



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 1H21

HIGHLIGHTS

- 1H21 Revenues grew modestly at 2.1% YoY to Rp6.3 trillion, supported by 29.9% YoY growth in number of distribution points to 240,018; Attributable net profit improved to Rp47.6 billion in 1H21, reversing from net losses of Rp139.2 billion in 1H20
- Sustains operational profitability with improved operating cashflows amidst challenging macro-conditions
- MCAS Group launches DigiResto application with 'Indonesia Pasti Bisa' service to help Covid-19 patients access affordable meals; Additional collaboration and support from Bank Mandiri
- DMMX Cloud Advertising Network grows 61.6% YoY to 17,342 screens deployed covering 14,285 advertising spots (+78.5% YoY) as of end June 2021; Join hands with SmartRetail Group to form Engagement Out-of-Home (OOH) Joint Venture (JV) company
- Logistics business continues healthy expansion with 5,800+ drop points deployed as of end June 2021

1H21 Revenues grew 2.1% YoY to Rp6.3 trillion; Number of distribution points grew 29.9% YoY to 240.0k

For 1H21, PT M Cash Integrasi Tbk ("MCAS" or "the Group") delivered modest topline growth, amidst challenging macro conditions, with revenues growing 2.1% YoY, from Rp6.1 trillion in 1H20 to Rp6.3 trillion in 1H21, supported by organic expansion of distribution points which grew 29.9% YoY to 240,018 as of June 2021 from 184,710 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. In addition, top-line growth was boosted by contribution from Software-as-a-Service (SaaS) segment revenues which grew by 411.2% YoY to Rp36.5 billion in 1H21.

2Q21 marked the maiden contribution from the Clean Energy Products and Services segment, under PT Energi Selalu Baru ("ESB"), which officially commercialized in June 2021. In the 1 months of operation, the Clean Energy segment has clocked revenues of Rp1.0 billion and gross profit margins of 34.7%. As the Clean Energy business scales up, 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.

For 1H21, MCAS managed to sustain operational profitability amidst tough macro-conditions, demonstrating the resilience of MCAS business model. 1H21 gross profit and operating profit margin remained sturdy at 1.7% (vs. 1.7% in 1H20) and 0.9% (vs. 0.9% in 1H20), respectively, despite increases in depreciation expense (Rp13.5 bio in 1H21 vs. Rp6.2 bio in 1H20) associated with an expanding operation. The step-up in non-cash expense (depreciation) also caused operating expense-to-revenue ratio to increase from 0.80% in 1H20 to 0.85% in 1H21 which resulted in 1H21 operating income falling 4.0% YoY to Rp54.9 billion (vs. 1H21 EBITDA growing 10.9% YoY to Rp71.5 billion).



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 1H21

In addition, the quarter also saw significant improvements in working capital management as evidenced by operating cashflows improving from Rp81.9 billion inflow in 1H20 to Rp207.8 billion inflow in 1H21. 1H21 attributable net profit improved to Rp47.6 billion from net loss of Rp139.2 billion in 1H20. MCAS maintains a healthy financial position with a net cash position of Rp208.6 billion as of end June 2021.

MCAS Group launches DigiResto application with 'Indonesia Pasti Bisa' service with support from Mandiri

In July 2021, PT Digital Maksima Karunia ("DMK"), subsidiary of MCAS and PT SiCepat Ekspres Indonesia ("SiCepat"), launched the DigiResto application. DigiResto is a food and beverages ("F&B") ordering platform that is built upon MCAS Group's technological capabilities with SiCepat as the key last mile delivery provider. In conjunction with the application launch, DigiResto also facilitates a new programme named "Indonesia Pasti Bisa". Through this programme, affordable food packages are made available for people, particularly for the Covid-19 self-isolation patients (Isoman) – starting from Rp10,000 per package.

In August 2021, Bank Mandiri joined the "Indonesia Pasti Bisa" initiative by offering a special food order program "goceng" on DigiResto platform. The first 1,000 customers (on a daily basis) that use Mandiri debit and credit cards for payment of their orders will enjoy free delivery. The support from Bank Mandiri will provide added boost in terms of improving the traction and awareness of the DigiResto platform and the overarching initiative.

DigiResto is designed to help F&B businesses grow their business and facilitates merchants to connect to millions of potential customers. With this application launch, now DigiResto has complete solutions, as an addition to the Whatsapp platform that we launched late last year. Currently, there are over 17,500 merchants on board the DigiResto platform and the Group expects this number will continue growing rapidly in the future. Users can easily order food or send food to friends and family with more than 70 menu variants from 15 merchants spread across Greater Jakarta and Bandung.

By participating in the worthy "Indonesia Pasti Bisa" initiative, 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.

DMMX cloud-advertising network grows to 17,342 screens (+61.6% YoY) covering 14,285 spots (+78.5% YoY)

As of end June 2021, DMMX has deployed 17,342 screens (+61.6% YoY, +822 new screens QoQ), covering 14,285 ad spots (+78.5% YoY) across 33 cities in Indonesia. The 822 screens deployed over the three months of the second quarter 2021 is a 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.



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 1H21

DMMX joins hands with SmartRetail Group to build Engagement Out-Of-Home (OOH) platform in Indonesia

DMMX joined hands with SmartRetail Group ("SmartRetail"), a programmatic Engagement Out-of-Home (EOOH) platform on Automated Retail Touch Points, to form a joint-venture ("JV") company. SmartRetail is headquartered in Hong Kong and manages close to 2,000 smart vending machines and retail touch points across Hong Kong, Singapore, and Malaysia. The JV company will focus on propagating the Engagement OOH platform in Indonesia.

Figure 1: Existing SmartRetail Products and Solutions



Given the rise of e-commerce and the evolving taste and preferences of the Indonesia consumer, businesses need to reach out to their customers in a creative and appealing manner, more than ever. Through the harmonization of SmartRetail's programmatic and AI technologies within the new innovations in the Group's pipeline, MCAS can improve the appeal (eye-catching properties) and usefulness (customer engagement capabilities) of its tech infrastructures and digital distribution networks to its clients and customers.

SiCepat Drop Point network grows to 5,800+; Group logistics business continue strong growth momentum

1H21 saw continued expansion of the Group's supply chain and logistics business which officially commercialized in late November 2020. The number of drop points grew 94% QoQ to 5,800+ as of end June 2021 from 3,000+ as of end March 2021. 2Q21 revenues of Group logistics business grew 46.8% QoQ to reach Rp3.3 billion. As the logistics business scales up in tandem with ongoing drop point and merchant network expansion, the segment will progressively contribute to a more robust earnings profile for MCAS over the coming quarters. The Group targets to deploy 15,000 drop points by the end of 2021.

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.



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 1H21

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

FINANCIAL HIGHLIGHTS

(Expressed in Billion Rupiah, Unless Otherwise Stated)

Profit & Loss	1H20	1H21	Change
Revenue	6,139.8	6,268.0	2.1%
Gross Profit	106.6	108.2	1.5%
Operating Profit*	57.3	54.9	-4.0%
Pre-tax Income	(95.5)	109.7	N.M.
Attributable Net Income	(139.2)	47.6	N.M.

*) The YoY fall was largely attributable to 117.4% YoY increase in depreciation expense

Financial Position	FY20	1H21	Change
Assets	1,835.2	2,036.6	11.0%
Liabilities	503.3	550.8	9.4%
Equity	1,331.9	1,485.9	11.6%

(Expressed in Billion Rupiah, Unless Otherwise Stated)

Business Segment:	1H20	1H21	Change
Digital Products & Services	1,896.1	2,110.5	11.3%
Digital Product Aggregator	4,187.7	4,040.5	-3.5%
Digital Cloud Advertising	48.8	79.4	62.7%
Software-as-a-Service	7.1	36.5	411.2%
Clean Energy Products & Services	-	1.0	N.M.
Total Revenue	6,139.8	6,268.0	2.1%

Segment Gross Profit Margin	1H20	1H21
Digital Product Sales	2.6%	1.6%
Digital Product Aggregator	0.8%	0.7%
Digital Cloud Advertising	36.0%	31.7%
Internet of Things	85.6%	58.7%
Clean Energy Products & Services	-	34.7%



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 1H21

Operational Matrix:	1H20	1H21	Change
Distribution Points*	184,710	240,018	29.9%
Digital Product Aggregator Members	114,751	154,024	34.2%
Advertising Points	8,003	14,285	78.5%
Drop Points	0	5,800	N.M.

*) includes digital product Aggregator members and advertising points

Further Information, please contact:

Jo Cheah Zhuo En, CFA

Head of Investor Relations

PT M Cash Integrasi Tbk

Email: cheah.zhuoen@mcash.id



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 1H21

HIGHLIGHTS

- Pendapatan 1H21 tumbuh 2,1% YoY menjadi Rp6,3 triliun, didukung oleh pertumbuhan 29,9% YoY dalam jumlah titik distribusi menjadi 240,018; Laba bersih yang dapat diatribusikan meningkat menjadi Rp47,6 miliar di 1H21, berbanding terbalik dari rugi bersih Rp139,2 miliar di 1H20
- Mempertahankan profitabilitas operasional dengan peningkatan arus kas operasi di tengah kondisi makro yang menantang
- MCAS Group meluncurkan aplikasi DigiResto dengan layanan 'Indonesia Pasti Bisa' untuk membantu pasien Covid-19 mengakses makanan dengan harga terjangkau; Kolaborasi dan dukungan tambahan juga datang dari Bank Mandiri
- Jaringan *Cloud Advertising* DMMX tumbuh 61,6% YoY menjadi 17.342 layar yang tersebar, mencakup 14.285 titik iklan (+78,5% YoY) pada akhir Juni 2021; Bersama dengan SmartRetail Group membentuk perusahaan *Joint Venture (JV) Engagement Out-of-Home (OOH)*
- Bisnis logistik melanjutkan ekspansi yang sehat dengan 5.800+ *drop point* paket yang diterapkan hingga akhir Juni 2021

Pendapatan 1H21 tumbuh 2,1% YoY menjadi Rp6,3 triliun; Jumlah titik distribusi tumbuh 29,9% YoY menjadi 240,0k

Pada 1H21, PT M Cash Integrasi Tbk ("MCAS" atau "MCAS Group") mencatatkan pertumbuhan *top-line* moderat, di tengah kondisi makro yang menantang, dengan pendapatan tumbuh 2,1% YoY, dari Rp6,1 triliun di 1H20 menjadi Rp6,3 triliun di 1H21, didukung oleh ekspansi organik titik distribusi yang tumbuh 29,9% YoY menjadi 240.018 per Juni 2021 dari 184.710 per Juni 2020. Pegangan 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 411,2% YoY menjadi Rp36,5 miliar di 1H21.

2Q21 menandai kontribusi perdana dari segmen Produk dan Layanan Energi Bersih (*Clean Energy*), di bawah PT Energi Selalu Baru ("ESB"), yang resmi dikomersialkan pada Juni 2021. Dalam 1 bulan beroperasi, segmen *Clean Energy* telah mencatatkan pendapatan sebesar Rp1,0 miliar dan margin laba kotor 34,7%. Seiring dengan meningkatnya skala bisnis *Clean Energy*, Perseroan mengharapkan lebih banyak sinergi yang dapat diwujudkan dari harmonisasi usaha baru dan penawaran teknologi dan jaringan yang ada di dalam Grup, yang diharapkan dapat menghasilkan profil pendapatan yang lebih kuat selama beberapa tahun ke depan.

Pada 1H21, MCAS berhasil mempertahankan profitabilitas operasional di tengah kondisi makro yang sulit yang mana menunjukkan ketahanan model bisnis MCAS. Laba kotor 1H21 dan margin laba usaha tetap kokoh di masing-masing 1,7% (vs 1,7% di 1H20) dan 0,9% (vs 0,9% di 1H20), meskipun ada peningkatan beban penyusutan (Rp13,5 miliar di 1H21 vs Rp6,2 miliar di 1H20) terkait dengan perluasan operasi. Peningkatan beban non tunai (depresiasi) juga menyebabkan rasio beban terhadap pendapatan usaha meningkat dari 0,80% di 1H20 menjadi 0,85% di 1H21 yang mengakibatkan pendapatan operasional 1H21 turun 4,0% YoY menjadi Rp54,9 miliar (vs EBITDA 1H21 tumbuh 10,9% YoY menjadi Rp71,5 miliar).



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 1H21

Selain itu, pada kuartal ini juga terlihat perbaikan yang signifikan dalam pengelolaan modal kerja yang dibuktikan dengan arus kas operasi yang meningkat dari Rp81,9 miliar pada 1H20 menjadi Rp207,8 miliar pada 1H21. Laba bersih yang dapat diatribusikan pada 1H21 meningkat menjadi Rp47,6 miliar dari rugi bersih sebesar Rp139,2 miliar pada 1H20. MCAS mempertahankan posisi keuangan yang sehat dengan posisi kas bersih sebesar Rp208.6 miliar per akhir Juni 2021.

MCAS Group meluncurkan aplikasi DigiResto dengan layanan ‘Indonesia Pasti Bisa’ dengan dukungan dari Mandiri

Pada Juli 2021, PT Digital Maksima Karunia (“DMK”), anak perusahaan MCAS dan PT SiCepat Ekspres Indonesia (“SiCepat”), meluncurkan aplikasi DigiResto. DigiResto adalah platform pemesanan makanan dan minuman (“F&B”) yang dibangun di atas kemampuan teknologi MCAS Group dengan SiCepat sebagai penyedia layanan pengiriman jarak jauh utama. Bersamaan dengan peluncuran aplikasi tersebut, DigiResto juga memfasilitasi inisiatif baru bernama “Indonesia Pasti Bisa”. Melalui program ini, tersedia paket makanan terjangkau bagi masyarakat, khususnya bagi pasien isolasi mandiri (isoman) Covid-19—mulai dari Rp10.000 per paket.

Pada Agustus 2021, Bank Mandiri bergabung dengan inisiatif “Indonesia Pasti Bisa” dengan menawarkan program pemesanan makanan khusus “goceng” di platform DigiResto. 1.000 pelanggan pertama (setiap hari) yang menggunakan kartu debit dan kredit Mandiri untuk pembayaran pesanan mereka akan mendapatkan layanan pengiriman gratis. Dukungan dari Bank Mandiri akan memberikan dorongan dalam hal meningkatkan daya tarik dan kesadaran akan platform DigiResto dan inisiatif tersebut secara menyeluruh.

DigiResto dirancang untuk membantu pertumbuhan bisnis F&B dan memfasilitasi para pelaku bisnis untuk dapat terhubung ke jutaan pelanggan potensial. Dengan peluncuran aplikasi ini, kini DigiResto memiliki solusi lengkap, sebagai tambahan dari platform *WhatsApp*-nya yang kami luncurkan akhir tahun lalu. Saat ini, ada lebih dari 17.500 *merchant* yang telah tergabung pada platform DigiResto dan Grup berharap jumlah ini akan terus berkembang pesat di masa depan. Pengguna dapat dengan mudah memesan makanan atau mengirim makanan ke teman dan keluarga dengan lebih dari 70 varian menu dari 15 *merchant* yang tersebar di Jabodetabek dan Bandung.

Dengan berpartisipasi dalam inisiatif “Indonesia Pasti Bisa”, Grup dapat menunjukkan kegunaan platform DigiResto dan memakainya untuk berjuang bersama melawan pandemi. Dengan mengambil peran sebagai perusahaan dengan tanggung jawab sosial, Grup berupaya memperkuat posisinya sebagai perusahaan teknologi terpercaya yang mampu meningkatkan kehidupan konsumen dengan inovasinya dan terus membangun basis pengguna setianya untuk platform DigiResto dan banyak rangkaian produk serta layanan lainnya.



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 1H21

Jaringan *cloud advertising* DMMX tumbuh menjadi 17.342 layar (+61,6% YoY) mencakup 14.285 titik (+78,5% YoY)

Hingga akhir Juni 2021, DMMX telah memasang 17.342 layar (+61,6% YoY, +822 layar baru QoQ), mencakup 14.285 titik iklan (+78,5% YoY) di 33 kota di Indonesia. 822 layar yang terpasang selama tiga bulan pada kuartal kedua 2021 merupakan perkembangan operasional yang patut dicatat mengingat latar belakang ekonomi makro yang terjadi saat ini. Momentum pertumbuhan ini diperkirakan akan berlanjut hingga paruh kedua tahun 2021 dengan *orderbook* yang solid (dari klien *blue-chip* seperti Alfamart, Indomaret dan KFC) untuk pemasangan layar.

DMMX bersama dengan SmartRetail Group membangun platform *Engagement Out-Of-Home* (OOH) di Indonesia

DMMX berkolaborasi dengan SmartRetail Group ("SmartRetail"), platform Engagement Out-of-Home (EOOH) terprogram di Automated Retail Touch Points, untuk membentuk perusahaan *joint-venture* ("JV"). SmartRetail berkantor pusat di Hong Kong dan mengelola hampir 2.000 *smart vending machines* dan *retail touch points* di seluruh Hong Kong, Singapura, dan Malaysia. Perusahaan JV ini akan fokus untuk menyebarkan platform Engagement OOH di Indonesia.

Gambar 1: Produk dan Solusi SmartRetail



Mengingat tren *e-commerce* dan selera serta preferensi konsumen Indonesia yang terus berkembang, bisnis perlu menjangkau pelanggan mereka dengan cara yang kreatif dan menarik yang lebih dari sebelumnya. Melalui harmonisasi teknologi terprogram dan AI SmartRetail dalam inovasi baru yang ada pada *pipeline* Grup, MCAS dapat meningkatkan daya tarik (produk yang *eye-catching*) dan kegunaan (kemampuan *customer engagement*) infrastruktur teknologi dan jaringan distribusi digitalnya kepada klien dan pelanggannya.



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 1H21

Jaringan *Drop Point* SiCepat tumbuh menjadi 5.800+; Bisnis logistik grup melanjutkan momentum pertumbuhan yang kuat

Pada 1H21 terlihat ekspansi berkelanjutan dari bisnis *supply chain* dan logistik Grup yang secara resmi dikomersialkan pada akhir November 2020. Jumlah *drop point* tumbuh 94% QoQ menjadi 5.800+ pada akhir Juni 2021 dari 3.000+ pada akhir Maret 2021. Pendapatan 2Q21 Grup bisnis logistik tumbuh 46,8% QoQ mencapai Rp3,3 miliar. Seiring dengan peningkatan bisnis logistik bersama dengan ekspansi titik *drop point* paket dan jaringan *merchant* yang sedang berjalan, segmen ini akan secara progresif berkontribusi pada profil pendapatan yang lebih kuat untuk MCAS selama beberapa kuartal mendatang. Grup menargetkan untuk menyebarkan 15.000 *drop point* paket pada akhir tahun 2021.

Pertumbuhan ini dimungkinkan sebagian besar karena kolaborasi dengan mitra utama seperti Alfamart dan Shipper serta memanfaatkan 10.000+ jaringan toko perusahaan yang ada. Ke depannya, perusahaan juga akan bekerja sama dengan 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 keseluruhan Grup

Pertumbuhan ini sebagian besar dimungkinkan karena kolaborasi dengan mitra utama seperti Alfamart dan Shipper serta memanfaatkan 10.000+ jaringan toko yang ada. 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 layanan teknologi Grup keseluruhan.

Penggerak kinerja utama dalam beberapa kuartal ke depan:

- Ekspansi Organik Jaringan Distribusi Produk Digital
- Kemitraan baru yang memanfaatkan kemampuan Grup
- WhatsApp Business Account (WABA) terus mendapatkan daya tarik secara 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 operasional Grup
- Komersialisasi platform konten digital dan strategi *bundling* produk terkait



INVESTOR BULLETIN

Financial Performance: 1H21

FINANCIAL HIGHLIGHTS

(Expressed in Billion Rupiah, Unless Otherwise Stated)

Profit & Loss	1H20	1H21	Change
Revenue	6,139.8	6,268.0	2.1%
Gross Profit	106.6	108.2	1.5%
Operating Profit*	57.3	54.9	-4.0%
Pre-tax Income	(95.5)	109.7	N.M.
Attributable Net Income	(139.2)	47.6	N.M.

*) The YoY fall was largely attributable to 117.4% YoY increase in depreciation expense

Financial Position	FY20	1H21	Change
Assets	1,835.2	2,036.6	11.0%
Liabilities	503.3	550.8	9.4%
Equity	1,331.9	1,485.9	11.6%

(Expressed in Billion Rupiah, Unless Otherwise Stated)

Business Segment:	1H20	1H21	Change
Digital Products & Services	1,896.1	2,110.5	11.3%
Digital Product Aggregator	4,187.7	4,040.5	-3.5%
Digital Cloud Advertising	48.8	79.4	62.7%
Software-as-a-Service	7.1	36.5	411.2%
Clean Energy Products & Services	-	1.0	N.M.
Total Revenue	6,139.8	6,268.0	2.1%

Segment Gross Profit Margin	1H20	1H21
Digital Product Sales	2.6%	1.6%
Digital Product Aggregator	0.8%	0.7%
Digital Cloud Advertising	36.0%	31.7%
Internet of Things	85.6%	58.7%
Clean Energy Products & Services	-	34.7%

Operational Matrix:	1H20	1H21	Change
Distribution Points*	184,710	240,018	29.9%
Digital Product Aggregator Members	114,751	154,024	34.2%
Advertising Points	8,003	14,285	78.5%
Drop Points	0	5,800	N.M.

*) includes digital product Aggregator members and advertising points

Further Information, please contact:

Jo Cheah Zhuo En, CFA

Head of Investor Relations

PT M Cash Integrasi Tbk

Email: cheah.zhuoen@mcash.id