

**Notulen Public Expose
PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk
Tangerang, 16 Mei 2024**

Public Expose PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. diselenggarakan di Kantor Pusat Perseroan, Alfa Tower, Jl. Jalur Sutera Barat Kav 9, Alam Sutera, Tangerang yang dihadiri oleh Direksi Perseroan;

1. Anggara Hans Prawira : Presiden Direktur
2. Tomin Widian : Direktur Keuangan dan Corporate Secretary
3. Bambang Setyawan Djojo : Direktur International Business & Technology
4. Solihin : Direktur Corporate Affair

Acara dibuka tepat pukul 15.40 WIB dengan penyampaian kinerja keuangan dan operasional Perseroan sampai dengan Desember 2023, oleh Bapak Tomin Widian yang kemudian dilanjutkan dengan sesi Tanya Jawab yang dibagi dalam 3 sesi. Acara ditutup pukul 16.45 WIB.

Berikut ringkasan tanya jawab:

Sesi 1

1. Daiz (Stock Watch)

- Berapa besar dividen per share yang akan dibagikan oleh Perseroan dan berapa besar dividen payout rasionya serta tanggal berapa dividen tersebut akan dibagikan?
- Berapa banyak target penambahan gerai yang akan dilakukan Perseroan dan akan buka di daerah mana saja?
- Berapa alokasi capex yang dianggarkan pada tahun 2024 dan untuk sumber dananya berasal dari mana?

Jawab

- Dari hasil RUPS yang baru saja diselenggarakan, dividen per share yang akan dibagikan adalah sebesar Rp28,68 dengan payout ratio sebesar 35% dari laba bersih tahun 2023 dan selanjutnya akan dibagikan pada 12 juni 2024.
- Target penambahan gerai yang akan dibuka pada tahun 2024 sekitar 1.000 gerai dan secara persentase lebih fokus di daerah luar jawa.
- Capex yang dianggarkan pada tahun 2024 untuk Alfamart berkisar di 4,5 triliun, sedangkan untuk sumber dana capex sendiri diharapkan berasal dari internal perusahaan.

2. Mita (Liputan 6.com)

- *Sampai dengan Q1 berapa capex yang telah terealisasi?*
- *Apakah pembukaan gerai di luar jawa masih menjadi fokus utama Perseroan?*
- *Bagaimana pandangan Perseroan terkait ekspansi di luar negeri?*

Jawab

- Sampai dengan Q1 capex yang sudah direalisasikan untuk Alfamart kurang lebih 1 triliun dari total yang dianggarkan sekitar 4,5 triliun.
- Saat ini Perseroan masih berfokus untuk membuka gerai di luar jawa.
- Untuk ekspansi luar negeri saat ini Perseroan masih berfokus di Filipina, namun demikian Perseroan juga akan melihat potensi di negara lain tetapi untuk saat ini baru hanya sebatas *market study*.

3. Ghafur (Investor Daily)

- *Apa strategi atau upaya yang dilakukan oleh Perseroan untuk melanjutkan pertumbuhan di 2023, berapa target pertumbuhan pendapatan dan laba untuk tahun 2024?*
- *Apakah ada efek dari pelemahan rupiah terhadap Perseroan dan bagaimana mitigasi dari Perseroan?*

Jawab

- *Growth strategy 2024 yang dilakukan oleh Perseroan adalah dengan penambahan jumlah gerai di mana potensinya tersebut masih terbuka luas, selain itu juga dengan meningkatkan produktivitas dari masing-masing gerainya. Salah satu inisiatif yang sedang dikembangkan adalah dengan mengedepankan *omni channel* jadi bukan hanya berbelanja fisik datang ke toko namun juga bisa berbelanja secara *online* melalui aplikasi Alfagift. Hal ini didasarkan oleh cukup besarnya *demand* dari sebagian konsumen untuk mencari alternatif berbelanja tanpa harus keluar rumah. Kelebihan lain dari Alfagift yang pertama adalah bebas biaya ongkir, yang kedua adalah dapat mengirimkan barang dalam waktu yang instan karena kita mengirimkan barang dari *network* Perseroan yaitu sekitar 19 ribu toko di mana 3 ribunya dijadikan *store hub* jadi bisa lebih cepat pengirimannya. Selain pengembangan layanan *online* dan ekspansi gerai, Perseroan juga tetap mengoptimalkan *customer database*. Melalui analisa *big data* kita dapat melakukan penawaran yang lebih kustomisasi dengan pendekatan *one to one*, jadi penawaran yang dilakukan lebih relevan. Dari sisi gerai kita menargetkan di tahun 2024 sebanyak 1.000 gerai, namun untuk pendapatan dan laba kami belum dapat menyebutkan angkanya. Jika dilihat dari rasio NPM tahun lalu sebesar 3,18% tentunya target Perseroan adalah meningkatkan rasio NPM tersebut.*
- *Dampak pelemahan rupiah jika dilihat dari bisnis Perseroan secara langsung tidak terpengaruh karena semua barang yang dijual oleh Perseroan berasal dari dalam negeri, namun secara tidak langsung komponen barang-barang FMCG yang sebagian menggunakan bahan dari luar negeri akan berdampak pada peningkatan harga beli. Mitigasi Perseroan dalam menghadapi pelemahan daya beli karena pelemahan rupiah yang membuat harga barang naik adalah dengan memberikan penawaran-penawaran terbaik dalam promosi. Jadi dapat disimpulkan bahwa dampak pelemahan rupiah sangat minimum namun yang perlu diwaspadai adalah kenaikan harga.*

Sesi 2

1. Yuliana (Kontan)

- *Bagaimana respon dari Pemegang Saham terhadap penambahan kegiatan usaha Alfagift, dan apakah *free ongkir* di Alfagift hanya promosi diawal atau akan menjadi komitmen jangka panjang Perseroan mengingat hal tersebut juga akan menjadi beban biaya bagi Perseroan, lalu jasa layanan seperti Alfagift sudah banyak mengapa memilih itu dan baru sekarang menambahkan kegiatan usaha tersebut?*
- *Apakah Perseroan optimis pencapaian topline di tahun 2024 ini akan tembus 100 triliun lagi?*

Jawab

- *Respon dari Pemegang Saham terhadap Alfagift ini sangat mendukung. Sampai dengan 2024 dapat kami pastikan bahwa layanan gratis ongkir Alfagift masih tetap tersedia. Kenapa Perseroan memilih terjun ke *offline to online* model melalui *omni channel* karena kita percaya*

Alfagift punya kekuatan jaringan yang membuat *delivery cost* sangat *reasonable*, dan Alfagift itu sangat unik yaitu target pengantaran sangat cepat dalam kurun waktu satu jam dan gratis ongkir, hal ini yang menjadi nilai tambah bagi Alfagift. Baru sekarang dikembangkan karena Perseroan ingin membuat model *omni channel* artinya *online store* yang terintegrasi dengan *offline store*, dari mulai harga hingga promosinya sama antara *offline* dan *online store*.

- Perseroan cukup optimis melihat 2024 karena kami percaya bahwa *room for growth* masih besar, dengan penambahan jumlah gerai kita berharap terdapat penambahan *growth* disamping *organic growth* melalui *network* yang sudah ada, Perseroan cukup optimis dan merasa *confident* untuk *growing topline*.

2. Geordi (Detik.com)

- Untuk rencana penambahan 1.000 gerai itu apakah termasuk gerai yang berada di Filipina?
- Saat ini masyarakat sedang mengeluhkan tentang parkir liar, apakah terdapat langkah-langkah yang diambil dari manajemen Perseroan?

Jawab

- Angka 1.000 gerai tersebut tidak termasuk gerai yang berada di Filipina, Filipina saat ini ada 1.800 toko. Perseroan tidak pernah menambahkan jumlah gerai Filipina didalam penambahan jumlah gerai karena Perseroan merupakan *minority stakeholder* di Filipina melalui Entitas Anak di Singapura.
- Perseroan sudah berusaha untuk memasang tanda parkir gratis di setiap gerai sebab konsumen parkir di lahan milik gerai Alfamart bukan di lahan parkir umum. Sehingga bisa dikatakan bahwa parkir di Alfamart sebenarnya gratis. Perseroan juga menyambut baik Peraturan Daerah untuk menindak parkir liar. Saat ini Perseroan dengan beberapa Pemerintah Daerah sedang melakukan negosiasi untuk membayar parkir resmi ke Pemerintah Daerah. Jadi saat ini Perseroan sedang menunggu arahan dari Pemerintah yang sedang menertibkan hal-hal yang membuat ketidaknyamanan konsumen tersebut.

3. Dinar (Inews)

- Terkait investasi di Bank Aladin pada Q1 harga saham Bank Aladin sudah mulai reborn, apakah Perseroan akan menambah investasi di Bank Aladin?
- Melihat level suku bunga saat ini apakah Perseroan melihat ada potensi dampak dari suku bunga yang naik dan akan mempengaruhi pendanaan?
- Apakah Alfagift akan menjual suatu produk yang tidak dijual di toko offline? Berapa persen kontribusi dari sales Alfagift terhadap total pendapatan dan berapa besar cost yang ditimbulkan?

Jawab

- Sampai saat ini Perseroan belum membuat keputusan apakah akan menambah porsi kepemilikan di Bank Aladin karena Alfamart hanya minoritas di Bank Aladin, Alfamart melihat terdapat sinergi model bisnis dengan Bank Aladin makanya Manajemen memutuskan untuk berinvestasi di Bank Aladin.
- Untuk Funding karena Perseroan mengandalkan *internal cashflow* sehingga tidak terlalu berdampak, termasuk untuk capex kita mengandalkan *internal cashflow* jadi saat ini belum ada rencana pendanaan dari pihak ketiga sehingga suku bunga tidak berdampak langsung.
- Alfagift memiliki peluang untuk menjual barang-barang yang tidak tersedia di toko namun fokusnya tetap *groceries*, karena barang *groceries* sangat banyak namun yang dapat dijual di

gerai kita hanya berkisar 4.000-5.000 SKU. Misalnya kita dapat menjual barang-barang eksklusif yang tidak dijual di toko seperti susu premium maupun vitamin premium. Selain itu teknologi Alfagift juga terus dikembangkan yaitu dengan menambah fitur *self-service* sehingga memudahkan *customer* yang tidak ingin antri dapat melakukan pembayaran sendiri dengan menggunakan *smartphone* dan melakukan pembayaran dengan metode yang dipilih. Menurut data tahun 2023 kontribusi Alfagift terhadap penjualan adalah sebesar 4%. Ekspektasi untuk tahun 2024 kontribusi dari Alfagift akan meningkat. Lalu terkait biaya pasti terdapat peningkatan biaya logistik karena Alfagift ini *free* ongkir, namun peningkatan sales dapat menutupi biaya yang dihasilkan. Karena bisnis yang Perseroan jalankan tidak hanya mengejar *top line* dan Perseroan yakin dengan Alfagift ini *bottom line* Perseroan juga akan meningkat.

Sesi 3

1. Cahya (IDX Channel)

- *Perseroan menyampaikan bahwa Capex yang dianggarkan sebesar 4,5 triliun pada tahun 2024, capex tersebut akan digunakan untuk apa saja?*
- *Berapa investasi capex untuk satu gerai?*

Jawab

- Dari total 4,5 triliun alokasi terbesarnya digunakan untuk ekspansi toko baru dan perpanjangan toko *existing*, selain itu Perseroan di tahun 2024 ini juga akan melakukan pembukaan gudang baru di dua lokasi yaitu di Gorontalo dan Palopo.
- Untuk investasi gerai capex yang dialokasikan rata-rata nasional berkisar 1,2-1,4 miliar per gerai.