

**PT KRESNA GRAHA INVESTAMA Tbk (KREN)**  
**FINANCIAL PERFORMANCE: 2019**

- **Pendapatan 2019 melonjak 61,0% YoY menjadi Rp11,6 triliun, sementara laba operasi teknologi dan digital naik 48,8% YoY menjadi Rp144,1 miliar**
- ***Digital distribution channels* meluas sebesar 111,0% YoY menjadi 160.000 titik pada 2019, dengan lebih banyak produk inovatif dalam *pipeline***
- **Entitas anak di bidang *digital cloud advertising*, *DMMX*, *go public* untuk memperluas jaringan digitalnya secara agresif**

**Pendapatan 2019 melonjak 61,0% YoY menjadi Rp11,6 triliun, sementara laba operasi teknologi dan digital naik 48,8% YoY menjadi Rp144,1 miliar**

PT Kresna Graha Investama Tbk (KREN atau Perseroan) mengakhiri 2019 dengan hasil yang memuaskan, meskipun dengan lingkungan makro yang menantang. Dari sisi *top line*, Perseroan berhasil mencatatkan pertumbuhan pendapatan yang memuaskan sebesar 61,0% YoY, bergerak dari Rp7,2 triliun pada 2018 menjadi Rp11,6 triliun pada 2019. Kontributor terbesar pendapatan masih berasal dari segmen teknologi dan digital, yang menyumbang 95,5% dari total pendapatan pada tahun 2019, dibandingkan dengan 88,2% pada tahun sebelumnya. Pendapatan KREN dari segmen teknologi dan digital membukukan peningkatan +74,4% YoY, naik dari Rp6,4 triliun pada 2018 menjadi Rp11,1 triliun pada 2019. Hasilnya, laba operasi dari segmen ini berhasil untuk mencatat pertumbuhan 48,8% YoY, melonjak dari Rp96,8 miliar pada 2018 menjadi Rp144,1 miliar pada 2019. Sementara itu, segmen finansial dan investasi mencatat penurunan 40,5% YoY dan 57,1% YoY, menjadi Rp447,1 miliar dan Rp216,1 miliar.

Kualitas aset dan solvabilitas tetap solid, sebagaimana ditunjukkan oleh posisi kas bersih sebesar Rp1,8 triliun pada 2019. Dari sisi profitabilitas, KREN terus mematuhi komitmennya untuk menghasilkan *wealth creation* untuk *shareholders*-nya, sebagaimana ditunjukkan oleh ROAE-nya yang tinggi sebesar 13,8% pada 2019.

***Digital distribution channels* meluas sebesar 111,0% YoY menjadi 160.000 titik pada 2019, dengan lebih banyak produk inovatif dalam *pipeline***

Tiga strategi inti KREN, yakni pengayaan ekosistem digital, pemberdayaan jaringan distribusi, dan amplifikasi ekosistem melalui *natural use-cases*, telah membuahkan hasil yang luar biasa. Pada tahun 2019, KREN berhasil secara agresif memperluas *digital distribution channels*, naik 111% YoY menjadi 160.000 titik, dari hanya 76.000 pada 2018. Dengan ini, Perseroan berharap untuk memperdalam penetrasi pasar dan melayani pelanggannya di seluruh negeri dengan lebih baik lagi.

Dengan *mindset* Grup yang didorong oleh inovasi, Perseroan secara konsisten berinovasi dengan tujuan melanjutkan dedikasinya untuk memenangkan hati pelanggan melalui keunggulan distribusi digital Grup. Melalui entitas anaknya, Perseroan memperkenalkan platform pemasaran dan loyalitas berbasis WhatsApp for Business (WABA), didukung oleh teknologi *artificial intelligence (AI)* dan opsi pembayaran yang komprehensif. Selama masa *soft launch*, Perseroan menerima tanggapan positif baik dari mitra bisnis dan pelanggan. Didukung oleh kesuksesan ini, Perseroan akan memperluas jangkauannya ke luar segmen ritel modern dan F&B, memasuki segmen logistik, transportasi umum, *telco* dan perbankan.

**Entitas anak di bidang *digital cloud advertising*, DMMX, *go public* untuk memperluas jaringan digitalnya secara agresif**

Pada kuartal akhir tahun 2019, entitas anak Perseroan, PT Digital Mediatama Maxima Tbk (DMMX), perusahaan *digital cloud advertising and trade marketing*, mencatat IPO yang sukses dengan tingkat *oversubscription* sebanyak 7,1 kali dan meraih Rp619 miliar, yang kemudian diikuti oleh traksi yang besar dalam operasi Perseroan, dengan 7.000 layar tersebar pada akhir 2019. Alhasil, titik periklanan DMMX melonjak sebesar 39,8% YoY dari 4.105 pada 2018 menjadi 5.737 pada 2019. Dengan banyaknya amunisi dari IPO, DMMX menargetkan ekspansi agresif untuk jaringan iklannya di seluruh Indonesia, menyediakan berbagai solusi *digital marketing* dan *advertising* untuk peritel modern, pelaku *general trade*, UKM, restoran cepat saji, perbankan, serta perusahaan *multi-finance*.

## FINANCIAL HIGHLIGHTS

(Expressed in Billion Rupiah, unless otherwise stated)

PROFIT & LOSS	2018	2019	Change (%)
Revenue			
- Technology & Digital	6,358.8	7,872.3	23.8
- Financial & Investment	854.2	525.8	(38.4)
- Sub total	7,213.1	11,616.3	61.0
Operating Profit			
- Technology & Digital	96.8	144.1	48.8
- Financial & Investment	655.1	303.1	(53.7)
- Sub total	751.9	447.1	(40.5)
Pre-tax Income	762.9	442.5	(42.0)
Net Income	503.5	216.1	(57.1)

Attributable to owners of the parent entity

FINANCIAL POSITION	2018	2019	Change (%)
Assets	3,515.3	4,304.8	22.5
Liabilities	906.0	846.3	(6.6)
Equity	2,609.3	3,458.5	32.5

**Informasi lebih lanjut, mohon hubungi:**

**Stanley Tjiandra**  
**Group Head Investor Relations**  
 PT Kresna Graha Investama Tbk  
 Phone: 021 – 515 2889  
 E-mail: stanley@kresnainvestments.com

**Relasi media, mohon hubungi:**

**Sirly W. Nasir**  
**Head of Communications**  
 PT Kresna Graha Investama Tbk  
 Mobile: +62 815 1606 021  
 Email: sirly.nasir@kresnainvestments.com

**PT KRESNA GRAHA INVESTAMA Tbk (KREN)  
FINANCIAL PERFORMANCE: 2019**

- **2019 revenue surged 61.0% YoY to Rp11.6 trillion, while operating profit tech & digital rose 48.8% YoY to Rp144.1 billion**
- **Digital distribution channels expanded by 111.0% YoY to 160K points in 2019, with more innovative products in the pipeline**
- **Digital cloud advertising subsidiary DMMX went IPO to aggressively expand its digital networks**

**2019 revenue surged 61.0% YoY to Rp11.6 trillion, while operating profit tech & digital rose 48.8% YoY to Rp144.1 billion**

PT Kresna Graha Investama Tbk (KREN or the Company) ended 2019 with gratifying results, despite the challenging macro environment. On the top line, the Company managed to record satisfying 61.0% YoY growth in revenue, moving from Rp7.2 trillion in 2018 to Rp11.6 trillion in 2019. Largest revenue contributor remains technology and digital segment, which accounted for 95.5% of total revenue in 2019, as compared to 88.2% the previous year. KREN revenue from technology & digital segment posted an increase of +74.4% YoY, up from Rp6.4 trillion in 2018 to Rp11.1 trillion in 2019. As a result, operating profit from the segment managed to record 48.8% YoY growth, soaring from Rp96.8 billion in 2018 to Rp144.1 billion in 2019. However, weak performance from the financial and investment segment dampened KREN total operating and net profit in 2019, recording a decline of 40.5% YoY and 57.1% YoY, to Rp447.1 billion and Rp216.1 billion, respectively.

KREN asset quality and solvability remain solid, as shown by net cash position, amounting to Rp1.8 trillion in 2019. Profitability-wise, KREN continues to abide by its commitment to generate wealth creation for its shareholders, as shown by its high ROAE of 13.8% in 2019.

**Digital distribution channels expanded by 111.0% YoY to 160K points in 2019, with more innovative products in the pipeline**

KREN three core strategies, namely digital ecosystem enrichment, distribution network empowerment and ecosystem amplification through natural use-cases, have yielded eminent results. In 2019, KREN managed to aggressively expand its digital distribution channels, up 111% YoY to 160K points, from just 76K in 2018. With this, we expect to deepen our market penetration and better serve our customers across the country.

With the Group's innovation-driven mindset, the Company consistently innovates, aiming to further its deep-rooted dedication to winning the consumer's heart while surrounding the Group's digital distribution moat. Through a subsidiary, the Company introduced WhatsApp for Business (WABA)-based marketing and loyalty platforms, powered by artificial intelligence (AI) technology and complete payment options. During the soft launch, we received positive feedback, from both our business partners and our consumers. Energized by this success, we will extend our reach beyond the modern retail and F&B segments, pushing into logistics, public transportation, telco and banking segments as well.

### Digital cloud advertising subsidiary DMMX went IPO, to aggressively expand its digital networks

In the last quarter of 2019, Company subsidiary PT Digital Mediatama Maxima Tbk (DMMX), a digital cloud advertising and trade marketing firm, booked a successful IPO, securing an oversubscription rate of 7.1 times, with gross proceeds of Rp619 billion. Subsequently, the Company gained massive traction in its operation, with 7K screens deployed as of end-2019. As a result, DMMX advertising sites spiked by 39.8% YoY, from 4,105 in 2018 to 5,737 in 2019. With ample ammunition from the IPO, DMMX is eyeing an aggressive expansion of its advertising network across Indonesia, providing digital marketing and advertising solutions for modern retailers, general trade players, SMEs, quick service restaurants as well as banking and multi-finance companies.

-END-

## FINANCIAL HIGHLIGHTS

(Expressed in Billion Rupiah, unless otherwise stated)

PROFIT & LOSS	2018	2019	Change (%)
Revenue			
- Technology & Digital	6,358.8	7,872.3	23.8
- Financial & Investment	854.2	525.8	(38.4)
- Sub total	7,213.1	11,616.3	61.0
Operating Profit			
- Technology & Digital	96.8	144.1	48.8
- Financial & Investment	655.1	303.1	(53.7)
- Sub total	751.9	447.1	(40.5)
Pre-tax Income	762.9	442.5	(42.0)
Net Income	503.5	216.1	(57.1)

Attributable to owners of the parent entity

FINANCIAL POSITION	2018	2019	Change (%)
Assets	3,515.3	4,304.8	22.5
Liabilities	906.0	846.3	(6.6)
Equity	2,609.3	3,458.5	32.5

**For Further Information, please contact:**

**Stanley Tjiandra**  
**Group Head Investor Relations**  
PT Kresna Graha Investama Tbk  
Phone: 021 – 515 2889  
E-mail: [stanley@kresnainvestments.com](mailto:stanley@kresnainvestments.com)

**For media inquiries, please contact:**

**Sirly W. Nasir**  
**Head of Communications**  
PT Kresna Graha Investama Tbk  
Mobile: +62 815 1606 021  
Email: [sirly.nasir@kresnainvestments.com](mailto:sirly.nasir@kresnainvestments.com)