

Press Release

PT. Chitose Internasional Tbk (CINT)

Tahun 2017 Diversity Moment

Sekilas Penilaian Kinerja Atas Tahun Buku 2016.

Tahun 2016 dirasakan oleh Perseroan sebagai tahun yang penuh tantangan dan introspeksi. Kondisi perekonomian global masih dihadapkan pada sejumlah tantangan dengan Brexit, keluarnya Inggris dari Uni Eropa dan juga ketidakpastian prospek kebijakan moneter Amerika Serikat. Hal tersebut berimbas kepada kondisi perekonomian Indonesia. Perekonomian di sector Riil Indonesia di tahun 2016 cenderung turun dibandingkan dengan kondisi di tahun 2015. Hal ini disebabkan oleh adanya perubahan Anggaran Pemerintah dan bisnis di bidang properti yang melemah. Namun, di kuartal ketiga, Pemerintah mulai memberlakukan Undang-Undang Amnesti Pajak. Pemberlakuan undang-undang ini menyebabkan perekonomian Indonesia mulai merangkak naik, meskipun masih belum signifikan.

Dengan kondisi ekonomi dan pasar yang melemah tapi Perseroan masih dapat menghasilkan kenaikan penjualan sebesar 4% dibandingkan dengan tahun lalu. Peningkatan yang terjadi dari sisi pendapatan disebabkan adanya tambahan dari penjualan melalui e-katalog dan beberapa proyek yang digarap perusahaan melalui anak perusahaan PT. Okamura Chitose Indonesia.

Dengan melemahnya kondisi ekonomi dan pasar Indonesia tahun 2016, ini tantangan yang berat untuk Perseroan dalam mencapai target yang telah ditetapkan.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, Perseroan telah melaksanakan beberapa langkah antisipasi dan perbaikan, yaitu:

1. Perbaikan internal yang menekankan kepada produktivitas dan efisiensi, melalui pendekatan Human Capital, Cost Consciousness, dan Kaizen;
2. Mengisi daerah yang mempunyai potensi market yang ke depannya akan berkembang baik, dengan mendirikan Direct Holding di daerah Kalimantan Timur (Samarinda) untuk mengcover, daerah, Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, Sulawesi Utara, Selatan dan Gorontalo.
3. Mengaktifkan global sourcing untuk produk-produk baru sehingga dapat menambah jenis produk tanpa menambah investasi.

Adapun beberapa pencapaian kinerja perseroan pada tahun 2016 adalah sebagai berikut:

Dari segi keuangan, Marketing dan Pengembangan Bisnis :

1. Di level company (CINT) upaya-upaya perbaikan dan penyiapan infrastruktur untuk memperlancar jalannya bisnis yang berkaitan dengan internal dan external adalah sebagai berikut :
 - a. Total Penjualan melalui e-katalog sepanjang tahun 2016 adalah Sebesar Rp 34 M.
 - b. Perseroan membimbing Distributor-distributornya untuk mendaftarkan ke LKSE.
 - c. Di bulan April Perseroan mengadakan National Agent Gathering (NAG) yang diikuti oleh 200 orang yang terdiri dari agen-agen terbaik dari seluruh Indonesia dan menghasilkan spot order senilai Rp 82 M.
 - d. Pola Push dan Pull Marketing yang telah diterapkan, juga dilakukan pada penjualan export. Perseroan mendapatkan order penjualan kursi untuk Piano dari Roland, salah satu produsen Piano dari Jepang. Rata-rata penjualan kursi Piano setiap bulannya adalah kurang lebih 2.000 unit.

- Selain daripada itu, kolaborasi dengan perusahaan di Jepang menghasilkan kerja sama produksi, yaitu dengan perusahaan di Jepang bernama Kagukuro.
- Maintenance kepada perusahaan yang selama ini sudah bekerja sama dengan Perseroan tetap dilakukan dan order-order tetap berlanjut.
2. Subsidiaries sebagai bagian dari bisnis Perseroan juga mengalami pertumbuhan, baik dari sisi Sales maupun dari Profit.
- Pertumbuhan yang sangat signifikan dari sisi penjualan terjadi di Bandung, naik sebesar 20% dibandingkan dengan tahun 2015.
- E-katalog yang mulai digunakan oleh pemerintah dalam hal pengadaan barang, baik pemerintah kota maupun pemerintah daerah merupakan salah satu penunjang pertumbuhan ini.
3. Investasi Perseroan di salah satu perusahaan Joint Venture PT. Okamura Chitose Indonesia yang sudah berjalan 2 tahun, mengalami pertumbuhan baik dari Revenue maupun dari Net Profit Before Tax, (Revenue 2015 Rp 5.27 M; 2016 Rp 32.6 M dan NPBT 2015 Rp (257) Juta; 2016 Rp 3.55 M).
- Okamura yang memposisikan diri di kelas produk berkualitas tinggi, tepat posisinya dengan bertambahnya Investor-investor dari luar negeri yang masuk ke Indonesia, khususnya dari Jepang akan membawa dampak yang baik untuk perkembangan performance dari anak perusahaan ini. Diversifikasi usaha terus dikembangkan tidak hanya kepada design layout dan produk shopping mall, kini masuk ke dalam bisnis ruang perkantoran.

Dari penjualan retail, Penjualan B to C meningkat seiring dengan penetrasi ke daerah-daerah yang belum terjangkau oleh jaringan distribusi dengan melakukan penjualan ke kantor-kantor notaris, end user dan toko-toko di daerah. Penjualan B to C sebulan rata-rata sebesar Rp 200 juta dengan total counter B to C mencapai 33 buah.

Kenaikan biaya operasional yang terjadi lebih kepada pengeluaran-pengeluaran biaya extraordinary sehubungan dengan investasi yang sedang dilakukan, yaitu akuisisi distributor di Medan dan pembangunan pabrik kedua di Cimahi serta Flagship shop di Surabaya.

Selain daripada itu, inflasi biaya yang nyata adalah kenaikan Upah Minimal Kabupaten kurang lebih sebesar rata-rata 11.50%.

Rasio-rasio keuangan tahun 2016 adalah sebagai berikut :

1. Current Ratio = 3.16%	3. Debt to Equity Ratio = 0.22
2. ROE = 6.32	

Indikator keuangan lainnya adalah : PE Ratio = 14.9 x EPS = Rp 20.62/saham EBITDA = Rp 38.97 M.

Dari hasil yang telah tercapai tersebut di atas kami membagikan Dividen tunai sebesar Rp 5 / saham equivalen dengan Rp 5 Miliar atau 24.25 % dari *Net Profit After Tax*.

Informasi lain-lain

Pelaksanaan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang baik dalam lingkungan Perseroan telah dilakukan dengan mematuhi peraturan yang berlaku. Dewan Komisaris dapat mengakses informasi mengenai kegiatan usaha Perseroan secara lebih baik dan cepat dengan diadakannya meeting-meeting Dewan Komisaris dan Komite Audit, yang diadakan secara rutin setiap bulan. dan meeting Komite Nominasi dan Remunerasi guna meningkatkan kualitas implementasi GCG di Perseroan. Semuanya ini untuk melindungi kepentingan seluruh pemegang saham.

Sebagai penggerak dari organisasi dan menjalankan visi dan misi perusahaan, Perseroan juga telah menetapkan pengembangan sumber daya manusia menjadi program prioritas untuk jangka pendek dan

jangka panjang. Dengan pola pengembangan yang berjenjang diharapkan muncul bibit-bibit baru yang berkualitas, sehingga kaderisasi untuk masa depan tercipta lebih awal.

Rencana Kerja dan Strategi tahun 2017

Dari data Bank Indonesia yang kami terima, Pemerintah Indonesia men-target-kan pertumbuhan ekonomi di angka 5 – 5.4% dengan beberapa kondisi yang belum menentu, seperti tingkat permintaan yang masih lemah, harga komoditas yang rendah, isu geopolitik (keluarnya Inggris dari Uni Eropa, Brexit), kebijakan ekonomi AS dibawah pemerintahan baru.

Penetapan ini berdasarkan beberapa pertimbangan, yaitu :

1. Memperkuat ekonomi domestic melalui stabilitas konsumsi, peningkatan investasi dan ekspansi belanja pemerintah yang efektif.
2. Meningkatkan daya saing produk dalam negeri untuk mendukung perbaikan ekspor.

Sejalan dengan arah yang telah ditetapkan Perseroan juga telah menetapkan langkah-langkah yang akan dijalankan di tahun 2017, yaitu :

1. Mengawasi dan control efisiensi melalui Human Capital.
2. Keuntungan yang berlanjut (Profitability Growth) melalui pengendalian biaya produksi dan operasional.
3. Top Line :
 - Mempertahankan dominasi Domestic Market. Dengan mengelompokan item group product, *profit oriented* dan *maintenance market*.
 - Mencari peluang untuk inorganic business growth melalui pemilihan merchandising.

Tahun 2017 adalah tahun *Diversity Moment*, dimana Perusahaan akan melakukan ekspansi pasar melalui diversifikasi investasi di Pabrik kedua, Flagship shop di Surabaya, Wooden product, penetrasi pasar pemerintah melalui e-katalog, proyek-proyek swasta dan mencari serta menciptakan produk- INNOVASI produk baru yang diminati pasar.

Benih itu mulai tumbuh, hal ini terlihat dari beberapa aktifitas yang sedang dan akan kita jalankan di tahun 2017, yaitu :

1. Dalam kuartal 1 ini, order e-katalog sudah mencapai Rp 11.5 M
2. Potensi Pasar untuk produk kayu yang sedang dalam proses adalah :
 - Lemari Kabinet untuk produk Mie Instant Nissin sebanyak 4000 unit senilai Rp 6 M.
 - Piano Chair untuk Kawai
 - Shop Fixture untuk AEON.
 - Kolaborasi dengan perusahaan Jepang, Folding Table dan Wooden Self
3. Bisnis Retail dengan Advance Sales Projectnya, masuk ke dalam daerah-daerah yang tidak terjangkau oleh jaringan agent2
4. Proyek-proyek dengan perusahaan swasta melalui perusahaan Joint Venture PT. Okamura Chitose Indonesia, mendapatkan proyek dari Mitsubishi Motor Rp 1.4 M
5. National Agent Gathering dan Regional Agent Gathering.
6. Terus meningkatkan kompetensi dari semua staff, baik di Perusahaan maupun Anak Perusahaan.
7. Rencana program Kaizen. Program Kaizen ini berkaitan dengan bagaimana meningkatkan produktifitas dan efisiensi dalam setiap aktifitas kerja.
8. Meningkatkan kemampuan dan pengetahuan dalam penangan e-katalog di perusahaan maupun anak perusahaan melalui training.
9. Pembangunan pabrik kedua ini akan menambah kapasitas produksi sebesar 1.500.000 pcs setahun atau 25% dibandingkan dengan kapasitas sebelumnya. Selain menambah kapasitas

yang ada, pabrik kedua ini juga berfungsi sebagai Distribution Center, yang akan melayani kebutuhan customer lebih cepat dalam hal pengiriman.

10. Pembangunan Flagship shop di Surabaya (PAVILION 14) ditargetkan akan terselesaikan di pertengahan tahun 2017. Flagship shop ini dimaksudkan untuk penetrasi pasar retail di wilayah Jawa Timur dan juga untuk melayani distribusi wilayah Indonesia Timur.

Tentang PT. Chitose Internasional Tbk

Didirikan pada tahun 1979 di Cimahi Jawa Barat dan mulai beroperasi pada tahun 1980 dengan filosofi "To Create a Better Life For All". Chitose saat ini mempekerjakan 550 karyawan dengan spesifikasinya sebagai perusahaan yang menjual dan memproduksi *Steel Furniture & Nursing Bed*. Kategorinya antara lain: *Folding Chair, Folding Chair Memo, Hotel, Banquet & Restaurant Chair, Working Meeting, School Furniture dan Hospital*. Kapasitas produksi terpasang Chitose saat ini adalah 1.500.000 unit per tahun dan semua produk Chitose telah memenuhi kualitas standarisasi seperti SNI dan menerapkan sistem manajemen mutu ISO 9001: 2008. Mempunyai anak perusahaan di 7 kota besar, Medan, Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Bali dan Samarinda serta 15 Distibutor, 850 agen yang tersebar di kota-kota seluruh kota di Indonesia.

Untuk keterangan lebih lanjut silakan menghubungi:

Corporate Secretary

Helina Widayani

PT. Chitose Internasional Tbk

HEAD OFFICE & FACTORY:

Jl. Industri III No.5 Utama

Cimahi Jawa Barat Indonesia 40533

Phone. (022) 6031900

Fax. (022) 6031855

Website: www.chitose-indonesia.com