



Press Release

PT TRISULA INTERNATIONAL Tbk.

Trisula International Gandeng Mitra Strategis Asal Jepang

Lepas 5% Saham ke Toyoshima & Co, Ltd

Jakarta, 14 Maret 2013 – PT Trisula Internasional, Tbk (TRIS), peritel terkemuka di industri fashion Tanah Air, terus berkomitmen memantapkan posisinya sebagai distributor fashion merek terkenal baik lokal maupun internasional. Hal ini ditunjukkan dengan keberhasilan Trisula menggandeng salah satu perusahaan terkemuka asal Jepang, Toyoshima & Co, Ltd (Toyoshima) sebagai mitra strategis perseroan. Toyoshima menjadi investor strategis Trisula setelah membeli sebanyak 5% saham TRIS yang beredar dipasar.

Toyoshima & Co, Ltd merupakan perusahaan yang berbasis di Tokyo dan telah beroperasi selama 172 tahun. Ada pun omset Toyoshima saat ini mencapai J¥ 204.910 juta atau sekitar Rp 21.073 triliun.

Pada 20 Agustus 2007, Jepang dan Indonesia menandatangani perjanjian kerjasama yang disebut EPA dengan tujuan meningkatkan kemitraan ekonomi antara kedua negara. Harapannya, melalui perjanjian tersebut memungkinkan diberlakukannya perdagangan bebas pajak antara Jepang dan Indonesia.

Toyoshima adalah salah satu perusahaan Jepang yang memanfaatkan perjanjian EPA tersebut. Melalui perusahaannya yang terafiliasi di Indonesia, yakni PT TYSM Indonesia, Toyosima memiliki kerja sama yang baik dengan Trisula selama empat tahun lebih. Adapun PT TYSM Indonesia membantu Trisula menangani ekspor beberapa merek terkenal dari Jepang, seperti Hush Puppies, Aoki, Aoyama, Cecile, Konaka, Nagasakikya, Xebio, dan lain-lain.

Meskipun pelemahan mata uang Yen terjadi akhir2 ini, Toyoshima yakin perdagangan akan terus berkembang di tahun 2013 dengan peran Trisula yang mampu memberikan layanan dan produk yang berkualitas. Toyoshima juga tertarik dengan berbagai merek yang telah dipasarkan Trisula dan untuk pengembangan bisnis ritel di Indonesia di kemudian hari.

Toyoshima yakin bahwa manajemen Trisula fokus dan berkomitmen untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Melalui lima merek terkenal seperti JOBB, Jack Nicklaus, G2000, Uniasia, dan Man Club, Trisula telah meningkatkan jumlah outlet dari 165 outlet di awal tahun 2012 menjadi 230 outlet di akhir tahun 2012. Bahkan, di tahun 2013, Trisula menargetkan akan memiliki 270 titik penjualan hingga akhir tahun.

Sejalan dengan penambahan titik penjualan, Trisula juga berencana menambah lagi brand internasional untuk dipasarkan di Indonesia. Saat ini Trisula sedang melakukan tahap negosiasi akhir untuk memiliki merek lain yang dipasarkan di Indonesia.



Press Release

Dengan catatan kinerja yang positif ini, Toyoshima sangat yakin untuk masuk menjadi investor strategis Trisula dengan membeli 5% dari saham yang dikeluarkan Trisula. "Untuk membuktikan hubungan jangka panjang kami, track record kinerja dan arah strategis perusahaan ritel di salah satu basis populasi terbesar di dunia, kami sangat yakin dengan PT Trisula International Tbk. Kerjasama sama ini akan terlaksana dengan baik di masa depan," kata Toyoshima pada acara press conference di Jakarta, Rabu 13 Maret 2013.

Trisula sangat menyambut baik komitmen Toyoshima yang meningkatkan hubungan kerjasama dengan masuk sebagai salah satu mitra strategis Trisula untuk tahun yang akan datang. "Trisula sangat menyambut baik komitmen Toyoshima menjadi mitra strategis dan melihat ke depan untuk memperkuat hubungan dengan tumbuh bersama," kata Lisa Tjahjadi, Direktur Utama PT Trisula International Tbk.

Untuk keterangan lebih lanjut silahkan menghubungi:

Marcus Brotoatmodjo
Corporate Secretary PT Trisula International Tbk
Trisula Center
Jl. Lingkar Luar Barat Blok A No.1
Jakarta Barat 11740 – Indonesia
Phone : (+62 21) 5835 7377
Fax : (+62 21) 5830 0095
E-Mail : corporate.secretary@trisula.co.id