

CORPORATE RISK MANAGEMENT

PENGELOLAAN RISIKO GOODYEAR INDONESIA

One of the Goodyear Indonesia's main efforts and obligations is to increase the value for all stakeholders. In doing so, the Company is exposed to various risks, both internally and externally. The following are general types of risk that are embedded in our day-to-day operations.

1. Competition Risk

Goodyear Indonesia, as a pioneer in Indonesia's tire industry, operates in a highly competitive environment, due to the activities in the market from local producers, other foreign producers, and imported products. To professionally strengthen the Company position in this challenge, Goodyear Indonesia has conducted several strategic steps to increase brand image in Indonesia for the GOODYEAR brand. Goodyear Indonesia continues penetrating the market with professionally designed products and continues investing in the market by expanding Goodyear branded outlets, such as Tire Center, Sentraservis and Autocare.

2. Operational Risk

Being a production facility, Goodyear Indonesia's day-to-day operations encounter the impacts from key raw material price fluctuations. In order to ensure that Goodyear Indonesia earns a maximum return on investments, the management continues to improve performance and control of production costs in the manufacturing sector through the Continuous Improvement System - Six Sigma and Lean Management Tools.

3. Financial Risk

Goodyear Indonesia uses the US Dollar as its denominated currency. This creates a currency risk exposure against the Rupiah. 2018 was a relatively stable year for the Rupiah, and signs of the macro economic development of Indonesia support this trend.

Salah satu upaya dan kewajiban utama Goodyear Indonesia adalah meningkatkan nilai bagi semua pemangku kepentingan. Dalam melakukan hal tersebut, Perseroan menghadapi berbagai jenis risiko, baik secara internal maupun eksternal. Berikut adalah jenis risiko umum yang melekat dalam aktivitas usaha harian.

1. Risiko Persaingan Usaha

Goodyear Indonesia, sebagai pelopor industri ban di Indonesia, beroperasi dalam lingkungan yang sangat kompetitif dikarenakan aktivitas di dalam pasar dari produsen lokal, produsen asing lainnya dan produk impor. Untuk memposisikan diri secara profesional dalam tantangan tersebut, Goodyear Indonesia telah melakukan beberapa langkah strategis untuk meningkatkan pencitraan merek lokal di Indonesia untuk merek GOODYEAR. Perseroan terus melakukan penetrasi pasar dengan produk yang dirancang secara profesional dan terus berinvestasi dengan memperluas outlet bermerek Goodyear seperti Tire Center, Sentraservis dan Autocare.

2. Risiko Operasional

Sebagai fasilitas produksi, operasi sehari-hari Goodyear Indonesia menghadapi dampak fluktuasi harga bahan baku utama. Untuk memastikan pencapaian laba maksimum, manajemen Perseroan terus memperbaiki kinerja dan pengendalian biaya produksi di sektor manufaktur melalui Continuous Improvement System Six Sigma dan Lean Management Tools, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan bagi pemegang saham.

3. Risiko Keuangan

Goodyear Indonesia adalah Goodyear Indonesia dengan denominasi Dolar AS. Hal ini menciptakan eksposur risiko mata uang terhadap Rupiah. 2018 merupakan tahun yang relatif stabil untuk Rupiah, dan tanda-tanda perkembangan ekonomi makro di Indonesia mendukung tren ini.