

Jakarta, 28 Juni 2024

No. 13/MIC/CORPSEC/VI/2024

Kepada Yth,
Direksi PT Bursa Efek Indonesia
Jakarta Stock Exchange Building Tower I
Jl. Jend. Sudirman Kav. 51-53
Jakarta 12190

Up : Divisi Pencatatan Sektor Jasa

Hal : Penyampaian Laporan Public Expose PT Multi Indocitra Tbk.

Dengan hormat,

Dengan ini kami sampaikan bahwa Public Expose Tahunan PT Multi Indocitra Tbk ("Perseroan") telah diselenggarakan pada tanggal 25 Juni 2024, pukul 10.30-11.10 WIB, di Kantor Pusat PT Multi Indocitra Tbk, Gedung Green Central City, Commercial Area Lantai 6, Jl. Gajah Mada No. 188, Jakarta 11120 berdasarkan ketentuan dari Keputusan Direksi PT Bursa Efek Jakarta Nomor: Kep-306/BEJ/07/2004 dan Surat Edaran Bursa Efek Indonesia (BEI) Nomor: SE-00003/BEI/05-2020 tanggal 29 Mei 2020 perihal Tata Cara Pelaksanaan *Public Expose* Secara Elektronik. Peserta yang hadir dalam Daftar Hadir secara Elektronik pada acara Paparan Publik (*Public Expose*) tersebut (tidak termasuk manajemen dan karyawan Perseroan) adalah masing-masing sebanyak 11 orang.

Adapun agenda yang dibahas adalah:

- Pembukaan
- Paparan Publik, tentang kinerja Perseroan tahun buku 2023 dan arah pemasaran serta pengembangan dan rencana bisnis tahun 2024 disampaikan oleh Bapak Hendro Wibowo, selaku Direktur Perseroan
- Tanya Jawab
- Penutup

Daftar hadir secara Elektronik dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peserta yang hadir dan jawaban yang diberikan dalam *Public Expose* tersebut sebagaimana terlampir.

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

Hormat Kami,



MULTI INDOCITRA
Ali Akbar

Corporate Secretary

PT MULTI INDOCITRA TBK
Ringkasan Tanya Jawab Paparan Publik
Kantor Pusat PT Multi Indocitra Tbk Lantai 6
Tanggal : 25 Juni 2024

Pambudi - Investor

Pertanyaan :

1. Berapa target penjualan seluruh produk Perseroan agar mencapai tingkat laba yang maximum?

Jawaban :

1. Untuk tahun 2024 ini, kita mempunyai target growth di angka double digit yaitu diangka sekitaran 15%-20% dan berapakah penjualan maksimum untuk mendapatkan laba maksimum Perusahaan, saya rasa ini akan terkait dengan aktivitas Perusahaan dimana disebutkan kontribusi terbesar dari distribusi, distribusi disebutkan distribusi produk-produk beberapa principal dan penambahan principal juga kita positif dan juga berapa margin distribusi yang kita peroleh, jadi secara presentase gross profit juga akan naik, jadi kalau ditanya sampai batas top line berapa kita bisa maksimum itu akan related dari margin distribusi yang diperoleh dari principal-principal yang ada, jadi ini tidak ada sesuatu angka yang pasti karena kita tidak melakukan satu bisnis tetapi kita multi principal dan multi brand. Masing-masing brand tersebut mempunyai gross profit yang berbeda. Jadi bisa saya sampaikan bahwa target kita ingin mencapai double digit di angka 15%-20%.

Yusup Yandi – Investor

Pertanyaan No. 1 – No. 5 :

1. Bisa dijelaskan kenapa yoy 2023 vs 2022 dari sisi marketing promotion dan salary meningkat drastis? Melihat jumlah karyawan menurun secara yoy, kenapa ada kenaikan gaji on average?

Jawaban :

Salary meningkat pada akhir tahun 2023 itu 132 miliar dan akhir 2022 itu 123 miliar secara percentage itu 7% kurang lebih, memang ada banyak hal selain kenaikan salary dan kita ketahui salesnya meningkat terutama skincare jadi kita banyak membutuhkan tim-tim yang agresif dan kuat untuk bisa mendukung sales tersebut sehingga meningkat juga dari sisi SDM.



2. Produk-produk apa yang dipromosikan sehingga meningkat drastis?

Jawaban :

Saat ini boleh dikatakan tahun 2023 lalu, itu cost of tradenya naik cukup jauh karena kita menaikkan top line jadi konsekuensinya juga kita melakukan banyak sekali supporting promotion untuk menawarkan atau membuat konsumen itu tertarik untuk membeli produk kita.

Karena kita menyadari bahwa untuk mempertahankan pelanggan-pelanggan royal itu berperan sangat penting untuk kedepannya apalagi untuk memperkenalkan produk-produk kita yang lain atau brand-brand kita yang lain maka untuk itu kita harus mempertahankan existing customer supaya kita bisa menawarkan brand produk kita yang lainnya.

3. Untuk saat ini penjualan pigeon dot bayi dan pigeon cosmetic berapa % terhadap sales dan berapa % penjualan other produk selain pigeon?

Jawaban :

Produk pigeon kontribusinya terhadap top line masih di angka 70% dan dimana produk skincare juga sudah mulai naik di sekitaran 25% dan untuk tahun 2024 ini kita prediksi secara presentase kontribusi skincare lebih baik lagi di angka sekitar 30%-35% lalu baby product itu diangka 50%-55% dan sisanya 10% dari produk-produk yang lain atau other brand, itu prediksi kita di tahun 2024.

4. Apakah manajemen tidak meninjau kembali kenapa ROA menurun dari 7-8 kali menjadi 6 kali, rencana apa untuk efisiensi Selling and GA (SGA) Expense?

Jawaban :

Sebetulnya SGA ini diefesiensikan tergantung activity salesnya kalau salesnya semakin naik, expenses nya juga naik dan dari sisi biaya operasional pasti kita akan lakukan sebagai Perusahaan distribusi yaitu memaksimalkan activity-activity untuk menunjang sales misalnya promotion untuk kegiatan promotion kita akan melakukan review mana yang efektif dan mana yang tidak efektif untuk menunjang sales akan kita efisienkan dan juga mengenai biaya transportasi akan kita maksimalkan pengeluarannya dan juga kita akan review penggunaan biaya-biaya lainnya agar lebih efektif.

5. Bagaimana penjualan produk Wide T Neck kedepannya? Apakah konsumen menyambut dgn baik? Lalu apakah margin nya lebih tinggi dibandingkan produk yg biasa? apakah produk tersebut diimpor atau akan dibuat oleh Pigeon Indonesia?

Jawaban :

Saat ini di Indonesia, most Asian Country boleh dikatakan untuk produk botol, Indonesia salah satu yang cukup tertinggal dimana negara-negara tetangga kita untuk mostly penerimaan produk baby botol sudah ke wide neck semua karena wide neck secara fitur itu sudah menawarkan satu kelebihan daripada slim neck yaitu dimana wide neck itu akan menawarkan experience kepada mom atau orang tua dan secara bodynya juga meberikan satu kenyamanan baru kepada orang tua untuk memberikan feeding melalui botol kepada baby-nya, jadi secara produk mostly wide neck itu menawarkan experience baru yang lebih bagus daripada slim neck.

So far penerimaannya kita selalu meningkat untuk penjualan wide neck dari tahun ke tahun dan wide neck ini sudah di produksi di Indonesia yaitu oleh Pigeon Indonesia di Pabrik (Cikande).

