



**RINGKASAN PERTANYAAN & JAWABAN**  
**PUBLIC EXPOSE TAHUNAN 2020**  
**PT DIAMOND FOOD INDONESIA Tbk.**  
**Selasa, 10 November 2020**

No.	Nama	Pertanyaan	Jawaban
1	Wenny Aprilia	Apa yang menjadi perhatian terbesar Perseroan saat ini?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cara mengantisipasi resiko Covid-19 kepada kesehatan karyawan Grup Diamond dan memastikan protokol kesehatan dilakukan dengan disiplin di semua lokasi operasional Grup Diamond</li> <li>2. Peningkatan penetrasi distribusi di berbagai area</li> <li>3. Pengenalan produk-produk baru yang lebih relevan untuk kondisi sekarang</li> <li>4. Berbagai inisiatif dalam mengantisipasi perubahan perilaku pembelian dari customer kami, misalnya dengan peningkatan penetrasi pada Modern Trade channel, penetrasi e-commerce dan Home Delivery via Whatsapp business</li> <li>5. Berbagai inisiatif berkaitan dengan efisiensi biaya operasional</li> <li>6. Melakukan berbagai inisiatif berkaitan dengan Supply Chain untuk mengurangi dampak perubahan perilaku pembelian dari customer</li> </ol>
2	Andrew Sebastian Sipahutar	Pertumbuhan penjualan Perseroan pada quarter 3 2020 terlihat mengalami penurunan apabila dibandingkan pada 2019 periode yang sama. Apakah dapat dijelaskan terkait hal tersebut?	Sehubungan dengan terjadinya pandemi Covid-19, pendapatan Perseroan terkontraksi sebesar -12% di quarter 3 2020 dibandingkan quarter 3 2019. Penurunan ini disebabkan terutama customer kami yang bergerak di bidang food service/horeka yang sangat terdampak oleh pandemi. Untuk



			<p>mengkompensasi penurunan ini, kami menggenjot penjualan di sektor modern retail. Namun demikian, hal ini tidak bisa seluruhnya mengkompensasi penurunan di horeka.</p> <p>Namun, dibandingkan dengan Q2 2020, seiring dengan dilonggarkannya PSBB, customer kami yang bergerak di bidang food service (hotel, restoran, cafe) sudah mulai beroperasi kembali dan pendapatan mulai menuju ke arah pemulihan, dimana pendapatan Q3 2020 mengalami kenaikan sebesar 19% dibandingkan Q2 2020.</p>
3	Stephanie Clara dan Ria Situmorang	<p>Apa saja produk-produk Perseroan yang merupakan kekuatan penjualan selama pandemi ini? – (Stephanie Clara)</p> <p>Boleh dijelaskan Pak secara detail produk apa yang paling diminati dan kurang diminati saat ini, beban apa yang paling banyak ditekan, dan apakah ada pembatasan pada kapasitas produksi? – (Ria Situmorang)</p>	<p>Produk-produk yang menjadi fokus Perseroan selama masa pandemi Covid-19 adalah produk-produk Perseroan yang berkaitan dengan kebutuhan dasar konsumen dan produk-produk yang banyak dipakai untuk keperluan <i>home-cooking</i> yang telah menjadi lifestyle baru di tengah masyarakat karena banyak masyarakat yang bekerja dan melakukan aktivitasnya di rumah selama pandemi ini, misalnya produk Susu Segar, Susu UHT, Mie Instan, Minyak</p>
4	Sherlie Octaviani	<p>Apa yang menjadi fokus kinerja Perseroan pada quarter 3 sampai dengan akhir 2020?</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan penetrasi distribusi di berbagai area</li> <li>2. Pengenalan produk-produk baru yang lebih relevan untuk kondisi sekarang</li> <li>3. Berbagai inisiatif dalam mengantisipasi perubahan perilaku pembelian dari customer kami, misalnya dengan peningkatan penetrasi pada Modern Trade channel, penetrasi e-commerce dan Home Delivery via Whatsapp business</li> <li>4. Berbagai inisiatif berkaitan dengan efisiensi biaya operasional</li> </ol>



5	Ria Situmorang dan Siegfried Novagrada	<p>Apakah boleh tahu sejauh ini berapa besar capex yang digelontorkan perseroan hingga saat ini dan capaiannya sudah sampai berapa persen dari target full year 2020? capex tahun ini digunakan untuk apa saja ya Pak? – (Ria Situmorang)</p> <p>Berapa alokasi capex tahun ini? Kemudian seperti apa realisasinya sejauh ini? – (Siegfried Novagrada)</p>	<p>Perseroan menganggarkan belanja modal tahun 2020 sebesar Rp 650 miliar. Namun sehubungan pandemi Covid-19 ini, manajemen Perseroan memutuskan untuk menunda beberapa project belanja modal, diantaranya penambahan line produksi sejumlah produk distribusi di cabang.</p> <p>Penundaan belanja modal ini dimaksudkan untuk mempermudah pengelolaan cash flow Perseroan di tengah ketidakpastian. Project tersebut akan kembali dilanjutkan setelah kondisi perekonomian kembali kondusif, supaya memaksimalkan hasil dari belanja modal, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.</p>
6	Erwin Sugianto dan Ria Situmorang	<p>Bagaimana proyeksi pendapatan Perseroan hingga akhir tahun 2020? - (Erwin Sugianto)</p> <p>Bagaimana perseroan melihat penjualan khusus pada kuartal keempat pada tahun ini, mengingat perseroan mencatatkan kenaikan penjualan pada kuartal ketiga dibandingkan dengan kedua. Meskipun ada momentum akhir tahun, namun dilihat dari data bank indonesia, IKK pada bulan Oktober 2020 berada di level 79, lebih rendah dibandingkan September 2020. Dan apakah perseroan memiliki target penjualan dan laba bersih untuk full year 2020? – (Ria Situmorang)</p>	<p>Pendapatan Perseroan hingga akhir tahun 2020 diproyeksikan akan terkontraksi sebesar 10 – 15% akibat adanya pandemi Covid-19 ini.</p> <p>Tentunya, Perseroan mengambil berbagai langkah dan strategi untuk meminimalkan kontraksi pendapatan, seperti meningkatkan penetrasi distribusi ke Modern Trade Channel dan e-commerce. Langkah ini diharapkan juga menjadi Langkah ekspansi Perseroan setelah pandemic Covid-19 berakhir, Perseroan telah memperkuat fondasi di modern retail dan e-commerce, selain di industri horeka.</p>
7	Ivan Hadinata Rimbualam	Efisiensi apa saja yang dilakukan Perseroan untuk	Langkah-langkah efisiensi yang dilakukan Perseroan diantaranya adalah menunda



		menjaga kinerja keuangannya?	rencana penambahan karyawan, mengefisienkan pengiriman dengan meningkatkan load faktor kendaraan dan mengurangi sewa kendaraan pengiriman, mengoptimalkan biaya promosi, mengefisienkan biaya office supplies.
8	Hans Tanzil	Upaya atau strategi apa yang dilakukan untuk menutup target yang tidak terealisasi pada quarter 3 2020?	<p>Meningkatkan penjualan ke sektor retail (modern dan tradisional) serta mengembangkan penjualan melalui e-commerce.</p> <p>Strategi ini selain untuk menutup target penjualan yang tidak terealisasi, diharapkan juga menjadi langkah ekspansi Perseroan. Setelah pandemik Covid-19 berakhir, Perseroan telah memperkuat fondasi di kedua sektor (retail dan e-commerce), selain industri horeka</p>
9	Hesty Nugraheni	Strategi membuka pasar baru melalui digital marketing yang banyak dilakukan perusahaan dalam masa pademi ini, bagaimana perkembangannya pada DFI?	Perseroan telah meningkatkan fokus pada digital marketing agar dapat meningkatkan awareness merek-merek produk kami kepada customer kami dan juga meningkatkan penjualan e-commerce channel kami. Potensi e-commerce channel tergolong positif dan bertumbuh dengan lebih cepat saat pandemi Covid-19. Walaupun kontribusi e-commerce channel masih tergolong kecil, namun tingkat pertumbuhan bisnisnya termasuk positif.
10	Andhika Prasetya	Menurut Perseroan, bagaimana keadaan pasar saat ini dan apakah kemampuan daya beli konsumen telah membaik?	Keadaan pasar saat ini belum kembali normal 100%, namun Perseroan melihat daya beli konsumen telah meningkat secara bertahap dan sangat berhubungan erat dengan keputusan pemerintah dan juga kondisi terakhir penyebaran Covid-19.
11	Aditya Lingga Prasta	Melihat situasi pandemi sekarang ini, apakah mempengaruhi strategi harga	Perseroan berusaha memberikan promosi/potongan harga yang relevan dan hal ini terkait dengan perubahan perilaku



		produk Perseroan?	pembelian customer Perseroan untuk masing-masing channel
12	Rio Lentius	Bagaimana strategi Perseroan dalam menjaga keberlangsungan supply bahan baku produksi dimasa pandemi ini?	Perseroan melakukan koordinasi dengan berbagai internal dan eksternal stakeholders/departemen agar dapat memastikan akurasi forecast akan tingkat kebutuhan customer dan juga supply produk, baik melalui produksi maupun melalui impor produk dari negara lain.
13	Erlangga Maaruf	Kegiatan CSR apa saja yang dicanangkan dan dilakukan oleh Perseroan sepanjang tahun ini?	Perseroan berpartisipasi dalam berbagai bantuan sosial dalam rangka memberikan bantuan kepada pihak yang terkena dampak pandemik Covid-19, baik melalui pemerintah atau bekerjasama dengan pemerintah, maupun bantuan langsung kepada konsumen kami, contoh kegiatan sosial yang telah kami lakukan yaitu pemberian bantuan berupa produk Diamond berupa susu, yogurt dan juice kepada lebih dari 1000 tenaga medis Covid-19 dengan berkolaborasi dengan PT Food Station Tjipinang Jaya (Food Station). Kegiatan pemberian susu kepada anak-anak yatim juga menjadi salah satu program CSR kami yang dicanangkan dan dilakukan pada berbagai lokasi di Jakarta, Cibitung dan Cimahi.
14	Juanda Sutanto	Program apa saja yang dilakukan oleh Perseroan yang mendukung keberlanjutan kinerja sosial?	Perseroan melalui perusahaan anak nya yaitu Diamond Cold Storage sejak tahun 2008 telah melakukan kemitraan dengan kelompok petani susu, bentuk kemitraan terus kami kembangkan. Dengan memberikan bantuan berupa cooling tank pertama pada tahun 2008 dan penambahan pada tahun 2020, yang telah diterima oleh Gabungan Koperasi Susu Indonesia (GKSI) di Lembang –



			<p>Kab. Bandung Barat dan Kelompok Ternak Sapi Perah (KTSP) di Bojong, Garut-Jawa Barat.</p> <p>Dengan bantuan cooling tank yang telah diterima dapat mendorong kualitas dan kapasitas produksi para petani susu. Salah satunya peningkatan kapasitas produksi sudah terlihat atas kapasitas produksi GKSI di masa pandemi ini per Oktober 2020 meningkat 13%.</p>
--	--	--	--