



Alibaba Group Laporkan Kinerja Keuangan di Tahun Fiskal 2020

Hangzhou, Tiongkok, 22 Maret, 2020 - Alibaba Group Holding Limited (NYSE: BABA dan HKEX: 9988, "Alibaba" atau "Alibaba Group") hari ini mengumumkan kinerja keuangan untuk tahun fiskal yang berakhir pada 31 Maret, 2020.

"Alibaba mencapai tonggak bersejarah yaitu GMV USD 1 triliun di segenap ekonomi digital kami pada tahun fiskal 2020," ujar Daniel Zhang, Chairman dan Chief Executive Officer Alibaba Group. "Seluruh bisnis kami terus mengalami pertumbuhan yang kuat, dengan basis konsumen aktif tahunan sebesar 960 juta di seluruh dunia, walau menutup tahun fiskal ini dengan triwulan yang terdampak ekonomi akibat pandemi COVID-19. Pandemi ini telah mengubah perilaku konsumen dan operasional perusahaan secara fundamental, membuat adopsi dan transformasi digital sebagai kebutuhan. Kami memiliki posisi dan kesiapan yang baik untuk membantu para pelaku usaha, baik kecil maupun besar dari berbagai industri, untuk mencapai transformasi digital yang dibutuhkan untuk melalui masa sulit ini dan akhirnya tumbuh dalam *new normal*. Dengan fokus pada jangka panjang dan berinvestasi untuk menciptakan nilai bagi para konsumen dan konsumen bisnis, kami percaya kami akan keluar lebih kuat dari krisis ini dan siap meraih pertumbuhan di masa depan."

"Walaupun mengalami triwulan yang menantang karena berkurangnya aktivitas perekonomian akibat pandemi COVID-19 di Tiongkok, kami mencapai pendapatan tahunan lebih dari RMB500 miliar. Pertumbuhan pendapatan kami sebesar 35% *year-over-year* didorong kinerja kuat bisnis ritel domestik dan pertumbuhan bisnis komputasi awan kami," ujar Maggie Wu, Chief Financial Officer Alibaba Group. "EBITDA yang disesuaikan tumbuh 29% *year-over-year*, yang merefleksikan disiplin kami dalam mengalokasikan sumber daya kami ke area dengan pertumbuhan strategis sembari mengoptimalkan biaya dan meningkatkan efisiensi. Walau pandemi memiliki dampak negatif pada bisnis perdagangan utama kami di Tiongkok mulai akhir Januari, kami melihat pemulihan secara terus-menerus sejak Maret. Berdasarkan analisa kami tentang konsumsi domestik di Tiongkok dan digitalisasi perusahaan, kami mengantisipasi pendapatan lebih dari RMB650 miliar di tahun fiskal 2021."

KILASAN BISNIS

Di tahun fiskal yang berakhir 31 Maret, 2020

- **Pendapatan** sebesar RMB509,71 miliar (US\$71,98 miliar), meningkat 35% *year-over-year*.
- **Konsumen aktif tahunan** untuk seluruh ekonomi digital Alibaba mencapai 960 juta di seluruh dunia, termasuk 780 juta konsumen di Tiongkok dan 180 juta konsumen di luar Tiongkok. Konsumen aktif tahunan *marketplace* di Tiongkok mencapai 726 juta, meningkat 72 juta dari periode 12 bulan yang berakhir pada 31 Maret 2019.
- **Pengguna aktif bulanan *mobile* (*Mobile MAU*) di *marketplace* ritel di Tiongkok** mencapai 846 juta pada bulan Maret 2020, meningkat 125 juta dibanding bulan Maret 2019.
- **GMV** yang dicapai ekonomi digital Alibaba adalah RMB7,05 triliun (US\$1 triliun) untuk tahun fiskal 2020, diantaranya GMV RMB6,59 triliun (US\$945 miliar) di *marketplace* ritel Tiongkok, serta GMV dari *marketplace* ritel internasional dan layanan konsumen lokal.

- **Penghasilan dari operasional** sebesar RMB91,43 miliar (US\$12,91 miliar), meningkat 60% *year-over-year*. **EBITDA disesuaikan**, pengukuran non-GAAP, naik 29% *year-over-year* menjadi RMB157,66 miliar (US\$22,27 miliar). **EBITA disesuaikan**, pengukuran non-GAAP, meningkat 28% *year-over-year* menjadi RMB137,14 miliar (US\$19,37 miliar).
- **EBITA disesuaikan untuk bisnis perdagangan utama** kami mencapai RMB165,80 miliar (US\$23,42 miliar), meningkat 22% *year-over-year*. **EBITA disesuaikan** perdagangan utama berbasis *marketplace*, pengukuran non-GAAP, meningkat 19% *year-over-year* menjadi RMB192,77 miliar (US\$27,22 miliar).
- **Penghasilan bersih dari kepemilikan saham biasa** adalah RMB149,26 miliar (US\$21,08 miliar), dan **penghasilan bersih** sebesar RMB140,35 miliar (US\$19,82 miliar). **Penghasilan bersih non-GAAP** adalah RMB132,48 miliar (US\$18,71 miliar), meningkat 42% *year-over-year*.
- **Laba terdilusi per ADS** adalah RMB55,93 (US\$7,90) dan **laba terdilusi per saham** adalah RMB52,98 (US\$7,48), meningkat 38% *year-over-year*. **Laba terdilusi per saham non-GAAP** sebesar RMB6,62 (US\$0,93 atau HK\$7,25), meningkat 38% *year-over-year*.
- **Kas bersih dari kegiatan operasional** sebesar RMB180,61 miliar (US\$25,51 miliar) dan **arus kas bebas non-GAAP** sebesar RMB130,91 miliar (US\$18,49 miliar).

KILASAN BISNIS DAN STRATEGI

Ekonomi Digital Alibaba

Konsumen bisnis perdagangan di ekonomi digital Alibaba, yaitu *marketplace* ritel di Tiongkok, *marketplace* ritel internasional dan layanan konsumen lokal, mencapai RMB7,05 triliun (US\$1 triliun) GMV di periode 12 bulan yang berakhir 31 Maret 2020. Di September 2019 pada HUT Alibaba ke-20, kami menetapkan tujuan strategis untuk 5 tahun ke depan, konsisten dengan misi kami yaitu “memudahkan cara berbisnis di mana pun” untuk:

- Terus memperluas upaya globalisasi;
- Melayani lebih dari 1 miliar konsumen di Tiongkok; dan
- Memfasilitasi lebih dari RMB10 triliun konsumsi di berbagai *platform* kami.

Target lima-tahun ini menjadi panduan kami untuk mencapai visi 2036 kami untuk:

- Melayani 2 miliar konsumen global;
- Memungkinkan 10 juta usaha untuk mencapai keuntungan;
- Menciptakan 100 juta pekerjaan

Kami mengelola bisnis-bisnis yang menyasar konsumen sebagai satu *platform* terintegrasi yang melayani satu basis pengguna dengan akses ke berbagai penawaran layanan dan produk. Selama periode 12 bulan yang berakhir 31 Maret 2020, 780 juta konsumen di Tiongkok membeli produk atau layanan di berbagai *platform* ritel, layanan konsumen, media digital dan hiburan kami. Konsumen ini terdiri dari 85% warga di kota-kota besar dan 40% warga di berbagai wilayah yang belum berkembang di Tiongkok. Kami juga telah memperluas pasar internasional kami, dengan lebih dari 180 juta konsumen aktif tahunan di *marketplace* ritel internasional. Infrastruktur digital kami, seperti logistik cerdas dan komputasi awan, yang digunakan di berbagai *platform* untuk melayani bisnis-bisnis utama perdagangan, layanan lokal, dan hiburan, memberikan kami *insights* yang unik dan tidak tertandingi untuk memenuhi permintaan konsumen yang

terus berubah. Melalui Alibaba Business Operating System (ABOS), kami menawarkan teknologi data dan analitik kami untuk membantu konsumen dan mitra kami mencapai transformasi digital.

Pandemi COVID-19

Program untuk Mendukung Konsumen Korporasi

Mulai akhir Januari 2020, pandemi COVID-19 memicu pemberlakuan pembatasan wilayah, persyaratan menjaga jarak, dan pembatasan perjalanan, yang telah secara drastis mengurangi aktivitas ekonomi di Tiongkok. Di fase awal krisis COVID-19 di Tiongkok, hal yang paling mengkhawatirkan para pelaku usaha adalah keberlangsungan usaha – memecahkan berbagai masalah seperti meminimalisir disrupsi rantai pasok, meningkatkan alur kas dan mengelola pola kerja jarak jauh. Kami membantu konsumen *merchant* kami untuk mengatasi tantangan-tantangan ini dan secara proaktif mengambil langkah-langkah untuk mencapai misi kami.

Tanggung Jawab Sosial

Kami menggunakan *platform* teknologi dan sumber daya di ekosistem kami untuk mendukung mereka yang terdampak pandemi COVID-19 di Tiongkok dan seluruh dunia.

- **Donasi alat pelindung diri dan perlengkapan medis** – Alibaba Foundation, Jack Ma Foundation dan Joe and Clara Tsai Foundation secara kumulatif telah mendonasikan 200 juta unit Alat Pelindung Diri, *testing kit* dan ventilator ke lebih dari 150 negara dan wilayah. Hal ini tidak lepas dari dukungan Tmall Global, Tmall Supermarket, Alibaba.com dan Lazada yang mengidentifikasi pemasok, memverifikasi dan membeli perlengkapan yang sulit didapat ini.
- **Pengiriman perlengkapan medis** – Unit usaha logistik kami, Cainiao mengirimkan perlengkapan medis ke berbagai wilayah di seluruh dunia melalui jaringan logistik global seperti *airport hub*, bea cukai, perusahaan truk, dan personil *last mile delivery*.
- **Berbagi pengetahuan** – Alibaba Foundation dan Jack Ma Foundation bersama-sama membangun *platform* online Global MediXchange for Combating COVID-19 (GMCC) untuk memfasilitasi kolaborasi dan berbagi praktik-praktik terbaik dan pengetahuan untuk memerangi pandemi antar tenaga medis profesional di seluruh dunia secara *real-time* dalam 11 bahasa. Hampir 10.000 tenaga kesehatan dari 120 negara dan wilayah telah bergabung di GMCC.
- **Dana untuk perlengkapan medis** – Di Tiongkok, kami telah mengalokasikan dana sebesar RMB1 miliar untuk pengadaan perlengkapan medis dan yang terkait untuk negara-negara dan wilayah yang terdampak pandemi COVID-19.
- **Teknologi Kecerdasan Buatan** – Teknologi kecerdasan buatan kami telah digunakan di 550 rumah sakit di Tiongkok untuk membantu meningkatkan kecepatan dan efisiensi diagnosis Covid-19 menggunakan CT scan.
- **Pekerjaan** – Freshippo, Ele.me dan Koubei meluncurkan inisiatif-inisiatif berbagi karyawan untuk secara sementara mempekerjakan para karyawan yang dirumahkan oleh para usaha yang terdampak, khususnya di sektor layanan, termasuk restoran, hotel, bioskop, dan *department store*.

Kesempatan Usaha

Pandemi COVID-19 menciptakan berbagai kesempatan baru untuk menangkap perubahan konsumen dengan gaya hidup digital dan perubahan pembelian keperluan sehari-hari ke *platform* online. Kini, lebih banyak usaha yang mengadopsi berbagai perangkat dan solusi digital untuk tumbuh dan mengelola

operasional mereka. Dari tahun ke tahun, Alibaba telah menjadi pionir dan mengembangkan berbagai usaha yang memungkinkan kami menangkap manfaat jangka panjang dari tren ini.

- ***Kemudahan merchant untuk bergabung di platform e-commerce*** – Kami melihat pertumbuhan pesat pelaku usaha offline beralih ke online. *Merchant* aktif harian yang menggunakan Taobao Live tumbuh 88% *year-over-year* selama tiga bulan yang berakhir pada 31 Maret 2020.
- ***New Retail (kategori kebutuhan pangan sehari-hari)*** – Pendapatan Freshippo menunjukkan pertumbuhan kuat di bulan Februari dan Maret yang didorong oleh peningkatan jumlah konsumen online, frekuensi pembelian dan lebih besarnya ukuran pemesanan.
- ***DingTalk*** – Di bulan Maret, jumlah pengguna aktif harian DingTalk di hari kerja mencapai 155 juta. DingTalk juga mulai merambah sektor pendidikan karena sekolah-sekolah mulai menggunakan *platform* ini untuk dimanfaatkan guru dan murid, Di bulan Maret, DingTalk melakukan lebih dari satu juta sesi kelas belajar jarak jauh setiap hari di hari kerja.
- ***Cainiao Post*** – Di bulan Maret, ketika kebijakan pembatasan sosial tetap berlaku, kami melihat adopsi penggunaan Cainiao Post oleh konsumen yang membutuhkan pilihan pengambilan dan pengantaran yang nyaman dan tanpa kontak di wilayah tempat tinggal mereka.

Laporan keuangan selengkapnya dapat diakses di:

https://www.alibabagroup.com/en/news/press_pdf/p200522.pdf

###

Tentang Alibaba Group - Misi Alibaba Group adalah memudahkan cara berbisnis di mana pun. Perusahaan bertujuan untuk membangun infrastruktur perdagangan masa depan. Alibaba memiliki visi konsumennya akan bertemu, bekerja dan hidup di Alibaba, dan perusahaan akan menjadi perusahaan baik yang berkarya hingga 102 tahun.

Untuk informasi lebih lanjut, hubungi:

Dian Safitri - Alibaba Group
+62811852004, dian.safitri@alibaba-inc.com