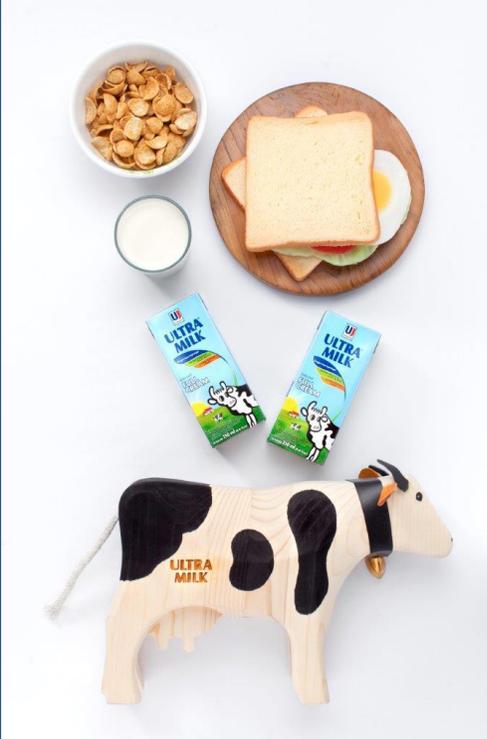




Paparan Publik Perusahaan Desember 2020





Profil Singkat Perusahaan



Profil Singkat Perusahaan



Pelopop dalam proses Ultra High Temperature ("UHT") di Indonesia, memiliki hubungan rekanan dengan Tetra Pak sejak tahun 1975

- 1 Produsen terbesar susu UHT di Indonesia
 - Pangsa pasar sebesar 39.3% dalam produk-produk susu cair UHT¹
- 2 Produsen terbesar teh RTD dalam kemasan karton di Indonesia
 - Pangsa pasar sebesar 77.3% dalam teh siap diminum ("RTD") di segmen kemasan karton¹
- 3 Dan memproduksi secara langsung, melalui entitas perusahaan patungan (joint venture / "JV") dan toll manufacturing; susu kental manis, minuman kesehatan, keju, susu bubuk dan jus
 - Hubungan kemitraan / perjanjian dengan perusahaan-perusahaan multi-nasional terdepan termasuk Unilever, Mondelez International, dan Sanghiang Perkasa
- 4 Proses produksi yang terintegrasi secara vertikal dan terotomatisasi
 - Praktek terbaik dan pengendalian kualitas yang ketat atas keseluruhan rantai produksi
- 5 Jaringan penjualan dan distribusi yang luas di seluruh Indonesia

3Q2020 Pendapatan: IDR 4,454 bn
vs. LY -2.9%

3Q2020 EBITDA: IDR 1,268 bn
Marjin EBITDA: +28.2%
vs. Marjin LY +24.1%

3Q2020 Laba bersih: IDR 987 bn
Marjin Laba bersih: +22.0%
vs. Marjin LY +17.9%

Notes:

1. Berdasarkan data Nielsen, pangsa pasar susu cair berdasarkan volume UHT untuk bulan September 2020 dan pangsa pasar teh RTD berdasarkan volume untuk bulan September 2020



Tinjauan Bisnis



01

Dairy

- # 1 dalam segmen susu cair UHT dengan pangsa pasar 39.3%
- Menawarkan berbagai produk dengan berbagai rasa dan target konsumen:
 - merek Ultra Milk untuk dewasa dan anak
 - merek Low Fat Hi Cal untuk para konsumen yang peduli kesehatan
 - merek Ultra Mimi untuk anak-anak
 - Susu kental manis menggunakan merek Cap Sapi milik kami sendiri
- Selama periode yang berakhir pada 30 September 2020, segmen Produk Susu mencapai penjualan sejumlah IDR 3,265 juta –73.2% dari total penjualan bersih



02

Tea and Health Drink

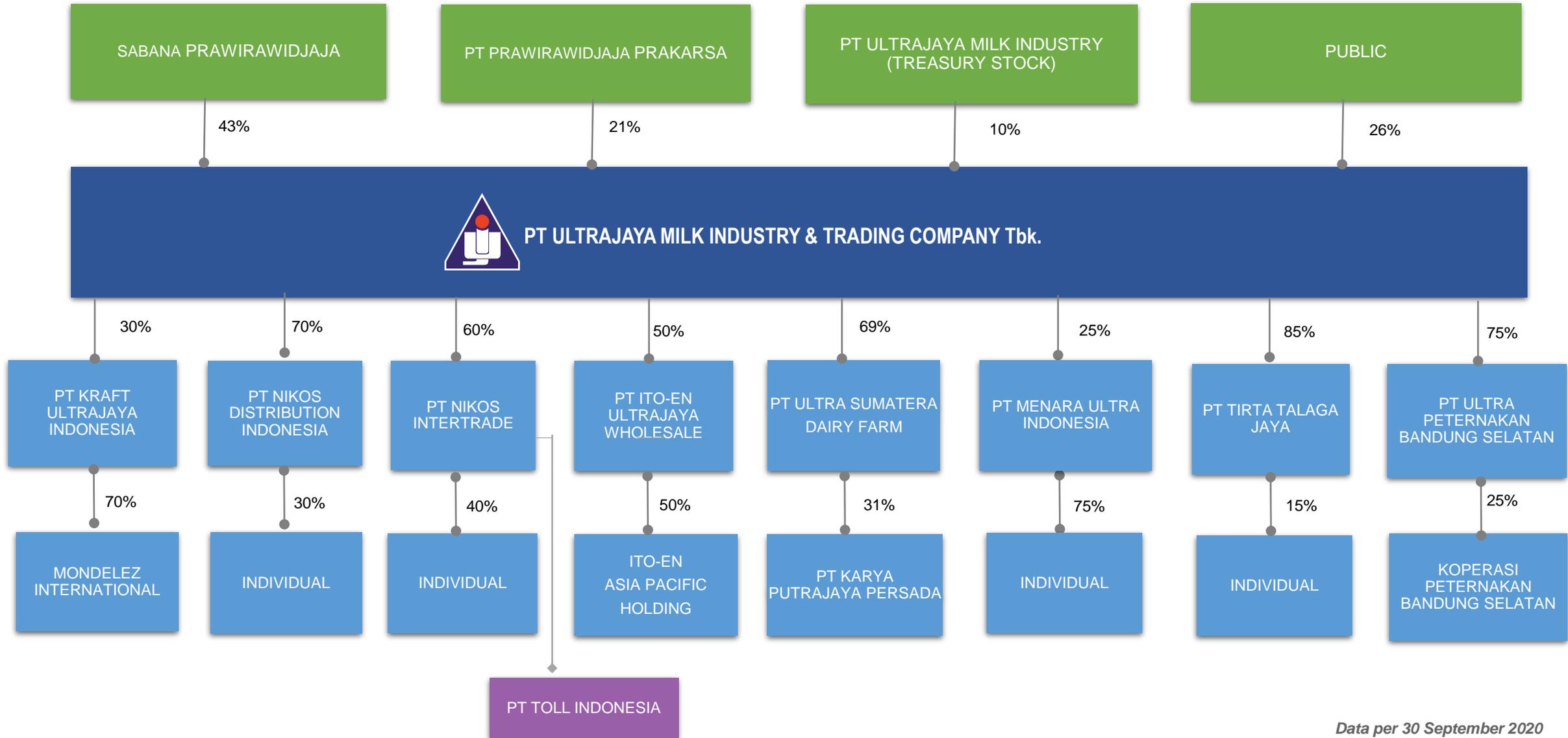
- # 1 dalam segmen teh RTD dalam kemasan karton dengan pangsa pasar 77.3%
- Menawarkan berbagai produk teh RTD dalam berbagai pilihan kemasan
 - merek Teh Kotak Jasmine Reguler dan Less Sugar sebagai minuman teh utama yang dijual dalam kotak
 - merek Teh Kotak Rasa untuk minuman teh UHT dengan rasa
 - Menawarkan variasi minuman kesehatan UHT yaitu Sari Kacang Ijo, Sari Asem Jawa
- Selama periode yang berakhir pada 30 September 2020, segmen Teh dan Minuman Kesehatan mencapai penjualan sejumlah IDR 864 juta – 19.4% dari total penjualan bersih

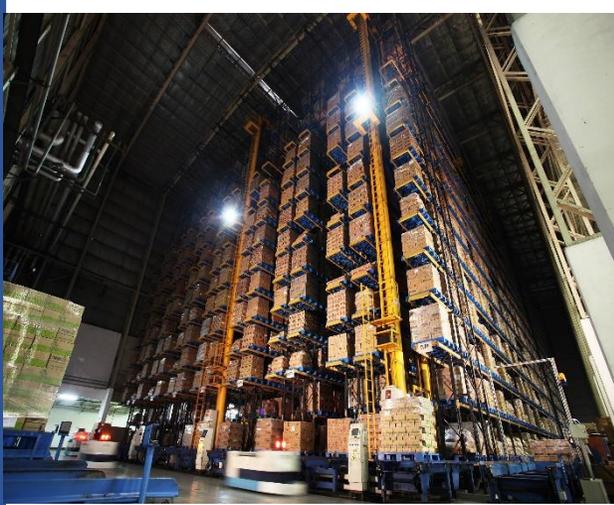
03

Other

- Perjanjian pengolahan untuk produksi susu bubuk dan UHT untuk entitas afiliasi PT Sanghiang Perkasa
- Perjanjian pengolahan untuk produksi jus buah UHT dengan menggunakan merek Buavita untuk PT Unilever Indonesia Tbk
- Ekspor ke beberapa negara di Asia, Timur Tengah, Pacific Island, Nigeria, Australia dan Amerika
- Selama periode yang berakhir pada 30 September 2020, segmen Lain-lain mencapai penjualan sejumlah IDR 328 juta – 7.4% dari total penjualan bersih

Perusahaan Asosiasi dan Entitas Anak





Keunggulan Perusahaan

Keunggulan Perusahaan

01. DASAR INDUSTRI YANG KOKOH

02. POSISI TERDEPAN DI PASAR SIAP
UNTUK MERAH PERTUMBUHAN YANG
BERKELANJUTAN

03. HADIR LEBIH DARI SATU KATEGORI
DAN CATATAN JEJAK YANG BAIK DALAM
PENGEMBANGAN PRODUK

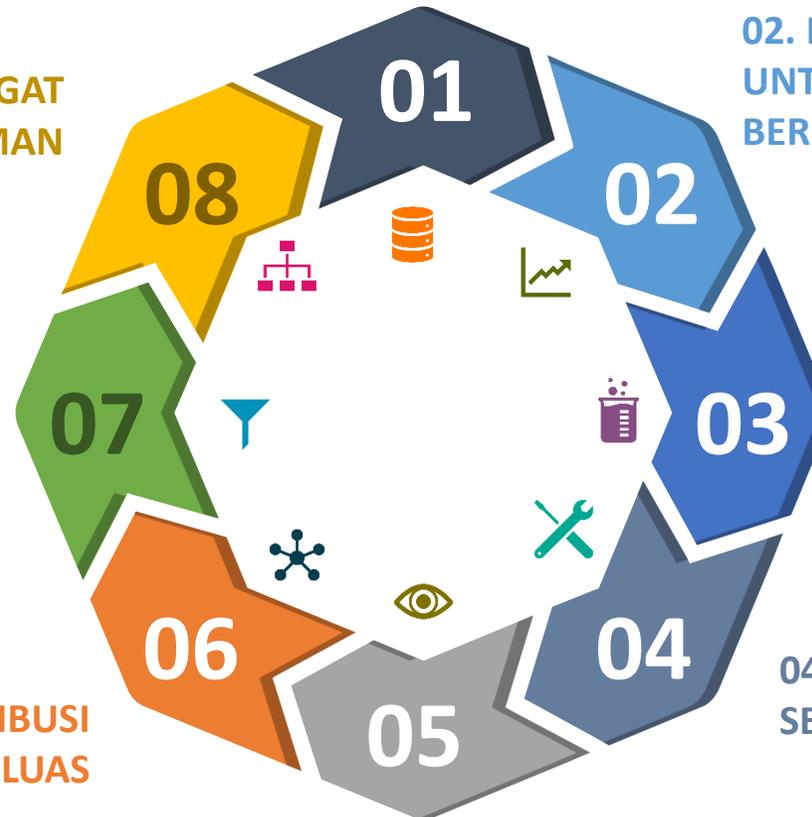
04. FASILITAS PRODUKSI YANG TERINTEGRASI
SECARA VERTICAL DAN OTOMATIS

05. PENGENDALIAN KUALITAS YANG
KETAT DI SELURUH RANTAI PRODUKSI

06. JARINGAN DISTRIBUSI
NASIONAL YANG LUAS

07. PASOKAN SUSU SEGAR YANG
BERKUALITAS BAIK

08. MANAJEMEN YANG SANGAT
BERPENGALAMAN

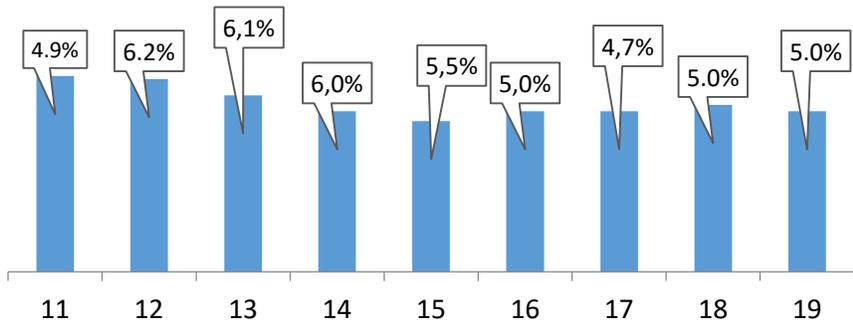


01. Fundamental Industri yang kuat

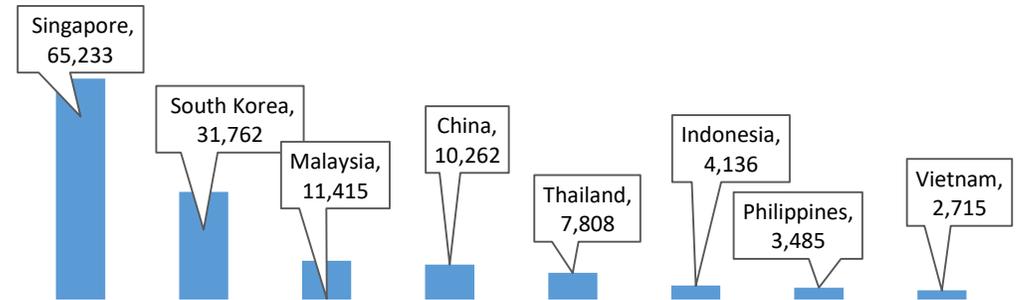


Terlepas dari dampak Covid 19, fundamental industry tetap kuat di pasar sampai saat ini. Selain itu, Indonesia memiliki populasi terbesar di Asia Tenggara dan meningkatnya urbanisasi akan mendorong permintaan konsumen di masa yang akan datang

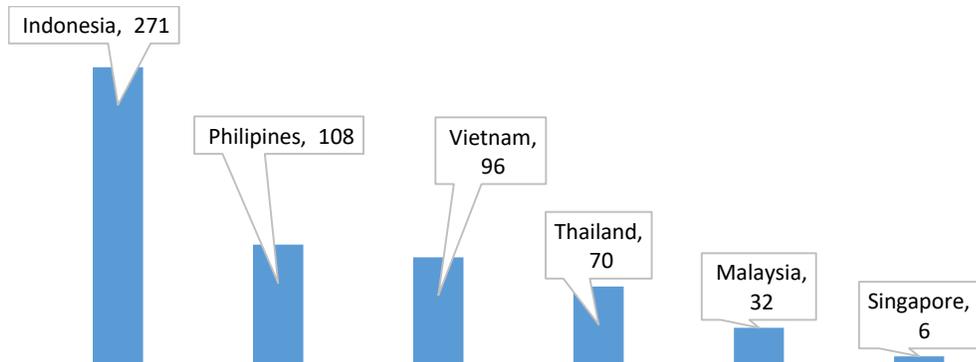
Pertumbuhan PDB Berkelanjutan (Bank Dunia)



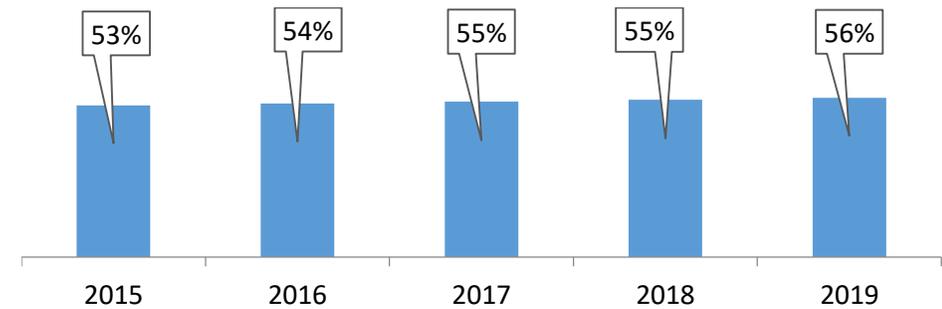
Potensi signifikan dalam Pertumbuhan PDB per kapita (2019, US\$)



Populasi terbesar di Asia Tenggara – Populasi 2019(juta)



Populasi perkotaan yang meluas - % of total populasi



Sumber: World Bank

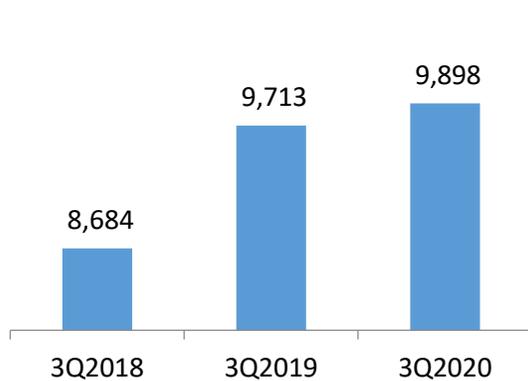
01. Fundamental Industri yang kuat (lanjutan)



Pasar susu cair di Indonesia akan terus menunjukkan pertumbuhan yang kuat, terlepas dari perlambatan terkait Covid 19 di tahun 2020

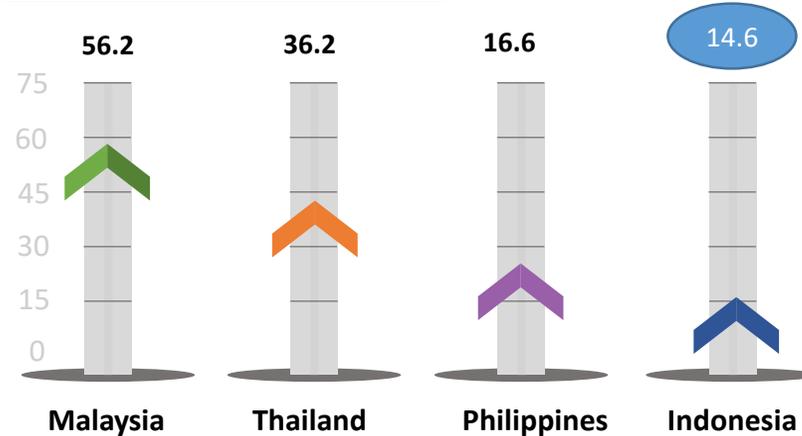
PRODUK SUSU

Pangsa Pasar Susu (IDR juta)



Source: Nielsen

2019 Konsumsi per kapita (L)



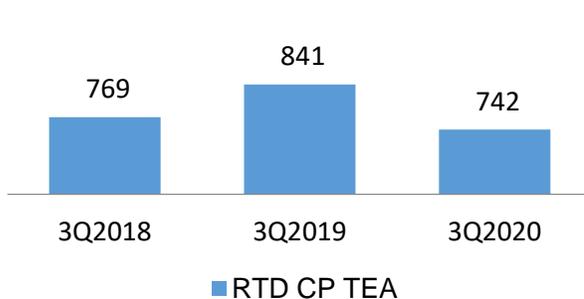
Source: Tetra Compass 2019

Karakteristik yang utama/ trends

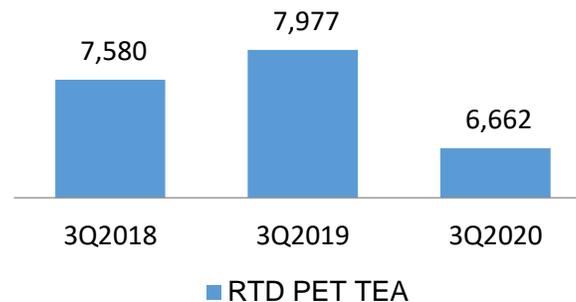
- Urbanisasi dan meningkatnya pendapatan memperkuat permintaan susu siap minum
- Trend kebugaran dan kesehatan mendorong pertumbuhan
- Susu cair memiliki:
 - Kualitas yang lebih tinggi / manfaat kesehatan susu cair
 - Substitusi susu bubuk dengan susu cair RTD
- UHT membentuk segmen terbesar susu cair
- Golongan dewasa muda cenderung memilih mengkonsumsi susu secara regular pada saat ini

TEH RTD

Pangsa Pasar RTD Teh (IDR juta)



Sumber: Nielsen



Karakteristik yang utama/ trends

- Berbagai segmen pengemasan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda-beda, contohnya:
 - Gelas
 - Karton – terutama untuk kemudahan, untuk konsumsi di rumah dan di sekolah, serta konsumsi yang praktis.
 - PET – utamanya konsumsi yang praktis.
- Teh hitam merupakan segmen produk yang pertumbuhannya kuat di bidangnya

02. Posisi Pasar terbesar siap meraih pertumbuhan pasar



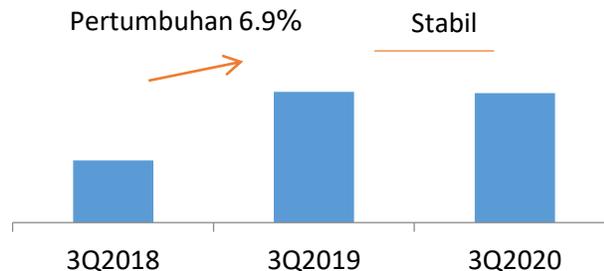
Kami adalah pemain utama dalam segmen konsumen yang mengalami pertumbuhan yang cepat di Indonesia dengan merek-merek yang telah memenangkan penghargaan

Terbesar di pasar susu UHT dan Teh RTD dalam segmen karton

Merek dagang yang dipercaya oleh konsumen dengan ekuitas merek yang kuat

Kualitas yang tinggi dan posisi yang sehat sangat memungkinkan untuk meraih pertumbuhan yang diharapkan

Pertumbuhan Volume di Pangsa Pasar Susu Cair tahun 2018-2020¹

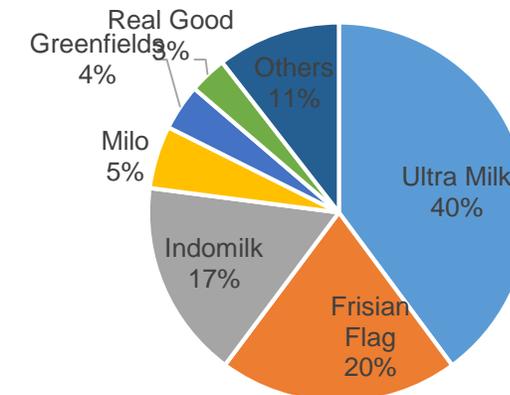


- Susu cair menunjukkan pertumbuhan yang sangat terbatas pada tahun 2020
- Teh RTD turun signifikan 20% selama 9bulan 2020 dibandingkan tahun lalu

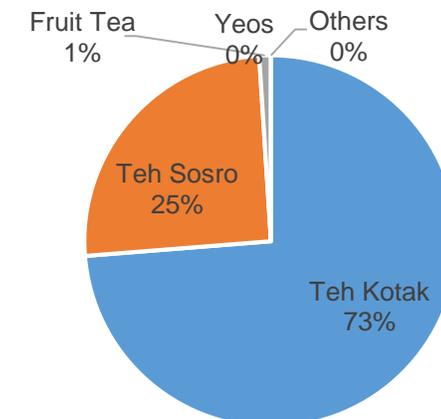
Catatan: 1,2,3 Sumber: Nielsen

Lanskap Kompetitif dan Pangsa Pasar pada periode 30 September 2020

Pangsa Pasar Volume susu UHT²



Pangsa Pasar Volume Teh RTD³



03. Hadir lebih dari Satu Kategori dan catatan jejak yang baik dalam Pengembangan Produk



Penghargaan Merek/ Sertikat-sertifikat



Youtube LeaderBoard 2020



Most Supportive Sponsor 2019



Top 10 Strongest Local Brand 2018



RTD Flavoured Milk WOW Brand 2017



Most Recommended Brand UHT category 2015



Most Recommended Brand UHT category 2015



Indonesia Best Brand 2014



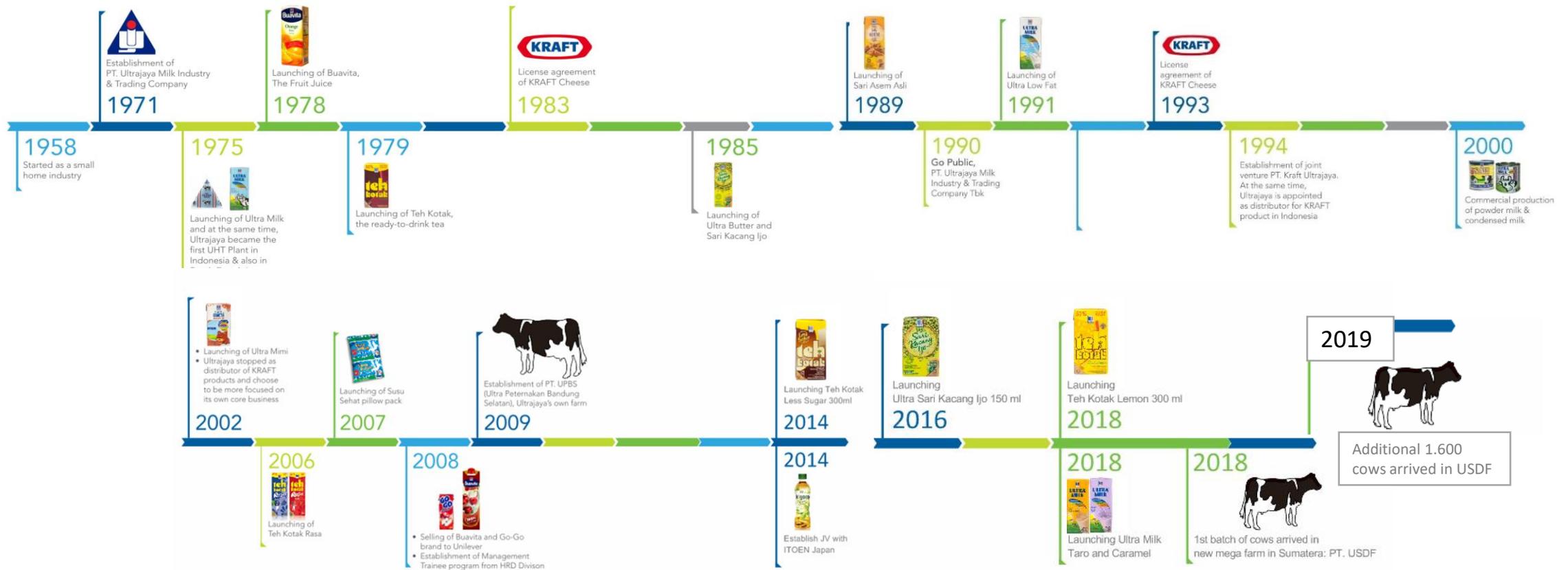
"Ultra Milk" - Top Brand 2013

03. Hadir lebih dari Satu Kategori dan catatan jejak yang baik dalam Pengembangan Produk (lanjutan)



Sejarah Pengembangan Produk

Kami secara konsisten memperkenalkan kategori-kategori produk baru dan telah mengembangkan produk-produk untuk segmen konsumen yang berbeda-beda untuk memperluas jangkauan produk kami



04. Fasilitas Produksi yang Terintegrasi secara vertikal dan otomatis

Proses produksi yang terotomatisasi dengan teknologi UHT dan sistem pembungkusan aseptik yang terintegrasi

- Proses produksi yang terintegrasi secara vertikal di seluruh produk
- Proses produksi yang terotomatisasi dengan campur tangan manusia yang minimum
- Menggunakan peralatan produksi dan pembungkusan aseptik yang canggih untuk menjamin standar kualitas yang tinggi
- Automated Storage and Retrieval System ("ASRS") yang efisien diimplementasikan di gudang dengan menggunakan Automated Guided Vehicles ("AGVs")

Garis Besar Proses Produksi¹



Catatan:1. Proses Produksi UHT hanya ilustrasi

05. Pengendalian Kualitas yang Ketat di seluruh Rantai Produksi

Kami secara konsisten memproduksi produk-produk berkualitas tinggi dengan menjalankan pemantauan dan sistem pengendalian kualitas yang ketat di seluruh operasi

- 1 *Penelusuran dan pelacakan produk-produk kami*
- 2 *Pemeriksaan kualitas di beberapa tahap*
- 3 *Tidak ada penarikan kembali produk sejak pendirian*
- 4 *Sertifikat FSSC 22000:2010*
- 5 *Tidak ada bahan aditif atau kimia yang ditambahkan pada produk*



Dilakukan Pengujian yang teratur di keseluruhan operasi

Pemeriksaan dan pengujian bahan mentah setelah penyerahan

Terotomatisasi – minimal kontak dengan manusia
Produk diuji di lebih dari satu tahap dalam proses

Pengujian sampel produk dan pengemasan

Pemasangan label produk secara elektronik

Produk dikarantina untuk inkubasi dan pengujian

Sampel dari masing-masing kelompok ditahan dan diuji setelah distribusi

Pengantaran bahan mentah, pendinginan dan penyimpanan

Formulasi, pemurnian, homogenisasi dan pasturisasi

UHT treatment

Penyimpanan dan pembungkusan aseptik

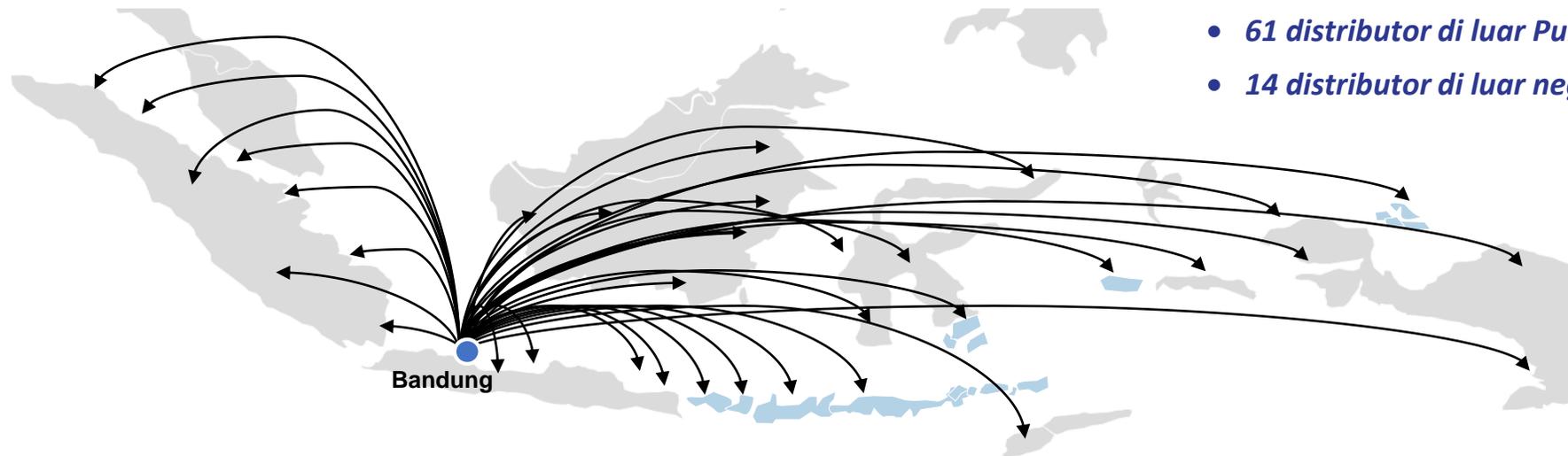
Pembungkusan dan penyimpanan di gudang

06. Jaringan Distribusi Nasional yang luas

Kami menjangkau penjualan secara nasional melalui jaringan distribusi yang luas

- **Di Pulau Jawa** – penjualan melalui Modern Trade dan juga pasar tradisional/ pengecer. Modern Trade dilakukan oleh tenaga penjual kami dan pengecer tradisional dilakukan oleh entitas anak kami (PT Nikos Distribution Indonesia) – kurang lebih ada 65.000 titik penjualan
- **Di Luar Pulau Jawa** – kami menggunakan kurang lebih 61 distributor (Third Party) untuk menjangkau gerai-gerai pengecer di luar pulau Jawa.

Jaringan Distribusi yang Luas



- **22 Kantor Perwakilan di Jawa**
- **65.000 titik penjualan di Pulau Jawa**
- **61 distributor di luar Pulau Jawa**
- **14 distributor di luar negeri**

07. Terus mengembangkan pasokan susu segar berkualitas tinggi



Kami menjalin hubungan yang kolaboratif dengan para peternak sapi susu lokal untuk menjamin pasokan susu segar berkualitas tinggi yang konsisten dan bertujuan mengurangi ketergantungan pada produk susu impor dengan harga dan nilai tukar yang berfluktuasi

Koperasi Peternak Susu – mayoritas pasokan susu segar

- Kami menjalin hubungan jangka panjang dengan sejumlah koperasi produk susu lokal untuk menjamin pasokan susu segar yang stabil dan berkualitas tinggi
- Kami memiliki hubungan yang kuat dengan Koperasi Peternak Bandung Selatan ("KPBS"), yang merupakan koperasi peternak sapi perah di daerah Pangalengan di Jawa
- Kami memiliki suatu tim yang didedikasikan untuk bekerja bersama para peternak lokal untuk pelatihan dan pengetahuan



- * *Pasokan yang terjamin, stabil dan jangka panjang*
- * *Akses yang baik dan terpercaya*
- * *Perjanjian Kerjasama*

Peternakan di Pangalengan, Bandung Selatan

- UPBS – usaha patungan dengan KPBS untuk mengoperasikan sebuah peternakan susu percontohan
- Saat ini memiliki kurang lebih 3,500 sapi (perah muda & dewasa)
- Pasokan eksklusif untuk Ultrajaya
- Dikelola oleh para profesional berpengalaman dalam operasional peternakan sapi perah
- Kami memberikan panduan, pendidikan, pelatihan teknis dan manajerial serta program pembiayaan untuk para peternak lokal



- * *Metode peternakan susu yang lebih ditingkatkan*
- * *Susu segar dengan kualitas lebih tinggi dan tingkat produksi yang lebih baik*
- * *Replikasi praktik terbaik dan peningkatan kualitas produk dengan skala besar*

07. Terus mengembangkan pasokan susu segar berkualitas tinggi (lanjutan)

Kami menjalin hubungan yang kolaboratif dengan para peternak sapi susu lokal untuk menjamin pasokan susu segar berkualitas tinggi yang konsisten

Peternakan di Berastagi, Sumatera Utara

- Kebutuhan akan ketersediaan susu segar
- Iklim yang cocok untuk peternakan sapi perah
- Memanfaatkan keahlian dalam bentuk pertanian
- Peternakan skala besar dengan Sapi yang berkualitas Internasional
- Kami memiliki tim yang berdedikasi untuk bekerja dengan petani lokal melalui pelatihan dan pengetahuan



- * *Pengawasan akan pasokan dan kualitas*
- * *Joint Venture, investasi bersama*
- * *Membuka potensi di Sumatera*

Inisiatif lainnya

- Mendidik petani akan teknik, kebersihan, pakan
- Skala yang lebih kecil lainnya di wilayah Bandung Selatan ('Colony' (kandang dan cooling tank) dengan koperasi hingga 350 sapi
- CSR dengan kontribusi siswa belajar dan bekerja.



- * *Meningkatkan pengamanan susu*
- * *Keuntungan bagi perusahaan dan negara*
- Kami tidak menganggap bahwa kami sebagai perusahaan ternak sapi, fokus tetap pada pabrik, merek, dan penjualan.*

08. Tim Manajemen yang Sangat Berpengalaman

Sabana Prawirawidjaja

Pendiri dan Presiden Direktur

- Merupakan salah seorang pendiri Perseroan. Diangkat sebagai Presiden Direktur Perseroan sejak tahun 1971
- Menjabat sebagai Komisaris di PT Kraft Ultrajaya Indonesia, Komisaris Utama di PT NDI, Komisaris Utama di PT Ito En Ultrajaya Wholesale, Komisaris di PT UPBS, dan Direktur Utama di PT USDF

Samudera Prawirawidjaja

Direktur

- Berpengalaman lebih dari 25 tahun dengan Ultrajaya sejak tahun 1989
- Juga menjabat sebagai Presiden Direktur PT Campina Ice Cream Industry, Direktur di PT Kraft Ultrajaya Indonesia, Direktur di PT Ito En Ultrajaya Wholesale, dan Komisaris di PT USDF

Jutianto Isnandar

Direktur

- Bekerja di Ultrajaya sejak tahun 1974 sebagai Manajer Produksi, Asisten Manajer Pabrik, Manajer Penjualan & Distribusi dan saat ini menjabat sebagai Direktur
- Sebelumnya bekerja di PT Indomilk
- Menjabat sebagai Presiden Komisaris PT Campina Ice Cream Industry

Rob Nieuwendijk

Chief Financial Officer

- Bekerja di Ultrajaya sejak tahun 2011
- Sebelumnya memegang jabatan manajemen senior untuk perusahaan-perusahaan produk susu terkemuka seperti Friesland Campina dan Royal Numico NV

Siska Suryaman

Head of Marketing

- Bekerja di Ultrajaya sejak tahun 2010
- Sebelumnya memegang jabatan pemasaran di Mead Johnson Nutrition, Citibank Indonesia, Bentoel Prima dan Kalbe Nutritional

Au Djamhoer

General Manager Sales

- Bekerja di Ultrajaya pada tahun 2020.
- Sebelumnya memegang jabatan di penjualan dan marketing di perusahaan multinasional yaitu Aqua Danone dan Coca Cola

Flemming Schmidt

General Manager Engineering

- Bekerja di Ultrajaya sejak tahun 1987, bertanggung jawab atas investasi dalam peralatan baru
- Berpengalaman dalam bidang teknik dan peralatan

Henry Khor

General Manager Supply Chain

- Bekerja di Ultrajaya sejak tahun 2008
- Sebelumnya menjabat di berbagai posisi manajemen supply chain pada Toll Asia Logistics dan Cold Storage Chain



Strategi

01 Memperluas lebih lanjut platform distribusi, dengan mempertimbangkan apakah Covid 19 akan berlangsung jangka panjang

▶ Di Pulau Jawa

- *FOKUS: Meningkatkan penetrasi pedagang eceran modern dan tradisional*
- *Rencana:*
 - Menambah anggota tim penjualan di lapangan
 - Secara berkelanjutan berinvestasi dalam pelatihan dan kualitas tenaga penjual
 - Meningkatkan efisiensi penjualan melalui investasi dalam IT dan teknologi

▶ Di luar Pulau Jawa

- *FOKUS: Mendukung para distributor yang memperluas jangkauan mereka*
- *Rencana:*
 - Fokus pada distribusi di Sumatera dan Kalimantan
 - Membantu para distributor menjamin pembiayaan untuk menjual lebih banyak produk kami
 - Mencapai konektivitas IT dengan seluruh distributor kami

02 Meningkatkan kapasitas produksi dan gudang

▶ Peningkatan Kapasitas

- Mengoptimalkan kapasitas di fasilitas produksi yang ada
- Optimalisasi kapasitas yang ada di Bandung
- Investasi yang sedang berjalan di lini **pengemasan baru dari Tetra Pak dan Combibloc**

▶ Pusat Distribusi Baru

- Membantu meningkatkan efisiensi distribusi dan kecepatan pemasaran
- Merencanakan untuk **membangun pusat distribusi baru** di wilayah Jakarta dan sekitarnya pada tahun 2020/2021

▶ Fasilitas Produksi Baru

- Mendukung pertumbuhan dan ekspansi dengan jangka waktu yang lebih panjang
- Merencanakan untuk mulai membangun fasilitas produksi baru yang modern dan otomatis di 2021
- Mulai operasional direncanakan paling lambat tahun 2022

03

Fokus yang berkelanjutan dalam pengembangan produk baru

▶ Perusahaan Patungan (Joint Venture) dengan Ito En

- Menggabungkan keunggulan produk signifikan Ito En dengan keberadaan dan pengetahuan kami
- Menjelajahi peluang dalam kategori Teh
- Flexible dengan peluang yang ada
- Selalu konsisten dan fokus dengan produk tanpa pemanis buatan
- Outsource sampai volume tercapai untuk investasi di pabrik sendiri

▶ Pengembangan segmen Teh dalam kemasan karton

- Memantau preferensi dan identifikasi pada kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi
- Memperkenalkan rasa baru untuk lebih mengembangkan kategori dan menawarkan berbagai produk yang lebih luas, juga untuk meningkatkan kehadiran di rak-rak

▶ Produk baru dalam segmen susu

- Terus memantau pasar untuk peluang baru untuk peluncuran produk potensial
- Berupaya mengembangkan dan meluncurkan produk-produk baru

▶ Produk baru dalam segmen susu

- Produk- produk fungsional dan bernilai tambah
- Mempertimbangkan untuk meluncurkan produk-produk pada waktu yang tepat
 - **Minuman Yoghurt**
 - **Susu Pasteurisasi**

Strategi lanjutan

04

Ekspansi operasional peternakan produk susu untuk menjamin sumber pasokan

▶ Peternakan sapi perah JV di Sumatera

- Rencana jangka panjang dengan 6,000 sapi perah dan dengan 2 tempat pemerahan berputar
- JV 69-31 dengan PT Karya Putrajaya Persada, suatu hubungan kemitraan lokal
- Teknologi dan peralatan internasional
- Selain itu, kami merencanakan untuk membangun suatu fasilitas produksi otomatis yang modern dan baru beserta gudang ketika peternakan mencapai kapasitas produksi tertentu

▶ Model Peternakan di Bandung Selatan

- 2,000 + sapi perah
- > 10 tahun berpengalaman

▶ Membangun peternakan baru di Pulau Jawa

- Berinvestasi dalam budidaya pakan (rumput dan jagung) untuk memastikan pakan berkualitas dengan harga terjangkau
- Membangun pabrik makanan milik sendiri

05

Investasi yang berkelanjutan untuk meningkatkan efisiensi operasi

▶ Produksi

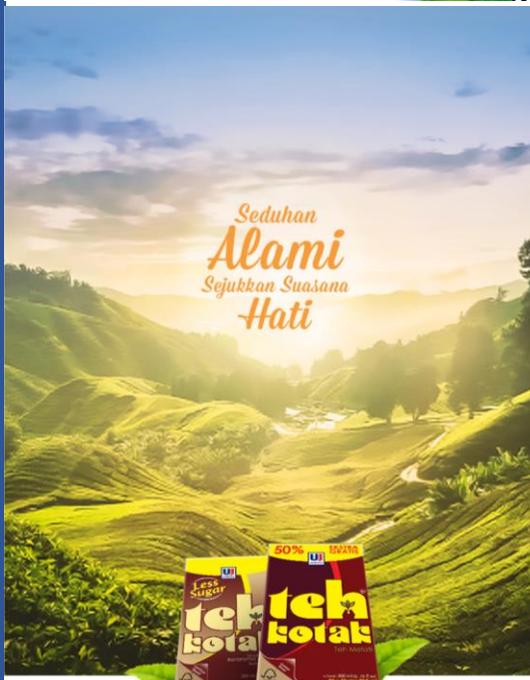
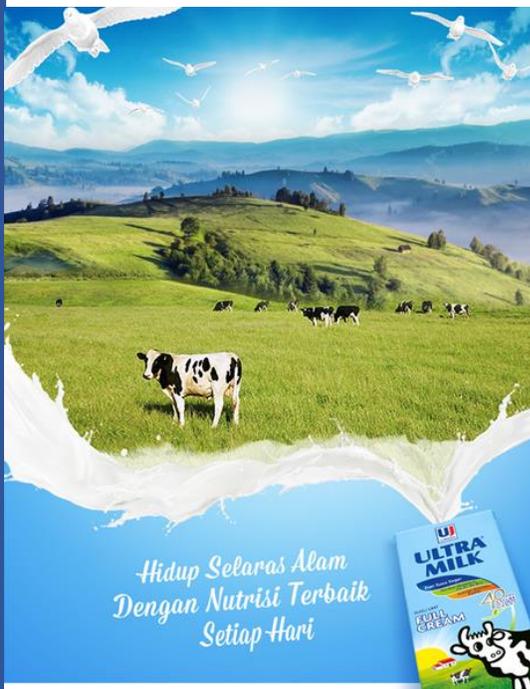
- Meningkatkan investasi peralatan baru untuk produksi dan pembungkusan
- Investasi di fasilitas manufaktur baru dan pusat distribusi

▶ Pengendalian Kualitas

- Investasi dalam teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas prosedur pengendalian mutu

▶ Manajemen Limbah

- Investasi dalam proses pengolahan limbah seperti program daur ulang limbah dan mengurangi limbah



Ikhtisar Data Keuangan

Aksi Korporasi

Pembagian Dividen atas laba bersih tahun buku 2019:

- Rp 12,-/lembar saham
- Berdasarkan Akta Risalah RUPST No. 10 tanggal 25 Agustus 2020 dari Notaris Ari Hambawan S.H. M.Kn.

Pembelian kembali saham

- Mengacu Surat Edaran OJK Nomor 3/SEOJK.04/2020 tanggal 9 Maret 2020 tentang “Kondisi Lain Sebagai Kondisi Pasar Yang Berfluktuasi Secara Signifikan Dalam Pelaksanaan Pembelian Kembali Saham Yang Dikeluarkan Oleh Emiten Atau Perusahaan Publik”
- Pengumuman pada tanggal 25 Juni 2020, melalui surat pemberitahuan ke OJK dan BEI
- Pembelian telah sepenuhnya dilaksanakan dimulai pada tanggal 26 Juni 2020 dan berakhir pada tanggal 03 Agustus 2020
- Pembelian kembali atas saham Perseroan yang beredar sebanyak 10% atau sebanyak 1.155.352.800 lembar saham pada harga Rp 1.600,-/lembar saham
- Di simpan sebagai saham treasury paling lama 3 tahun
- Merupakan salah satu bentuk usaha Perseroan untuk meningkatkan nilai pemegang saham dan kinerja saham Perseroan sehingga akan memberikan fleksibilitas yang besar kepada Perseroan dalam mengelola modal untuk mencapai struktur permodalan yang lebih efisien.

Aksi Korporasi (Lanjutan)

Penerbitan Medium Term Notes (MTN) Ultrajaya Tahun 2020

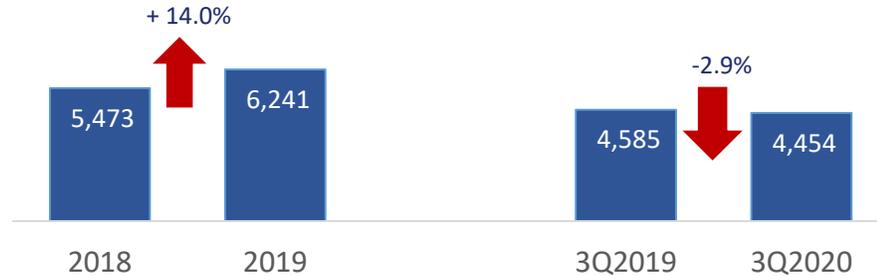
- Keterbukaan Informasi diterbitkan pada tanggal 16 November 2020
- Dengan nilai sebesar Rp.3.000.000.000.000 dan jangka waktu yang terdiri dari 1, 2 dan 3 tahun
- Mencerminkan 48,20% dari nilai ekuitas Perseroan Berdasarkan Laporan Keuangan per 30 Juni 2020 dengan review terbatas yang dikeluarkan oleh KAP Tanubrata Sutanto Fahmi Bambang & Rekan
- Untuk membiayai dan melakukan pengembangan usaha

Ikhtisar Data Keuangan

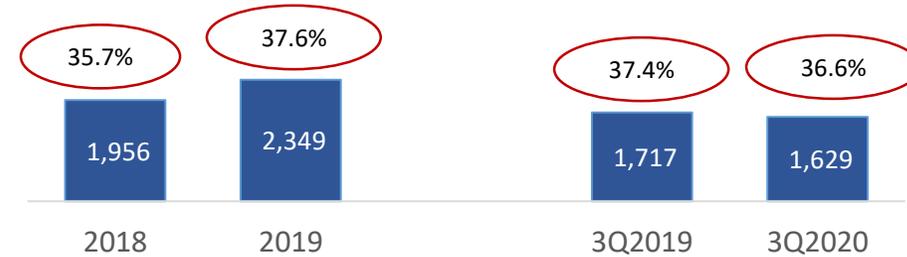


Secara historis, bisnis kami telah menunjukkan pertumbuhan yang kuat dan juga kemampuan mendapatkan laba yang kuat. Setelah kuartal I yang membaik pada tahun 2020, Covid 19 telah mempengaruhi pada bulan-bekutnya.

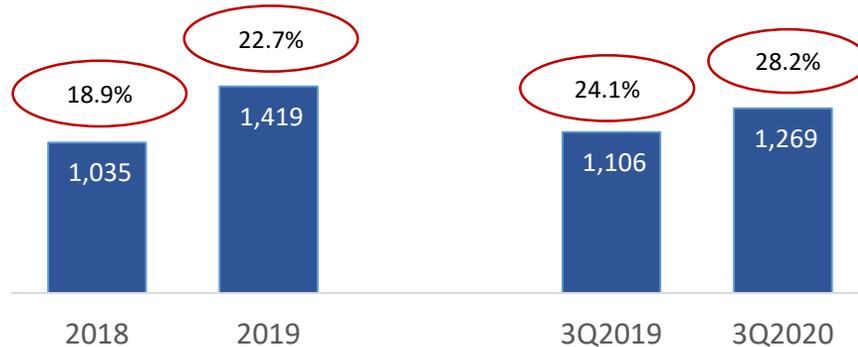
Penjualan dan Pertumbuhan (IDR M, %)



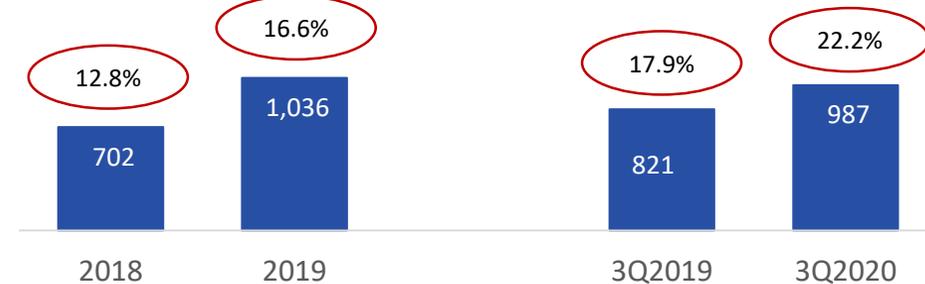
Laba Kotor dan % terhadap Penjualan (IDR M, %)



EBITDA¹ dan % terhadap Penjualan (IDR M, %)



Laba Bersih dan % terhadap Penjualan (IDR M, %)



- Penjualan telah berkontraksi dengan kuartal III karena pengaruh Covid 19. Tidak ada kenaikan harga tahun 2020
- Marjin sedikit di bawah tahun 2019, tetapi masih kuat.
- Optimisme dan perlu berhati-hati kedepannya
- Biaya-biaya telah dikendalikan, marjin keuntungan dapat meningkat lebih baik lagi.

Catatan:

1 EBITDA = Pendapatan bersih kecuali pendapatan/beban bunga, pajak, depresiasi dan amortisasi

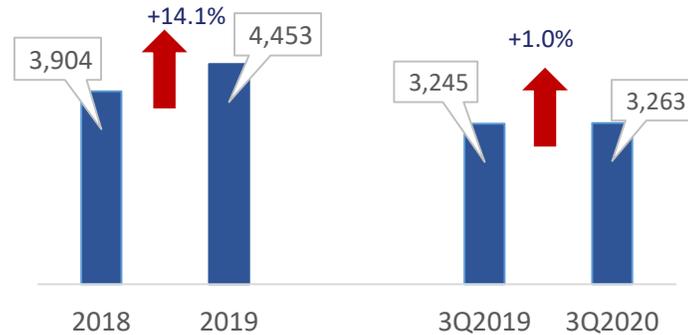
Rincian Penjualan Bersih berdasarkan Segmen



Produk-produk kami sendiri untuk pangsa pasar di Indonesia telah menunjukkan kinerja yang kuat.

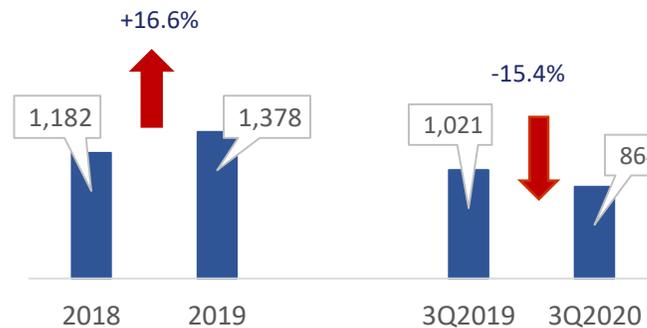
Faktor kunci untuk meningkatkan pertumbuhan.

Produk Susu (IDR M, %)



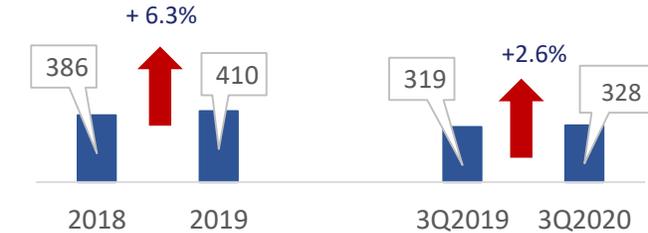
- Penjualan yang kuat dalam kategori susu putih dan kemasan untuk keluarga
- Permintaan yang lemah untuk susu berasa karena situasi sekolah tutup, kerja di rumah atau lainnya)
- Tidak ada kenaikan harga di tahun 2020

Teh dan Minuman Kesehatan (IDR M, %)



- Permintaan yang melemah pada saat Covid 19
- Pemulihan diharapkan untuk tahun 2021

Lain-lain (IDR M, %)



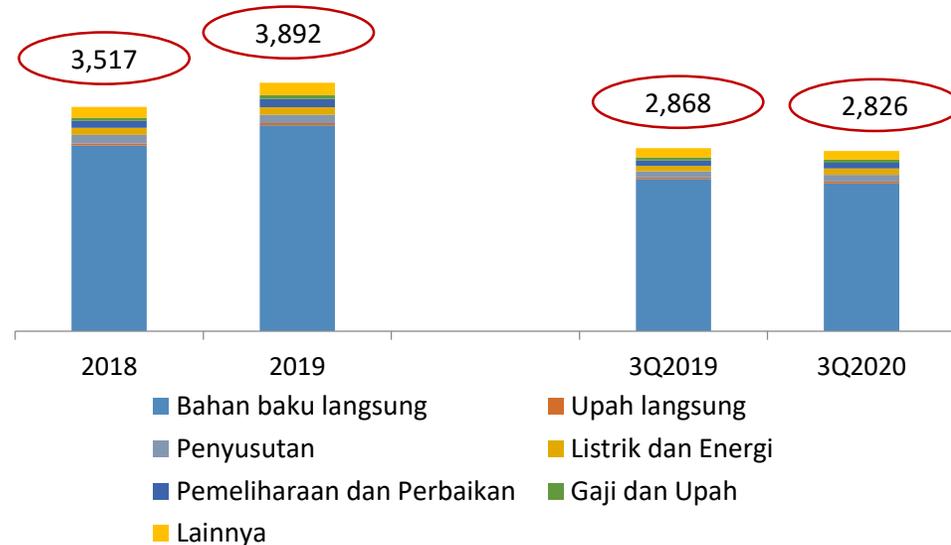
- Petumbuhan UHT Toll manufacturing yang baik
- Penjualan Export yang sedikit menurun

Rincian Bahan Pokok Penjualan (BPP)



Kami telah melihat laba kotor yang menurun akibat volume yang lebih rendah dari yang diharapkan tetapi dengan peningkatan biaya karena inflasi, gaji dan lainnya

Rincian Beban Pokok Penjualan (IDR, M)



Rincian Beban Pokok Penjualan sebagai % Penjualan

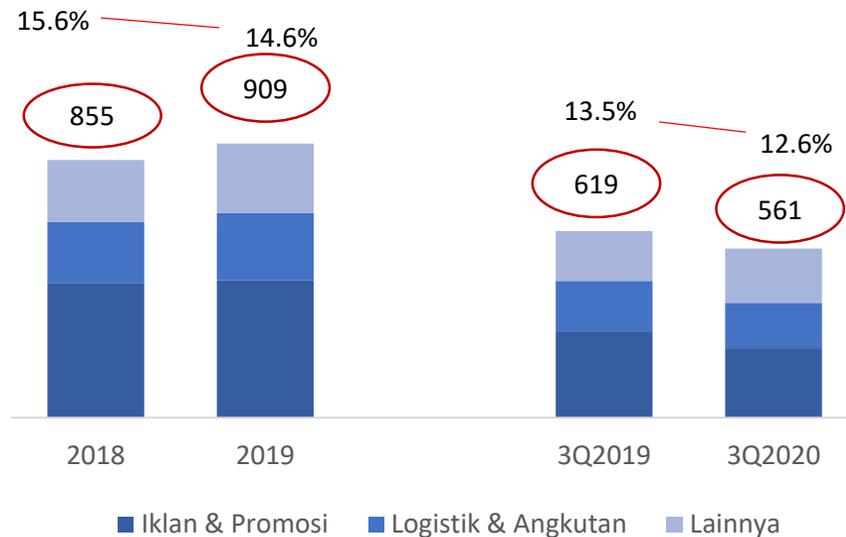
% Penjualan	2018	2019	3Q2019	3Q2020
Pemakaian Bahan Baku	52.3%	52.8%	53.4%	51.4%
Upah Langsung	0.5%	0.6%	0.6%	0.7%
Penyusutan	2.4%	2.1%	2.1%	2.4%
Listrik dan Energi	2.0%	1.9%	1.9%	2.2%
Pemeliharaan dan Perbaikan	1.9%	2.1%	2.0%	2.0%
Gaji dan Upah	1.0%	1.0%	1.0%	1.1%
Lain-lain	3.0%	3.2%	3.2%	3.0%
BPP lain-lain (selain pemakaian bahan baku)	10.8%	10.9%	9.1%	11.5%
Total BPP	64.3%	62.4%	62.6%	63.4%

- Sebagian besar dari BPP terdiri dari biaya bahan baku – diantaranya: susu segar, daun teh, gula, dan kemasan
- Biaya konversi sedikit meningkat dikarenakan kurangnya pertumbuhan dalam volum produksi dan depresiasi peralatan baru

Beban Usaha

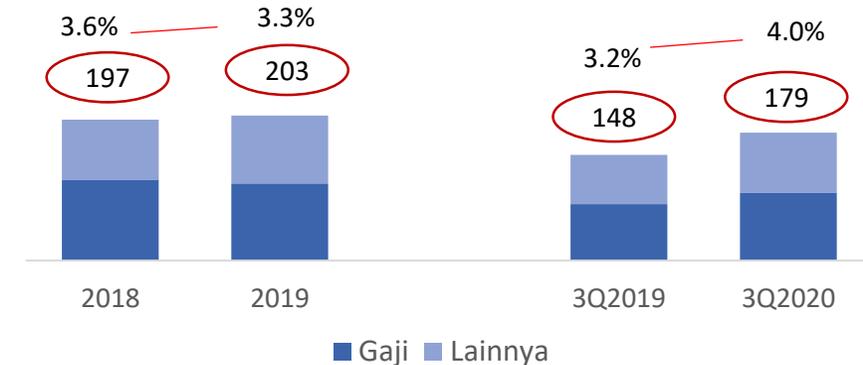
Beban Usaha yang terkendali

Rincian Beban Penjualan (IDR M,% penjualan)



- Berhasil mengendalikan biaya iklan dan promosi, yang merupakan beban penjualan terbesar. Telah menurun secara substansial. Aktivitas telah dibatalkan atau dikurangi
- Biaya logistik dan angkutan yang berbeda seiring dengan volume dan harga BBM
- Beban penjualan lainnya sebagian besar terdiri atas gaji dan biaya sewa dan meningkat lebih lambat dari penjualan

Rincian Beban Umum dan Admin (IDR M,% penjualan)



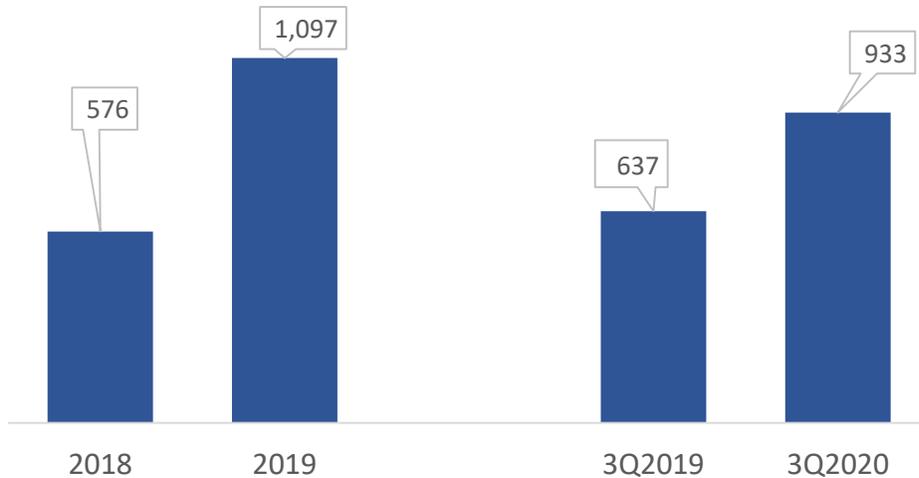
- Beban gaji merupakan komponen terbesar dari beban umum dan administrasi dan relatif stabil
- Beban Umum dan Administrasi pada tingkat yang lebih rendah, meskipun ada peningkatan yang terjadi

Arus Kas Operasional dan Belanja Modal

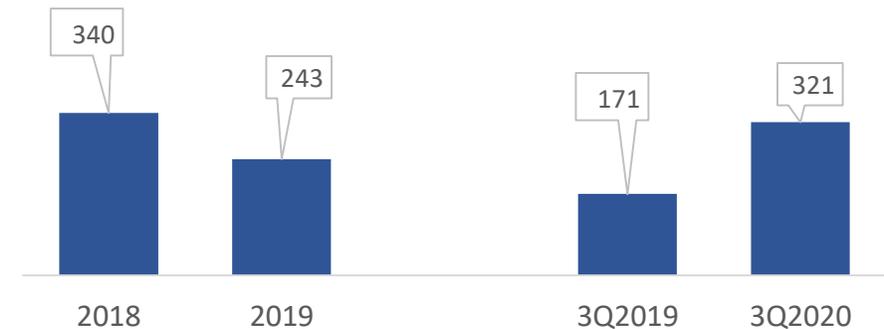


Arus kas secara historis sudah cukup untuk mendanai kebutuhan Belanja Modal

Arus Kas Operasi (IDR M)



Belanja Modal (IDR M)



- Arus kas dari aktivitas operasi meningkat pada 2018, ada koreksi sebesar 735 bio IDR yang diinvestasikan dalam obligasi pemerintah
- Kami mampu menghasilkan arus kas yang cukup untuk memenuhi syarat investasi dan pendanaan
- Proyek-proyek belanja modal terutama sebagai project pengembangan (DC, kantor, perluasan pabrik jangka panjang)
- USDF sebagai perusahaan patungan 69-31 telah sampai saat ini sepenuhnya dibiayai dengan kontribusi modal dan pinjaman pemegang saham



Ringkasan Laporan Keuangan



Laporan Laba Rugi



(IDR million)	Berakhir pada 31 Des		9 Bulan yang berakhir pada 30 Sep	
	2018	2019	2019	2020
PENJUALAN	5,472,882	6,241,419	4,585,139	4,454,435
BEBAN POKOK PENJUALAN	(3,516,606)	(3,891,701)	(2,868,423)	(2,825,867)
LABA BRUTO	1,956,276	2,349,718	1,716,716	1,628,568
Beban penjualan	(855,358)	(908,877)	(619,375)	(561,294)
Beban administrasi dan umum	(196,900)	(202,883)	(148,193)	(178,781)
Pendapatan lain-lain – neto	(11,453)	26,436	44,590	234,841
LABA DARI USAHA	892,565	1,264,394	993,738	1,123,334
Pendapatan keuangan	60,084	105,655	70,801	91,953
Beban keuangan	(2,107)	(1,661)	(1,269)	(262)
Bagian laba (rugi) neto entitas asosiasi c	(1,524)	6,971	7,647	30,814
LABA SEBELUM BEBAN PAJAK PENGHASILAN	949,018	1,375,359	1,070,917	1,245,839
Beban Pajak Penghasilan	(247,411)	(339,494)	(250,348)	(259,119)
LABA PERIODE BERJALAN	701,607	1,035,865	820,569	986,720
Penghasilan komprehensif lain	738	(5,674)	-	(4,936)
TOTAL PENGHASILAN KOMPRESIF PERIODE BERJALAN	702,345	1,030,191	820,569	981,784

(IDR million)	Berakhir pada 31 Des		9 Bulan yang berakhir pada 30 Sep	
	2018	2019	2019	2020
Laba periode berjalan yang dapat diatribusikan kepada:				
- Pemilik entitas induk	697,784	1,032,277	814,318	973,711
- Kepentingan non-pengendali	3,823	3,588	6,251	13,009
LABA PERIODE BERJALAN	701,607	1,035,865	820,569	986,720
Total penghasilan komprehensif periode berjalan yang dapat diatribusikan kepada:				
- Pemilik entitas induk	699,214	1,026,775	814,318	968,912
- Kepentingan non-pengendali	3,131	3,416	6,251	12,872
TOTAL PENGHASILAN KOMPRESIF PERIODE BERJALAN	702,345	1,030,191	820,569	981,784
EBITDA	1,035,324	1,418,685	1,105,805	1,268,424

Laporan Neraca



(Dalam Juta Rupiah)	Posisi per 31 Desember		Posisi per 30 September	
	2018	2019	2019	2020
Aset Lancar				
Kas	1,444,310	2,040,591	1,682,562	710,205
Piutang Usaha	530,498	613,245	626,090	542,270
Persediaan	708,773	987,927	832,215	1,094,795
Lain-lain	109,940	74,878	360,815	96,003
Total Aset Lancar	2,793,521	3,716,641	3,501,682	2,443,273
Aset Tidak Lancar				
Hewan ternak produksi - net	80,476	158,839	158,765	170,414
Penyertaan saham pada entitas asosiasi dan ventura bersama	101,506	108,477	109,154	155,791
Aset tetap - neto	1,453,135	1,556,666	1,546,542	1,681,282
Investasi dalam Obligasi Pemerintah	735,084	708,869	719,519	698,579
Aset tidak lancar lainnya	392,149	358,930	355,259	434,908
Total Aset Tidak Lancar	2,762,350	2,891,781	2,889,239	3,140,974
Total Aset	5,555,871	6,608,422	6,390,921	5,584,247

(Dalam Juta Rupiah)	Posisi per 31 Desember		Posisi per 30 September	
	2018	2019	2019	2020
Liabilitas Jangka Pendek				
Utang Usaha	302,403	451,990	443,245	389,870
Utang Bank Jk Pendek	26,397	2,705	2,665	2,211
Bagian Jk Pendek dari Pinjaman Jk Panjang	27,153	20,196	16,912	-
Liabilitas Jk Pendek lainnya	279,208	361,423	385,888	441,760
Total Liabilitas Jangka Pendek	635,161	836,314	848,710	833,841
Liabilitas Jangka Panjang				
Pinjaman Jk Panjang	31,787	9,914	-	-
Liabilitas Pajak Tangguhan	14,762	12,252	7,796	-
Liabilitas Jk Panjang lainnya	99,205	94,803	88,905	108,538
Total Liabilitas Jangka Panjang	145,754	116,969	96,701	108,538
Total Liabilitas	780,915	953,283	945,411	942,379
Keuntungan non pengendali	114,684	106,700	109,535	107,672
Ekuitas	4,660,272	5,548,439	5,335,975	4,534,196
Total Liabilitas dan Ekuitas	5,555,871	6,608,422	6,390,921	5,584,247

Laporan Arus Kas



(Dalam juta rupiah)	Berakhir pada 31 Des,		9 bulan yang berakhir pada 30 Sept	
	2018	2019	2019	2020
Arus kas dari aktivitas operasi				
Penerimaan kas dari aktivitas operasi	719,629	1,191,164	794,558	963,666
Penerimaan Penghasilan bunga	60,084	105,655	70,801	91,953
Pembayaran Beban bunga	(1,247)	(1,463)	(1,268)	(262)
Pembayaran Pajak penghasilan	(291,922)	(278,947)	(152,536)	232,542)
Penerimaan/ Pembayaran Lain-lain	89,279	80,408	(74,560)	110,526
Kas bersih diperoleh dari aktivitas operasi	575,823	1,096,817	636,995	933,341
Arus kas dari aktivitas investasi				
Belanja modal	(339,612)	(243,312)	(171,420)	(321,245)
Lain-lain-Net	(749,574)	(21,542)	10,448	(1,831,663)
Kas bersih yang diperoleh dari / (digunakan untuk) aktivitas investasi	(1,089,186)	(264,854)	(160,972)	(2,152,908)
Arus kas dari aktivitas pendanaan				
Penerimaan/Pembayaran Pinjaman jangka pendek-net	24,163	(23,691)	(23,732)	(495)
Penerimaan/Pembayaran Pinjaman jangka panjang-net	-	(34,193)	(36,303)	(17,164)
Lain-lain	(186,890)	(177,798)	(177,736)	(93,160)
Kas bersih yang diperoleh dari / (digunakan untuk) aktivitas pendanaan	(162,727)	(235,682)	(237,771)	(110,819)
Kenaikan/(penurunan) bersih kas	(676,090)	596,281	238,252	(1,330,386)
Kas di awal tahun/periode	2,120,400	1,444,310	1,444,310	2,040,591
Kas di akhir tahun/periode	1,444,310	2,040,591	1,682,562	710,205