

D. Tinjauan Keuangan

Pendapatan Usaha

Seiring dengan bertumbuhnya pendapatan dari iklan, layanan dan konten bernilai tambah serta pendapatan lain-lain, pendapatan usaha MNC untuk tahun 2012 meningkat sebesar 16% menjadi Rp 6,27 triliun dari Rp 5,39 triliun pada tahun 2011.

Seperti di tahun-tahun sebelumnya pendapatan iklan dari TV FTA masih merupakan yang terbesar – bertumbuh 21% menjadi Rp 5,35 triliun dari Rp 4,42 triliun pada tahun 2011 – disusul oleh konten bernilai tambah (meningkat 111% menjadi Rp 197,50 miliar dari Rp 93,45 miliar) dan lain-lain (bertumbuh 46% dari Rp 499,78 miliar menjadi Rp 342,76 miliar).

Pertumbuhan pendapatan iklan berhasil mengimbangi pendapatan yang lebih rendah dari layanan (*value added services/ VAS*) yang menurun 60% menjadi Rp 216,60 miliar, menyusul divestasi kepemilikan MNC atas Linktone kepada MCOM.

Pertumbuhan tersebut antara lain terkait dengan peningkatan *audience share* MNC TV yang bertumbuh dari 10,9% pada tahun 2011 menjadi 13,8% pada tahun 2012, serta *rating* yang meningkat menjadi 1,6 pada tahun 2012 dari 1,4 di tahun sebelumnya.

Dengan pangsa pemirsa dan *rating* yang meningkat, MNC TV dapat menaikkan *rate card* iklan sehingga pendapatan iklan pun turut naik.

Pada saat yang sama pangsa pasar MNC TV terhadap iklan televisi juga semakin besar dan menjadi 13,3% dari 12,1% pada tahun 2011,

D. Review of Financials

Operating Revenues

Along with the growth in the revenues from advertising, value-added content and services as well as other revenues, MNC's operating revenues for 2012 increased by 16% to Rp 6.27 trillion from Rp 5.39 trillion in 2011.

As in the previous years the advertising revenue from FTA TV remained the largest – growing by 21% to Rp 5.35 trillion from Rp 4.42 trillion in 2011 – followed by value-added services and content (up by 111% to Rp 197.50 billion from Rp 93.45 billion) and other revenues (increased by 46% from Rp 499.78 billion to Rp 342.76 billion).

The growth in advertising revenues managed to offset the lower revenues from value-added services and content (VAS), which declined by 60% to Rp 216.60 billion, following the divestment of Linktone by MNC to MCOM.

The growth was partly linked to the increase in audience share of MNC TV that rose from 10.9% in 2011 to 13.8% in 2012, as well as the increase in rating to 1.6 in 2012 from 1.4 in the previous year.

With the audience share and ratings rising, MNCTV was able to raise advertising rate card, ultimately increasing the revenues from advertising.

At the same time MNCTV's market share in television advertising also expanded to 13.3% from 12.1% in 2011, or equal to a growth rate

| | |
|---|--|
| <p>atau sama dengan tingkat pertumbuhan sebesar 37% – jauh lebih tinggi dari pertumbuhan rata-rata industri sebesar 24%.</p> <p>Keberhasilan MNC mendayagunakan pustaka konten yang dimiliki baik dengan mengemasnya menjadi program-program baru yang ditayangkan di Indovision, Top TV dan Oke Vision (ketiganya dimiliki oleh MSV), maupun menjualnya ke pihak ketiga juga merupakan faktor yang turut meningkatkan pendapatan MNC pada tahun 2012.</p> <p>Beban Langsung</p> <p>Beban langsung untuk tahun 2012 meningkat sebesar 9% menjadi Rp 2,86 triliun dari Rp 2,62 triliun di tahun 2011, dimana beban program lokal masih merupakan yang tertinggi diikuti oleh beban program asing.</p> <p>Kenaikan beban program lokal sebesar 12% menjadi Rp 1,82 triliun dari Rp 1,62 triliun pada tahun sebelumnya disebabkan oleh pembelian program-program dari rumah produksi pihak ketiga seperti MD Entertainment.</p> <p>Empat program lokal dengan <i>rating</i> dan <i>audience share</i> tertinggi di MNC TV yaitu Tendangan Si Madun, Tendangan Si Madun Season 2, Fathiyah, dan Raden Kian Santang tidak diproduksi sendiri melainkan dibeli dari MD Entertainment.</p> <p>Kenaikan beban program asing sebesar 41% menjadi Rp 530,08 miliar dari Rp 375,20 miliar pada tahun 2011 berkaitan dengan penyiaran program-program pertandingan sepakbola yang memiliki <i>rating</i> dan <i>audience share</i> tertinggi di RCTI dan MNC TV, yaitu British Premier League, The FA Cup, AFF Suzuki Cup 2012, Hassanal Bolkiah Trophy, Inter Indonesia Tour 2012, dan Euro 2012.</p> | <p>of 37% - significantly higher than the industry average growth of 24%.</p> <p>The success of MNC in capitalizing on its own content library by repackaging it into new programs aired on Indovision, Top TV and Oke Vision (all three owned by MSV) or by selling it to third parties, is another underlying factor that helped boost MNC's revenue for 2012.</p> <p>Direct Expenses</p> <p>Direct costs for 2012 increased by 9% to Rp 2.86 trillion from Rp 2.62 trillion in 2011, with the cost of local programs being the highest followed by the cost of foreign programs.</p> <p>The increase in the cost of local programs of 12% to Rp 1.82 trillion from Rp 1.62 trillion in the previous year was due to the acquisition of programs from third-party production houses such as MD Entertainment.</p> <p>Four local programs with the highest rating and audience share on MNC TV, namely Tendangan Si Madun, Tendangan Si Madun Season 2, Fathiyah, and Raden Kian Santang, were not produced in-house but purchased from MD Entertainment.</p> <p>The increase of 41% in the cost of foreign programs to Rp 530.08 billion from Rp 375.20 billion in 2011 was due to the broadcasting of football matches with highest rating and audience share on RCTI and MNC TV, namely British Premier League, The FA Cup, AFF Suzuki Cup 2012, Hassanal Bolkiah Trophy, Inter Indonesia Tour 2012, and Euro 2012.</p> |
|---|--|

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|