SIARAN PERS

Penjualan Tumbuh Positif di Kuartal Pertama 2025, PT Aspirasi Hidup Indonesia Tbk Optimistis Lanjutkan Momentum Pasca *Rebranding*

Jakarta – Setelah merilis laporan kinerja keuangan tahun penuh 2024, PT Aspirasi Hidup Indonesia Tbk (AHI) (ACES) kembali mencatatkan kinerja positif di awal tahun 2025. Berdasarkan Laporan Keuangan Kuartal I 2025, Perusahaan mencatatkan pertumbuhan penjualan positif yang didorong oleh peluncuran merek AZKO, peningkatan aktivitas belanja selama periode Ramadan dan Lebaran, serta kontribusi kinerja *Same Store Sales Growth* (SSSG) yang tetap solid.

Pada kuartal pertama 2025, Perusahaan membukukan pertumbuhan penjualan sebesar **7,2%** dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, menjadi Rp2,14 triliun. Pencapaian ini turut ditopang oleh pertumbuhan *Same Store Sales Growth* (SSSG) sebesar **2,2%.** Sementara itu, laba periode berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk tercatat mengalami penurunan dari **Rp204,82 miliar** pada kuartal pertama 2024 menjadi **Rp141,60 miliar.** Penurunan yang terjadi telah diperkirakan sebelumnya seiring dengan peningkatan biaya operasional yang disebabkan oleh pergeseran waktu pembayaran Tunjangan Hari Raya (THR) Idulfitri tahun ini dibandingkan tahun sebelumnya yang jatuh pada Kuartal II, serta kenaikan pada biaya iklan dan promosi untuk kegiatan rebranding AZKO. Namun, jika melihat kinerja operasional di luar faktor THR, Perusahaan masih mencatatkan pertumbuhan laba operasi sekitar **4%**. Manajemen tetap optimistis dapat membukukan pertumbuhan laba bersih yang positif untuk tahun penuh 2025.

“Kami melihat respon positif dari pelanggan terhadap peluncuran merek AZKO, yang menjadi tonggak penting setelah 30 tahun kami melayani masyarakat Indonesia. Antusiasme pelanggan juga tercermin dari sambutan yang baik di setiap pembukaan toko baru di berbagai kota. Dengan strategi yang mengedepankan relevansi terhadap kebutuhan pelanggan, perluasan jangkauan, serta penguatan pengalaman belanja yang *seamless* dan terintegrasi, kami yakin berada di jalur yang tepat untuk terus tumbuh secara berkelanjutan. Di sisa sembilan bulan tahun 2025 ini, berbagai inisiatif telah kami siapkan untuk memperkuat kapabilitas operasional sekaligus memperluas dampak positif, baik dari sisi bisnis maupun sosial,” ujar **Gregory S. Widjaja, Direktur PT Aspirasi Hidup Indonesia Tbk.**

Untuk tahun penuh 2025, Perusahaan telah menetapkan alokasi belanja modal (*Capital Expenditure*/CapEx) sebesar Rp250 – 300 miliar, dengan realisasi CapEx yang tercatat hingga akhir bulan Maret 2025 sebesar **Rp43.55 miliar.** Alokasi ini difokuskan untuk mendukung pengembangan bisnis berkelanjutan melalui ekspansi pembukaan 25 hingga 30 toko baru di berbagai wilayah Indonesia, serta inovasi konsep toko yang lebih solutif, inspiratif, dan berorientasi pada pelanggan.

Sejalan dengan strategi ekspansi yang telah ditetapkan, sepanjang kuartal pertama 2025, Perusahaan membuka empat toko AZKO di berbagai wilayah baru, termasuk kawasan Indonesia paling timur, Abepura,

Papua, dan Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. Bersamaan dengan langkah ini, Perusahaan juga menjalankan program AZKO Berbagi Cahaya sebagai bagian dari komitmen keberlanjutan, dengan mendukung efisiensi energi melalui pemberian Lampu LED KRISBOW Hemat Energi di dua rumah ibadah terbesar di Abepura, yakni Gereja GKI Tanah Papua PNIEL dan Masjid Agung As-Sholihin. Program ini mencerminkan kontribusi nyata bagi komunitas sekaligus mendukung pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan.

Selain itu, Perusahaan juga menghitung serapan karbon lebih dari 4.000 pohon yang telah ditanam di berbagai area menggunakan metode alometrik, dengan hasil serapan mencapai 1.539 ton CO_2eq. Inisiatif ini mencerminkan komitmen Perusahaan dalam menerapkan prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG), yang secara bertahap area serapan karbon akan diperluas guna menghasilkan dampak lingkungan yang nyata dan berkelanjutan.

Ke depan, Perusahaan juga akan terus memperkuat posisinya di industri ritel Indonesia melalui pengembangan portofolio produk dari 52 *home brands* yang telah dikenal dekat dengan pelanggan, seperti KRISBOW, KRIS, KLAZ, STORA, SOLEIL, dan lainnya. Perusahaan juga akan mengoptimalkan layanan *omnichannel* melalui aplikasi ruparupa sebagai wujud "*the future of retail*", serta menghadirkan solusi kebutuhan rumah dan hidup dari A sampai Z dengan layanan komprehensif dan ide-ide kolaboratif.

Gregory menutup, "Dengan semangat #DariSiniBisaLebih, kami berkomitmen untuk terus memperkuat kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan, serta mendorong terciptanya pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dengan pendekatan yang adaptif dan terukur."

****

Tentang PT Aspirasi Hidup Indonesia Tbk

PT Aspirasi Hidup Indonesia Tbk (AHI) (ACES) adalah salah satu unit bisnis bagian dari Kawan Lama Group yang menaungi merek AZKO, ATARU dan Pendopo, serta Toys Kingdom sebagai merek dari anak usaha perusahaan. Hadir di berbagai kota di Indonesia dan secara *omnichannel* melalui ruparupa, Perusahaan berkomitmen untuk menjadi sumber inspirasi, inovasi, dan solusi dalam mewujudkan aspirasi masyarakat untuk kehidupan yang lebih baik. Sebagai perusahaan terbuka yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, PT Aspirasi Hidup Indonesia Tbk (ACES) juga termasuk ke dalam indeks LQ45, Kompas 100, IDX80, ESG Sector Leaders IDX KEHATI, dan Indeks Saham Syariah. Informasi tambahan tentang PT Aspirasi Hidup Indonesia Tbk dapat diakses melalui *website* ahi.id.

Tentang Kawan Lama Group

Kawan Lama Group adalah identitas dari kelompok unit bisnis multisektor yang masing-masing bergerak dalam enam pilar bisnis yaitu *Industrial & Commercial, Consumer Retail, Food & Beverage, Property & Hospitality, Commercial Technology,* serta *Manufacturing & Engineering,* namun dipersatukan oleh nilai dan tujuan yang sama yaitu memberikan kehidupan yang lebih baik bagi keluarga. Hadir sejak tahun 1955, Kawan Lama Group yang memiliki slogan *"Bring Value for a Better Life*" menaungi lebih dari 30 merek usaha, 14 pusat distribusi, dan lebih dari 1.200 toko yang jumlahnya terus bertambah sebagai kontribusi bagi kemajuan negeri.

Sektor Industrial & Commercial Kawan Lama Group terdiri dari merek usaha seperti Kawan Lama Solution, Krisbow, Sensorindo, Kaeser Indonesia, Depo Teknik, Kawan Lama Inovasi. Pada Consumer Retail, terdapat AZKO, INFORMA, INFORMA Custom furniture, INFORMA Electronics, INFORMA Work & Space, Toys Kingdom, Pet Kingdom, Home Galleria, SELMA, ATARU, Pendopo, EYE SOUL, dan lain sebagainya. Pada sektor Food & Beverage, hadir F&B ID sebagai perusahaan yang menaungi lima merek usaha yaitu Chatime, Chatime Atealier, Cupbop, Gindaco, dan Go! Go! CURRY - Genki no Minamoto. Pada Property & Hospitality, terdapat Living World, Living Plaza, dan Anumana. Untuk Commercial Technology, terdapat ruparupa.com dan Danakini. Sedangkan untuk sektor Manufacturing & Engineering, merek usaha yang tergabung adalah Kawan Lama Manufacturing.

Sumber tambahan

- Jelajahi informasi tentang Kawan Lama Group di www.kawanlamagroup.com
- Ikuti Kawan Lama Group di LinkedIn Kawan Lama Group
- Ikuti Kawan Lama Group di Instagram @KawanLamaGroup
- Tonton berbagai video inspiratif mengenai berbagai kegiatan Kawan Lama Group di YouTube

Untuk keperluan data dan peliputan, silakan menghubungi:

Hanna Carissa Corporate Communications Manager Kawan Lama Group hanna.carissa@kawanlamacorp.com	**Sarah Indah Putri** Corporate Communications Executive Kawan Lama Group sarah.putri@kawanlamacorp.com