



PT AirAsia Indonesia Tbk

## LAPORAN PELAKSANAAN *PUBLIC EXPOSE* TAHUN 2022 PT AIRASIA INDONESIA TBK

---

*Public Expose* Tahun 2022 PT Airasia Indonesia Tbk (Perseroan) telah diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Rabu, 21 Desember 2022  
Waktu : Pukul 14.04 - 14.44 WIB  
Tempat : Kantor Pusat AirAsia-Gedung Redhouse, Jl. Marsekal Suryadharma No.1, Neglasari, Tangerang, Banten 15127 melalui google meet: [meet.google.com/qtp-disn-swc](https://meet.google.com/qtp-disn-swc)

Laporan berikut merupakan laporan pelaksanaan *Public Expose* tahun 2022, dimana pada acara tersebut Perseroan diwakili oleh :

- Manajemen Perseroan:
  - Direktur Utama : Ibu Veranita Yosephine Sinaga
  - Direktur & *Head of Corporate Secretary* : Bpk Leon Ruben
- Peserta yang menghadiri acara *Public Expose* Tahunan 2022 berjumlah 18 (delapan belas) orang yang hadir melalui Google Meet yang disediakan oleh Perseroan. Peserta yang hadir pada acara *Public Expose* tahunan ini terdiri dari pemegang saham publik dan pemegang kuasa serta perwakilan media cetak maupun elektronik.

*Public Expose* tahun 2022 dibuka pada pukul 14.04 WIB oleh Direktur Utama Perseroan yang dilanjutkan dengan paparan mengenai Tinjauan Kinerja Perseroan sampai dengan kuartal ke-3 (tiga) tahun 2022 dan Strategi yang akan dilakukan oleh Perseroan pada tahun 2023 sebagaimana materi presentasi yang sudah disampaikan melalui website Bursa Efek Indonesia dan website resmi Perseroan. Beberapa hal yang disampaikan dalam pembukaan diantaranya adalah :

- *Public Expose* tahunan dilakukan berdasarkan:  
Keputusan Direksi PT Bursa Efek Jakarta Nomor: Kep-306/BEJ/07-2004 Tentang Peraturan Nomor I-E Tentang Kewajiban Penyampaian Informasi, Poin V yang menegaskan tentang kewajiban bagi perusahaan tercatat untuk melakukan paparan publik tahunan sekurang-kurangnya 1 (satu) kali dalam setahun.

- Acara *Public Expose* tahunan ini diadakan terkait Keterbukaan Informasi yang dilakukan Perseroan untuk memenuhi prinsip-prinsip transparansi yang merupakan bagian dari sistem tata kelola perusahaan yang baik.

### **Sesi Presentasi**

Pemaparan mengenai Kinerja Perseroan, yang membahas antara lain :

- 1) *Events Highlighted 2022;*
- 2) *Recaps of successes 2022;*
- 3) *Financial and Operational Highlights 9M2022; and*
- 4) *Company Strategy in 2023.*

Setelah penyampaian seluruh materi *Public Expose* acara dilanjutkan dengan sesi tanya jawab.

### **Sesi Tanya Jawab**

Berikut adalah pertanyaan yang diajukan oleh peserta dan jawaban yang diberikan oleh manajemen Perseroan dalam acara ini:

#### **1. Bapak Muhammad Albar dari Pemegang Saham Individu**

##### **Pertanyaan:**

- 1) Sejauh ini sudah seberapa maksimalkah kapasitas yang terisi di setiap penerbangannya? (40k domestik, 72k internasional)
- 2) Jika belum, apa strategi Perseroan untuk memaksimalkannya?

##### **Jawaban:**

Dijawab oleh Ibu Veranita Yosephine Sinaga

- 1) Seperti yang kami paparkan sebelumnya keseluruhan *load factor untuk periode* di 9M2022 ini adalah kurang lebih 78,5% atau hampir 80 %. Menurut kami, ini merupakan pencapaian luar biasa mengingat beratnya tekanan dari periode pandemic sebelumnya. Dan juga berkaitan dengan pembatasan-pembatasan yang ada baik dari pembatasan negara dan juga *requirement-requirement* berkaitan dengan persyaratan penerbangan. Kami sangat bersyukur bahwa pemulihan *load factor* ini sudah mencapai titik maksimal meskipun mungkin masih di bawah yang kami harapkan. Karena target kami sebelumnya cukup ambisius. Hal ini cukup bagus untuk kami pertahankan sekaligus kembangkan untuk periode berikutnya.

- 2) Terkait Strategi Perseroan, kami akan mendorong kembali pemulihan akselerasi pemulihan rute internasional. Indonesia AirAsia merupakan pemimpin di segmen internasional sehingga memiliki kesempatan yang besar untuk menstimulasi demand dengan mempergunakan metode-metode promosi dan aset marketing yang kami miliki. Sekaligus dengan mempergunakan akses dan kapabilitas dari *network* diluar Indonesia. Kami juga memastikan untuk memiliki pemahaman dan data dari konsumen yang cukup mumpuni untuk dikembangkan berkaitan dengan *personalization of service* dan *personalization of work* yang akan membantu mendorong pemulihan bisnis Perseroan secara keseluruhan.

Berkaitan dengan *Partnership* saat ini Perseroan sangat intens untuk mengembangkan *partnership* yang lebih kuat dengan institusi-institusi Pemerintahan, sehubungan dengan pengembangan pariwisata, begitu juga dengan customer-customer kami, travel agent, korporasi, segmen komunitas, dan partner-partner OTA. Kolaborasi yang kami miliki saat ini cukup membanggakan mengingat betapa besarnya tekanan yang dihadapi oleh Perseroan secara keseluruhan di awal tahun. Perseroan cukup berbangga hati dan bersyukur mencapai titik yang di periode sebelumnya sangat sulit untuk dicapai namun kami berhasil merealisasikannya.

## 2. Ibu Ananta Sukasari dari Pemegang Saham Individu

### Pertanyaan:

- 1) Adakah rencana Right Issue dalam rangka memperkuat permodalan?
- 2) Apakah ada rencana kemitraan dengan platform e-commerce yang belum memiliki Ride Hailing? ( contohnya Blibli.com)

### Jawaban:

Dijawab oleh Ibu Veranita Yosephine Sinaga

1. Perseroan masih meng*assess* dan mereview semua kemungkinan berkaitan dengan rencana memperkuat permodalan. Saat ini fokus perseroan masih untuk memaksimalkan operasional dengan menambah armada pesawat dan membuka rute-rute baru baik domestik maupun internasional sambil terus mencari peluang untuk bisa memperkuat Permodalan.
2. Saat ini belum ada rencana Perseroan untuk bermitra dengan platform e-commerce selain untuk tujuan penjualan tiket pesawat.

### 3. Bapak Muhammad Ghafur Fadhillah dari Investor Daily

Pertanyaan:

- 1) Dengan adanya Air Asia Superapp, seperti apa dampaknya pada maskapai pada 2023?
- 2) Berapa nilai investasi untuk penambahan armada baru untuk 2023? apakah akan mengambil dari capex 2023, bila iya, jumlahnya berapa dan bersumber dari mana?
- 3) Berapa target pendapatan dan laba pada 2023, apakah meningkat dari 2022 dan seperti apa strateginya?
- 4) Proyeksi pendapatan maupun laba hingga akhir 2022?

Jawaban:

Dijawab oleh Ibu Veranita Yosephine Sinaga

- 1) Superapp merupakan entitas yang terpisah dari Perseroan namun masih dalam 1 (satu) Group dengan Capital A AirAsia. Dan kami berkolaborasi intens berkaitan dengan pemaksimalan daya jangkauan terhadap konsumen. Baik Konsumen penerbangan maupun konsumen lini bisnis Superapp sehingga kami dapat memberikan *offering service product* yang *personalized* kepada konsumen. Kita tahu bahwa AirAsia Group memiliki *database* lebih dari 600 juta pelanggan secara keseluruhan dan merupakan potensi yang sangat besar berkaitan dengan kedekatan dan *loyalty* pelanggan sekaligus *service* yang dibuat untuk dikembangkan untuk bisa memuaskan pelanggan tidak hanya di segmen penerbangan tetapi juga di segmen *lifestyle* secara keseluruhan.

Adanya Superapp merupakan hal yang sangat positif kepada Maskapai. Kami memiliki 1 adalah operasional penerbangan di sisi lain juga memiliki aset marketing, aset konsumen, dan aset pelayanan yang komprehensif yang tidak hanya terkait produk-produk penerbangan tetapi juga ekstensi produk yang lebih luas. *Platform* yang mampu menciptakan peluang baru berkaitan dengan pengembangan dan *revenue* bagi Perseroan.

Dijawab oleh Bapak Leon Ruben

- 2) Dari sisi penambahan jumlah armada baru kami berharap dari penambahan armada akan melalui mekanisme *leasing* jadi tidak akan banyak menggunakan Capex yang *heavy* untuk tahun 2023. Tetapi kami juga memang menganggarkan Capex yang cukup besar untuk *Engineering, Maintenance* dan *related*

pengoperasian kembali semua armada pesawat kami. Selain dari *Equipment* dan *upgrading equipment* yang kami punya.

- 3) Dari sisi pendapatan, kami menargetkan 2023 meningkat lebih tinggi daripada pra COVID level. Pra COVID pendapatan sekitar Rp 6,6 triliun sementara sekarang ini 9 bulan Rp 2,5 triliun berharap meningkat diatas 2019.
- 4) Tahun 2022, berarti kita memproyeksikan 3 bulan kedepan secara keseluruhan kami melihat pasti lebih baik dibanding tahun 2021. Di 9M2022 kami melihat peningkatan revenue sekitar 415% dibandingkan dengan periode sama di 2021. Kita memproyeksikan di 2022 dengan mempertimbangkan 3 bulan dan periode high demand di periode Nataru mungkin sekitar 500% dibandingkan dengan periode yang sama di 2021. Dari sisi EBITDA mungkin masih ada kerugian yang harus dialami karena kapasitas yang belum maksimal.

#### 4. Ibu Vina Elvira dari Harian Kontan

Pertanyaan:

- 1) Bagaimana proyeksi performa sampai akhir tahun 2022? Gimana perbandingannya dengan tahun lalu?
- 2) Strategi bisnis di periode nataru? Berapa % pertumbuhannya dibandingkan hari-hari biasa?
- 3) Bagaimana dengan armada pesawat? Berapa total penambahan pesawat di tahun ini?
- 4) proyeksi pendapatan maupun laba hingga akhir 2022?

Jawaban:

Dijawab oleh Ibu Veranita Yosephine Sinaga

- 1) Berkaitan dengan *performance* akhir tahun 2022, kami melihat *recovery* yang luar biasa bagus. Perseroan masih memiliki keterbatasan berkaitan dengan armada pesawat apabila dibandingkan dengan tahun lalu, dimana pada periode tersebut Kami hanya menerbangkan 8 pesawat. Saat ini kami menerbangkan 16 pesawat. Jadi harapannya dengan penambahan kapasitas yang sangat signifikan dibandingkan dengan tahun lalu *revenue* juga akan mengikuti untuk memiliki peningkatan yang sangat signifikan.
- 2) Strategi bisnis di periode Nataru, mungkin seperti halnya periode Nataru di tahun-tahun sebelumnya kami melihat di tahun ini dinamika transportasi

khususnya penerbangan meningkat luar biasa karena tidak ada lagi pembatasan atau persyaratan-persyaratan penerbangan seperti tahun lalu. Kami melihat *demand* tahun ini akan sangat baik. Apabila dilihat dari proyeksi hari-hari biasa, mungkin lebih dari 30% itu merupakan menurut kami hal yang cukup wajar. Itu hal yang menurut kami cukup wajar apabila dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, sebelum COVID.

- 3) Secara keseluruhan kami memiliki 23 pesawat di cakupan operasional Indonesia AirAsia. Pada tahun ini kami berhasil menerbangkan 16 dari total 23 pesawat. Adapun sisanya sedang diupayakan untuk dapat segera kembali beroperasi. Tentunya ada pun kendalanya berkaitan dengan sparepart, ketersediaan material yang terutama. Namun kami cukup *confident* bahwa kita dapat memulihkan secara keseluruhan dalam beberapa bulan kedepan.

Dijawab oleh Bapak Leon Ruben

- 4) Tahun 2022, berarti kita memproyeksikan 3 bulan kedepan secara keseluruhan kami melihat pasti lebih baik dibanding tahun 2021. Di 9M2022 kami melihat peningkatan revenue sekitar 415% dibandingkan dengan periode sama di 2021. Kita memproyeksikan di 2022 dengan mempertimbangkan 3 bulan dan periode high demand di periode Nataru mungkin sekitar 500% dibandingkan dengan periode yang sama di 2021. Dari sisi EBITDA mungkin masih ada kerugian yang harus dialami karena kapasitas yang belum maksimal.

Setelah selesainya sesi tanya jawab, acara *Public Expose* Tahunan Perseroan ditutup pada pukul 14.44 WIB.

Demikian laporan ini kami sampaikan.