



SENTRA FOOD INDONESIA

No. 198/SEC/SFI/VI/19

Jakarta, 21 Juni 2019

Kepada Yth.

Direktur Penilaian Perusahaan

PT Bursa Efek Indonesia

Gedung Bursa Efek Indonesia

Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53

Jakarta Selatan 12190

Perihal : **Penyampaian Hasil Paparan Publik (Public Expose) Tahunan
PT Sentra Food Indonesia Tbk. ("Perseroan") tanggal 19 Juni 2019**

Dengan Hormat,

Untuk memenuhi peraturan I-E butir V.2 Keputusan Direksi PT Bursa Efek Indonesia No. : Kep-306/BEJ/07-2004, tanggal 19 Juli 2004, tentang Kewajiban Penyampaian Informasi, serta berkaitan dengan surat Perseroan No. 101/DIR/SE/IV/19, perihal Rencana Penyelenggaraan *Public Expose* Tahunan 2019, dan Surat No. 190/SEC/SE/IV/19, tanggal 10 Juni 2019, Perihal Penyampaian Materi *Public Expose* Tahunan 2019, berikut kami sampaikan Laporan pelaksanaan *Public Expose* Tahunan Perseroan :

1. *Public Expose* Tahunan telah dilaksanakan pada :
Hari / Tanggal : Rabu, 19 Juni 2019
Waktu : 15.08 – 15.38
Tempat : Equity Hall, Equity Tower Lt. Lower Ground
SCBD Lot.9 Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta Selatan
2. Manajemen dan Pihak Perseroan yang Hadir:
 - a. Agustus Sani Nugroho : Direktur Utama
 - b. Ruliff Redemptus Sena Susanto : Direktur
 - c. Erie Suhaeri : Direktur
 - d. Karina Larasati Putri : *Corporate Secretary*
3. Publik yang hadir :
 - a. Para Pemodal Pribadi
 - b. Kantor Akuntan Publik
 - c. Wartawan dari berbagai media massa (terlampir foto copy daftar hadir)

PT SENTRA FOOD INDONESIA Tbk.

Equity Tower, 29th floor unit E, Sudirman Central Business District (SCBD) Lot.9

Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12190

Phone : +62 21 2903 5295 Fax: +62 21 2903 5297 Email : secretary@sentrafood.co.id



SENTRA FOOD INDONESIA

4. Ringkasan Tanya Jawab dalam Public Expose Tahunan
5. Public Expose Tahunan dibuka oleh Bapak Agustus Sani Nugroho, pada pukul 15.08 WIB dan dilanjutkan dengan pemaparan isi Public Expose Tahunan 2019 dalam bentuk presentasi sebagaimana terlampir
6. Public Expose Tahunan ditutup oleh Bapak Agustus Sani Nugroho pada pukul 15.38 WIB.

Demikian laporan kami atas hasil pelaksanaan Public Expose Tahunan Perseroan.

Terima kasih atas perhatian yang diberikan.

Hormat Kami,

PT SENTRA FOOD INDONESIA Tbk.

AGUSTUS SANI NUGROHO

Direktur Utama

PT SENTRA FOOD INDONESIA Tbk.

Equity Tower, 29th floor unit E, Sudirman Central Business District (SCBD) Lot.9

Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12190

Phone : +62 21 2903 5295 Fax: +62 21 2903 5297 Email : secretary@sentrafood.co.id



SENTRA FOOD INDONESIA

MATERI PRESENTASI

PUBLIC EXPOSE 2019

PT SENTRA FOOD INDONESIA TBK

("PERSEROAN")

Jakarta, 19 Juni 2019

Equity Hall

Equity Tower Lt. Lower Ground, SCBD, Lot.9
Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53
Jakarta Selatan

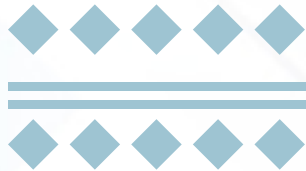


AGENDA PUBLIC EXPOSE PERSEROAN

1. SEKILAS PERSEROAN
2. STRUKTUR ORGANISASI
3. MANAJEMEN PERSEROAN
4. KOMPOSISI PEMEGANG SAHAM 2019
5. PRODUK
6. TITIK DISTRIBUSI
7. KINERJA KEUANGAN
8. RENCANA STRATEGIS 2019
9. SESI TANYA JAWAB



SENTRA FOOD INDONESIA



SEKILAS PERSEROAN



SEKILAS PERSEROAN

PT SENTRA FOOD INDONESIA TBK, berdiri sejak tahun 2004 dan pada tahun 2008 mulai bergerak dalam bidang pengolahan makanan dan minuman melalui Entitas Anak.

"Kemfood, bergerak dalam bidang perdagangan dan pengolahan daging."

PT Kemang Food Industries (Kemfood) merupakan pelopor industri daging olahan di Indonesia. Perusahaan yang dirintis oleh Almarhum Bapak Bambang Mustari Sadino (Bob Sadino) pada awal 1970 merupakan salah satu perusahaan daging olahan di Indonesia. Seiring dengan perkembangannya, pada tahun 1978, Bob Sadino mendirikan pabrik dengan teknologi modern yang didirikan di Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta.



SENTRA FOOD INDONESIA

83,28%



99,94%



"SAP Beverages, bergerak dalam bidang minuman kemasan. Saat ini tidak beroperasi."

SEKILAS PERSEROAN

JEJAK LANGKAH

1970

- Alm. Bpk. Bambang Mustari Sadino atau Bob Sadino merintis usaha yang merupakan cikal bakal PT Kemang Food Industries di rumahnya yang memasok daging dan telur ayam.

1975

- Karena usaha yang terus berkembang, mendirikan PT Kemang Food Industries dan mulai merintis pabrik di kawasan industri Pulo Gadung.

1982

- Melakukan modernisasi alat-alat produksi di pabrik Pulo Gadung dengan mesin yang lebih modern.

2008

- Diakuisisi oleh Super Capital Group sebagai holding dari Perseroan.

2014

- Melakukan repackage kemasan terutama di modern market.

2018

- Menjadi pemegang saham mayoritas PT Kemang Food Industries.
- Memperoleh pernyataan efektif untuk melaksanakan *Initial Public Offering* (IPO).

2019

- Telah tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 8 Januari 2019.



SEKILAS PERSEROAN



VISI

Menjadi produsen makanan dan minuman terkemuka di Indonesia

MISI

- Memberikan produk yang sehat dan berkualitas kepada pelanggan kami
- Selalu berinovasi dalam mengembangkan produk dan kualitas produk melalui divisi riset dan pengembangan

SEKILAS PERSEROAN

SERTIFIKASI & PENGHARGAAN

ISO 22000:2005

Pada tahun 2018, Kemfood berhasil mendapatkan Sertifikasi ISO 22000:2005 dalam hal Food Safety Management System. Sertifikasi tersebut membuktikan bahwa Kemfood senantiasa meningkatkan kualitas manajemen dan produk yang diproduksinya.



Saat ini Kemfood memproduksi berbagai jenis daging olahan seperti sosis, burger, baso dan delicatessen. Disamping produk olahan tersebut, Kemfood juga memproduksi speciality produk seperti kebab, dried beef. Guna menjaga kualitas dan mutu yang baik semua produk yang dihasilkan oleh Kemfood diproduksi dengan standar produksi yang tinggi dengan mengaplikasikan standar produksi sesuai dengan standar halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan bersertifikasi BPOM.



SENTRA FOOD INDONESIA



MANAJEMEN PERSEROAN



MANAJEMEN PERSEROAN

DEWAN KOMISARIS

Komisaris Utama	: RHEZA R. R. SUSANTO
Komisaris	: IWAN GOGO B. P. PANJAITAN
Komisaris Independen	: ANDREAS SUGIHARDJO TJENDANA

DIREKSI

Direktur Utama	: AGUSTUS SANI NUGROHO
Direktur	: RULIFF R. S. SUSANTO
Direktur	: ERIE SUHAERI



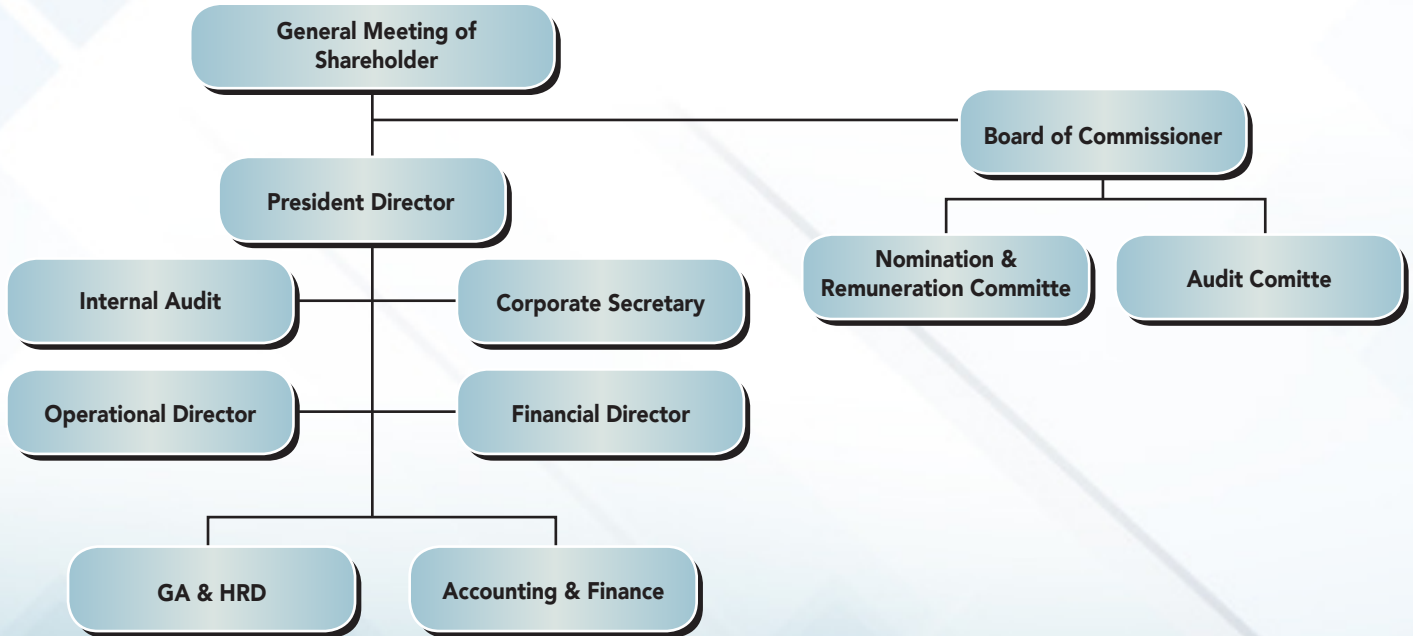
SENTRA FOOD INDONESIA



STRUKTUR ORGANISASI



STRUKTUR ORGANISASI PERSEROAN





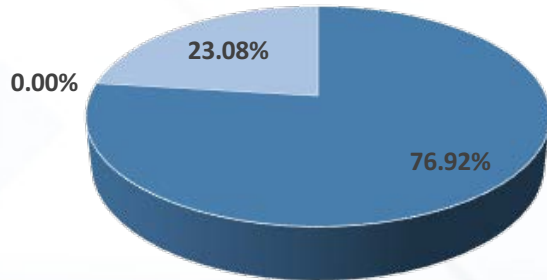
SENTRA FOOD INDONESIA

**KOMPOSISI
PEMEGANG SAHAM**

KOMPOSISI PEMEGANG SAHAM*)

*) setelah tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 8 Januari 2019

PEMEGANG SAHAM



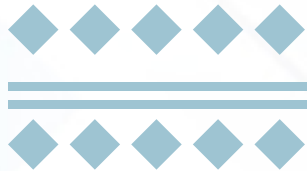
■ PT Super Capital Indonesia ■ Agustus Sani Nugroho ■ Masyarakat

LEMBAR SAHAM

PT Super Capital Indonesia	499.999.000
Agustus Sani Nugroho	1.000
Masyarakat	150.000.000



SENTRA FOOD INDONESIA



PRODUK



PRODUK

KEMANG FOOD INDUSTRIES : VILLADORP PREMIUM



- BEEF BOCKWUST PRIME
- BEEF SAUSAGES PRIME
- BEEF WIENER PRIME
- BEEF FRANK PRIME



PRODUK

KEMANG FOOD INDUSTRIES : VILLA



- SMOKED BEEF RIB
- BEEF SALAMI
- CHICKEN LUNCHEON
- SMOKED BEEF NET
- ROAST BEEF
- SMOKED BEEF BLOCK
- BEEF PASTRAMI
- SMOKED BEEF CASING
- BEEF LUNCHEON
- CORNED BEEF
- SMOKED TONGUE
- DRIED BEEF
- SMOKED CHICKEN MEAT
- SMOKED CHICKEN
- BONELESS BREAST
- BOB'S HOTDOG
- BASO SAPI
- CHICKEN FRANK
- CHICKEN BURGER
- BEEF COCKTAIL
- BEEF BURGER
- BEEF SAUSAGES
- BEEF RED HOT
- SOSIS SAPI
- BEEF FRANK



PRODUK

KEMANG FOOD INDUSTRIES : CHIEF'S



- BURGER SAPI
- SMOKED BEEF BLOCK
- SMOKED BEEF BAKERY
- SMOKED BEEF



PRODUK

KEMANG FOOD INDUSTRIES : CHAMI



- BASO SAPI
- BURGER SAPI



PRODUK

KEMANG FOOD INDUSTRIES : YANGINI

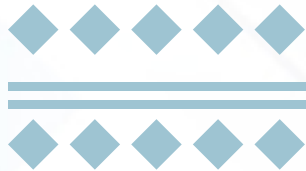


- BURGER SAPI
- BURGER AYAM
- KEBAB
- MINCED BEEF
- BASO SAPI
- MINCED CHICKEN
- SOSIS SAPI





SENTRA FOOD INDONESIA



TITIK DISTRIBUSI



TITIK DISTRIBUSI

PENYEBARAN SALES POINT PT KEMANG FOOD INDUSTRIES



PEMASARAN LANGSUNG MELALUI SALES POINT :

- KEMFOOD MEDAN
- KEMFOOD PEKANBARU
- KEMFOOD PALEMBANG
- KEMFOOD JAKARTA
- KEMFOOD BANDUNG
- KEMFOOD SEMARANG
- KEMFOOD SOLO
- KEMFOOD SURABAYA
- KEMFOOD BALI
- KEMFOOD MAKASSAR

PEMASARAN TIDAK LANGSUNG MELALUI :

- RETAIL
- AGEN



SENTRA FOOD INDONESIA



**KINERJA KEUANGAN
PERSEROAN**

KINERJA KEUANGAN PERSEROAN

(DALAM RIBUAN RUPIAH)

KETERANGAN	31-Dec-18	31-Dec-17	SELISIH	STATUS
PENDAPATAN USAHA				
Pendapatan	122.056.432.243	100.274.647.532	21.781.784.711	↑
Beban Pokok Pendapatan	75.626.193.894	55.420.566.723	20.205.627.171	↑
Laba Bruto	46.430.238.349	44.854.080.809	1.576.157.540	↑
BEBAN USAHA				
Beban Pemasaran	23.690.490.610	25.509.469.614	(1.818.979.004)	↓
Beban Umum dan Administrasi	17.777.023.012	10.454.428.691	7.322.594.321	↑
(BEBAN) PENDAPATAN LAIN - LAIN	(2.088.779.756)	(5.094.052.034)	3.005.272.278	↓
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	2.873.944.971	3.796.130.470	(922.185.499)	↓
BEBAN PAJAK PENGHASILAN	(1.388.872.379)	(1.738.388.648)	349.516.269	↓
LABA TAHUN BERJALAN	1.485.072.592	2.057.741.822	(572.669.230)	↓
PENGHASILAN (RUGI) KOMPREHENSIF LAIN	(570.158.449)	(1.866.084.724)	1.295.926.275	↓
LABA KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN	914.914.143	191.657.098	723.257.045	↑

KINERJA KEUANGAN PERSEROAN

(DALAM RIBUAN RUPIAH)

KETERANGAN	31-Dec-18	31-Dec-17	SELISIH	STATUS
POSISI KEUANGAN				
Aset lancar	43.059.035.473	44.999.589.910	(1.940.554.437)	↓
Aset Tidak lancar	83.638.797.930	81.644.936.340	1.993.861.590	↑
JUMLAH ASET	126.697.833.403	126.644.526.250	53.307.153	↑
Liabilitas Jangka Pendek	56.440.246.530	91.350.861.290	(34.910.614.760)	↓
Liabilitas Jangka Panjang	15.287.675.343	23.343.334.332	(8.055.658.989)	↓
JUMLAH LIABILITAS	71.727.921.873	114.694.195.622	(42.966.273.749)	↓
JUMLAH EKUITAS	54.969.911.530	11.950.330.628	43.019.580.902	↑
JUMLAH LIABILITAS DAN EKUITAS	126.697.833.403	126.644.526.250	53.307.153	↑



SENTRA FOOD INDONESIA



RENCANA STRATEGIS 2019



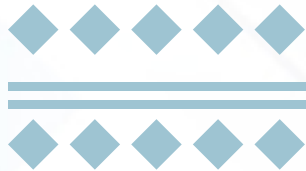
RENCANA STRATEGIS 2019

Pertumbuhan penduduk Indonesia berkisar pada 1,4% per tahun, dengan perkiraan jumlah penduduk pada tahun 2019 menjadi \pm 274 juta jiwa sehingga pertumbuhan tersebut dapat berdampak pada peningkatan konsumsi makanan. Pertimbangan tersebut menjadikan Perseroan memiliki rencana strategis pengembangan bisnis Perseroan di tahun 2019 sebagai berikut:

1. Meningkatkan pasar ritel :
Perseroan ingin meningkatkan peluang untuk pasar ritel dengan meningkatkan promosi dan juga pilihan produk seperti olahan ayam dan ikan. Untuk saat ini Perseroan melalui Perusahaan Anak mulai melakukan diversifikasi dan memproduksi olahan daging ayam menjadi produk-produk sosis ayam, smoked chicken, chicken luncheon dan kebab ayam. Untuk olahan ikan, saat ini Perseroan masih belum memproduksi dan sedang mengurus perizinan produk olahan ikan dari BPOM.
2. Kerjasama dengan institusi dan korporasi :
Saat ini Perseroan tengah menjalin kerjasama dengan Bulog untuk pengolahan daging menjadi produk daging olahan.
3. Memperkuat kemitraan dengan industri kecil :
Perseroan memiliki pengalaman kerja sama dengan berbagai pihak dari perusahaan besar sampai dengan peritel kecil. Menjadikan Perseroan melihat kesempatan yang ada untuk bekerja sama dengan pelaku usaha kecil yang saat ini sedang berkembang dan membutuhkan pasokan daging olahan, serta Perseroan dapat memberikan pendampingan untuk pengembangan industri makanan kecil kepada pelaku usaha kecil.



SENTRA FOOD INDONESIA



SESI TANYA JAWAB








TERIMA KASIH



SENTRA FOOD INDONESIA

PT SENTRA FOOD INDONESIA Tbk
Equity Hall, Gedung Equity Tower
Jakarta
Selasa, 19 Juni 2019

DAFTAR HADIR WARTAWAN

NO	MEDIA	NAMA	NO. KONTAK	PARAF
1	Bisnis Indonesia	Anvi	085181705085	
2	Investor Daily	Anggi	0812 81762531	
3	Kontan	Qulbi	005011235090	
4	International Media	SUKRE	0812105229	
5	Koran Jakarta	Yuni	08164808365	



SENTRA FOOD INDONESIA

DAFTAR PERTANYAAN PUBLIC EXPOSE 2019 PT SENTRA FOOD INDONESIA Tbk.

Hari : Rabu, 19 Juni 2019
Waktu : 15.08 – 15.38
Tempat : Equity Hall, Equity Tower Lt. Lower Ground
SCBD Lot. 9 Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta Selatan

NO	PERTANYAAN		JAWABAN MANAJEMEN PERSEROAN
	DARI	ISI	
1.	Bapak Andi Koran Bisnis Indonesia	<ul style="list-style-type: none">• Di tahun ini pemain baru dalam industri olahan daging mulai bermunculan alhasil berdampak pada kompetisi harga jual, apakah kompetisi yang dimaksud adalah akan ada perang harga?• Secara global ada pergeseran preferensi produk dari cepat saji ke siap saji, apakah akan ada pergeseran trend?• Harga bahan baku relatif stabil, namun dengan keadaan global yang tidak menentu sehingga terjadi eskalasi harga daging kian meningkat, apakah akan berpengaruh terhadap pengolahan daging?	<p>Bapak Agustus Sani Nugroho :</p> <p>Sejak dulu <i>brand positioning</i> Kemfood mengarah ke kualitas dan premium, dalam implementasi strategi di lapangan, yang kami lakukan adalah memastikan posisi brand tersebut sesuai pada tempatnya. Seperti produk <i>smoke beef</i> dengan brand Villa, apabila dibandingkan mungkin dengan 4 atau 5 <i>brand</i> sejenis di supermarket, bisa jadi selalu dikategorikan yang paling mahal. Namun <i>demandnya</i> tiap tahun ke tahun tidak pernah turun, bahkan cenderung naik. Sehingga hal tersebut kami sebut dengan <i>quality dan positioning</i>.</p> <p>Faktor harga akan punya pengaruh yang bisa jadi signifikan khususnya bagi pemain baru sebagaimana yang ditanyakan rekan Andi, tapi karena Kemfood ini bukan pemain baru dan merupakan pionir di kelompok daging olahan di industri ini, relatif pasar sudah sangat mengenal dengan level-level produk yang kami perkenalkan di pasar.</p> <p>Itu sebabnya walaupun kita juga mengetahui apa yang terjadi di pasar, kami tidak mengikuti trend tersebut, sehingga kami mempertahankan harga dengan range yang tetap reasonable.</p>

PT SENTRA FOOD INDONESIA Tbk.

Equity Tower, 29th floor unit E, Sudirman Central Business District (SCBD) Lot.9

Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12190

Phone : +62 21 2903 5295 Fax: +62 21 2903 5297 Email : secretary@sentrafood.co.id



SENTRA FOOD INDONESIA

		<p>Bahkan kami punya pola untuk setiap tahun menaikkan harga walaupun tidak signifikan. Hal tersebut penting untuk melakukan edukasi kepada pasar, karena elemen biaya dari tahun ke tahun akan tetap naik.</p> <p>Kami tidak melihat walaupun banyak kompetisi dan pemain-pemain baru. Kami tidak melihat efek itu, karena kami tidak menggunakan pola yang sama, di sisi lain sempat dibahas apakah dengan adanya perubahan trend dari cepat saji menjadi siap saji akan mempengaruhi kami atau tidak, sesungguhnya pada saat ini, Kemfood atau Sentra Food tidak terlalu signifikan menerima pengaruh tersebut, karena produk yang kami jual masih setengah <i>raw</i>, maka, seperti sosis, tetap mereka (konsumen) harus olah. Sehingga kami melihat untuk saat ini kebutuhan sektor ini (produk setengah <i>raw</i>) masih amat tinggi sekali.</p> <p>Bahkan, dikalangan Horeka masih membutuhkan produk yang lebih <i>raw</i> lagi, seperti daging giling, itu yang kami lihat bahwa sesungguhnya pasar terhadap perubahan pola masyarakat nantinya akan berpengaruh. Tapi khusus untuk kami, pengaruh tersebut tidak akan datang dalam hitungan 1 atau 2 tahun ini, mungkin setelah 2 atau 3 tahun, namun pengaruh tersebut akan ada, pada titik dimana budaya makan penduduk di Indonesia berubah secara signifikan.</p> <p>Namun demikian, dari sisi strategi di tahun 2019 ini pun sebenarnya kami sudah mulai memikirkan hal tersebut, sehingga nanti mungkin di semester 2, kami mulai memperkenalkan beberapa produk baru yang masih dalam kategori daging olahan, yang bisa langsung dimakan.</p>
--	--	--

PT SENTRA FOOD INDONESIA Tbk.

Equity Tower, 29th floor unit E, Sudirman Central Business District (SCBD) Lot.9

Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12190

Phone : +62 21 2903 5295 Fax: +62 21 2903 5297 Email : secretary@sentrafood.co.id



SENTRA FOOD INDONESIA

			<p>Kemudian dari sisi beberapa bagian dari daging tertentu itu memang sudah masuk ke Indonesia, apakah ada pengaruhnya tidak dengan kami, kalau untuk industri tidak terlalu berpengaruh, tapi kepada restoran, saya rasa mungkin ada pengaruhnya. Mungkin ada banyak restoran yang kemudian menggunakan beberapa tipe daging tertentu yang berbeda dan itu bukan segmen kami, itu lebih kepada customer kami, jadi untuk kami tidak terlalu berpengaruh.</p> <p>Untuk bahan baku yang relatif stabil itu apakah ada pengaruhnya, saya rasa sentra makanan daging olahan seperti yang kami lakukan itu sangat penting. Jadi walaupun, katakan terjadi peningkatan, sepanjang trend itu cukup stabil, saya rasa itu tidak memberikan pengaruh yang cukup besar. Apalagi dikaitkan dengan pertanyaan nomor 1, kami tidak terlalu melakukan pendekatan harga, perang harga itu bukan pola dari Sentra Food. Jadi, kami selalu melakukan pendekatan kualitas dan harga yang proper. Itu sebabnya, saya merasa bahwa stabilitas dari harga bahan baku di tahun ini cukup bagus.</p>
2.	Ibu Yuni Koran Jakarta	<ul style="list-style-type: none">• Rencana strategi tahun ini salah satunya adalah meningkatkan penjualan pasar ritel yang sebelumnya dari berapa menjadi berapa?• Apakah tahun ini tidak ada rencana penambahan distribusi, dan saat ini distribusi dari Sentra Food sudah berapa?• Apakah ada kerjasama dengan institusi, dan	<p>Bapak Agustus Sani Nugroho :</p> <p>Kalau lihat profil Sentra Food dari sisi sales kami dulu sampai dengan tahun katakanlah 2018 lalu, sektor retail yang artinya penjualan yang kami lakukan melalui supermarket, atau toko, atau agen, yang bukan Horeka, seperti hotel, cafe, restoran, <i>bakery</i>, segmen itu kira-kira memberikan kontribusi sekitar 35% sampai 38%, <i>rangennya</i> dari total sales 100% kami. Profil itu terlihat akan berubah di tahun 2019 ini, itu yang kami maksud bahwa nantinya akan ada pergeseran tentang sektor dan kami melihat potensi</p>

PT SENTRA FOOD INDONESIA Tbk.

Equity Tower, 29th floor unit E, Sudirman Central Business District (SCBD) Lot.9

Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12190

Phone : +62 21 2903 5295 Fax: +62 21 2903 5297 Email : secretary@sentrafood.co.id



SENTRA FOOD INDONESIA

		<p>apakah kerjasamanya terkait dengan distribusi atau dua hal itu?</p> <ul style="list-style-type: none">• Terkait kerjasama dengan Bulog, ada berapa yang di supply ke Bulog?	<p>perkembangan di sektor retail ini walaupun retailnya sendiri itu tidak seluruhnya stabil, beberapa retail kami juga mengetahui bahwa mereka tutup tapi juga ada yang buka baru. Jadi potensi di sektor retail ini kami melihat peluangnya masih cukup signifikan bisa naik, jadi kami membayangkan di tahun 2019 ini, kontribusi retail bisa naik, mungkin sampai sekitar 50% atau hampir 50% dari total <i>sales</i> jadi ada peningkatan sekitar 15%, di sektor retail saja.</p> <p>Berkaitan dengan <i>find out distribution</i>, kami melihat distribusi ini terutama akan berpengaruh sekali untuk <i>costumer-costumer</i> Horeka kami, jadi hotel, restoran, bakery dari berbagai titik membutuhkan <i>quick service</i>, jadi cepat <i>delivery services</i>nya itu sebabnya pada saat ini dengan 10 point of <i>distrubtion</i> yang kami punya dari sumatera sampai makassar, itu kami rasa sudah cukup baik dan kami merasa dapat melakukan kualitas servis yang mereka cukup puas dan itu ditunjukkan dari trend horeka sendiri dari tahun ke tahun cukup stabil bahkan naik sedikit.</p> <p>Untuk kerjasama dengan institusi memang ada. Di tahun 2018, sebenarnya kami telah memulai kerjasama dengan Bulog. Bulog meminta kami untuk produksi brand atas nama mereka, jadi mirip dengan beberapa pola <i>private label</i> yang kami lakukan dengan supermarket, seperti di <i>lottemart</i>, itu produk kami di jual dengan brand <i>L Choice</i>. Bulog pun mulai masuk ke sektor daging, jadi kami telah bekerjasama dan telah membuat bakso untuk Bulog dengan brand <i>Bakso Kita</i>, jadi mereka distribusikan sendiri. Kerjasama ini juga kami harapkan akan meningkat di tahun ini dengan produk lain, selain bakso, mungkin sosis.</p>
--	--	--	--

PT SENTRA FOOD INDONESIA Tbk.

Equity Tower, 29th floor unit E, Sudirman Central Business District (SCBD) Lot.9

Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12190

Phone : +62 21 2903 5295 Fax: +62 21 2903 5297 Email : secretary@sentrafood.co.id



SENTRA FOOD INDONESIA

			Kira-kira permintaan dari Bulog sekitar 50 ton per 3 bulan, PO-nya muncul untuk per 3 bulan, kira-kira 50 ton.
3.	Ibu Qolbi Koran Kontan	<ul style="list-style-type: none">• Segmen ritel untuk sekarang lebih banyak ke produk olahan ayam dan ikan, ketimbang daging, dan komposisinya lebih banyak mana dari daging dan ayam, dan apa yang membuat komposisinya seperti itu? Untuk produk ikan, rencananya mau masuk kesana, apakah sudah dapat sertifikat dari BPOM dan bagaimana rencana di tahun ini untuk produk ikan tersebut dan mengapa mau masuk kesana?• Kemudian dari segi target, apa penunjang dari peningkatan 8,5%, akan meningkat 10 Milyar? Dan di laporan keuangan kuartal 1, pendapatan menurun sekitar 3 Milyar, penyebabnya apa?	<p>Bapak Agustus Sani Nugroho :</p> <p>Ritel itu untuk sekarang, produk kami di dominasi bahan bakunya oleh ayam dan sapi, kalau ditanya lebih dominan mana, kalau dari sisi komposisi sekarang, perhari ini pasti lebih dominan sapi, jadi contohnya orang itu mengenal bakso, <i>most likely</i> orang akan mengasosiasikan dengan sapi, apakah ada bakso ayam, ada, tapi kan di pasar ini orang tidak terlalu familiar dengan bakso ayam, jadi <i>demandnya</i> tidak sedemikian kuat.</p> <p>Kemudian juga sama dengan ikan, apakah ada bakso ikan contohnya, ada di pasar, tidak sekuat <i>demand</i> terhadap bakso sapi, bakso sapi itu sangat amat dominan. Dibandingkan bakso ayam dan ikan, sangat jauh <i>demandnya</i>. Namun demikian kami melihat, dari sisi kami, ini potensi pasar, karena berarti di pasar itu ayam dan ikan belum terlalu banyak. Itulah sebabnya kami memperkirakan di tahun ini, di semester 2, kami mungkin akan memperkenalkan beberapa produk termasuk dengan produk yang berbasis ayam dan berbasis ikan, itu konsiderannya, tapi memang saya melihat dari trend pasar, <i>demandnya</i> itu tidak sekuat sapi. Namun untuk ayam potensi itu cukup baik, contohnya sosis kami yang berbasis ayam, <i>chicken bockwurst</i>, itu permintaanya sangat tinggi, karakter penduduk Indonesia itu kalau ditanya lebih suka makan ayam atau makan daging, sepertinya lebih banyak yang suka makan ayam. Tapi, asosiasi publik terhadap produk itu penting, jadi kalau orang bicara burger, yang dipikiran</p>

PT SENTRA FOOD INDONESIA Tbk.

Equity Tower, 29th floor unit E, Sudirman Central Business District (SCBD) Lot.9

Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12190

Phone : +62 21 2903 5295 Fax: +62 21 2903 5297 Email : secretary@sentrafood.co.id