



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 9M21

HIGHLIGHTS

- 9M21 Revenues grew steadily at 9.3% YoY to Rp9.5 trillion, supported by 27.9% YoY growth in number of distribution points to 254,498; Attributable net profit skyrocketed 171.3% YoY to Rp57.0 billion in 9M21 sustaining operational profitability with improved operating cashflows amid challenging macro-conditions
- Indonesia Health Ministry partner with MCAS Group to implement the national digital Covid-19 contact tracing system (PenduliLindungi) via WABA chatbot
- Clean Energy Products & Services Segment off to a promising start; opening factory in Semarang, securing contract with PLN and debuting mass-market flagship model (Volta 401) at Indonesia E-Vehicle Expo
- DMMX Cloud Advertising Network grows 45.4% YoY to 18,647 screens deployed covering 15,108 advertising spots (+61.2% YoY) as of end Sept 2021; McDonald's Indonesia joins blue-chip client base
- Logistics business continues healthy expansion with 6,100+ drop points with more collaboration underway with players such as MNC Travel & OYO; Launched Container Concept Express Store, FastPoint
- DigiResto links up with LinkAja, extending 'Indonesia Pasti Bisa' food ordering service to wider market

9M21 Revenues grew 9.3% YoY to Rp9.5 trillion; Att. Net Profit skyrocketed 171.3% YoY to Rp57.0 billion

For 9M21, PT M Cash Integrasi Tbk ("MCAS" or "the Group") delivered steady topline growth, amid challenging macro conditions, with revenues growing 9.3% YoY, from Rp8.7 trillion in 9M20 to Rp9.5 trillion in 9M21, supported by organic expansion of distribution points which grew 27.9% YoY to 254,498 as of Sept 2021 from 198,938 in as of June 2020. The sturdy hold on digital product sales market share attests the usefulness and depth of the Group's extensive distribution infrastructures.

For 9M21, MCAS managed to sustain operational profitability amidst tough macro-conditions, demonstrating the resilience of MCAS business model. 9M21 gross profit and operating profit margin came in at 1.5% (vs. 2.0% in 9M20) and 0.7% (vs. 1.2% in 9M20), 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 (Rp21.0 bio in 9M21 vs. Rp9.8 bio in 9M20) associated with an expanding operation. Despite the step-up in non-cash expense (depreciation), operating expense-to-revenue ratio remained flattish YoY at 0.9% in 9M21 (vs. 0.9% in 9M20).

In addition, the quarter also saw significant improvements in working capital management as evidenced by operating cashflows improving from Rp66.7 billion inflow in 9M20 to Rp203.0 billion inflow in 9M21. 9M21 attributable net profit skyrocketed 171.3% YoY to Rp57.0 billion from Rp21.0 billion in 9M20. MCAS maintains a healthy financial position with a net cash position of Rp134.8 billion as of end Sept 2021.

Indonesia Health Ministry partner with MCAS to implement national digital Covid-19 contact tracing system

Following the successful implementation of the Covid-19 vaccination chatbot, The Indonesian Ministry of Health is working with the Group to implement the national digital Covid-19 contact tracing system, via WhatsApp chatbot. The WhatsApp chatbot can be accessed nationwide for Indonesians to check in and out of places and buildings in a coordinated effort by the ministry to improve the tracing and consequent containment of COVID-



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 9M21

19 outbreak. The partnership with MCAS will enable Indonesians to access PeduliLindungi systems through WhatsApp platform, empowered by DKD. Users can interact with a WhatsApp chatbot which will be able to redirect them to a QR scanning site.

By being an active contributor to the national cause, the Group is also directly ingratiating itself with the domestic market it serves while demonstrating the usefulness and integrity of the Group’s WABA platform as an enterprise communication platform capable of servicing a large user base reliably. As of Sept 2021, DKD has amassed more than 200 corporate clients, both private and public enterprises from a wide range of industries.

Clean Energy segment off to a promising start, securing contract with PLN & debuting mass market model

In 3Q21, NFCX’s new Clean Energy products & services segment, which officially commercialized in June 2021, has made significant progress with 3Q21 segment revenues growing 132% QoQ. In the few short months of operation, the Group has seen tangible enthusiasm for Clean Energy products and services from both private and public enterprises. In August 2021, the Group was awarded a contract from PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) (“PLN”) for an initial purchase 77 electric three-wheelers which will be distributed as modes of transportation for small medium enterprises (SMEs). And with the added production capacity from the Volta factory in Semarang, which officially opened in November 2021, the company is now better positioned to meet even larger purchase orders from its partners in 2022.

Figure 1: Volta Factory Opening Ceremony



In addition, Volta made a debut with their mass market flagship electric vehicle unit, Volta 401, at the Indonesia E-Vehicles Expo in Nov 2021. With a slim vehicle dimension measuring 1920x1100x680, the Volta 401 is equipped with a 60V 23A battery capacity of SGB Lifepo4 Lithium type and a 1500-watt motor power that can travel up to 60 km. Volta 401 is also equipped with an LCD Digital Speedometer, LED Lamp, Remote Alarm, Keyless Ignition System, Double Batteries Slot, a USB Charging Port and NFCX’s Internet-of-Things (IoT) vehicle and battery management platform.

As the Clean Energy business scales up and Volta EVs progressively gain mass market traction and wider corporate adoption rate, the company expects more synergies to be realized from the harmonization of the new venture and existing tech offerings and networks within the Group, which is expected to translate to a more robust earnings profile over the next few years.



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 9M21

DMMX advertising network grows to 18,647 screens (+45.4% YoY); McDonald's joins blue-chip client base

As of end September 2021, DMMX has deployed 18,647 screens (+45.4% YoY, +1,305 new screens QoQ), covering 15,108 ad spots (+61.2% YoY) across 34 cities in Indonesia. The 1,305 screens deployed over the 3 months of the third quarter of 2021 is a noteworthy progress considering the tender macro-economic backdrop.

In addition, DMMX joined hands with McDonald's Indonesia to deploy cloud signage solutions at McDonald outlets nationwide. DMMX's LED menu boards will be initially deployed at 23 stores. Subsequently, DMMX will expand its coverage to more than 200 McDonald's outlets nationwide. DMMX expects to complete the signage deployment at McDonald's outlets nationwide by end of 2022, adding approximately 800 additional screens to the company's order books next year.

SiCepat Drop Point network grows to 6,100+; Launches FastPoint Container Concept Express Store

3Q21 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 to 6,100+. 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 be working with other retailers such as MNC Travel and OYO to grow the drop point network and other 3PL logistics players to further improve the interconnectivity between the drop points as well.

Forging on the path of deepening its tech logistics ecosystem, LDN joined hands with SiCepat in September 2021, to launch Fastpoint, a container concept express store. The store will offer SiCepat Drop Points and other additional products and services. Fastpoint is set to provide a strategic location for MSME players to develop their business. In the early stages of launch, Fastpoint will focus on fulfilling market needs in major cities, then gradually expand to other areas and provinces throughout Indonesia. Utilizing containers as the real estate, Fastpoint becomes very mobile & practical and can be easily placed anywhere.

Figure 2: First store is located at Jalan Wijaya I No. 81, Jakarta.





INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 9M21

Progressively, TFAS aims to develop Fastpoint to become a complete express business solution and the preferred choice for small businesses in urban areas of Indonesia to grow their business while simultaneously joining the company's growing network of parcel drop points.

DigiResto links up with LinkAja to extend with 'Indonesia Pasti Bisa' service to wider market

In October 2021, DigiResto joined hands with LinkAja, the e-wallet and digital payments app of state-owned banks and Telkomsel. With the collaboration, more than 75 million LinkAja users can access DigiResto services natively within the LinkAja application. This initiative follows the launch of the special food order initiative "*goceng*" in collaboration with Bank Mandiri in August 2021, intended to support people who are doing *isoman* (self-isolation) in accessing affordable food choices under the 'Indonesia Pasti Bisa' initiative. DigiResto has extended their services to 10 new cities which are Surabaya, Malang, Jogja, Solo, Semarang, Cirebon, Tasik, Sukabumi, Karawang and Denpasar, beyond Jabodetabek area and Bandung.

By actively contributing to the "Indonesia Pasti Bisa" community movement, the Group is able to demonstrate the usefulness of the DigiResto platform and appropriate it for the common fight against the pandemic. By playing its part as a responsible corporate citizen, the Group seeks to cement its standing as a trusted tech company that is able to improve the lives of consumers with its innovation and steadily build up its loyal user base for the DigiResto platform and its many other array of products and services.

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: 9M21

FINANCIAL HIGHLIGHTS

(Expressed in Billion Rupiah, Unless Otherwise Stated)

Profit & Loss	9M20	9M21	Change
Revenue	8,683.4	9,493.7	9.3%
Gross Profit	175.2	146.2	-16.5%
Operating Profit*	102.0	63.5	-37.7%
Pre-tax Income	83.9	141.2	68.2%
Attributable Net Income	21.0	57.0	171.3%

*) The YoY fall was largely attributable to 133.8% YoY increase in depreciation expense

Financial Position	FY20	9M21	Change
Assets	1,835.2	2,018.4	10.0%
Liabilities	503.3	529.0	5.1%
Equity	1,331.9	1,489.4	11.8%

(Expressed in Billion Rupiah, Unless Otherwise Stated)

Business Segment:	9M20	9M21	Change
Digital Products & Services	2,741.5	3,018.7	10.1%
Digital Product Aggregator	5,857.7	6,335.4	8.2%
Digital Cloud Advertising	72.2	107.3	48.7%
Software-as-a-Service	12.1	28.9	138.6%
Clean Energy Products & Services	-	3.4	N.M.
Total Revenue	8,683.4	9,493.7	9.3%

Segment Gross Profit Margin	9M20	9M21
Digital Product Sales	3.2%	1.7%
Digital Product Aggregator	0.9%	0.7%
Digital Cloud Advertising	38.8%	35.2%
Internet of Things	68.9%	39.3%
Clean Energy Products & Services	-	20.8%

Operational Matrix:	9M20	9M21	Change
Distribution Points*	198,938	254,498	27.9%
Digital Product Aggregator Members	124,693	165,698	32.9%
Advertising Points	9,373	15,108	61.2%
Drop Points	0	6,100	N.M.

*) includes digital product Aggregator members and advertising points

Further Information, please contact:

Investor Relations

PT M Cash Integrasi Tbk

Email: investor.relations@mcash.id



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 9M21

HIGHLIGHTS

- Pendapatan kuartal tiga 2021 (9M21) tumbuh sebesar 9,3% YoY menjadi Rp9,5 triliun, didukung oleh pertumbuhan 27,9% YoY dalam jumlah titik distribusi menjadi 254.498; Laba bersih yang dapat diatribusikan meningkat 171,3% YoY menjadi Rp57,0 miliar pada 9M21 yang mempertahankan profitabilitas operasional dengan arus kas operasional yang membaik di tengah kondisi makro yang menantang.
- Kementerian Kesehatan INDONESIA bekerja sama dengan MCAS Group untuk menerapkan sistem pelacakan kontak Covid-19 digital nasional (PenduliLindungi) melalui chatbot WABA.
- Segmen Produk & Layanan Energi Bersih di mulai dengan awal yang menjanjikan; membuka pabrik di Semarang, mengamankan kontrak dengan PLN dan memulai debut model andalan pasar massal (Volta 401) di Indonesia E-Vehicle Expo.
- Jaringan *Cloud Advertising* DMMX tumbuh 45,4% YoY menjadi 18.647 layar yang terpasang dan mencakup 15.108 tempat iklan (+61,2% YoY) pada akhir September 2021; McDonald's Indonesia bergabung sebagai Basis Klien *Blue-Chip* DMMX.
- Bisnis logistik terus melakukan ekspansi mencapai 6.100+ drop point dan berkolaborasi dengan lebih banyak mitra seperti MNC Travel & OYO; FastPoint - *Express Store* berkonsep kontainer telah diluncurkan,
- DigiResto terhubung dengan LinkAja, memperluas layanan pemesanan makanan 'Indonesia Pasti Bisa' ke pasar yang lebih luas

Pendapatan 9M21 tumbuh 9,3% YoY menjadi Rp9,5 triliun; Laba Bersih yang dapat diatribusikan meningkat 171.3% YoY menjadi Rp57,0 miliar

Pada 9M21, PT M Cash Integrasi Tbk ("MCAS" atau "MCAS Group") memberikan pertumbuhan *topline* yang stabil, di tengah kondisi makro yang menantang, dengan pendapatan tumbuh 9,3% YoY, dari Rp8,7 triliun pada 9M20 menjadi Rp9,5 triliun pada 9M21, didukung oleh ekspansi organik titik distribusi yang tumbuh 27,9% YoY menjadi 254.498 pada September 2021 dari 198.938 pada Juni 2020. Pegangan yang kokoh pada pangsa pasar penjualan produk digital membuktikan kegunaan dan kedalaman infrastruktur distribusi MCAS Group yang luas.

MCAS berhasil mempertahankan profitabilitas operasional di tengah kondisi makro yang sulit, menunjukkan ketahanan model bisnis MCAS. Laba kotor 9M21 dan margin laba operasi masing-masing mencapai 1,5% (vs 2,0% pada 9M20) dan 0,7% (vs 1,2% di 9M20). Penurunan tersebut sebagian besar disebabkan oleh peningkatan upaya pemasaran dan promosi untuk menjaga pangsa pasar di tengah kondisi ekonomi yang sulit dan peningkatan beban penyusutan (Rp21,0 miliar di 9M21 vs Rp9,8 miliar di 9M20) terkait dengan operasional yang sedang berekspansi. Meskipun ada peningkatan dalam biaya non-tunai (depresiasi), rasio beban terhadap pendapatan operasi tetap stabil YoY di 0,9% di 9M21 (vs 0,9% di 9M20).

Selain itu, kuartal ini juga mengalami perbaikan signifikan dalam pengelolaan modal kerja yang dibuktikan dengan arus kas operasi yang membaik dari Rp66,7 miliar arus kas masuk pada 9M20 menjadi Rp203,0 miliar arus kas masuk di 9M21. Laba bersih yang dapat diatribusikan pada 9M21 juga meningkat 171,3% YoY menjadi Rp57,0 miliar dari Rp21,0 miliar pada 9M20. MCAS mempertahankan posisi keuangan yang sehat dengan posisi kas bersih sebesar Rp134,8 miliar per akhir September 2021.



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 9M21

Kementerian Kesehatan RI bekerja sama dengan MCAS untuk menerapkan sistem pelacakan kontak Covid-19 *digital* nasional

Menyusul keberhasilan implementasi *chatbot* vaksinasi Covid-19, Kementerian Kesehatan RI bekerja sama dengan MCAS Group menerapkan sistem **pelacakan kontak Covid-19 *digital* nasional**, melalui *chatbot* WhatsApp. *Chatbot* WhatsApp dapat diakses secara nasional bagi orang Indonesia untuk *check-in* dan *check-out* dari berbagai lokasi dan gedung dalam upaya yang terkoordinasi oleh kementerian untuk meningkatkan sistem pelacakan dan penanganan wabah COVID-19. Kemitraan dengan MCAS memungkinkan orang Indonesia untuk mengakses sistem PeduliLindungi melalui platform WhatsApp, yang dikembangkan oleh DKD. Pengguna dapat berinteraksi dengan *chatbot* WhatsApp yang akan dapat mengarahkan mereka ke situs pemindaian QR.

Dengan menjadi kontributor aktif untuk tujuan nasional, MCAS Group juga secara langsung melebur dengan pasar domestik yang dilayaninya sambil menunjukkan kegunaan dan integritas platform WABA yang dikembangkan oleh MCAS Group sebagai platform komunikasi perusahaan yang mampu melayani basis pengguna yang besar dengan andal. Pada September 2021, DKD telah mengumpulkan lebih dari 200 klien perusahaan, baik perusahaan swasta maupun publik dari berbagai industri.

Segmen Produk & Layanan Energi Bersih di mulai dengan awal yang menjanjikan, mengamankan kontrak dengan PLN & memulai debut model andalan pasar massal

Pada 9M21, segmen produk & layanan Energi Bersih NFCX yang baru, yang secara resmi dikomersialkan pada Juni 2021, telah membuat kemajuan signifikan dengan pendapatan segmen 9M21 tumbuh 132% QoQ. Dalam beberapa bulan operasional yang singkat, MCAS Group telah melihat antusiasme nyata untuk produk dan layanan Energi Bersih dari perusahaan swasta dan publik. Pada Bulan Agustus 2021, MCAS Group mendapatkan kontrak dari PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) ("PLN") untuk pembelian awal 77 kendaraan roda tiga listrik yang akan didistribusikan sebagai moda transportasi untuk usaha kecil menengah (UKM). Dan dengan tambahan kapasitas produksi dari pabrik Volta di Semarang, yang secara resmi dibuka pada November 2021, perseroan sekarang berada di posisi yang lebih baik untuk memenuhi pesanan pembelian yang lebih besar dari mitranya pada tahun 2022.

Gambar 1: Acara Pembukaan Pabrik Volta



Selain itu, Volta melakukan debut dengan unit kendaraan listrik andalan pasar massal mereka, Volta 401, di Indonesia E-Vehicles Expo pada November 2021. Dengan dimensi kendaraan ramping berukuran 1920x1100x680, Volta 401 dilengkapi dengan kapasitas baterai 60V 23A tipe Lithium SGB Lifepo4 dan tenaga motor 1500 watt yang dapat menempuh perjalanan hingga 60 km. Volta 401 juga dilengkapi dengan LCD *Digital Speedometer*, lampu LED, Alarm Jarak Jauh, *Keyless Ignition System*, *Double Batteries Slot*, *USB Charging Port* dan *platform* manajemen baterai *internet-of-things (IoT) NFCX*.



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 9M21

Dengan meningkatnya bisnis Energi Bersih dan juga Volta EV yang semakin mendapatkan daya tarik pasar massal dan tingkat adopsi perusahaan yang lebih luas, perseroan mengharapkan lebih banyak sinergi untuk direalisasikan dari harmonisasi usaha baru dan penawaran serta jaringan teknologi yang ada dalam MCAS Group, yang diharapkan dapat diterjemahkan ke dalam profil pendapatan yang lebih kuat selama beberapa tahun ke depan.

Jaringan periklanan DMMX tumbuh menjadi 18.647 layar (+45,4% YoY); McDonald's bergabung dengan basis klien blue-chip

Pada akhir September 2021, DMMX telah memasang 18.647 layar (+45,4% YoY, +1.305 layar baru QoQ), yang mencakup 15.108 titik iklan (+61,2% YoY) di 34 kota di Indonesia. 1.305 layar yang digunakan selama 3 bulan pada kuartal ketiga 2021 adalah kemajuan penting mengingat latar belakang makro-ekonomi yang lemah.

Selain itu, DMMX juga bekerja sama dengan McDonald's Indonesia untuk menerapkan solusi *cloud signage* di gerai McDonald secara nasional. Papan menu LED DMMX awalnya akan digunakan di 23 toko. Selanjutnya, DMMX akan memperluas cakupannya ke lebih dari 200 gerai McDonald's secara nasional. DMMX mengharapkan untuk menyelesaikan pemasangan *signage* di gerai McDonald's secara nasional pada akhir 2022, menambahkan sekitar 800 layar ke *orderbook* perusahaan tahun depan.

Jaringan Drop Point SiCepat tumbuh mencapai 6,100+ titik; FastPoint - Express Store berkonsep kontainer telah diluncurkan

Pada 9M21 dapat terlihat berlanjutnya ekspansi bisnis rantai pasokan dan logistik perusahaan yang resmi dikomersialkan pada akhir November 2020. Jumlah *drop point* tumbuh menjadi 6.100+ titik. Pertumbuhan ini disebabkan sebagian besar oleh kolaborasi dengan mitra utama seperti Alfamart dan Shipper serta memanfaatkan jaringan 10.000+ toko perseroan yang ada. Kedepannya, perseroan juga akan bekerja sama dengan peritel lain seperti MNC Travel dan OYO untuk meningkatkan jaringan *drop point* dan pemain logistik 3PL lainnya untuk lebih meningkatkan interkoneksi antara *drop point* nya juga.

Guna memperkuat ekosistem logistik teknologinya, LDN bekerja sama dengan SiCepat pada September 2021, untuk meluncurkan Fastpoint, yang merupakan *express store* berkonsep kontainer. Toko ini akan menawarkan SiCepat *Drop Points* dan produk dan layanan tambahan lainnya. Fastpoint diatur untuk menyediakan lokasi yang strategis bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka. Pada tahap awal peluncuran, Fastpoint akan fokus pada pemenuhan kebutuhan pasar di kota-kota besar, kemudian secara bertahap akan memperluas ke daerah dan provinsi lain di seluruh Indonesia. Memanfaatkan kontainer sebagai *touch point* konsumen, Fastpoint menjadi sangat *mobile* & praktis dan dapat dengan mudah ditempatkan di mana saja.



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 9M21

Gambar 2: Toko pertama Fastpoint berlokasi di Jalan Wijaya I No. 81, Jakarta.



Secara progresif, TFAS bertujuan mengembangkan Fastpoint menjadi solusi bisnis ekspres yang lengkap dan pilihan yang lebih disukai bagi usaha kecil di daerah perkotaan Indonesia untuk mengembangkan bisnis mereka sekaligus bergabung dengan jaringan *drop point* paket perusahaan yang terus berkembang.

DigiResto terhubung dengan LinkAja untuk memperluas layanan 'Indonesia Pasti Bisa' ke pasar yang lebih luas

Pada Oktober 2021, DigiResto bekerja sama dengan LinkAja, aplikasi *e-wallet* dan pembayaran digital bank BUMN dan Telkomsel. Dengan kolaborasi tersebut, lebih dari 75 juta pengguna LinkAja dapat mengakses layanan DigiResto secara *native* di dalam aplikasi LinkAja. Inisiatif ini menyusul diluncurkannya inisiatif pesanan makanan khusus "goceng" bekerja sama dengan Bank Mandiri pada Agustus 2021, yang dimaksudkan untuk mendukung orang-orang yang melakukan isolasi mandiri (isolasi mandiri) dalam mengakses pilihan makanan terjangkau di bawah inisiatif 'Indonesia Pasti Bisa'. DigiResto telah memperluas layanan mereka ke 10 kota baru yaitu Surabaya, Malang, Jogja, Solo, Semarang, Cirebon, Tasik, Sukabumi, Karawang dan Denpasar, di luar wilayah Jabodetabek dan Bandung.

Dengan secara aktif berkontribusi pada gerakan komunitas "Indonesia Pasti Bisa", MCAS Group mampu menunjukkan kegunaan platform DigiResto dan menyesuaikannya untuk perjuangan bersama melawan pandemi. Dengan memainkan peran perseroan sebagai warga yang bertanggung jawab, MCAS Group berusaha untuk memperkuat posisinya sebagai perusahaan teknologi tepercaya yang mampu meningkatkan kehidupan konsumen dengan inovasinya dan terus membangun basis pengguna setianya untuk platform DigiResto dan banyak rangkaian produk dan layanan lainnya.

Pendorong kinerja utama dalam beberapa kuartal ke depan:

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



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 9M21

FINANCIAL HIGHLIGHTS

(Expressed in Billion Rupiah, Unless Otherwise Stated)

Profit & Loss	9M20	9M21	Change
Revenue	8,683.4	9,493.7	9.3%
Gross Profit	175.2	146.2	-16.5%
Operating Profit*	102.0	63.5	-37.7%
Pre-tax Income	83.9	141.2	68.2%
Attributable Net Income	21.0	57.0	171.3%

*) The YoY fall was largely attributable to 133.8% YoY increase in depreciation expense

Financial Position	FY20	9M21	Change
Assets	1,835.2	2,018.4	10.0%
Liabilities	503.3	529.0	5.1%
Equity	1,331.9	1,489.4	11.8%

(Expressed in Billion Rupiah, Unless Otherwise Stated)

Business Segment:	9M20	9M21	Change
Digital Products & Services	2,741.5	3,018.7	10.1%
Digital Product Aggregator	5,857.7	6,335.4	8.2%
Digital Cloud Advertising	72.2	107.3	48.7%
Software-as-a-Service	12.1	28.9	138.6%
Clean Energy Products & Services	-	3.4	N.M.
Total Revenue	8,683.4	9,493.7	9.3%

Segment Gross Profit Margin	9M20	9M21
Digital Product Sales	3.2%	1.7%
Digital Product Aggregator	0.9%	0.7%
Digital Cloud Advertising	38.8%	35.2%
Internet of Things	68.9%	39.3%
Clean Energy Products & Services	-	20.8%

Operational Matrix:	9M20	9M21	Change
Distribution Points*	198,938	254,498	27.9%
Digital Product Aggregator Members	124,693	165,698	32.9%
Advertising Points	9,373	15,108	61.2%
Drop Points	0	6,100	N.M.

*) includes digital product Aggregator members and advertising points

Further Information, please contact:

Investor Relations

PT M Cash Integrasi Tbk

Email: investor.relations@mcash.id