



PT HM SAMPOERNA Tbk.

Nomor : 047/CLD/HMS/V/2018
Lampiran :
Perihal : Laporan Pelaksanaan Paparan Publik (*Public Expose*) PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. ("Perseroan")

Jakarta, 2 Mei 2018

Kepada Yth.
PT Bursa Efek Indonesia
Direktur Penilaian Perusahaan
Gedung Bursa Efek Indonesia
Jl. Jend Sudirman Kav.52-53
Jakarta - 12190

U.p.: Kepala Divisi Penilaian Perusahaan I - Bapak I Gede Nyoman Yetna

Dengan hormat,

Mengacu kepada surat Perseroan No.035/CLD/HMS/IV/2018 tanggal 11 April 2018 perihal Penyampaian Rencana Pelaksanaan Paparan Publik Tahunan, surat No.037/CLD/HMS/IV/2018 tanggal 20 April 2018 perihal Penyampaian Materi Paparan Publik Tahunan Untuk Hasil Kinerja PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. Tahun 2017 dan surat No.042/CLD/HMS/IV/2018 tanggal 27 April 2018 perihal Revisi Materi Paparan Publik Perseroan yang disampaikan pada Paparan Publik tanggal 27 April 2018, dengan ini Perseroan menyampaikan laporan Paparan Publik dimaksud telah diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 27 April 2018
Waktu : Pukul 10.30 - 11.30 WIB
Tempat : Ruang Seminar Bursa Efek Indonesia 1 dan 2,
Gedung Bursa Efek Indonesia, Tower 2, Lantai 1 (Galeri Bursa)
Jl. Jendral Sudirman Kav.52-53, Jakarta
Agenda : Pemaparan kinerja Perseroan untuk Tahun 2017 dan kuartal pertama Tahun 2018

Peserta yang hadir dalam acara Paparan Publik tersebut (tidak termasuk Manajemen dan Karyawan Perseroan) adalah sebanyak 65 orang, yang terdiri dari analis keuangan, investor retail, pemegang saham serta wartawan media cetak dan elektronik yang secara rinci sebagaimana dinyatakan dalam Lampiran 1.

Materi Paparan Publik tersebut disampaikan oleh Manajemen Perseroan, sebagai berikut:

No	Materi	Pembicara
1.	Ikhtisar Penting Kinerja Perseroan Tahun 2017	Mindaugas Trumpaitis
2.	Ikhtisar Penting Kinerja Perseroan Kuartal Pertama 2018	

PT HM SAMPOERNA Tbk.

SURABAYA : Jl. Rungkut Industri Raya 18 Surabaya 60293 Telephone (62-31) 8431699 Facsimile (62-31) 8430986
JAKARTA : One Pacific Place 18th fl., Sudirman Central Business District (SCBD), Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12190
Telephone (62-21) 5151234 Facsimile (62-21) 5152234



PT HM SAMPOERNA Tbk.

3.	Ikhtisar Bisnis	
4.	Ikhtisar Keuangan Perseroan	
5.	Komitmen untuk Indonesia	
6.	Penghargaan di Tahun 2017	
7.	Tanya Jawab	

Setelah presentasi dari Manajemen Perseroan, para hadirin diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan. Tanya Jawab berlangsung dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris yang selanjutnya dirangkum dalam Bahasa Indonesia dan secara rinci sebagaimana terlampir dalam Lampiran 2.

Dalam Paparan Publik Kali ini, Perseroan tidak mengadakan konferensi pers, namun Perseroan memberikan materi Siaran Pers pada saat registrasi kepada wartawan media cetak dan elektronik yang hadir tersebut sebagaimana terlampir dalam Lampiran 3.

Hormat kami,

PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk.

Ike Andriani

Corporate Secretary



PT HM SAMPOERNA Tbk.

Lampiran 1 - Daftar Hadir

No	Nama	Institusi/Organisasi
1	Christine Natasya	PT Mirae Asset Sekuritas Indonesia
2	Kristiadi	PT Yuanta Sekuritas Indonesia
3	Vivi Handoyo Lie	Citigroup Securities Indonesia
4	Gerry	PT Deutsche Verdhana Indonesia
5	Raja Abdalla	PT Deutsche Verdhana Indonesia
6	Leonardo Hamanaungan	PT Bahana Sekuritas
7	Franky Rivan	PT Kresna Securities
8	Indra Taurean	PT BCA Sekuritas
9	Jennifer Frederica	PT BCA Sekuritas
10	Permada Darmono	UBS Securities Pte. Ltd.
11	Deidy Wijaya	PT Nomura Sekuritas Indonesia
12	Wilbert	PT Sinarmas Sekuritas
13	Lakshmi Rowter	Mandiri Sekuritas
14	Adrian Joezer	Mandiri Sekuritas
15	Ryanto	Mandiri Sekuritas
16	Hari Yanto	PT RHB Securities Indonesia
17	Cindy	PT CIMB Principal Asset Management
18	Ignatius T Prayoga	PT Danareksa Sekuritas
19	Ervin	PT Deutsche Verdhana Indonesia
20	Michael W Setjoadi	PT Bahana Sekuritas
21	Mega Christina	PT Bahana Sekuritas
22	Matthew Wibowo	PT CLSA Indonesia
23	Steven	PT CLSA Indonesia
24	Robert Pranata	PT Macquarie Capital Securities
25	Darien Sanusi	PT Trimegah Securities Tbk
26	Khereshma	JP Morgan Securities Indonesia
27	Herman	PT Ashmore Asset Management Indonesia
28	Jessica Irene	Manulife Asset Management
29	Hanny Librata	PT CIMB Niaga Tbk
30	Ria Sari Dewi	PT CIMB Niaga Tbk
31	Oman	MUFG
32	Inde	MUFG
33	Yana	UOB Bank
34	Levi	UOB Bank
35	Naomi	OCBC NISP
36	Dian	OCBC NISP
37	William Siregar	Shareholder
38	Tirta	Shareholder
39	Asri	Shareholder



PT HM SAMPOERNA Tbk.

No	Nama	Institusi/Organisasi
40	Samuel	Shareholder
41	Rudy	Shareholder
42	Prabawati S	Akurat.Co
43	Zubi	Antaranews.Com
44	Hafiyyan	Bisnis Indonesia
45	Fathiya Dahrul	Bloomberg
46	Monica Wareza	Cnbc Indonesia
47	Safyre	Cnnindonesia.Com
48	Lia	Cogencis Ltd
49	Danang	Detik.Com
50	Karyoto	Eksekutif
51	Komar	Emitennews.Com (Media Bursa)
52	Riky	Idx Channel
53	Dicky F.M	Info Bank
54	Dadag	Ipotnews (Media Bursa)
55	P. Edho Wobowo	Jawa Pos
56	Dimas	Kompas
57	Sakina	Kompas.Com
58	Dede	Kontan.Co.Id
59	Hendra	Marketeers
60	Adit	Merdeka.Com
61	Yero	Metro Tv
62	Giri	Okezone.Com
63	Cindy	Reuters
64	Liliyah Rahman	Swa
65	Yusuf	Tempo.Co



PT HM SAMPOERNA Tbk.

Lampiran 2 - Paparan Publik – Sesi Q&A

Pertanyaan 1

Ada dua pertanyaan. Pertama, karena *value product* Anda tumbuh lebih cepat dibandingkan dengan produk inti Anda, apakah penurunan margin masih akan terjadi? Kedua, bisakah Anda jelaskan berapa banyak stok (inventory) yang ada di grosir atau toko saat ini dibandingkan dengan kuartal pertama dan akhir tahun?

Jawaban:

Terkait dengan *value brand*, Anda benar. Ketika kami meluncurkan produk kami tahun lalu, kami meluncurkannya di harga yang sangat baik. Tujuannya adalah untuk memulai dan menumbuhkan pangsa pasar. Kita tidak dapat membandingkan kuartal awal 2018 dan kuartal awal 2017, di kuartal awal tahun lalu kami masih belum mempunyai produk ini di pasar, contohnya Magnum Mild 16. Ketika kami menutup tahun lalu, Magnum Mild dijual eceran di harga sekitar Rp.13.000 hingga Rp.14.000 per pak. Jika Anda ke peritel hari ini, Anda akan lihat harganya ada di kisaran Rp.16.000 per pak. Hal ini tidak terjadi dalam satu malam, hal ini membutuhkan waktu, tetapi hal ini terjadi dalam waktu yang cukup pendek yaitu Januari, Februari, hingga Maret. Jadi saat kita tidak akan melihat hasil secara keseluruhan dari peningkatan margin dan baru akan dapat melihat hasilnya pada periode yg bisa dibandingkan. Contoh lainnya pada A Mild 16, kami menutup tahun 2017 dengan harga jual di kisaran Rp.20.000 dan bahkan diatas Rp.20.000 per pak. Jika Anda datang ke peritel hari ini, Anda akan lihat bahwa harganya sekarang berada di kisaran Rp.22.000. Hal ini juga tidak terjadi dalam semalam, tapi membutuhkan waktu. Jadi kalau boleh saya sarankan, kita gunakan perspektif lebih jauh, jadi bukan hanya per kuartal, karena jika demikian, Anda tidak akan melihat dampak penuhnya.

Terkait stok (inventory), jika Anda bandingkan dengan kuartal akhir tahun lalu, biasanya sebelum perayaan besar seperti Tahun Baru, akan ada inventory tambahan di pasar. Jadi stok Q4 di pasar lebih tinggi jika Anda bandingkan dengan Q1 2018. Sekarang jika Anda bandingkan Q1 2018 ke Q1 2017, tidak akan ada bedanya. Sangat sulit mengatakan seperti apa stok di pasar, karena kita bekerja sama dengan 17.000 penjual grosir dan 3,1 juta peritel. Namun saya tidak melihat adanya perbedaan di dalam stok jika Anda membandingkan kuartal 1 dengan kuartal 1. Kami merasa nyaman dengan tingkat stok kami and yang terpenting adalah memastikan kami tidak kehabisan stok.

Pertanyaan 2

Saya baru melihat beberapa item pengeluaran di Laporan Keuangan Anda dan ada peningkatan signifikan pada kuartal ini. Apakah ini hanya dampak dari kuartal ke kuartal, atau apakah ada



PT HM SAMPOERNA Tbk.

perubahan yang signifikan? Salah satunya ada di layanan manajemen (*management service*), yang saya perhatikan terjadi peningkatan sekitar 77% dari tahun lalu. Apakah ada perubahan dalam perjanjian dengan PMI atau hal lain yang signifikan di sana, sehingga kita bisa berharap pertumbuhan secepat ini terus terjadi di sepanjang tahun? Kedua adalah terkait pengeluaran *overhead* lainnya, apakah yang menjadi kenaikan utama pada biaya produksi?

Jawaban

Terkait biaya *overhead*, memang ada kenaikan biaya dan salah satunya terkait dengan *timing*. Misalnya, seperti helikopter yang kami jual seharga sekitar Rp.22 miliar, selain itu juga adanya kenaikan gaji dan kompensasi TPO yang didorong oleh kenaikan upah minimum berbagai provinsi di seluruh Indonesia.

Jika Anda menghadiri acara ini tahun lalu, Anda pasti sudah mendapatkan kesan bahwa kami benar-benar mengelola biaya-biaya kami. Kami berfokus pada hal tersebut dan hanya berinvestasi pada hal-hal yang memang diperlukan. Terkait dengan layanan dan analisa data, kami berinvestasi pada teknologi baru, secara global di PMI; dan kami mendapatkan alokasi biaya investasi tersebut. Investasi ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas ke depan. Tetapi anda harus berinvestasi dahulu sebelum bisa mendapatkan produktivitas. Jadi inilah penjelasan mengenai biaya layanan (*management service*). Jadi hal ini bukan adanya tambahan perjanjian atau kesepakatan juga tidak ada perubahan dalam perjanjian atau kesepakatan ; tetapi merupakan investasi untuk alat tambahan dengan teknologi baru yang kami terapkan untuk masa depan yang lebih baik.

Pertanyaan 3

Saya punya dua pertanyaan. Pertama terkait dengan Sampoerna A Mild. Saya membaca pernyataan yang di rilis oleh PMI minggu lalu, pada bagian mengenai alasan di balik penurunan 13% volume penjualan di kuartal pertama adalah karena harga jual Anda mulai mencapai lebih dari Rp.20.000, atau tingkat harga psikologis. Ketika kita mengecek ke tingkat peritel, ternyata angka Rp.20.000 per pak ini telah dilampaui sejak pertengahan tahun lalu di Jakarta. Saya ingin mengklarifikasi pada Anda, apa sebenarnya yang menjadi alasan perubahan penjualan yang signifikan ini dibandingkan dengan Q4 2017?

Pertanyaan kedua adalah tentang Magnum Mild 16. Kinerjanya menunjukkan kenaikan pangsa pasar yang mengesankan meskipun kenaikannya harganya lebih dari 15%, mungkin sejak pertengahan tahun lalu. Bisa diberikan penjelasan mengenai hal ini? Dan juga, dengan jarak harga saat ini dengan A Mild, apakah hal ini sudah mencapai angka yang benar dan diharapkan oleh perusahaan?

Jawaban:

Mari mulai dari A Mild. Sulit untuk membandingkan volume, khususnya jika Anda bicara tentang akhir tahun, Q4 dan Q1, karena biasanya Q4 menunjukkan volume lebih tinggi di merk premium disebabkan ada berbagai kegiatan, event dan inventaris di pasar karena pasar cenderung membeli lebih banyak sebelum liburan ; dibandingkan dengan Q1 dimana volume biasanya rendah. Saya



PT HM SAMPOERNA Tbk.

cenderung membandingkan Q1 ke Q1, dan kinerja pangsa pasar kita sangat bagus. Terkait melampaui titik harga, Anda benar, produk ini masih bertahan sangat kuat. Kombinasi *pricing ladder* yang kami terapkan, dengan 16s dan 12s, sehingga pada saat 16s melampaui harga Rp.20.000 dan 12s tetap pada harga Rp.15.000 ; hal ini membantu mempertahankan kinerja yang baik secara keseluruhan.

Terkait Magnum Mild, sekali lagi, kami memiliki produk yang sangat bagus. Ketika diluncurkan, harga memang memainkan peranan penting, karena itulah cara membuat masyarakat mengetahui keberadaan merk ini, tapi yang pasti ia tetap tumbuh. Harga memang sudah naik, tapi kami masih sangat kompetitif di pasar dan perokok dewasa menyukai produk tersebut. Kami senang sekali dengan kinerja Magnum Mild.

Apakah kami telah berada di titik yang tepat? Sekali lagi, kita membahas *pricing ladder*. Pada SKM Kadar Rendah, kami memiliki A Mild, yang diikuti oleh U Mild dan Magnum Mild. Jadi kami semacam membangun sebuah *portfolio ladder* untuk memaksimalkan margin, dan tergantung bagaimana pergerakan pasar, hal ini memungkinkan kami untuk menyesuaikan; dan pada saat ini, kombinasi ini berjalan dengan sangat baik

Pertanyaan 4

Apakah ada rencana untuk melakukan *price laddering* di segmen lain juga, seperti SPM atau SKM tar tinggi?

Jawaban

Sepertinya Anda menyukai strategi *pricing ladder* kami, dan Anda juga penasaran seperti yang lainnya. Di satu sisi hal itu sudah dilaksanakan, karena seperti saya sebutkan, di SKM kadar rendah, A Mild bermain di harga premium, U Mild memainkan peran penting di harga medium, dan Magnum Mild di harga rendah. Dalam SKM kadar tinggi, juga sangat mirip, kami memiliki Marlboro Filter Black, yang saat ini telah melampaui harga Rp.21.000 per pak; lalu pada harga per pak yang lebih rendah kami memiliki Magnum Filter 12, lalu ada juga U Bold. Jadi memiliki kombinasi yang sama, perbedaan jarak harga tapi masih dalam kategori *pricing ladder*. Pada SKT, kami memiliki Dji Sam Soe, merk terbesar kami, juga Dji Sam Soe Super Premium, versi premium dari Dji Sam Soe, lalu Sampoerna Kretek dan Panamas Kuning yang dijual di beberapa daerah tertentu di Indonesia.

Jadi pada seluruh segmen yang berbeda, metode *laddering* ini tetap berjalan.



PT HM SAMPOERNA Tbk.

Pertanyaan 5

Pertanyaan singkat saja terkait Magnum Mild. Menurut Anda dari mana permintaan terhadap produk ini berasal? Apakah dapat dikatakan bahwa terjadi penurunan penjualan dari Sampoerna A atau mungkin Sampoerna U?

Jawaban

Saya kira kita tidak bisa menghindari bahwa ketika meluncurkan produk baru dan sebagai pemimpin pasar, Anda akan selalu harus mengalami sedikit kanibalisasi produk. Namun, walaupun demikian, Anda melihat kinerja pangsa pasar kami. Kami tumbuh sebesar 0,2 poin pada Q1 2018, dan jika Anda melihat semester kedua 2017, kinerja pangsa pasar kami stabil. Jadi kami berhasil menstabilkan penurunan pasar tersebut, dan sekarang kami dapat tumbuh kembali. Jadi ini tidak hanya datang dari produk kami, yang mana akan selalu terjadi ketika Anda menjadi pemimpin pasar, tapi juga dari kompetitor kami.

Pertanyaan 6

Bisakah Anda jelaskan perkembangan produk i-Qos Anda, karena kita sudah melihat adanya lampu hijau dari pemerintah dari peraturan terakhir. Saya ingin tahu apakah sudah ada kemajuan dalam hal ini. Terima kasih.

Jawaban

Untuk saat ini, kami fokus pada portofolio saat ini, bisnis *combustible*. Namun demikian, kami sangat percaya bahwa konsumen harus memiliki pilihan. Dan pilihan tersebut harus diberikan oleh pabrikan, karena kami yang memiliki produknya, dan juga dijamin oleh pemerintah. Dan di situlah posisi kami saat ini. Jadi sekali lagi, kami senang sekali dapat mengetahui tentang klasifikasi produk dan besaran pajak cukai, sehingga kami mendapatkan semacam kepastian. Sebagaimana Anda sudah dengar, pajak cukai adalah sebesar 57% di kategori OTP, hal ini saja sudah membantu. Namun masih terdapat banyak ketidakpastian ketika bicara mengenai regulasi, dan karena itulah yang kami sedang berupaya bersama pemerintah, yaitu mendorong pemerintah untuk menerima bahwa ada produk-produk yang berpotensi mengurangi kerugian dan risiko. Sekali lagi, hal ini memang proses yang perlahan, mengingat ini adalah produk yang benar-benar baru. Tapi kami memiliki produk yang sangat bagus dengan kinerja sangat baik di banyak pasar, dan telah diluncurkan di lebih dari 30 pasar di seluruh dunia. Jadi saya percaya bahwa konsumen di Indonesia pun akan membeli produk ini. Namun, kita masih harus mencari tahu lebih lanjut bersama pihak regulator dan lingkungan regulasi, serta memastikan bahwa kita meluncurkan produk-produk yang juga didukung dari sisi pemerintah. Terima kasih.

Pertanyaan 7

Tentang kompetisi, kami melihat Anda memperkenalkan produk baru tahun lalu, dan juga strategi harga. Saya ingin mendapatkan gambaran dari Anda tentang kompetisi yang ada. Bagaimana



PT HM SAMPOERNA Tbk.

menurut Anda? Apakah menjadi lebih lunak, sama, atau bagaimana? Saya kira untuk tahun ini. Terima kasih.

Terkait pengalaman Anda menangani pasar seperti ini. Anda mendapatkan porsi pasar yang besar dengan produk-produk baru yang ada. Apakah menurut Anda, ke depan, kompetitor Anda akan membalas dengan cara, misalnya, memperkenalkan merk baru, menurunkan harga, dsb.?

Jawaban

Jika bicara tentang kompetisi, kompetisi mendorong kami untuk berpikir lebih keras, kompetisi memaksa kita untuk bekerja lebih keras. Tahun 2017 adalah tahun yang menantang, karena kami mulai dengan menghadapi penurunan pangsa pasar, tapi kami tetap fokus, dan kami mengidentifikasi seluruh peluang yang ada, dan hal itu tercermin di dalam portofolio kami. Kami secara strategis meluncurkan produk kami, dan menempatkan produk kami secara strategis dalam hal harga. Sebagaimana saya sebutkan di dalam presentasi saya, kami telah membentuk landasan yang baik untuk keseluruhan bisnis kami ke depan. Dan kita sudah mulai melihat hasilnya pada Q1 2018, di mana pangsa pasar kami tumbuh sebesar 0,2 poin. Ini bukan pertumbuhan yang kecil, hal ini sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa produk kami memberikan kinerja yang kuat. Kami memperkuat posisi kami di setiap kategori. Sekali lagi, lupakan kategori SPM, karena kami menghadapi tantangan dengan celah hukum pada pajak cukai, dan ada beberapa pemain yang memutuskan untuk menggunakan celah hukum tersebut. Namun, hal itu akan berakhir pada akhir tahun ini, melalui inisiatif pemerintah dengan menyederhanakan struktur cukai yang tercantum dalam *roadmap* cukai. Tapi di setiap kategori apapun, baik SKT maupun SKM, kami meningkatkan pangsa pasar kami pada segmen tersebut. Saya kira kami berada di posisi yang siap menghadapi kompetisi apapun.

Saya tidak bisa berkomentar mengenai apa yang akan dilakukan kompetitor. Tapi saya sangat yakin pada karyawan kami, tim kami, staf penjualan kami. Mereka mengerjakan hal yang luar biasa tahun lalu. Bagian Operasional juga mencapai hal yang luar biasa dalam menemukan produk terbaik untuk konsumen dewasa kami. Jadi tidak cukup hanya memiliki produk saja, tapi Anda juga harus menjual produknya. Hubungan kami dengan pasar, menurut saya pribadi, bisa dikatakan unggul (*superior*). Saya tadi sempat membahas mengenai Sampoerna Retail Community (SRC) yang sangat kuat, dan mereka sangat mendukung kami dan kami pun mendukung mereka. Ini adalah hubungan yang saling menguntungkan. Jadi, Anda boleh saja memiliki produk yang sangat bagus, tapi Anda tetap harus memiliki infrastruktur untuk menyampaikan produk tersebut kepada konsumen Anda. Dan saya pikir kami memiliki keduanya, dan itu menjadi landasan optimisme kami atas bisnis kami ke depan.



PT HM SAMPOERNA Tbk.

Pertanyaan 8

Saya lihat pada kuartal pertama industri ini mengalami penurunan sebesar 2%. Anda mengatakan bahwa industri ini akan turun sebesar 1% sampai 3%. Asumsi apa yang Anda gunakan untuk mengatakan akan meningkat 1%, dan asumsi apa untuk mengatakan 3%?

Yang kedua adalah tentang GPM Anda. Menurut saya, kuartal pertama GPM Anda agak lebih rendah dibandingkan kuartal pertama tahun lalu. Terkait hal ini, menurut asumsi Anda, apakah di sepanjang tahun ini GPM ini akan meningkat dibandingkan dengan kuartal pertama?

Jawaban

Kami memberikan kisaran yang cukup lebar sebagaimana Anda lihat, karena kita memang masih di awal tahun. Banyak peristiwa penting yang akan terjadi, khususnya Pemilu. Anda tidak bisa melihat hasilnya hingga akhir Juni. Sekali lagi, masyarakat sedang mengamati. Ada sebagian orang yang memutuskan untuk menahan pengeluaran. Jadi jika perekonomian menguat, orang akan mulai membelanjakan uang mereka. Tetapi ekonomi yang kuat tidak selalu berarti peningkatan konsumsi dan pemerintah sedang melakukan berbagai upaya untuk mengatasi hal ini. Pemerintah juga memahami peluang ini, karena PDB dapat tumbuh lebih tinggi lagi jika konsumen mulai membelanjakan uang mereka. Jadi di saat ini, kami percaya bahwa penurunan industri berada pada kisaran 1-3%, seperti pada tahun lalu. Namun jika ekonomi membaik dan konsumen mulai membelanjakan uangnya, kemungkinan besar penurunan industri akan lebih mendekati ke penurunan sebesar 1%. Sekali lagi, saat ini masih sangat dini pada tahun ini, dan saya kira kita sedapat mungkin menghindari ini, setidaknya sampai akhir kuartal kedua, baru kemudian kita dapat mempertajam proyeksi kita.

Terkait margin laba pertumbuhan. Menurut saya, yang Anda lihat sekarang adalah periode perbandingan yang kurang tepat. Kami telah meluncurkan produk berharga rendah di tahun 2017, dan kami juga menaikkan harga sebagaimana disebutkan sebelumnya. Jadi sepanjang tahun anda akan melihat perbandingan yang lebih tepat. Ditambah lagi, kami juga menghadapi kenaikan pajak cukai tahun lalu, yang berada di kisaran 10%, dan tahun ini sekitar 11%. Sekali lagi, mari kita lihat lagi bagaimana sisa tahun ini berjalan untuk melihat perbandingan yang lebih panjang, karena saat ini kita masih membandingkan kuartal pertama yang saya kira kurang tepat.

Pertanyaan 9

Dari data menunjukkan bahwa ada penurunan konsumsi dari SKT ke SKM. Berapa besar penurunannya dan apa yang menjadi penyebabnya? Di satu sisi, Sampoerna mengklaim bahwa masih menjadi Raja Kretek dengan pangsa pasar di segmen SKT 37,5%. Bagaimana ke depannya Sampoerna menyikapi hal ini?

Jawaban

Anda benar sekali terkait penurunan segmen SKT. Saya kira, sekali lagi, selera konsumen memang berubah, dan itu bisa didorong oleh harga yang mana kami mengalami kenaikan cukai yang cukup



PT HM SAMPOERNA Tbk.

tinggi pada beberapa tahun yang lalu dan hal ini menambah beban segmen SKT ; dan konsumen beralih ke SKM. Kami juga melihat penurunan pada SKT tahun lalu. Namun, walaupun demikian, sekarang kami sudah mencapai 38,1% pangsa pasar segmen SKT di Q1, dan bisa dikatakan bahwa jumlah ini besar. Di saat yang sama, saya bisa katakan bahwa ini adalah peluang besar bagi kami. Saya kira kami memiliki merk yang sangat teruji seperti Dji Sam Soe dan Dji Sam Soe Premium dengan kinerja yang luar biasa, dan saat ini, segmen kami masih bertumbuh.

Karena itulah kami berkomitmen dan terus berkomitmen di segmen ini, dan saya ingin berterima kasih kepada pemerintah, karena setelah melihat adanya penurunan di SKT, pemerintah pada 2018 menerapkan kenaikan pajak yang lebih rendah untuk. Saya kira hal itu membantu segmen ini, karena sekali lagi, ini adalah sektor padat karya. Kita sedang bicara tentang orang dalam jumlah sangat besar. Karena itulah kami sangat berkomitmen terhadap segmen ini. Kami adalah pemain terbesar di segmen ini, dan sekali lagi, sepertinya tidak ada yang melakukan lebih besar dari kami di bidang SKT. Dan kita memang melihat hasilnya. Kami mulai menumbuhkan porsi segmen kami, dan itu sangat penting.



PT HM SAMPOERNA Tbk.

SIARAN PERS

UNTUK DITERBITKAN SEGERA

“Raja Kretek” Umumkan Hasil Usaha

JAKARTA, 27 April 2018 – PT HM Sampoerna Tbk. (“Sampoerna” atau “Perusahaan”/IDX: HMSP) hari ini mengumumkan hasil usaha sepanjang tahun 2017. Perusahaan mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar di Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 33% dan volume penjualan tahunan sebesar 101,3 miliar batang. Kepemimpinan Sampoerna atas 33% pangsa pasar ini mencakup segmen Sigaret Kretek Mesin atau SKM (22,7%), segmen Sigaret Kretek Tangan atau SKT (6,6%), dan Sigaret Putih Mesin atau SPM (3,7%).

Perusahaan melaporkan pendapatan bersih sebesar Rp99,1 triliun, naik 4% dibandingkan tahun 2016. Perusahaan juga mengumumkan dividen sebesar Rp107,3 per saham untuk 2017. Sampoerna adalah pembayar pajak terbesar di Indonesia pada tahun 2017, dengan total pembayaran kepada pemerintah Indonesia sekitar Rp70,3 triliun.

Mindaugas Trumpaitis, Presiden Direktur Sampoerna menyatakan, “Kami bangga bahwa Sampoerna tetap menjadi pemimpin pasar Indonesia. Kami mencatat kenaikan penjualan bersih pada tahun 2017, meskipun terjadi penurunan volume industri rokok sebesar 2,6% akibat melemahnya konsumsi konsumen dan adanya pergeseran perilaku konsumen. Ini adalah hasil yang solid dan menunjukkan kekuatan merek-merek kami dan kualitas tim Sampoerna.”

Perusahaan mempertahankan dedikasinya pada segmen SKT. Meskipun segmen ini telah lama tertekan sebagai akibat dari pergeseran preferensi perokok dewasa yang beralih dari produk SKT ke produk SKM, Sampoerna tetap menjadi “Raja Kretek” Indonesia sebagai produsen SKT terbesar di negara ini. Sampoerna memimpin pasar SKT dengan 37,5% pangsa pasar dari segmen tersebut.

“Dari waktu ke waktu, beredar opini bahwa Sampoerna telah menjadi perusahaan ‘rokok putih’. Hal ini sama sekali tidak benar. Pada kenyataannya, kami telah berupaya keras untuk menstabilkan segmen SKT, termasuk melakukan berbagai inovasi untuk memperkuat merek kami, seperti meluncurkan *Dji Sam Soe 10 + 2*, mempertahankan harga kompetitif pada produk SKT dan berinvestasi pada merek melalui aktivitas pemasaran dan penjualan. Kami juga memimpin pasar dengan lebih dari 40 pabrik SKT di Jawa, termasuk lebih dari 60.000 karyawan langsung dan tidak langsung. Pantas untuk disampaikan bahwa tidak ada perusahaan mana pun yang mendukung SKT seperti Sampoerna,” tambah Mindaugas.

Secara terpisah, Perusahaan mengumumkan kinerja bisnis pada Kuartal I 2018. Pangsa pasar naik menjadi 33,2% dengan penjualan 23 miliar batang rokok. Hal ini didorong oleh kinerja yang kuat dari *Marlboro Filter Black*, serta *Dji Sam Soe Magnum Mild*, SKM



PT HM SAMPOERNA Tbk.

dengan rasa yang lebih ringan hasil pengembangan lini merek *Dji Sam Soe*, yang diluncurkan pada Mei 2017.

Pada kuartal ini, volume industri rokok Indonesia turun sebesar 2,3 persen, yang sebagian besar mencerminkan kondisi belanja konsumen yang menurun, ditambah dengan adanya kenaikan harga jual yang dipicu oleh kenaikan pajak cukai yang lebih tinggi dari tingkat inflasi. Untuk tahun ini, Perusahaan terus mengantisipasi penurunan industri sebesar 1 persen hingga 3 persen.

Perubahan Kepemimpinan

Perusahaan mengumumkan tiga anggota baru Direksi, termasuk Yohanes Wardhana, Elvira Lianita dan Ingo Rose. Yohanes Wardhana menggantikan Mimi Kurniawan yang ditunjuk sebagai Wakil Presiden Amerika Latin dan Kanada di kantor pusat Philip Morris International di New York. Elvira Lianita menggantikan Yos Adiguna Ginting yang sekarang diangkat sebagai Komisaris Sampoerna. Ingo Rose menggantikan Andre Dahan yang ditunjuk sebagai Wakil Presiden Human-Centric Marketing RRP di pusat operasi Philip Morris International di Swiss.

Tentang PT HM Sampoerna Tbk. (Sampoerna)

Didirikan pada tahun 1913, Sampoerna – yang merupakan afiliasi PT Philip Morris Indonesia dan bagian dari Philip Morris International Inc. – adalah perusahaan tembakau terkemuka di Indonesia, dengan kegiatan utama berfokus pada produksi dan penjualan rokok kretek. Perusahaan memproduksi sejumlah merek rokok kretek yang terkenal seperti *Sampoerna A*, Raja Kretek legendaris *Dji Sam Soe*, *Sampoerna U*, dan *Sampoerna Kretek*. Perusahaan juga mendistribusikan merek rokok *Marlboro* di seluruh Indonesia, melalui perjanjian distribusi jangka panjang dengan PT Philip Morris Indonesia. Sampoerna mengoperasikan tujuh pabrik di pulau Jawa dan bekerja sama dengan 38 Mitra Produksi Sigaret, dengan total tenaga kerja – langsung maupun tidak langsung – sekitar 67.400 karyawan, yang sebagian besar bekerja di lini produksi Sigaret Kretek Tangan. Sampoerna mendistribusikan produknya melalui 106 kantor area penjualan dan distribusi di seluruh Indonesia.

Sampoerna merupakan emiten berkapitalisasi pasar terbesar di Bursa Efek Indonesia. Saham Sampoerna diperdagangkan dengan kode saham "HMSP."

Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi: www.sampoerna.com

Kontak Media:

Elvira Lianita

Direktur Eksternal dan Fiskal

PT HM Sampoerna Tbk.

Ph. +62 21 515 1234

Fax. +62 21 515 2234

E-mail Elvira.Lianita@Sampoerna.com