

NOTULEN PUBLIC EXPOSE 2019

PT. Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk.

Hari/Tanggal	Rabu , 21 Agustus 2019
Waktu	13.15 – 14.15 WIB
Daftar Hadir	Terlampir

Public Expose PT. Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk. (Perseroan) berlangsung di Ruang Seminar 1 Lantai 1, Gedung Bursa Efek Indonesia, Jakarta yang dihadiri oleh :

- Bp. Irwan Hidayat (Direktur)
- Bp. Leonard (Direktur)
- Bp. Gerry Mustika (Direktur)
- Ibu Tiur Simamora (Corporate Secretary)

Acara dibuka pukul 13.15 WIB oleh Moderator Ibu Ives Wuri Hapsari dari Bursa Efek Indonesia (BEI), dilanjutkan dengan presentasi mengenai Sekilas Tentang Perusahaan, Kinerja Bisnis Dan Keuangan semester I tahun 2019 oleh Direksi Perseroan sesuai dengan materi yang telah disampaikan terlebih dahulu ke BEI.

SESI PAPARAN DIREKSI

Presentasi disampaikan oleh Bp. Leonard selaku Direktur Independen Perseroan.

Pada Public Expose tersebut dipaparkan mengenai : Sekilas Tentang Perusahaan, Kinerja Bisnis Dan Keuangan Perseroan sampai dengan semester I tahun 2019.

Dalam paparan Direksi tersebut, dijelaskan bahwa :

Penjualan Perseroan selama 6 bulan di tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 11% menjadi Rp1,41 triliun dari Rp1,27 triliun pada periode yang sama tahun 2018.

Dimana segmen Herbal dan Supplement merupakan kontributor penjualan terbesar dengan pertumbuhan penjualan sebesar 11%. Segmen Healthy Food and Beverages mengalami pertumbuhan sebesar 8%. Segmen Pharmaceutical, juga bertumbuh sebesar 22%.

Perseroan mengalami pertumbuhan pada laba operasi sebesar 30%, dengan peningkatan margin operasi menjadi 34% dari sebelumnya 29% pada periode yang sama tahun lalu. Laba bersih Perseroan tercatat mengalami kenaikan sebesar 28%, menjadi Rp374 miliar dari sebelumnya Rp292 miliar di tahun 2018.

Belanja modal perusahaan selama 6 bulan di tahun 2019 adalah sebesar Rp77 miliar, dengan total anggaran belanja modal sekitar Rp150 miliar di tahun 2019.

Kontribusi penjualan ekspor meningkat dari tahun lalu sebesar 2% menjadi 6% di akhir paruh pertama tahun 2019.

Selanjutnya sebagai bentuk tanggung jawab Perseroan kepada masyarakat, Perseroan melakukan Operasi Katarak bekerjasama dengan Perdami di beberapa daerah dan sudah mencapai lebih dari 53.000 mata yang sudah dioperasi di 27 provinsi dan di 242 Rumah Sakit sejak tahun 2011.

Perseroan juga melakukan operasi bibir sumbing bekerjasama dengan beberapa rumah sakit di beberapa daerah dan akan terus diperluas.

Menjelang Hari Raya Idul Fitri yang lalu memberikan santunan kepada kaum Duafa di Kabupaten Semarang dan Yogyakarta.

Tanya Jawab :

1. Adrian (Trimega Sekuritas)

- a. SIDO sudah mengekspor produk apa saja?
- b. Dan bagaimana pertumbuhan untuk ekspor?
- c. Berapa target SIDO kedepannya?

Jawab :

- a. Saat ini SIDO sudah ekspor lebih dari 16 negara dan fokus tahun 2019 adalah negara Filipina , Nigeria dan Malaysia.
 - Filipina produk Tolak Angin,
 - Nigeria produk Kuku Bima Ener-G! drink
 - Malaysia produk Kuku Bima Ener-G! drink dan akan menyusul produk Tolak Angin secepatnya .
- b. Sebelumnya ekspor SIDO hanya sebesar 2% dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya dimana kuartal I tahun 2019 tagetnya hanya 2-5% untuk 3-5 tahun kedepan. Namun ternyata di kuartal I tahun 2019 SIDO mendapatkan pencapaian yang luar biasa terutama di Negara Filipina sehingga penjualan SIDO sudah meningkat sebesar 6%.
- c. SIDO akan mempertahankan kontribusi eskpor ditahun 2019 sebesar 6% terhadap penjualan.

2. Robert (Ciptadana Sekuritas)

Efisiensi apalagi yang masih mungkin dilakukan SIDO sehingga profit bisa lebih tinggi di tahun berikutnya?

Jawab :

Ditahun 2019 SIDO mempunyai COD II sehingga fasilitasnya lebih efisien dan efisiensi lain yang SIDO lakukan adalah membawa vendor baru dengan harga lebih murah dan kualitas bagus. Untuk efisiensi tersebut akan terus SIDO lakukan di tahun-tahun berikutnya.

3. EL (Universitas Pancasila)

Target capex pada tahun 2019 hanya Rp.150.000.000.000,- (seratus lima puluh Milyar Rupiah) dibandingkan dengan di tahun 2018, mohon dijelaskan kebutuhannya untuk apa saja?

Jawab:

Target untuk Rp.150.000.000.000,- (seratus lima puluh Milyar Rupiah) untuk tahun 2019 pada dasarnya adalah maintenance capex dan ada beberapa penyelesaian project-project yang berlangsung dari tahun 2018 tapi terutama untuk maintenance capex.

4. Agustono (Asosiasi Dana Pensiun)

- a. Apakah ada kemungkinan tambahan ekspansi ke negara lain mengingat laba Perusahaan banyak diwakili dari penjualan ekspor?
- b. Angka laba bersih SIDO mengalami kenaikan sebesar 28% menjadi Rp. 374.000.000.000,- (Tiga Ratus Tujuh Puluh Empat Milyar Rupiah), apakah ini merupakan angka laba bersih untuk semester pertama tahun 2019?

Jawab :

- a. Tambahan negara ekspansi kedepannya akan difokuskan terutama di Asia Tenggara seperti Vietnam, Myanmar dan Kamboja.
- b. Angka tersebut merupakan net profit after tax di semester I tahun 2019.

5. Yosua (Samuel Sekuritas)

- a. Utilisasi/pemanfaatan SIDO masih rendah dan akan ditargetkan berapa hingga akhir tahun 2019?
- b. Apakah produk yang diekspor ke negara lain dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia atau masyarakat lokal disana?

Jawab :

a. Utilisasi ada 2 :

- Semarang Herbal Indo Plant sekitar 40-50%
- Total dari COD I dan COD II sekitar 50-60%

Karena Semarang Herbal Indo Plant tujuannya adalah untuk mendukung kegiatan produksi COD I dan COD II sehingga apabila saat kapasitas COD I dan COD II meningkat utilisasinya maka Semarang Herbal Indo Plant juga akan mengalami peningkatan utilisasinya. Target pemenuhan kapasitas fasilitas baru ini adalah untuk jangka waktu 3-5 tahun ke depan.

- b. Produk yang diekspor SIDO dikonsumsi oleh penduduk lokal dan juga penduduk Indonesia. Contoh di negara Filipina, produk SIDO kebanyakan dikonsumsi oleh penduduk lokal. Di Malaysia, ada warga Indonesia yang bekerja di Malaysia sehingga juga dikonsumsi oleh penduduk lokal dan warga Indonesia.

6. Randy (Panin Sekuritas)

Segmen mana yang marjinya lebih berkontribusi ke SIDO?

Jawab :

Penjualan Herbal dan suplemen masih berkontribusi yang paling tinggi sebesar 67% dari total penjualan SIDO dengan margin laba kotor dikisaran 65%

WEBINAR

1. Billy – Surabaya

- a. Bagaimana ide menghadapi permasalahan penetrasi produk lintas generasi dan lintas geografis mengingat saat ini jamu masih asing terutama untuk negara lain?
- b. Apakah ada rencana memasukan produk dalam kategori Vito Farmaka?

Jawab :

- a. SIDO sudah mempersiapkan untuk masuk ke food suplement dan sudah dipersiapkan dalam beberapa bulan ini yang rencananya akan segera launching.
- b. SIDO sudah punya banyak memproduksi produk Vito Farmaka seperti Sari Kunyit , Sari Temulawak dan Sari Kulit Manggis.

2. Indri Fitria

SIDO saat ini sedang mengembangkan bisnis ke property juga, apakah SIDO akan memfokuskan ke bisnis property?

Jawab :

Mengenai bisnis property tidak ada hubungannya dengan SIDO karena kepemilikannya adalah pribadi dan diluar grup Sido Muncul.

3. Roni Harianto

- a. Apakah SIDO ada rencana membuat obat herbal dari daerah lain seperti Sulawesi dan Kalimantan karena di daerah Indonesia banyak terdapat obat-obat tradisional yang belum tergali secara ilmiah?
- b. Apa pengertian COD I dan COD 2?

Jawab :

- a. Goal SIDO adalah membantu banyak orang yang sakit dan tentunya SIDO ingin mengembangkan sesuatu yang positif seperti obat-obatan tradisional salah satunya yang

sudah dijalankan oleh SIDO adalah melakukan kerjasama dengan universitas-universitas di Indonesia untuk melakukan penelitian obat-obatan tradisional.

- b. COD adalah fasilitas cairan obat dalam yang memproduksi produk-produk jamu cair. Perbedaan COD I dan COD II adalah COD II merupakan fasilitas produksi yang baru sementara COD I merupakan yang lebih lama.

4. Peter

Apakah ada strategi SIDO untuk plastik kemasan sachet yang lebih ramah lingkungan?

Jawab :

Salah satu strategi dan solusi SIDO adalah bagaimana mengelola plastik kemasan sachet menjadi energi. Sedangkan mengenai Pabrik yang berorientasi pada ramah lingkungan, SIDO sudah 3x mendapatkan Proper Hijau dan target tahun ini adalah mendapatkan Proper Gold.