



PT Delta Djakarta, Tbk

PAPARAN PUBLIK
Laporan Tahunan 2021

Hotel Wyndham, Jakarta
Kamis, 16 Juni 2022

PUBLIC EXPOSE
2021 Annual Report

Wyndam Hotel, Jakarta
Tuesday June 16, 2022



Setelah hampir dua tahun sejak COVID-19 pertama kali terdeteksi di Indonesia pada bulan Maret 2020, situasi mulai membaik secara signifikan seiring Indonesia memasuki era new normal di tahun 2021. Setelah beberapa kuartal mengalami kontraksi, ekonomi kembali bertumbuh dengan positif di Kuartal II-2021. Program stimulus pemerintah untuk mendorong pemulihan ekonomi, serta penanganan pandemi yang kompeten telah berhasil memulihkan kepercayaan konsumen dan selanjutnya mendorong konsumsi rumah tangga yang merupakan pilar utama perekonomian untuk menopang pemulihan yang keberlanjutan.

Perkembangan hasil positif ini, mampu memulihkan sebagian besar volume industri minuman beralkohol yang turun drastis di tahun sebelumnya ketika pandemi COVID-19 mulai merebak. Perseroan berhasil meningkatkan volume dan memperbaiki kinerja keuangannya secara signifikan terutama didorong oleh penjualan di gerai-gerai off-premise dan tradisional yang mampu menutupi penurunan di gerai-gerai on-premise yang masih terdampak aturan menjaga jarak. Seiring dengan peningkatan volume, Penjualan Neto Perseroan tumbuh menjadi Rp681,2 miliar dari Rp546,3 miliar pada periode yang sama tahun lalu. Sementara itu, Laba Neto Tahun Berjalan tumbuh 52,3% menjadi Rp188,0 miliar dari Rp123,5 miliar di 2020.

Nearly two years since COVID-19 was first detected in Indonesia in March 2020, the situation has significantly improved as the country ushered in the new normal in 2021. After several quarters of economic contractions, the economy posted a rebound in the second quarter of 2021. The government with its COVID-19 stimulus and relief programs as well as its competent handling of the pandemic, was able to restore consumer confidence and subsequently drive household consumption which is a key economic engine in fueling sustainable recovery.

With this positive development, the alcoholic beverage industry was able to recover most of the volume lost at the onset of the COVID-19 pandemic in the previous year. We managed to turnaround volumes and significantly improve financial performance mainly driven by the volume growth in the off-premise and traditional channels, compensating the volume decline in the on-premise channel which is still affected by social distancing rules. As volumes improved, the our net revenues grew to IDR681.2 billion from IDR546.3 billion revenues posted in the same period last year. Meanwhile, total Income For The Year grew 52.3% to IDR188.0 billion from IDR123.5 billion in 2020.



Meski di tengah pandemi, Perseroan berhasil meningkatkan pangsa pasarnya di 2020 dan menjaganya tetap stabil di 2021. Hal ini mencerminkan citra merek yang kuat dari produk-produk Perseroan yang diapresiasi oleh konsumen setianya berkat kualitasnya yang baik dan cita rasanya yang unik. Perseroan terus berinovasi untuk memberikan nilai tambah bagi konsumennya. Selama kuartal terakhir tahun ini, kami menyempurnakan desain dan kemasan untuk salah satu produk ikonik kami, Anker Stout sehingga memberikan tampilan yang lebih segar dan menarik. Untuk menjaga kesadaran dan relevansi merek, kami dalam beberapa tahun terakhir juga terus meningkatkan komunikasi di media sosial lewat kampanye pemasaran digital dan kolaborasi dengan influencer media sosial ternama.

Dengan adanya peningkatan cakupan vaksinasi dan pembatasan sosial yang secara bertahap dilonggarkan, terutama di Jawa dan Bali, kami yakin bahwa situasinya akan terus membaik di tahun mendatang, dan Perseroan berada dalam posisi terbaik untuk mengambil manfaat dari tren positif ini. Sejalan dengan ini, Perseroan terus melakukan investasi untuk meningkatkan kinerja pabrik guna mengantisipasi lonjakan permintaan pasca COVID-19.

Despite the pandemic, we managed to improve our market share in 2020 and kept it steady in 2021, reflecting the strong brand equity of our products that are appreciated by loyal consumers for their superb quality and unique rich taste. We also continued to innovate to bring better value to our consumers. During the last quarter of the year, we enhanced the design and packaging for one of our iconic products, Anker Stout, giving it a fresher look and distinctive appeal. To maintain brand awareness and brand relevance, we have also in recent years increased our social media presence through digital marketing campaigns and collaboration with key media influencers.

As vaccination coverage increased and COVID-19 restrictions gradually relaxed, especially in Java and Bali, we are confident that the situation will continue to improve in the future and we are geared to take advantage of this positive trajectory. In line with this, we invested in improving our brewery to capitalize on the anticipated post COVID-19 demand surge.



Dengan berbekal pengalaman, lini produk yang beragam dalam memenuhi setiap selera konsumen, bir dengan banyak penghargaan kelas dunia, SDM yang profesional dan ahli, dan upaya terus-menerus meningkatkan dan memodernisasi pabrik birnya, Perseroan berada di posisi yang tepat untuk menguasai situasi pemulihan ekonomi dan mempercepat permintaan pasca pandemi di tahun-tahun mendatang.

PANDANGAN USAHA DI TAHUN 2022

Kecuali di pertengahan bulan Juli, pandemi COVID-19 relatif terkendali sepanjang tahun 2021. Langkah-langkah penanganan yang diambil pemerintah layak mendapat pujian karena mampu menjaga kasus COVID-19 tetap terkendali dan ekonomi tetap berjalan pada saat yang bersamaan. Diikuti dengan pencapaian vaksinasi yang cepat dan tinggi, harapan akan pemulihan ekonomi yang lebih kuat pada tahun 2022 semakin meningkat.

Proyeksi pertumbuhan PDB Indonesia diharapkan lebih optimis di tahun 2022. Pemerintah memprediksi pertumbuhan ekonomi sekitar 5,0%-5,5%, didukung oleh Bank Dunia sebesar 5,2%. Dengan proyeksi pertumbuhan yang menggembirakan ini ditambah dengan harapan pemulihan sektor pariwisata dan pelonggaran pembatasan sosial, kami yakin bahwa tahun 2022 akan menjadi tahun yang lebih baik bagi industri minuman beralkohol.

With our rich heritage, extensive product line to suit every taste, world-class award-winning beers, experienced professionals with extensive expertise as well as constant efforts to upgrade and modernize our brewery plant, we are well-positioned to ride on the wave of economic recovery and capitalize on the robust post-pandemic rebound in sales in the coming years.

BUSINESS OUTLOOK IN 2022

Save for the mid-July resurgence, the COVID-19 pandemic was relatively under control in 2021. The government's containment measures have been widely credited for keeping COVID-19 cases manageable and the economy afloat at the same time. Coupled with speedy and high vaccines uptakes, hopes are high for more robust economic recovery in 2022.

Outlook for Indonesia's economy in 2022 is largely optimistic, With the government expecting a GDP growth of between 5.0%- 5.5%, backed by the World Bank at 5.2%. With this encouraging growth projection, together with expected improvement in tourism and easing up of social restrictions, we are optimistic that 2022 will be a better year for the beer industry.



Namun demikian, Perseroan masih perlu berhati-hati terhadap perkembangan pandemi yang tidak dapat diprediksi. Kemunculan varian baru menjadi kekhawatiran besar bagi dunia usaha ke depan. Pemulihan global masih rapuh dan setiap ledakan kasus baru dapat memicu Kembali diterapkannya pembatasan mobilitas dan aktivitas yang lebih ketat, yang pada akhirnya dapat menghambat pemulihan ekonomi.

Meski terlalu dini untuk menyatakan kemenangan terhadap pandemi, kami tetap optimis akan prospek di tahun 2022. Pandemi COVID-19 ini tidak hanya menguji ketahanan Perseroan dalam menghadapi krisis, namun juga kemampuan untuk bersama-sama dalam mengatasi kesulitan dan pulih dengan lebih kuat.

KERBERLANJUTAN PERUSAHAAN

Pada pelaporan periode 2021, perseroan untuk pertama kalinya membuat Laporan Keberlanjutan yang merupakan bagian dari Laporan Tahunan dan disusun untuk memenuhi Peraturan OJK No. 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten dan perusahaan publik serta ketentuan tambahan Surat OJK No. S-264/D.04/2020 yang mewajibkan semua perusahaan publik untuk menyusun Laporan Keberlanjutan mulai tahun 2021, dimana Format dan isi Laporan Keberlanjutan disusun mengacu pada Surat Edaran OJK No.16/SEOJK.04/2021 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan.

However, we still need to exercise caution over the unpredictable nature of the pandemic. How COVID-19 will progress, especially the emergence of any new variants, is the major question for the business community going forward. The global recovery remains fragile and any new outbreak can see the return of tougher restrictions on movement and activity, which may ultimately result to slower economic recovery.

While it is too early to declare a victory against the pandemic, we remain optimistic about the prospects in 2022. The COVID-19 pandemic has not only tested PT Delta's inherent resilience in the face of crisis but also its ability to work together and persevere to overcome adversity and emerge stronger.

CORPORATE SUSTAINABILITY

We have issued our first Sustainability Report for 2021 which was prepared in compliance with OJK Regulation No. 51/POJK.03/2017 on the implementation of financial sustainability for Financial Services Institutions, Issuers and Public Companies and the supplemental provisions of OJK Letter No. S-264/D.04/2020 which require public companies to prepare Sustainability report starting 2021, and was completed with reference to OJK Circular Letter No. 16/SEOJK.04.2021 on the format and contents of annual reports.



Di PT Delta, kami memandang keberlanjutan bukan hanya sebagai bentuk kewajiban atau kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku, namun semangat dan pedoman moral yang memandu praktik-praktik bisnis yang baik, sebagaimana tertuang dalam Pernyataan Misi Keempat Perseroan:

“Peduli kepada masyarakat sekitar dan lingkungan secara keseluruhan.”

Kami lebih mengutamakan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan daripada upaya untuk mencari keuntungan. Sebagai warga perusahaan yang baik, kami percaya bahwa Perseroan memiliki tanggung jawab untuk membawa perubahan yang lebih baik bagi masyarakat sekitar, karyawan dan lingkungan.

We consider corporate sustainability not just as an obligation for regulatory compliance, but as a moral compass that guides our business practices, consistent with the Company’s Fourth Mission Statement:

“To contribute to the well-being of the community we operate in and the environment as a whole.”

Our concern for people’s welfare and the environment takes precedence over profit-seeking endeavors. As a good corporate citizen, we believe that we have the responsibility to make a difference in the surrounding communities, our employees and the environment.



TERIMA KASIH

THANK YOU

