



Materi Presentasi Paparan Publik Kinerja XL Tahun 2008

19 Maret 2009



This document contains confidential and proprietary information belonging to PT Excelcomindo Pratama Tbk., which information may be used only in connection with the business of PT Excelcomindo Pratama Tbk.

A TMI Group Company



AGENDA

Kilasan Industri & Hasil Kinerja

Strategi & Perencanaan

Pemasaran, Penjualan & Distribusi

Prestasi XL

Transformasi Jaringan

Pengembangan Sumber Daya Manusia

Masa Mendatang



Kilasan Industri & Hasil Kinerja



Kilasan Industri

- Tahun 2008 ditandai dengan evolusi tarif yang dinamis di industri telekomunikasi di Indonesia
 - XL telah menjadi *trend setter* dengan menerapkan strategi: “*offering best value through comparable quality at a better price*”
- Tingkat penetrasi mengalami kenaikan secara signifikan dari 42% di tahun 2007 menjadi 64% di tahun 2008
 - Tingkat penetrasi pelanggan seluler yang sesungguhnya jauh lebih rendah dikarenakan oleh kecenderungan masyarakat Indonesia yang memiliki beberapa kartu SIM dan tingginya tingkat *churn*
- XL berhasil melampaui pertumbuhan industri dalam hal pendapatan dan EBITDA serta menambah pangsa pasar pendapatannya sebesar 5% di tengah persaingan yang semakin intensif dan krisis ekonomi global pada semester kedua
- Pasar masih memiliki potensi pertumbuhan yang bagus apabila dilihat dari tingkat penetrasi daerah
 - Tingkat penetrasi pelanggan XL masih di bawah 40% di beberapa daerah
 - Potensi untuk meraih keuntungan di area luar Jawa masih terbuka lebar dilihat dari besarnya pasar saat ini dan pangsa pasar XL



Hasil Kinerja XL pada 2008

Pertumbuhan	Perkiraan Industri*	XL
Pendapatan	10-13%	45%
EBITDA	3-5%	46%
Jumlah Pelanggan	52%	68%

* Berdasarkan laporan resmi dan laporan analisis

XL	2008	2007	Pertumbuhan
MoU (juta menit)	54.886	6.815	705% ●
Jumlah Pelanggan (juta)	26,0	15,5	68% ●
BTS	16.729	11.157	50% ●



Strategi & Perencanaan



Strategi *Minutes Factory*

Offer the Indonesian consumer a unique proposition

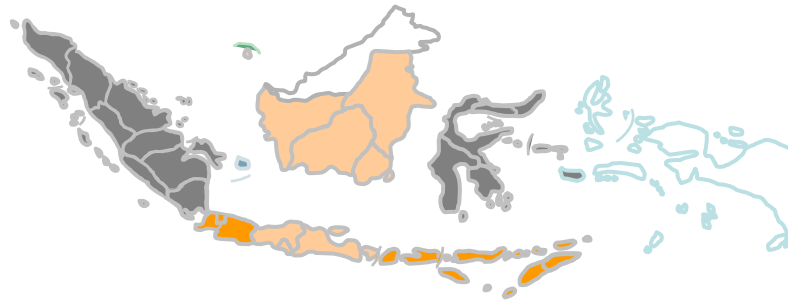
Compete on region by region basis

Focused on enhancing productivity

"Better value through comparable quality and aggressive pricing"

"Win by region"

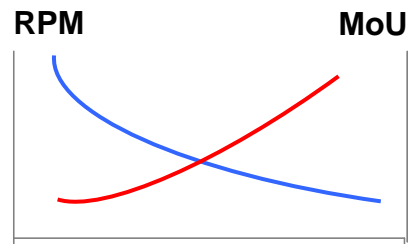
"Fast, eager, lean"



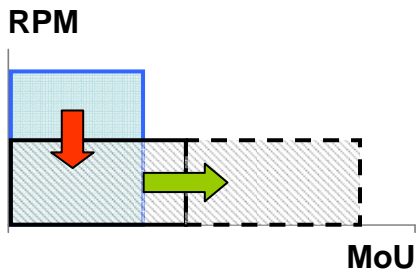
Strategi Value Creation



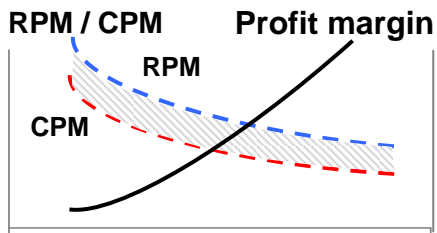
1 **Simple:**
Merealisasikan
Elastisitas



2 **Less simple:**
Meningkatkan
Pendapatan



3 **Challenging:**
Meningkatkan
Pendapatan yang
menguntungkan



	2008	Pertumbuhan
• Tot OG Mins:	54,9 milyar	705%
• OG MOU/sub:	212 menit	326%



	2008	Pertumbuhan
• Pendapatan:	Rp 12,2 tn	45%
• Pelanggan:	26,0 jt	68%



	2008	Pertumbuhan
• EBITDA:	Rp 5,1 tn	46%
• Marjin:	42,2%	n/a



Operational Excellence with sufficient levels of Product leadership and Customer Intimacy

"Disciplines"¹ dari market leader

1 Operational excellence

- Kompetensi operasional dan efisiensi

2 Product leadership

- Pembedaan produk dan inovasi

3 Customer intimacy

- Respon pelanggan dan efektivitas

XL yang sekarang

Posisi pengeluaran biaya dan efisiensi yang relatif lebih baik dibanding pemain lain dalam industri

Mengembangkan produk-produk yang berbeda dan lebih spesifik

Membangun persepsi *price leadership* XL dan memperkuat *brand / value proposition* XL

XL yang akan datang

Memperkuat *operational excellence*

- Penggunaan kapasitas
- Efektivitas Opex
- Penggunaan Capex

Menawarkan produk yang memberikan pelayanan berbeda kepada pelanggan

- Produk *voice* dan data
- VAS yang mendukung bisnis utama XL
- Memperkuat *brand* XL disamping tarif murah: "*Fun and Excitement*"

Membangun daya tarik dan keterikatan pelanggan yang kuat melalui semua bidang

- Meningkatkan loyalitas pelanggan dengan pemahaman yang lebih baik terhadap pelanggan maupun layanan yang berkualitas

1. Diambil dari Michael Treacy
Sumber: Team analysis



Pemasaran, Penjualan & Distribusi



Menurunkan tarif di 2008 → Hasil yang konsisten → XL Brand Value yang meningkat

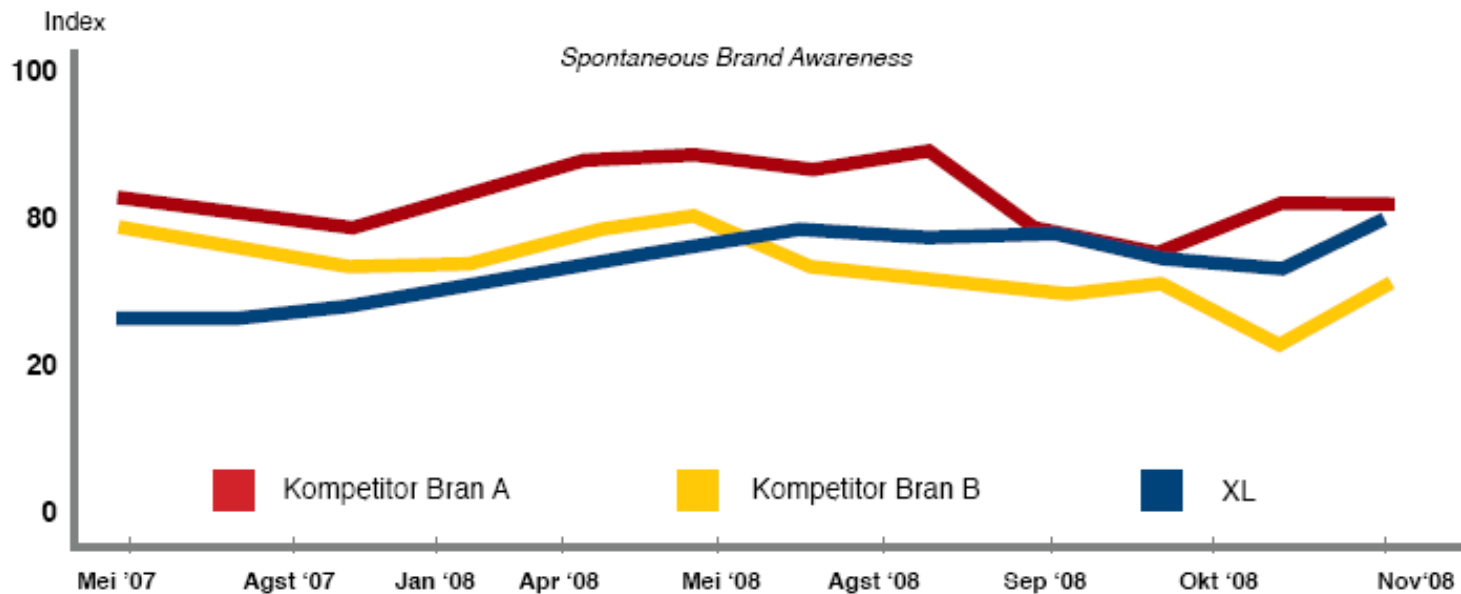
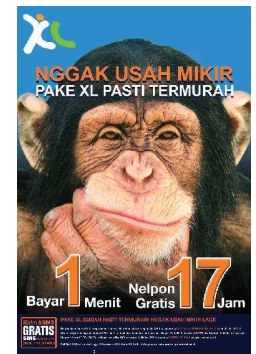
Memacu durasi pemakaian



Memacu frekuensi pemakaian melalui harga tetap/panggilan



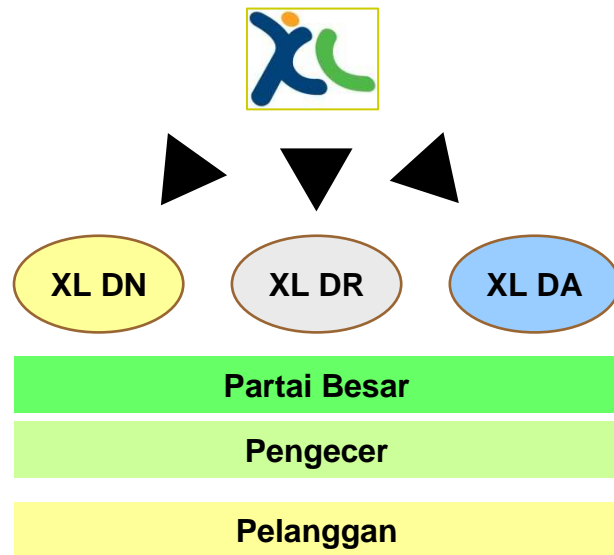
Memacu frekuensi pemakaian melalui penetapan harga paket





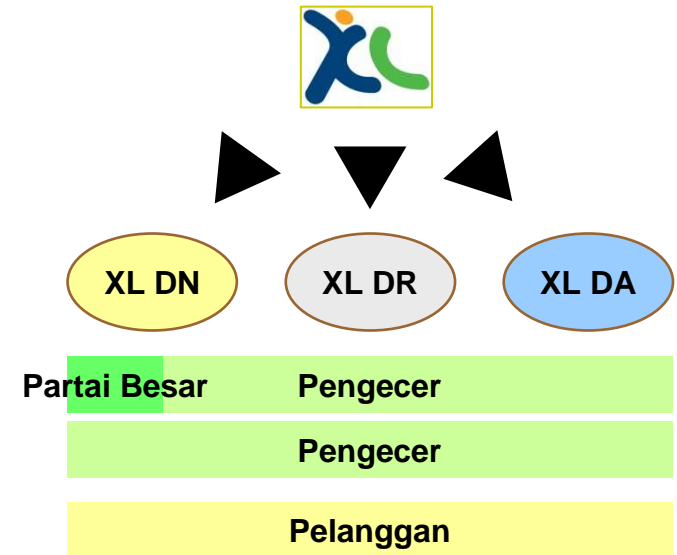
Strategi Distribusi Produk

2007: memperkenalkan
Hybrid Distribution



Transisi di 2008: mengubah
paradigma dari *trader* menjadi
FMCG

2008 dan seterusnya: Peningkatan menjadi
FMCG styled Hybrid Distribution



Tujuan:

1. Untuk meningkatkan jangkauan sampai tingkatan outlet pasar tradisional yang paling kecil
2. Manajemen wilayah untuk meningkatkan keuntungan *dealer* dan untuk mencegah perang harga di antara *dealer-dealer*, serta untuk meningkatkan fokus di wilayah yang sedang berkembang



Status Sekarang:

1. Saluran distribusi (*down-liners*) yang tumbuh lebih dari dua kali lipat atau meningkat 269% dalam kurun waktu 2 tahun sejak tahun 2006. Pada akhir 2008, XL memiliki lebih dari 240.000 saluran distribusi.
2. *Dealers* telah dapat mengembangkan usahanya sampai ke daerah-daerah

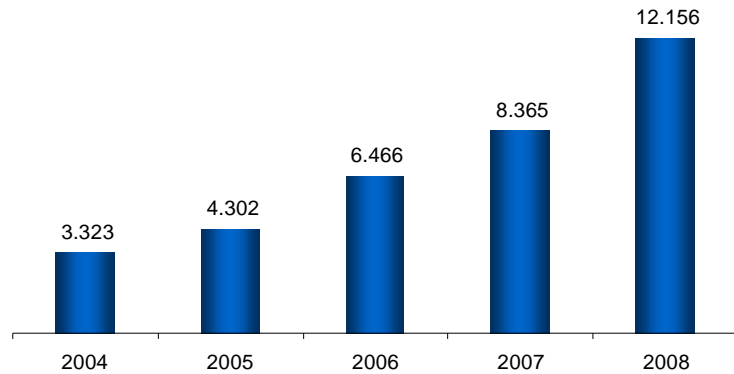


Prestasi XL

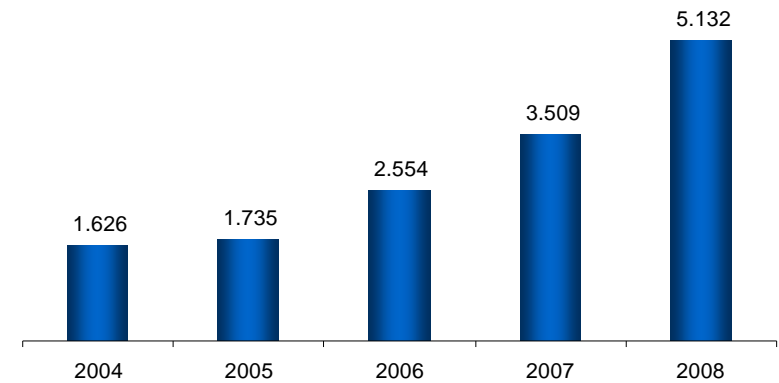


Pertumbuhan yang tinggi

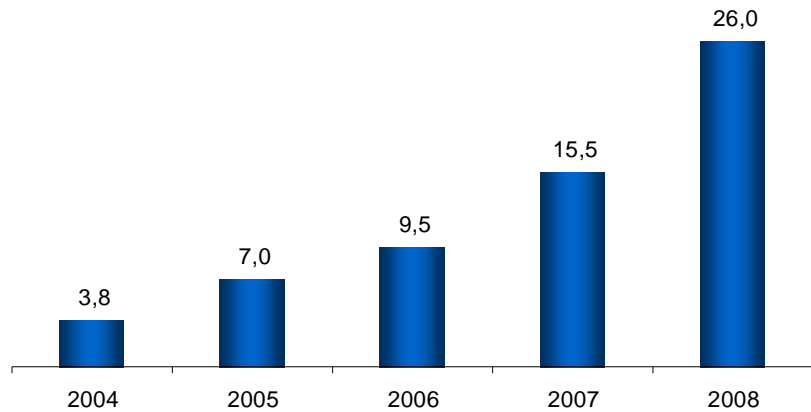
Total Pendapatan (IDR Miliar)



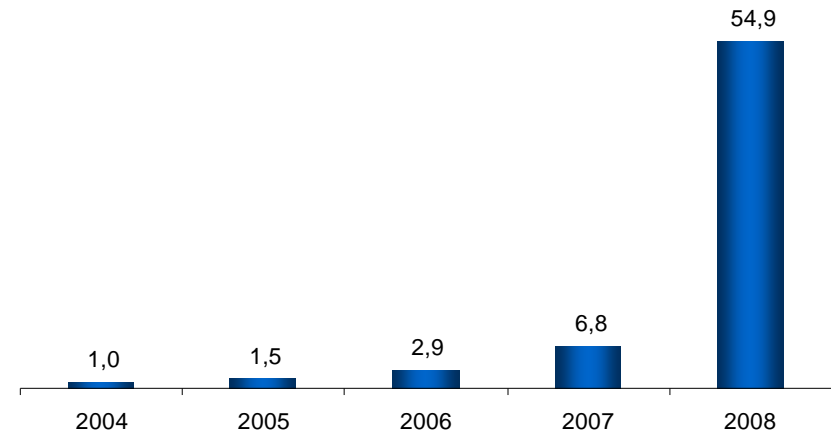
EBITDA (IDR Miliar)



Pelanggan (Juta)



Total Outgoing Minutes (Miliar)





Tolok Ukur Finansial: Laporan Laba Rugi

Dalam miliar Rupiah*	Periode berakhir 31 Desember		Pertumbuhan
	2007	2008	
Pendapatan	8.365	12.156	45%
<i>Discount</i>	(375)	(95)	-75%
Pendapatan dikurangi discount	7.990	12.061	51%
OPEX**	(4.480)	(6.930)	55%
EBITDA	3.509	5.132	46%
<i>EBITDA margin</i>	42%	42%	<i>n.a</i>
Penyusutan & Amortisasi	(1.749)	(3.379)	93%
EBIT	1.760	1.753	0%
Pendapatan/pengeluaran lainnya	(1.242)	(1.828)	47%
EBT	518	(75)	n.a
Pendapatan Bersih	251	(15)	n.a

* Ada perbedaan karena pembulatan

** Termasuk COGS

Normalized Net Income (dalam miliar Rp)	2007	2008	Pertumbuhan
Labar/(Rugi) Setelah Pajak	251	(15)	n.a
Dikurangi: kerugian/ (keuntungan) selisih kurs yang belum terealisasi setelah pajak	135	(95)	n.a
Pajak penghasilan untuk bunga obligasi USD, setelah pajak	336		n.a
Percepatan penyusutan MSC, setelah pajak		338	n.a
PPN Bonus Pulsa, setelah pajak		101	n.a
Kartelisasi SMS, setelah pajak		19	n.a
Normalized Net Income	721	348	-52%



Tolok Ukur Finansial: Neraca dan Laporan Arus Kas

Neraca

Dalam miliar Rupiah	31 Desember		Pertumbuhan
	2007	2008	
Total Kewajiban	14.336	24.603	72%
Total Ekuitas	4.465	4.308	-4%
Total Aset	18.801	28.911	0.54

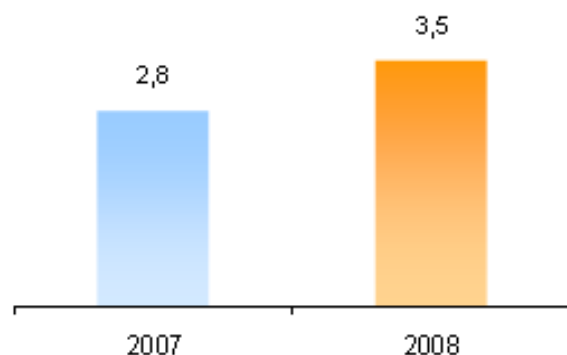
	Mata Uang Asing	Outlook
Moody's	Ba2	Negatif
Standard & Poor's	BB-	Negatif

Laporan Arus Kas

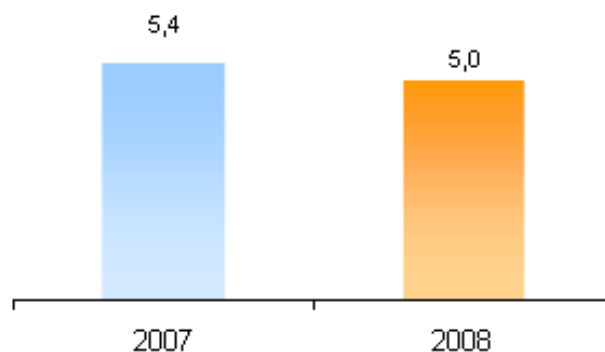
Dalam miliar Rupiah	31 Desember		Pertumbuhan
	2007	2008	
Arus kas bersih yang diperoleh dari kegiatan operasi	3.986	4.710	18%
Arus kas yang digunakan untuk kegiatan investasi	(7.154)	(11.514)	61%
Free Cash Flow	(3.168)	(6.805)	115%

	Mata Uang Lokal	Outlook
Fitch Ratings	AA-(idn)	Stable
Pefindo	idA+	Stable

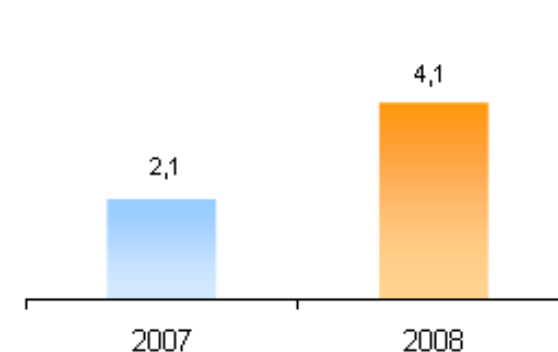
Total Hutang/EBITDA (x)



EBITDA/Beban Bunga (x)



Total Hutang/Ekuitas (x)





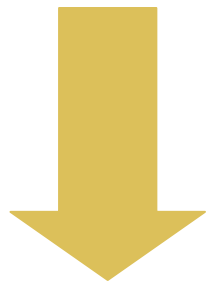
Transformasi Jaringan



Pengembangan Jaringan

Transformasi Jaringan

Kapasitas Lokasi

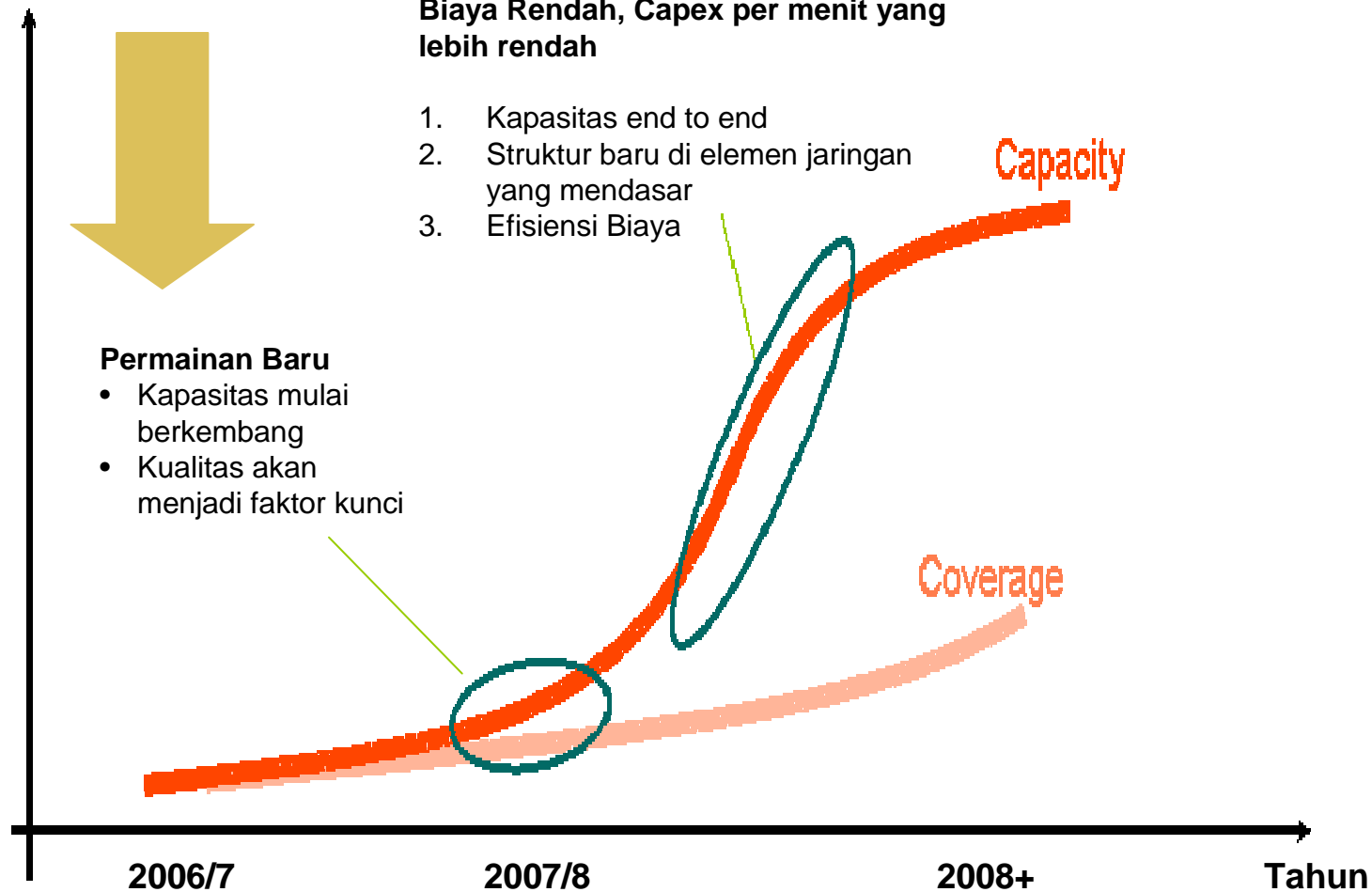


**Kapasitas Tinggi, Kualitas Bersaing,
Biaya Rendah, Capex per menit yang
lebih rendah**

1. Kapasitas end to end
2. Struktur baru di elemen jaringan yang mendasar
3. Efisiensi Biaya

Permainan Baru

- Kapasitas mulai berkembang
- Kualitas akan menjadi faktor kunci



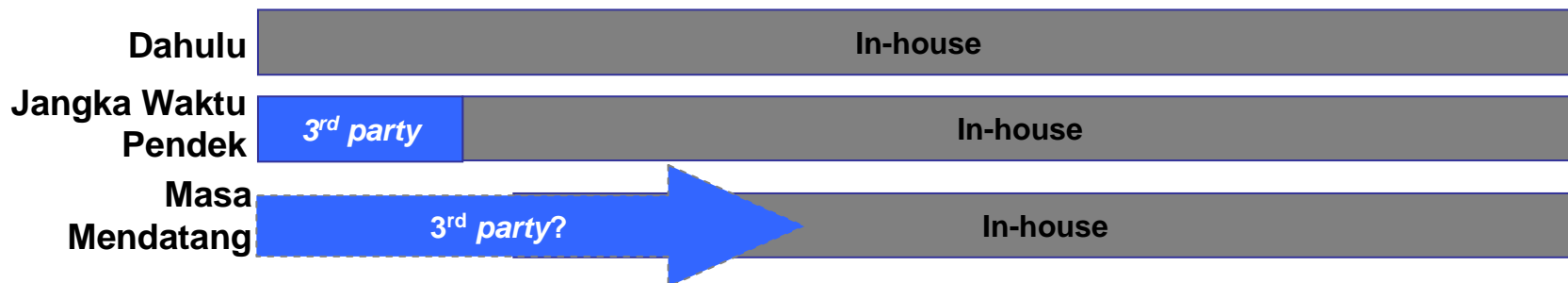
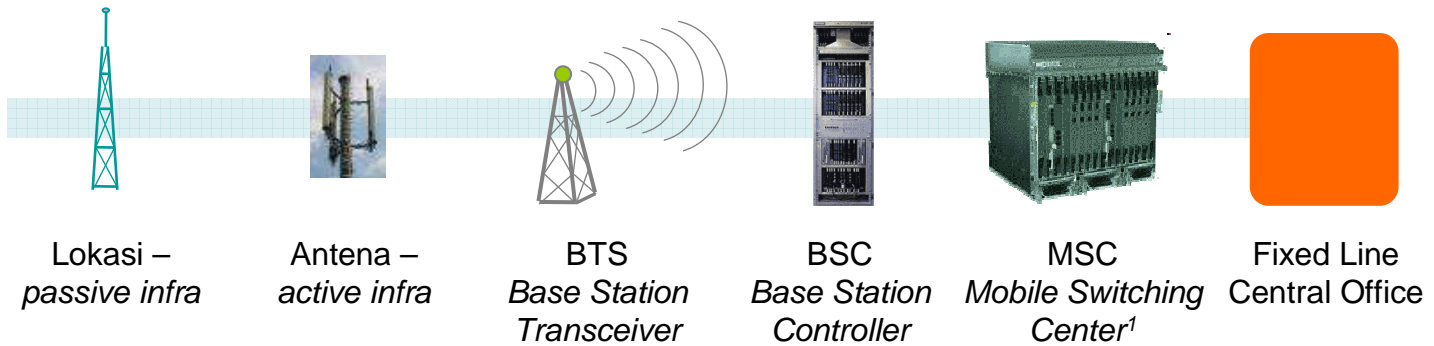


Inisiatif Bisnis Menara

Creating Value dari Menara XL



Berfokus pada aktivitas utama dan menanggung pengeluaran bersama operator lain dengan memanfaatkan skala yang ada



Pada akhir 2008, dari empat penyewanya XL telah berhasil menyewakan 3.325 unit lokasi menara dan membukukan pendapatan Rp 277 miliar.



Pengembangan Sumber Daya Manusia

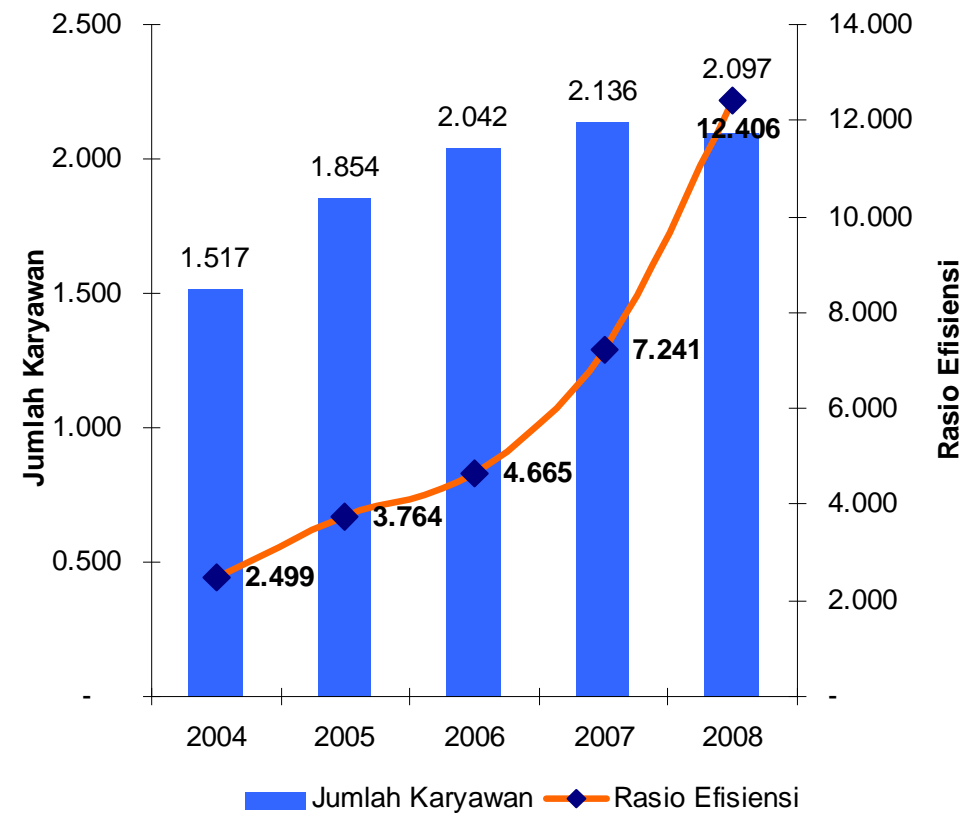


Fast, Eager, and Lean

Our employee mindset campaign



Jumlah Karyawan vs Rasio Efisiensi





Pengembangan Sumber Daya Manusia

Tolok ukur yang telah diterapkan

Pengembangan Sistem

- HAY *grading system*
- Kebijakan HR yang telah distandarisasi untuk semua proses

Pengembangan Karyawan

- Sistem imbalan yang disesuaikan dengan prestasi dan kinerja masing-masing karyawan yang memberikan kompensasi yang lebih baik kepada mereka yang berprestasi tinggi
- Menelaah kompetensi tahunan untuk semua karyawan
- Kompensasi yang bersaing yang disesuaikan dengan standar industri

Tolok ukur yang sedang diterapkan

- *Talent management*
- Menyeimbangkan sumber daya di kantor pusat dengan region
- Memperkuat XL *employee brand*



Masa Mendatang



Masa Mendatang

Capex

- Pengeluaran modal akan lebih selektif karena ekspansi *coverage* dan peningkatan kapasitas telah selesai
- Dana yang akan dikeluarkan untuk membayar capex diprediksikan sekitar USD 600 juta – USD 700 juta

Pendanaan

- Tidak akan menambah pinjaman baru, kecuali untuk *refinancing*. Karena itu, total pinjaman akan tetap sama seperti pada akhir tahun 2008 atau bahkan dapat lebih rendah



Tanya Jawab