



**LAPORAN HASIL PELAKSANAAN  
PUBLIC EXPOSE TAHUNAN  
PT PANCA MITRA MULTIPERDANA TBK**

**Waktu dan Tempat Public Expose**

Hari, tanggal : Senin, 11 Juli 2022

Waktu : 13.00 WIB - selesai

Tempat : Zoom Webinar

Dihadiri oleh Manajemen PT Panca Mitra Multiperdana Tbk ("**Perseroan**") sebagai berikut:

- Martinus Soesilo : Direktur Utama
- Christian Jonathan Sutanto : Sekretaris Perusahaan

**Materi Paparan**

1. Sekilas Perusahaan
2. Kinerja Bisnis dan Finansial Perusahaan

**Sesi Tanya Jawab**

Pertanyaan	:	Dengan adanya inflasi di Amerika Serikat dan kemungkinan adanya resesi, apakah Perseroan melihat kemungkinan adanya penurunan permohonan permintaan produk? Bagaimana cara mengantisipasinya?
Jawaban	:	<p>Perseroan masih akan terus memfokuskan penjualan pada produk – produk Value Added dan Cooked Shrimp yang demannya cenderung lebih stabil dibandingkan produk – produk Commodity yang demannya masih belum stabil dan harganya masih kompetitif karena untuk produk Commodity ini, India, Ecuador, dan negara – negara lain masih bisa memproduksi. Sedangkan untuk produk – produk Value Added sendiri, supplynya sedikit, permintaannya lebih stable, dan harganya masih sangat kompetitif, sehingga profitabilitas Perseroan masih belum terdampak akibat resesi.</p> <p>Selain itu, Perseroan berpendapat bahwa Inflasi ini masih sesuatu yang normal di perekonomian, tidak seperti di pandemi tahun lalu, dimana Perseroan belum pernah menghadapi pandemi sebelumnya, namun Perseroan mampu melewatinya. Sedangkan inflasi ini memang sedikit abnormal kenaikannya, namun ini merupakan hal awam di industri. Kita masih ada beberapa langkah – langkah strategis untuk menantisipasinya.</p>

Pertanyaan	:	Apakah sudah ada penurunan biaya tarif kontainer untuk pengiriman ekspor ke Amerika dibandingkan Q1 2022?
Jawaban	:	Sampai dengan Q2 2022, beban angkut kontainer sudah mulai menunjukkan perbaikan. Kalau tahun lalu dari Surabaya ke New York harganya yang tertinggi bisa USD 23.000, sekarang Perseroan mampu mendapatkan kontainer di harga 15.000.
Pertanyaan	:	Rencana Right Issue Perseroan
Jawaban	:	<p>Right Issue Perseroan kami targetkan di akhir tahun 2022 atau awal tahun 2023 untuk membiayai pembangunan pabrik ke-9 Perseroan. Pabrik ke-9 Perseroan kami targetkan mampu beroperasi secara penuh pada pertengahan tahun, kebutuhan dananya sekitar 20juta USD, yaitu 15juta USD untuk pembangunan pabrik ke-9 dan sisanya untuk modal kerja sehingga Perseroan tidak perlu mengambil hutang bank lagi untuk modal kerja.</p> <p>Pabrik ke-9 ini berbeda dengan yang tahun lalu yang kita bangun secara IPO dari segi biaya karena secara kapasitas, pabrik ini akan dua kali lebih besar dibandingkan dengan pabrik ke-8. Pabrik ke-9 ini akan kami bangun dari 0 beserta cold storagenya. Sedangkan pabrik ke-8, sudah memiliki cold storage sendiri. Rencananya pabrik ke-9 ini akan dibangun di Situbondo, Jawa Timur di komplek Pabrik Perseroan (masih integrated). Perseroan sudah memiliki tanahnya, sekitar 19 hektar dengan occupancy masih 50%, jadi masih banyak tanah yang bisa dipakai.</p>
Pertanyaan	:	Apakah ada pembagian Dividen tahun ini?
Jawaban	:	Dalam RUPS tadi siang sudah diputuskan bahwa Perseroan tidak membagikan dividen, karena Perseroan mempertimbangkan adanya rencana ekspansi usaha di tahun 2022 – 2023, sehingga Perseroan masih membutuhkan pendanaan secara internal untuk mendukung ekspansi usaha tersebut.
Pertanyaan	:	Hingga semester I 2022, berapa gambaran realisasi pendapatan dan laba PMMP?
Jawaban	:	Mengenai realisasi pendapatan dan laba PMMP, buku Juni 2022 masih belum selesai, namun diperkirakan pendapatan usaha mampu mencapai 90 – 95 juta USD, dibandingkan Q1 pasti lebih kecil karena Q1 lebih high season (ada Superbowl di Amerika Serikat) dan di Q2 ini kita terdampak adanya Lebaran. Dari segi profitabilitas, kami masih mampu meningkat dari pencapaian tahun 2021, karena penjualan Value Added kami semakin meningkat dan beban

		angkut sudah menurun dibandingkan tahun sebelumnya.
Pertanyaan	:	Bagaimana proyeksi pendapatan Perseroan sampai tahun 2022?
Jawaban	:	Proyeksi Perseroan sampai 2022, Perseroan mampu meningkatkan penjualan sebanyak 12 – 13%, menjadi 22.000 ton (dari 19.000 ton), dengan target penjualan di angka 200 juta USD, dengan pencapaian laba bersih sekitar sebesar 11 – 12 juta USD.
Pertanyaan	:	Bisa disampaikan estimasi nilai investasi untuk pembangunan pabrik baru?
Jawaban	:	Nilai investasinya sekitar USD 20 juta; dimana USD 15 juta akan digunakan untuk pembangunan pabrik beserta fasilitas pendukungnya dan USD 5 juta untuk modal kerjanya.
Pertanyaan	:	Bagaimana prospek pasar untuk Value Added products? Untuk tahun 2022 ini, berapa besar kontribusinya ke penjualan?
Jawaban	:	Kontribusi penjualan kira – kira sekitar 33% untuk tahun ini dan 38% untuk tahun berikutnya.
Pertanyaan	:	Apakah Right Issue akan menguntungkan pemegang saham minoritas atau akan merugikan?
Jawaban	:	<p>Pastinya tidak akan merugikan karena hal ini akan Perseroan laksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Harapannya pula dengan Right Issue ini pastinya valuasi Perusahaan akan meningkat, karena dana yang didapat dari Right Issue ini sepenuhnya akan masuk ke Perusahaan dan akan kita gunakan untuk ekspansi perusahaan. Sementara tidak akan kami gunakan untuk melunasi hutang atau apapun itu yang menguntungkan pemegang saham mayoritas.</p> <p>Dana yang diterima Perseroan yang akan dipakai/digunakan ini benar – benar untuk ekspansi perusahaan. Jadi harusnya dengan meningkatnya valuasi Perusahaan, meningkatnya EPS (Earnings per Share) harapannya kita juga dapat meningkatkan dividen di tahun – tahun berikutnya, hal ini pastinya akan menguntungkan pemegang saham minoritas.</p>
Pertanyaan	:	Bagaimana strategi memenangkan persaingan dengan eksportir lain seperti India, Ecuador, dan Vietnam?
Jawaban	:	Kalau secara peringkat untuk negara pengeksportir udang ke Amerika Serikat, Indonesia masih menempati nomor 3, India pertama, Ecuador nomor 2. Tapi

	<p>kalau di breakdown per produk, kita bandingkan Commodity dan Value Added, India dan Ecuador ini belum memasuki Top 5 untuk Value Added. Jadi ini merupakan salah satu alasan utama mengapa Perseroan ini shifting dari produk Commodity ke produk Value Added, karena produk Value Added ini kompetisinya tidak sebanyak itu.</p> <p>Kalau Commodity, karena India dapat mengekspor dalam jumlah yang banyak dan semua pemain/pesaing dapat memproduksinya, terjadinya price war, jadinya harganya ditekan oleh produsen – produsen dari India dan Ecuador, alhasil harganya terus menurun, apalagi kalau tidak ada demand. Kalau demandnya kurang dan supplynya terus meningkat, harganya akan turun.</p> <p>Sedangkan untuk produk Value Added, karena pemainnya masih sedikit, India &amp; Ecuador belum masuk ke sana, masih di dominasi oleh Indonesia dan Vietnam, makanya harganya lebih stabil. Kalau dibandingkan dengan Vietnam, walaupun secara produktivitas Vietnam lebih tinggi sedikit dibanding Indonesia, namun secara labor cost kita masih jauh lebih rendah dibandingkan Vietnam. Itu merupakan salah satu alasan mengapa harga Indonesia masih lebih kompetitif dibandingkan Vietnam, China, atau negara – negara lainnya.</p>
Pertanyaan	: Bagaimana rencana ekspansi pasar domestik?
Jawaban	: Untuk mendukung pertumbuhan penjualan domestik Perseroan dan untuk memperkenalkan di produk Perseroan di pasar domestik yang selama ini kami belum pernah touch, Perseroan akan mengadakan pameran di JIEXPO Jakarta tanggal 26 – 29 Juli 2022, di Pameran Food & Hotel Indonesia. Selain itu Perseroan juga sudah berkerjasama dengan PT Mulia Raya Agrijaya, selaku distributor frozen food di Indonesia untuk memasarkan produk-produk milik Perseroan.
Pertanyaan	: Apa yang menyebabkan penurunan laba di Q1 2022 jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya Q1 2021?
Jawaban	: Penurunan laba di tahun 2022 karena adanya pembebanan pajak. Di tahun lalu, adanya kesalahan perlakuan pajak dalam accounting, kita baru bebanin pajaknya di semester II. Hal ini menyebabkan beban pajaknya tidak terlihat di semester I, terutama di Q1. Maka dapat dilihat bahwa tahun ini, kita ingin melakukan pembenaran pajak secara proposional. <p>Jadi yang dapat kita lihat di Profit Before Tax, meskipun tetap ada sedikit kenaikan biaya angkut, PMMP masih mampu meningkatkan laba sebelum pajaknya di tahun ini dibandingkan tahun lalu. Hal ini didukung dengan adanya peningkatan di Gross Margin, akibat meningkatnya porsi penjualan Value Added Shrimp.</p>



**Surabaya, 13 Juli 2022  
PT Panca Mitra Multiperdana Tbk  
Direksi**