

HASIL PAPARAN PUBLIK (*PUBLIC EXPOSE*) TAHUNAN 2020

PT MUSTIKA RATU Tbk

Waktu dan Tempat

Hari/tanggal : Jumat , 28 Agustus 2020
 Waktu : 14.00 WIB
 Tempat : The Sultan Hotel & Residence Jakarta, Kudus Hall secara *Virtual/ Video Conference*
 Media : Via Aplikasi Zoom

Dihadiri oleh Direksi PT Mustika Ratu Tbk (“Perseroan”) sebagai berikut:

Direksi :

1. Jodi Andrea Suryokusumo : Direktur
2. Kusuma Ida Anjani : Direktur
3. Yuniastuti Kusuma Putri : *Chief Marketing Officer*

Pokok-pokok bahasan yang disampaikan dalam paparan public adalah :

- Pemaparan Usaha Perseroan sampai dengan Semester I Tahun 2020.

Pertanyaan diajukan secara langsung dari hadirin dan diakhiri dengan jawaban dari Direksi Perseroan sebagai berikut :

1.	Nama	:	Bapak Agung Hidayat
	Media	:	Kontan
	Pertanyaan	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana proyeksi bisnis Perseroan tahun ini? Berapa target pertumbuhan pendapatan maupun laba bersih tahun ini? 2. Bagaimana potensi segmen <i>healthcare</i>? Berapa besar target pertumbuhan atau porsi segmen tersebut terhadap total perolehan bisnis Perseroan tahun ini? 3. Sampai akhir tahun adakah peluncuran produk baru lagi? Jika ada segmen apa? 4. Berapa anggaran CAPEX Perseroan tahun ini? Digunakan untuk apa saja? dan sudah terserap berapa persen saat ini?
	Jawaban	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perseroan menargetkan penjualan yang lebih besar dari tahun lalu, Perseroan akan selalu konsisten menjaga tren laba bersih Perseroan.

			<p>2. Perseroan optimis dengan banyaknya inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini akan mendukung kegiatan Perseroan dalam pertumbuhan <i>sales</i> kami. Ini sudah terbukti dengan <i>sales</i> di segmen produk <i>healthcare</i> yang telah mencapai Rp 22 Miliar, sebelum discount, di semester 1 tahun 2020 ini.</p> <p>3. Dalam kategori Kesehatan, produk Herbamuno Plus merupakan produk suplemen kesehatan yang dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan imunitas tubuh. Produk ini terbuat dari 100% bahan alami dan berfokus pada resep <i>traditional royal heritage</i>. Penggunaan bahan alami ini berdasarkan keahlian racikan jamu Ibu BRA Mooryati Soedibyo. Produk Herbamuno Plus ini telah diluncurkan pada Semester ke-2 tahun 2020. Proses produksi Herbamuno Plus menggunakan teknologi modern dan teruji secara klinis. Perseroan memastikan Herbamuno Plus akan didistribusikan keseluruh daerah di Indonesia agar seluruh masyarakat Indonesia dapat dengan mudah menjangkaunya. Akhir Semester 2 kami ingin memfokuskan pada produk-produk kesehatan dan juga <i>personal care</i> yang sangat cocok pada keadaan <i>new normal</i> saat ini. Produk yang akan kami keluarkan bergantung pada kebutuhan konsumen dan segmen pasar nantinya.</p> <p>4. Anggaran CAPEX ditahun ini sangat minimal. Perseroan akan selalu menjaga <i>working capital</i> dan terus mengoptimalkan asset yang ada untuk lebih produktif. Untuk mendukung penjualan produk <i>healthcare</i>, kami melakukan hanya sedikit modifikasi dari proses produksi yang telah dijalankan, sehingga anggaran CAPEX kami dapat ditekan ditahun ini.</p>
2.	Nama	:	Bapak Kormen
	Media	:	Industry.co.id
	Pertanyaan	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa dampak pandemi terhadap operasional dan karyawan? 2. Bagaimana langkah menekan biaya operasional? 3. Apa produk unggulan saat ini yang memberikan kontribusi terbesar pada laba? 4. Soal tanaman kelor, berapa kebutuhan per tahun?
	Jawaban	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Di masa pandemi ini, perseroan akan selalu berupaya meningkatkan <i>working capital</i> dan menjaga <i>cash position</i> Perseroan. 2. Manajemen Perseroan berupaya menekan biaya operasional dengan memfokuskan efisiensi biaya di <i>production costs</i>, dan pula melakukan kerjasama yang baik dengan pihak perbankan, dan melakukan negosiasi

			<p>yang membuat Perseroan mendapatkan suku bunga yang lebih rendah ditahun 2020 ini.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Produk-produk yang telah di luncurkan di tahun ini diharapkan akan banyak memberikan kontribusi yang signifikan pada penjualan dan kinerja Perseroan ditahun 2020 ini. 4. Daun Kelor adalah bagian dari bahan baku produk yang kami ciptakan. Kami terus menjaga agar kelestarian dan ketersediaan daun kelor memenuhi kebutuhan produksi, sehingga tidak mengganggu proses produksi.
3.	Nama	:	Bapak Peter Julius Halim
	Dari	:	Investor
	Pertanyaan	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Level konsumen mana yang hendak di sasar MRAT? saya lihat product MRAT untuk <i>price</i> agak tinggi. Karena tanggung masuk ke modern market, supermarket, minimarket dengan pasar C D sedangkan B A saya nilai lebih menantang. Contoh nya pasta gigi MRAT disana ada pemain kelas dunia Unilever dan domestic Kino, OrangTua, Wings Group. Kosmetik harus meniru wardah yang mulai menggrogoti pasar pemain lama. 2. Kontribusi persen <i>modern</i>, <i>traditional</i>, <i>farmasi</i>? Tadi disebut zaitun oil, hand sanitizer, make up, berapa nilai kontribusi nya? dapat dijelaskan pengaruh Covid-19?
	Jawaban	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk level konsumen, kami selalu melihat peluang yang ada dipasar, jadi level konsumen yang dituju Perseroan beragam tergantung dari peluang yang disajikan. Sebagai contoh untuk produk <i>hand gel</i>, kami menghadirkan dua varian yaitu <i>hand gel premium</i> yang mengandung lebih banyak bahan alami dan varian yang <i>affordable</i>. Hal ini kami lakukan untuk dapat memenuhi kedua segmen pasar tersebut. Untuk jenis produk kosmetik, kami juga melihat pergerakan dipasar. Sebelum adanya pandemi, Perseroan memang terus fokus pada segmen pasar premium. Setelah adanya pandemi covid-19, sesuai dengan data yang dirilis oleh Nielsen, konsumsi pasar kosmetik masih berada pada segmen pasar kelas atas (<i>apex class</i>). Melihat data ini, Perseroan masih merasa segmen pasar kosmetik masih sesuai dengan sebelumnya. 2. Perseroan akan selalu berinovasi dengan terus mempertimbangkan peluang yang ada, tanpa melupakan <i>value</i> dan <i>profit</i> yang akan diperoleh. Salah satu nilai lebih Perseroan adalah terus mempertahankan <i>royal heritage</i> dan menggunakan bahan-bahan alami asli Indonesia yang berkualitas. Kelebihan ini diharapkan dapat meningkatkan nilai kontribusi penjualan Perseroan.



