



LAPORAN HASIL PAPARAN PUBLIK ELEKTRONIK PT Buyung Poetra Sembada Tbk (“HOKI”)

Hari, Tanggal : Kamis, 23 Desember 2021

Waktu : 10.00 WIB s.d 11.00 WIB

Tempat : Dilaksanakan secara virtual melalui aplikasi video conference Zoom Meeting

Agenda : 1. Gambaran Umum Perseroan
2. Tinjauan Bisnis
3. Ikhtisar Keuangan
4. Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG)
5. Rencana ke Depan

Paparan Publik PT Buyung Poetra Sembada Tbk (“HOKI” atau “Perseroan”) telah dilaksanakan secara virtual melalui aplikasi Zoom Meeting. Kegiatan Paparan Publik dimulai pada pukul 10.00 WIB dengan pembahasan mengenai sekilas Gambaran Umum Perseroan; Tinjauan Bisnis; Ikhtisar Keuangan; Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG); dan Rencana ke Depan. Selanjutnya kegiatan Paparan Publik ditutup dengan sesi Tanya Jawab.

Peserta dalam acara tersebut adalah jajaran manajemen Perseroan, media, investor, dan publik. Berikut adalah jajaran Direksi Perseroan yang hadir:

Komisaris Utama HOKI (Independen)	: Jonathan Jochanan
Presiden Direktur HOKI	: Sukarto Bujung
Direktur HOKI	: Muliati
Direktur HOKI	: Budiman Susilo

RINGKASAN HASIL PAPARAN PUBLIK HOKI:

1. Gambaran Umum Perseroan

PT Buyung Poetra Sembada Tbk menghasilkan produk berupa beras dengan merek utama, yaitu HOKI dan Topi Koki serta private label yang dipasarkan ke seluruh wilayah di Indonesia. HOKI memproses beras dari petani Indonesia dengan membeli gabah basah serta beras awal atau unprocessed rice dari para pemasok. Distribusi produk kami selain melalui pasar modern, kami juga memasarkan melalui pasar tradisional, Business-to-Business (B2B), dan juga secara online, seperti melalui marketplace. Di mana pada masa pandemi Covid-19 ini pemasaran secara online menjadi salah satu solusi untuk menjual produk kami.

2. Tinjauan Bisnis

Produk HOKI telah didistribusikan hingga ke seluruh wilayah Indonesia melalui pasar tradisional. Serta, pemasaran secara online melalui berbagai platform, seperti JD.ID, elevenia.com, Shopee.co.id, brambang.com, dan Blibli.com. Selain itu, juga melalui pasar modern, seperti supermarket dan minimarket. Tak terbatas sampai di sana, produk HOKI juga didistribusikan melalui kerja sama dengan hotel dan restoran atau B2B. HOKI memiliki supplier yang tersebar di beberapa kota besar, seperti Sumatera Selatan, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan. HOKI memiliki brand sendiri bernama Topi Koki, Setra Ramos, HOKI, Rumah Limas dan Super Belida. Selain itu, HOKI juga memproduksi beras dengan merek dagang private label yang dijual secara eksklusif pada jaringan para mitra pasar modern.

3. Ikhtisar Keuangan

Kinerja keuangan HOKI hingga Kuartal III-2021, penjualan mengalami penurunan sebesar 32,73% YoY atau mencapai sebesar Rp630,03 miliar. Hal ini karena sejak wabah Covid-19, permintaan beras di pasar tradisional mengalami penurunan akibat adanya pembatasan sosial. Di sisi lain, margin laba kotor terlihat meningkat dalam beberapa kuartal terakhir karena tambahan mesin pengering.

4. Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG)

Terkait pendekatan HOKI untuk bisnis berkelanjutan, HOKI telah melangkah lebih jauh dan berusaha untuk berkontribusi pada pencapaian SDGs. Serta telah mendapatkan sertifikasi ESG dari Planet Mark tahap pertama dan saat ini sedang menuju tahap kedua. HOKI juga melakukan upaya untuk pengelolaan limbah sekam padi dengan membangun Pembangkit Listrik Tenaga Sekam Padi di Palembang, Sumatera Selatan. Serta, membuat mesin pengepres limbah sekam padi menjadi pellet di Pabrik Subang, Jawa Barat.

5. Rencana ke Depan

HOKI terus mendukung pelaksanaan bisnis yang berkelanjutan sejalan dengan rencana pemerintah yang akan mulai menerapkan pajak karbon pada April 2022 mendatang. Hal ini ditunjukkan melalui pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Sekam Padi di Palembang, Sumatera Selatan, yang dapat menghasilkan 3MW listrik dari 120 ton limbah kulit padi. HOKI juga telah melakukan pemasangan mesin pengolah sekam menjadi pellet. Serta, telah disertifikasi secara global karena berkontribusi pada pengurangan jejak karbon, yaitu Planet Mark dan saat ini dalam proses tahap kedua. Dalam waktu dekat ini HOKI juga akan melakukan diversifikasi produk baru melalui anak usahanya PT Hoki Distribusi Niaga untuk menjadi Perusahaan Consumer Goods. Perseroan menyiapkan dua produk baru, yaitu beras jagung dan beras singkong untuk meningkatkan penjualan kedepannya. Produk baru HOKI ini sudah mendapatkan izin BPOM dan sudah mendapatkan sertifikasi halal.

6. Sesi Tanya Jawab

a. Tari – Bisnis Indonesia

1.	Q	Bagaimana pandangan Perseroan mengenai sektor consumer goods pada tahun 2022? Apa yang menjadi penopang dan tantangan bisnis HOKI pada tahun 2022?
	A	Perseroan akan fokus pada consumer goods karena consumer goods HOKI unik dan berbeda. Perseroan memberikan solusi sesuai kebutuhan customer. Alasan meluncurkan produk nasi jagung dan nasi singkong karena Perseroan melihat banyak penduduk Indonesia yang terkena diabetes sehingga dengan membuat beras jagung dan singkong ini, cocok sekalli untuk mereka. Belum lagi produk lain yang akan Perseroan segera luncurkan. Kurang lebih akan ada sepuluh produk yang akan dikeluarkan di tahun 2022 ini jika tidak ada halangan.
2.	Q	Berapa anggaran capex untuk tahun 2022 dan akan digunakan untuk apa saja?
	A	Terkait penambahan kapasitas sudah Perseroan selesaikan di tahun 2021 dan sudah lebih dari cukup untuk melihat tingkat penjualan sepanjang tahun 2021. Jadi kurang lebih capex di tahun 2022 tidak akan lebih besar dari 2021 dan 2020. Pasti 2021 cukup besar, karena Perseroan menyelesaikan Pembangkit Listrik Tenaga Sekam Padi dan pembangunan pabrik Sumatera Selatan. Mungkin pembangunan tahap dua untuk pabrik Sumatera Selatan akan kami tunda sampai permintaan meningkat lagi. Adapun capex tahun 2022, sekitar Rp10-15 miliar.

b. Dimas – Kontan

1.	Q	Seperti apa target yang diharapkan HOKI dengan implementasi ESG di masa depan? Bagaimana dampaknya bagi kinerja HOKI? Apa ada investasi yang disediakan untuk menyukseskan agenda ESG tersebut?
	A	Mengenai ESG sudah HOKI siapkan sejak tahun 2019 dan sudah konsultasi dengan konsultan luar untuk membenahi laporan. Artinya, di 2019-2020 ini Perseroan sudah ada pengukuran berapa banyak karbon yang sudah dipakai, yaitu dengan target setiap tahun ada pengurangan sekitar 2%. Perseroan sudah ada sertifikasi dari Planet Mark, jadi kalau tahun depan ada pajak karbon, HOKI sudah tenang karena sudah ada pengukuran karbon dan penghematannya. Dapat dikatakan HOKI adalah satu-satunya yang memiliki Pembangkit Listrik Tenaga Sekam Padi. Perseroan ingin supaya perusahaan lain juga mengikuti karena kulit padi ini sangat melimpah di Indonesia. Jadi, Perseroan sudah menghasilkan listrik dengan kapasitas 3MW. Ini menunjukkan upaya ESG sudah

		merupakan bagian dari HOKI. Lalu, untuk pembakaran memakai bahan bakar dari kulit padi. Bahkan kulit padi HOKI sudah bisa dijual dalam bentuk pellet.
--	--	---

c. Tari - Bisnis Indonesia, Melani - Liputan6, dan Dimas – Kontan

1.	Q	Berapa target pendapatan dan laba bersih HOKI di tahun 2022 mendatang? Apa saja fokus strategi HOKI untuk meningkatkan kinerjanya?
	A	<p>HOKI berharap tahun 2022 kondisi lebih membaik. Otomatis jika kondisi membaik, tingkat konsumsi dari restoran dan hotel akan pulih kembali, maka kurang lebih Perseroan akan mencapai pertumbuhan 10-15%.</p> <p>Strategi HOKI dalam meningkatkan kinerja akan menjalankan yang sudah ada saja di beras. Perseroan akan fokus untuk anak usaha HOKI, PT Hoki Distribusi Niaga (HDN). Selain yang sudah ada, Perseroan juga akan perluas area untuk berjualan produk HOKI di beberapa pulau yang potensial, seperti Kalimantan dan beberapa daerah di Jawa. HOKI akan bekerjasama dengan co-warehouse yang sekaligus ada transporter-nya. Mudah-mudahan di Semester I-2022 sudah bisa direalisasikan untuk menjangkau daerah Samarinda, Balikpapan, Medan, dan Banjarmasin.</p> <p>Sekaligus itu akan membawa produk-produk yang diproduksi HDN. Ini diharapkan dapat meningkatkan revenue Perseroan.</p>

d. Tari – Bisnis Indonesia dan Dimas – Kontan

1.	Q	Berapa tambahan kapasitas produksi dari pabrik Sumatera Selatan? Kira-kira kapan pabrik ini mulai beroperasi?
	A	Kapasitas produksi untuk Sumatera Selatan ada tambahan 20 ton/jam, memang agak terhambat dikarenakan pandemi.

e. Dimas – Kontan dan Melani – Liputan6

1.	Q	Dengan ada pabrik di Sumatera Selatan, Perseroan akan menyasar distribusi produk ke wilayah mana saja? Berapa nilai investasi yang dikucurkan oleh HOKI untuk membangun pabrik ini?
	A	Ketika HOKI rencanakan membangun pabrik baru ini di 2019 sebelum ada pandemi, di mana kapasitas produksi sangat penuh, investasi saat itu sekitar 70-100 miliar. Namun, dengan adanya pandemi sempat tertunda karena mesin masih impor dan teknisi dari luar. Tapi itu sudah selesai, saat ini HOKI sudah siap

		<p>jika ke depan ada peningkatan permintaan dari beras.</p> <p>HOKI sudah punya dua pabrik untukantisipasi tahun depan. Perseroan lihat nanti daya beli sudah meningkat, restoran sudah buka, dan produk utama HOKI bisa tumbuh lagi baik melalui ritel maupun jaringan distribusi yang lain.</p> <p>Tapi HOKI tidak mau tunggu seperti itu saja sehingga HDN sudah dibentuk dari setahun lalu. Proses riset dan persiapan produk sudah berjalan hampir satu tahun sejak Pubex tahun lalu. Ini merupakan pencapaian luar biasa dan sudah keluar dua produk. Produk ini menunjukkan HOKI tetap fokus dengan program ketahanan pangan nasional.</p>
--	--	---

f. Ary – Investor

1.	Q	Apa produk utama PT Hoki Distribusi Niaga?
	A	Fokus Perseroan adalah turunan dari beras. HOKI akan banyak mulai dari beras, jadi masih berkaitan dengan beras yang Perseroan kembangkan, seperti beras jagung, beras singkong, dan beras siap masak.

g. Melani – Liputan6

1.	Q	Dana belanja modal 2022 akan berasal dari mana dan sudah terealisasi berapa?
	A	<p>Kalau Perseroan pakai data September 2021, sekitar Rp66 miliar yang sudah digunakan untuk membangun pabrik. Jadi, meskipun pandemi HOKI juga sempat membagikan dividen dan ada investasi.</p> <p>HOKI akan tetap bisnis beras, hanya Perseroan harus melihat bahwa konsumen HOKI juga perlu produk yang sehat. HOKI akan pakai produk dari HDN yang memang dicita-citakan menjadi unicorn-nya HOKI dimasa mendatang.</p>
2.	Q	Apakah ada aksi korporasi yang akan dilakukan pada 2022?
	A	Saat ini untuk kebutuhan capex sudah terpenuhi. Untuk HDN sendiri sudah dialokasikan dari dana internal dan ada sebagian dari bank, jadi sampai saat ini Perseroan belum ada rencana untuk aksi korporasi.

h. Raymond – Investor

1.	Q	Bagaimana strategi dan mitigasi risiko terhadap perubahan iklim saat ini yang dapat berdampak meningkatnya kegagalan panen padi akibat banjir ataupun cuaca ekstrim lainnya?
----	---	--

	A	<p>Kalau dari sisi HOKI, karena Perseroan mengambil beras dari petani dan penggilingan, jadi HOKI tidak sampai ke hulu. Dengan Perseroan membangun dua pabrik di Subang dan Sumatera Selatan, itu merupakan mitigasi risiko HOKI. Jadi kalau ada masalah dengan sumber di Jawa Barat, sudah ada alternatif di Sumatera Selatan. Perseroan juga punya supplier di beberapa kota. Hal ini juga menjadi fokus HOKI terkait pemanasan global, yaitu HOKI mengejar zero waste. Jadi, ini upaya Perseroan sebagai bagian dari organisasi di Indonesia. Kalau untuk risiko masalah iklim, HOKI ada beberapa sumber atau supplier.</p>
--	---	--

i. Aurelia – Publik

1.	Q	<p>Kenapa penjualan 9M21 turun drastis mengingat beras adalah makanan pokok masyarakat? Apakah ada kendala di produksi/distribusi atau lainnya?</p>
	A	<p>Memang ada kendala di daya beli dan distribusi saat Covid-19 dan di awal pandemi terdapat penyaluran bantuan dalam bentuk bahan pokok, yaitu beras. Maka Perseroan lihat harus fokus ke beras-beras lain dan target segmen yang mementingkan masalah kesehatan. HOKI coba kembangkan lewat HDN supaya lebih leluasa.</p> <p>Jadi, penurunan itu bukan karena orang tidak makan beras, tapi karena memang ada supplier lain dan orang sulit pergi ke pasar. Namun, HOKI optimis ke depan dengan membaiknya ekonomi, segmen-segmen mulai beralih ke beras yang sehat, itu akan menjadi strategi HOKI ke depan.</p>
2.	Q	<p>Bagaimana proyeksi kontribusi pembangkit listrik ke pendapatan dan laba bersih HOKI di tahun 2021 dan 2022?</p>
	A	<p>Kurang lebih sekitar Rp9 miliar setahun. Sebagian digunakan sendiri untuk entitas yang terkait dengan HOKI, jadi memang revenue-nya belum terlalu terlihat. Tapi Perseroan ingin supaya ini diikuti oleh perusahaan lain agar mereka mulai melihat bahwa kulit padi bisa menjadi sumber energi.</p>

j. Vicky Rahman – Swa.co.id

1.	Q	<p>Apa program pemasaran untuk memacu penjualan ritel di 2022?</p>
	A	<p>Selain offline, Perseroan juga melihat trend online yang membaik. Terlihat dari pertumbuhan online HOKI sebesar 147% YoY pada Kuartal III-2021. Melalui channel online ini Perseroan akan kembangkan dengan produk yang baru. Hal ini yang diharapkan untuk menumbuhkan di luar offline. Kedepannya melalui channel-channel online yang akan dikembangkan, yaitu untuk menambah</p>

		revenue dan profit HOKI.
2.	Q	Untuk menyokong ESG Perseroan, berapa persen proyeksi penurunan emisi karbon di 2021 dan 2022?
	A	HOKI ada dashboard untuk penurunan karbon, saat ini sedang dalam tahap akhir untuk periode 2021, seharusnya akhir Desember, tetapi karena ada Covid-19 mungkin baru keluar awal 2022. Target Perseroan, yaitu 2% yang menjadi minimum penurunan emisi karbon.

k. Dian Cantika – Investor

1.	Q	Produk barunya ini diperkirakan akan berkontribusi berapa ke revenue? Apakah usaha beras ini sudah mencapai batasnya? Dalam artian sudah tidak bisa dikembangkan lagi.
	A	Beras ini nanti akan banyak Perseroan kembangkan. Kontribusinya diharapkan bisa 50% dari revenue HOKI yang berasal dari HDN. Nanti juga ada beras-beras yang lain sehingga tidak terbatas. Perseroan akan ada produk, seperti beras merah dan beras organik, itu akan segera launching.

l. Billy - Sucor AM

1.	Q	Apakah kita bisa simpulkan bahwa HOKI mulai 2022 akan bertransformasi menjadi Perusahaan consumer goods?
	A	Bisa jadi sehingga Perseroan sudah siapkan untuk produk-produknya sekaligus. Tantangannya adalah bagaimana memperkenalkannya pada mereka dan mereka ingin membeli produk Perseroan. Diharapkan produk ini bisa menambah manfaat dan kesehatan untuk konsumen.
2.	Q	Apakah HOKI ada rencana masuk ke bidang e-groceries/digital mengingat HOKI selama ini memiliki relationship dengan traditional market dan modern market?
	A	Sudah ada, Perseroan sedang mencoba ini sebagai peluang baru karena pertumbuhan penjualan online ini bagus. HOKI akan masuk ke e-commerce juga. Kalau dilihat dari data September, penjualan Perseroan melalui online itu lebih dari 100%. Perseroan semakin memperluas jangkauan karena market beras masih besar.

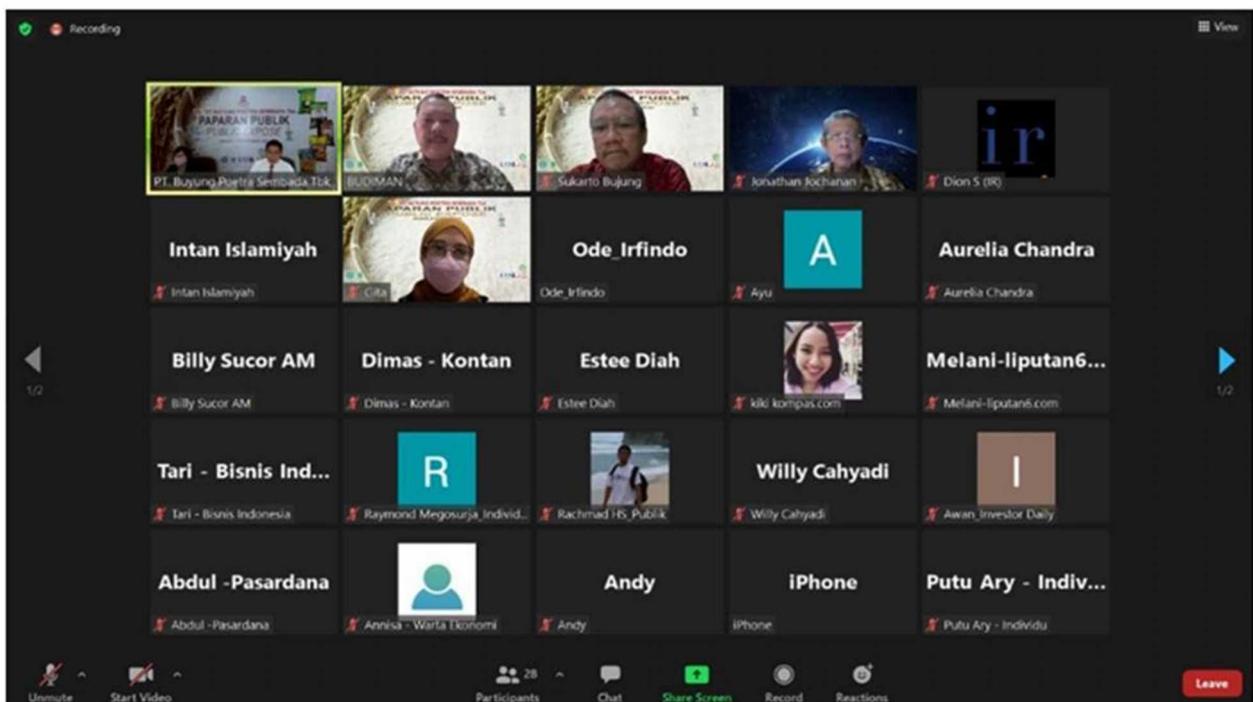
m. Bekti Utomo - Investor

1.	Q	Bagaimana kelanjutan HOKI mengenai bisnis sekam padi untuk pembangkit listrik? Progres sudah sampai mana?
	A	Saat membangun itu Perseroan melihat kulit padi sangat meningkat dan ini sudah jalan setahun. Untuk membangun pembangkit sebesar 2.5MW saja dibutuhkan kulit padi yang banyak. Artinya harus sejalan dengan produksi padi di sekeliling pembangkit listrik tersebut. Tapi Perseroan rasa sangat mungkin untuk dibangun di daerah lain, hanya mungkin di daerah luar Jawa harus dipertimbangkan untuk supply beras dan padi karena kalau kurang juga akan sulit.

Setelah Sesi Tanya Jawab, Paparan Publik HOKI ditutup dengan sesi foto bersama dalam aplikasi Zoom Meeting pada pukul 11.00 WIB.

LAMPIRAN DAFTAR HADIR TANGKAPAN LAYAR ZOOM PAPARAN PUBLIK HOKI:

HOKI telah melaksanakan Paparan Publik secara virtual melalui aplikasi Zoom Meeting dengan peserta sebanyak 28 peserta, berikut hasil tangkapan layarnya:





PT BUYUNG POETRA SEMBADA TBK

Jakarta, 27 Desember 2021
PT Buyung Poetra Sembada Tbk

A handwritten signature in black ink is written over a blue circular stamp. The stamp contains the text 'PT BUYUNG POETRA SEMBADA Tbk' around the top edge and 'JAKARTA' at the bottom. In the center of the stamp is the BPS logo, which includes the letters 'BPS' and a stylized red and white graphic.

Victor R. Lanes
Corporate Secretary