabungan jumlah saham seri B melalui peningkatan nilai nominal seri B dari Rp 70 (nilai penuh) menjadi Rp 350 (nilai penuh)/ <i>Reverse stock split of type B shares by increasing par value from Rp 70 (full amount) to Rp 350 (full amount)</i>	Oktober/ October 2009	<u>(1,036,385,280)</u>
Jumlah saham seri B per 31 Desember 2012/ <i>Total type B shares as at 31 December 2012</i>		<u>259,096,320</u>
Penerbitan saham seri C dengan nilai nominal Rp 100 (nilai penuh) (PUT II)/ <i>Issuance of type C shares with par value of Rp 100 (full amount) (LPO II)</i>	Oktober/ October 2009	<u>2,652,652,800</u>
Jumlah saham seri C per 31 Desember 2012 / <i>Total type C shares as at 31 December 2012</i>		<u>2,652,652,800</u>

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/5 Schedule

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

1. UMUM (lanjutan)

a. Pendirian dan informasi umum (lanjutan)

Susunan Dewan Komisaris dan Direksi Perusahaan adalah sebagai berikut:

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Dewan Komisaris				Board of Commissioners
Presiden Komisaris	John Bellis	John Bellis	John Bellis	President Commissioner
Komisaris Independen	Jonathan L. Parapak William Travis Saucer	Jonathan L. Parapak -	Jonathan L. Parapak -	Independent Commissioner
Komisaris	Roy Kuan Rene Mang Wing Ming Henry Jany Liando Artapong Pornthiti	Roy Kuan Rene Mang Wing Ming Henry Jany Liando Artapong Pornthiti	Roy Kuan Rene Mang Wing Ming Henry Jany Liando Allen Han Jing Choung	Commissioners
Dewan Direksi				Board of Directors
Presiden Direktur	Bunjamin J. Mailool	Bunjamin J. Mailool	Bunjamin J. Mailool	President Director
Wakil Presiden Direktur	Larry Michael Remsen	William Travis Saucer	William Travis Saucer	Vice President Director
Direktur	Sigit Prasetya Wai Hoong Fock Joo Suk Kim Andre Rumanthir	Sigit Prasetya Wai Hoong Fock Joo Suk Kim R. Soeparmadi	Sigit Prasetya Wai Hoong Fock Joo Suk Kim R. Soeparmadi	Directors

b. Penggabungan usaha dengan PT Meadow Indonesia

Berdasarkan rapat umum pemegang saham luar biasa pada tanggal 20 September 2011 yang diaktakan dengan Akta Notaris Ny. Poerbaningsih Adi Warsito No. 32 tanggal 20 September 2011 dan telah diterima oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Penerimaan Pemberitahuan Penggabungan PT Matahari Department Store Tbk No. AHU-AH.01.10-30555 tanggal 26 September 2011 dan telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan No. AHU-0077329.AH.01.09 Tahun 2011 tanggal 26 September 2011 dan Perbaikan Surat Penerimaan Pemberitahuan Penggabungan PT Matahari Department Store Tbk No. AHU.2-AH.01.01-341 tanggal 13 Januari 2012, pemegang saham Perusahaan yang tidak mempunyai benturan kepentingan (independen) dengan suara mayoritas menyetujui antara lain hal-hal sebagai berikut:

1. GENERAL (continued)

a. Establishment and general information (continued)

The compositions of the Company's Board of Commissioners and Directors were as follows:

b. Merger with PT Meadow Indonesia

Based on the extraordinary shareholders' general meeting dated 20 September 2011 which was notarised by Notarial Deed No.32 Ny. Poerbaningsih Adi Warsito dated 20 September 2011 and was received by the Minister of Law and Human Rights in the Receipt of Notification for Merger of PT Matahari Department Store Tbk No. AHU-AH.01.10-30555 dated 26 September 2011 and was registered in Company Register No. AHU-0077329.AH.01.09 Year 2011 dated 26 September 2011 and Correction of Receipt of Notification for Merger of PT Matahari Department Store Tbk No. AHU.2-AH.01.01-341 dated 13 January 2012, the Company's shareholders who do not have a conflict of interest (independent) by majority approved the following matters:

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**1. UMUM (lanjutan)****b. Penggabungan usaha dengan PT Meadow Indonesia (lanjutan)**

- Menyetujui penggabungan Perusahaan dengan entitas induk Perusahaan (PT Meadow Indonesia), yang berlaku efektif sejak tanggal 30 September 2011.
- Menyetujui Rancangan Penggabungan Perusahaan dengan PT Meadow Indonesia.
- Menyetujui Konsep Akta Penggabungan Perusahaan dengan PT Meadow Indonesia.
- Mengubah jenis Perusahaan dari Non Fasilitas Umum menjadi Fasilitas Penanaman Modal Asing (PMA).
- Menetapkan susunan pemegang saham Perusahaan yang baru.

Keputusan pemegang saham independen didukung oleh pemegang saham yang mempunyai benturan kepentingan (dependen).

Perubahan jenis Perusahaan dari Non Fasilitas Umum menjadi PMA juga telah disetujui oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal ("BKPM") berdasarkan Surat Keputusan Kepala BKPM No. 9/1/IU/IV/PMA/PERDAGANGAN/2011 tanggal 20 Oktober 2011 tentang izin usaha penggabungan perusahaan penanaman modal.

Pada tanggal 28 Desember 2011, Perusahaan mengajukan permohonan penggabungan usaha yang memenuhi syarat pajak kepada Direktorat Jenderal Pajak ("DJP"). Permohonan ini disetujui pada tanggal 11 Mei 2012.

Sebagai hasil penggabungan, maka pada tanggal efektif penggabungan usaha tersebut, badan hukum PT Meadow Indonesia bubar demi hukum dan seluruh aset dan liabilitas PT Meadow Indonesia beralih kepada Perusahaan (lihat Catatan 3).

1. GENERAL (continued)**b. Merger with PT Meadow Indonesia (continued)**

- To approve the Company's merger with its parent company (PT Meadow Indonesia), which was effective from 30 September 2011.
- To approve the Merger Plan of the Company with PT Meadow Indonesia.
- To approve the Concept of Merger Deed of the Company with PT Meadow Indonesia.
- To change the type of the Company from a Non-Public Facilities Company to a Foreign Investment Facilities Company (PMA).
- To determine the new shareholders composition.

The decisions of the independent shareholders are supported by shareholders who have a conflict of interest (dependent).

The changes in the type of the Company from a Non-Public Facilities Company to PMA has also been approved by the Investment Coordinating Board ("BKPM") based on Head of BKPM Decision Letter No. 9/1/IU/IV/PMA/PERDAGANGAN/2011 dated 20 October 2011 about the business license of merger capital investment company.

On 28 December 2011, the Company submitted a tax neutral merger application to the Directorate General of Taxes ("DGT"). The proposal was approved on 11 May 2012.

As a result of the merger, as from the effective date of the merger, the legal entity of PT Meadow Indonesia is dissolved by law and all assets and liabilities of PT Meadow Indonesia are transferred to the Company (see Note 3).

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING

Laporan keuangan Perusahaan disusun oleh Dewan Direksi dan diselesaikan pada tanggal 9 Februari 2013.

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) No. VIII.G.7 dan Keputusan No. KEP-347/BL/2012 tentang Penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emiten atau Perusahaan Publik.

a. Dasar penyusunan laporan keuangan

Laporan keuangan disusun berdasarkan konsep harga perolehan yang dimodifikasi dengan aset dan liabilitas keuangan (termasuk instrumen derivatif) pada nilai wajar melalui laba rugi, dan menggunakan dasar akrual, kecuali untuk laporan arus kas.

Laporan arus kas disusun menggunakan metode langsung dengan mengelompokkan arus kas atas dasar kegiatan operasi, investasi dan pendanaan.

Estimasi dan pertimbangan akuntansi yang signifikan yang diterapkan dalam penyusunan laporan keuangan Perusahaan diungkapkan pada Catatan 4.

Angka di dalam laporan keuangan dibulatkan dan dinyatakan dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain.

2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Company's financial statements were prepared by the Board of Directors and completed on 9 February 2013.

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) No. VIII.G.7 and Decree No. KEP-347/BL/2012 regarding the Financial Statements Presentation and Disclosure for Public Company.

a. Basis of preparation of the financial statements

The financial statements have been prepared on the historical cost concept as modified by the financial assets and financial liabilities (including derivative instruments) at fair value through profit or loss, and using the accrual basis, except for the statements of cash flows.

The statements of cash flows were prepared using the direct method by classifying cash flows on the basis of operating, investing and financing activities.

Significant accounting estimate and judgement applied in the preparation of these financial statements are disclosed in Note 4.

Figures in the financial statements are rounded to and expressed in millions of Rupiah unless otherwise stated.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(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 2012, 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 dan interpretasi baru atau revisi, yang relevan dengan operasi Perusahaan dan memberikan dampak pada laporan keuangan, adalah sebagai berikut.

PSAK No. 24: "Imbalan Kerja"

Standar yang direvisi ini memperkenalkan alternatif metode baru untuk mengakui keuntungan/(kerugian) aktuarial, yaitu dengan mengakui seluruh keuntungan/(kerugian) melalui pendapatan komprehensif lainnya.

Perusahaan telah memilih untuk tetap menggunakan pendekatan koridor dalam pengakuan keuntungan/(kerugian) aktuarial.

Standar yang direvisi juga mensyaratkan pengungkapan baru tambahan. Pengungkapan yang disyaratkan tersebut telah diungkapkan dalam Catatan 21 yang telah disusun sesuai dengan standar.

**PSAK No. 60: "Instrumen Keuangan:
Pengungkapan"**

Perusahaan menerapkan PSAK No. 60: "Instrumen Keuangan: Pengungkapan", yang wajib diterapkan untuk pertama kali untuk tahun buku yang dimulai pada tanggal 1 Januari 2012.

PSAK No. 60 mengungkapkan tiga tingkat hirarki pengungkapan nilai wajar dan mengharuskan entitas untuk menyediakan pengungkapan tambahan mengenai keandalan pengukuran nilai wajar. Sebagai tambahan, standar ini menjelaskan keharusan atas pengungkapan risiko likuiditas.

**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 interpretation
to statement of financial accounting
standards**

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

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

SFAS No. 24: "Employee Benefits"

The revised standard introduces a new alternative method to recognise actuarial gains/(losses), that is to recognise all actuarial gains/(losses) in full through other comprehensive income.

The Company elected to continue to use the corridor approach in the recognition of actuarial gains/(losses).

The revised standard also introduces additional new disclosures. The new disclosure requirements as disclosed in Note 21 have been prepared in accordance with the standard.

**SFAS No. 60: "Financial Instrument:
Disclosures"**

The Company adopts SFAS No. 60: "Financial Instruments: Disclosures", which is mandatory for the first time for the financial year beginning on 1 January 2012.

SFAS No. 60 introduces three hierarchy level for fair value measurement disclosure and require entities to provide additional disclosure about the relative reliability of fair value measurements. In addition, the standard clarify the requirement for the disclosure of liquidity risk.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(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
(lanjutan)**

Penerapan dari standar dan interpretasi baru/revisi berikut, relevan dengan operasi Perusahaan, namun tidak menimbulkan efek material terhadap laporan keuangan tahun berjalan atau tahun sebelumnya, dan berlaku untuk laporan keuangan yang periodenya dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2012:

- PSAK No. 10 (Revisi 2010) - Pengaruh Perubahan Valuta Asing
- PSAK No. 16 (Revisi 2011) - Aset Tetap
- PSAK No. 24 (Revisi 2010) - Imbalan Kerja
- PSAK No. 26 (Revisi 2011) - Biaya Pinjaman
- PSAK No. 30 (Revisi 2011) - Sewa
- PSAK No. 46 (Revisi 2010) - Pajak Penghasilan
- PSAK No. 50 (Revisi 2010) - Instrumen Keuangan: Penyajian
- PSAK No. 56 (Revisi 2011) - Laba Per Saham
- ISAK No. 20 - Pajak Penghasilan - Perubahan dalam status pajak entitas atau para pemegang saham
- ISAK No. 23 - Sewa Operasi – Insentif
- ISAK No. 25 - Hak atas Tanah

Standar revisi yang wajib diterapkan untuk periode pelaporan keuangan yang dimulai 1 Januari 2013 dan relevan dengan operasi Perusahaan adalah sebagai berikut:

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

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

**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 interpretation
to statement of financial accounting
standards (continued)**

The adoption of the following new/revised standards and interpretations, which are relevant to the Company's operations, but did not result in a material effect on the current or prior years financial statements, and applicable for financial statements covering periods beginning on or after 1 January 2012:

- SFAS No. 10 (Revised 2010) - The Effects of Changes in Foreign Exchange Rates
- SFAS No. 16 (Revised 2011) - Fixed Assets
- SFAS No. 24 (Revised 2010) - Employee Benefits
- SFAS No. 26 (Revised 2011) - Borrowing Costs
- SFAS No. 30 (Revised 2011) - Leasing
- SFAS No. 46 (Revised 2010) - Income Taxes
- SFAS No. 50 (Revised 2010) - Financial Instruments: Presentation
- SFAS No. 56 (Revised 2011) - Earnings Per Share
- ISFAS No. 20 - Income Taxes - Changes in the Tax Status of an Entity or its Shareholders
- ISFAS No. 23 - Operating Lease - Incentive
- ISFAS No. 25 - Land Use Rights

Revised standard which is mandatory for financial reporting period beginning on 1 January 2013 and relevant to the Company's operations is as follows:

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

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

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****b. Penjabaran mata uang asing**

Transaksi dalam mata uang asing dijabarkan ke dalam mata uang Rupiah dengan menggunakan kurs yang berlaku pada tanggal transaksi.

Laporan keuangan disajikan dalam Rupiah yang merupakan mata uang fungsional dan penyajian Perusahaan.

Aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing dijabarkan ke dalam mata uang Rupiah dengan menggunakan kurs yang berlaku pada tanggal laporan posisi keuangan.

Keuntungan dan kerugian selisih kurs yang timbul dari penyelesaian transaksi dalam mata uang asing dan dari penjabaran aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing diakui di dalam laporan laba rugi komprehensif.

c. Transaksi dengan pihak-pihak berelasi

Perusahaan mempunyai transaksi dengan pihak-pihak berelasi. Definisi pihak-pihak berelasi yang dipakai adalah definisi yang diatur dalam PSAK No. 7 (Revisi 2010) "Pengungkapan Pihak-pihak Berelasi".

d. Instrumen keuangan disalinghapus

Aset keuangan dan liabilitas keuangan disalinghapus dan jumlah netonya dilaporkan pada laporan posisi keuangan ketika terdapat hak yang berkekuatan hukum untuk melakukan saling hapus atas jumlah yang telah diakui tersebut dan adanya niat untuk menyelesaikan secara neto, atau untuk merealisasikan aset dan menyelesaikan liabilitas secara bersamaan.

e. Kas dan setara kas

Kas dan setara kas mencakup kas, simpanan pada bank yang sewaktu-waktu bisa dicairkan dan investasi likuid jangka pendek lainnya dengan jangka waktu jatuh tempo tiga bulan atau kurang.

Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya, disajikan sebagai "kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya" pada aset tidak lancar.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****b. Foreign currency translation**

Foreign currency transactions are translated into Rupiah using the exchange rates prevailing at the dates of the transactions.

The financial statements are presented in Rupiah, which is the functional and presentation currency of the Company.

Foreign currency monetary assets and liabilities are translated into Rupiah at the rates of exchange prevailing at the statements of financial position date.

Foreign exchange gains and losses resulting from the settlement of foreign currency transactions and from the translation of monetary assets and liabilities denominated in foreign currency are recognised in the statements of comprehensive income.

c. Related parties transactions

The Company has transactions with related parties. The definition of related parties used is in accordance with SFAS No. 7 (Revised 2010) "Related Party Disclosures".

d. Offsetting financial instruments

Financial assets and liabilities are offset and the net amount is reported in the statements of financial position when there is a legally enforceable right to offset the recognised amounts and there is an intention to settle on a net basis, or realise the asset and settle the liability simultaneously.

e. Cash and cash equivalents

Cash and cash equivalents include cash on hand, deposits held at call with banks and other short-term highly liquid investments with original maturities of three months or less.

Cash and cash equivalents which are restricted in use, are presented as "restricted cash and cash equivalents" in the non-current assets.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****f. Piutang usaha dan piutang lain-lain**

Piutang usaha dan piutang lain-lain pada awalnya diakui sebesar nilai wajar dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode bunga efektif, kecuali efek diskontonya tidak material, setelah dikurangi provisi untuk penurunan nilai piutang.

Provisi untuk penurunan nilai piutang dibentuk pada saat terdapat bukti obyektif bahwa saldo piutang tidak dapat ditagih. Piutang ragu-ragu dihapuskan pada saat piutang tersebut tidak tertagih.

g. Persediaan

Persediaan dinyatakan pada nilai yang lebih rendah antara harga perolehan dan nilai realisasi bersih. Harga perolehan ditentukan dengan menggunakan metode eceran.

Nilai realisasi bersih adalah estimasi harga penjualan dalam kegiatan usaha normal dikurangi estimasi beban penjualan.

Persediaan Perusahaan tidak termasuk persediaan konsinyasi.

Risiko kehilangan persediaan ditentukan berdasarkan estimasi dari pengalaman sebelumnya dan disesuaikan kembali pada tanggal perhitungan fisik persediaan. Beban kehilangan persediaan dicatat sebagai beban pokok pendapatan pada periode berjalan.

h. Biaya dibayar dimuka

Biaya dibayar dimuka diamortisasi dengan menggunakan metode garis lurus selama periode manfaat yang diharapkan.

i. Sewa operasi

Sewa yang risiko dan manfaat kepemilikannya ada di pihak yang menyewakan diperlakukan sebagai transaksi sewa-menyewa biasa (*operating leases*). Pembayaran sewa-menyewa biasa dicatat sebagai beban berdasarkan metode alokasi yang mencerminkan pola waktu dari manfaat yang dinikmati Perusahaan.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****f. Trade and other receivables**

Trade and other receivables are recognised initially at fair value and subsequently measured at amortised cost using the effective interest method, except where the effect of discounting would be immaterial, less provision for receivable impairment.

Provision for receivable impairment is established when there is objective evidence that the outstanding amounts will not be collected. Doubtful accounts are written-off during the period in which they are determined to be not collectible.

g. Inventories

Inventories are stated at the lower of cost or net realisable value. Cost is determined using the retail method.

Net realisable value is the estimate of the selling price in the ordinary course of business, less the estimated selling expenses.

The Company's inventories exclude consignment stocks.

Risk from inventory loss was estimated based on past experience and adjusted after a physical count of inventories. Cost from inventory loss was recorded as a current period cost of revenue.

h. Prepaid expenses

Prepaid expenses are amortised using the straight-line method over the period of expected benefit.

i. Operating leases

Leases under which all the risks and benefits of ownership are effectively retained by the lessor are classified as operating leases. Operating lease payments are recorded as an expense based on an allocation method that reflects the time pattern of benefits enjoyed by the Company.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****j. Aset tetap**

Aset tetap diakui sebesar harga perolehan dikurangi dengan akumulasi penyusutan. Harga perolehan mencakup semua pengeluaran yang terkait secara langsung dengan perolehan aset tetap tersebut.

Penyusutan aset tetap untuk mengalokasikan biaya perolehan hingga mencapai nilai sisa sepanjang estimasi masa manfaatnya sebagai berikut:

	<u>Metode/Method</u>	<u>Tahun/Years</u>	
Renovasi bangunan	Garis lurus/ <i>Straight-line</i>	5	<i>Building renovation</i>
Peralatan dan instalasi	Saldo-menurun ganda/ <i>Double declining</i>	8 - 14	<i>Equipment and installation</i>
Kendaraan	Saldo-menurun ganda/ <i>Double declining</i>	4	<i>Vehicles</i>

Nilai residu dan masa manfaat aset ditelaah, dan jika perlu disesuaikan, pada setiap tanggal laporan posisi keuangan.

Biaya-biaya setelah pengakuan awal aset diakui sebagai bagian dari nilai tercatat aset atau sebagai aset yang terpisah, sebagaimana mestinya, hanya apabila kemungkinan besar Perusahaan akan mendapatkan manfaat ekonomis masa depan berkenaan dengan aset tersebut dan biaya perolehan aset dapat diukur dengan andal. Nilai tercatat komponen yang diganti tidak lagi diakui. Semua perbaikan dan pemeliharaan lainnya dibebankan ke dalam laporan laba rugi komprehensif selama periode dimana perbaikan dan pemeliharaan tersebut terjadi.

Apabila aset tetap tidak digunakan lagi atau dijual, maka nilai tercatat dan akumulasi penyusutannya dikeluarkan dari laporan keuangan dan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan atas pelepasan aset tetap diakui dalam laporan laba rugi komprehensif.

Aset dalam pembangunan dinyatakan sebesar biaya perolehan dan disajikan sebagai bagian dari aset tetap. Akumulasi biaya perolehan akan dipindahkan ke masing-masing akun aset tetap yang bersangkutan pada saat aset tersebut selesai dikerjakan dan siap digunakan. Penyusutan mulai dibebankan pada saat aset tersebut siap digunakan.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****j. Fixed assets**

Fixed assets are stated at cost less accumulated depreciation. Cost includes expenditures that is directly attributable to the acquisition of the asset.

Depreciation on fixed assets is calculated to allocate their cost to their residual values over their estimated useful lives, as follows:

The assets' residual values and useful lives are reviewed, and adjusted if appropriate, at each statements of financial position date.

Subsequent costs are included in the asset's carrying amount or recognised as a separate asset, as appropriate, only when it is probable that future economic benefits associated with the asset will flow to the Company and the cost of the item can be measured reliably. The carrying amount of the replaced part is derecognised. All other repairs and maintenance are charged to statements of comprehensive income during the financial period in which they are incurred.

When fixed assets are retired or disposed of, their carrying values and the related accumulated depreciation are eliminated from the financial statements and the resulting gain or loss on the disposal of fixed assets is recognised in the statements of comprehensive income.

Assets under construction are stated at historical cost and presented as part of fixed assets. The accumulated costs will be reclassified to the appropriate fixed assets account when construction is completed and the asset is ready for its intended use. Depreciation is charged from the date when the assets are ready for use.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**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

Utang usaha adalah kewajiban membayar barang atau jasa yang telah diterima dalam kegiatan usaha normal dari pemasok. Utang usaha diklasifikasikan sebagai liabilitas jangka pendek jika pembayarannya jatuh tempo dalam waktu satu tahun atau kurang (atau dalam siklus operasi normal, jika lebih lama). Jika tidak, utang tersebut disajikan sebagai liabilitas jangka panjang.

Utang usaha pada awalnya diakui sebesar nilai wajar dan selanjutnya diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode suku bunga efektif, kecuali jika efek diskontonya tidak material.

m. Provisi

Provisi diakui apabila Perusahaan mempunyai kewajiban kini (baik bersifat hukum maupun konstruktif) sebagai akibat peristiwa masa lalu dan besar kemungkinan penyelesaian kewajiban tersebut mengakibatkan arus keluar sumber daya dan kewajiban tersebut dapat diestimasi dengan andal.

**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

Trade payables are obligations to pay for goods or services that have been acquired in the ordinary course of business from suppliers. Accounts payable are classified as current liabilities if payment is due within one year or less (or in the normal operating cycle of the business if longer). If not, they are presented as non-current liabilities.

Trade payables are initially measured at fair value and subsequently measured at amortised cost using the effective interest method, except where the effect of discounting would be immaterial.

m. Provisions

Provisions are recognised when the Company has a present obligation (legal as well as constructive) as a result of past events and when it is probable that an outflow of resources embodying economic benefits will be required to settle the obligation and a reliable estimate of the amount of the obligation can be made.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****n. Penghasilan tangguhan**

Penghasilan yang diterima dimuka berkaitan dengan poin loyalitas dan kupon belanja diakui sebagai liabilitas dalam laporan posisi keuangan dan dikreditkan ke laporan laba rugi komprehensif berdasarkan estimasi tingkat pertukaran konversi atas poin dan penggunaan kupon tersebut.

o. Pinjaman

Pada saat pengakuan awal, pinjaman diakui sebesar nilai wajar, dikurangi dengan biaya-biaya transaksi yang terjadi. Selanjutnya, pinjaman diukur pada biaya perolehan diamortisasi dengan menggunakan metode suku bunga efektif.

Pinjaman diklasifikasikan sebagai liabilitas jangka panjang kecuali yang akan jatuh tempo dalam waktu 12 bulan setelah tanggal laporan posisi keuangan.

Beban yang dibayarkan pada saat fasilitas pinjaman diterima diakui sebagai biaya transaksi pinjaman 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**

Income received in advance in relation to loyalty point and shopping voucher is recorded as a liability in the statements of financial position and credited to the statements of comprehensive income based on estimated redemption rates of the point and coupon usage.

o. Borrowings

Borrowings are initially recognised at fair value, net of transaction costs incurred. Subsequently, borrowings are stated at amortised cost using the effective interest method.

Borrowings are classified under non-current liabilities unless their maturities are within 12 months after the statements of financial position date.

Fees paid on the establishment of loan facilities are recognised as transaction costs of the loan 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.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****p. Imbalan kerja (lanjutan)****Imbalan pensiun**

Imbalan pensiun dihitung berdasarkan kewajiban yang diberikan berdasarkan Peraturan Perusahaan dan Undang-Undang Ketenagakerjaan No. 13/2003.

Kewajiban imbalan kerja yang diakui pada laporan posisi keuangan sehubungan dengan imbalan pensiun merupakan nilai kini kewajiban imbalan pasti pada tanggal laporan posisi keuangan dan penyesuaian atas keuntungan atau kerugian aktuarial dan beban jasa lalu yang belum diakui. Kewajiban imbalan pensiun dihitung oleh aktuaris independen dengan menggunakan metode *projected unit credit*.

Nilai kini kewajiban imbalan pasti ditentukan dengan mendiskontokan estimasi arus kas masa depan dengan menggunakan tingkat bunga obligasi pemerintah jangka panjang pada tanggal laporan posisi keuangan dalam mata uang Rupiah, sesuai dengan mata uang di mana imbalan tersebut akan dibayarkan, dan yang memiliki jangka waktu yang sama dengan liabilitas imbalan pensiun yang bersangkutan.

Biaya jasa lalu diakui secara langsung di laporan laba rugi komprehensif, kecuali perubahan terhadap program pensiun tersebut mensyaratkan karyawan tersebut untuk bekerja selama periode waktu tertentu. Dalam hal ini, biaya jasa lalu akan diamortisasi secara garis lurus sepanjang periode tersebut.

Keuntungan dan kerugian aktuarial yang timbul dari penyesuaian dan perubahan dalam asumsi-asumsi aktuarial yang jumlahnya melebihi 10% dari nilai kini kewajiban imbalan pasti, dibebankan atau dikreditkan ke laporan laba rugi komprehensif selama rata-rata sisa masa kerja yang diharapkan dari karyawan tersebut.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****p. Employee benefits (continued)****Retirement benefits**

Retirement benefits are calculated based on benefits obligations provided under the Company Regulation and Labour Law No. 13/2003.

The employee benefits obligations recognised in the statements of financial position in respect to retirement benefits are the present value of the defined benefit obligation at the statements of financial position date, and adjusted by unrecognised actuarial gains or losses and unrecognised past service costs. The defined benefit obligation is calculated by independent actuaries using the projected unit credit method.

The present value of the defined benefit obligation is determined by discounting the estimated future cash outflows using interest rates at the statements of financial position date of long term government bonds that are denominated in Rupiah, in which the benefits will be paid, and that have terms to maturity similar to the related retirement benefits liability.

Past-service costs are recognised in statements of comprehensive income, unless the changes to the retirement plan are conditional on the employees remaining in service for a specified period of time. In this case, the past-service costs are amortised on a straight-line basis over that period.

Actuarial gains and losses arising from experience adjustments and changes in actuarial assumptions in excess of the 10% of the present value of the defined benefit obligations are charged or credited to statements of comprehensive income over the employees' expected average remaining working lives.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****q. Perpajakan**

Beban pajak suatu periode terdiri dari pajak kini dan pajak tangguhan. Pajak tersebut diakui dalam laporan laba rugi komprehensif, kecuali untuk pajak penghasilan yang berasal dari transaksi atau kejadian yang langsung diakui ke ekuitas. Dalam hal ini, pajak penghasilan diakui dalam ekuitas.

Beban pajak kini dihitung berdasarkan peraturan perpajakan yang berlaku pada tanggal pelaporan keuangan.

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.

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.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****q. Taxation**

The tax expense for the period comprises current and deferred tax. Tax is recognised in the statements of comprehensive income, except to the extent that it relates to items recognised directly in equity. In this case, the tax is recognised in equity.

The current income tax charge is calculated on the basis of the tax laws enacted at the reporting date.

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.

Management periodically evaluates positions taken in tax returns with respect to situations in which applicable tax regulation is subject to interpretation. It establishes provision where appropriate on the basis of amounts expected to be paid to the tax authorities.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****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

Lab bersih per saham dasar dihitung dengan membagi laba bersih dengan rata-rata tertimbang dari saham yang beredar pada periode yang bersangkutan.

Lab 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.

t. Pelaporan segmen

Pembuat keputusan operasional diidentifikasi sebagai dewan direksi dan komite manajemen eksekutif. Pembuat keputusan operasional menelaah pelaporan internal dengan tujuan untuk menilai kinerja dan mengalokasikan sumber daya. Pembuat keputusan operasional sudah menentukan segmen operasi berdasarkan laporan tersebut dan mempertimbangkan bisnis dari segmen geografis.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****r. Revenue and expenses recognition**

Retail sales represent net revenues earned from the sale of trading products. The 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.

Services fee is recognised when services are performed, provided that the amount can be measured reliably.

Expenses are recognised when incurred on an accrual basis.

s. Earnings per share

Basic earnings per share is computed by dividing net income by the weighted-average number of shares outstanding during the period.

Diluted earnings per share is calculated by dividing net income by the weighted average number of shares outstanding plus the weighted average number of shares outstanding which would be issued on the conversion of the dilutive potential shares.

t. Segment reporting

The chief operating decision-maker has been identified as board of directors and management executive committee. The chief operating decision-maker reviews the Company's internal reporting in order to assess performance and allocate resources. The chief operating decision-maker has determined the operating segment based on this report and considered the business from a geographical segment.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****u. Selisih nilai transaksi restrukturisasi
entitas sepengendali**

Transaksi restrukturisasi entitas sepengendali adalah transaksi yang mengalihkan aset, liabilitas, saham dan instrumen kepemilikan lainnya diantara entitas sepengendali yang tidak menimbulkan laba atau rugi bagi seluruh kelompok perusahaan ataupun entitas individual dalam kelompok perusahaan tersebut. Karena transaksi restrukturisasi entitas sepengendali tidak mengakibatkan perubahan substansi ekonomi kepemilikan lainnya yang dipertukarkan, maka aset maupun liabilitas yang kepemilikannya dialihkan harus dicatat sesuai dengan nilai buku seperti penggabungan usaha berdasarkan metode penyatuan kepemilikan (*pooling of interest*).

Selisih antara harga pengalihan dengan nilai buku sehubungan dengan restrukturisasi entitas sepengendali bukan merupakan *goodwill* melainkan dicatat sebagai akun "Selisih Nilai Transaksi Restrukturisasi Entitas Sepengendali" dan disajikan sebagai bagian dari ekuitas pada laporan posisi keuangan.

Saldo akun "Selisih Nilai Transaksi Restrukturisasi Entitas Sepengendali" dapat berubah pada saat adanya transaksi resiprokal antara entitas sepengendali yang sama, adanya peristiwa kuasi reorganisasi, hilangnya status substansi sepengendalian antara entitas yang pernah bertransaksi, atau pelepasan aset, liabilitas, saham, atau instrumen kepemilikan lainnya yang mendasari terjadinya selisih transaksi restrukturisasi entitas sepengendali ke pihak lain yang tidak sepengendali.

Dalam menerapkan metode penyatuan kepemilikan, unsur-unsur laporan keuangan dari perusahaan yang direstrukturisasi untuk periode terjadinya restrukturisasi tersebut dan untuk periode perbandingan yang disajikan, harus disajikan sedemikian rupa seolah-olah perusahaan tersebut telah bergabung sejak tanggal entitas yang bergabung berada dalam sepengendalian.

**2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING
POLICIES (continued)****u. Difference in value from restructuring
transactions among entities under
common control**

Restructuring transactions of entities under common control are transactions to transfer assets, liabilities, shares and other ownership instruments between parties under the same control which do not result in profit or loss for the whole group or for an individual entity of the group. Since a transaction between entities under common control does not change the economic substance of ownership of the other instruments that are exchanged, both assets and liabilities, the ownership of which is transferred, should be recognised at book value in the same manner as a business combination that is accounted for by use of the pooling of interest method.

The difference between the transfer price and the book value arising from restructuring transactions of entities under common control is not goodwill, but it should be recorded under the account "Difference in Value from Restructuring Transactions among Entities under Common Control" and presented as a component of the equity section in the statements of financial position.

The balance of the account "Difference in Value from Restructuring Transactions among Entities under Common Control" can change when there are reciprocal transactions between entities under common control, there is quasi-reorganisation, loss of under common control substance between transacting entities, or transfer of assets, liabilities, equity or other ownership instruments that cause the difference from restructuring under common entities transactions to another party which is not under common control.

In applying the pooling of interests method, 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 they had been combined from the date when the common control exists.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING
(lanjutan)****v. Instrumen keuangan derivatif**

Instrumen derivatif diakui awalnya sebesar nilai wajar.

Metode pengakuan keuntungan atau kerugian tergantung pada apakah derivatif tersebut ditetapkan sebagai instrumen lindung nilai untuk tujuan akuntansi dan sifat dari risiko yang dilindung nilai.

Perubahan nilai wajar derivatif yang tidak memenuhi kriteria lindung nilai untuk tujuan akuntansi diakui pada laporan laba rugi komprehensif.

Perubahan nilai wajar derivatif yang ditetapkan dan memenuhi kriteria lindung nilai atas arus kas untuk tujuan akuntansi dan efektif, diakui sebagai "pendapatan komprehensif lain" pada akun ekuitas. Saldo akumulasi "pendapatan komprehensif lain" diakui di laporan laba rugi komprehensif pada periode yang sama dengan saat dimana transaksi yang dilindung nilai oleh instrumen derivatif tersebut mempengaruhi laporan laba rugi komprehensif, atau pada saat instrumen tidak lagi memenuhi kriteria akuntansi lindung nilai.

w. 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. Derivative financial instruments**

Derivative instruments are initially recognised at fair value.

The method of recognising the resulting gains or losses depends on whether the derivative is designated as a hedging instrument for accounting purposes at the outset and the nature of the item being hedged.

Changes in the fair value of derivatives that do not meet the criteria of hedging for accounting purposes are recorded in the statements of comprehensive income.

Changes in the fair value of derivative instruments that are designated and qualified as a cash flow hedge for accounting purposes and that are effective are recognised as "other comprehensive income". The accumulated amounts in "other comprehensive income" are recognised in the profit or loss in the same period during which the transactions covered by these derivative instruments affect the statements of comprehensive income, or when a hedge no longer meets the criteria for hedge accounting.

w. Dividend

Dividends 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.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**3. TRANSAKSI PENGGABUNGAN USAHA**

Pada tanggal 1 April 2010, PT Meadow Indonesia mengakuisisi 98% saham Perusahaan. Sehubungan dengan akuisisi tersebut, PT Meadow Indonesia melakukan penawaran wajib berkaitan dengan 2% dari modal ditempatkan Perusahaan yang dimiliki oleh publik. Setelah penyelesaian penawaran wajib tersebut, PT Meadow Indonesia memiliki 98.15% dari modal ditempatkan Perusahaan.

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. Meskipun PT Meadow Indonesia dan Perusahaan bergabung secara hukum pada tanggal 30 September 2011, akan tetapi secara substansi ekonomi dan komersil efektif sejak tanggal akuisisi pada 1 April 2010. 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 "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 dicatat sebagai akun "Selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali" sejumlah Rp 3.767.126 dan disajikan sebagai bagian dari ekuitas di dalam laporan posisi keuangan.

3. MERGER TRANSACTION

On 1 April 2010, PT Meadow Indonesia acquired 98% of the Company's shares. Following the acquisition, a mandatory offer was made by PT Meadow Indonesia in respect of the 2% of the issued share capital of the Company that was held by the public. Upon completion of the mandatory tender offer, PT Meadow Indonesia held 98.15% of the Company's issued share capital.

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. Although PT Meadow Indonesia and the Company had been merged legally on 30 September 2011, the economic and commercial substance of the merger is effective from 1 April 2010, the date of the acquisition. 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 "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 is recorded under the account "Difference in Value from Restructuring Transactions among Entities under Common Control" amounting to Rp 3,767,126 and presented as a component of the equity section in the statements of financial position.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**3. TRANSAKSI PENGGABUNGAN USAHA**
(lanjutan)

Dalam penerapan metode penyatuan kepemilikan, unsur-unsur laporan keuangan dari perusahaan yang melakukan penggabungan usaha untuk periode terjadinya restrukturisasi tersebut dan periode perbandingan yang disajikan, telah disajikan sedemikian rupa seolah-olah penggabungan tersebut telah terjadi sejak awal periode entitas yang bergabung berada dalam sepengendalian, yaitu sejak 1 April 2010. Oleh sebab itu, hasil usaha serta arus kas Perusahaan sebelum akuisisi dikeluarkan. Laporan keuangan perusahaan setelah penggabungan usaha untuk tahun berakhir pada tanggal 31 Desember 2010 menyajikan hasil usaha serta arus kas PT Meadow Indonesia selama 12 bulan dan hasil usaha serta arus kas Perusahaan sebelum penggabungan selama 9 bulan sejak 1 April 2010. Oleh sebab itu, laporan laba rugi komprehensif, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan untuk tahun yang berakhir pada tanggal-tanggal 31 Desember 2012 dan 2011 tidak dapat diperbandingkan dengan laporan-laporan serupa untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2010.

4. ESTIMASI DAN PERTIMBANGAN AKUNTANSI YANG PENTING

Estimasi dan pertimbangan terus dievaluasi berdasarkan pengalaman historis dan faktor-faktor lain, termasuk ekspektasi peristiwa masa depan yang diyakini wajar berdasarkan kondisi yang ada. Hasil aktual dapat berbeda dengan jumlah yang diestimasi. Estimasi dan asumsi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah tercatat aset dan liabilitas diungkapkan di bawah ini.

Imbalan kerja

Nilai kini dari kewajiban imbalan pasti tergantung pada sejumlah faktor yang ditentukan berdasarkan basis aktuarial dengan menggunakan sejumlah asumsi. Asumsi yang digunakan dalam menentukan biaya untuk imbalan pensiun termasuk tingkat diskonto. Setiap perubahan dalam asumsi ini akan berdampak pada nilai tercatat atas kewajiban imbalan pensiun.

3. MERGER TRANSACTION (continued)

In applying the pooling of interest method, the financial statement items of the merged entities for the period in which the restructuring transactions occur and for any comparative periods disclosed have been presented as if the merger had occurred from the date the common control exists, which is from 1 April 2010. Consequently, the preacquisition operating results and cash flows of the Company were excluded. The Company's financial statements post merger for the year ended 31 December 2010 present 12 months of PT Meadow Indonesia's operating results and cash flows, and 9 months of the Company's pre merger operating results and cash flows starting 1 April 2010. Accordingly, the statements of comprehensive income, changes in equity, cash flows and notes to the financial statements for the years ended 31 December 2012 and 2011 are not comparable with these statements for the year ended 31 December 2010.

4. CRITICAL ACCOUNTING ESTIMATES AND JUDGEMENTS

Estimates and judgements are continually evaluated and are based on historical experience and other factors, including expectations of future events that are believed to be reasonable under the circumstances. Actual results may differ from these estimates. The estimates and assumptions that have a significant effect on the carrying amounts of assets and liabilities are disclosed below.

Employee benefits

The present value of the defined benefit obligation depends on a number of factors that are determined on an actuarial basis using a number of assumptions. The assumptions used in determining the cost for retirement benefits include the discount rate. Any changes in these assumptions will impact the carrying amount of retirement benefits obligations.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**4. ESTIMASI DAN PERTIMBANGAN AKUNTANSI
YANG PENTING (lanjutan)****Imbalan kerja (lanjutan)**

Perusahaan menentukan tingkat diskonto yang sesuai pada setiap akhir periode pelaporan. Tingkat bunga ini sebaiknya digunakan untuk menentukan nilai kini dari estimasi arus kas masa depan yang diharapkan akan diperlukan untuk menyelesaikan kewajiban imbalan pensiun. Dalam menentukan tingkat diskonto yang sesuai, Perusahaan mempertimbangkan tingkat suku bunga dari obligasi pemerintah yang didenominasikan dalam mata uang dimana imbalan tersebut akan dibayarkan dan memiliki periode jatuh tempo mendekati ketentuan kewajiban imbalan pensiun yang terkait.

Asumsi kunci lainnya untuk kewajiban pensiun sebagian didasarkan pada kondisi pasar saat ini. Informasi tambahan diungkapkan dalam Catatan 21.

Pada tanggal 31 Desember 2012, jika tingkat diskonto yang digunakan berbeda 1% dari estimasi manajemen, nilai kini dari kewajiban diestimasi akan menjadi lebih rendah sebesar Rp 36,847 atau lebih tinggi Rp 43,046.

Penghasilan tangguhan

Perusahaan membuat estimasi penghasilan tangguhan atas kartu poin loyalitas milik pelanggan yang diterbitkan oleh Perusahaan sebesar Rp 84,358 (2011: Rp 93,388 dan 2010: Rp 60,479). Kartu ini memperbolehkan pelanggan untuk memperoleh poin untuk setiap transaksi pembelian di gerai. Poin tersebut dapat ditukarkan dengan kupon yang nilainya sama dengan konversi atas poin tersebut.

Perhitungan atas penghasilan tangguhan tersebut melibatkan estimasi tingkat pertukaran konversi atas poin tersebut. Ketidakpastian yang terkait dengan faktor tersebut dapat menghasilkan jumlah akhir yang dapat direalisasi berbeda dengan jumlah tercatat penghasilan tangguhan yang dilaporkan.

**4. CRITICAL ACCOUNTING ESTIMATES AND
JUDGEMENTS (continued)****Employee benefits (continued)**

The Company determines the appropriate discount rate at the end of each reporting period. This is the interest rate that should be used to determine the present value of estimated future cash outflows expected to be required to settle the retirement benefits obligations. In determining the appropriate discount rate, the Company considers the interest rates of government bonds that are denominated in the currency in which the benefits will be paid and that have terms to maturity approximating the terms of the related retirement benefits obligations.

Other key assumptions for retirement benefits obligations are based in part on current market conditions. Additional information is disclosed in Note 21.

As at 31 December 2012, were the discount rate used to differ by 1% from management's estimates, the present value of obligations would be an estimated Rp 36,847 lower or Rp 43,046 higher.

Deferred income

The Company made deferred income estimation on loyalty point card owned by customers issued by Company amounting to Rp 84,358 (2011: Rp 93,388 and 2010: Rp 60,479). This card allowed the customer to earn points from each of purchase transaction in stores. This point can be redeemed to get coupon with the same value of the point conversion.

The calculation of this deferred income involves estimating on redemption rate of the point conversion. Uncertainty associated with these factors may result in the ultimate realisable amount being different from the reported carrying amount of deferred income.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/23 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

5. KAS DAN SETARA KAS

5. CASH AND CASH EQUIVALENTS

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Kas				Cash on hand
Rupiah	159,770	87,168	54,076	Rupiah
Bank				Cash in banks
Rupiah				Rupiah
- PT Bank CIMB Niaga Tbk	459,824	712,011	449,704	PT Bank CIMB Niaga Tbk -
- PT Bank International				PT Bank International -
Indonesia Tbk	250,289	136,807	14,029	Indonesia Tbk
- PT Bank Mandiri				PT Bank Mandiri -
(Persero) Tbk	106,321	1,967	1,199	(Persero) Tbk
- PT Bank Central Asia Tbk	37,783	8,406	5,999	PT Bank Central Asia Tbk -
- PT Bank Negara				PT Bank Negara -
Indonesia (Persero) Tbk	11,635	5,949	7,594	Indonesia (Persero) Tbk
- PT Bank Nationalnobu				PT Bank Nationalnobu -
(Nobu Bank)	5,045	-	-	(Nobu Bank)
- PT Bank Permata Tbk	4,820	2,948	2,042	PT Bank Permata Tbk -
- Bank lainnya	1,628	4	-	Other banks -
	<u>1,037,115</u>	<u>955,260</u>	<u>534,643</u>	
Dolar AS				US Dollar
- PT Bank CIMB Niaga Tbk	1,944	844	684	PT Bank CIMB Niaga Tbk -
	<u>1,039,059</u>	<u>956,104</u>	<u>535,327</u>	
Deposito jangka pendek				Short-term bank deposits
Rupiah				Rupiah
- PT Bank CIMB Niaga Tbk	-	-	500,000	PT Bank CIMB Niaga Tbk -
	<u>1,039,059</u>	<u>956,104</u>	<u>1,035,327</u>	
Dikurangi:				Deduct:
Kas dan setara kas yang				Restricted cash and cash
dibatasi penggunaannya				equivalents
PT Bank CIMB Niaga Tbk	(39,187)	(37,130)	(36,087)	PT Bank CIMB Niaga Tbk
	<u>999,872</u>	<u>918,974</u>	<u>999,240</u>	

Suku bunga per tahun untuk deposito Rupiah di tahun 2010 adalah 7%.

The annual interest rate for Rupiah deposits in 2010 was 7%.

Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya merupakan kas untuk jaminan atas pembayaran bunga terhadap pinjaman sindikasi yang difasilitasi PT Bank CIMB Niaga Tbk dan Standard Chartered Bank (lihat Catatan 12).

Restricted cash and cash equivalents is collateral cash for interest payments on syndicated loans that are facilitated by PT Bank CIMB Niaga Tbk and Standard Chartered Bank (see Note 12).

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/24 Schedule

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

6. PERSEDIAAN

6. INVENTORIES

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Pakaian pria	142,480	122,628	100,399	Menswear
Pakaian wanita	121,157	106,474	93,640	Ladieswear
Produk anak-anak	104,297	100,951	80,115	Children product
Sepatu	97,819	87,525	67,450	Shoes
Perlengkapan rumah tangga dan perlengkapan mandi	28,247	30,994	35,304	Household appliances and toiletries
Tas, kosmetik dan aksesoris	<u>32,269</u>	<u>19,273</u>	<u>29,223</u>	Bags, cosmetics and accessories
	526,269	467,845	406,131	
Dikurangi: Provisi untuk persediaan	<u>(6,668)</u>	<u>(5,832)</u>	<u>(5,347)</u>	Less: Provision for inventory
	<u>519,601</u>	<u>462,013</u>	<u>400,784</u>	

Pada tanggal 31 Desember 2012, persediaan Perusahaan telah diasuransikan terhadap risiko kebakaran dan risiko lainnya dengan nilai pertanggungan sejumlah Rp 530.600 (2011: Rp 452.297 dan 2010: Rp 417.206). Manajemen berkeyakinan bahwa jumlah ini telah memadai untuk menutupi kerugian atas risiko-risiko tersebut di atas.

As at 31 December 2012, inventories owned by the Company were insured against losses from fire and other risks for Rp 530,600 (2011: Rp 452,297 and 2010: Rp 417,206). In management's opinion, the insurance is adequate to cover possible losses arising from such risks.

Manajemen berkeyakinan bahwa provisi persediaan cukup memadai untuk menutupi kemungkinan kerugian karena penurunan nilai persediaan dan risiko kehilangan persediaan.

Management believes that the provision for inventory is adequate to cover loss due to the decline in the value of inventories and risk from inventory loss.

7. ASET TETAP

7. FIXED ASSETS

	<u>2012</u>					
	<u>Awal/ Beginning</u>	<u>Penambahan/ Addition</u>	<u>Reklasifikasi/ Reclassification</u>	<u>Pengurangan/ Disposal</u>	<u>Akhir/ Ending</u>	
Nilai perolehan						Acquisition cost
Renovasi bangunan	251,188	13,561	59,632	(2)	324,379	Building renovation
Peralatan dan instalasi	658,041	145,424	41,804	(4,543)	840,726	Equipment and installation
Kendaraan	2,218	-	-	-	2,218	Vehicles
Aset dalam pembangunan	<u>28,348</u>	<u>89,512</u>	<u>(101,436)</u>	<u>-</u>	<u>16,424</u>	Assets under construction
	<u>939,795</u>	<u>248,497</u>	<u>-</u>	<u>(4,545)</u>	<u>1,183,747</u>	
Akumulasi Penyusutan						Accumulated depreciation
Renovasi bangunan	(113,691)	(60,166)	-	2	(173,855)	Building renovation
Peralatan dan instalasi	(201,603)	(115,586)	-	3,249	(313,940)	Equipment and installation
Kendaraan	<u>(1,610)</u>	<u>(337)</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>(1,947)</u>	Vehicles
	<u>(316,904)</u>	<u>(176,089)</u>	<u>-</u>	<u>3,251</u>	<u>(489,742)</u>	
Nilai buku bersih	<u>622,891</u>				<u>694,005</u>	Net book value

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/25 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

7. ASET TETAP (lanjutan)

7. FIXED ASSETS (continued)

	2011					
	<i>Awal/ Beginning</i>	<i>Penambahan/ Addition</i>	<i>Reklasifikasi/ Reclassification</i>	<i>Pengurangan/ Disposal</i>	<i>Akhir/ Ending</i>	
Nilai perolehan						Acquisition cost
Renovasi bangunan	210,695	10,342	34,227	(4,076)	251,188	Building renovation
Peralatan dan instalasi	516,819	121,471	26,414	(6,663)	658,041	Equipment and installation
Kendaraan	1,485	733	-	-	2,218	Vehicles
Aset dalam pembangunan	6,157	82,832	(60,641)	-	28,348	Assets under construction
	<u>735,156</u>	<u>215,378</u>	<u>-</u>	<u>(10,739)</u>	<u>939,795</u>	
Akumulasi penyusutan						Accumulated depreciation
Renovasi bangunan	(62,289)	(52,866)	-	1,464	(113,691)	Building renovation
Peralatan dan instalasi	(99,977)	(103,520)	-	1,894	(201,603)	Equipment and installation
Kendaraan	(791)	(819)	-	-	(1,610)	Vehicles
	<u>(163,057)</u>	<u>(157,205)</u>	<u>-</u>	<u>3,358</u>	<u>(316,904)</u>	
Nilai buku bersih	<u>572,099</u>				<u>622,891</u>	Net book value
	2010					
	<i>Awal/ Beginning</i>	<i>Penambahan/ Addition</i>	<i>Reklasifikasi/ Reclassification</i>	<i>Pengurangan/ Disposal</i>	<i>Akhir/ Ending</i>	
Nilai perolehan						Acquisition cost
Renovasi bangunan	165,206	5,497	39,992	-	210,695	Building renovation
Peralatan dan instalasi	398,812	100,114	17,943	(50)	516,819	Equipment and installation
Kendaraan	1,224	261	-	-	1,485	Vehicles
Aset dalam pembangunan	9,275	54,817	(57,935)	-	6,157	Assets under construction
	<u>574,517</u>	<u>160,689</u>	<u>-</u>	<u>(50)</u>	<u>735,156</u>	
Akumulasi penyusutan						Accumulated depreciation
Renovasi bangunan	(21,665)	(40,624)	-	-	(62,289)	Building renovation
Peralatan dan instalasi	(33,042)	(66,958)	-	23	(99,977)	Equipment and installation
Kendaraan	(260)	(531)	-	-	(791)	Vehicles
	<u>(54,967)</u>	<u>(108,113)</u>	<u>-</u>	<u>23</u>	<u>(163,057)</u>	
Nilai buku bersih	<u>519,550</u>				<u>572,099</u>	Net book value

Perhitungan kerugian penjualan aset tetap adalah sebagai berikut:

The calculation of the loss on sale of fixed assets is as follows:

	2012	2011	2010	
Hasil penjualan	1,058	510	499	Sales proceeds
Nilai buku bersih	(1,294)	(7,381)	(27)	Net book value
				Net book value of
Nilai buku aset tetap yang terbakar (lihat Catatan 32)	-	5,460	-	fixed assets destroyed by fire (see Note 32)
(Kerugian)/keuntungan penjualan aset tetap	<u>(236)</u>	<u>(1,411)</u>	<u>472</u>	(Loss)/gain on sale of fixed assets

Beban penyusutan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2012 sejumlah Rp 176.089 (2011: Rp 157.205 dan 2010: Rp 108.113) telah dibebankan sebagai beban umum dan administrasi (lihat Catatan 19).

Depreciation expenses for the year ended 31 December 2012 of Rp 176,089 (2011: Rp 157,205 and 2010: Rp 108,113) were charged as general and administration expenses (see Note 19).

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**7. ASET TETAP (lanjutan)**

Pada tanggal 31 Desember 2012, aset tetap diasuransikan terhadap risiko kerugian akibat kebakaran dan risiko kerugian lainnya dengan nilai pertanggungan sebesar Rp 1.223.112 (2011: Rp 990.676 dan 2010: Rp 888.985). Manajemen berkeyakinan bahwa jumlah ini telah memadai untuk menutupi kerugian atas risiko-risiko tersebut di atas.

Manajemen berkeyakinan bahwa tidak terdapat penurunan nilai buku dari aset tetap.

Aset dalam pembangunan terdiri atas renovasi bangunan, peralatan dan instalasi. Pada 31 Desember 2012, persentase penyelesaian rata-rata atas aset dalam pembangunan yang diakui dalam pelaporan keuangan adalah berkisar 20%-70% dan diperkirakan akan selesai pada tahun 2013 (2011: 20%-75% dan 2010: 20%-95%).

7. FIXED ASSETS (continued)

As at 31 December 2012, fixed assets were insured against losses from fire and other risks for Rp 1,223,112 (2011: Rp 990,676 and 2010: Rp 888,985). In management's opinion, the insurance is adequate to cover possible losses arising from such risks.

Management believes there was no impairment of fixed assets.

Assets under construction comprised building renovation, equipment and installation. As at 31 December 2012, the average percentage of completion of the assets under construction recognised for financial reporting ranged from 20%-70% and construction is estimated to be completed in the year 2013 (2011: 20%-75% and 2010: 20%-95%).

8. BIAYA DIBAYAR DIMUKA - SEWA**8. PREPAID EXPENSES - LEASE**

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
PT Matahari Putra Prima Tbk	234,841	3,531	2,995	PT Matahari Putra Prima Tbk
PT Mitra Anda Sukses				PT Mitra Anda Sukses
Bersama	29,928	-	-	Bersama
PT Suryana Istana Pasundan	20,383	14,361	8,819	PT Suryana Istana Pasundan
PT Borneo Inti Graha	8,282	-	-	PT Borneo Inti Graha
PT Paramita Bangun Persada	8,025	602	-	PT Paramita Bangun Persada
Lain-lain	<u>55,988</u>	<u>71,711</u>	<u>53,966</u>	Others
	357,447	90,205	65,780	
Bagian lancar:				Current portion:
Uang muka sewa	(13,653)	(11,208)	(23,261)	Rental advance
Biaya dibayar dimuka - sewa	<u>(73,696)</u>	<u>(49,190)</u>	<u>(28,041)</u>	Prepaid expense - lease
Sewa jangka panjang	<u>270,098</u>	<u>29,807</u>	<u>14,478</u>	Long-term lease

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/27 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
*(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)*

9. UTANG USAHA - PIHAK KETIGA

9. TRADE PAYABLES - THIRD PARTIES

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Pembelian	380,873	322,009	262,273	<i>Purchase</i>
Konsinyasi	<u>673,872</u>	<u>569,189</u>	<u>456,205</u>	<i>Consignment</i>
	<u>1,054,745</u>	<u>891,198</u>	<u>718,478</u>	

Utang usaha pembelian merupakan liabilitas kepada para pemasok pihak ketiga dalam rangka pembelian barang dagangan.

Trade payables of purchase represent liabilities to third party suppliers for the purchase of merchandise.

Utang usaha konsinyasi merupakan liabilitas yang berasal dari hasil penjualan konsinyasi yang belum disetorkan sampai dengan tanggal laporan posisi keuangan.

Trade payables of consignment represent liabilities arising from consignment sales proceeds received, but not yet remitted as of statements of financial position date.

Pada tanggal 31 Desember 2012, 2011 dan 2010, seluruh nilai tercatat utang usaha berdenominasi Rupiah dan tidak ada jaminan yang diberikan sehubungan dengan utang usaha.

As at 31 December 2012, 2011 and 2010 all the carrying amount of the Company's trade payables were denominated in Rupiah and no collateral is pledged in respect of the trade payables.

10. AKRUAL

10. ACCRUALS

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Bonus dan insentif	102,405	86,706	83,642	<i>Bonus and incentives</i>
Utilitas	53,128	52,253	44,268	<i>Utilities</i>
Aset tetap	29,554	23,825	16,446	<i>Fixed assets</i>
Sewa	26,758	41,801	23,210	<i>Rent</i>
Pemasaran	25,229	20,945	19,284	<i>Marketing</i>
Transportasi	9,488	10,397	5,830	<i>Transportation</i>
Konsultan	6,376	6,156	1,126	<i>Consultant</i>
Bunga	5,189	1,597	2,989	<i>Interest</i>
Perjalanan dinas	1,658	3,896	2,518	<i>Business travel</i>
Pajak reklame	402	438	2,822	<i>Billboard tax</i>
Lain-lain	<u>10,579</u>	<u>5,343</u>	<u>6,072</u>	<i>Others</i>
	<u>270,766</u>	<u>253,357</u>	<u>208,207</u>	

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/28 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

11. PERPAJAKAN**11. TAXATION****a. Pajak dibayar dimuka****a. Prepaid taxes**

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Pajak Pertambahan Nilai	<u>44,722</u>	<u>45,821</u>	<u>23,728</u>	Value Added Tax

b. Utang pajak**b. Taxes payable**

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Pajak Penghasilan:				Income taxes:
Badan				Corporate
- Pasal 25	19,185	33,814	3,517	Article 25 -
- Pasal 29	<u>162,155</u>	<u>80,022</u>	<u>135,174</u>	Article 29 -
	<u>181,340</u>	<u>113,836</u>	<u>138,691</u>	
Lain-lain				Others
- Pasal 21	2,724	3,695	12,107	Article 21 -
- Pasal 23 dan 4 (2)	6,437	9,829	14,385	Articles 23 and 4 (2) -
- Pasal 26	<u>514</u>	<u>487</u>	<u>903</u>	Article 26 -
	<u>9,675</u>	<u>14,011</u>	<u>27,395</u>	
	<u>191,015</u>	<u>127,847</u>	<u>166,086</u>	

c. Beban/(manfaat) pajak penghasilan**c. Income tax expense/(benefit)**

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Kini	383,346	312,575	206,288	Current
Tangguhan	<u>4,768</u>	<u>(42,629)</u>	<u>8,310</u>	Deferred
	<u>388,114</u>	<u>269,946</u>	<u>214,598</u>	

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS**
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**11. PERPAJAKAN (lanjutan)****11. TAXATION (continued)**

c. Beban/(manfaat) pajak penghasilan (lanjutan)				c. Income tax expense/(benefit) (continued)
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:
	2012	2011	2010	
Laba sebelum pajak penghasilan	1,158,995	735,594	277,215	Profit before income tax
Perbedaan temporer:				Temporary differences:
- Kewajiban imbalan kerja	43,073	31,891	19,300	Employee benefits - obligations
- Penyusutan dan amortisasi	(62,979)	(67,567)	(57,882)	Depreciation and - amortisation
- Provisi untuk persediaan	836	485	5,347	Provision for inventory -
Perbedaan permanen:				Permanent differences:
- Beban yang tidak dapat dikurangkan	420,671	583,446	605,259	Non deductible expenses -
- Pendapatan yang telah dikenakan pajak final	(27,211)	(33,551)	(24,088)	Income subject to final tax -
Penghasilan kena pajak	<u>1,533,385</u>	<u>1,250,298</u>	<u>825,151</u>	Taxable income
Beban pajak penghasilan kini	383,346	312,575	206,288	Current income tax expense
Efek penggabungan usaha	-	-	22,382	Effect of merger
Pembayaran pajak penghasilan dimuka:				Prepayment of income taxes:
- Pasal 23	(46)	(69,796)	(46,313)	Article 23 -
- Pasal 25	(221,145)	(162,757)	(47,183)	Article 25 -
Kurang bayar pajak penghasilan	<u>162,155</u>	<u>80,022</u>	<u>135,174</u>	Income tax underpayment

Dalam laporan keuangan ini jumlah penghasilan kena pajak untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2012 didasarkan atas perhitungan sementara sampai Perusahaan menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan pajak penghasilan badan.

In these financial statements, the amounts of taxable income for the year ended 31 December 2012 are based on a preliminary calculation until the Company submits its annual corporate income tax returns.

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
*(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)*

11. PERPAJAKAN (lanjutan)**11. TAXATION (continued)**

c. Beban/(manfaat) pajak penghasilan (lanjutan)				c. Income tax expense/(benefit) (continued)
Rekonsiliasi antara beban pajak penghasilan Perusahaan dengan hasil perkalian laba akuntansi Perusahaan sebelum pajak penghasilan dengan tarif pajak yang berlaku adalah sebagai berikut:				
	2012	2011	2010	
Laba sebelum pajak penghasilan	<u>1,158,995</u>	<u>735,594</u>	<u>277,215</u>	<i>Profit before income tax</i>
Pajak dihitung pada tarif yang berlaku (25%)	289,749	183,899	69,304	<i>Tax calculated at applicable rate (25%)</i>
Pendapatan yang telah dikenakan pajak final	(6,803)	(8,388)	(6,022)	<i>Income subject to final tax</i>
Penyesuaian saldo awal aset pajak tangguhan dari aset tetap	-	(51,426)	-	<i>Adjustment on beginning balance of deferred tax asset from fixed assets</i>
Beban yang tidak dapat dikurangkan	<u>105,168</u>	<u>145,861</u>	<u>151,316</u>	<i>Non deductible expenses</i>
Beban pajak penghasilan	<u><u>388,114</u></u>	<u><u>269,946</u></u>	<u><u>214,598</u></u>	<i>Income tax expense</i>

d. Aset pajak tangguhan**d. Deferred tax assets**

	Awal/ Beginning 2012	Dikreditkan/ (dibebankan) ke laporan laba rugi komprehensif/ Credited/ (charged) to statements of comprehensive income	Akhir/ Ending 2012	
Kewajiban imbalan kerja	43,212	10,768	53,980	<i>Employee benefits obligations</i>
Provisi untuk persediaan	1,458	209	1,667	<i>Provision for inventory</i>
Perbedaan antara nilai buku bersih aset tetap komersial dan fiskal	13,949	(15,745)	(1,796)	<i>Difference between commercial and fiscal net book value of fixed assets</i>
	<u>58,619</u>	<u>(4,768)</u>	<u>53,851</u>	
	Awal/ Beginning 2011	Dikreditkan/ (dibebankan) ke laporan laba rugi komprehensif/ Credited/ (charged) to statements of comprehensive income	Akhir/ Ending 2011	
Kewajiban imbalan kerja	35,239	7,973	43,212	<i>Employee benefits obligations</i>
Provisi untuk persediaan	1,337	121	1,458	<i>Provision for inventory</i>
Perbedaan antara nilai buku bersih aset tetap komersial dan fiskal	(20,586)	34,535	13,949	<i>Difference between commercial and fiscal net book value of fixed assets</i>
	<u>15,990</u>	<u>42,629</u>	<u>58,619</u>	

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/31 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010
 (Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
 kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
 (Expressed in millions of Rupiah,
 unless otherwise stated)

11. PERPAJAKAN (lanjutan)**11. TAXATION (continued)****d. Aset pajak tangguhan (lanjutan)****d. Deferred tax assets (continued)**

	<u>Awal/ Beginning 2010</u>	<u>Dikreditkan/ (dibebankan) ke laporan laba rugi komprehensif/ Credited/ (charged) to statements of comprehensive income</u>	<u>Akhir/ Ending 2010</u>	
Kewajiban imbalan kerja	30,415	4,824	35,239	Employee benefits obligations
Provisi untuk persediaan	-	1,337	1,337	Provision for inventory
Perbedaan antara nilai buku bersih aset tetap komersial dan fiskal	(6,115)	(14,471)	(20,586)	Difference between commercial and fiscal net book value of fixed assets
	<u>24,300</u>	<u>(8,310)</u>	<u>15,990</u>	

e. Administrasi**e. Administration**

Berdasarkan Undang-Undang Perpajakan yang berlaku di Indonesia, Perusahaan menghitung, menetapkan dan membayar sendiri besarnya jumlah pajak yang terutang. Untuk tahun pajak sebelum 2008, DJP dapat menetapkan atau mengubah kewajiban pajak dalam batas waktu sepuluh tahun sejak saat terutangnya pajak, atau akhir tahun 2013, mana yang lebih awal. Untuk tahun pajak 2008 dan tahun-tahun selanjutnya, DJP dapat menetapkan atau mengubah kewajiban pajak tersebut dalam batas waktu lima tahun sejak saat terutangnya pajak.

Under the Taxation Laws of Indonesia, the Company submits tax returns on the basis of self assessment. For fiscal years before 2008, DGT may assess or amend taxes within ten years of the time the tax becomes due, or until the end of 2013, whichever is earlier. For fiscal year 2008 and subsequent years, the DGT may assess or amend taxes within five years of the time the tax becomes due.

12. PINJAMAN BANK**12. BANK LOANS**

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Pinjaman sindikasi:				Syndicated loan:
- PT Bank CIMB				PT Bank CIMB -
Niaga Tbk ("CIMB")	1,212,393	907,774	1,138,750	Niaga Tbk ("CIMB")
- Standard Chartered Bank	666,465	598,851	1,138,750	Standard Chartered Bank -
- PT Bank International				PT Bank International -
Indonesia Tbk	1,105,276	763,295	570,000	Indonesia Tbk
- PT Bank Danamon				PT Bank Danamon -
Indonesia Tbk	85,119	113,593	142,500	Indonesia Tbk
- PT Bank Permata Tbk		77,671	97,500	PT Bank Permata Tbk -
Dikurangi:				Less:
Beban ditangguhkan	(110,157)	(93,726)	(120,471)	Deferred charges
	2,959,096	2,367,458	2,967,029	
Dikurangi:				Less:
Bagian jatuh tempo				Portion due within
dalam satu tahun	(483,935)	(284,947)	(233,255)	one year
Bagian jatuh tempo lebih				
dari satu tahun	<u>2,475,161</u>	<u>2,082,511</u>	<u>2,733,774</u>	Portion due over one year

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**12. PINJAMAN BANK (lanjutan)****Pinjaman sindikasi**

Pada tanggal 5 Maret 2010, Perusahaan, selaku peminjam, mengadakan perjanjian fasilitas pinjaman sindikasi dengan beberapa bank (CIMB, Standard Chartered Bank, PT Bank International Indonesia Tbk, PT Bank Danamon Indonesia Tbk, PT Bank Permata Tbk), yang difasilitasi CIMB dan Standard Chartered Bank, dengan total nilai fasilitas sebesar Rp 3.500.000 yang terdiri dari fasilitas pinjaman jangka panjang sebesar Rp 3.250.000 dan pinjaman revolving sebesar Rp 250.000.

Atas fasilitas pinjaman ini, pada tanggal 1 April 2010, sebesar Rp 3.250.000 telah ditarik. Pinjaman ini dikenakan bunga dengan suku bunga mengambang sebesar SBI + 6% per tahun yang harus dibayar setiap kuartal sampai dengan 30 Desember 2016. Pada tanggal 8 Juli 2011, perjanjian tersebut telah diubah mengenai perubahan suku bunga mengambang sebesar tingkat bunga deposito berjangka + 6%. Pinjaman yang diperoleh diperuntukan untuk mendanai PT Meadow Indonesia untuk mengakuisisi Perusahaan dan modal kerja Perusahaan.

Sejak tanggal 6 September 2010, Perusahaan mendapatkan fasilitas swap suku bunga dari Standard Chartered Bank untuk bagian tertentu dari saldo pinjaman sindikasi bank dengan bunga tetap sebesar 8,42%. Fasilitas ini telah digunakan oleh Perusahaan dan akan berakhir pada 30 Juni 2013.

Pada tanggal 28 Februari 2011 dan 8 Maret 2012, Perusahaan telah melakukan pembayaran pokok pinjaman dipercepat masing-masing sebesar Rp 400.000 dan Rp 350.000.

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 yang telah ditarik penuh oleh Perusahaan tanggal 7 Agustus 2012. Pinjaman ini dibayar setiap kuartal dengan pembayaran pertama dilakukan pada tanggal 31 Maret 2013 sampai dengan 30 Desember 2016. Tujuan dari tambahan fasilitas baru adalah untuk pelunasan pokok dan hutang bunga atas pinjaman dari PT Matahari Pacific (lihat Catatan 23).

12. BANK LOANS (continued)**Syndicated loan**

On 5 March 2010, the Company, as the borrower, entered into a syndicated loan facility agreement with several banks (CIMB, Standard Chartered Bank, PT Bank International Indonesia Tbk, PT Bank Danamon Indonesia Tbk, PT Bank Permata Tbk), facilitated by CIMB and Standard Chartered Bank, with total facility amount of Rp 3,500,000 which comprised long term loan facility of Rp 3,250,000 and revolving loan facility of Rp 250,000.

For this loan facility, Rp 3,250,000 was drawn down on 1 April 2010. The loan had a floating interest rate at SBI + 6% per annum that was payable quarterly until 30 December 2016. On 8 July 2011, the agreement was amended regarding the changes in floating interest rate at the time deposit + 6%. The purpose of the loans is to finance PT Meadow Indonesia to acquire the Company and the Company's working capital.

Starting on 6 September 2010, the Company entered into an interest rate swap facility with Standard Chartered Bank for certain portion of the syndicated loan balance with a fixed interest rate of 8.42%. The facility has been utilised by the Company and will end on 30 June 2013.

On 28 February 2011 and 8 March 2012, the Company made accelerated payments of the loan principal amounting to Rp 400,000 and Rp 350,000, respectively.

On 28 June 2012, the Company signed an Amendment and Restatement of the syndicated loan facility agreement. In the amendment to the agreement, the Company obtained additional loan facility of Rp 1,225,000 which has been fully drawn down on 7 August 2012. This loan is payable quarterly with first installment on 31 March 2013 until 30 December 2016. The purpose of this new facility is for repayment of the remaining principal and accrued interest of the outstanding loan from PT Matahari Pacific (see Note 23).

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**12. PINJAMAN BANK (lanjutan)****Pinjaman sindikasi (lanjutan)**

Tingkat suku bunga untuk fasilitas pinjaman sindikasi yang terdahulu dan yang baru berubah menjadi JIBOR + 4,75% yang dibayar di setiap kuartal.

Berdasarkan Akta Notaris Sutjipto, S.H., MKn., No. 26 tanggal 6 Juli 2010, Perusahaan memberikan jaminan fidusia atas fasilitas pinjaman sindikasi berupa seluruh kas dan setara kas, persediaan dan aset tetap yang dimiliki Perusahaan kepada CIMB.

Perusahaan juga diwajibkan untuk memiliki kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya sebesar Rp 39.187 pada tanggal 31 Desember 2012 (2011: Rp 37.130 dan 2010: Rp 36.087) (lihat Catatan 5).

Sesuai dengan perjanjian fasilitas pinjaman sindikasi, Perusahaan diwajibkan memenuhi batasan-batasan tertentu antara lain batasan rasio keuangan seperti rasio *net leverage*, *gross leverage*, dan *debt service coverage*. Pada tanggal 31 Desember 2012, 2011 dan 2010, Perusahaan telah memenuhi batasan-batasan yang diwajibkan dalam perjanjian pinjaman tersebut.

Pada tanggal 31 Desember 2012, 2011 dan 2010 Perusahaan memiliki fasilitas pinjaman *revolving* yang belum digunakan sebesar Rp 250.000.

12. BANK LOANS (continued)**Syndicated loan (continued)**

The interest rate applied for the existing and new syndicated loan facilities changed to JIBOR + 4.75% per annum which is payable quarterly.

Based on Notarial Deed No. 26 dated 6 July 2010 of Sutjipto, S.H., MKn., the Company provided a fiduciary guarantee for the syndicated loan facility by using all cash and cash equivalents, inventories and fixed assets to CIMB.

The Company is also required to maintain restricted cash and cash equivalents amounting to Rp 39,187 as at 31 December 2012 (2011: Rp 37,130 and Rp 36,087) (see Note 5).

Based on the syndicated loan facility agreement, the Company is required to comply with certain covenants such as financial ratio covenants that consist of net leverage, gross leverage and debt service coverage ratio. As at 31 December 2012, 2011 and 2010, the Company has complied with the covenants in the borrowing agreement.

As at 31 December 2012, 2011 and 2010 the Company has undrawn revolving borrowing facilities of Rp 250,000.

13. MODAL SAHAM

Komposisi pemegang saham Perusahaan pada tanggal 31 Desember 2012 dan 2011 adalah sebagai berikut:

13. SHARE CAPITAL

The composition of the Company's shareholders as at 31 December 2012 and 2011 was as follows:

	Jumlah saham ditempatkan dan disetor/ Number of shares issued and paid	Persentase kepemilikan/ Percentage of ownership	Jumlah/ Total
<u>Seri A - nilai nominal Rp 5.000 (nilai penuh)/ Type A - par value Rp 5,000 (full amount)</u>			
Asia Color Company Ltd	4,683,831	0.16	23,419
Lain-lain/Others	1,485,129	0.05	7,426
Sub-jumlah/sub-total	6,168,960	0.21	30,845
<u>Seri B - nilai nominal Rp 350 (nilai penuh)/ Type B - par value Rp 350 (full amount)</u>			
Asia Color Company Ltd	211,037,131	7.23	73,863
Lain-lain/Others	48,059,189	1.65	16,821
Sub-jumlah/sub-total	259,096,320	8.88	90,684
<u>Seri C - nilai nominal Rp 100 (nilai penuh)/ Type C - par value Rp 100 (full amount)</u>			
Asia Color Company Ltd	2,648,213,669	90.76	264,821
Lain-lain/Others	4,439,131	0.15	444
Sub-jumlah/sub-total	2,652,652,800	90.91	265,265
	2,917,918,080	100.00	386,794

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**13. MODAL SAHAM (lanjutan)**

Komposisi pemegang saham tersebut adalah setelah transaksi penggabungan usaha (lihat Catatan 1b).

Tidak terdapat perbedaan hak antara saham seri A, B dan C.

Komposisi pemegang saham Perusahaan 31 Desember 2010 adalah sebagai berikut:

13. SHARE CAPITAL (continued)

The composition of the Company's shareholders was after the merger transaction (see Note 1b).

There are no differences in the rights of type A, B and C shares.

The composition of the Company's shareholders as at 31 December 2010 was as follows:

	Jumlah saham ditempatkan dan disetor/ Number of shares issued and paid	Persentase kepemilikan/ Percentage of ownership	Jumlah/ Total
<u>Seri A - nilai nominal Rp 5.000 (nilai penuh)/</u> <u>Type A - par value Rp 5,000 (full amount)</u>			
PT Meadow Indonesia	4,683,842	0.16	23,419
Lain-lain/Others	1,485,118	0.05	7,426
Sub-jumlah/sub-total	6,168,960	0.21	30,845
<u>Seri B - nilai nominal Rp 350 (nilai penuh)/</u> <u>Type B - par value Rp 350 (full amount)</u>			
PT Meadow Indonesia	211,037,636	7.23	73,863
Lain-lain/Others	48,058,684	1.65	16,821
Sub-jumlah/sub-total	259,096,320	8.88	90,684
<u>Seri C - nilai nominal Rp 100 (nilai penuh)/</u> <u>Type C - par value Rp 100 (full amount)</u>			
PT Meadow Indonesia	2,648,220,000	90.76	264,822
Lain-lain/Others	4,432,800	0.15	443
Sub-jumlah/sub-total	2,652,652,800	90.91	265,265
	2,917,918,080	100.00	386,794

14. TAMBAHAN MODAL DISETOR

Rincian akun ini pada posisi tanggal 31 Desember 2012, 2011 dan 2010 adalah sebagai berikut:

Agio saham atas PUT I dan II kepada para pemegang saham dalam rangka penerbitan

Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu ("HMETD")/

Share premium from LPO I and II with pre-emptive rights to the shareholders

Beban emisi saham/Share issuance expense

Bersih/Net

198,023

(2,831)

195,192

Agio saham yang berasal dari PUT I dan II kepada para pemegang saham dalam rangka penerbitan HMETD masing-masing sebesar Rp 38.864 dan Rp 159.159.

Beban emisi saham yang berasal dari PUT I kepada para pemegang saham dalam rangka penerbitan HMETD adalah sebesar Rp 2.831.

14. ADDITIONAL PAID IN CAPITAL

The account details as at 31 December 2012, 2011 and 2010 was as follows:

The share premiums arising from the LPO I and II to the shareholders regarding issuance of pre-emptive rights were Rp 38,864 and Rp 159,159, respectively.

Share issuance expenses arising from LPO I to shareholders regarding issuance of pre-emptive rights was Rp 2,831.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**15. PENCADANGAN SALDO LABA DAN DIVIDEN**

Berdasarkan Undang-undang Perseroan Terbatas, Perusahaan diharuskan untuk membuat penyisihan cadangan wajib hingga sekurang-kurangnya 20% dari jumlah modal yang ditempatkan dan disetor penuh.

Berdasarkan rapat umum pemegang saham tahunan yang diaktakan dengan Akta Notaris Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, S.H. No. 6 tanggal 4 Mei 2011, para pemegang saham Perusahaan menyetujui diantaranya:

- a. pencadangan saldo laba sebesar Rp 6.250; dan
- b. pembagian dividen dari penghasilan bersih tahun 2010 sebesar Rp 134.953 yang dibayarkan pada tanggal 30 Juni 2011 dan 15 September 2011;

Dividen untuk PT Meadow Indonesia telah dieliminasi untuk tujuan pelaporan keuangan pada waktu penggabungan usaha menjadi efektif. Oleh sebab itu, dividen yang dicatat di dalam laporan perubahan ekuitas menjadi Rp 2.496.

Perubahan ini telah diterima oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam Surat Penerimaan Pemberitahuan Perubahan Data Perusahaan No. AHU-AH.01.10-24155 tanggal 28 Juli 2011 dan telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan No. AHU-0062043.AH.01.09 Tahun 2011 tanggal 28 Juli 2011.

Berdasarkan rapat umum pemegang saham tahunan yang diaktakan dalam Akta Notaris Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, S.H. No. 99 tanggal 22 Juni 2012 dan yang telah dimuat dalam akta Pernyataan Keputusan Rapat No.55 tanggal 27 Juli 2012 yang dibuat di hadapan Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, S.H., yang mana 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.01.10.29626 tanggal 9 Agustus 2012 dan telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan No.AHU-0072998.AH.01.09 Tahun 2012 tanggal 9 Agustus 2012 (lihat Catatan 1), para pemegang saham Perusahaan menyetujui, diantaranya, penambahan pencadangan saldo laba sebesar Rp 4.700.

15. APPROPRIATION OF RETAINED EARNINGS AND DIVIDEND

Under Indonesian Limited Company Law, companies are required to set up a statutory reserve amounting to at least 20% of the issued and paid up capital.

Based on the annual shareholders' meeting which was notarised by Notarial Deed No. 6 dated 4 May 2011 of Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, S.H., the Company's shareholders approved, among others:

- a. appropriation of retained earnings amounting to Rp 6,250; and
- b. the declaration of dividend from 2010 net profit amounting to Rp 134,953 paid on 30 June 2011 and 15 September 2011;

The dividend to PT Meadow Indonesia had been eliminated for the financial reporting purposes when the merger became effective. As a result, the dividend recorded in the statements of changes in equity became Rp 2,496.

This amendment was received by the Minister of Law and Human Rights as stated in the Letter of Change in the Company's Data No. AHU-AH.01.10-24155 dated 28 July 2011 and was registered in the Company List No. AHU-0062043.AH.01.09 Year 2011 dated 28 July 2011.

Based on the annual shareholders' meeting which was notarised in Notarial Deed No. 99 dated 22 June 2012 by Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, S.H., and also in Shareholder's Resolution Deed No.55 dated 27 July 2012 by Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, S.H., which amendment was received by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia, as stated also in the Letter of Change in the Company's Articles of Association of PT Matahari Department Store Tbk No.AHU-AH.01.10.29626 dated 9 August 2012 and was registered in Company List No.AHU-0072998.AH.01.09 Year 2012 dated 9 August 2012 (see Note 1), the Company's shareholders approved, among others, additional appropriation of retained earnings amounting to Rp 4,700.

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/36 Schedule

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS****31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**16. PENJUALAN KONSINYASI - BERSIH****16. CONSIGNMENT SALES - NET**

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Penjualan konsinyasi	7,712,146	6,629,104	4,493,082	Consignment sales
Beban penjualan konsinyasi	<u>(5,305,270)</u>	<u>(4,550,328)</u>	<u>(3,092,855)</u>	Cost of consignment sales
	<u>2,406,876</u>	<u>2,078,776</u>	<u>1,400,227</u>	

17. BEBAN POKOK PENDAPATAN**17. COST OF REVENUE**

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Persediaan awal	467,845	406,131	324,984	Merchandise for sale - beginning
Pembelian bersih	<u>1,950,987</u>	<u>1,645,812</u>	<u>1,241,515</u>	Purchases - net
Persediaan yang tersedia untuk dijual	2,418,832	2,051,943	1,566,499	Merchandise available for sale
Persediaan akhir	(526,269)	(467,845)	(406,131)	Merchandise for sale - ending
Provisi untuk persediaan	836	485	5,347	Provision for inventory
Kerugian atas kebakaran gerai (lihat Catatan 32)	<u>-</u>	<u>(3,846)</u>	<u>-</u>	Loss due to fire in store (see Note 32)
Beban pokok persediaan	1,893,399	1,580,737	1,165,715	Cost of merchandise
Beban pokok pendapatan jasa	<u>17,390</u>	<u>14,479</u>	<u>7,708</u>	Cost of revenue from services fee
Beban pokok pendapatan	<u>1,910,789</u>	<u>1,595,216</u>	<u>1,173,423</u>	Cost of revenue

Tidak terdapat transaksi pembelian persediaan dari pemasok yang secara individu melebihi 10% dari jumlah pembelian bersih untuk setiap tahun.

There was no purchase from an individual supplier with transactions more than 10% of total net purchases for each year ended.

18. BEBAN PENJUALAN**18. SELLING EXPENSES**

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Sewa	694,543	629,446	430,746	Rent
Pemasaran	142,405	104,125	68,714	Marketing
Jasa operasional	118,335	94,726	72,730	Operational services
Kartu kredit	38,853	35,606	24,602	Credit card
Kantong plastik	25,009	23,380	16,098	Plastic bag
Lain-lain	<u>30,448</u>	<u>25,626</u>	<u>14,630</u>	Others
	<u>1,049,593</u>	<u>912,909</u>	<u>627,520</u>	

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/37 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010
 (Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
 kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
 (Expressed in millions of Rupiah,
 unless otherwise stated)

19. BEBAN UMUM DAN ADMINISTRASI**19. GENERAL AND ADMINISTRATION EXPENSES**

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Gaji dan kesejahteraan karyawan	615,173	505,272	340,421	Salaries and allowance
Utilitas dan telekomunikasi	186,338	176,350	121,569	Utility and telecommunication
Penyusutan (lihat Catatan 7)	176,089	157,205	108,113	Depreciation (see Note 7)
Asuransi	28,961	22,788	17,213	Insurance
Perjalanan dinas	18,987	19,757	10,539	Business travel
Pemeliharaan dan perbaikan	17,046	14,626	8,138	Repair and maintenance
Konsultan	15,875	23,637	2,013	Consultant
Pajak dan ijin	15,656	9,694	6,080	Tax and license
Amortisasi	4,038	2,352	1,169	Amortisation
Perlengkapan	2,233	2,151	2,438	Tools
Lain-lain	2,227	3,607	1,851	Others
	<u>1,082,623</u>	<u>937,439</u>	<u>619,544</u>	

20. KEUNTUNGAN/(KERUGIAN) LAINNYA - BERSIH**20. OTHER GAINS/(LOSSES) - NET**

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Kerugian atas kebakaran gerai (lihat Catatan 32)	-	(9,306)	-	Loss due to fire in store (see Note 32)
Keuntungan klaim asuransi	5,397	-	-	Gain from insurance claim
(Kerugian)/keuntungan penjualan aset tetap	(236)	(1,411)	472	(Loss)/gain on sale of fixed assets
Pembalikan selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali	-	-	(210,834)	Reversal of difference in value from restructuring transactions among entities under common control
Lain-lain - bersih	<u>5,263</u>	<u>(3,130)</u>	<u>7,066</u>	Others - net
	<u>10,424</u>	<u>(13,847)</u>	<u>(203,296)</u>	

Pembalikan selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali merupakan selisih antara harga pengalihan dengan nilai buku sehubungan dengan restrukturisasi entitas sepengendali yang dibalik pada saat Perusahaan sudah bukan merupakan entitas sepengendali, yaitu pada saat Perusahaan diakuisisi oleh PT Meadow Indonesia dan hubungan entitas sepengendali dengan PT Matahari Putra Prima Tbk berhenti sejak 1 April 2010.

The reversal of difference in value from transactions among entities under common control reflects the difference in value between the transfer price and book value among entities under common control following restructuring transactions that is reversed when common control ceases, when the Company was acquired by PT Meadow Indonesia and common control with PT Matahari Putra Prima Tbk ceased since 1 April 2010.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**21. KEWAJIBAN IMBALAN KERJA**Kewajiban pada tanggal laporan dihitung dengan menggunakan metode *Projected Unit Credit*, dengan asumsi kunci sebagai berikut:

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Tingkat diskonto	5.90%	6.70%	8.71%	Discount rate
Tingkat kenaikan gaji	10%	10%	10%	Salary increment rate
Tingkat kematian	CSO 1980	CSO 1980	CSO 1980	Mortality rate
Tingkat ketidakmampuan/cacat (persentase dari CSO 1980)	10%	10%	10%(as a percentage of CSO 1980)	Disability rate
Usia pensiun normal	55 tahun/ years	55 tahun/ years	55 tahun/ years	Normal retirement age

Kewajiban imbalan kerja pada tanggal 31 Desember 2012, 2011 dan 2010 berdasarkan laporan aktuaris independen PT Dayamandiri Dharmakonsolindo masing-masing tanggal 9 Januari 2013, 9 Januari 2012 dan 10 Januari 2011.

Employee benefits obligations as at 31 December 2012, 2011 dan 2010 were based on independent actuary report PT Dayamandiri Dharmakonsolindo dated 9 January 2013, 9 January 2012 and 10 January 2011 respectively.

Penyisihan imbalan kerja yang diakui di laporan posisi keuangan ditentukan sebagai berikut:

The employee benefits obligations recognised in the statements of financial position were as follows:

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Nilai kini dari kewajiban	344,369	264,457	193,075	Present value of obligations
Kerugian aktuarial yang belum diakui	<u>(128,451)</u>	<u>(91,612)</u>	<u>(52,121)</u>	Unrecognised actuarial loss
	<u>215,918</u>	<u>172,845</u>	<u>140,954</u>	

Beban yang diakui di laporan laba rugi komprehensif adalah sebagai berikut:

The amounts recognised in the statements of comprehensive income were as follows:

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Biaya jasa kini	24,669	16,006	11,508	Current service cost
Biaya bunga	17,582	16,825	15,285	Interest cost
Kerugian aktuarial yang diakui	<u>6,542</u>	<u>9,721</u>	<u>4,119</u>	Recognition of actuarial loss
	<u>48,793</u>	<u>42,552</u>	<u>30,912</u>	

Mutasi kewajiban imbalan kerja adalah sebagai berikut:

The movement in employee benefits obligations was as follows:

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Saldo awal	172,845	140,954	114,161	Beginning balance
Penambahan selama tahun berjalan	48,793	42,552	30,912	Addition during the year
Pembayaran selama tahun berjalan	<u>(5,720)</u>	<u>(10,661)</u>	<u>(4,119)</u>	Payment during the year
	<u>215,918</u>	<u>172,845</u>	<u>140,954</u>	

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/39 *Schedule*

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

21. KEWAJIBAN IMBALAN KERJA (lanjutan)

Pengalaman penyesuaian pada liabilitas program untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2012 adalah sebagai berikut:

21. EMPLOYEE BENEFITS OBLIGATIONS
(continued)

The experience adjustments on plan liabilities for the year ended 31 December 2012 were as follows:

	<u>2012</u>	
Nilai kini kewajiban imbalan pasti	<u>344,369</u>	<i>Present value of defined benefit obligation</i>
Defisit program	<u>344,369</u>	<i>Deficit in the plan</i>
Penyesuaian pengalaman pada liabilitas program	<u>(11,429)</u>	<i>Experience adjustments on plan liabilities</i>

22. LABA BERSIH PER SAHAM

22. NET EARNINGS PER SHARE

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Laba bersih	<u>770,881</u>	<u>465,648</u>	<u>62,617</u>	<i>Net profit</i>
Rata-rata tertimbang jumlah saham yang beredar dasar dan dilusian (dalam jutaan lembar)	<u>2,917</u>	<u>2,917</u>	<u>2,917</u>	<i>Weighted average number of ordinary shares outstanding - basic and diluted (in million shares)</i>
Laba bersih per saham - dasar dan dilusian (nilai penuh)	<u>264</u>	<u>160</u>	<u>21</u>	<i>Net earnings per share - basic and diluted (full amount)</i>

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. PINJAMAN DARI PIHAK KETIGA

Pada tanggal 31 Desember 2011, total pinjaman dari pihak ketiga sebesar Rp 1.069.746 (2010: Rp 1.000.000). Pinjaman tersebut berasal dari PT Matahari Pacific sebesar Rp 1.000.000 sehubungan dengan pembelian saham Perusahaan oleh PT Meadow Indonesia, berdasarkan perjanjian tertanggal 29 Maret 2010 dan dikenakan bunga dengan tarif 13% sampai 15% per tahun selama lima tahun setelah PT Meadow Indonesia menggunakan fasilitas pinjaman tersebut. Bunga disajikan sebagai penambah pinjaman. Setelah dilakukannya transaksi penggabungan usaha pada bulan September 2011, pinjaman tersebut dialihkan ke Perusahaan.

Pada tanggal 7 Agustus 2012, Perusahaan membayar seluruh pokok pinjaman dan bunga terutang sebesar Rp 1.237.817.

23. LOAN FROM THIRD PARTY

As at 31 December 2011, total loan from third party amounting to Rp 1,069,746 (2010: Rp 1,000,000). The loan was from PT Matahari Pacific amounting to Rp 1,000,000 in connection with PT Meadow Indonesia purchase of shares of the Company, based on the agreement dated 29 March 2010 and bear interest at a rate of 13% up to 15% per year during five years after PT Meadow Indonesia used the loan facility. Interest is presented as addition to loan principal. After the merger transaction in September 2011, the loan was transferred to the Company.

On 7 August 2012, the Company fully repaid the outstanding loan principal and interest amounting to Rp 1,237,817.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**24. BIAYA KARYAWAN**

Jumlah biaya karyawan untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2012 adalah sebesar Rp 615.173 (2011: Rp 505.272 dan 2010: Rp 340.421)

Pada tanggal 31 Desember 2012, Perusahaan mempunyai karyawan sejumlah 12.702 orang (2011: 11.574 orang dan 2010: 10.422 orang) - tidak diaudit.

24. EMPLOYEE COSTS

Total employee costs for year ended 31 December 2012 amounting to Rp 615,173 (2011: Rp 505,272 and 2010: Rp 340,421).

As at 31 December 2012, the Company had 12,702 employees (2011: 11,574 employees and 2010: 10,422 employees) - unaudited.

25. TRANSAKSI DENGAN PIHAK BERELASI**a. Hubungan dengan pihak berelasi**

Hubungan dan sifat transaksi dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut:

Pihak berelasi/ Related party	Sifat hubungan/ Nature of relationship	Sifat transaksi/ Nature of transactions
Meadow Asia Company Ltd (MACL)	Pemegang saham tidak langsung/ <i>Indirect shareholder</i>	Pendapatan jasa, penggantian beban/ <i>Service fee, expense reimbursements</i>
Dewan Direksi dan Komisaris, Personil manajemen kunci lainnya/ <i>Board of Directors and Commissioners, other key management personnel</i>	Manajemen kunci Perusahaan/ <i>Key management of the Company</i>	Kompensasi dan remunerasi/ <i>Compensation and remuneration</i>

25. TRANSACTIONS WITH RELATED PARTY**a. The nature of relationships with related party**

The nature of relationships and transactions with related party are as follows:

b. Transaksi dengan pihak berelasi

Rincian saldo dengan pihak berelasi adalah sebagai berikut:

	2012	2011	2010	
Piutang lain-lain Meadow Asia Company Ltd	<u>2,413</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	Other receivables Meadow Asia Company Ltd
Persentase dari jumlah aset	<u>0.08</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	Percentage of total assets

b. Transactions with related party

Details balance with related party were as follows:

	2012	2011	2010	
Pendapatan jasa Meadow Asia Company Ltd	<u>480</u>	<u>480</u>	<u>132</u>	Service fee Meadow Asia Company Ltd
Persentase dari jumlah pendapatan bersih	<u>0.01</u>	<u>0.01</u>	<u>0.00</u>	Percentage of total net revenue

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/41 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
*(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)*

25. TRANSAKSI DENGAN PIHAK BERELASI
(lanjutan)

25. TRANSACTIONS WITH RELATED PARTY
(continued)

b. Transaksi dengan pihak berelasi (lanjutan)

b. Transactions with related party (continued)

Manajemen kunci termasuk dewan direksi, komisaris dan personil manajemen kunci lainnya. Kompensasi yang dibayar atau terutang pada manajemen kunci atas jasa pekerja adalah sebagai berikut:

Key management includes board of directors, commissioners and other key management personnel. The compensation paid or payable to key management for employee services is shown below:

2012			
	Dewan Direksi/ <i>Board of Directors</i>	Dewan Komisaris/ <i>Board of Commissioner</i>	Personil manajemen kunci lainnya/ <i>Other key management personnel</i>
Gaji dan imbalan karyawan jangka pendek lainnya	10,144	3,427	30,884
Imbalan kerja karyawan	-	-	1,539
	<u>10,144</u>	<u>3,427</u>	<u>32,423</u>
2011			
	Dewan Direksi/ <i>Board of Directors</i>	Dewan Komisaris/ <i>Board of Commissioner</i>	Personil manajemen kunci lainnya/ <i>Other key management personnel</i>
Gaji dan imbalan karyawan jangka pendek lainnya	3,440	2,516	35,519
Imbalan kerja karyawan	-	-	1,048
	<u>3,440</u>	<u>2,516</u>	<u>36,567</u>
2010			
	Dewan Direksi/ <i>Board of Directors</i>	Dewan Komisaris/ <i>Board of Commissioner</i>	Personil manajemen kunci lainnya/ <i>Other key management personnel</i>
Gaji dan imbalan karyawan jangka pendek lainnya	12,840	2,177	29,781
Imbalan kerja karyawan	-	-	3,908
	<u>12,840</u>	<u>2,177</u>	<u>33,689</u>

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

26. PERJANJIAN-PERJANJIAN PENTING

- a. Pada bulan November 2009, Perusahaan menandatangani "Perjanjian Penyediaan Jasa Teknologi Informasi" dengan PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP), di mana Perusahaan telah sepakat untuk menerima jasa layanan Sistem Teknologi Ritel yang Berbasis Teknologi Informasi ("Sistem Ritel") dari MPP untuk menunjang seluruh kegiatan usaha Perusahaan.

Perusahaan mengalihkan Perjanjian Penyediaan Jasa Teknologi Informasi dari MPP ke PT Visionet International ("Visionet") pada tanggal 1 Juli 2010. Perjanjian ini berlaku untuk jangka waktu 5 tahun. Tidak ada perubahan mengenai lingkup jasa dan beban jasa penyediaan sistem ritel dibandingkan dengan perjanjian sebelumnya dengan MPP.

Beban jasa penyediaan sistem ritel dibebankan sebagai bagian dari "Beban Umum dan Administrasi" sebesar Rp 12.744 untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2012 (2011: Rp 11.319 dan 2010: Rp 7.500).

- b. Pada tanggal 28 Desember 2010, Perusahaan menandatangani "Perjanjian Konsultasi dan Jasa Manajemen" dengan MACL, dimana Perusahaan bertindak sebagai penasihat dan konsultan manajemen dan bisnis MACL. Perjanjian ini mulai efektif pada tanggal 1 Oktober 2010. Perusahaan mendapatkan pendapatan jasa sebesar Rp 480 per tahun. Pendapatan jasa untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2012 sejumlah Rp 480 (2011: Rp 480 dan 2010: Rp 132).

26. SIGNIFICANT AGREEMENTS

- a. In November 2009, the Company signed an "Information Technology Services Agreement" with PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP), in which the Company agreed to accept the services of Retail Technology Systems with Information Technology-Based ("Retail Systems") from MPP to support all activities of the Company.

The Company transferred the Information Technology Services Agreement from MPP to PT Visionet International ("Visionet") on 1 July 2010. This agreement is valid for a period of 5 years. There are no changes related to scope of service and retail system service expense compared to the previous agreement with MPP.

Retail system service expense was charged as part of the "General and Administration expenses", amounting to Rp 12,744 for the year ended 31 December 2012 (2011: Rp 11,319 and 2010: Rp 7,500).

- b. On 28 December 2010, the Company signed an "Agreement of Consultation and Management Services" with MACL, whereby the Company acts as advisor and consultant of management and business of MACL. This agreement is effectively started on 1 October 2010. The Company received service fee amounting to Rp 480 per annum. Service fee for the year ended 31 December 2012 amounting to Rp 480 (2011: Rp 480 and 2010: Rp 132).

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/43 Schedule

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**26. PERJANJIAN-PERJANJIAN PENTING
(lanjutan)**

- c. Perusahaan telah menandatangani 8 *Memorandum of Understanding* (MoU) untuk pembukaan gerai-gerai baru. Gerai baru tersebut berada di beberapa lokasi di Indonesia dan diperkirakan akan beroperasi pada akhir tahun 2013. Total estimasi komitmen sewa untuk gerai-gerai tersebut adalah Rp 365.686 untuk masa sewa 10-11 tahun.
- d. Pada bulan Juni 2012, Perusahaan telah menandatangani 10 perjanjian sewa dengan PT Matahari Putra Prima Tbk. Jumlah komitmen sewa untuk gerai-gerai tersebut adalah Rp 232.400 untuk masa sewa 1-22 tahun yang telah dibayar penuh oleh Perusahaan pada bulan Juni 2012.

26. SIGNIFICANT AGREEMENTS (continued)

- c. The Company has signed 8 *Memorandum of Understanding* (MoU) for opening new stores. The stores are located in several locations in Indonesia and expected to start commercial operations at the end of 2013. The estimated total lease commitment for those new stores is Rp 365,686 for a lease period of 10-11 years.
- d. In June 2012, the Company has signed 10 lease agreements with PT Matahari Putra Prima Tbk. Total lease commitment for such stores are Rp 232,400 for lease period of 1-22 years which has been fully paid by the Company in June 2012.

27. PELAPORAN SEGMENT

Pembuat keputusan operasional menggunakan indikator kinerja gerai sebagai alat untuk menganalisa bisnisnya. Kinerja gerai dikelompokkan berdasarkan area geografis. Oleh karena itu, Perusahaan melaporkan segmennya berdasarkan area geografis.

Ikhtisar gerai berdasarkan area geografis adalah sebagai berikut – tidak diaudit:

27. SEGMENT REPORTING

The chief operating decision-maker uses store performance indicators as tools in analysing its business. The store performance is grouped into geographical areas. Therefore, the Company reports its segment by geographical area.

A summary of stores by geographical area is as follows – unaudited:

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Sumatera	18	17	16
Jawa	75	68	61
Kalimantan, Sulawesi dan Maluku	19	15	15
Lainnya	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>3</u>
	<u>116</u>	<u>103</u>	<u>95</u>

Sumatera
Jawa
Kalimantan, Sulawesi and Maluku
Others

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/44 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

27. PELAPORAN SEGMENT (lanjutan)

27. SEGMENT REPORTING (continued)

Ikhtisar segmen berdasarkan area geografis
adalah sebagai berikut:A summary segments by geographical area is as
follows:

	2012				
	Sumatera	Jawa/ Java	Kalimantan, Sulawesi and Maluku	Lainnya/ Others	Jumlah segmen/ Total segment
Pendapatan/Revenue	887,197	3,475,590	963,060	255,853	5,581,700
Pendapatan jasa/Services fee					35,232
					5,616,932
Hasil segmen/Segment result	355,420	1,212,234	377,839	93,359	2,038,852
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan/ Unallocated operating expenses					(454,501)
Laba operasi/Operating profit					1,584,351
Aset segmen/Segment assets	165,160	749,216	209,772	59,904	1,184,052
Aset yang tidak dapat dialokasikan/ Unallocated assets					1,745,700
Jumlah aset/Total assets					2,929,752
Aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/Fixed assets net of accumulated depreciation	83,566	410,857	115,263	30,922	640,608
Aset tetap yang tidak dapat dialokasikan setelah dikurangi akumulasi penyusutan/ Unallocated fixed assets net of accumulated depreciation					53,397
Jumlah aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/Total fixed assets net of accumulated depreciation					694,005
Penambahan aset tetap/Additions of fixed assets	25,681	133,555	56,924	17,354	233,514
Penambahan aset tetap yang tidak dapat dialokasikan/Unallocated additions of fixed assets					14,983
Jumlah penambahan aset tetap/Total additions of fixed assets					248,497
Beban penyusutan/Depreciation expenses	21,847	107,488	27,180	5,488	162,003
Beban penyusutan yang tidak dapat dialokasikan/Unallocated depreciation expenses					14,086
Jumlah beban penyusutan/Total depreciation expenses					176,089

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/45 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010
(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010
*(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)*

27. PELAPORAN SEGMENT (lanjutan)

27. SEGMENT REPORTING (continued)

	2011				
	Sumatera	Jawa/ Java	Kalimantan, Sulawesi and Maluku	Lainnya/ Others	Jumlah segmen/ Total segment
Pendapatan/Revenue	761,723	2,919,166	772,973	220,346	4,674,208
Pendapatan jasa/Services fee					26,504
					4,700,712
Hasil segmen/Segment result	299,122	994,092	303,546	85,073	1,681,833
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan/ Unallocated operating expenses					(440,532)
Laba operasi/Operating profit					1,241,301
Aset segmen/Segment assets	158,200	690,536	162,541	39,283	1,050,560
Aset yang tidak dapat dialokasikan/ Unallocated assets					1,371,912
Jumlah aset/Total assets					2,422,472
Aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/Fixed assets net of accumulated depreciation	79,431	385,438	85,728	19,094	569,691
Aset tetap yang tidak dapat dialokasikan setelah dikurangi akumulasi penyusutan/ Unallocated fixed assets net of accumulated depreciation					53,200
Jumlah aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/Total fixed assets net of accumulated depreciation					622,891
Penambahan aset tetap/Additions of fixed assets	30,045	115,740	27,134	5,466	178,385
Penambahan aset tetap yang tidak dapat dialokasikan/Unallocated additions of fixed assets					36,993
Jumlah penambahan aset tetap/Total additions of fixed assets					215,378
Beban penyusutan/Depreciation expenses	17,795	99,461	22,272	4,343	143,871
Beban penyusutan yang tidak dapat dialokasikan/Unallocated depreciation expenses					13,334
Jumlah beban penyusutan/Total depreciation expenses					157,205

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE Tbk

Halaman 5/46 Schedule

CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

27. PELAPORAN SEGMENT (lanjutan)

27. SEGMENT REPORTING (continued)

	2010				
	Sumatera	Jawa/ Java	Kalimantan, Sulawesi and Maluku	Lainnya/ Others	Jumlah segmen/ Total segment
Pendapatan/Revenue	508,897	2,069,489	563,288	160,326	3,302,000
Pendapatan jasa/Services fee					14,699
					3,316,699
Hasil segmen/Segment result	196,517	693,117	211,258	61,621	1,162,513
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan/ Unallocated operating expenses					(469,597)
Laba operasi/Operating profit					692,916
Aset segmen/Segment assets	138,488	625,208	159,936	36,793	960,425
Aset yang tidak dapat dialokasikan/ Unallocated assets					1,284,759
Jumlah aset/Total assets					2,245,184
Aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/Fixed assets net of accumulated depreciation	67,416	369,554	88,546	17,971	543,487
Aset tetap yang tidak dapat dialokasikan setelah dikurangi akumulasi penyusutan/ Unallocated fixed assets net of accumulated depreciation					28,612
Jumlah aset tetap setelah dikurangi akumulasi penyusutan/Total fixed assets net of accumulated depreciation					572,099
Penambahan aset tetap/Additions of fixed assets	36,817	91,696	25,003	2,253	155,769
Penambahan aset tetap yang tidak dapat dialokasikan/Unallocated additions of fixed assets					4,920
Jumlah penambahan aset tetap/Total additions of fixed assets					160,689
Beban penyusutan/Depreciation expenses	10,513	69,238	17,187	3,328	100,266
Beban penyusutan yang tidak dapat dialokasikan/Unallocated depreciation expenses					7,847
Jumlah beban penyusutan/Total depreciation expenses					108,113

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**28. ASET DAN LIABILITAS MONETER DALAM
MATA UANG ASING**

Pada tanggal 31 Desember 2012, Perusahaan hanya memiliki aset moneter dalam mata uang asing berupa kas dan setara kas sejumlah USD 201.058 (nilai penuh) (2011: USD 93.026 (nilai penuh) dan 2010: USD 76.098 (nilai penuh)) yang dijabarkan dalam Rupiah senilai Rp 1.944 (2011: Rp 844 dan 2010: Rp 684).

**28. MONETARY ASSETS AND LIABILITIES IN
FOREIGN CURRENCIES**

As at 31 December 2012, the Company only had monetary assets denominated in foreign currencies in the form of cash and cash equivalents amounting to USD 201,058 (full amount) (2011: USD 93,026 (full amount) and 2010: USD 76,098 (full amount)) translated into Rupiah amounting to Rp 1,944 (2011: Rp 844 and 2010: Rp 684).

29. INFORMASI TAMBAHAN UNTUK ARUS KAS**29. SUPPLEMENTARY INFORMATION FOR CASH
FLOWS**

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	
Aktivitas signifikan yang tidak mempengaruhi arus kas				Significant activities not affecting cash flows
- Penambahan aset tetap melalui akrual				Acquisition of fixed assets - through accruals
(lihat Catatan 10)	<u>(29,554)</u>	<u>(23,825)</u>	<u>(16,446)</u>	(See Note 10)

30. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN**30. FINANCIAL RISK MANAGEMENT****(i) Faktor risiko keuangan****(i) Financial risk factors**

Berbagai aktivitas yang dilakukan membuat Perusahaan terekspos terhadap berbagai macam risiko keuangan: risiko pasar (termasuk risiko tingkat bunga dan risiko harga), risiko kredit serta risiko likuiditas. Perusahaan tidak mempunyai risiko yang signifikan terhadap nilai tukar mata uang asing karena sebagian besar transaksi Perusahaan adalah dalam Rupiah. Kebijakan keuangan Perusahaan dimaksudkan untuk mengurangi dampak keuangan dari fluktuasi tingkat bunga dan nilai tukar mata uang asing serta meminimalisasi potensi kerugian yang dapat berdampak pada risiko keuangan Perusahaan.

The Company's activities are exposed to a variety of financial risks: market risk (including interest rate risk and price risk), credit risk and liquidity risk. The Company has no significant foreign exchange risk as the Company's transactions are mostly in Rupiah. The Company's treasury policies are designed to mitigate the financial impact of fluctuations in interest rates and foreign exchange rates and to minimise potential adverse effects on the Company's financial risk.

(a) Risiko pasar**(a) Market risk****Risiko tingkat bunga****Interest rate risk**

Perusahaan terekspos risiko tingkat suku bunga yang timbul dari pinjaman bank dengan suku bunga mengambang.

The Company is exposed to interest rate risk arising from floating rates of bank loans.

Kenaikan tingkat suku bunga akan menaikkan beban pinjaman dan berdampak buruk terhadap keuntungan Perusahaan. Kenaikan tingkat suku bunga yang signifikan, khususnya untuk periode yang panjang, dapat berdampak besar dan buruk terhadap bisnis, posisi keuangan, hasil operasi dan prospek Perusahaan.

An increase in interest rates would increase borrowing costs and adversely affect the profitability of the Company. Any significant increase in interest rates, especially for a prolonged period, could have a material and adverse effect on the business, financial position, result of operations and prospects of the Company.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**30. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (lanjutan)****(i) Faktor risiko keuangan (lanjutan)****(a) Risiko pasar (lanjutan)****Risiko tingkat bunga (lanjutan)**

Risiko ini dikelola pada umumnya dengan menggunakan fasilitas *swap* suku bunga untuk mengkonversi bagian tertentu dari pinjaman dengan tingkat bunga mengambang menjadi tingkat bunga tetap (lihat Catatan 12). Perusahaan memonitor pergerakan tingkat suku bunga untuk meminimalisir dampak negatif yang mungkin timbul.

Profil pinjaman Perusahaan setelah memperhitungkan transaksi lindung nilai adalah sebagai berikut:

	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Pinjaman dengan tingkat suku bunga tetap	1,235,000	1,472,250	1,584,375
Pinjaman dengan tingkat suku bunga mengambang	<u>1,834,253</u>	<u>988,934</u>	<u>1,503,125</u>
	<u>3,069,253</u>	<u>2,461,184</u>	<u>3,087,500</u>

Pada tanggal 31 Desember 2012, 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 13.757, terutama sebagai akibat tingginya/rendahnya beban bunga dari pinjaman dengan suku bunga mengambang.

Risiko harga

Perusahaan tidak mempunyai risiko harga yang signifikan.

30. FINANCIAL RISK MANAGEMENT (continued)**(i) Financial risk factors (continued)****(a) Market risk (continued)****Interest rate risk (continued)**

This exposure is managed mainly through the use of interest rate swaps, which have the economic effect of converting certain portion of the loans from floating rate to fixed rate (see Note 12). Interest rate exposure is monitored to minimise any negative impact to the Company.

The Company's borrowings profile after taking into account hedging transactions is as follows:

*Fixed interest rates
borrowings
Floating interest rates
borrowings*

As at 31 December 2012, 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 13,757 lower/higher, mainly as a result of higher/lower interest expense on floating rate borrowings.

Price risk

The Company has no significant price risks.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**30. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (lanjutan)****(i) Faktor risiko keuangan (lanjutan)****(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.

(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. Jumlah yang diungkapkan dalam tabel merupakan arus kas kontraktual yang tidak didiskontokan.

	Kurang dari 3 bulan/ <i>Less than 3 months</i>	Antara 3 bulan dan 1 tahun/ <i>Between 3 months and 1 year</i>	Antara 1 dan 2 tahun/ <i>Between 1 and 2 years</i>	Antara 2 dan 5 tahun/ <i>Between 2 and 5 years</i>	Jumlah/ <i>Total</i>
Pinjaman	<u>5,872</u>	<u>478,063</u>	<u>744,562</u>	<u>1,730,599</u>	<u>2,959,096</u>

Selain pinjaman, liabilitas keuangan Perusahaan memiliki jatuh tempo kurang dari 3 bulan.

30. FINANCIAL RISK MANAGEMENT (continued)**(i) Financial risk factors (continued)****(b) Credit risk**

The Company is exposed to credit risk primarily from deposits with banks.

The Company manages credit risk exposed from its deposits with banks by only using banks with good ratings.

There is no significant credit risk from trade receivables, as they only represent credit card receivables from banks that are usually settled within 2 or 3 days of the transaction date.

(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. The amounts disclosed in the table are the contractual undiscounted cash flows.

Except for borrowings, the Company's financial liabilities due less than 3 months.

Borrowings

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)**30. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (lanjutan)****(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.

Jumlah modal yang dikelola Perusahaan dihitung dengan mengeluarkan saldo selisih nilai transaksi restrukturisasi entitas sepengendali dari ekuitas. Sehingga, modal yang dikelola Perusahaan pada tanggal 31 Desember 2012 adalah Rp 1.835.594 (2011: Rp 1.064.713 dan 2010: Rp 601.561).

(iii) Nilai wajar instrumen keuangan

Nilai wajar aset dan liabilitas keuangan diestimasi untuk keperluan pengakuan dan pengukuran atau untuk keperluan pengungkapan.

Nilai tercatat aset keuangan seperti kas dan setara kas, piutang usaha, piutang lain-lain, aset lancar lainnya, aset tidak lancar lainnya serta liabilitas keuangan seperti pinjaman bank, utang usaha, utang lain-lain dan akrual mendekati nilai wajarnya.

Pada tanggal 31 Desember 2012, nilai tercatat uang jaminan sebesar Rp 89.331 (2011: Rp 74.490 dan 2010: Rp 66.660) sedangkan nilai wajarnya adalah sebesar Rp 67.236 (2011: Rp 55.808 dan 2010: Rp 47.332).

Nilai wajar dari uang jaminan untuk keperluan penyajian diestimasi dengan mendiskontokan arus kas kontrak masa depan pada tingkat bunga pasar saat ini yang berkisar antara 4%-5% per tahun.

30. FINANCIAL RISK MANAGEMENT (continued)**(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.

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. As the result, the capital which is managed by the Company as of 31 December 2012 was Rp 1,835,594 (2011: Rp 1,064,713 and 2010: Rp 601,561).

(iii) Fair values of financial instruments

The fair value of financial assets and liabilities is estimated for recognition and measurement or for disclosure purposes.

The carrying amount of financial assets such as cash and cash equivalents, trade receivables, other receivables, other current assets, other non-current assets and financial liabilities such as bank loans, trade payables, other payables and accruals approximate their fair value.

On 31 December 2012, the carrying value of refundable deposits amounts to Rp 89,331 (2011: Rp 74,490 and 2010: Rp 66,660) while their fair value amounts to Rp 67,236 (2011: Rp 55,808 and 2010: Rp 47,332).

The fair value of refundable deposits for disclosure purposes is estimated by discounting the future contractual cash flows at the current market interest rate which is between 4%-5% per annum.

**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 2012, 2011 DAN 2010**

(Dinyatakan dalam jutaan Rupiah,
kecuali dinyatakan lain)

**NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
31 DECEMBER 2012, 2011 AND 2010**

(Expressed in millions of Rupiah,
unless otherwise stated)

**31. KOMITMEN BARANG MODAL DAN
LIABILITAS KONTINJENSI**

Pada tanggal 31 Desember 2012, Perusahaan mempunyai komitmen untuk pembelian aset tetap sebesar Rp 64.033 (2011 dan 2010: tidak ada komitmen barang modal yang signifikan). Tidak ada liabilitas kontinjensi yang signifikan pada tanggal 31 Desember 2012, 2011 dan 2010.

**31. CAPITAL COMMITMENTS AND CONTINGENT
LIABILITIES**

As at 31 December 2012, the Company had commitments to purchase fixed assets amounting to Rp 64,033 (2011 and 2010: there are no significant capital commitments. There are no significant contingent liabilities as at 31 December 2012, 2011 and 2010.

32. KERUGIAN ATAS KEBAKARAN GERAJ

Pada tanggal 27 Juni 2011, gerai Perusahaan yang berlokasi di Makassar mengalami kebakaran. Nilai kerugian bersih atas persediaan dan nilai buku aset tetap yang terbakar adalah masing-masing sebesar Rp 3.846 dan Rp 5.460.

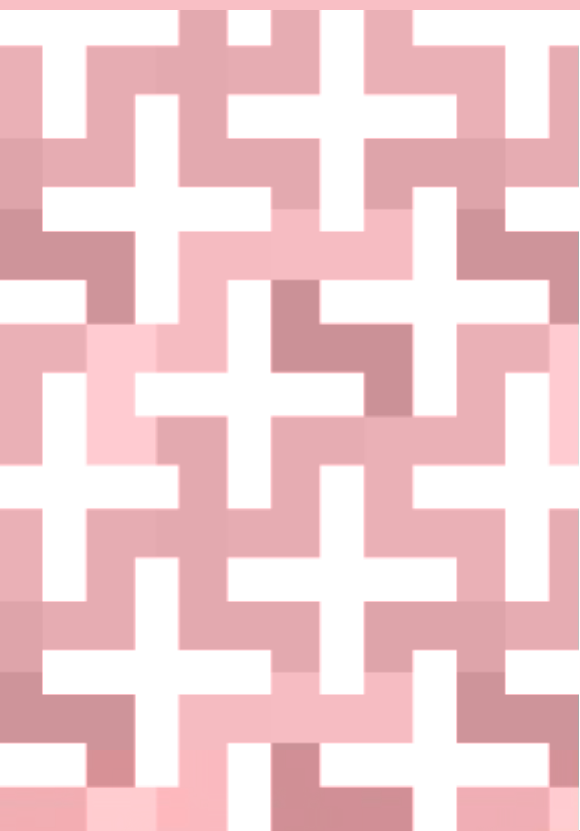
Pada tahun 2012, klaim kerugian yang sudah didapatkan sebesar Rp 5.397. Manajemen berkeyakinan bahwa sisa kerugian atas kebakaran akan ditanggung seluruhnya oleh perusahaan asuransi karena nilai pertanggungan asuransi masih lebih besar dari nilai kerugian tersebut.

32. LOSS DUE TO FIRE IN STORE

On 27 June 2011, the Company's store located in Makassar had a fire incident. Net loss from inventories and net book value of fixed assets burnt are Rp 3,846 and Rp 5,460, respectively.

In 2012, the net loss claim that has been received amounting Rp 5,397. Management believes that the remaining loss from fire will be borne entirely by the insurance company as the sum insured is greater than that lost.





Data Perusahaan

Corporate Data



Struktur Organisasi

Organization Structure



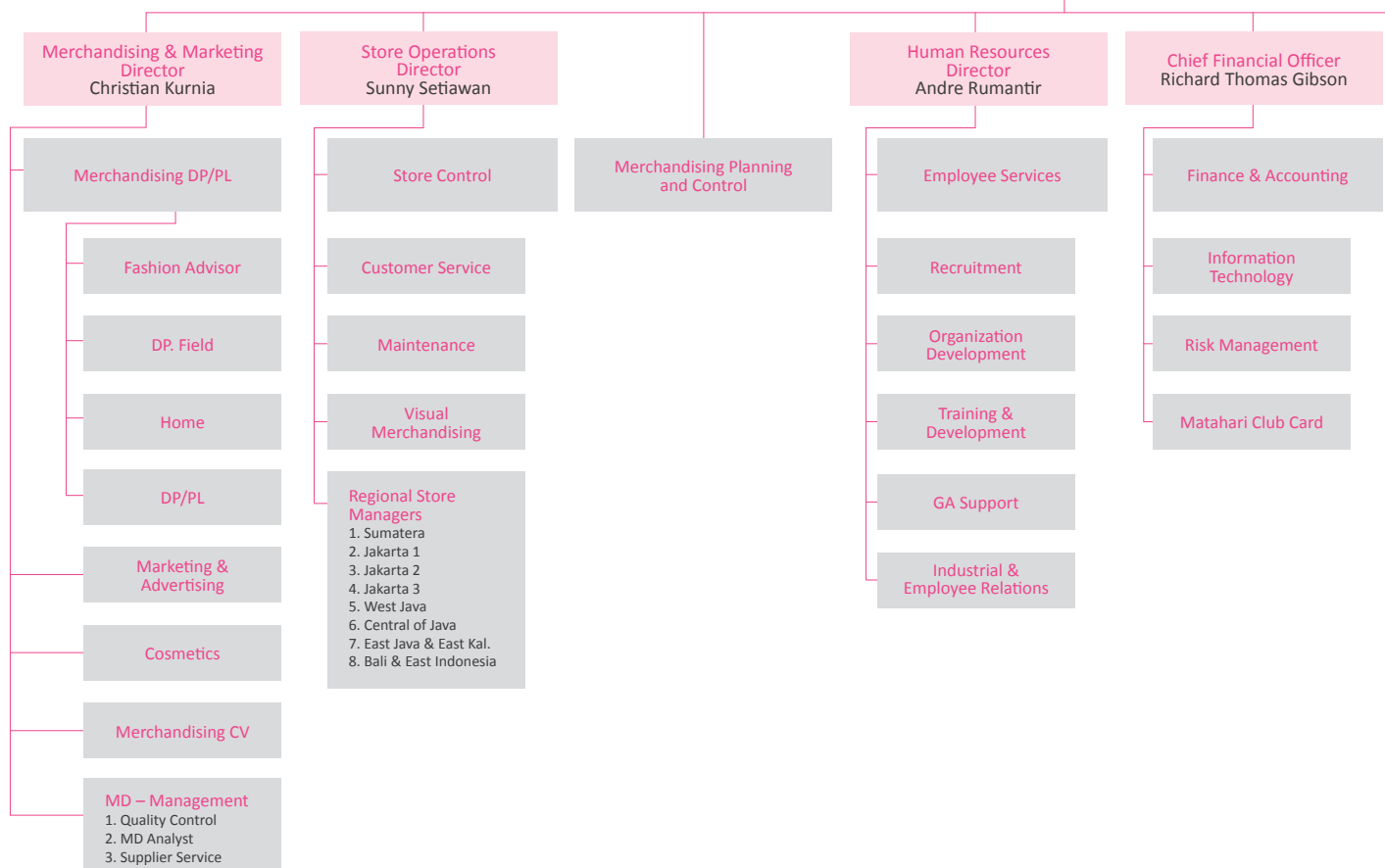
Board of Commissioners

President Commissioner Independent: John Bellis
 Commissioner Independent : Jonathan L. Parapak
 Commissioner Independent : William Travis Saucer*
 Commissioner : Roy Kuan
 Commissioner : Artapong Porndhiti
 Commissioner : Rene Mang Wing Ming
 Commissioner : Henry Jani Liando

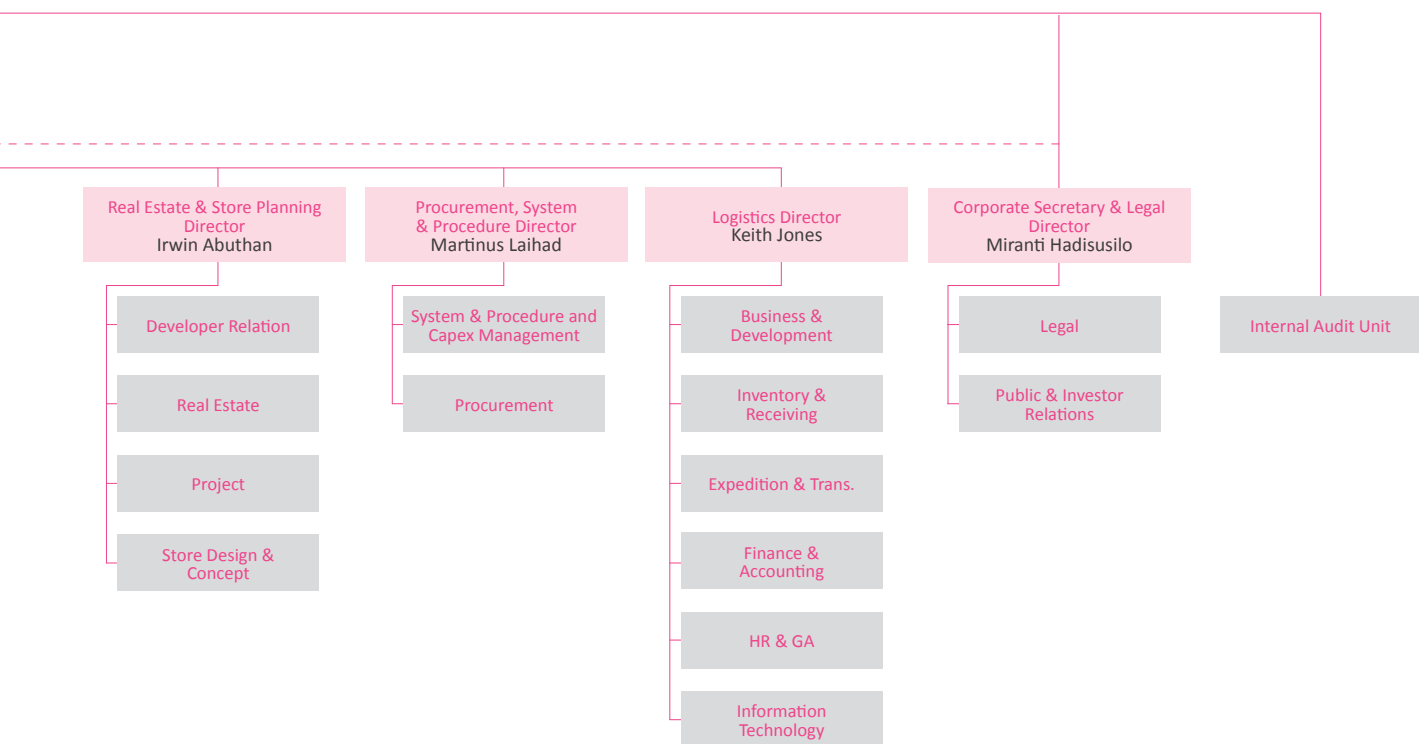
Board of Directors

President Director : Bunjamin J. Mailool
 Vice President Director : Michael Remsen
 Director : Sigit Prasetya
 Director : Wai Hoong Fock
 Director : Joo Suk Kim
 Director : Andre Rumantrir

Chief Executive Officer
 Michael Remsen



* William Travis Saucer telah mengundurkan diri efektif sejak tanggal 7 April 2013.
 William Travis Saucer has effectively resigned as of 7 April 2013.



Profil Dewan Komisaris

Board of Commissioners' Profile



JOHN BELLIS
Presiden Komisaris Independen
President Commissioner Independent

Diangkat sebagai Presiden Komisaris Independen pada tanggal 26 Maret 2010 setelah sebelumnya menjabat sebagai Chief Executive Officer Perseroan. Sejak bergabung dengan Perseroan pada tahun 2001, beliau juga pernah menjabat sebagai Komisaris Independen dan Senior Adviser. Memulai karirnya sebagai management trainee di John Lewis Partnership Stores, United Kingdom (1961 - 1965), kemudian menjadi General Manager di Booker Group, Zambia (1965 - 1970). Selanjutnya beliau menempati posisi sebagai General Manager dan setelah itu Managing Director di Edgars Stores Ltd, Afrika Selatan (1970-1998). John Bellis adalah lulusan NRDC dari St Martins College, United Kingdom. Saat ini beliau berusia 69 tahun.

Was appointed as the Company's President Commissioner Independent on 26 March 2010. He previously served as the Chief Executive Officer of the Company. Since joining the Company in 2001, Mr Bellis has also previously served as Independent Commissioner and senior adviser. Mr Bellis began his career as a management trainee at John Lewis Partnership Stores, United Kingdom (1961 – 1965). He has also worked as a General Manager at Booker Group, Zambia (1965 – 1970) and a General Manager and Managing Director at Edgars Stores Ltd, South Africa (1970 – 1998). Mr Bellis is a NRDC graduate of St. Martins College, United Kingdom. He is 69 years old.



JONATHAN L. PARAPAK
Komisaris Independen
Independent Commissioner

Diangkat sebagai Komisaris Independen pada tanggal 26 Maret 2010. Bergabung dengan Perseroan sejak tahun 2000, sebelumnya beliau telah menjabat berbagai posisi penting termasuk Sekretaris Jenderal Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (1991 - 1998), Sekretaris Jenderal Departemen Pariwisata, Seni dan Budaya (1998 - 1999), serta Presiden Direktur dan Presiden Komisaris PT Indosat Tbk (1980 - 2000). Saat ini, beliau adalah Rektor Universitas Pelita Harapan dan Komisaris Independen MPP. Beliau meraih gelar Sarjana dan Master serta Doktor (semua dalam bidang Engineering) dari University of Tasmania, Australia. Saat ini beliau berusia 70 tahun.

Was appointed as an Independent Commissioner of the Company on 26 March 2010. He joined the Company in 2000. He has held a wide range of positions including Secretary General of the Department of Tourism, Post and Telecommunications (1991 – 1998), Secretary General of the Department of Tourism, Arts and Culture (1998 – 1999); and President Director and President Commissioner of PT Indosat Tbk (1980 – 2000). At present, Mr Parapak is a Rector of Pelita Harapan University and an Independent Commissioner of MPP. He holds a Bachelors and Masters degree as well as a Doctorate (all in Engineering) from the University of Tasmania, Australia. He is 70 years old.



WILLIAM TRAVIS SAUCER
Komisaris Independen
Independent Commissioner

Diangkat sebagai Komisaris pada tanggal 22 Juni 2012. Bergabung dengan Grup Matahari pada tahun 2006 dan pernah menjabat sebagai Chief Executive Officer. Beliau memiliki pengalaman lebih dari 36 tahun di bidang merchandising dan pemasaran dalam industri department store di Amerika Serikat - bekerja di berbagai perusahaan terkemuka seperti Saks Inc dan JC Penney. Selain itu, beliau juga pernah menjabat sebagai Chief Executive Officer dan Presiden Direktur di berbagai jaringan *department store* terkemuka seperti: Parisian Department Stores (1999 – 2011), McRae's Department Stores (1998 – 1999) dan Matahari Department Stores (2006 – 2011). Beliau memperoleh gelar sarjana di bidang Advertising dari Troy University, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 60 tahun. Beliau telah mengundurkan diri pada 7 April 2013.

Was appointed as Commissioner of the Company on 22 June 2012. He joined the Matahari Group in 2006 and previously served as the Chief Executive Officer of the Company. He has over 36 years of experience with particular expertise in merchandising and marketing in the department store business in the United States – working for companies such as Saks Inc and JCPenney. In addition, he has held the post of Chief Executive Officer and President Director of the following: Parisian department stores (1999 – 2011), McRae's Department Stores (1998 – 1999) and Matahari Department Stores (2006 – 2011). Mr Saucer holds a bachelor's degree in Advertising from Troy University, United States. He is 60 years old. Mr. Travis has effectively resigned as of 7 April 2013.



ROY KUAN
Komisaris
Commissioner

Diangkat sebagai Komisaris Perseroan pada tanggal 26 Maret 2010. Beliau adalah Managing Partner di CVC Asia Pacific Limited. Memiliki pengalaman lebih dari 17 tahun di bidang private equity di kawasan Asia dimana selama periode tersebut beliau memimpin atau ikut memimpin banyak investasi CVC di Daratan Cina, Asia Tenggara, Jepang dan Korea. Beliau merupakan anggota dari Komite Investasi dan Portofolio Asia Pasifik CVC. Beliau saat ini menjadi Direksi di Hong Kong Broadband Network, Sun Hung Kai & Co. dan Nien Made Holdings. Sebelumnya, ia pernah bergabung dengan tim investasi Asia Private Equity Citigroup dengan fokus pada investasi di Korea Selatan dan Filipina. Beliau memperoleh gelar BA dari Georgetown University, Amerika Serikat dan gelar MBA dari Wharton School, University of Pennsylvania, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 46 tahun.

Was appointed as a Commissioner of the Company on 26 March 2010. He is a Managing Partner at CVC Asia Pacific Limited. Mr. Kuan has over 17 years of private equity experience in the region. Over that period he has led or co-led many of CVC's investments in Greater China, Southeast Asia, Japan and Korea. He is a member of CVC's Asia Pacific Investment and Portfolio Committees. Mr. Kuan currently is a Board of Director at Hong Kong Broadband Network, Sun Hung Kai & Co., and Nien Made Holdings. Previously, Roy worked in Citigroup's Asia Private Equity investment team, focusing on investments in South Korea and the Philippines. He holds a BA Degree from Georgetown University, USA, and an MBA from the Wharton School, University of Pennsylvania, USA. He is 46 years old.



ARTAPONG PORNDHITI
Komisaris
Commissioner

Diangkat sebagai Komisaris Perseroan pada tanggal 4 Mei 2011. Beliau juga menjabat sebagai Direktur di CVC Asia Pacific Limited. Sebelum bergabung dengan CVC, beliau adalah Wakil Presiden di Lombard Investments Inc (2003 - 2011) dan bekerja di Divisi Corporate Finance di Dresdner Kleinwort Wasserstein (2000-2003). Beliau meraih gelar MBA dari Sasn Graduate Institute of Business Administration, Thailand dan gelar BA (Commerce) dari University of Melbourne, Australia. Saat ini beliau berusia 38 tahun.

Was appointed as a Commissioner of the Company on 4 May 2011. He is also a Director at CVC Asia Pacific Limited. Prior to joining CVC, Mr Porndhiti was a Vice President at Lombard Investments Inc (2003 - 2011) and worked in Dresdner Kleinwort Wasserstein's Corporate Finance Division (2000 - 2003). Mr Porndhiti holds a MBA from the Sasn Graduate Institute of Business Administration, Thailand and a BA Degree (Commerce) from the University of Melbourne, Australia. He is 38 years old.



RENE MANG WING MING
Komisaris
Commissioner

Diangkat sebagai Komisaris Perseroan pada tanggal 26 Maret 2010. Saat ini masih menjabat sebagai Group Chief Executive Officer dari G2000 Apparel Limited. Beliau pernah memegang posisi senior di berbagai retailer besar selama 20 tahun terakhir termasuk Chief Operating Officer Trust-Mart, Cina - anak perusahaan Wal-Mart (2007 - 2008), Chief Administrative Officer Wal-Mart, Cina (2005 - 2006), Country President Wal-Mart, Korea (1998 - 2004) dan Chief Executive Officer Seibu Department Store, Hong Kong dan China (1997 - 1998). Beliau adalah anggota AICPA (American Institute of Certified Public Accountants) dan lulusan Chinese University of Hong Kong, Hong Kong. Saat ini beliau berusia 61 tahun.

Was appointed as a Commissioner of the Company on 26 March 2010. He is presently the Group Chief Executive Officer of G2000 Apparel Limited. He has held senior positions in various large retailers over the past 20 years including Chief Operating Officer of Trust-Mart, China - a wholly owned subsidiary of Wal-Mart (2007 - 2008), Chief Administrative Officer of Wal-Mart, China (2005 - 2006), Country President of Wal-Mart, Korea (1998 - 2004), and Chief Executive Officer of Seibu Department Store, Hong Kong and China (1997 - 1998). Mr Ming is a member of AICPA (American Institute of Certified Public Accountants) and graduated from the Chinese University of Hong Kong, Hong Kong. He is 61 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. Pernah menjabat sebagai Chief Financial Officer and Treasurer, Global Customer Group di Citibank NA, Indonesia. Meraih gelar Sarjana Teknik Kimia dari Institut Teknologi Bandung, Indonesia dan MBA (Finance) dari Oregon State University, Amerika Serikat. Beliau juga direktur ACC sampai 15 Maret 2013. Saat ini beliau berusia 49 tahun.

Was appointed as a Commissioner of the Company on 26 March 2010. He joined the Company in 2008 as Director of Financial and Strategic Planning and is responsible for formulating the Company's strategic and long term plans. Prior to joining the Company, he held the positions of Chief Financial Officer and Treasurer of the Global Customer Group, at Citibank NA, Indonesia. He holds a Bachelor of Engineering (Chemical Engineering) Degree from Institut Teknologi Bandung, Indonesia and a MBA (Finance) from Oregon State University, United States. Mr Liando was also a Director of ACC up until 15 March 2013. He is 49 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 MPP sejak Januari 2002. Beliau pernah bekerja di Citibank NA, Jakarta (1989 - 1997) di berbagai posisi hingga mencapai posisi Vice President – Head of Risk Management Treasury. Antara tahun 1997 dan 2001 beliau menjabat sebagai Chief Executive Officer dan Wakil Presiden Direktur PT Sentul City Tbk. Beliau meraih gelar BSc dari California State University, Amerika Serikat dan MBA dari University of Oklahoma, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 49 tahun.

Was appointed as the Company's President Director on 30 October 2009. He is also President Director of MPP, a position he has held since January 2002. Mr Mailool worked at Citibank NA, Jakarta (1989 – 1997) in a variety of positions including Vice President – Head of Risk Management Treasury. Between 1997 and 2001, he served as Chief Executive Officer and Vice President Director of PT Sentul City Tbk. Mr Mailool holds a Bachelor's of Science degree from the California State University, United States and a MBA from the University of Oklahoma, United States. He is 49 years old.



MICHAEL REMSEN
Wakil Presiden Direktur
Vice President Director

Diangkat sebagai Wakil Presiden Direktur pada tanggal 22 Juni 2012 setelah sebelumnya menjabat sebagai Chief Executive Officer pada tahun 2011. Beliau bergabung dengan Perseroan sejak tahun 2009. 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 66 tahun.

Was appointed as the Company's Vice-President Director on 22 June 2012 and as the Company's Chief Executive Officer in 2011. He joined the Company in 2009. He has worked for over 35 years in the United States retail industry. In particular, he has held merchandise positions with Allied Stores Corp (1975 – 1987), and was Vice President - Divisional Merchandise Manager and Vice President for Planning at Macy's West (1987 – 1991), Executive Vice President of Merchandising at SteinMart (1992 – 2000), Vice President of Merchandising at JCPenney (2001 – 2006) and Executive Vice President and Chief Merchandising Officer at Gordmans Inc (2006 – 2009). Mr Remsen holds a Bachelor of Science (Advertising) from the University of Florida, United States and a Master of Arts (Distributive Education) from the University of South Florida, United States. He is 66 years old.



SIGIT PRASETYA
Direktur
Director

Diangkat sebagai Direktur pada tanggal 26 Maret 2010. Beliau adalah Managing Partner di CVC Asia Pacific Limited dan anggota Komite Investasi Asia Pasifik CVC. Sebelum tahun 2007, beliau pernah bekerja untuk Henderson Private Capital sebagai Head of South East Asia (2006 - 2007) dan Morgan Stanley sebagai Head of Indonesian Investment Banking Business (1999 – 2006). Sebelumnya beliau juga pernah bekerja untuk Booz Allen Hamilton (1996 – 1999) dan Citibank (1991-1992). Saat ini, beliau menjabat sebagai Direktur di Amtek Engineering Limited, Multi-Purpose Holdings 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 44 tahun.

Was appointed as a Director on 26 March 2010. He is a Managing Partner at CVC Asia Pacific Limited and a member of CVC's Asia Pacific Investment Committee. Prior to 2007, Sigit worked for Henderson Private Capital as Head of South East Asia from 2006 – 2007 and Morgan Stanley from 1999 – 2006 as Head of its Indonesian Investment Banking Business. Prior to that, Mr Prasetya worked for Booz Allen Hamilton from 1996 – 1999 and Citibank, from 1991 – 1992. At present, Mr Prasetya's directorships include Amtek Engineering Limited, Multi-Purpose Holdings Berhad, PT Link Net, and Triple Platform Sdn Bhd. Mr Prasetya holds a MBA (Dist.) from the University of New South Wales, Australia. He is 44 years old.



WAI HOONG FOCK

Direktur
Director

Diangkat sebagai Direktur pada tanggal 26 Maret 2010. Beliau adalah Managing Director di CVC Asia Pacific Limited. Sebelum bergabung dengan CVC, beliau pernah menjadi Vice President di Headland Capital Partners (2006 - 2007), Blum Capital Partners (2004 - 2006) dan Morgan Stanley - Divisi Investasi Perbankan (2001-2004). Saat ini beliau juga menjadi Direktur di Magnum Holdings Sdn Bhd dan PT Link Net. Beliau menyandang gelar Master Kebijakan Publik dan BA di bidang Ekonomi (Honors) dari University of Michigan, Amerika Serikat. Saat ini beliau berusia 36 tahun.

Was appointed as a Director on 26 March 2010. He is a Managing Director at CVC Asia Pacific Limited. Prior to joining CVC, Wai Hoong worked as Vice President at Headlands Capital Partners (2006 – 2007), Blum Capital Partners (2004 – 2006) and Morgan Stanley - Investment Banking Division (2001 – 2004). At present, his other directorships include Magnum Holdings Sdn Bhd and PT Link Net. Mr Fock holds a Master degree in Public Policy and a BA in Economics (Honors) from the University of Michigan, United States. He is 36 years old.



JOO SUK KIM

Direktur
Director

Diangkat sebagai Direktur pada tanggal 26 Maret 2010. Beliau adalah Managing Director di CVC Asia Pacific Limited sekaligus Head of Asia Financing Team. Sejak bergabung dengan CVC pada tahun 2004, ia menempati kantor Seoul dan Hong Kong dan telah terlibat dalam aktivitas investasi di berbagai industri yang mencakup sebagian besar negara di Asia Pasifik. Saat ini beliau menjabat sebagai Direktur Non-Eksekutif di sejumlah perusahaan portofolio CVC, termasuk Hong Kong Broadband Network Limited dan WiniaMando Inc. Sebelum tahun 2004, beliau adalah seorang Analis Keuangan di Seoul Z Partners, sebuah perusahaan investasi berbasis di Korea. Beliau meraih gelar Sarjana Administrasi Bisnis dari Universitas Yonsei, Korea. Saat ini beliau berusia 37 tahun.

Was appointed as a Director on 26 March 2010. He is a Managing Director at CVC Asia Pacific Limited and is Head of its Asia Financing Team. Since joining CVC in 2004, Mr Kim has been based in its Seoul and Hong Kong offices and has been involved in investments across a wide range of industries spanning across most Asia Pacific countries. He currently serves as a Non-Executive Director on the boards of a number of CVC portfolio companies, including Hong Kong Broadband Network Limited and WiniaMando Inc. Prior to 2004, Mr. Kim was a Financial Analyst at Seoul Z Partners, an investment firm based in Korea. Mr Kim holds a Bachelor's Degree in Business Administration from Yonsei University, Korea. He is 37 years old.



ANDRE RUMANTIR

Director - Human Resources
Director - Human Resources

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 60 tahun.

Was appointed as a Director on 22 June 2012. He joined the Company in October 2004, was appointed HR Director (Corporate Division) of MPP in 2005 and appointed to the Company's Board of Management in June 2011. Prior to joining the Company, he spent 24 years working in PT International Nickel Indonesia Tbk (1978 – 1986) and PT Goodyear Indonesia Tbk (1986 – 2002). He holds a Bachelor's Degree (Mechanical Engineering) from Trisakti University, Indonesia and a MBA from Greenwich University, Hawaii. He is 60 years old.

Profil Anggota Manajemen

Board of Management's Profile



(dari kiri ke kanan - from left to right)

KEITH JONES
Director - Logistics

ANDRE RUMANTIR
Director - Human
Resources

R. SOEPAARMADI
Director - Internal Audit &
Social Affairs

MARTINUS LAIHAD
Director - Procurement,
Systems & Procedures

RICHARD GIBSON
Chief Financial Officer

IRWIN ABUTHAN
Director - Store Planning &
Development

SUNNY SETIAWAN
Director - Store Operations

MICHAEL REMSEN
Chief Executive Officer

MIRANTI HADISUSILO
Director - Legal &
Corporate Secretary

CHRISTIAN KURNIA
Director - Merchandising &
Marketing



RICHARD GIBSON
Chief Financial Officer

Bergabung dengan Perseroan untuk menempati posisi Chief Financial Officer pada tahun 2010. Beliau berpengalaman lebih dari 25 tahun dalam industri ritel di Eropa dan Amerika Serikat. Pernah bekerja untuk Debenhams Department Store di United Kingdom (1985 - 1987), juga pernah menempati posisi Direktur Keuangan untuk Eropa yang berbasis di London dan kemudian Wakil Presiden Keuangan, untuk Warner Bros Studio Stores yang berbasis di Amerika Serikat (1989 - 1997). Selain itu, beliau juga pernah menjadi Retail Global Controller untuk divisi ritel Nike di seluruh dunia, Chief Financial Officer David's Bridal, sebuah divisi dari May Department Store (2001 - 2006) dan Chief Financial Officer Orchard Supply Hardware, sebuah divisi dari Sears (2006 - 2008). Beliau memiliki berbagai kualifikasi profesional termasuk keanggotaan dari Association of Chartered Certified Accountants dan Institute of Internal Auditors.

Joined the Company to take up the role of Chief Financial Officer in 2010. He has over 25 years experience in the retail industry working in both Europe and the United States. Mr Gibson worked for Debenhams department stores in the United Kingdom (1985 – 1987), and was European Director of Finance, based in London, and subsequently Vice President of Finance, for Warner Bros Studio Stores based in the United States (1989 – 1997). In addition Mr. Gibson was the Retail Global Controller for Nike's worldwide retail division, Chief Financial Officer of David's Bridal, a division of May Department Stores (2001 – 2006) and Chief Financial Officer of Orchard Supply Hardware, a division of Sears (2006 – 2008). Mr Gibson's professional qualifications include membership of the Association of Chartered Certified Accountants and the Institute of Internal Auditors.



KEITH JONES
Director - Logistics

Bergabung dengan Perseroan sebagai Logistics Director pada tahun 2005, setelah sebelumnya menangani aspek distribusi dan logistik Perseroan sebagai Senior Consultant dari PT Exel Indonesia pada tahun 2004. Selama 35 tahun karir profesionalnya beliau memfokuskan pada manajemen distribusi dan rantai pasokan. Sebelumnya bekerja di PT Exel Indonesia, ASDA Superstores, Buck & Hickman Ltd, Hanson Transport Ltd, Cougar ekspres/BMW Singapura dan TNT Logistic (M) Sdn Bhd. Keith Jones adalah anggota UK Institute of Transport and Logistics.

Joined the Company as its Logistics Director in 2005, after serving the Company's distribution and logistical aspects as a Senior Consultant from PT Exel Indonesia since 2004. Mr Jones' 35 year professional career has been focused on distribution and supply chain management. He previously worked for PT Exel Indonesia, ASDA Superstores, Buck & Hickman Ltd, Hanson Transport Ltd, Cougar Express/BMW Singapore and TNT Logistic (M) Sdn Bhd. He is a member of the UK Institute of Transport and Logistics.



SUNNY SETIAWAN
Director - Store Operations

Bergabung dengan Perseroan sebagai Store Operations Director pada tahun 2003. Beliau bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional dari semua gerai Matahari. Beliau juga bertugas sebagai Liaison Officer Perseroan untuk IGDS (Intercontinental Group of Department Stores). Dalam perjalanan karirnya, beliau telah menjabat berbagai posisi di sejumlah perusahaan termasuk PT Johnsons & Sons (1992), Duty Free Shoppers (1994) dan PT Mitra Adiperkasa, Tbk (1993 dan 1997). Beliau meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Tarumanegara, Indonesia dan gelar Master di bidang Retailing dari Stirling University, United Kingdom.

Joined the Company as its Store Operations Director in 2003. She is responsible for the overall operations of all of the Company's stores. She also serves as the Liaison Officer for IGDS (Intercontinental Group of Department Stores). In the course of her career, she has held various positions in a number of companies including PT Johnsons & Sons (1992), Duty Free Shoppers (1994), and PT Mitra Adiperkasa Tbk (1993 and 1997). She holds a Bachelor degree from the Department of Economics, Universitas Tarumanegara, Indonesia and a Masters degree in Retailing from Stirling University, United Kingdom.

Profil Anggota Manajemen Board of Management's Profile



CHRISTIAN KURNIA
Director - Merchandising & Marketing

Diangkat sebagai Merchandising & Marketing Director pada tahun 2002. Beliau memulai karirnya di PT Metrodata Electronics (1992 - 2002) dengan posisi terakhir sebagai Direktur Distribusi. Beliau pernah terlibat dalam aktivitas pemasaran berbagai merek teknologi ternama seperti Acer, Seagate Technology, Epson, Creative Technology dan Compaq di Jakarta dimana PT Metrodata Electronic menjadi distributor utama. Beliau telah menerima penghargaan untuk Hundred Percent Achiever (1993 - 1998) dan Business Management Award (1999 - 2000) dari PT Metrodata Electronics. Beliau memiliki gelar Sarjana Teknik dari Institut Teknologi Bandung, Indonesia.

Was appointed as the Company's Merchandising & Marketing Director in 2002. He started his career at PT Metrodata Electronics (1992 - 2002) and his last position there was as distribution director. Mr Kurnia was previously involved with marketing leading technology brands including Acer, Seagate Technology, Epson, Creative Technology and Compaq in Jakarta with PT Metrodata Electronic as the main distributor for those brands. He has received awards for Hundred Percent Achiever (1993 - 1998) and Business Management Award (1999 - 2000) from PT Metrodata Electronics. Mr. Kurnia has a Bachelor's degree from Bandung Institute of Technology, Indonesia.



IRWIN ABUTHAN
Director - Store Planning & Development

Bergabung dengan Perseroan sebagai Store Planning & Development Director pada tahun 2010. Dari tahun 2002 sampai 2010 beliau telah menempati berbagai posisi di Lippo Group (Food Division) termasuk sebagai Direktur Perencanaan dan Pengembangan. Beliau memulai karirnya di Bank Credit Lyonnais Indonesia (1995-1997). Beliau pernah menempati posisi sebagai Manajer Corporate Finance and Corporate Banking di American Express Bank Ltd (1997 - 1999) dan sebagai Wakil Presiden Divisi Manajemen Aset di Badan Penyehatan Perbankan Indonesia (BPPN) (1999-2002). Irwin Abuthan memegang gelar Bachelor of Commerce (Banking & Finance) dari Curtin University of Technology, Australia Barat.

Joined the Company as its Store Planning & Development Director in 2010. From 2002 to 2010, he held various positions in the Lippo Group (Food Division) including as its Director of Planning and Development. He began his career at Bank Credit Lyonnais Indonesia (1995 - 1997). He has also worked as the Manager of Corporate Finance and Corporate Banking at American Express Bank Ltd (1997 - 1999) and as Vice President in the Asset Management Division of the Indonesian Bank Restructuring Agency (IBRA) (1999 - 2002). Mr Abuthan holds a Bachelor of Commerce (Banking & Finance) from Curtin University of Technology, Western Australia.



MARTINUS LAIHAD
Director - Procurement, Systems & Procedures

Diangkat sebagai Procurement, System & Procedures Director saat bergabung dengan Perseroan pada tahun 2006. Sebelumnya beliau bekerja di Grup Lippo (1990 - 2005) dan MPP (2005-2006). Beliau adalah lulusan Technical University, Berlin, Jerman.

Was appointed as the Company's Procurement, Systems & Procedures Director in 2006. He joined the Company in 2006. Prior to working at the Company, he worked at Lippo companies (1990 - 2005) and MPP (2005 - 2006). Mr. Laihad graduated from the Technical University, Berlin, Germany.



MIRANTI HADISUSILO
Director - Legal & Corporate Secretary

Diangkat sebagai Corporate Secretary & Legal Director sejak tahun 2010. Beliau bergabung dengan Perseroan sejak tahun 2010 dan berpengalaman lebih dari 15 tahun sebagai Corporate Secretary. Beliau memulai karirnya sebagai auditor senior di Kantor Akuntan Publik Prasetyo, Utomo & Co - Afiliasi Arthur Andersen (1992-1995). Pada tahun 1995 hingga 2010 beliau bekerja di PT Tunas Ridean Tbk, perusahaan asosiasi Jardine Matheson, di mana beliau membentuk Divisi Corporate Secretary yang menangani tugas-tugas corporate secretary, legal, corporate communications, investor relations, customer relations dan corporate affairs. Saat ini, beliau juga menjadi anggota Komite Audit PT Selamat Sempurna Tbk, anggota dari Indonesian Institute of Corporate Directorship, anggota komite dari Asosiasi Emiten Indonesia dan General Secretary dari Indonesian Corporate Secretary Association. Beliau meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Indonesia.

Was appointed as Corporate Secretary & Legal Director of the Company in 2010. She joined the Company in 2010 and has more than 15 years of experience as a Corporate Secretary. She started her career as a senior auditor in Prasetyo, Utomo & Co (an Arthur Andersen affiliate) (1992 – 1995). Between 1995 and 2010, she worked at PT Tunas Ridean Tbk, a Jardine Matheson associate company, where she set up and oversaw the corporate secretary, legal, corporate communications, investor relations, customer relations and corporate affairs. At present, she is an Audit Committee member of PT Selamat Sempurna Tbk, a member of the Indonesian Institute of Corporate Directorship, a committee member of Asosiasi Emiten Indonesia (the Indonesian Listed Company Association) and General Secretary of the Indonesian Corporate Secretary Association. Ms. Hadisusilo holds an Economic Degree from the University of Indonesia.



R. SOEPARMADI
Direktur-Internal Audit & Social Affairs

Diangkat sebagai Audit & Social Affairs Director pada tahun 2010. Beliau bergabung dengan Perseroan pada tahun 2008. Beliau adalah seorang eksekutif profesional dengan pengalaman lebih dari 40 tahun di bidang corporate finance, asset management, real estate dan general management. Beliau memulai karirnya di Citibank NA (1969 - 1978), kemudian menjadi Managing Director Finconesia Financial Company. Beliau bergabung dengan Lippo Group pada tahun 1990 dan telah memegang beberapa posisi direktur di berbagai anak perusahaan Grup Lippo: Bahari Bank, Lippo Cikarang, Lippo Land, Lippo Bank dan terakhir menjabat sebagai Direktur PT Gowa Makassar Tourism Development Tbk. Beliau memegang gelar BA dalam Sastra Inggris dari IKIP Malang, Indonesia. Beliau telah mengundurkan diri pada 1 Mei 2013.

Was appointed as the Company's Audit & Social Affairs Director in 2010. He joined the Company in 2008. He is a professional executive with over 40 years experience in corporate finance, asset management, real estate and general management. He began his career at Citibank NA (1969 – 1978) and was subsequently appointed as Managing Director of Finconesia Financial Company. He joined the Lippo Group in 1990 and has held several director level positions in various companies within the Lippo Group: Bahari Bank, Lippo Cikarang, Lippo Land, Lippo Bank and his last position was as a director of PT Gowa Makassar Tourism Development Tbk. He holds a BA in English Literature from IKIP Malang, Indonesia. Mr. R. Soeparmadi has effectively resigned as of 1 May 2013.

Profil Michael Remsen dan Andre Rumantir telah disajikan pada segmen Profil Direksi.

Michael Remsen and Andre Rumantir's profiles are as forth as in the Board of Director's Profile segment.

Profil Anggota Komite Audit

Audit Committee's Profile



(dari kiri ke kanan - from left to right)

RENE MANG WING MING

Anggota
Member

JONATHAN L. PARAPAK

Ketua
Chairman

LIM KWANG TAK

Anggota
Member

LOH MIN JIANN

Anggota
Member



LOH MIN JIANN

Anggota
Member

Diangkat sebagai anggota Komite Audit pada tahun 2012. Beliau saat ini menjabat sebagai CFO Magnum Corporation Sdn Bhd, Malaysia, yang merupakan kontributor pendapatan dan laba yang utama bagi Multi-Purpose Holdings Berhad. Beliau memulai karirnya di Peat Marwick (sekarang KPMG), sebuah firma akuntan publik di Kuala Lumpur tahun 1987 dan memiliki kualifikasi sebagai Certified Public Accountant dan Chartered Accountant. Kemudian beliau bergabung dengan sebuah perusahaan utilitas yang berbasis di Inggris untuk membentuk konsorsium proyek konsesi penanganan air limbah nasional di Malaysia. Kemudian, beliau bergabung dengan tim manajemen senior sebagai Head of Finance di pengelola konsesi tersebut dan secara aktif berpartisipasi dalam perencanaan strategis dan manajemen perubahan.

Appointed to the Audit Committee in 2012. He is presently the CFO of Magnum Corporation Sdn Bhd, Malaysia, which is the main revenue and profit contributor to Multi-Purpose Holdings Berhad. He started his career with Peat Marwick (now KPMG), a public accountant firm in Kuala Lumpur back in 1987 and qualified as a Certified Public Accountant and Chartered Accountant. He later joined a UK-based utility company to form a consortium to bid for the national sewerage concession of Malaysia. Subsequently, he joined the senior management team as Head of Finance in the concessionaire and actively participates in strategic planning and change management.



LIM KWANG TAK

Anggota
Member

Diangkat sebagai anggota Komite Audit pada tahun 2012. Saat ini beliau menjabat sebagai Presiden Direktur PT Trisula Insan Tiara, Komisaris PT Mido Indonesia, Komisaris PT Trisula Textile Industries, Komisaris PT Trisula Garment Manufacturing, Presiden Direktur PT Trimas Sarana Garment Industry dan Komisaris di PT Trisula International Tbk. Dari tahun 1981, beliau telah menempati berbagai posisi konsultansi dan direksi di dalam industri garmen. Beliau lulus pada tahun 1980 dengan gelar Sarjana Akuntansi dari Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Jakarta.

Appointed to the Audit Committee in 2012. He is presently President Director of PT Trisula Insan Tiara, Commissioner at PT Mido Indonesia, Commissioner at PT Trisula Textile Industries, Commissioner at PT Trisula Garment Manufacturing, President Director of PT Trimas Sarana Garment Industry and Commissioner at PT Trisula International Tbk. From 1981, Lim Kwang has held a wide variety of consulting and director positions within the garment industry. He graduated in 1980 with an Accounting Degree from the Faculty of Economics, Universitas Indonesia, Jakarta.

Profil Jonathan L. Parapak and Rene Mang Wing Ming telah disajikan pada segmen profil Dewan Komisaris.

Jonathan L. Parapak and Rene Mang Wing Ming's profiles are as forth as in the Board of Commissioner's profile segment.

Profil Kepala Unit Audit Internal

Head of Internal Audit Unit



FREDDY SANUSI

Bergabung dengan Matahari Group di tahun 2006 dan diangkat menjadi Ketua Internal Audit Perseroan pada tanggal 28 Desember 2012. Sebelumnya, beliau menempati posisi sebagai Systems Analyst di Public Utilities Board of Singapore, Kepala Internal Control di Citibank, Jakarta, Konsultan Keuangan di PT AXA Indonesia dan Operation and Business Development Manager di PT Transnasional Solutions. Di Matahari Group beliau pernah menjadi Ketua Internal Audit dan Pusat Data PT Matahari Putra Prima, Tbk, Kepala Logistik, HR dan GA PT Times Prima Indonesia dan General Manager di PT Matahari Putra Prima, Tbk. Beliau lulus dengan gelar Bachelor of Science di bidang Komputer dari Leeds University, UK.

He joined Matahari Group in 2006 and was appointed Head of Internal Audit of the Company in 28 December 2012. Before joining Matahari Group, he held positions as Systems Analyst at Public Utilities Board of Singapore, Head of Internal Controls at Citibank, Jakarta, Financial Consultant at PT AXA Indonesia and Operation and Business Development Manager at PT Transnational Solutions. At Matahari Group he was Head of Internal Audit and Records Center at PT Matahari Putra Prima, Tbk, Head of Logistics, HR and GA at PT Times Prima Indonesia and General Manager at PT. Matahari Putra Prima, Tbk. He graduated with a Bachelor of Science in Computer Science from Leeds University, UK.

Informasi Lainnya

Other Informations

ALAMAT PROFESI PENUNJANG

Kantor Akuntan Publik

Tanudiredja, Wibisana & Rekan
Firma anggota jaringan global PwC
Plaza 89
Jl. HR Rasuna Said Kav.X-7 No.6
Jakarta 12940, Indonesia
Tel : 62-21 521 2901
Fax : 62-21 529 055 55

Biro Administrasi Saham

PT Sharestar Indonesia
Gedung Citra Graha Lantai 7
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36
Jakarta 12950, Indonesia
Tel : 62-21 527 7966
Faks : 62-21 527 7967

INFORMASI PERUSAHAAN

Nama

PT Matahari Department Store Tbk
(Dahulu PT Pacific Utama Tbk)

Bidang Usaha

Jaringan *department store*

Kepemilikan

Asia Color Company Ltd 32,2%
PT Multipolar Tbk 20,5%
Masyarakat 47,4%

Tanggal Pendirian

24 Oktober 1958

Dasar Hukum Pendirian

- Akta Notaris Misahardi Wilamarta, S.H., No. 2 tanggal 1 April 1982 (sebagaimana telah diubah).

ADDRESS OF ANCILLARY CONSULTANTS

Public Accounting Firm

Tanudiredja, Wibisana & Rekan
A member firm of PwC global network
Plaza 89
Jl. HR Rasuna Said Kav.X-7 No.6
Jakarta 12940, Indonesia
Tel : 62-21 521 2901
Fax : 62-21 529 055 55

Share Registrar

PT Sharestar Indonesia
Citra Graha Building 7th Floor
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36
Jakarta 12950, Indonesia
Tel : 62-21 527 7966
Fax : 62-21 527 7967

COMPANY INFORMATION

Name

PT Matahari Department Store Tbk
(Formerly PT Pacific Utama Tbk)

Line of Business

Department store chain

Ownership

Asia Color Company Ltd 32.2%
PT Multipolar Tbk 20.5%
Public 47.4%

Establishment

24 October 1958

Legal Basis of Incorporation

- Notarial Deed No. 2 dated April 1, 1982 by Misahardi Wilamarta, S.H (as amended).

- SK Menteri Kehakiman Republik Indonesia (Sekarang Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia) No. C2-2611-HT.01.01.TH.82 Tanggal 18 November 1982.
- Berita Negara No.4, Tambahan No. 58 tanggal 14 Januari 1983.
- SK Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU- 57063.AH.01.02.Tahun 2009 tanggal 23 November 2009.
- Daftar Perusahaan No. AHU-0077854.AH.01.09 tahun 2009 tanggal 23 November 2009.
- Daftar Perusahaan No. AHU-072998.AH.01.09 tahun 2012 tanggal 9 Agustus 2012.

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

Tel. (62-21) 546 9333

Fax. (62-21) 547 5232

Website www.matahari.co.id

Email: corporate.communication.mds@matahari.co.id;
ir@matahari.co.id

- Decree of the Minister of Justice of the Republic of Indonesia (now Minister of Law and Human Rights) No. C2-2611-HT.01.01.TH.82 dated November 18 , 1982.
- State Gazette No. 4 dated January 14, 1983 Supplement No. 58
- Decree of the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia No. AHU-57063.AH.01.02.Year 2009 dated November 23, 2009.
- Company List No. AHU-0077854.AH.01.09 year 2009 dated November 23, 2009.
- Company List No. AHU-0072998.AH.01.09 year 2012 dated August 9, 2012.

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

Tel. (62-21) 546 9333

Fax. (62-21) 547 5232

Website www.matahari.co.id

Email: corporate.communication.mds@matahari.co.id;
ir@matahari.co.id

Informasi Atas Saham dan Kepemilikan Saham

Shares and Shareholding Information

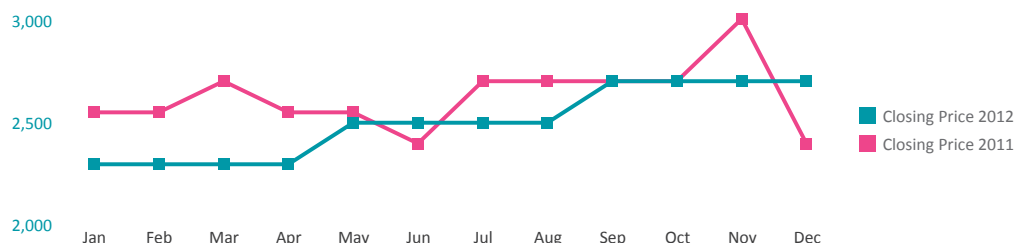
Setelah penawaran saham yang dilakukan oleh Asia Color Company Limited dan PT Multipolar Tbk selesai pada 28 Maret 2013, persentase kepemilikan saham publik di Matahari meningkat dari 1,85% menjadi 47,4%. Penawaran saham yang dilakukan diterima dengan sangat baik dan menarik minat yang sangat signifikan dari para investor global terkemuka. Matahari akan mendapatkan manfaat dari (i) meningkatnya likuiditas yang dimiliki dalam perdagangan saham di BEI, (ii) berpotensi untuk mendapat manfaat pajak yaitu berkurangnya persentase pajak penghasilan sesuai dengan peraturan perpajakan di Indonesia berdasarkan meningkatnya jumlah pemegang saham publik setelah selesainya penawaran saham; (iii) akan lebih mudah mendapatkan dana di pasar modal domestik maupun internasional; dan (iv) manfaat dari meningkatnya nama Perseroan di Indonesia maupun luar negeri. Setelah selesainya penawaran saham dan pelaksanaan opsi *over-allotment*, Asia Color Company memiliki kepemilikan saham sebesar 32,2%, PT Multipolar Tbk sebesar 20,5% dan masyarakat, termasuk pemilik saham yang baru sebesar 47,4%.

Pada akhir Maret 2013, harga saham Perseroan ditutup pada harga Rp11.000.

Following the share offering by Asia Color Company Limited and PT Multipolar Tbk completed on 28 March 2013, the percentage of shares in Matahari held by the public increased from 1.85% to 47.4%. The share offering was well-received and attracted significant interest from leading investors globally. Matahari is expected to benefit from (i) having more liquidity in the trading of its shares on the IDX, (ii) potentially receiving certain tax benefits in the form of reduced rates on its income tax in accordance with prevailing taxation regulations in Indonesia depending on the public shareholding subsequent to the offering; (iii) being able to raise funds more easily in the future through the domestic and international capital markets; and (iv) benefiting from increased visibility in Indonesia and overseas. Immediately following completion of the share offering and exercise of the over-allotment option, Asia Color Company had a shareholding of 32.2% PT Multipolar Tbk had a shareholding of 20.5% and the public, including new shareholders, had a shareholding of 47.4%.

As at end of March 2013, the Company's share price closed at Rp11,000.

Perbandingan Harga Penutupan 2011 dan 2012 (jumlah Rp/saham)
Comparison of Closing Prices 2011 and 2012 (amount Rp/share)



Kronologis Harga Saham
Chronology of Share Price

Quarter	2012							2011							Quarter
	High (Amount Rp/Share)	Low (Amount Rp/Share)	Close (Amount Rp/Share)	Volume (Quantity)	Volume (Amount Rp)	Frek (Quantity)	Market Capitalization	High (Amount Rp/Share)	Low (Amount Rp/Share)	Close (Amount Rp/Share)	Volume (Quantity)	Volume (Amount Rp)	Frek (Quantity)	Market Capitalization	
Quarter 1	2,300	2,300	2,300	20,500	47,150,000	5	6,711,211	2,700	2,550	2,700	3,000	7,950,000	3	7,878,378	Quarter 1
Quarter 2	2,500	2,300	2,500	12,500	29,150,000	4	7,294,795	2,550	2,400	2,400	2,500	6,225,000	4	7,003,003	Quarter 2
Quarter 3	2,700	2,500	2,700	25,000	62,900,000	7	7,878,378	2,750	2,400	2,700	4,000	10,350,000	8	7,878,378	Quarter 3
Quarter 4	2,700	2,500	2,700	-	-	-	7,878,378	3,000	2,300	2,400	9,000	24,375,000	11	7,003,003	Quarter 4

Sejarah Pencatatan Saham History of Share Listing

Penjelasan	Tahun Year	Jumlah saham Total shares	Description
Penawaran Umum Perdana	1989	2,140,000	Initial Public Offering
Pencatatan Tambahan	1990	2,250,000	Additional listing
Pembagian Saham Bonus (1 untuk 5)	1990	878,000	Bonus Share (1 for 5)
Pembagian Saham Bonus (2 untuk 1)	1992	10,536,000	Bonus Share (2 for 1)
Pembagian Dividen Saham (1 untuk 5)	1994	3,160,800	Dividend Share (1 for 5)
Pencatatan Tambahan	1997	11,880,000	Additional Listing
HMETD (42 untuk 1) @ Rp70/saham	2001	1,295,481,600	Right Issue (42 for 1) @Rp70/share
Penggabungan Saham (1 untuk 5)	2009	(1,061,061,120)	Stock Reversal (1 for 5)
Penerbitan Saham @ Rp100/saham	2009	2,652,652,800	Issueance Share @Rp100/share
Jumlah per 31 Desember 2012		2,917,918,080	Total per 31 December 2012

Struktur Pemegang Saham Company Shareholding Structure

Pemegang Saham/Shareholder	% Kepemilikan/% Ownership			
	31 Dec 2011	31 Dec 2012	31 March 2013 ³	30 April 2013 ⁴
Asia Color Company Ltd	98.15	98.15	31.67	32.2
PT Multipolar Tbk	-	-	20.48	20.5
Lain-lain (kurang dari 5%)/Others (less than 5%)	1.85	1.85	47.85	47.4
JUMLAH/TOTAL	100.00	100.00	100.00	100.00

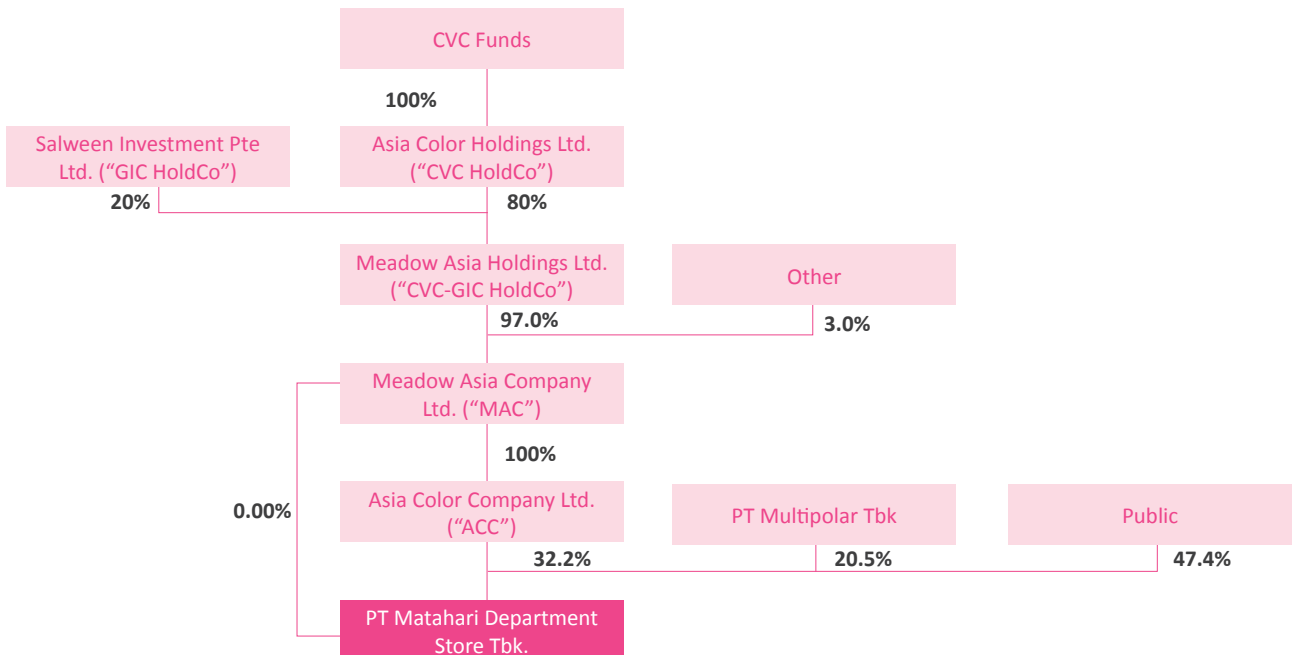
Catatan:

1. Tidak ada anggota Dewan Komisaris maupun Direksi PT Matahari Department Store Tbk yang memiliki saham secara langsung di Perseroan.
2. Perseroan tidak memiliki efek lain di luar saham yang diperjualbelikan di Bursa Efek Indonesia
3. Berdasarkan penawaran saham Perseroan sebesar 1.342.245.500 secara global oleh Asia Color Company Ltd dan PT Multipolar Tbk yang berakhir pada bulan 28 Maret 2013.
4. Setelah selesainya pelaksanaan opsi over-allotment.

Notes:

1. No member of the Board of Commissioners and the Board of Directors of PT Matahari Department Store Tbk who owned directly the Company's shares.
2. Company does not have any other securities traded outside of The Indonesia Stock Exchange.
3. Due to a global offering by Asia Color Company Ltd and PT Multipolar Tbk of 1,342,245,500 of the Company's shares which completed on 28 March 2013
4. Immediately following completion of the exercise of the over-allotment.

Struktur Kepemilikan Saham per 30 April 2013 Company Holding Structure as at 30 April 2013



Jaringan Gerai (sampai dengan April 2013)

Stores Network (until April 2013)

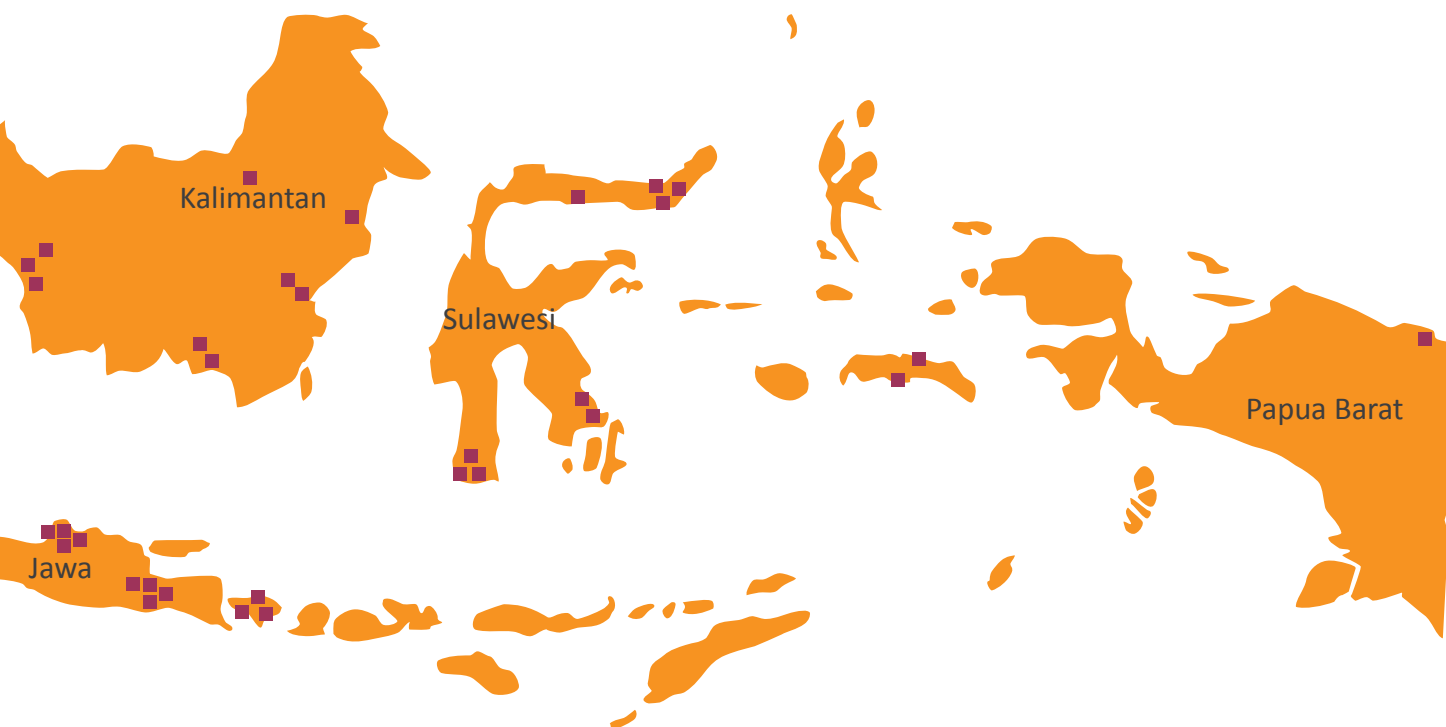
JABODETABEK
MDS KRAMAT JATI INDAH
MDS GALERIA PASAR BARU
MDS KTC KELAPA GADING
MDS GRAND MALL BEKASI
MDS ARION PLAZA I
MDS METROPOLITAN MALL BEKASI
MDS LIPPO MALL CIKARANG
MDS ATRIUM PLAZA
MDS KLENDER
MDS METROPOLIS TOWN SQUARE
MDS WTC MALL SERPONG
MDS SUPERMALL KARAWACI
MDS CILANDAK TOWN SQUARE
MDS CIPUTRA MALL
MDS GALERIA BLOK M
MDS DAAN MOGOT MALL
MDS PONDOK GEDE
MDS CIBUBUR JUNCTION
MDS DEPOK TOWN SQUARE
MDS SM BOGOR
MDS EKALOSARI BOGOR
MDS CBD CILEDUG
MDS PEJATEN VILLAGE
MDS GAJAH MADA PLAZA
MDS TAMAN ANGGREK MALL
MDS NG PLUIT VILLAGE
MDS TAMAN PALEM MALL
MDS BLU PLAZA BEKASI
MDS ARTHA GADING
MDS KALIBATA
MDS CIMANGGIS SQUARE
MDS Balekota Tangerang
MDS BTW Bogor

JAWA BARAT
MDS MEGA MALL TASIKMALAYA
MDS KING PLAZA BANDUNG
MDS MAYOFIELD MALL SUKABUMI
MDS BIP PLAZA BANDUNG
MDS GRAGE MALL CIREBON
MDS MAYOFIELD MALL CILEGON
MDS MAYOFIELD MALL KARAWANG
MDS ISTANA PLAZA BANDUNG
MDS FESTIVE CITY LINK BANDUNG
MDS CIREBON SUPERBLOK
MDS MALL OF SERANG

JAWA TENGAH
MDS SOLO SQUARE
MDS SINGOSAREN
MDS JAVA SUPERMALL
MDS MAGELANG
MDS SIMPANG LIMA SEMARANG
MDS MALIOBORO I
MDS KUDUS
MDS GRAND MALL SOLO
MDS MALIOBORO II
MDS KLATEN
MDS GALERIA JOGJA
MDS PEKALONGAN
MDS PURWOKERTO
MDS PARAGON SEMARANG
MDS ARMADA TOWN SQUARE
MDS Sidoarjo Town Square
MDS Hartono Lifestyle Solo

JAWA TIMUR
MDS MALANG TOWN SQUARE
MDS PASAR BESAR MALANG
MDS ROYAL PLAZA SURABAYA
MDS MADIUN
MDS SUPERMALL PAKUWON SURABAYA
MDS TUNJUNGAN PLAZA
MDS SIDOARJO
MDS JOHAR PLAZA JEMBER
MDS GALERIA DELTA SURABAYA
MDS CITY OF TOMORROW SURABAYA
MDS MALL OF KEDIRI
MDS BATU TOWN SQUARE
MDS BANGKALAN PLAZA
MDS GRESIK
MDS KAZA CITY SURABAYA





BALI

MDS GALERIA SIMPANG SIUR
MDS DUTA PLAZA I
MDS KUTA SQUARE

INDONESIA BAGIAN TIMUR

MDS AMBON CITY CENTER
MDS PASSO AMBON
MDS JAYAPURA MALL

SUMATERA

MDS MEDAN FAIR
MDS CIPUTRA SERAYA PEKAN BARU
MDS SKA PEKAN BARU
MDS MEGA MALL BATAM
MDS GRAND PALLADIUM
MDS NAGOYA HILL BATAM
MDS INTERNATIONAL PLAZA PALEMBANG
MDS MEDAN THAMRIN
MDS PLAZA CITRA PEKAN BARU

MDS MEDAN MALL

MDS ANGSO DUA JAMBI
MDS BINJAI
MDS CENTRAL PLAZA LAMPUNG
MDS BASKO PADANG
MDS KEPRI MALL BATAM
MDS BENGKULU
MDS HERMES
MDS PSX PALEMBANG

SULAWESI

MDS PANAKUKANG MAKASAR
MDS GTC TANJUNG BUNGA MAKASAR
MDS MEGA MALL MANADO
MDS MANADO TRADE CENTRE
MDS MALL RATU INDAH MAKASAR
MDS KENDARI
MDS MANADO TOWN SQUARE
MDS GORONTALO
MDS LIPPO MALL KENDARI

KALIMANTAN

MDS MULIA PLAZA SAMARINDA
MDS BALIKPAPAN
MDS BANJARMASIN
MDS LEMBUSWANA SAMARINDA
MDS PONTIANAK
MDS A. YANI MEGAMALL PONTIANAK
MDS SUPERBLOK BALIKPAPAN
MDS Q MALL BANJARBARU
MDS MEGA TOWN SQUARE PALANGKARAYA

Halaman ini sengaja dikosongkan
This page is intentionally left blank



PT Matahari Department Store Tbk
Menara Matahari 15th Floor
Jl. Bulevar Palem Raya No. 7
Lippo Karawaci 1200, Tangerang 15811
Indonesia

Tel : (62-21) 546 9333
Fax : (62-21) 547 5232

www.matahari.co.id