



PT JAPFA COMFEED INDONESIA Tbk

Wisma Millenia 7th Floor, Jl. MT. Haryono Kav. 16, Jakarta 12810, Indonesia
Tel: (62-21) 2854 5680 Fax: (62-21) 831 0309 Website: www.japfacomfeed.co.id

No: 045/JAPFA-BEI/LD-CS/IV/2022

Jakarta, 11 April 2022

Kepada Yth.
Direktur Penilaian Perusahaan PT Bursa Efek Indonesia
Gedung Bursa Efek Indonesia Tower I,
Jl. Jend. Sudirman Kav 52-53, Jakarta 12190.

U.p. : **Kadiv. Penilaian Perusahaan Group I**

Dengan hormat,

Perihal: **Penyampaian Hasil Public Expose Tahunan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk**
("Perseroan").

Dengan ini kami sampaikan bahwa Public Expose Tahunan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, telah diselenggarakan pada tanggal 6 April 2022, Pk. 13.35 – 14.30 WIB, di Ballroom 1, Pullman Jakarta Central Park, Podomoro City, Jl. Let. Jend. S. Parman Kav. 28, Jakarta 11470. Peserta yang hadir dalam acara Public Expose tersebut (tidak termasuk manajemen dan karyawan Perseroan) adalah sebanyak 14 (empat belas) orang (Daftar Hadir terlampir).

Direksi yang hadir dalam Public Expose tersebut adalah:

- Bpk. Antonius Harwanto Suryo Sembodo Direktur
- Bpk. Leo Handoko Laksono Direktur
- Bpk. Rachmat Indrajaya Direktur

Acara dibagi dalam 4 (empat) bagian, yaitu :

1. Pembukaan, berupa kata sambutan yang disampaikan oleh Bpk. Leo Handoko Laksono, selaku Direktur Perseroan;
2. Paparan Publik, tentang kinerja Perseroan sampai 31 Desember 2021.
3. Tanya Jawab.
4. Penutup.

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh yang hadir dan jawaban yang diberikan dalam Public Expose tersebut adalah sebagaimana terlampir.

Demikian laporan ini kami sampaikan, atas perhatian yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk

 **Maya Pradjono**
Corporate Secretary



JAPFA

**DAFTAR HADIR PUBLIC EXPOSE
PT JAPFA COMFEED INDONESIA Tbk
TANGGAL 6 APRIL 2022
JAKARTA**

No.	NAMA	PERUSAHAAN / INSTANSI	TANDA TANGAN
1	Marvin Lievinant	PT-Phillip Securities Indonesia	
2	Andy	Investor	
3	Lucky. IMPRAWAN	JACIINDONEWS.COM	
4	MAYA	INDORST7.COM	
5	Ika Puspita	Harian Kontan	
6	Irwan	Media Patriot.CO.ID	
7	Djoni S.	Insipinun jurnalis	
8	ARIP M	AGRINA	
9	Zulendra	Trobos	
10	Chatur	Investor Daily	
11	ARYS	READ Intelligence	
12	IIM Fathimah	Busnis Indonesia	
13	Ermam	Infobank	
14	Edbert	credit success	

TANYA JAWAB PUBLIC EXPOSE PT JAPFA COMFEED INDONESIA Tbk

Ballroom 1, Pullman Jakarta Central Park, Podomoro City,
Jl. Let. Jend. S. Parman Kav. 28, Jakarta 11470.

Tanggal 6 April 2022

1. Pertanyaan Bapak Arys dari Red Intelligence:

- a. *Hal yang di mention mengenai perubahan pola konsumsi masyarakat cukup menarik, seberapa jauh perubahan pola tersebut berdampak pada Perseroan? Perubahannya seperti apa dan seberapa jauh?*
- b. *CAPEX untuk tahun ini berapa dan untuk apa saja?*
- c. *Apakah ada response mengenai rating SLB yang baru diterbitkan kemarin yang outlooknya menjadi negatif untuk PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk?*
- d. *Kalau bisa di share sedikit mengenai rencana divestasi yang akan dilakukan oleh Japfa Ltd ke stakeholder bagaimana? Apakah ada timeline dan siapa saja yang terlibat?*

Jawaban Bpk. Putut Djagiri

Menjawab pertanyaan mengenai rencana divestasi dari Japfa Ltd, kami tidak mempunyai kapasitas untuk menjawabnya karena kami dari sisi anak perusahaan, sedangkan Japfa Ltd di atasnya, tetapi informasinya bisa didapat diakses melalui keterbukaan informasi yang disampaikan oleh Japfa Ltd di website www.japfa.com

Yang kedua mengenai rating SLB, kami sudah melakukan meeting cukup lama minggu lalu, mengenai *annual review* ini. Secara garis besar ratingnya tidak mengalami perubahan tetap BB-, namun yang berubah adalah *outlook*-nya, dan dilihat dari sisi positif, negatifnya, salah satu faktor penyebabnya karena di tahun 2022 ini, mereka (lembaga rating) melihat tantangan dari secara geopolitik, terutama akibat terjadinya perang Rusia-Ukraina yang berpengaruh terhadap logistik bahan baku yang akan meningkat. Mereka melihat hal itu akan memberikan dampak yang cukup signifikan bagi perusahaan, dan perusahaan sudah menjelaskan bahwa naik turunnya harga bahan baku merupakan hal yang selalu dapat diantisipasi. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang perunggasan mau tidak mau memang akan berhubungan dengan hal itu, namun mereka mempunyai pandangan yang independen dan mereka melihat bahwa hal tersebut secara global bisa berpengaruh, baik terhadap Perseroan secara luas maupun masyarakat serta konsumen secara umum seperti yang sudah disebutkan tadi, sehingga mereka memandang bahwa hal itu sebagai *outlook* yang negative, dari tadinya stabil sejak tahun 2019, 2020 sampai 2021, kemudian melihat sekarang ini outlooknya negative karena pengaruh-pengaruh itu.

Jawaban Bpk. Antonius Harwanto

Mengenai perubahan perilaku konsumen, merupakan satu hal yang sangat menarik sekali. Selama kurun waktu 2 (dua) tahun ini semenjak pandemi Covid-19, jika dibandingkan dengan periode 3 (tiga) tahun yang lalu, kita sudah mengetahui adanya metode penjualan secara *online*, tetapi masih kurang, sebab belum banyak orang yang memperhatikan dan tertarik, mungkin banyak diantara kita yang sudah tahu tetapi tidak tertarik, belum sebanyak sekarang ini. Namun dengan makin adanya tekanan Covid-19 selama 2 (dua) tahun terakhir ini, memaksa kita untuk berubah, dan perubahan itu terjadi pada setiap orang, dimana dulu kalau kita misalnya akan membeli bakmie atau membeli apa saja kita harus pergi jalan ke restoran, atau kita menyuruh siapa untuk membelikannya, tetapi sekarang kita bisa membeli melalui *online*. Sekarang kita sudah makin

mengerti mengenai Instagram, disitu kita bisa melihat apa saja yang dijual di instagram atau *advertise* di Instagram, jadi perubahan perilaku ini terjadi dalam 2 (dua) tahun terakhir ini, sehingga kita dipaksa juga harus bisa mengikuti kemajuan penjualan melalui toko-toko *online* ini, jadi saya kira sekarang apapun sudah bisa kita membeli secara *online*, baik itu berbagai kebutuhan rumah tangga maupun kebutuhan anak-anak sekolah semua ada. Jadi saya kira jawaban saya untuk perubahan perilaku konsumen ini bisa menjawab pertanyaan tersebut.

Kemudian berikutnya mengenai *CAPEX* perusahaan, kalau kita bandingkan dari tahun sebelumnya tahun 2021, *CAPEX* tahun ini relative konstan, jumlahnya sekitar 1,9 triliun menuju ke 2 triliun, kira-kira seperti itu. Pembiayaan *CAPEX* yang kita keluarkan sebagian besar yaitu untuk menunjang infrastruktur operasional *poultry* maupun *aquaculture* dan juga bisnis kita yang lain di barang-barang produksi. Kalau di *poultry* ada juga untuk *maintenance* yang cukup berarti dan secara *continue* kita lakukan dari waktu ke waktu, terutama kita perlu perbaikan-perbaikan, dan kita juga perlu membangun *slaughter house* yang lebih baik, kita membangun silo, *corn dryer* dan masih ada beberapa yang lainnya lagi. Jumlah itu sebagian besar untuk kegiatan utama kita yang merupakan satu prioritas dalam pembiayaan *CAPEX* Japfa dari waktu ke waktu, selalu untuk segmen itu.

2. Pertanyaan Ibu Ika Puspita dari Harian Kontan:

- a. *Apakah dari RUPS tadi sudah ada hasilnya, dan apakah ada rencana pembagian dividen, dan berapa banyak?*
- b. *Terkait proyeksi pengaruh logistik, kemarin kan pendapatan naik 21% kemudian laba naik diatas 100%, kalau boleh tahu untuk proyeksi di tahun ini seperti apa? Dan volume peruntukannya untuk apa saja?*
- c. *Mengenai rencana Japfa untuk melakukan buyback saham sebesar Rp. 350.000.000.000,- (tiga ratus lima puluh milyar rupiah), kalau boleh tahu apa saja alasan Japfa untuk melakukan buyback?*

Jawaban Bpk. Erwin Djohan

Hasil RUPS ada beberapa untuk keputusan RUPS Tahunan bersifat rutin, terkait dengan pelepasan tanggung jawab manajemen, kemudian penunjukan Auditor, sedangkan secara spesifik tentang pembayaran dividen, dari RUPS tadi memutuskan bahwa dari tahun buku 2021 dividen yang dibagikan adalah sebesar Rp. 60,- (enam puluh rupiah) per saham atau 35% *payout ratio*.

Sedangkan di sisi RUPS Luar Biasa, tadi Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa memutuskan memberikan mandat perusahaan untuk melakukan pembelian kembali saham sebesar maksimum 1,5% dari seluruh saham yang telah ditempatkan Perseroan atau senilai Rp. 350.000.000.000,- (tiga ratus lima puluh milyar rupiah). Jadi ini seperti Perseroan 2 (dua) tahun lalu, untuk membuka Perseroan membeli saham kembali.

Tujuan dari pembelian saham tersebut, seperti tadi dijelaskan dalam RUPSLB, setelah saham diperoleh kembali ada beberapa hal, yang pertama adalah penjualan kembali di dalam dan di luar pasar atau kepada investor dan/atau pemegang saham Perseroan, kemudian juga dilakukan untuk pembiayaan hutang yang bersifat ekuitas seperti *Convertible Bond*, kemudian saham yang telah dibeli kembali itu dapat juga diberikan kepada karyawan yang umumnya disebut dengan *Employee Stock Option Plan* (ESOP), kemudian dapat juga dilakukan pengurangan modal, dan hal-hal lain yang diijinkan oleh ketentuan yang berlaku.

Jawaban Bpk. Antonius Harwanto

Saya akan menjawab salah satu pertanyaan tadi yang menyangkut proyeksi tahun 2022 ini, perlu saya sampaikan disini bahwa target kita yang utama adalah untuk menjaga keamanan operasional, jadi target kita adalah meraih suatu keuntungan tetapi yang lebih utama lagi adalah menjaga keamanan operasional, yang merupakan hal utama yang harus kita jaga agar kita bisa beroperasi dengan baik, aman untuk tahun-tahun yang berikutnya. Kita tidak mengingkari bahwa keadaan yang terakhir ini, dampak dari pandemi, kita memang sempat mendapat satu pukulan yang membuat kita *shock*, namun hal ini dirasakan bukan oleh Japfa saja, tetapi hampir seluruh pelaku bisnis, di industri apapun mereka merasakan suatu *shock*, akan tetapi hanya beberapa bulan. Kita berterima kasih kepada pemerintah yang sudah berhasil menjaga situasi pandemi ini dari keadaan yang semula membuat kita semua ketakutan, tetapi akhirnya kita semua menjadi tough, dan kita bisa berusaha dengan lebih tenang kembali. Hal itu tentu saja membuka suatu rasa optimisme kalau kita bisa berbisnis dengan lebih baik pada masa-masa yang berikutnya. Jadi hal seperti itu yang kita rasakan. Sekarang ini covid-19 masih ada, tetapi kita sudah tidak begitu khawatir karena pemerintah juga menunjukkan suatu upaya keras dan kita juga harus mengakui keberhasilan pemerintah dalam hal ini, yang bisa mengayomi masyarakat sehingga kita bisa merasakan lebih tenang, jadi ini merupakan suatu hal yang positif yang kami rasakan bahwa untuk tahun 2022 ini, kita banyak berharap dengan perkembangan yang paling akhir ini bahwa di tahun 2022 bisa lebih baik, paling tidak kita bisa mencapai suatu *performance* yang sama seperti tahun sebelumnya. Kira-kira seperti itu.

Setelah tekanan pandemi ini, juga ada suatu hal yang baru, isu baru yang juga membuat kita harus ekstra hati-hati, yaitu terjadinya ketegangan politik di Ukraina dan itu memberikan dampak pada melonjaknya harga komoditas, tetapi tentunya hal ini sangat mengganggu pada awal-awal ini, tetapi saya tetap yakin bahwa hal ini juga nantinya akan tercapai suatu keadaan yang mereda, karena tentunya, berbagai pihak yang berhadapan akan mencari solusi. Kita semua akan mencari solusinya, sekarang satu hal yang kita rasakan adalah faktor pengangkutan. Faktor pengangkutan pada awal pandemi rekan-rekan kita juga kebingungan, kita membawa barang dari sana ke sini itu bagaimana, tetapi itu juga ada solusinya. Demikian juga dengan perkembangan yang terakhir ini kami optimis setelah itu hal ini juga akan teratasi juga.

3. Pertanyaan Bpk. Edbert dari Credit Suisse Indonesia:

Mengenai Feed, mengenai jagung, dalam four quarter sudah single digit, dalam kondisi ini apakah PT Japfa Comfeed Indonesia akan melakukan penyesuaian harga pakan?

Jawaban Bpk. Putut Djagiri

Terima kasih Edbert dari *Credit Suisse* yang sudah datang. *Credit Suisse* adalah salah satu *underwriter, arranger* pada saat kita *issued bond*, sudah 3 (tiga) kali tahun 2012, 2017 dan 2021, dan *Credit Suisse* memang sangat bagus marketnya sampai kita *oversubscribed*, mungkin karena Pak Edbert tiap tahun datang ya ke Public Expose Japfa, jadi membuktikan bahwa *Credit Suisse* sangat *concern* terhadap Japfa, meskipun pertanyaan Edbert sudah berkali-kali ya? Mengenai bagaimana *margin feed* dan lain-lain, yang akan dijawab oleh Pak Harwanto.

Jawaban Bpk. Antonius Harwanto

Pada masa-masa yang lalu, pada kondisi sebelum pandemi, kita memang bisa melakukan *pass on*, dengan naik 100 (seratus) kita lempar segitu, dan keadaan sekarang, kita juga tetap melakukan hal yang sama, hanya saja, mengingat menurunnya daya beli masyarakat, kita

melakukannya secara bertahap, karena kita sudah *consider* dengan keadaan yang seperti ini yang juga memberikan suatu tekanan dalam persaingan, sehingga kita juga supaya *consider* dan jangan sampai kita punya pelanggan itu menyebrang ke perusahaan yang lain, karena itu merupakan suatu fondasi yang harus kita jaga. Jadi kira-kira apa yang dilakukan hari ini adalah sama dengan apa yang dilakukan yang lalu, hanya saja yang sekarang ini kita lebih *consider* bagaimana kita juga bisa menjaga kenyamanan pelanggan kita.

-----o0o-----