



# INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 1Q21

## HIGHLIGHTS

- Pendapatan kuartal 1 2021 (1Q21) tumbuh 11,8% YoY menjadi Rp3,3 triliun, didukung oleh pertumbuhan 35,7% YoY dalam jumlah titik distribusi menjadi 227.465; Mempertahankan profitabilitas operasional di tengah kondisi makro yang menantang
- MCAS Group memasuki bisnis *Electric Vehicle (EV)* dan Layanan Penukaran Baterai; NFCX bekerja sama dengan SiCepat Expres untuk membentuk *EV Joint Venture* dan berinvestasi di Volta
- Paragon Pictures, Anak Perusahaan Ideosource dan NFCX, menyelesaikan putaran pendanaan Pre-Series A dan bersiap untuk mengembangkan dan meluncurkan serangkaian konten seri, film, animasi, dan OTT
- Jaringan *Cloud Advertising DMMX* tumbuh 68,9% YoY menjadi 16.460 layar yang terpasang dan mencakup 13.476 titik iklan (+83,0% YoY) pada akhir Maret 2021
- Bisnis logistik terus berekspansi dengan penambahan 3.000+ titik *drop points* pada 1Q21

**Pendapatan pada 1Q21 tumbuh 11,8% YoY menjadi Rp3,3 triliun; Jumlah titik distribusi tumbuh 35,7% YoY menjadi 227,5k**

Pada 1Q21, PT M Cash Integrasi Tbk (“MCAS” atau “Grup”) mencatatkan pertumbuhan *top line* moderat, di tengah kondisi makro yang menantang, dengan pendapatan tumbuh 11,8% YoY, dari Rp2,9 triliun di 1Q20 menjadi Rp3,3 triliun di 1Q21, didukung oleh perluasan titik distribusi organik yang tumbuh 35,7% YoY menjadi 227.465 per Maret 2021 dari 167.675 per Maret 2020. Genggaman yang kokoh pada pangsa pasar penjualan produk digital membuktikan kegunaan dan kedalaman infrastruktur distribusi Grup yang luas. Selain itu, pertumbuhan *top-line* didorong oleh kontribusi dari pendapatan segmen *Software-as-a-Service (SaaS)* yang tumbuh sebesar 446,9% YoY menjadi Rp18,3 miliar di 1Q21.

Pada 1Q21, MCAS berhasil mempertahankan profitabilitas operasional di tengah kondisi makro yang sulit, menunjukkan ketahanan model bisnis MCAS. Laba kotor 1Q21 dan margin laba usaha masing-masing mencapai 1,7% (vs 2,1% di 1Q20) dan 0,9% (vs 1,2% di 1Q20). Penurunan ini sebagian besar disebabkan oleh peningkatan upaya pemasaran dan promosi untuk menjaga pangsa pasar di tengah kondisi ekonomi yang sulit dan peningkatan biaya penyusutan (Rp6,4 miliar di 1Q21 vs Rp2,9 miliar di 1Q20) terkait dengan perluasan operasi.

Namun, pada kuartal ini terlihat peningkatan efisiensi operasi yang dibuktikan dengan rasio biaya terhadap pendapatan yang meningkat dari 0,9% di 1Q20 menjadi 0,8% di 1Q21. Selain itu, kuartal ini juga menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pengelolaan modal kerja yang dibuktikan dengan arus kas operasi yang meningkat secara signifikan dari Rp1,4 miliar arus keluar di 1Q20 menjadi Rp147,6 miliar di 1Q21.

Laba bersih yang dapat diatribusikan pada 1Q21 meningkat menjadi Rp16,5 miliar dari rugi bersih sebesar Rp183,4 miliar pada 1Q20. MCAS mempertahankan posisi keuangan yang sehat dengan posisi kas bersih sebesar Rp144,4 miliar per akhir Maret 2021.



# INVESTOR BULLETIN

## Financial Performance: 1Q21

### MCAS Group Memasuki Bisnis *Electric Vehicle (EV)* dan Layanan Penukaran Baterai

Pada Juni 2021, MCAS melalui anak perusahaannya NFCX menggandeng PT SiCepat Ekspres Indonesia (“SiCepat”) untuk memasuki bisnis *Electric Vehicle (“EV”)* dengan membentuk perusahaan *joint venture (“JV”)*, PT Energi Selalu Baru (“ESB”). Perusahaan JV ini akan fokus pada distribusi sepeda motor listrik, penukaran baterai dan layanan pendukung. ESB juga akan mengambil saham mayoritas di perusahaan manufaktur EV, PT Volta Indonesia Semesta (“Volta”).

ESB bertujuan untuk meningkatkan penerimaan dan asimilasi penggunaan EV di Indonesia dengan menyediakan distribusi sepeda motor listrik dan layanan penukaran baterai, yang diberdayakan oleh platform digital dan teknologi *Internet-of-Things (IoT)*. Volta akan menjadi rumah produksi utama sepeda motor listrik untuk ESB, sementara NFCX menyediakan dan mengelola platform digital untuk registrasi dan manajemen kendaraan, pembayaran, dan *rewards*. ESB akan memanfaatkan logistik dan kemampuan jaringan SiCepat dan TFAS untuk merencanakan dan menyebarkan titik penukaran baterai. Perluasan jaringan penukaran baterai juga akan memanfaatkan jaringan toko ritel DMMX yang luas di seluruh Indonesia.

Setelah membangun jaringan distribusi yang luas untuk produk dan layanan digital, MCAS dapat menyebarkan kemampuan, koneksi ritel, dan infrastruktur teknologinya untuk meningkatkan pelaksanaan usaha baru. Dengan demikian, MCAS mendapat keuntungan utama dalam hal membangun kesadaran produk/layanan dan aksesibilitas bagi usaha baru tersebut. Lebih penting lagi, dengan upaya intra-grup untuk menyelaraskan berbagai fungsi dalam layanan yang sama, MCAS yakin dapat memberikan rangkaian produk yang lebih bernilai tambah yang akan menarik bagi pasar massal, sebagai contoh, pelanggan tidak hanya dapat membeli dan menggunakan EV saja, melainkan akan turut didukung oleh platform digital untuk mengelola penggunaan, menikmati *rewards* untuk produk dan layanan digital, dan yang paling penting, dapat melakukan perjalanan dari satu tujuan ke tujuan lain dengan lancar.

Industri EV menghadirkan peluang pertumbuhan yang kuat bagi MCAS, dilatarbelakangi populasi yang lebih sadar lingkungan dan kebijakan pemerintah yang mendukung. Pemerintahan Jokowi menargetkan Indonesia memiliki 374 ribu mobil listrik, 11,8 juta sepeda motor listrik, 6K Stasiun Pengisian Listrik Tenaga Listrik (SPKLU) dan 17K Stasiun Tukar Baterai Kendaraan Listrik Umum (SPBKLU) pada tahun 2025. Pada tahun 2030, jumlahnya diperkirakan akan tumbuh menjadi 2,2 juta unit untuk 4W, 13 juta unit untuk 2W, 32K unit untuk SPKLU dan 67K unit untuk SPBKLU.

Saat ini, sepeda motor listrik kami sudah dalam pengujian beta dengan lembaga pemerintahan dan beberapa perusahaan swasta. Sepeda motor listrik dan fasilitas pendukungnya ini diharapkan dapat dibuka untuk akses pasar massal pada akhir paruh kedua tahun 2021.

### Paragon Pictures akan meluncurkan deretan film, serial, dan konten pasca pendanaan Pre-Series A funding

Pada Juni 2021, Paragon Pictures, anak perusahaan Ideosource Entertainment dan NFCX, menerima pendanaan Pre-Series A yang dipimpin oleh Salt Ventures dan Inter Studio. Setelah menyelesaikan putaran pendanaan,



# INVESTOR BULLETIN

## Financial Performance: 1Q21

Paragon berencana untuk mengembangkan dan meluncurkan deretan Intellectual Property (IP) dalam berbagai bentuk, termasuk konten live streaming yang bermitra dengan GoPlay Indonesia, animasi anak-anak, produksi serial untuk platform OTT dan beberapa film baru, yang memenuhi selera konsumen lokal.

Industri konten digital dan hiburan berkembang pesat seiring dengan modernisasi di Indonesia. Dan melalui pipeline pengembangan Paragon yang didanai dengan baik, NFCX juga memiliki posisi yang lebih baik untuk tumbuh seiring dengan momentum industri. Selain itu, ini menandai langkah penting lainnya dalam proses berkelanjutan dari pengembangan platform konten digital yang kuat yang akan membantu meningkatkan daya tarik dan *stickiness* rangkaian layanan NFCX dan membantu mitra ritel NFCX untuk lebih melibatkan pelanggan (terutama pelanggan lokal) di era *e-Commerce*.

### Jaringan *CloudAdvertising* DMMX tumbuh menjadi 16.460 layar yang mencakup 13.476 titik iklan

Hingga akhir Maret 2021, DMMX telah menerapkan 16.460 layar (+68,9% YoY, +1.355 layar baru QoQ), mencakup 13.476 titik iklan (+83,0% YoY) di 33 kota di Indonesia. 1.355 layar yang dipasang selama 3 bulan pertama tahun 2021 merupakan perkembangan operasional yang cukup penting mengingat ekonomi makro. Momentum pertumbuhan ini diperkirakan akan berlanjut hingga paruh kedua tahun 2021 dengan *order book* yang solid (dari klien *blue-chip* seperti Alfamart, Indomaret dan KFC) untuk penyebaran layar.

### Jaringan Drop Point SiCepat tumbuh menjadi 3.000+; Lebih banyak lagi kolaborasi sedang berjalan

1Q21 menunjukkan kelanjutan ekspansi bisnis *supply chain* dan logistik Perseroan yang secara resmi dikomersialkan pada akhir November 2020. Jumlah *drop points* tumbuh 219% QoQ menjadi 3.000+ pada akhir Maret 2021 dari 940+ pada akhir Desember 2020. Laba bersih 1Q21 Logitek Digital Nusantara (LDN) tumbuh 21,3% QoQ mencapai Rp243 juta. Pada 1Q21, MCAS mencatat Rp43,3 juta pendapatan asosiasi dari LDN yang berkontribusi sekitar 0,3% terhadap *bottom-line* MCAS. Kontribusi ini diperkirakan akan meningkat pada kuartal-kuartal mendatang seiring dengan terus berlanjutnya ekspansi *drop point* dan jaringan *merchant*.

Pertumbuhan ini terjadi sebagian besar karena adanya kolaborasi dengan berbagai mitra utama seperti Alfamart dan Shipper serta memanfaatkan 10.000+ jaringan toko Perseroan yang ada saat ini. Ke depannya, Perseroan juga akan bekerja sama dengan berbagai pemain lain seperti Alfamidi dan Dan+Dan untuk menumbuhkan jaringan *drop point* dan mengembangkan ekosistem logistik 3PL yang kuat yang pada akhirnya akan mendukung dan memperkaya penawaran teknologi secara keseluruhan dari Grup MCAS.

### Penggerak kinerja utama dalam beberapa kuartal ke depan:

- Ekspansi organik Jaringan Distribusi Produk Digital
- Kemitraan baru yang memanfaatkan kemampuan Grup MCAS
- WABA terus mendapatkan daya tarik progresif dan memperluas basis kliennya
- Solusi distribusi F&B modern bertumbuh dan bersinergi dalam Ekosistem Grup
- Perkembangan bisnis logistik yang progresif dan menghasilkan efek sinergis pada operasi Grup
- Komersialisasi platform konten digital dan strategi *bundling* produk terkait



# INVESTOR BULLETIN

## Financial Performance: 1Q21

### HIGHLIGHTS

- 1Q21 Revenues grew modestly at 11.8% YoY to Rp3.3 trillion, supported by 35.7% YoY growth in number of distribution points to 227,465; Maintains operational profitability amidst challenging macro-conditions
- MCAS Group ventures into Electric Vehicle (EV) and Battery Exchange Service; NFCX joins hands with SiCepat Ekspres to form EV Joint Venture and invest in Volta
- Paragon Pictures, Subsidiary of Ideosource and NFCX, completes Pre-Series A funding round and prepares to develop and launch slate of series, films, animations, and OTT contents
- DMMX Cloud Advertising Network grows 68.9% YoY to 16,460 screens deployed covering 13,476 advertising spots (+83.0% YoY) as of end March 2021
- Logistics business continues healthy expansion with 3,000+ drop points deployed as of 1Q21

#### 1Q21 Revenues grew 11.8% YoY to Rp3.3 trillion; Number of distribution points grew 35.7% YoY to 227.5k

For 1Q21, PT M Cash Integrasi Tbk (“MCAS” or “the Group”) delivered modest topline growth, amidst challenging macro conditions, with revenues growing 11.8% YoY, from Rp2.9 trillion in 1Q20 to Rp3.3 trillion in 1Q21, supported by organic expansion of distribution points which grew 35.7% YoY to 227,465 as of March 2021 from 167,675 in as of March 2020. The sturdy hold on digital product sales market share attests the usefulness and depth of the Group’s extensive distribution infrastructures. In addition, top-line growth was boosted by contribution from Software-as-a-Service (SaaS) segment revenues which grew by 446.9% YoY to Rp18.3 billion in 1Q21.

For 1Q21, MCAS managed to sustain operational profitability amidst tough macro-conditions, demonstrating the resilience of MCAS business model. 1Q21 gross profit and operating profit margin came in at 1.7% (vs. 2.1% in 1Q20) and 0.9% (vs. 1.2% in 1Q20), respectively. The decline is largely attributable to step-up in marketing and promotion efforts to safeguard market share amidst tough economic conditions and increases in depreciation expense (Rp6.4 bio in 1Q21 vs. Rp2.9 bio in 1Q20) associated with an expanding operation.

However, the quarter saw improvements in operating efficiency as evidenced by operating expense-to-revenue ratio improving from 0.9% in 1Q20 to 0.8% 1Q21. In addition, the quarter also saw significant improvements in working capital management as evidenced by operating cashflows improving significantly from Rp1.4 billion outflow in 1Q20 to Rp147.6 billion inflow in 1Q21.

1Q21 attributable net profit improved to Rp16.5 billion from net loss of Rp183.4 billion in 1Q20. MCAS maintains a healthy financial position with a net cash position of Rp144.4 billion as of end March 2021.

#### MCAS Group Ventures into Electric Vehicles and Battery Exchange business

In June 2021, MCAS, through its subsidiary NFCX joined hands with PT SiCepat Ekspres Indonesia (“SiCepat”) to enter Electric Vehicle (“EV”) business by forming a joint venture (“JV”) company, PT Energi Selalu Baru (“ESB”). The JV company will focus on the distribution of electric motorcycles, battery exchange and supporting services. ESB will also take majority stake in an EV manufacturing company, PT Volta Indonesia Semesta (“Volta”).



# INVESTOR BULLETIN

## Financial Performance: 1Q21

ESB aims to improve the take up and assimilation of EV usage in Indonesia by providing a seamless electric motorcycle distribution and battery exchange service, empowered by digital platforms and Internet-of-Things (IoT) technology. Volta will be the key production house of the electric motorcycles for ESB with NFCX providing and administering the digital platform for the vehicle registration and management, payments, and rewards. ESB will leverage on SiCepat and TFAS logistics and network capabilities to plan and deploy the battery exchange station. The battery exchange network expansion will also utilize DMMX's vast retail network of stores across Indonesia.

Having built up an extensive distribution network for digital products and services, the Group can propagate its capabilities, retail connections and technological infrastructures to improve the execution of the new venture. As such, the Group enjoys a key advantage in terms of building product/service awareness and accessibility that a new business would otherwise struggle with. More importantly, with an intra-group effort to harmonize multiple functionalities within a same service, the Group is confident to deliver a more value-additive product suite that would appeal to the mass market, i.e., the customer is not just buying and using an EV, he/she will be supported by digital platforms to manage usage, enjoy rewards for digital products and services and most importantly, be able to travel from one destination to another seamlessly.

The EV industry presents a strong growth opportunity for the Group, on the backdrop of a more environmentally conscientious population and supportive government policies. The Jokowi administration is targeting Indonesia to have 374K electric cars, 11.8 million electric motorcycles, 6K Public EV Charging Stations (SPKLU) and 17K Public EV Battery Exchange Stations (SPBKLU) by 2025. By 2030, the number is expected to grow to 2.2 million units for 4W, 13 million units for 2W, 32K units for SPKLU and 67K units for SPBKLU.

Currently, electric motorcycles are already in beta-testing with government agencies and a few private enterprises. These electric motorcycles and the accompanying support facilities are expected to open for mass market access in the late second half of 2021.

### **Paragon Pictures to launch slate of films, series and contents post Pre-Series A funding**

In June 2021, Paragon Pictures, subsidiary of Ideosource Entertainment and NFCX, received Pre-Series A funding led by Salt Ventures and Inter Studio. Post completion of funding round, Paragon is planning to develop and launch a slate of intellectual properties (IP) in various forms, including live-streaming content partnering with GoPlay Indonesia, children's animation, serial production for OTT platforms and several new films, that are catered to the palate of local consumers.

The digital contents and entertainment industry is rapidly growing in tandem with the modernization of Indonesia. And through Paragon's well-funded development pipeline, NFCX is also better positioned to grow in tandem with the momentum of the industry. In addition, this marks another important step in the ongoing process of developing a robust digital contents platform that will help improve the appeal and stickiness of NFCX's



# INVESTOR BULLETIN

## Financial Performance: 1Q21

service suite and help NFCX's retail partners better engage customers (particularly the local palate) in the age of e-Commerce.

### **DMMX cloud-advertising network grows to 16,460 screens covering 13,476 ad spots**

As of end March 2021, DMMX has deployed 16,460 screens (+68.9% YoY, +1,355 new screens QoQ), covering 13,476 ad spots (+83.0% YoY) across 33 cities in Indonesia. The 1,355 screens deployed over the first 3 months of 2021 is a fairly noteworthy operational development considering the macro-economic backdrop. This growth momentum is expected to continue into the second half of 2021 with a solid orderbook (from blue-chip clients such as Alfamart, Indomaret and KFC) for screen deployment.

### **SiCepat Drop Point network grows to 3,000+; More collaborations underway**

1Q21 saw continued expansion of the company's supply chain and logistics business which officially commercialized in late November 2020. The number of drop points grew 219% QoQ to 3,000+ as of end March 2021 from 940+ as of end December 2020. Logitek Digital Nusantara (LDN) 1Q21 net profit grew 21.3% QoQ to reach Rp243 million. For 1Q21, MCAS recognized Rp43.3 million in associate income from LDN contributing approximately 0.3% to MCAS bottom-line. This contribution is expected to enlarge over the coming quarters in tandem with ongoing drop point and merchant network expansion.

This growth was possible largely due to collaborations with key partners such as Alfamart and Shipper as well as leveraging on the company's existing 10,000+ store network. Moving forward, the company will also work with other players such as Alfamidi and Dan + Dan to grow the drop point network and develop a robust 3PL logistics ecosystem that would ultimately support and enrich the Group's overall tech offerings.

### **Key performance drivers in the next few quarters:**

- Organic expansion of Digital Product Distribution Network
- New partnerships that leverage on the Group's capabilities
- WABA continue to gain progressive traction and expand its client base
- Modern F&B distribution solution reaching scale and synergizing within the Group's Ecosystem
- Progressive development of logistics business and resulting synergistic effect on Group operations
- Commercialization of digital contents platform and associated product bundling strategies



# INVESTOR BULLETIN

## Financial Performance: 1Q21

### FINANCIAL HIGHLIGHTS

*(Expressed in Billion Rupiah, Unless Otherwise Stated)*

<b>Profit &amp; Loss</b>	<b>1Q20</b>	<b>1Q21</b>	<b>Change</b>
Revenue	2,941.9	3,287.7	11.8%
Gross Profit	61.2	55.7	-9.0%
Operating Profit	36.1	29.6	-18.1%
Pre-tax Income*	(160.4)	46.3	N.M.
Attributable Net Income*	<b>(183.4)</b>	<b>16.5</b>	N.M.

<b>Financial Position</b>	<b>FY20</b>	<b>1Q21</b>	<b>Change</b>
Assets	1,835.2	1,921.7	4.7%
Liabilities	503.2	594.9	18.2%
Equity**	1,331.9	1,326.7	-0.4%

\*) The YoY fall was driven by investment losses where sales of subsidiaries shares were adjusted to adopt equity-accounting as per Indonesia Accounting Standard (PSAK) article 65.

\*\*\*) The change in total equity is largely due to buyback activities and purchase of shares of subsidiaries that are recorded at nominal instead of purchase price

*(Expressed in Billion Rupiah, Unless Otherwise Stated)*

<b>Business Segment:</b>	<b>1Q20</b>	<b>1Q21</b>	<b>Change</b>
Digital Products & Services	884.7	1,141.4	29.0%
Digital Product Aggregator	2,030.2	2,087.3	2.8%
Digital Cloud Advertising	23.7	40.7	71.9%
Software-as-a-Service	3.3	18.3	446.9%
<b>Total Revenue</b>	<b>2,941.9</b>	<b>3,287.7</b>	<b>11.8%</b>

<b>Segment Gross Profit Margin</b>	<b>1Q20</b>	<b>1Q21</b>
Digital Product Sales	3.7%	1.6%
Digital Product Aggregator	0.8%	0.7%
Digital Cloud Advertising	43.6%	30.6%
Internet of Things	89.3%	58.2%

<b>Operational Matrix:</b>	<b>1Q20</b>	<b>1Q21</b>	<b>Change</b>
Distribution Points*	167,675	227,465	35.7%
Digital Product Aggregator Members	102,393	145,087	41.7%
Advertising Points	7,365	13,476	83.0%
Drop Points	0	3,000	N.M.

\*) includes digital product Aggregator members and advertising points

**Further Information, please contact:**

**Jo Cheah ZhuoEn, CFA**

Head of Investor Relations

PT M Cash Integrasi Tbk

Email: cheah.zhuoen@mcash.id