SOHO Global Health

Presentasi Perusahaan

April 2026



Disclaimer

Presentasi ini disediakan pada situs web Perseroan untuk tujuan informasi dan guna memastikan kesetaraan akses atas informasi bagi seluruh pemegang saham dan pemangku kepentingan.

Presentasi ini tidak ditujukan kepada, atau dimaksudkan untuk didistribusikan kepada atau digunakan oleh, setiap orang atau entitas yang merupakan warga negara atau penduduk, atau yang berada di suatu wilayah, negara bagian, negara, atau yurisdiksi lain di mana distribusi, transmisi, publikasi, ketersediaan, atau penggunaan tersebut bertentangan dengan hukum atau peraturan atau yang mensyaratkan adanya pendaftaran atau perizinan di yurisdiksi tersebut. Dokumen ini maupun bagian atau salinannya tidak dapat dibawa atau dikirimkan ke Amerika Serikat atau didistribusikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, di "AS", sebagaimana istilah tersebut didefinisikan dalam *US Securities Act of 1933*, sebagaimana diubah ("*Securities Act*"). Kegagalan untuk mematuhi pembatasan ini dapat merupakan pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan pasar modal yang berlaku.

Presentasi ini bukan merupakan, atau bagian dari, dan tidak boleh ditafsirkan sebagai atau menjadi bagian dari iklan, penawaran, atau undangan untuk menjual atau menerbitkan, atau permintaan penawaran untuk membeli atau mengambil bagian atas, efek apa pun dari Perseroan. Informasi yang terkandung dalam presentasi ini tidak ditujukan kepada calon investor dan bukan merupakan penawaran atau undangan untuk menjual, atau permintaan penawaran atau undangan untuk membeli efek apa pun, dan tidak boleh ditafsirkan demikian, baik di Indonesia, Amerika Serikat, maupun di yurisdiksi lain mana pun. Presentasi ini tidak boleh menjadi dasar, atau diandalkan dalam kaitannya dengan kontrak atau komitmen apa pun, dan bukan merupakan rekomendasi sehubungan dengan Saham Perseroan. Presentasi ini hanya ditujukan bagi para peserta presentasi dan tidak boleh dikirim ulang atau didistribusikan oleh mereka kepada pihak lain mana pun.

Presentasi ini memuat pernyataan-pernyataan yang berorientasi ke masa depan (*forward-looking statements*) yang melibatkan risiko dan ketidakpastian. Kinerja, hasil, dan capaian aktual di masa depan dapat berbeda secara material dari yang dinyatakan dalam pernyataan-pernyataan berorientasi ke masa depan (*forward-looking statements*) sebagai akibat dari sejumlah risiko, ketidakpastian, dan asumsi. Meskipun Perseroan meyakini bahwa pernyataan-pernyataan berorientasi ke masa depan (*forward-looking statements*) tersebut didasarkan pada asumsi yang wajar, Perseroan tidak dapat memberikan jaminan bahwa harapan tersebut akan tercapai. Anda diimbau untuk tidak terlalu mengandalkan pernyataan berwawasan ke depan tersebut, yang didasarkan pada pandangan manajemen saat ini mengenai peristiwa di masa depan. Perseroan atau setiap afiliasi, penasihat, atau perwakilannya secara tegas menyatakan tidak memiliki kewajiban apa pun untuk menyebarluaskan pembaruan atau revisi, kecuali diwajibkan oleh hukum, terhadap pernyataan berwawasan ke depan yang dimuat di sini guna mencerminkan perubahan dalam ekspektasi Perseroan atau perubahan dalam peristiwa, kondisi, atau keadaan yang menjadi dasar pernyataan tersebut, dan tidak satu pun dari mereka bertanggung jawab (baik karena kelalaian maupun cara lain) atas kerugian apa pun yang timbul dari penggunaan presentasi ini atau isinya atau yang timbul sehubungan dengan presentasi ini.

Informasi dalam presentasi ini masih bersifat sementara dan/atau dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan. Data tersebut disajikan per tanggal presentasi ini dan dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan. Tidak ada pihak yang boleh mengandalkan informasi yang terkandung dalam presentasi ini, atau materi lain yang dibahas dalam presentasi, atau pada kelengkapan, keakuratan, atau kewajaran informasi tersebut, untuk tujuan apa pun.

Informasi dalam presentasi ini belum diverifikasi secara independen. Tidak ada pernyataan atau jaminan, baik tersurat maupun tersirat, yang diberikan mengenai, dan tidak semestinya diandalkan atas, kewajaran, keakuratan, kelengkapan, atau kebenaran informasi dan pendapat yang termuat dalam presentasi ini.

Presentasi ini juga memuat data dan analisis statistik tertentu ("Informasi Statistik") yang disusun dengan mengandalkan informasi yang diberikan oleh Perseroan dan/atau sumber lain. Berbagai asumsi digunakan dalam penyusunan Informasi Statistik tersebut, yang mungkin atau mungkin tidak dicantumkan di sini. Oleh karena itu, tidak ada jaminan apa pun yang dapat diberikan mengenai keakuratan, kesesuaian, atau kelengkapan Informasi Statistik tersebut dalam konteks tertentu, maupun apakah Informasi Statistik dan/atau asumsi yang mendasarinya mencerminkan kondisi pasar saat ini atau kinerja pasar di masa depan.

Saham Perseroan belum dan tidak akan didaftarkan berdasarkan *Securities Act* dan tidak dapat ditawarkan atau dijual di Amerika Serikat kecuali berdasarkan pengecualian dari, atau transaksi yang tidak tunduk pada, persyaratan pendaftaran *Securities Act*, atau kecuali telah didaftarkan berdasarkan *Securities Act* dan sesuai dengan hukum pasar modal negara bagian terkait. Tidak akan ada penawaran umum atas Saham Perseroan di Amerika Serikat.

Presentasi ini bukan merupakan penawaran efek untuk dijual di Republik Indonesia dan tidak dimaksudkan untuk merupakan suatu penawaran umum sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (sebagaimana diubah) ("UU Pasar Modal Indonesia"), yang didefinisikan sebagai penawaran efek di Indonesia di mana penawaran tersebut dilakukan: (i) dengan menggunakan media massa; (ii) kepada lebih dari 100 pihak Indonesia (termasuk warga negara atau badan Indonesia baik di dalam maupun di luar negeri, atau warga negara asing yang berdomisili di Indonesia); dan/atau (iii) kepada kurang dari 100 pihak Indonesia tetapi mengakibatkan penjualan kepada lebih dari 50 pihak (termasuk warga negara atau badan Indonesia baik di dalam maupun di luar negeri, atau warga negara asing yang berdomisili di Indonesia). Presentasi ini maupun bagian apa pun daripadanya tidak boleh dikirimkan atau ditransmisikan ke Republik Indonesia atau yurisdiksi lain di mana hal tersebut melanggar hukum. Setiap kegagalan untuk mematuhi pembatasan ini dapat mengakibatkan pelanggaran terhadap UU Pasar Modal Indonesia atau hukum yang berlaku di yurisdiksi lain.

Presentasi ini tidak boleh diperlakukan sebagai nasihat hukum, perpajakan, keuangan, akuntansi, atau investasi.

Agenda

1. Pengantar tentang SOHO Global Health
2. Highlight bisnis
3. Tinjauan keuangan
4. Lampiran (Strategi)
5. Lampiran (Keuangan)

SOHO Global Health



1

Pengantar tentang SOHO Global Health

Pembicara hari ini



Rogelio Paulino Jr. Castillo Lao
CEO



Piero Brambati
CFO & COO
- Commercial



Yuliana
Chief Legal, HR & Sekretaris Perusahaan



Pandy Harianto
COO
- Operations



Andreas Ardhika Antoninus
Head of Marketing & International Business Consumer Health

Sekilas tentang SOHO Global Health

Siapa SOHO

#1 **Merek kesehatan konsumen di berbagai segmen di Indonesia[1]**

#1 **Perusahaan vitamin di Indonesia[2]**

Top 2 **Perusahaan di Indonesia untuk Penjualan Bebas[3]**

28
Merek kesehatan konsumen dan terus bertumbuh[4]

59 molekul farmasi telah dipasarkan / dalam proses registrasi[5]

95%
Jangkauan distribusi kesehatan[6]

155ribu+ titik kehadiran di berbagai kanal[7]

~10x
Pertumbuhan pendapatan online[8]

14% vs 2% kontribusi online (FY25 vs FY23)

Perusahaan farmasi dengan pertumbuhan tercepat[9]

~IDR 11 triliun *(~US$635 juta)*
Pendapatan FY25

~15%
CAGR Pendapatan[8]

~IDR 795 miliar *(~US$50 juta)*
EBITDA FY25

~28%
CAGR EBITDA[8]

~IDR 600 miliar *(~US$35 juta)*
NPAT FY25

~27%
CAGR NPAT[8]

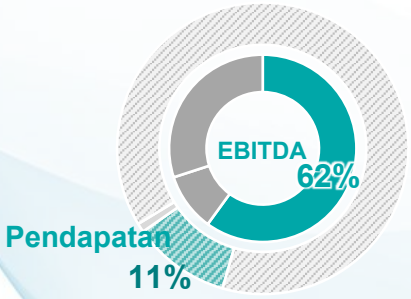
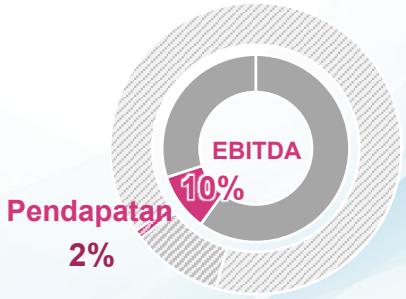
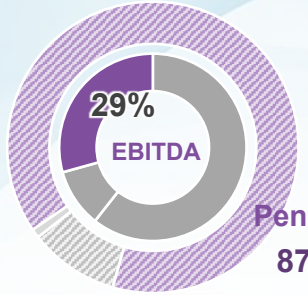
Sumber: Informasi Perseroan; IMR; IDR/US$ = 17.003,80
Catatan: [1] Merek meliputi Imboost. Imboost Force, Curcuma, Diapet, Laxing, Asthin sebagaimana tercantum dalam IMR; [2] Berdasarkan total pangsa pasar di Indonesia, tidak termasuk RTD (per 1Q25) sebagaimana tercantum dalam IMR; [3] Sebagaimana tercantum dalam IMR; [4] Termasuk sub-kategori; [5] 38 molekul yang telah dipasarkan dan 21 molekul dalam pendaftaran; [6] Jaringan rumah sakit dan apotek nasional baik secara langsung maupun tidak langsung; [7] Meliputi *modern trade*, *general trade*, apotek independen dan minimarket; [8] FY23-25; [9] Pasar farmasi offline yang lebih luas di Indonesia dari 4Q24 sampai dengan 4Q25 berdasarkan IMR

Segmen bisnis utama SOHO







	KESEHATAN KONSUMEN	ALLIANCE	DISTRIBUSI
	Produk preventif, kuratif & kesehatan yang terpercaya dan berkualitas tinggi untuk mendukung kesehatan sehari-hari	***In-licensing*** produk farmasi resep global	**Jangkauan distribusi nasional** yang memungkinkan **penetapan prioritas produk sendiri,** sekaligus menyedi-akan layanan bagi pihak ketiga untuk mencapai skala ekonomi
Kontribusi lintas segmen[1]			
Pendapatan | pertumbuhan[2]	IDR 1,2 triliun | 25%	IDR 194 miliar | 46%	IDR 9,3 triliun | 5%
EBITDA | pertumbuhan[2]	IDR 484 miliar | 31%	IDR 78 miliar | 81%	IDR 224 miliar | 14%
Margin EBITDA	42%	40%	2,4%

Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: Pendapatan dan EBITDA mencerminkan FY25; [1] Sebelum eliminasi dan tidak termasuk segmen lain-lain; [2] Pertumbuhan mencerminkan pertumbuhan tahun ke tahun FY24-25

SOHO Global Health



2

Highlight bisnis

Highlight utama bisnis dan strategi

Keterangan	SOHO	CH – Kesehatan Konsumen	AL - Alliance	DIST - Distribusi

Highlight bisnis

1. **SOHO - Pemimpin kategori di pasar Vitamin dan Perawatan Kulit bertumbuh pesat, dengan posisi strategis untuk menangkap potensi pertumbuhan di Indonesia**
2. **CH - Merek pemimpin pasar** dengan *brand equity* yang kuat dan posisi terdepan di kategori
3. **CH - Motor pertumbuhan digital dan *e-commerce* yang berkembang pesat** untuk mendorong pertumbuhan *omni-channel*
4. **AL - Portofolio *in-licensing*** yang dikurasi secara strategis
5. **CH/AL – Pengembangan produk yang kuat**, didukung oleh R&D yang solid dan fasilitas produksi kelas dunia
6. **DIST - Jejaring penjualan dan distribusi** yang sangat efektif, berperan sebagai **penggerak utama pertumbuhan**
7. **SOHO - Tim manajemen yang professional** dengan rekam jejak di perusahaan *blue chip*, beroperasi dalam **kerangka kepatuhan dan tata kelola berstandar kelas dunia**
8. **SOHO - Profil keuangan yang kuat** dengan pertumbuhan pendapatan, peningkatan margin dan arus kas yang solid

Strategi

A. **CH - Mendorong peningkatan pangsa pasar** di pasar **kesehatan konsumen yang bertumbuh pesat**

B. **CH - Meningkatkan kapabilitas digital** untuk mendorong **pertumbuhan** di **kanal online** dan **offline**

C. **AL - Dorongan momentum yang solid** dari **Alliance untuk mengakselerasi pertumbuhan dengan profitabilitas tinggi**

D. **DIST - Terus mengoptimalkan platform Distribusi dengan mempertajam bauran, jangkauan dan profitabilitas**

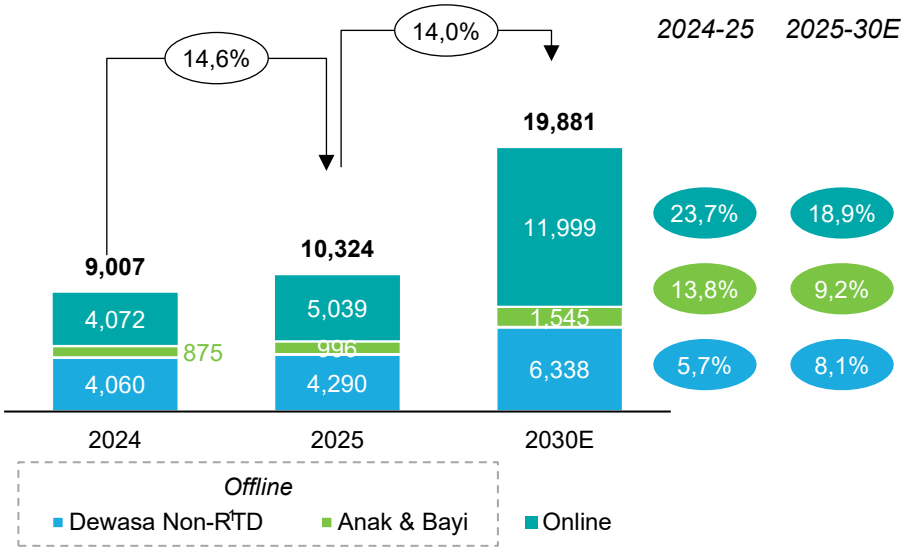
E. **SOHO - Mendorong keunggulan operasional dan efisiensi** secara grup

1 Perusahaan dengan pemimpin di kategori farmasi dan kesehatan konsumen, dengan posisi pertumbuhan di tengah daya tarik pasar Indonesia yang tinggi…

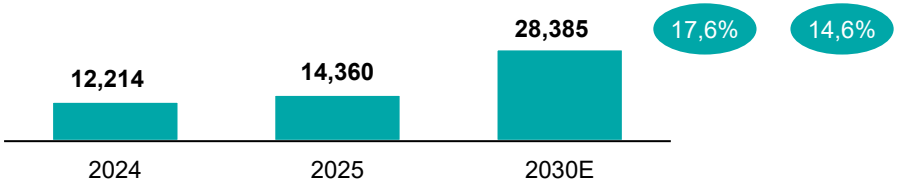
Potensi pertumbuhan yang di kuat di pasar vitamin dan perawatan kulit di Indonesia, didukung oleh tren struktural yang kuat serta posisi Indonesia sebagai destinasi investasi strategis utama

Total pasar vitamin dan perawatan kulit di Indonesia

Total nilai pasar vitamin & suplemen[1] (IDR miliar)



Total nilai pasar perawatan kulit online[1] (IDR miliar)



Tren industri yang mendukung

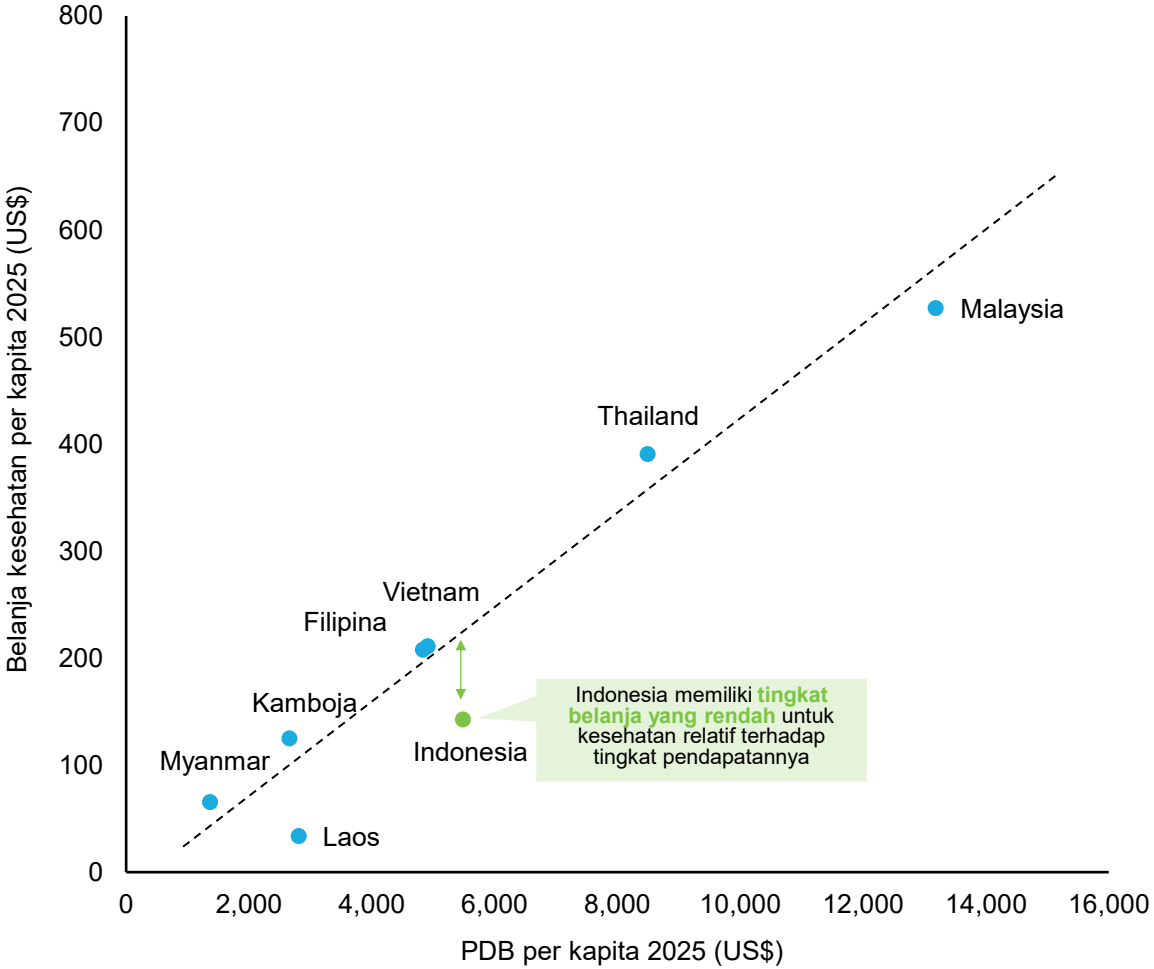
- Tren demografis yang mendukung, seiring **populasi yang besar dan terus bertumbuh**, sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia
- Meningkatnya kesadaran kesehatan, dengan **penekanan** yang semakin besar **pada pencegahan dibandingkan pengobatan**
- **Gaya hidup yang semakin dinamis** mendorong peningkatan permintaan terhadap suplemen kesehatan
- **Akselerasi adopsi teknologi** pasca-COVID, mendorong peningkatan penggunaan kanal online
- Meningkatnya preferensi konsumen terhadap produk **berbahan alami dan herbal**

Sumber: Frost & Sullivan, IQVIA
Catatan: [1] Mengacu pada produk dewasa yang bukan *ready-to-drink*

1 … dengan peluang signifikan seiring meningkatnya pengeluaran masyarakat Indonesia untuk kesehatan dan *wellness*

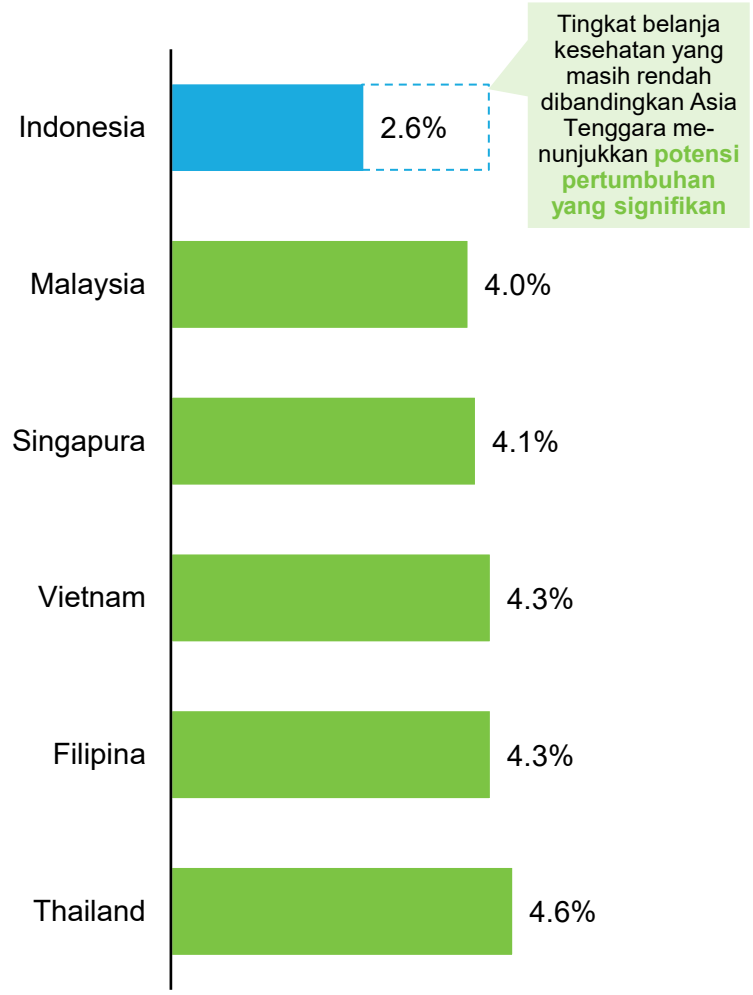
Indonesia berada di antara negara dengan belanja kesehatan per kapita terendah di kawasan *emerging* Asia Tenggara …

Perbandingan belanja kesehatan per kapita antar pasar emerging Asia Tenggara pada tahun 2025A



… serta rasio belanja kesehatan terhadap PDB yang terendah di kawasan

Rasio belanja kesehatan terhadap PDB di negara Asia Tenggara pada tahun 2025A



Sumber: Frost & Sullivan, WHO GHED

2 SOHO adalah **perusahaan kesehatan konsumen terdepan** dengan **berbagai merek pemimpin kategori**

SOHO Global Health

Perusahaan kesehatan konsumen terdepan di Indonesia dengan **merek ikonik** dan **portfolio terapeutik yang beragam**

#1 Perusahaan vitamin[1]

#1 Merek vitamin[1]

#1 Perusahaan farmasi dengan pertumbuh-an tercepat[2]

Merek pemimpin kategori dalam portofolio SOHO

Pemimpin kategori	Daya tahan tubuh[1]	Multivitamin anak[1]	Anti-diare[3]	Laksatif[3]
Merek	IMBOOST FORCE, IMBOOST	IMBOOST KIDS, Curcuma Plus, FITKOM, BOOST, CURVIT	DIAPET	LAXING
Produk				

Source: Informasi Perseroan, IMR
Catatan: [1] Berdasarkan IMR; [2] Pasar farmasi offline yang lebih luas di Indonesia dari 4Q24 sampai dengan 4Q25 berdasarkan IMR; [3] Dalam penjualan minimarket berdasarkan IMR

2 Didukung oleh ***brand equity*** **yang kuat**, SOHO secara konsisten mengembangkan merek intinya ke berbagai kategori terapeutik dan kelompok usia



IMBOOST	Daya tahan tubuh	Imboost Extra Vit C & D3; Imboost Bone; Imboost Cough Dewasa; Imboost Cough Anak; Imboost Tablet; Imboost Sirup Anak; Imboost Anak Tablet Kunyah; Imboost Effervescent
IMBOOST FORCE	Daya tahan tubuh	Imboost Force; Imboost Force Ultimate; Imboost Force Cough Anak; Imboost Force Sirup; Imboost Force Extra Strength
ASTHIN	Kecantikan dari dalam tubuh	Asthin B-OND; Asthin B-OND 6; Astraderm Gel; Astraderm Gel; Asthin Force 12; Asthin Force 4; Asthin Force 6
CURCUMA	Gastro-hepatologi	Curcuma Force; Curcuma tab Blister; Bio-Curliv; Curliv Plus; Curliv Plus Syrup; BioCurkem
Curcuma Plus	Multivitamin dan susu pertumbuh-an anak	Curcuma Plus Grow; Curcuma Plus Sharpy; Curcuma Plus Appetite; Curcuma Plus Imuns; Curcuma Plus Fruit & Veggie; Curcuma Plus Go Talz; Curcuma Plus Honey Vit; Curcuma Plus Honey Bumin; Curcuma Plus Milk
NOROID®	Dermatologi	Noroid Cream, Lotion & Derma Rash Cream; Noroid Soothing Face Moisturiser

Sumber: Informasi Perseroan

3 Kapabilitas digital terdedikasi yang sepenuhnya *in-house*, yang telah menghasilkan kinerja yang kuat serta mendorong momentum omnichannel

100rb unggahan baru/bulan[1]

oleh afiliasi dan kreator konten eksternal

Sekitar 1.000 unggahan/bulan[1] dibuat secara internal

210rb

Jumlah pengikut

175rb

Jumlah pengikut

75[2]

Anggota dalam tim digital khusus

~1,7rb

Kemitraan dengan KOL

Bukti awal…

Pendapatan bulanan SOHO dari kanal online (IDR miliar)

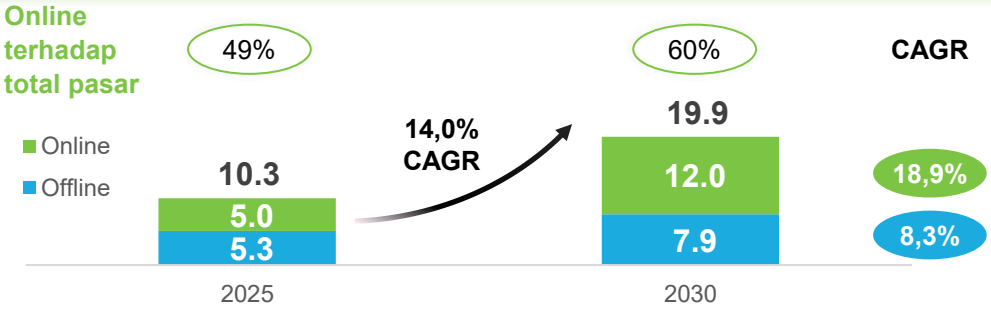


Kontribusi online terhadap pendapatan CH
FY2024 – 5%
FY2025 – 14%

…dengan potensi peningkatan lebih lanjut

Total pasar vitamin & suplemen di Indonesia (IDR triliun)[4]

✓ **Penjualan online** diperkirakan akan **mendorong pertumbuhan segmen secara signifikan**, sejalan dengan **kinerja penjualan offline yang solid**



SOHO terus berfokus pada tren digital, didukung oleh ruang pertumbuhan yang besar seiring penjualan online yang masih *under-indexed* sebesar 14% dari pendapatan CH dibandingkan rata-rata pasar sebesar 49% per tahun 2025

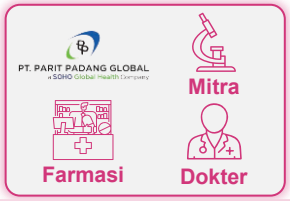
Sumber: Informasi Perseroan; IMR
Catatan: Seluruh persentase pendapatan yang tercantum dalam slide ini didasarkan pada pendapatan bruto segmen Kesehatan Konsumen; [1] Seluruh merek; [2] Per Mar-26; [3] Dari Jan-24 sampai dengan Feb-26; [4] Berdasarkan IMR

4 Alliance merupakan salah satu **penggerak pertumbuhan yang telah terbukti**, dengan peluang menarik dalam **model bisnis merek sendiri dan *in-licensing***

Pasar obat di Indonesia berkembang pesat, namun masih terdapat berbagai kebutuhan yang belum terlayani

- Keterbatasan wawasan pasar membatasi perusahaan farmasi global dalam menangkap permintaan lokal secara optimal

SOHO berada dalam posisi yang unik untuk memanfaatkan peluang-peluang tersebut …



Market Intelligence	● ***Market intelligence* yang mendalam dari berbagai sumber** untuk mengidentifikasi kebutuhan yang belum terpenuhi melalui PPG, dokter, farmasi, mitra farmasi, dll ● **Jejaring farmasi global yang luas** memungkinkan pengadaan produk yang cepat dan efisien
Registrasi	● Keahlian dalam mengelola **regulasi yang kompleks** ● **Pencantuman dalam e-katalog BPJS** memungkinkan akselerasi skala bisnis secara cepat
Penjualan & Pemasaran	● **Tim penjualan yang berpengetahuan luas dan adaptif** ● **Kemampuan eksekusi yang solid** di berbagai kanal distribusi
Manufaktur	● **Fasilitas produksi bersertifikasi GMP** dengan kemampuan untuk memproduksi berbagai bentuk sediaan ● Model *in-licensing* menjaga **struktur bisnis yang ringan aset (*capital light*)**

Model bisnis dengan skalabilitas tinggi ditopang oleh TAM yang luas, kebutuhan modal dan R&D yang minimal, dan pemahaman mendalam SOHO terhadap pasar lokal

Sumber: Informasi Perseroan

4 **Model *in-licensing* yang terbukti,** sebagaimana dibuktikan oleh Pramifrol ER dan diperluas ke portfolio produk yang terdiversifikasi

SOHO Global Health

PRAMIFROL ER



*Pengobatan untuk **penyakit Parkinson***

- **Diluncurkan pada tahun 2021**
- Kemampuan terbukti dalam **mengidentifikasi kebutuhan yang belum terpenuhi** melalui kombinasi data dan wawasan pasar
- **Proses alih teknologi telah selesai, memungkinkan produksi lokal sejak 2025**

Top 3
Produk *Alliance*[1]

54%
CAGR penjualan[2]

BPJS
Pencantuman dalam e-katalog

DARZALEX FASPRO

Pengobatan untuk **mieloma multipel**



MYCOPHEN

Pencegahan terhadap **rejeksi organ**[3]



EPCLUSA

Pengobatan untuk **virus hepatitis C kronis**



DOGMATIL

Antipsikotik



TAFNAT

Pengobatan untuk **virus hepatitis B kronis**



FLUTISON

Pengobatan untuk **asma dan PPOK**



HALDOL DECANOAS

Injeksi antipsikotik jangka lama



Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] Penjualan FY25; [2] FY21-25; [3] Imunosupresan untuk mencegah rejeksi organ dan mengobati kondisi autoimun tertentu

5 **Proses pengembangan produk baru yang sistematis** dan **dapat direplikasi secara konsisten** untuk menghasilkan merek pemimpin pasar…

Dengan proses pengembangan yang sistematis…

1	2	3	4
Memahami konsumen	Pengembangan ide	Pengembangan product & registrasi	Peluncuran produk
Sedang berlangsung	*5 – 6 bulan*	*16 -18 bulan*	*milestone*

Sumber daya R&D yang lengkap

56 staf[1]

- Pengembangan metode analitik, riset herbal
- Pengembangan produk dan kemasan
- Pengembangan formula
- Dukungan R&D, layanan laboratorium, manajemen data

Produk yang telah dikenal luas di Indonesia – dan pipeline untuk terus tumbuh

32 produk baru direncanakan pada 2026E dan seterusnya

IMBOOST · IMBOOST FORCE · CURCUMA · BOOST · GASTIN FORCE · ASTHIN

Perluasan merek

Perluasan merek

Memanfaatkan brand equity eksisting untuk meningkatkan skala melalui R&D

Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] Per Mar-26

5 … melalui **fasilitas manufaktur kelas dunia** dengan tambahan belanja modal yang terbatas, didukung oleh sertifikasi yang relevan



Keterangan:
Fasilitas SOHO




Pengaduk cairan


Pengisian cairan


Pengaduk cairan


Penyalutan tablet


Granulasi basah untuk tablet


Pengisian cairan

Kapabilitas

25.378 sqm
Operasional manufaktur

52
Lini produksi

Minimum
Kebutuhan belanja modal ke depan untuk peningkatan produksi dengan tingkat utilisasi saat ini <50%

Tersertifikasi
Fasilitas produksi farmasi

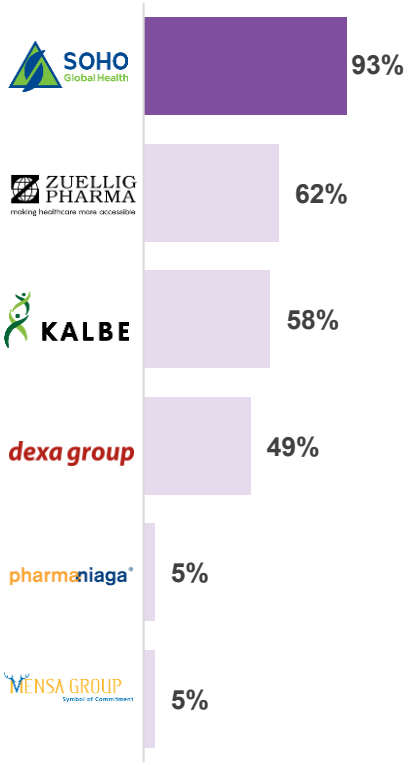
6 Jejaring distribusi nasional yang didukung oleh **PPGOS 3.0 milik sendiri**, yang memberikan **diferensiasi layanan** dan **fitur-fitur canggih**

Didukung teknologi eksklusif PPGOS 3.0

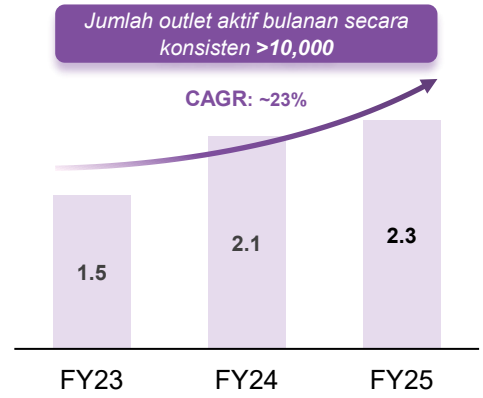


- ePurchase & Pelacakan
- Kampanye digital
- *Prepayment & direct AR clearing*
- Program loyalitas pelanggan

Penggunaan tertinggi di antara platform B2B platforms[1]



Penjualan melalui PPGOS (IDR triliun)

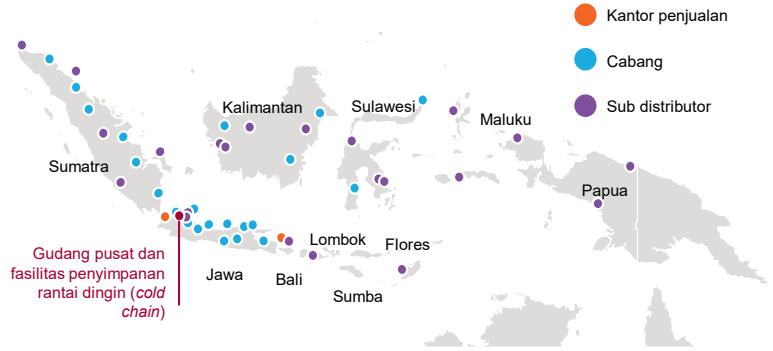


*PPGOS meningkatkan kinerja bisnis dengan **mengoptimalkan modal kerja**, **meningkatkan frekuensi pemesanan**, dan **memperkuat loyalitas pelanggan***

Jejaring distribusi nasional dengan eksekusi yang andal

95% Tingkat keberhasilan pengiriman di hari yang sama

90% Tepat waktu dan lengkap



2 Kantor penjualan	**25** Cabang	**25** Sub distributor
500+ Tim penjualan	**250+** Kendaraan	**GSDP | CDOB | CDAKB** Sertifikat

~95% cakupan rumah sakit dan farmasi

56rb+ cakupan outlet penjualan modern

✓ Memiliki sertifikasi GSDP internasional

Sumber: Informasi Perseroan, PT Inmar Infos Sarana Customer Satisfaction Survey 2025
Catatan: [1] Berdasarkan responden dalam studi independen terkait platform B2B yang digunakan oleh rumah sakit dan apotek pada tahun 2025

7 **Tim manajemen profesional** dengan rekam jejak di perusahaan *blue chip*



Rogelio Paulino Jr. Castillo Lao
CEO



Piero Brambati
CFO & COO-Commercial



Yuliana
Chief Legal, HR & Sekretaris Perusahaan



Andreas Ardhika Antoninus
Head of Marketing & International Business Consumer Health



Pandy Harianto
COO-Operations

20 – 37+ tahun
pengalaman relevan di seluruh jajaran manajemen senior

Rekam jejak terbukti
dalam memperkenalkan produk dan merek yang unggul

Latar belakang *blue chip*
dari organisasi global terkemuka

Ramping dan efisien
sebagai organisasi

Pengembangan talenta
dengan pool talenta yang kuat

Sumber: Informasi Perseroan

7 **Operasional dan standar tata kelola yang sepenuhnya sesuai dengan ketentuan**, yang memungkinkan pertumbuhan berkelanjutan

Kerangka tata kelola yang kuat

- Berlandaskan pada **lima prinsip GCG**
- Dipandu oleh **kode GCG formal**
- Mematuhi **kode etik internal formal yang selaras dengan standar internasional**

Pengawasan independen

- Anggota dewan yang **aktif dan independen**
- **Pemisahan tanggung jawab yang jelas**
- **Tidak ada riwayat penyuapan maupun tindakan penegakan** oleh regulator dalam sejarah perusahaan

Budaya bisnis yang beretika

- **Kode etik** telah diterapkan
- **Sistem *whistleblower*** dengan perlindungan
- Pemberdayaan dokter melalui **edukasi medis** dan akses **diskon**, **sebagai pengganti kompensasi finansial**

Operasional yang transparan and patuh

- Tim manajemen yang **independen dan profesional**
- Piagam dewan dan began komite **dipublikasikan secara publik**

Fokus yang kuat pada **operasional berkelanjutan melalui standar kepatuhan dan tata kelola berkelas dunia**

SERTIFIKASI



ISO 9001:2015
Sistem Manajemen Mutu

ISO 14001:2015
Sistem Manajemen Lingkungan

ISO 45001:2018
Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja

ISO 27001:2022
Sistem Manajemen Keamanan Informasi

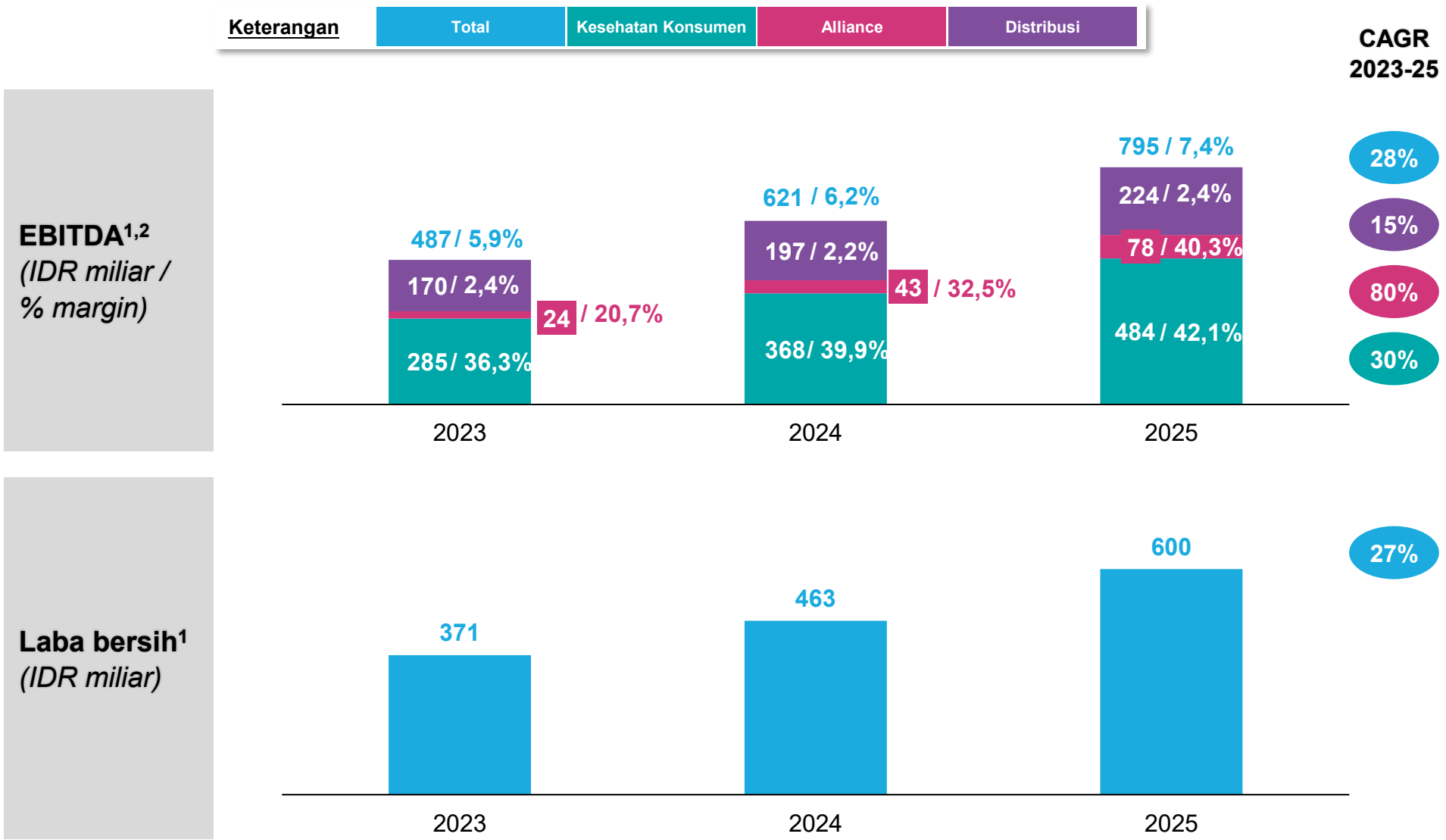
Indonesia Law Awards
2015, 2019, dan 2021
In-House team of the year

PPKM Award
Penghargaan penanganan Covid-19 tahun 2023 sebagai bentuk apresiasi kontribusi

Penghargaan Karya Anak Bangsa di Bidang Farmasi (2023)
Inovasi produk berbasis bahan alami dengan konsep *Seed to Patient*

Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: GCG merupakan singkatan dari Good Corporate Governance

8 Fokus yang semakin besar pada **segmen bermargin tinggi** untuk meningkatkan nilai pemegang saham



Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] Tidak termasuk rincian segmen bisnis lain-lain; [2] Margin segmen EBITDA mencerminkan EBITDA segmen sebagai persentase terhadap pendapatan bersih segmen setelah eliminasi

SOHO Global Health



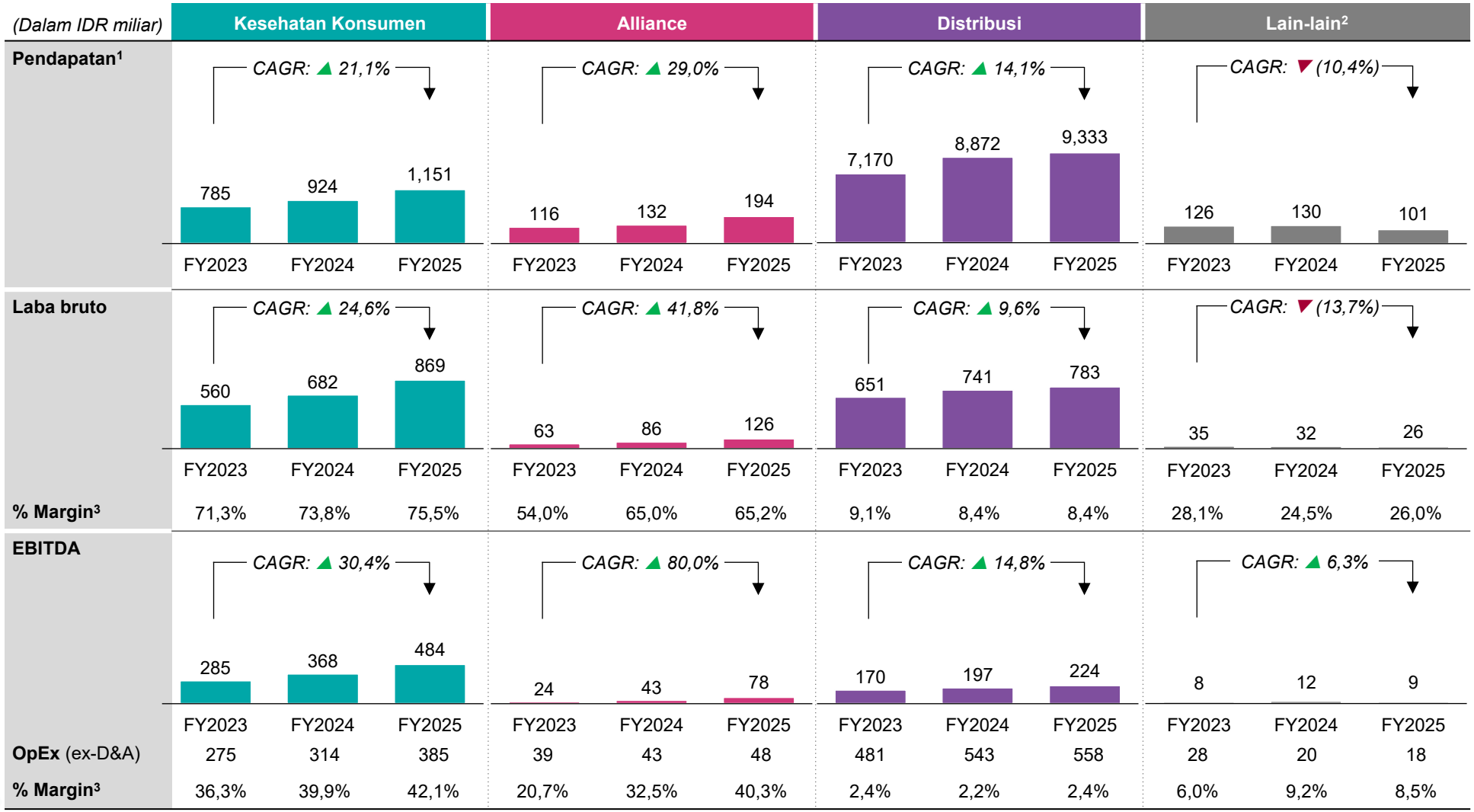
3

Tinjauan keuangan

Rincian segmen

Kinerja per segmen mencerminkan pertumbuhan dan peningkatan margin yang kuat

Indikator keuangan utama berdasarkan segmen dari FY2023-25 *(IDR miliar / %)*



Sumber: Informasi Perseroan

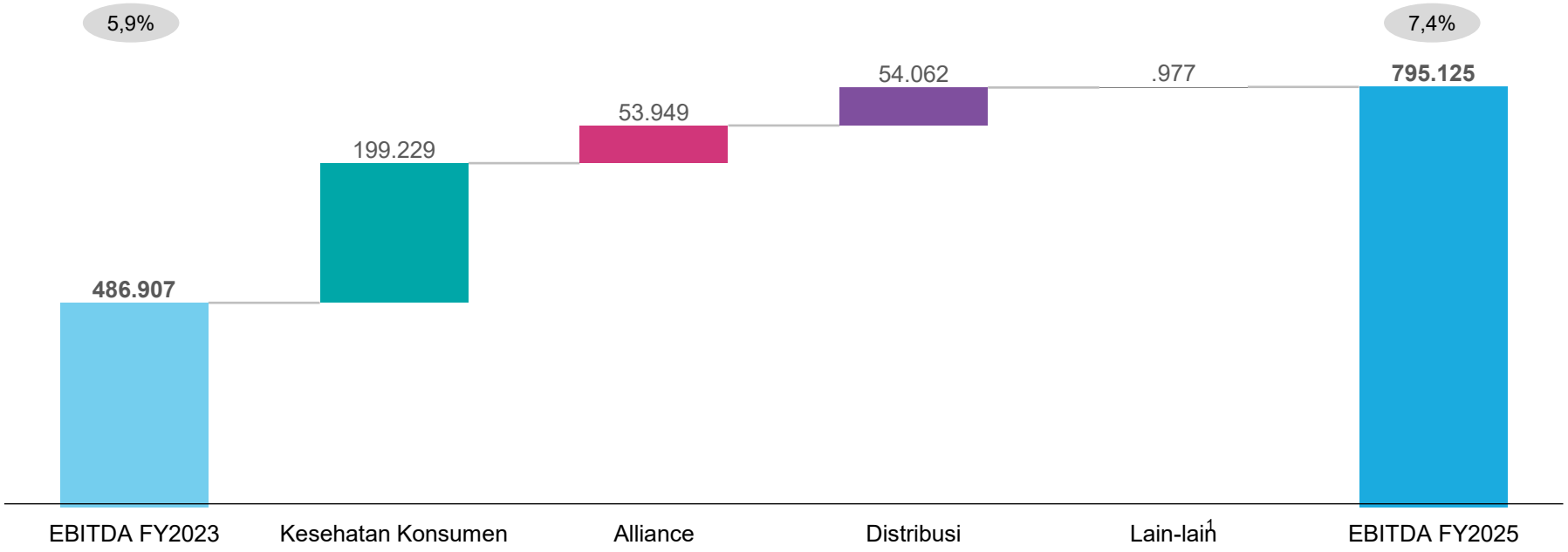
Catatan: [1] Mengacu pada pendapatan bersih segmen setelah eliminasi; [2] Mengacu pada pendapatan dari Unihealth (unit bisnis pemasaran berjenjang (*multi-level marketing*) yang berfokus pada penjualan produk kecantikan dan suplemen kesehatan secara langsung), ekspor produk ke pasar-pasar ASEAN tertentu, dan *toll manufacturing*; [3] Margin segmen mencerminkan kinerja keuangan segmen sebagai persentase pendapatan bersih segmen setelah eliminasi

EBITDA bridge dan pertumbuhan NPAT

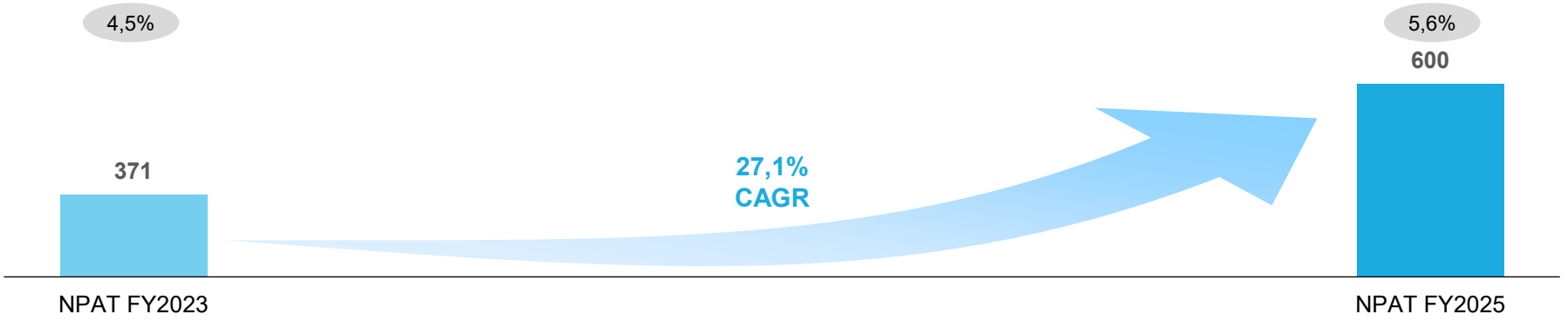
Peningkatan EBITDA terutama didorong oleh pergeseran ke segmen dengan margin yang lebih tinggi, yang didukung oleh perbaikan efisiensi operasional, sehingga menghasilkan pertumbuhan laba bersih dengan margin yang lebih tinggi

EBITDA *bridge* dari FY2023-25 *(IDR miliar)*

CAGR EBITDA (FY2023-25): ▲ 27,8%



NPAT FY2023-25 *(IDR miliar)*



Sumber: Informasi Perseroan

Catatan: [1] Mengacu pada pendapatan dari Unihealth (unit bisnis pemasaran berjenjang (*multi-level marketing*) yang berfokus pada penjualan produk kecantikan dan suplemen kesehatan secara langsung), ekspor produk ke pasar-pasar ASEAN tertentu, dan *toll manufacturing*

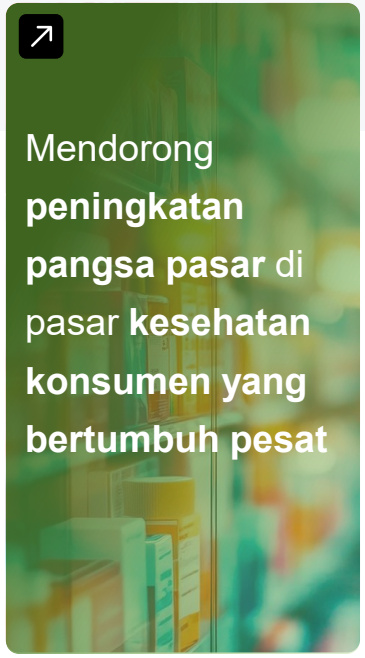
SOHO
Global Health



Lampiran (Strategi utama)

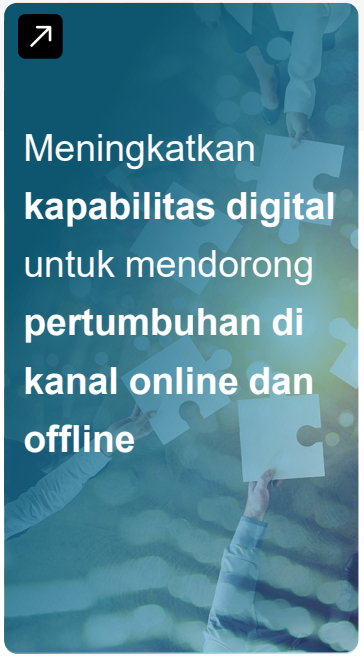
Strategi utama

A Kesehatan Konsumen



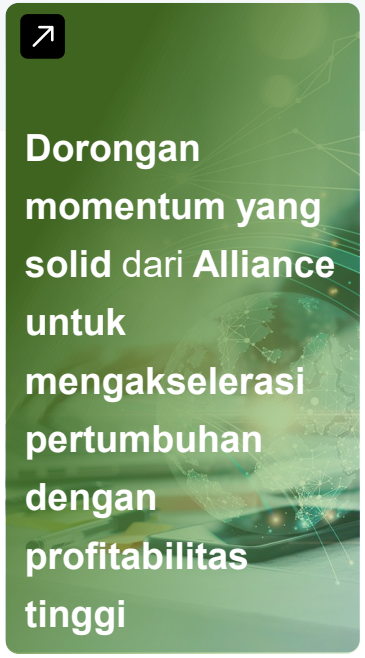
Mendorong **peningkatan pangsa pasar** di pasar **kesehatan konsumen yang bertumbuh pesat**

B Kesehatan Konsumen



Meningkatkan **kapabilitas digital** untuk mendorong **pertumbuhan di kanal online dan offline**

C Alliance



Dorongan momentum yang solid dari **Alliance untuk mengakselerasi pertumbuhan dengan profitabilitas tinggi**

D Distribusi



Terus mengoptimalkan **platform Distribusi dengan mempertajam bauran, jangkauan dan profitabilitas**

E SOHO



Mendorong **keunggulan operasional dan efisiensi** secara grup

A Ekspansi portofolio yang terkurasi, dengan **memanfaatkan *brand equity* eksisting dan menciptakan produk unggulan baru**...

Pertumbuhan penjualan online[2]: **2,2x**
Kontribusi penjualan online[3]: **5%**

IMBOOST
CURCUMA
FITKOM
DIAPET
LAXING
BOOST

Perluasan brand equity eksisting

Merek baru

NAREX

Pertumbuhan penjualan online[2]: **25x**
Kontribusi penjualan online[3]: **9%**

Rekam jejak peluncuran yang sukses…

Peluncuran produk utama



Daya tahan tubuh
Imboost Extra Vitamin C & D3



Perawatan kulit
Noroid *starter pack*



Anak-anak
Boost Protekid

…dengan pipeline produk baru yang kuat untuk 2026E dan seterusnya

32 produk baru yang direncanakan

Suplemen
Formula upgrades

Anak-anak
CP Honeybumin

Anak-anak
Ukuran kemasan baru

Perawatan kulit
Tabir surya (*sunscreen*)

Suplemen
Penyempurnaan formula

Anak-anak
Kesehatan otak



Proses R&D dan manufakur yang terintegrasi secara vertical

Pengembangan formula → **Pengujian** khasiat & keamanan → Persiapan **peluncuran**

R&D yang terdedikasi dan didukung sumber daya yang memadai:

- Anggaran sebesar IDR 170 miliar (~US$10 juta) untuk lima tahun ke depan
- 56 karyawan[1] dalam tim R&D khusus

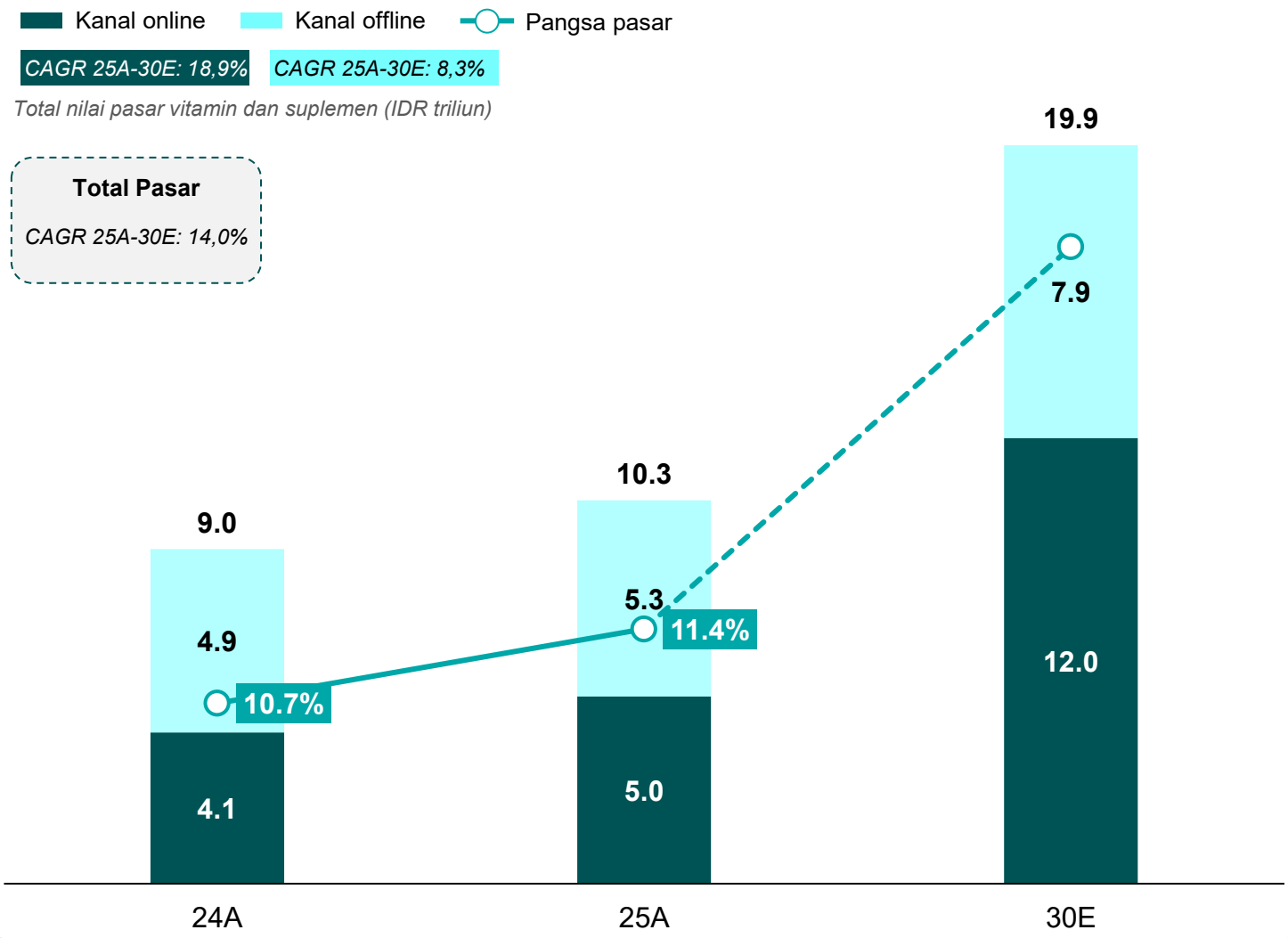
Pendekatan kolaboratif untuk mengurangi risiko dalam pipeline inovasi:

- OEM / *toll manufacturer* untuk permen jeli (*gummies*), susu, dan perawatan kulit (Yupi, NFS, Tigarka, Neopharm, Cosmax)
- Universitas / Laboratorium (Prodia, iRatco Bogor, PML)

Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] Per Mar-26; [2] Dari FY24-25; [3] FY25

A ...mendorong pangsa pasar SOHO di pasar yang berkembang pesat dan sangat menarik

Sekilas tentang pasar vitamin and suplemen di Indonesia[1]



Highlight utama

- **Secara konsisten memimpin** pasar vitamin dan suplemen offline di Indonesia
- **Secara signifikan mengungguli pasar offline** – tumbuh sekitar **~1,8x** dari 2024 sampai 2025
- **Ekspansi pangsa pasar offline yang konsisten**, tumbuh dari **10,7%**[1] (2024) menjadi **11,4%**[1] (2025)

Sumber: IMR
Catatan: [1] Berdasarkan IMR

B Pengembangan kapabilitas digital secara strategis berlandaskan **prinsip utama dengan tujuan jangka pendek yang terukur**

	Menambah SDM yang *digital native*	Meningkatkan kemampuan pembuatan konten	Memanfaatkan kapabilitas digital untuk pemasaran yang tepat sasaran
Prinsip utama			
Fokus jangka pendek hingga menengah untuk membangun kapabilitas digital	75[1] ▶ 81	10[2] ▶ 20	Real-time
	Jumlah anggota tim digital *in-house* khusus	**Studio tambahan untuk *livestreaming* / konten**	**Berbagi wawasan mengenai permintaan pasar kepada tim produk**







Untuk mencapai KPI yang jelas

Posting media sosial per bulan per akun	Jumlah jam *livestreaming* per bulan	Lini produk baru dengan strategi *online-first*
120	3.000	16
30[3]	2.520[4]	

SOHO akan terus **memanfaatkan kemampuan digital *in-house*** untuk mendorong **pertumbuhan yang kuat**, sekaligus **memperkuat posisinya di kanal online**

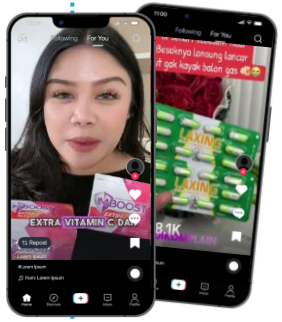
Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] Termasuk karyawan SOHO dan kontraktor *outsourcing* per Mar-26; [2] Per Mar-26; [3] Berdasarkan posting Instagram rata-rata per bulan per merek pada tahun 2025; [4] Jumlah jam *livestreaming* rata-rata per bulan pada tahun 2025

B Untuk **mengembangkan kehadiran digital** sebagai **penggerak permintaan** yang **mengonversi menjadi pembelian online dan offline**

Digital sebagai penggerak permintaan di kanal online dan offline

Konten edukatif membangun kesadaran dan kepercayaan

Konten dan KOL



TikTok

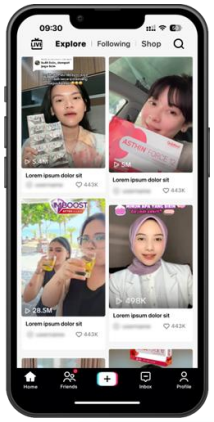
Rata-rata tayangan merek

~9.000.000[1]

per bulan

Kesadaran & Edukasi

Engagement mengonversi kesadaran menjadi pertimbangan aktif



TikTok

Rata-rata tingkat *engagement* merek

~10%[1]

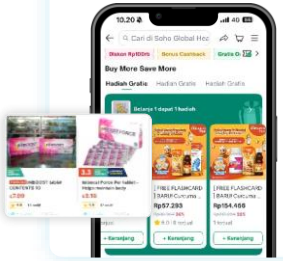
Tingkat *engagement* Curcuma Plus

~9%[1]

Engagement online

Konversi yang *seamless* menjadi pembelian online

Pembelian online



Jumlah video penjualan

42.800[1,2]

Jumlah kreator

12.300[1,2]

TikTok

GMV

US$ 89.500[1,2]

Brand recall mendorong pembelian offline

Pembelian offline



Panduan pemasaran digital

- **Online sebagai penggerak permintaan**
- ***Top of mind* di berbagai *touchpoint* digital**
- **Kemitraan selektif dengan KOL dan jejaring afiliasi yang luas**
- **Menyelaraskan pesan online dengan eksekusi di lapangan**

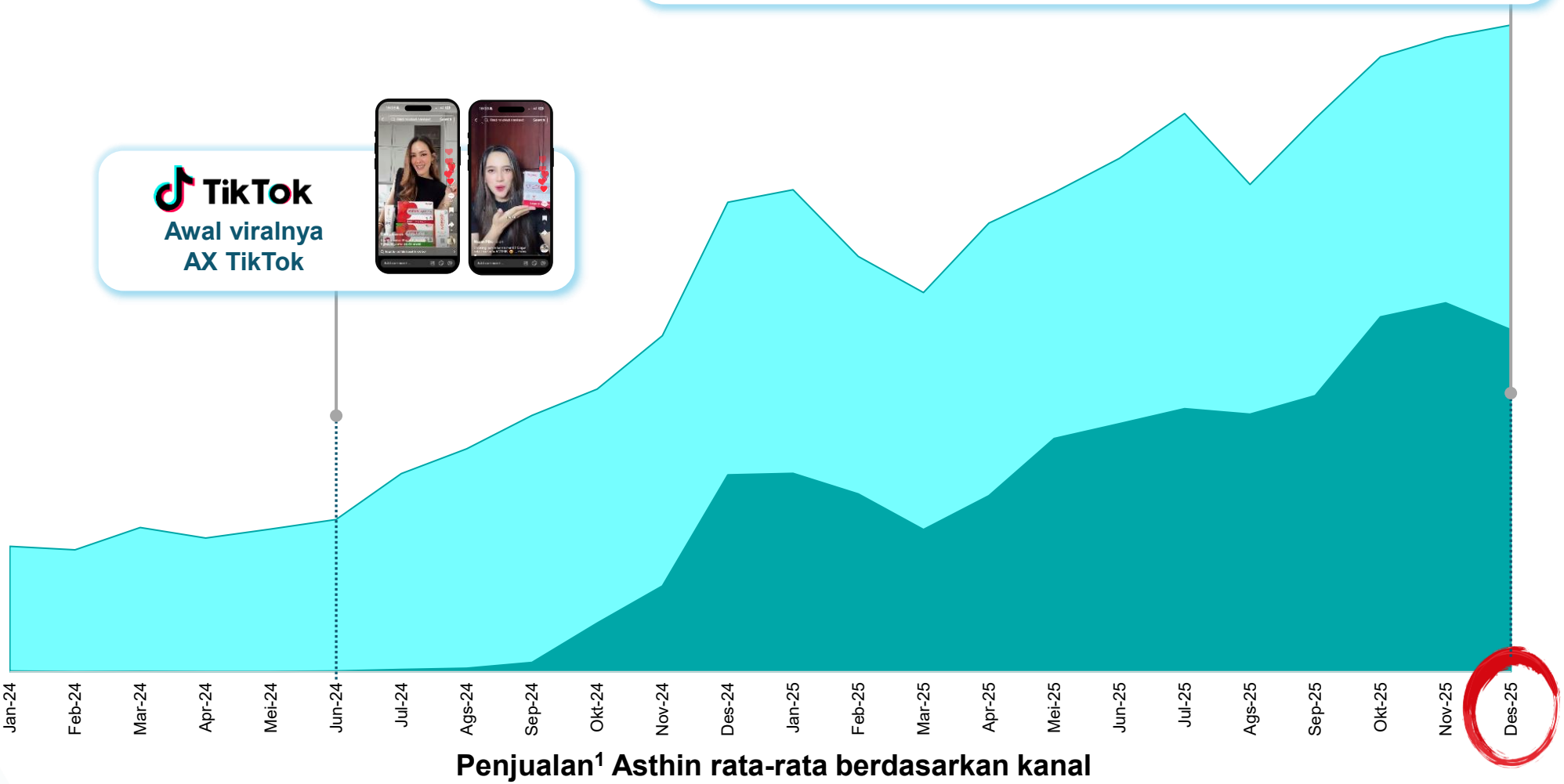
Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] Feb 2026; [2] Menggunakan Curcuma Plus sebagai contoh

B **Studi kasus yang terbukti** dengan Asthin menggambarkan **rekam jejak** SOHO dalam menjalankan strategi pemasaran O2O

ASTHIN®

Penjualan bulanan Des-25 sebesar 4,9x dari penjualan bulanan rata-rata Q1 2024:

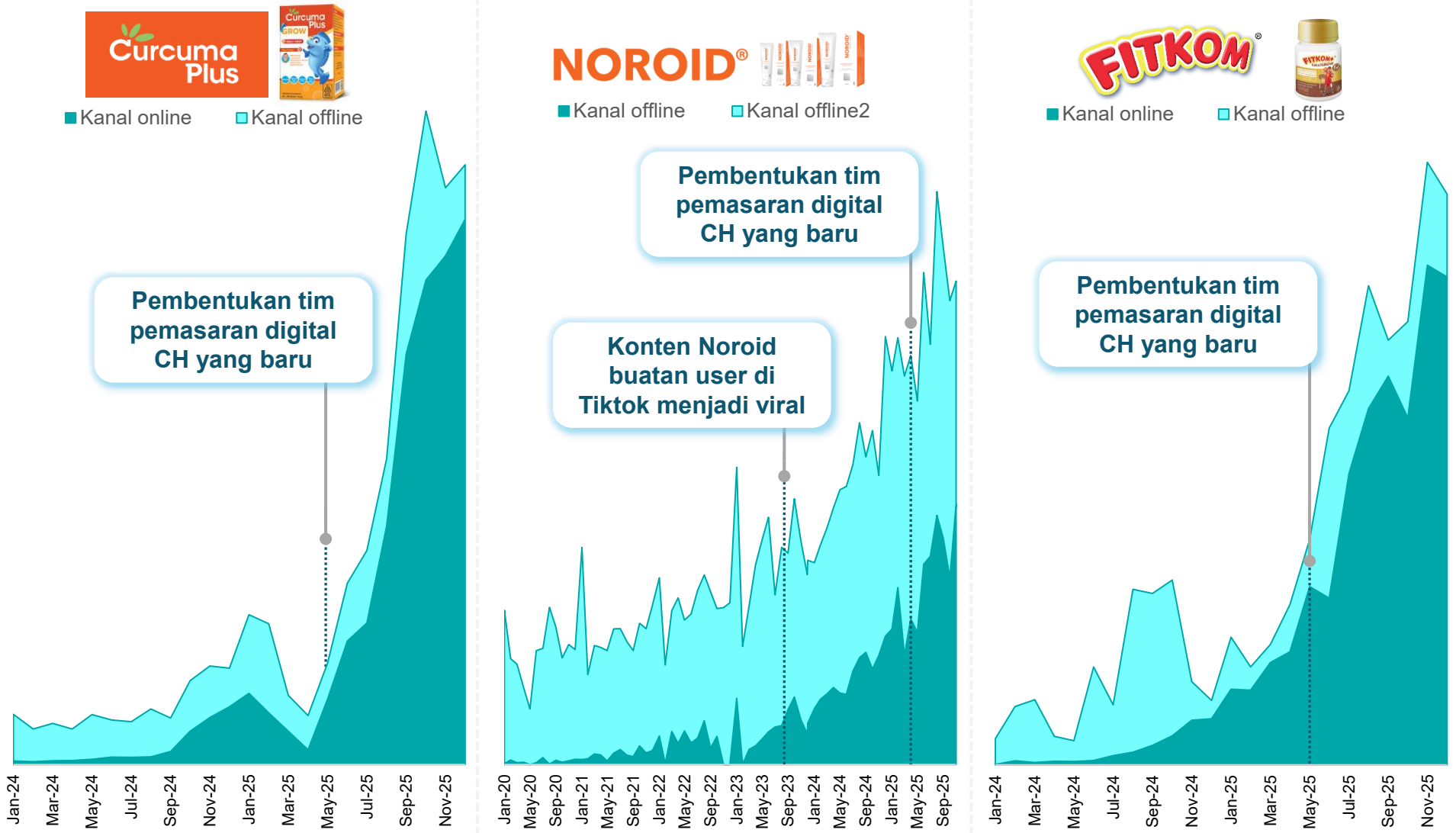
- Penjualan bulanan **online** Des-25 sebesar **2,6x** dari penjualan bulanan rata-rata Q1 2024
- Penjualan bulanan **offline** Des-25 sebesar **2,3x** dari penjualan bulanan rata-rata Q1 2024



Penjualan[1] Asthin rata-rata berdasarkan kanal

Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] Total penjualan merek

B **Studi kasus yang terbukti** dengan Curcuma Plus, Noroid, dan Fitkom menggambarkan **rekam jejak** SOHO dalam menjalankan strategi pemasaran O2O



Penjualan[1] rata-rata berdasarkan kanal

Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] Grafik Curcuma Plus dan Fitkom mengacu pada penjualan Curcuma Plus Grow Tab dan Fitkom Calcigrow, sedangkan grafik Noroid mengacu pada total penjualan merek chart

C **Fokus Pengembangan Bisnis yang Terarah**, diperkuat dengan **pemanfaatan data** dan **wawasan mitra**, untuk mendorong pertumbuhan bisnis *in-licensing*

Kemampuan pengembangan bisnis yang berkelanjutan untuk mendorong *deal flow* hingga 2026 dan momentum pertumbuhan bisnis hingga 2028/29

2024-2025

20

produk telah ditandatangani

2026

18+

produk diharapkan akan ditandatangani[1]

1 **Indentifikasi molekul berbasis data** oleh wawasan PPG and mitra Alliance



2 Peluncuran inovatif di pasar dengan akselerasi skala yang cepat

3 Meningkatkan kepercayaan mitra dan *deal flow*

Eksekusi berbasis informasi milik sendiri dan hubungan menciptakan siklus berkelanjutan dari kepercayaan mitra, *deal flow*, dan pertumbuhan yang terukur

Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] 3 produk ditandatangani YTD

D Menangkap ***low hanging wins*** untuk mengoptimalkan platform Distribusi guna meningkatkan **efektivitas** dan **laba secara keseluruhan**

Terus meningkatkan skala dan menyempurnakan PPGOS	• Mengembangkan **PPGOS sebagai kapabilitas inti** untuk memperkuat **loyalitas pelanggan**, meningkatkan **kualitas & frekuensi pemesanan**, serta mendorong **efisiensi** distribusi
Menyeimbangkan kembali portofolio prinsipal ke arah kemitraan dengan margin yang lebih tinggi	• Memprioritaskan prinsipal dengan **margin yang menarik**, **model ekonomi yang berkelanjutan**, dan **kebutuhan modal kerja yang terkendali**, sekaligus meningkatkan pangsa pasar dari prinsipal eksisting
Meningkatkan efisiensi modal kerja	• **Mengoptimalkan modal kerja** melalui perencanaan permintaan yang lebih baik, pengelolaan bauran portofolio dan pengendalian operasional yang lebih ketat
Mempertahankan skala sekaligus meningkatkan *operating leverage*	• **Meningkatkan *operating leverage* dari biaya tetap** dengan mempertahankan skala produk pihak ketiga, serta mendorong pertumbuhan produk milik SOHO

E Melanjutkan peningkatan **keunggulan operasional dan efisiensi**

Prinsip utama >

Peningkatan margin dan efisiensi biaya

sehingga menghasilkan

Peningkatan ROCE

Area fokus utama >

Jumlah karyawan

- Fokus pada organisasi yang **efisien** untuk mendukung skala bisnis dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan, dengan **mengoptimalkan produktivitas karyawan**

Biaya umum

- **Menjaga biaya umum & administrasi tetap ramping** melalui otomatisasi proses, sentralisasi *shared services,* serta adopsi TI untuk menyederhanakan pelaporan dan komunikasi

Unit economics

- **Meningkatkan profitabilitas produk** dengan mengoptimalkan pengadaan – mencari sumber baru, menegosiasikan ulang kesepakatan, dan mereformulasi ulang materi untuk dampak maksimal

Efisiensi modal

- Meningkatkan pengembalian modal dengan **memprioritaskan investasi berdampak tinggi**, **mengakselerasi penggunaan aset** dan memantau kinerja secara berkelajutan

Rekam jejak sejak manajemen bergabung pada tahun 2013 >

Jumlah karyawan telah **berkurang lebih dari setengah** di tengah bisnis yang **terus tumbuh**

Biaya umum & administrasi dari tahun 2013 sampai dengan 2025 **turun sebesar 48%**

Biaya bahan baku dan bahan kemasan telah **turun lebih dari 20%** dari tahun 2019 sampai dengan 2025

Jumlah hari modal kerja telah **berkurang lebih dari setengah**

Sumber: Informasi Perseroan

SOHO
Global Health



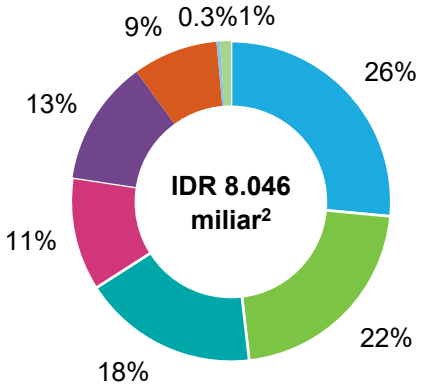
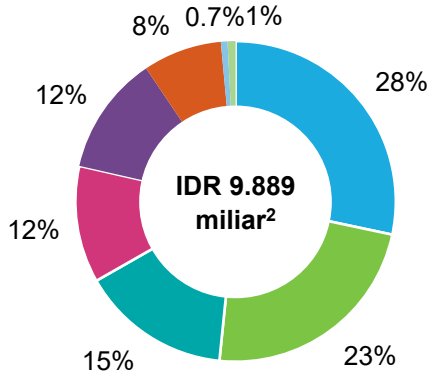
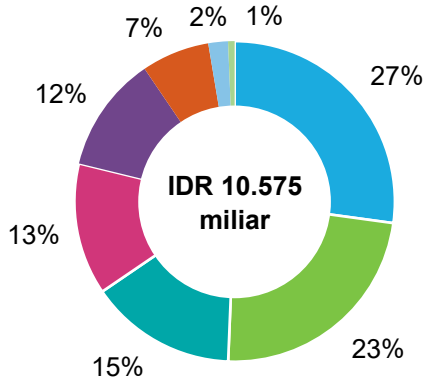
5

Lampiran (Keuangan)

Bauran pendapatan berdasarkan segmen dan kanal penjualan

Sumber pendapatan yang terdiversifikasi di berbagai segmen dan kanal penjualan menopang pertumbuhan yang stabil

Bauran pendapatan dari FY2023-25 *(IDR miliar / %)*

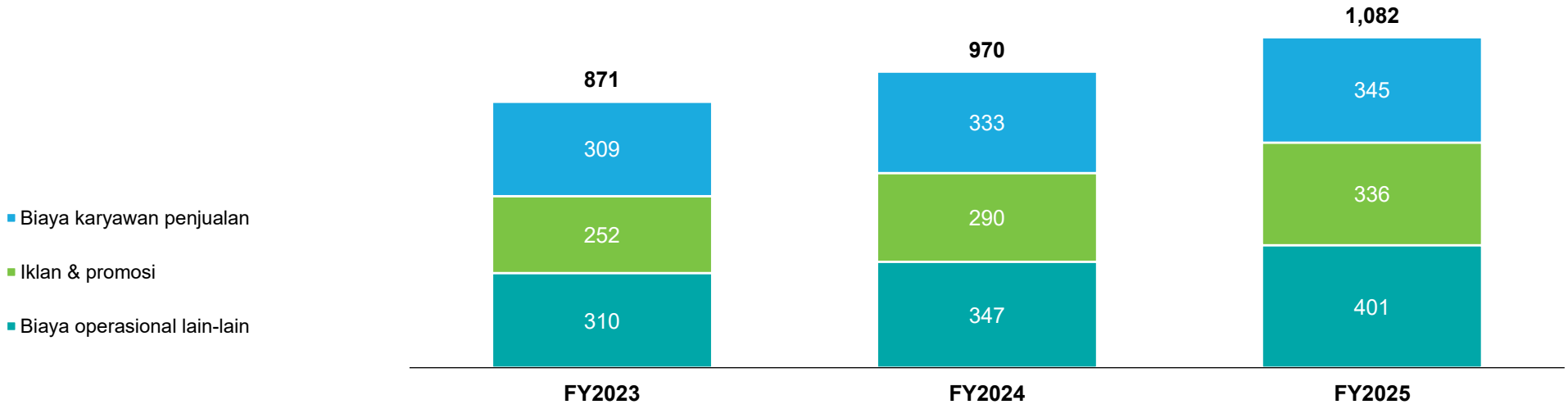
Tahun yang berakhir pada tanggal 31 Des	**FY2023**	**FY2024**	**FY2025**
Pendapatan *(IDR miliar)*	8.198	10.058	10.779
Pertumbuhan YoY *(%)*	▲12%	▲23%	▲7%
Bauran penjualan distribusi berdasarkan kanal penjualan *(%)*			

Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1]Termasuk antara lain klinik, toko optik ritel, dan toko kosmetik; [2]Tidak termasuk pendapatan sewa

Struktur biaya operasional

Struktur biaya yang berkelanjutan dan disiplin mendukung pencapaian skala ekonomi dan *operating leverage*

Rincian biaya operasional dari FY2023-25 *(IDR miliar / %)*



% terhadap pendapatan	FY2023	FY2024	FY2025
Biaya karyawan penjualan	3,8%	3,3%	3,2%
Iklan & promosi	3,1%	2,9%	3,1%
Biaya operasional lain-lain[1]	3,8%	3,4%	3,7%
Total biaya operasional	10,6%	9,6%	10,0%
Margin EBITDA	5,9%	6,2%	7,4%

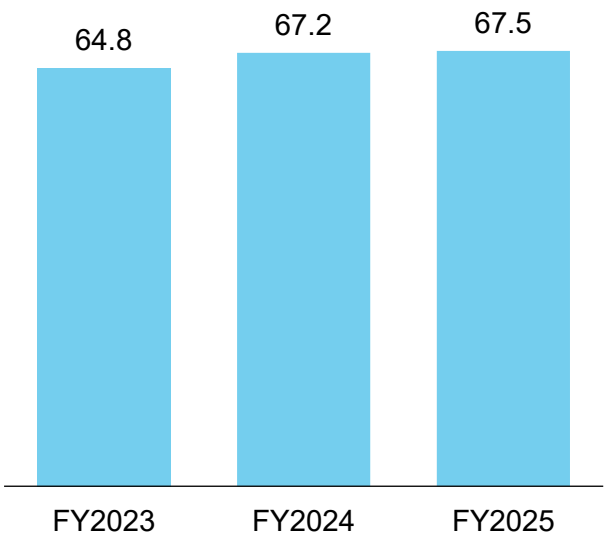
Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] Termasuk beban penjualan lain-lain, beban umum & administrasi, beban penelitian & pengembangan, dan beban operasional lain

Tinjauan modal kerja

Mengoptimalkan modal kerja dengan meningkatkan perputaran persediaan dan memperpanjang termin pemasok, yang mengimbangi kenaikan piutang serta menurunkan siklus konversi kas dari 37 hari pada tahun 2023 menjadi 24 hari pada tahun 2025

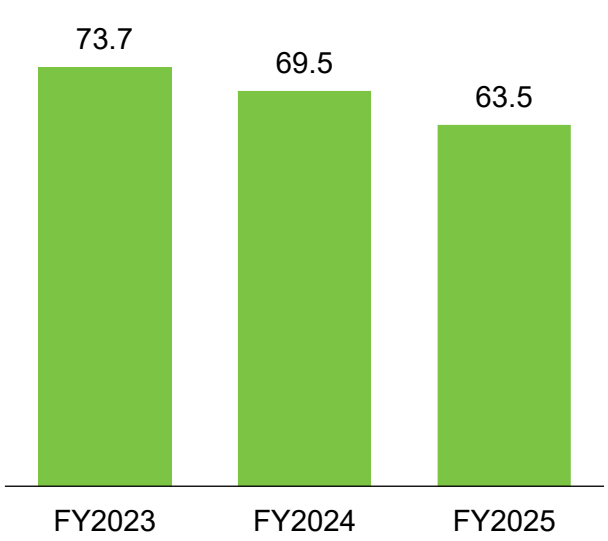
Trade receivables turnover[1] *(hari)*

Didorong oleh pertumbuhan yang kuat dalam segmen distribusi, yang terutama melayani pelanggan bisnis (apotek, rumah sakit, distributor kesehatan) yang beroperasi dengan termin kredit yang lebih panjang dibandingkan penjualan langsung ke konsumen



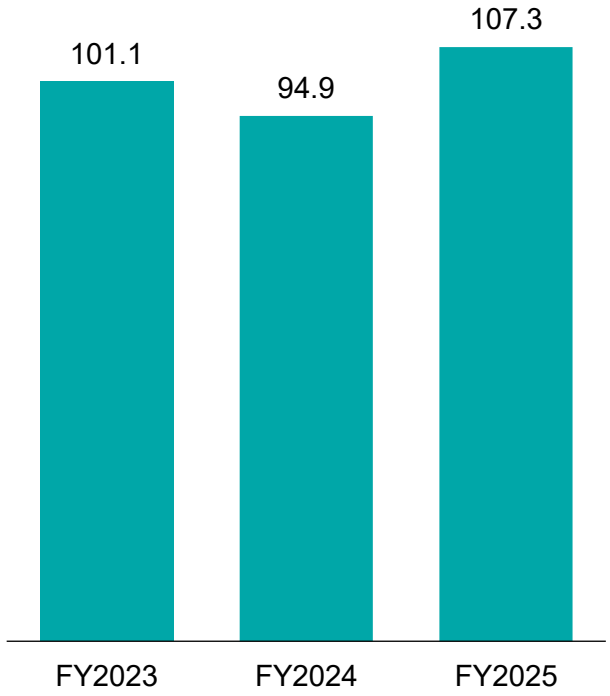
Inventory turnover[2] *(hari)*

Peningkatan *inventory turnover* mencerminkan visibilitas permintaan yang lebih kuat serta peningkatan manajemen rantai pasokan, seiring dengan optimalisasi tingkat persediaan di seluruh jejaring distribusi SOHO



Trade payables turnover[3] *(hari)*

Didorong oleh kemampuan SOHO untuk menegosiasikan termin pembayaran yang lebih menguntungkan, yang mencerminkan hubungan dengan pemasok yang lebih kuat serta daya tawar yang lebih tinggi

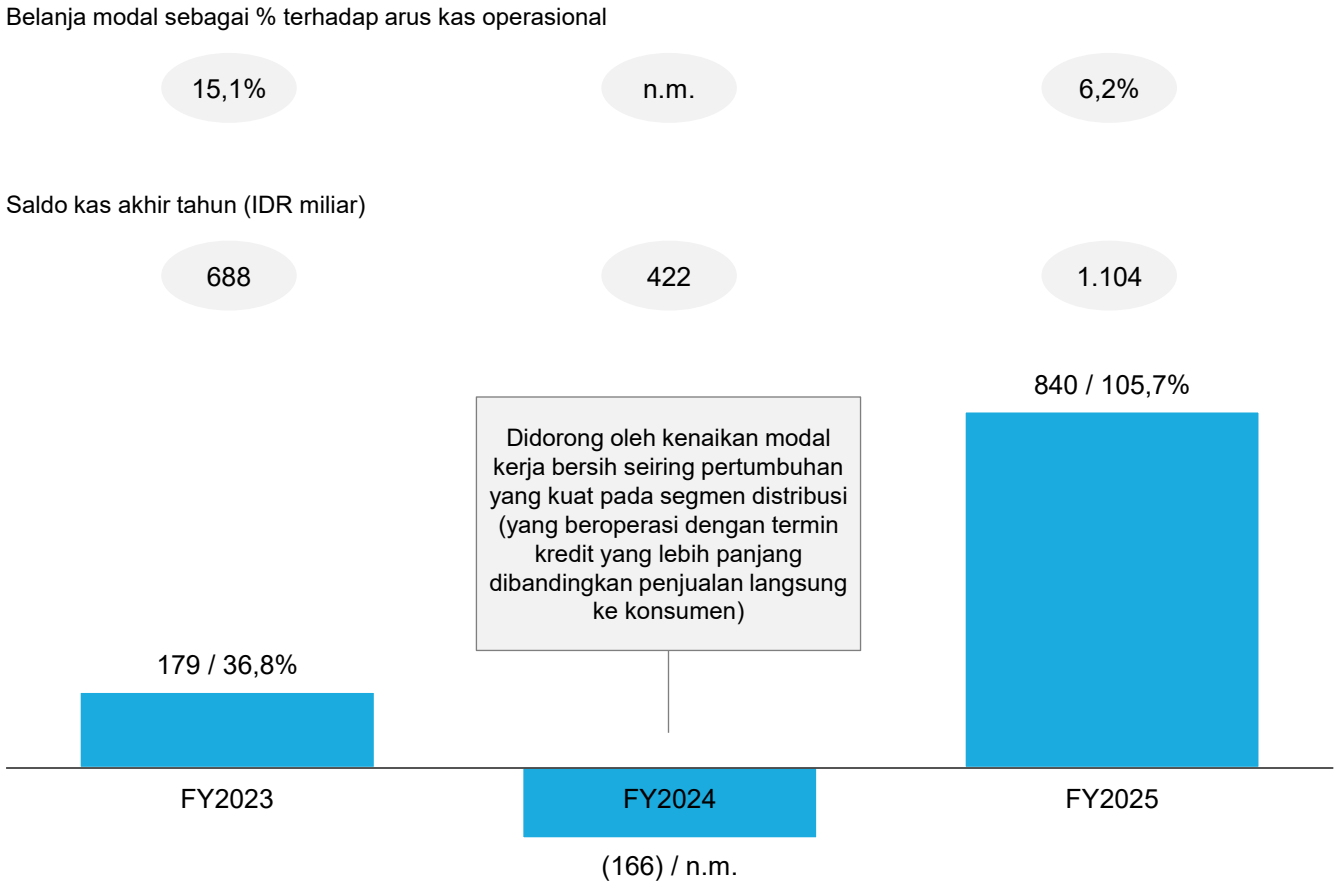


Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] Mengacu pada piutang usaha sebagai proporsi terhadap pendapatan bersih, dibagi 365; [2] Mengacu pada persediaan sebagai proporsi terhadap beban pokok pendapatan, dibagi 365; [3] Mengacu pada utang usaha sebagai proporsi terhadap beban pokok pendapatan, dibagi 365

Arus kas bebas yang solid dengan *headroom* kapasitas yang signifikan

Kemampuan menghasilkan arus kas yang kuat, didukung oleh tingkat utilisasi yang masih memberikan ruang pertumbuhan yang besar tanpa kebutuhan investasi tambahan yang signifikan

Free cash flow[1] *(IDR miliar/ Tingkat konversi*[2] *%)*



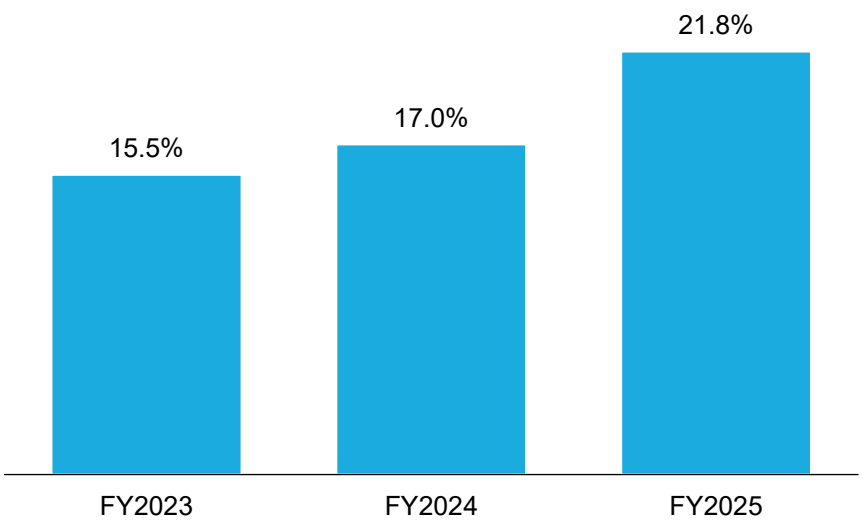
- Model operasional *asset-light* mendukung kebutuhan reinvestasi yang rendah, dengan belanja modal yang tetap rendah sebagai proporsi arus kas operasional, yang menunjukkan ruang pertumbuhan yang luas tanpa kebutuhan modal yang signifikan
- Konversi *free cash flow* yang kuat, didorong oleh belanja modal yang disiplin dan pengelolaan modal kerja yang efektif, mengonversi laba menjadi kas dengan tingkat kepastian yang tinggi
- Kemampuan untuk menghasilkan kas yang kuat memberikan fleksibilitas keuangan, dan mendukung imbal hasil bagi pemegang saham tanpa ketergantungan pada pendanaan eksternal. Dividen kas yang dibayarkan pada periode FY2023-25 masing-masing sebesar ~IDR400miliar, ~IDR150miliar, and ~IDR300miliar

Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1] Mengacu pada arus kas operasional setelah dikurangi belanja modal (meliputi pembelian aset tetap, aset takberwujud, dan aset hak-guna); [2] Mengacu pada *free cash flow* sebagai persentase terhadap EBITDA

Analisa *return* pemegang saham

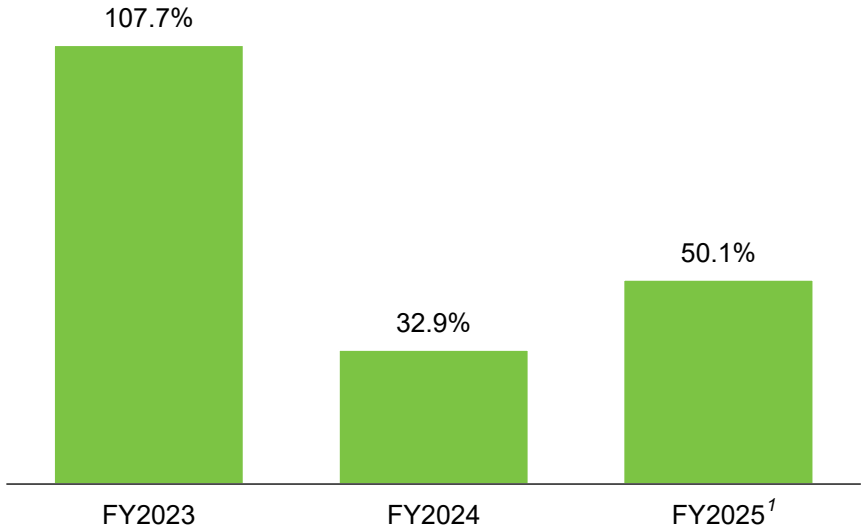
Return pemegang saham yang menarik dengan didukung oleh *return on equity* dan pembayaran dividen yang disiplin

Return on equity*[1] *(%)



- Konsisten membukukan ROE yang kuat, mencerminkan penggunaan modal yang efisien dan profitabilitas fundamental yang solid
- Tren pertumbuhan yang jelas, mencerminkan peningkatan kualitas laba dan efisiensi modal

Dividend payout ratio*[2] *(%)



- Rasio pembayaran dividen yang disiplin dan berkelanjutan
- Rasio dividen menurun menjadi ~30-50% di FY2024-25 setelah pembayaran *one-off* sebesar +100% di FY2023

Sumber: Informasi Perseroan
Catatan: [1]Menggambarkan laba bersih sebagai persentas terhadap ekuitas pada akhir tahun buku; [2]Menggambarkan pembayaran dividen kas sebagai persentase terhadap laba bersih untuk tahun berjalan

Laporan laba rugi historis

Laporan laba rugi dari tahun 2023 - 2025

Tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember, dalam jutaan IDR	**2023**	**2024**	**2025**
Pendapatan	8.197.755	10.057.938	10.779.187
Beban pokok pendapatan	(6.888.399)	(8.517.100)	(8.974.751)
Laba Bruto	**1.309.356**	**1.540.838**	**1.804.435**
Beban penjualan	(714.610)	(789.224)	(881.840)
Beban umum dan administrasi	(133.011)	(153.912)	(150.124)
Beban penelitian dan pengembangan	(22.606)	(25.492)	(28.063)
Pendapatan lainnya	13.861	12.560	6.412
Beban lainnya	(14.320)	(13.523)	(28.805)
Laba Usaha	**438.670**	**571.247**	**722.014**
Laba penjualan aset tidak lancer lainnya	-	-	29.093
Pendapatan keuangan	26.425	18.365	21.203
Beban keuangan	(1.699)	(1.574)	(447)
Laba Sebelum Pajak Penghasilan Badan	**463.396**	**588.038**	**771.862**
Beban pajak penghasilan badan	(92.055)	(125.387)	(171.543)
Laba Neto Tahun Berjalan	**371.341**	**462.651**	**600.319**
Pengukuran kembali atas liabilitas imbalan kerja karyawan	(12)	7.393	(14.931)
Pajak penghasilan terkait	2	(1.626)	3.285
Total Penghasilan Komprehensif Tahun Berjalan	**371.331**	**468.418**	**588.673**

Sumber: Informasi Perseroan

Laporan posisi keuangan historis

Posisi keuangan pada akhir tahun 2023 - 2025

Tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember, dalam jutaan IDR	**2023**	**2024**	**2025**
Kas dan setara kas	688.466	422.446	1.104.126
Piutang usaha – pihak ketiga, neto	1.456.108	1.851.763	1.987.071
Piutang lain-lain – pihak ketiga, neto	236.975	293.847	319.808
Piutang lain-laing – pihak berelasi	709	258	-
Persediaan, neto	1.390.854	1.622.682	1.562.326
Pajak dibayar di muka	151.715	444.459	520.666
Uang muka	10.986	8.249	16.735
Biaya dibayar di muka	3.075	5.522	4.012
Aset keuangan lancar lainnya, neto	201.131	100.131	-
Total Aset Lancar	**4.140.019**	**4.749.357**	**5.514.743**
Uang muka pembelian aset tetap	8.087	3.490	2.804
Uang muka pembelian aset takberwujud	507	1.280	200
Uang muka aset hak-guna	7.863	49.734	41.893
Piutang kepada pihak berelasi	9.000	5.000	-
Taksiran pengembalian pajak	755	998	-
Aset kuangan tidak lancar lainnya, neto	3.919	3.919	2.872
Aset tetap, neto	384.300	402.386	400.358
Aset hak-guna, neto	52.434	51.153	54.499
Aset pajak tangguhan	117.617	126.798	123.982
Aset takberwujud	19.724	14.741	13.913
Aset tidak lancar lainnya	2.735	3.167	2.223
Total Aset Tidak Lancar	**606.941**	**662.666**	**642.744**
Total Aset	**4.746.960**	**5.412.023**	**6.157.487**

Sumber: Informasi Perseroan

Laporan posisi keuangan historis (lanjutan)

Posisi keuangan pada akhir tahun 2023 - 2025

Tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember, dalam jutaan IDR	**2023**	**2024**	**2025**
Kas dan setara kas	688.466	422.446	1.104.126
Piutang usaha – pihak ketiga, neto	1.456.108	1.851.763	1.987.071
Piutang lain-lain – pihak ketiga, neto	236.975	293.847	319.808
Piutang lain-laing – pihak berelasi	709	258	-
Persediaan, neto	1.390.854	1.622.682	1.562.326
Pajak dibayar di muka	151.715	444.459	520.666
Uang muka	10.986	8.249	16.735
Biaya dibayar di muka	3.075	5.522	4.012
Aset keuangan lancar lainnya, neto	201.131	100.131	-
Total Aset Lancar	**4.140.019**	**4.749.357**	**5.514.743**
Uang muka pembelian aset tetap	8.087	3.490	2.804
Uang muka pembelian aset takberwujud	507	1.280	200
Uang muka aset hak-guna	7.863	49.734	41.893
Piutang kepada pihak berelasi	9.000	5.000	-
Taksiran pengembalian pajak	755	998	-
Aset kuangan tidak lancar lainnya, neto	3.919	3.919	2.872
Aset tetap, neto	384.300	402.386	400.358
Aset hak-guna, neto	52.434	51.153	54.499
Aset pajak tangguhan	117.617	126.798	123.982
Aset takberwujud	19.724	14.741	13.913
Aset tidak lancar lainnya	2.735	3.167	2.223
Total Aset Tidak Lancar	**606.941**	**662.666**	**642.744**
Total Aset	**4.746.960**	**5.412.023**	**6.157.487**

Sumber: Informasi Perseroan

Laporan arus kas historis

Laporan arus kas dari tahun 2023 - 2025

Periode 12 bulan yang berakhir pada 31 Desember, dalam jutaan IDR	**2023**	**2024**	**2025**
Penerimaan kas dari pelanggan	7.952.799	9.662.283	10.643.879
Pembayaran kas kepada pemasok	(6.834.051)	(8.442.528)	(8.489.447)
Pembayaran kas untuk gaji, upah dan kesejahteraan karyawan	(393.705)	(413.287)	(428.529)
Pembayaran kas – Beban usaha	(728.298)	(1.040.537)	(1.062.227)
Pembayaran kas – Beban pajak	(37.362)	(25.277)	(50.514)
Penerimaan (Pengeluaran) kas dari kegiatan usaha lainnya, neto	12.805	8.246	(5.564)
Penerimaan kas dari penerimaan tagihan pengembalian pajak	238.941	140.639	288.783
Kas Neto yang Diperoleh dari (Digunakan untuk) Aktivitas Operasi	**211.129**	**(110.461)**	**896.381**
Penerimaan atas pencairan surat utang negara	-	200.000	100.000
Penerimaan atas penjualan aset keuangan tidak lancar lainya	-	-	30.140
Penerimaan pendapatan keuangan	26.425	18.817	21.460
Hasil penjualan aset tetap	1.167	916	1.521
Penerimaan kas dividen	-	294	-
Pembayaran uang muka pembelian aset tak berwujud	(507)	(790)	(200)
Perolehan aset hak guna	-	(1.223)	(12.992)
Perolehan aset takberwujud	(1.275)	(2.084)	(1.910)
Pembayaran uang muka pembelian aset tetap	(8.087)	(2.753)	(2.804)
Pembayaran uang muka aset hak-guna	(15.062)	(49.734)	-
Pembelian aset tetap	(30.664)	(51.821)	(41.062)
Perolehan surat utang negara	(204.900)	(100.350)	**-**
Kas Neto yang Diperoleh dari Aktivitas Investasi	**(232.903)**	**11.272**	**94.153**
Pembayaran dividen kas	(399.788)	(152.300)	(300.793)
Pembayaran liabilitas sewa	(15.803)	(18.531)	(13.061)
Peningkatan (penurunan) piutang dari pihak berelasi, neto	(1.000)	4.000	5.000
Kas Neto yang Digunakan untuk Aktivitas Pendanaan	**(416.591)**	**(166.831)**	**(308.854)**
Kenaikan (Penurunan) Neto Kas dan Setara Kas	(438.365)	(266.020)	681.680
Kas dan Setara Kas Awal Tahun	1.126.831	688.466	**422.446**
Kas dan Setara Kas Akhir Tahun	**688.466**	**422.446**	**1.104.126**

Sumber: Informasi Perseroan