

**HIGHLIGHTS**

- Pendapatan 1Q21 melonjak 112,0% YoY menjadi Rp180,7 miliar dan Laba Bersih tumbuh 16,5% YoY menjadi Rp10,3 miliar; Tumbuh lebih kuat dari tahun yang sulit;
- Jumlah layar yang terpasang tumbuh 68,9% YoY menjadi 16.460 mencakup 13.476 titik iklan (+83,0% YoY) pada akhir Maret 2021;
- DMMX mengambil saham minoritas di PT Energi Selalu Baru, Perusahaan Patungan (JV) Kendaraan Listrik antara NFCX dan SiCepat Expres, guna memperluas jaringan pemasaran perdagangan untuk menyediakan layanan penukaran baterai;

**Pendapatan 1Q21 tumbuh 112,0% YoY menjadi Rp180,7 miliar; Laba Bersih tumbuh 16,5% YoY menjadi Rp10,3 miliar**

- PT Digital Mediatama Maxima Tbk ("DMMX") mengawali tahun 2021 dengan catatan positif dengan memberikan pertumbuhan yang kuat dengan pendapatan 1Q21 dan laba bersih tumbuh 112,0% YoY dan 16,5% YoY, masing-masing menjadi Rp180,7 miliar dan Rp10,3 miliar. Pertumbuhan ini sebagian besar didorong oleh ekspansi yang kokoh dari segmen *cloud advertising* dan *trade marketing*. Segmen *digital cloud advertising* DMMX (*Managed Service* dan *Infrastructure-as-a-Service*) menghasilkan pertumbuhan top-line sebesar 61,3% YoY menjadi Rp10,2 miliar pada 1Q21, sebagian besar disebabkan oleh aktivitas pemasangan layar yang sehat. Pendapatan segmen *trade marketing* tumbuh 127,4% YoY mencapai Rp140,0 miliar di 1Q21, didukung oleh peningkatan 76,9% YoY dalam jumlah anggota *outlet* Pojok Bayar menjadi 93.501 pada akhir Maret 2021.
- Laba kotor 1Q21 dan laba usaha tumbuh 24,8% dan 31,2% YoY masing-masing menjadi Rp13,6 miliar dan Rp6,9 miliar, seiring dengan ekspansi *top-line* yang kuat. Margin laba kotor 1Q21 turun menjadi 7,5% (vs 9,3% di FY20) sebagian besar disebabkan oleh melemahnya sentimen ritel, terkait dengan krisis kesehatan masyarakat global yang sedang berlangsung, yang juga menyeret turun anggaran pemasaran klien. Margin laba operasional mencapai 3,7% di 1Q21 (vs 4,9% di FY20), didukung oleh peningkatan rasio beban usaha terhadap pendapatan dari 4,4% di FY20 menjadi 3,8% di 1Q21.
- Laba bersih yang dapat diatribusikan pada 1Q21 tumbuh bersamaan sebesar 16,5% YoY menjadi Rp10,3 miliar, sebagian besar didorong oleh ekspansi organik dan evolusi operasi DMMX. DMMX mempertahankan posisi keuangan yang gesit dengan posisi kas bersih

## INVESTOR BULLETIN

sebesar Rp165,0 miliar per akhir Maret 2021, menyisakan banyak ruang untuk membiayai upaya ekspansi jaringan titik iklan lanjutan dan pengembangan bisnis konten digital.

### **Jaringan *Cloud Advertising* 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 yang sedang menurun. 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.

### **DMMX mengambil saham minoritas di EV JV, guna memperluas jaringan pemasaran perdagangan untuk layanan penukaran baterai**

Pada Juni 2021, DMMX mengambil saham minoritas di PT Energi Selalu Baru ("ESB"), sebuah perusahaan *Joint Venture* antara PT NFC Indonesia Tbk (NFCX) dan PT SiCepat Ekspres Indonesia ("SiCepat"), dengan fokus pada distribusi sepeda motor listrik, penukaran baterai dan layanan pendukungnya. DMMX akan memperluas kemampuan platform *digital trade marketing*-nya dengan menyertakan layanan penukaran baterai untuk sepeda motor listrik ESB. Seiring dengan peningkatan operasi ESB, DMMX berencana untuk menyebarkan layanan penukaran baterai di *outlet* anggota Pojok Bayar/Kios Warga terpilih di seluruh Indonesia.

DMMX melihat ini sebagai pengembangan yang saling menguntungkan bagi Perseroan dan toko jaringan pemasaran perdagangan karena lalu lintas tambahan dari pengendara EV (Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) memproyeksikan populasi sepeda motor listrik mencapai 13 juta unit pada tahun 2030) akan mendatangkan patronase toko yang lebih tinggi dalam jangka panjang. Selain itu, ini merupakan langkah penting untuk transformasi berkelanjutan dari toko-toko kelontong tradisional di bawah jaringan pemasaran perdagangan DMMX untuk dapat memenuhi permintaan baru dari konsumen di Indonesia.

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

- Upaya ekspansi yang berkelanjutan dari jaringan layar *cloud advertising*
- Ekspansi kemampuan *Digital Trade Marketing* bekerja sama dengan mitra logistik & EV
- Pertumbuhan bisnis konten digital yang progresif dan efek sinergis yang dihasilkan pada operasi DMMX

## INVESTOR BULLETIN

- Pengembangan berkelanjutan dari platform hiburan digital bekerja sama dengan Bumilangit
- Kemitraan baru yang memanfaatkan kemampuan periklanan/non-iklan DMMX
- Ekspansi progresif ke pasar luar negeri

## FINANCIAL FIGURES

(expressed in billion Rupiah, otherwise stated)

	1Q20	1Q21	% Change
Revenue	85.2	180.7	112.0
Gross Profit	10.9	13.6	24.8
Operating Profit	5.1	6.7	31.2
Pre-tax Income	10.0	11.4	13.8
Net Income*	8.8	10.3	16.5

\*) net income attributable to the Owners of the Company

	FY20	1Q21	% Change
Assets	800.1	820.9	2.6
Liabilities	115.6	124.8	8.0
Equity	684.4	696.0	0.7

**INVESTOR BULLETIN**

Revenue by Segments (Rp'bio)	1Q20	1Q21	% Change
Managed Services	5.4	2.6	-52.7*
Infrastructure as a service (IaaS)	0.9	7.7	724.8
Advertising exchange hub	0.0	0.4	1,156.1
Hardware Sales	17.3	30.1	74.0
Digital Trade Marketing	61.5	140.0	163.3
<b>Total Revenue</b>	<b>85.2</b>	<b>180.7</b>	<b>112.0</b>

\*) Decrease was due to transfer of some screens under MS scheme to IAAS upon client request

Gross Profit Margin by Segments (in %)	1Q20	1Q21
Managed Service	91.3	80.7
IaaS	84.0	58.3*
Advertising exchange hub	100.0	21.9
Hardware Sales	26.4	19.4
Digital Trade Marketing	0.9	0.8
<b>Consolidated</b>	<b>12.8</b>	<b>7.5</b>

\*) Due to changes in accounting treatment of depreciation recognition

Operational Matrix	1Q20	1Q21	% Change
<b>Digital cloud advertising</b>			
Total sites	7,365	13,476	83.0
Total screens	9,748	16,460	68.9
<b>Digital trade marketing</b>			
Number of Outlet Members	52,861	93,501	76.9
<b>Technical service points</b>			
Total number of cities	28	33	17.9