



PT Diamond Food Indonesia Tbk.

PUBLIC EXPOSE 2020



Pernyataan Berwawasan ke Depan

Materi presentasi ini mengandung pernyataan “berwawasan ke depan” yang terkait dengan peristiwa masa depan yang dipengaruhi risiko-risiko dan ketidakpastian yang signifikan. Selain pernyataan fakta historis, seluruh pernyataan dalam laporan ini, yang termasuk namun tidak terbatas pada posisi keuangan dan hasil operasi, strategi, rencana, tujuan, sasaran dan target, perkembangan masa depan di pasar tempat Perseroan berusaha atau berencana untuk berusaha, dan pernyataan-pernyataan yang diawali atau diikuti dengan atau mengandung kata “yakin,” “memperkirakan,” “menargetkan,” “bermaksud,” “akan,” “dapat,” “memproyeksikan,” “mengestimasi,” “mengantisipasi,” “memprediksi,” “mencari,” “seharusnya,” atau ungkapan-ungkapan serupa, merupakan pernyataan berwawasan ke depan.

Peristiwa-peristiwa masa depan yang dimaksud dalam pernyataan berwawasan ke depan ini mengandung risiko yang dikenali maupun tidak dikenali, ketidakpastian, peristiwa dan faktor lainnya, yang sebagian di luar kendali Perseroan sehingga dapat menimbulkan perbedaan material antara hasil, kinerja dan pencapaian aktual dengan yang tertulis atau tersirat dalam pernyataan berwawasan ke depan.

Perseroan tidak menyatakan, menjamin atau memprediksi bahwa hasil yang diperkirakan oleh pernyataan berwawasan ke depan akan terealisasi, dan masing-masing pernyataan hanya merupakan salah satu dari berbagai kemungkinan serta tidak dapat dipandang sebagai kemungkinan yang paling umum atau mungkin terjadi. Dengan demikian, pernyataan berwawasan ke depan tidak dapat diandalkan secara mutlak.





| Sekilas Grup Diamond

delivering joy





Company Overview

46

TAHUN
BEROPERASI

Rp4,449_T

PENDAPATAN
PER 30 SEPTEMBER 2020

21

TITIK DISTRIBUSI
LANGSUNG

4

FASILITAS
PRODUKSI

1000⁺

SKU

50⁺

MEREK

1000⁺

ARMADA

6100⁺

KARYAWAN





| Kinerja Operasi dan Keuangan

delivering joy



Kinerja Operasional Q3 2020



Produk bermerek berkontribusi 91,39% dari total pendapatan Perseroan. Pada 2020, penjualan produk bermerek meningkat sebesar 17,34%, dari Rp1.158,2 miliar pada Q2 2020 menjadi Rp1.359,1 miliar pada Q3 2020.



Produk tidak bermerek berkontribusi 8,61% dari total pendapatan Perseroan. Pada 2020, penjualan produk tidak bermerek meningkat sebesar 46,49%, dari Rp83,6 miliar pada Q2 2020 menjadi Rp122,5 miliar pada Q3 2020.



Konsistensi strategi Perseroan dengan menambah jejaring distribusi, penyelarasan produk-produk baru yang relevan dengan kondisi saat ini, mengantisipasi perubahan perilaku pembelian customer dan efisiensi biaya operasional, Perseroan mencatat pertumbuhan positif pada Q3 2020 ini.

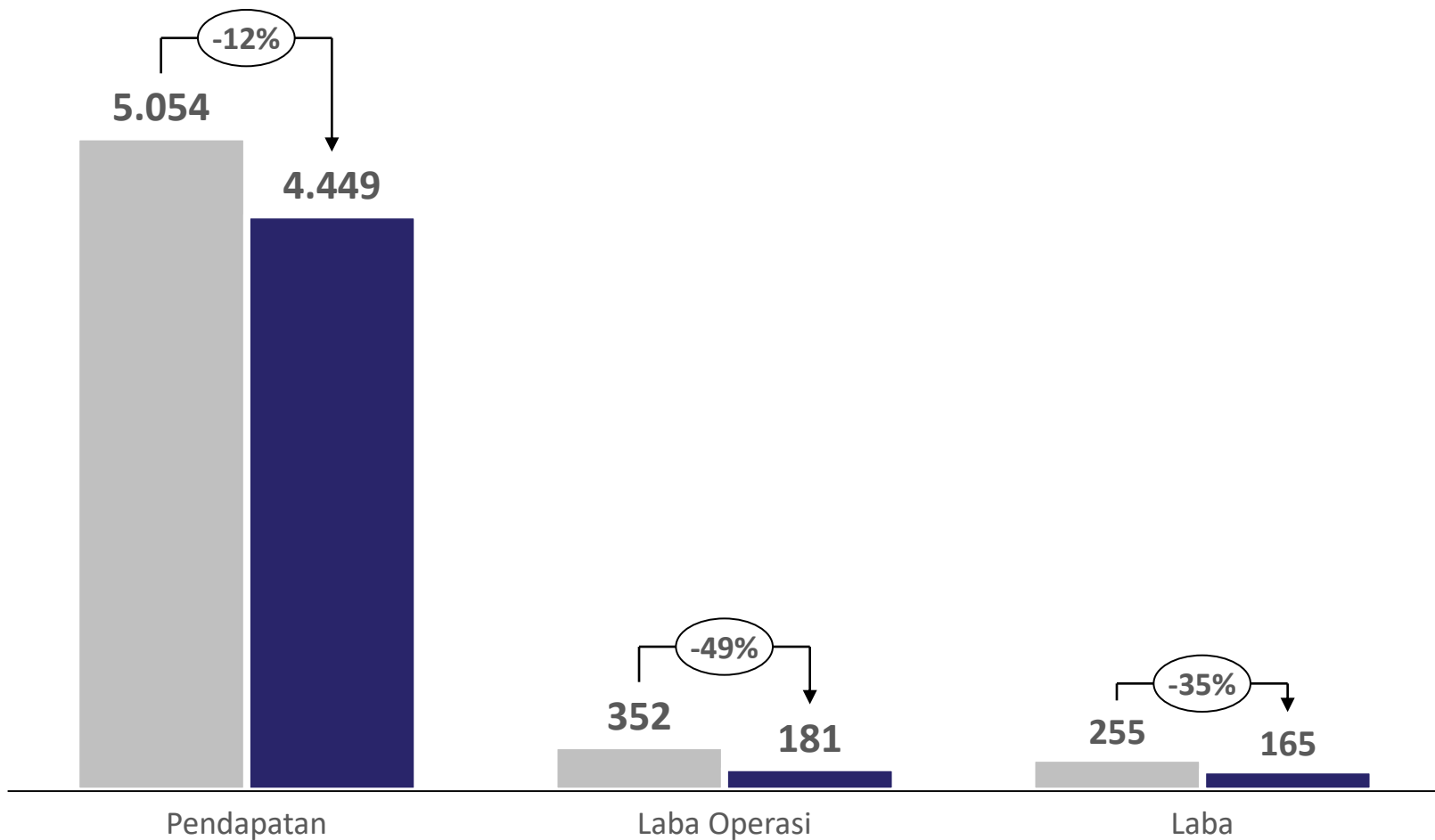




Highlights Laporan Keuangan Q3 2020

(Dalam miliar Rupiah)

■ Jan - Sep 2019 ■ Jan - Sep 2020

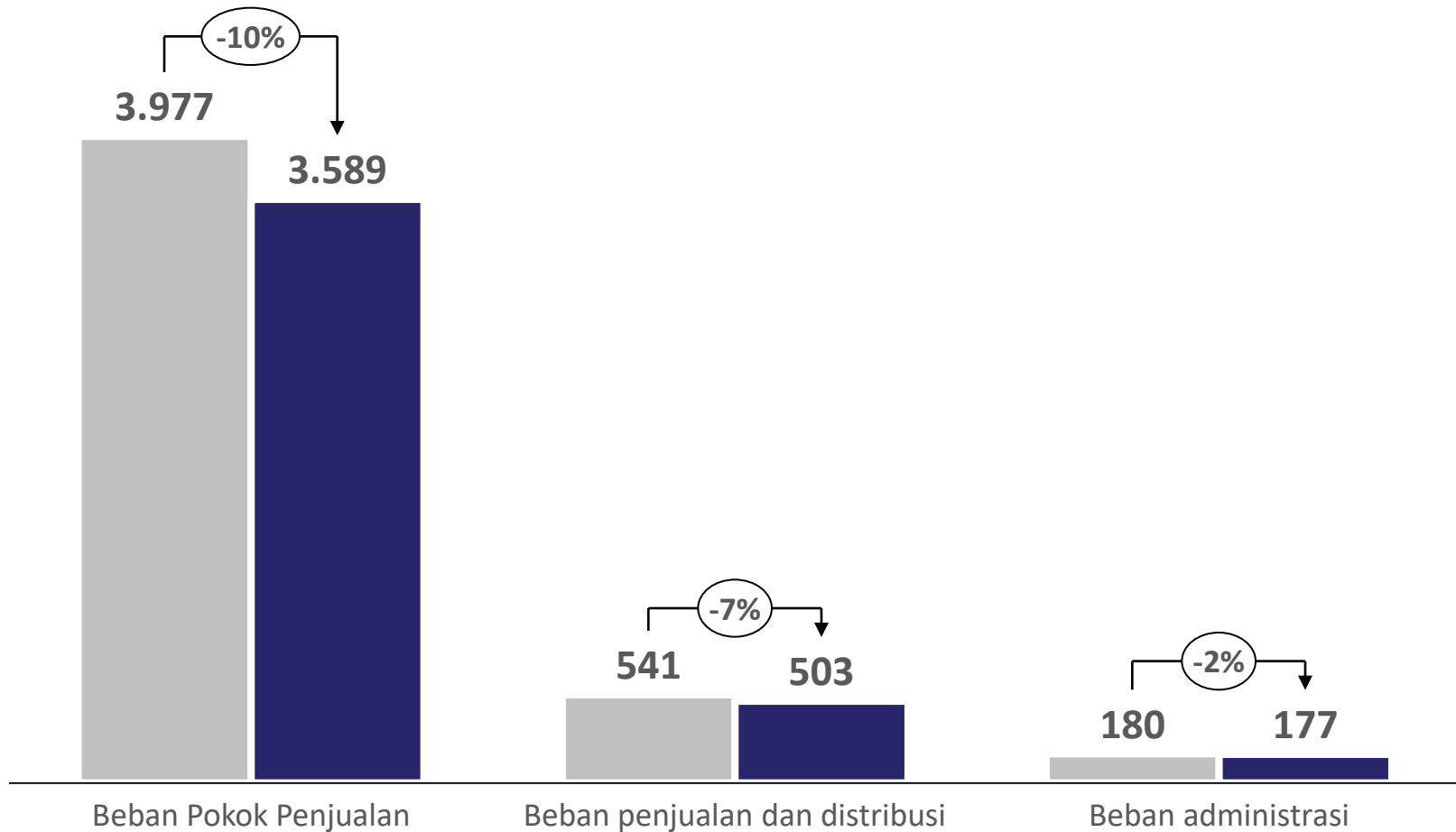




Highlights Laporan Keuangan Q3 2020

(Dalam miliar Rupiah)

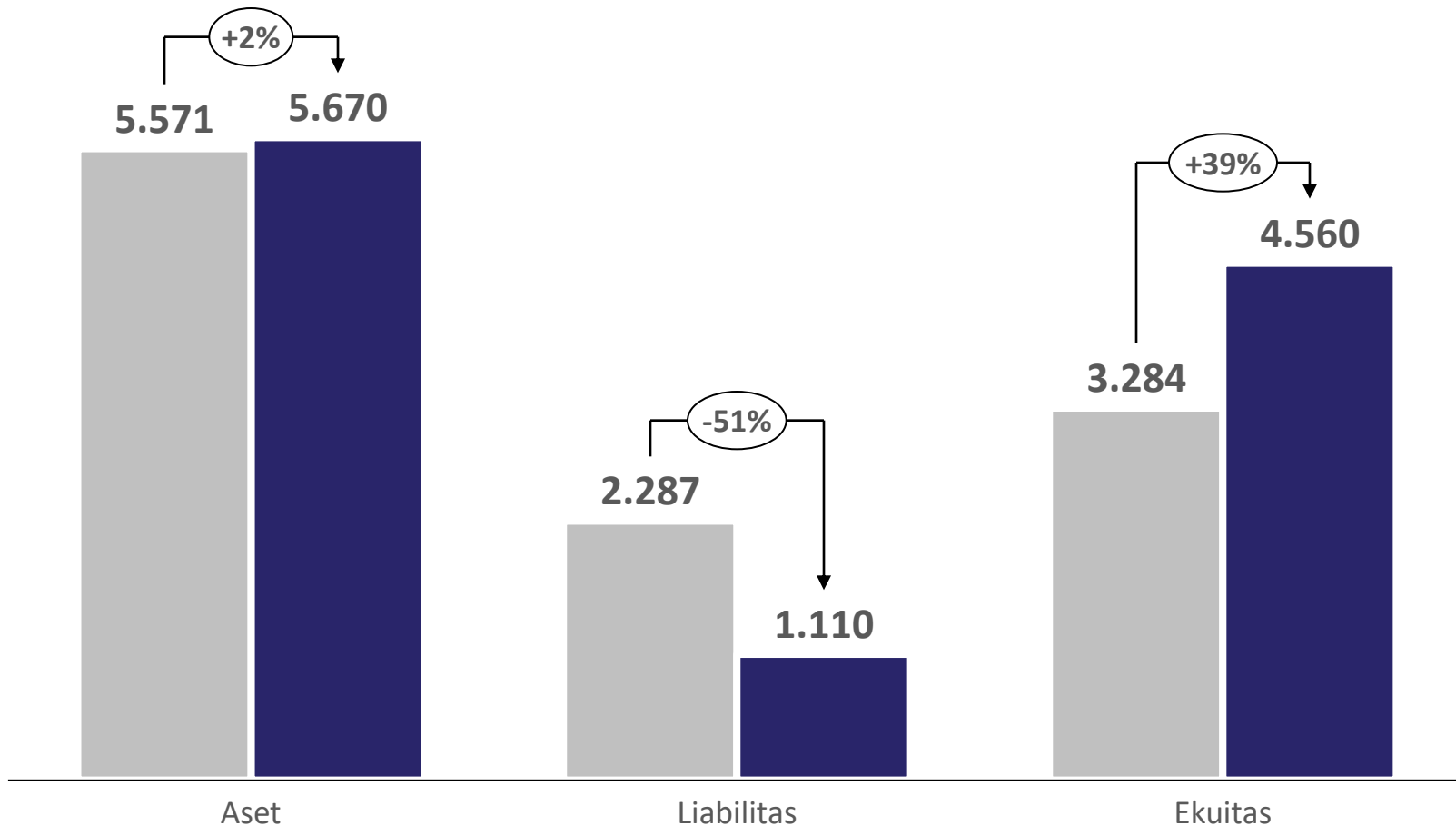
■ Jan - Sep 2019 ■ Jan - Sep 2020



Highlights Laporan Keuangan Q3 2020

(Dalam miliar Rupiah)

■ Dec-19 ■ Sep-20





| Tantangan dan Strategi Perseroan

delivering joy



Tantangan Pandemi Covid-19

PENINGKATAN KASUS COVID-19 YANG CEPAT

>400,000
kasus positif
(per 31 Oktober 2020)

Penerapan protokol kesehatan yang ketat di seluruh fasilitas Perseroan

KETETAPAN PSBB UNTUK BERBAGAI DAERAH TERMASUK JABODETABEK

Berdampak pada **penutupan/ pembatasan aktivitas penjualan di berbagai customer Perseroan**, misal Horeca (hotel, restoran, cafe)

Per Juli 2020, terdapat **2,000 hotel dan 8,000 restoran** tutup akibat pandemi COVID-19 *

Ekspansi Channel penjualan yang sesuai dengan kondisi saat ini

DAYA BELI MASYARAKAT YANG TURUN KARENA KRISIS EKONOMI

Pada akhir Juni 2020, sebuah survei mengungkapkan **84% responden mengalami penurunan pendapatan**, dengan 3 dari 10 mengalami **penurunan lebih dari 50%** sejak wabah

Bappenas memperkirakan bahwa tingkat **pengangguran akan mencapai 9,2% pada akhir tahun**, dibandingkan 5,3% pada 2019

Fokus pada produk sesuai dengan kebutuhan saat ini

*Kutipan penyampaian Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI)



Strategi Bisnis Perseroan

EKSPANSI *CHANNEL* PENJUALAN

Customer baru
(Modern Trade)

Toko Ritel
Diamondfair baru
(Serpong, Bandung,
Makassar dan Sanur)

E-commerce
(Tokopedia, Shopee, Blibli,
JD.ID, Lazada, Sayurbox)

Distribusi
di area baru

PENYELARASAN PRODUK

Produk baru
yang relevan

Variasi produk
Prinsipal

Inovasi produk
Diamond

Kerjasama strategis
dengan perusahaan
manufaktur lainnya

TRANSFORMASI *DIGITAL*

Pelanggan

Supplier

Prinsipal

Tim Internal

Partner Bisnis

EFISIENSI BIAYA OPERASIONAL

Efisiensi Biaya
Distribusi

Efisiensi Biaya
Promosi



Diamond delivering joy

Bantuan produk DIAMOND berupa susu, yogurt dan juice kepada lebih dari 1000 tenaga medis dan aparat kepolisian yang terus berjuang menangani pandemi COVID-19 saat ini.



Pada 2020, penyerahan bantuan dua (2) unit cooling tank telah terealisasi kepada Gabungan Koperasi Susu Indonesia di Lembang dan Kelompok Ternak Sapi Perah di Garut, Jawa Barat.



Bantuan ini merupakan bentuk kinerja sosial berkelanjutan Diamond sejak tahun 2008 yang memberi dampak positif terhadap kesejahteraan petani susu.





| Sesi Tanya Jawab

delivering joy





PT Diamond Food Indonesia Tbk.

Gedung TCC - Batavia Tower One, Lantai 15 Unit 03 & 05

Jln. KH Mas Mansyur Kav.126

Jakarta Pusat, 10220

www.diamondfoodindonesia.com

delivering joy