



SIDOMUNCUL

PAPARAN PUBLIK

Periode Enam Bulan Yang Berakhir
30 Juni 2024

SIDO IJ | SIDO JK





Penafian

Presentasi ini disiapkan semata-mata dan eksklusif untuk tujuan diskusi. Presentasi ini dan/atau bagian apa pun di dalamnya tidak boleh direproduksi, diungkapkan atau digunakan tanpa izin tertulis sebelumnya dari PT INDUSTRI JAMU DAN FARMASI SIDO MUNCUL TBK (SIDO atau Perusahaan).

Presentasi ini, serta diskusi-diskusi yang timbul darinya, dapat berisi pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan ekspektasi dan/atau proyeksi masa depan Perseroan oleh tim manajemennya, sehubungan dengan Perusahaan. Pernyataan-pernyataan ini umumnya diidentifikasi dengan kata-kata berwawasan ke depan seperti “percaya”, “mengharapkan”, “mungkin”, “akan”, “merencanakan”, “memperkirakan”, “mengantisipasi”, atau kata-kata serupa lainnya. Pernyataan-pernyataan ini disajikan berdasarkan asumsi-asumsi terkini yang diyakini oleh tim manajemen perusahaan adalah wajar dan dianggap benar berdasarkan data yang tersedia pada saat dibuat, berdasarkan asumsi-asumsi mengenai strategi bisnis Perusahaan saat ini dan masa depan, dan tunduk pada faktor-faktor tertentu yang dapat menyebabkan sebagian atau seluruh asumsi tidak terjadi atau menyebabkan hasil aktual berbeda secara signifikan dari proyeksi. Setiap dan semua pernyataan berwawasan ke depan yang dibuat oleh Perusahaan atau siapa pun yang bertindak atas namanya dianggap memenuhi syarat secara keseluruhan berdasarkan pernyataan peringatan ini.

Presentasi ini semata-mata untuk tujuan informasi dan sama sekali tidak boleh ditafsirkan sebagai ajakan atau penawaran untuk membeli atau menjual sekuritas atau instrumen keuangan terkait Perusahaan.



Produsen produk herbal dan suplemen terbesar dan termodern di Indonesia

Posisi yang Kuat & Mapan di Indonesia



Kehadiran dan kultur yang kuat dengan lebih dari 70 tahun pengalaman



Dikonsumsi oleh semua kalangan dan lapisan konsumen (jenis kelamin, usia, dan kelompok pendapatan)



122 jaringan distribusi di seluruh Indonesia



Memiliki lebih dari 4.500 karyawan

Keuangan yang Solid & Tangguh



Kapitalisasi Pasar: Rp 21,5 T
(terdaftar di bursa sejak 2013)
Penjualan 2023: Rp 3,57 T
Laba Bersih 2023: Rp 950,65 M



Pertumbuhan 2019-2023
Penjualan : +3.8%/th
Laba Bersih: +5.6%/th



Tahun 2023
Marjin Laba Bruto: 57%
Marjin Laba Usaha: 33%
Marjin Laba Bersih: 27%
Pengembalian Aset: 24%
Pengembalian Modal: 28%



Rasio pembayaran dividen yang stabil dan tinggi (rata-rata >90%) serta posisi neraca tanpa pinjaman

Berbagai Pencapaian & Penghargaan



Deloitte – Indonesia's Best Managed Companies (2023)



Penghargaan *Resilience and Sustainable Industry* dari Kementerian Perindustrian



PROPER EMAS dari Kementerian Lingkungan Hidup Dan Kehutanan

Indeks

- MSCI Emerging Market Small Cap
- LQ45
- IDX ESG Leaders
- IDX Growth 30
- IDX Quality 30
- IDX Sharia Growth
- SRI-Kehati Index dan lainnya





Tim manajemen berpengalaman dengan rekam jejak yang terbukti dalam bisnis dan industri

Dewan Komisaris



Jonatha Sofjan Hidayat

Presiden Komisaris

>40 tahun pengalaman di bisnis herbal



Johan Hidayat

Komisaris

>40 tahun pengalaman di bisnis herbal



Sigit Hartojo Hadi Santoso

Komisaris

>40 tahun pengalaman di bisnis herbal



Venancia Sri Indrijati

Komisaris

>40 tahun pengalaman di bidang keuangan, akuntansi & audit



Prof. Lindawati Gani

Komisaris Independen

>35 tahun pengalaman dalam keuangan, akuntansi & audit. Juga menjabat sebagai komite audit di beberapa perusahaan publik Indonesia



Dr. M. Adib Khumaidi Sp.OT

Komisaris Independen

>25 tahun sebagai dokter dan Spesialis Ortopedi Traumatologi. Juga menjabat sebagai Ketua Umum Ikatan Dokter Indonesia (IDI)

Dewan Direksi



David Hidayat

Presiden Direktur

>35 tahun pengalaman di bisnis herbal, dengan keahlian dalam operasional



Irwan Hidayat

Direktur

>40 tahun pengalaman di bisnis herbal, dengan keahlian dalam pemasaran



Budiyanto

Direktur

>25 tahun pengalaman di keuangan, akuntansi dan audit di beberapa perusahaan terkemuka



Darmadji Sidik

Direktur

>25 tahun pengalaman di penjualan dan logistik di perusahaan konsumen terkemuka

Rangkaian produk lengkap dengan ekuitas merek yang kuat dan telah menjadi *top of mind* di kalangan konsumen Indonesia

Lebih Dari 300 SKU
Inovasi Ilmiah dan Berbasis Konsumen

Herbal dan Suplemen

59% dari Penjualan



- "JAMU" yang dimodernisasi, menggunakan beragam ramuan serta tanaman obat alami Indonesia, dengan khasiat yang telah terbukti dan memiliki sejarah yang panjang.
- Suplemen berbasis herbal untuk memenuhi gaya hidup modern konsumen Indonesia.

Makanan dan Minuman

38% dari Penjualan



- Pelopor minuman energi dengan rasa buah di Indonesia, tidak hanya sebagai penambah energi namun juga minuman yang menyegarkan.
- Beragam minuman dan permen berbasis herbal, bermanfaat memelihara kesehatan, termasuk minuman berbahan dasar vitamin C dan jahe.

Farmasi

3% dari Penjualan



- Berbagai produk obat bebas serta produk kesehatan konsumen (~60% kontribusi), dan obat resep (~40% kontribusi).



Fasilitas produksi yang modern serta jaringan distribusi yang luas di dalam dan luar negeri



- Fasilitas produksi terbaik di kelasnya dengan sertifikasi tingkat farmasi serta dilengkapi dengan teknologi produksi yang canggih dan termutakhir.
- Fasilitas produksi utama berlokasi di Klepu, Jawa Tengah, di atas lahan seluas 38 ha, memproduksi seluruh produk Herbal & Suplemen serta Makanan & Minuman.
- Pengoperasian komersial fasilitas produksi baru untuk minuman siap saji (RTD) pada akhir tahun 2022.

Jaringan distribusi yang luas di seluruh Indonesia, dengan 122 sub-distributor dan akses ke >160.000 grosir & pengecer.

Fokus perluasan pasar ekspor ke Malaysia, Filipina dan Nigeria. Kehadiran langsung di lapangan melalui kantor cabang di Filipina dan anak perusahaan di Nigeria.



Asli Indonesia untuk Dunia





Komitmen teguh terhadap keberlanjutan



Pelestarian Lingkungan

Meminimalkan dampak lingkungan dari operasional perusahaan

- Pembaharuan teknologi/mesin untuk menghemat energi dan mengurangi emisi
- Sumur resapan untuk konservasi air
- Pemanfaatan energi terbarukan: panel surya & biomassa dari ampas jamu
- Sertifikasi Sistem Manajemen Lingkungan ISO 14001



Bisnis Inklusif

Mendukung masuknya petani dalam rantai pasokan kami dan berkontribusi pada pembangunan sosial-ekonomi masyarakat sekitar

- Program kemitraan petani
- Pengembangan masyarakat: Desa Rempah, Desa Wisata Buah, Desa Inspirasi Padi dll.
- Pemberdayaan perempuan: Program Mbok Jajan



Kesejahteraan Karyawan

Menjunjung tinggi hak asasi manusia dan meningkatkan kesejahteraan karyawan

- *SIDO Academy*: pelatihan dan pengembangan
- Konvensi Kegiatan Kelompok SIDO
- Sertifikasi Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja ISO 45001



Integritas Produk

Menyediakan produk berkualitas tinggi, aman dan sehat

- Sertifikasi HACCP dan Sistem Manajemen Keamanan Pangan ISO 22000
- Sertifikasi Sistem Manajemen Mutu ISO 9001



Pengadaan Berkelanjutan

Memastikan pengadaan sumber daya yang berkelanjutan dan bertanggung jawab di seluruh rantai pasokan

- Pedoman untuk pemasok yang bertanggung jawab
- Program audit pemasok
- Proyek rumah hijau



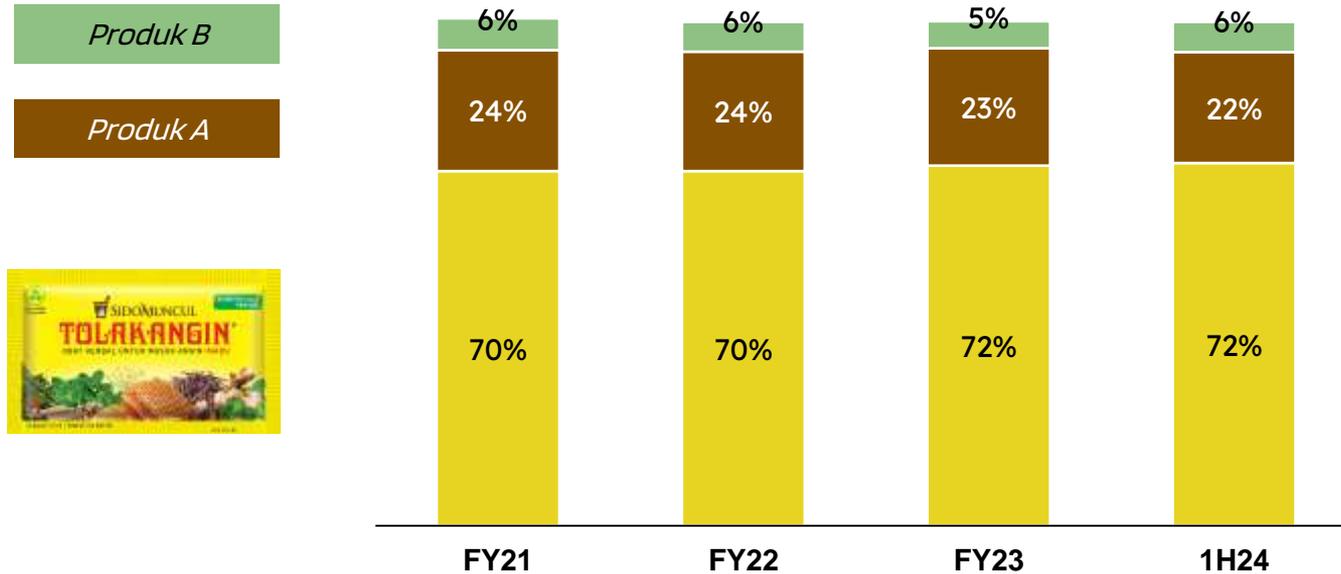
SIDOMUNCUL

Kinerja Bisnis dan Keuangan



Posisi pasar yang tak tergoyahkan sebagai produk “Masuk Angin” terdepan

“Tolak Angin tetap menjadi produk pilihan utama masyarakat Indonesia untuk pencegahan flu”





Inovasi Produk yang berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan konsumen



Tolak Angin Batuk – Formula herbal Tolak Angin dengan tambahan Thyme, Valerian, Licorice, dan Royal Jelly untuk meredakan tenggorokan gatal dan menghangatkan saluran pernapasan. Potensi pasar produk obat batuk di Indonesia diperkirakan sekitar Rp 2T*.

Sido Muncul Vitamin C 500mg – Suplemen Vitamin C harian untuk menjaga kesehatan secara umum dengan format kaplet yang lebih mudah dikonsumsi di mana saja.

Female Balance – suplemen alami yang diformulasikan untuk menjaga keseimbangan hormonal dan kesehatan wanita produktif dan aktif.

Male Balance – suplemen alami yang diformulasikan untuk meningkatkan stamina dan vitalitas pria.

Sido Muncul Jinten Hitam – ekstrak jintan hitam (nigella sativa) untuk menjaga kekebalan tubuh, anti inflamasi, dan meningkatkan kesehatan daya ingat.





Memperkuat kesadaran merek melalui pemanfaatan media sosial. Tim kami fokus untuk menarik baik audiens yang ada maupun pengikut baru melalui konten kreatif dan kolaboratif dengan komunitas serta *Key Opinion Leaders*.

1H2024 Rekap Digital



166,249,685

VIEWS/IMPRESSIONS



71,184,749

REACH



955,775

ENGAGEMENT





Bisnis Internasional tumbuh secara signifikan, didukung oleh beberapa negara fokus dengan pencapaian penjualan yang tinggi.



1-2% kontribusi ke penjualan total



4% kontribusi ke penjualan total

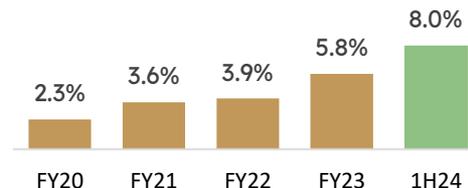


1-2% kontribusi ke penjualan total

73%
Pertumbuhan penjualan 1H24 vs 1H23

8%
Kontribusi ke total penjualan

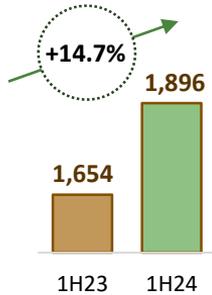
Kontribusi Penjualan Ekspor (%)



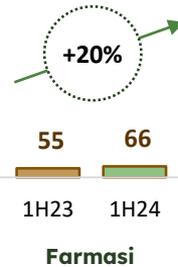
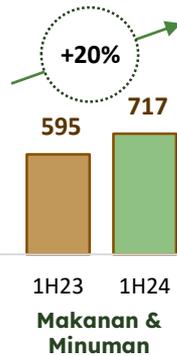
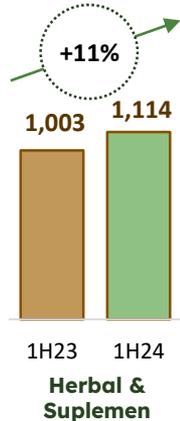


Penjualan per Segmen (Rp Miliar)

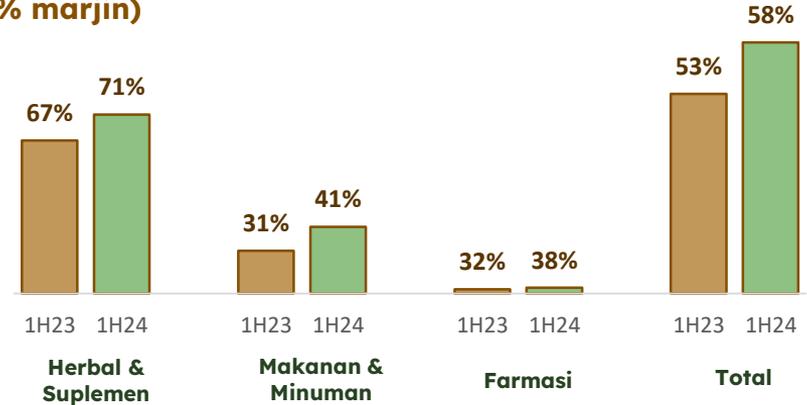
Penjualan Total



- **Penjualan total** meningkat dari tahun ke tahun berkat peningkatan volume di semua segmen bisnis baik di pasar domestik maupun ekspor.
- **Herbal & Suplemen** - Segmen ini mencatat pertumbuhan positif di 1H24. Hal ini sebagian besar didukung oleh pertumbuhan dua digit dari Grup Tolak Angin, Esemag dan kapsul Lunak.
- **Makanan & Minuman** - Pertumbuhan penjualan yang tinggi didorong oleh minuman energi (baik pasar domestik maupun ekspor) serta pertumbuhan penjualan minuman sehat + vitamin C.
- **Farmasi** - Kinerja terus pulih setelah kinerja yang rendah tahun lalu akibat pengujian BPOM pada obat sirup.



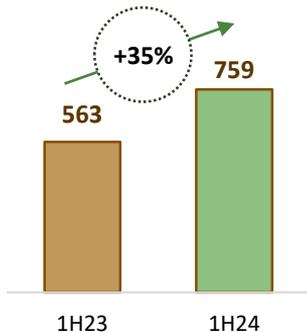
Marjin Laba Bruto per Segmen (% marjin)



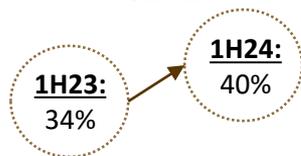
- **Marjin Laba Bruto** meningkat karena pertumbuhan beban pokok penjualan lebih rendah dari pertumbuhan penjualan, terutama disebabkan efisiensi beban produksi tidak langsung dan penurunan harga beberapa bahan baku.
- **Herbal & Suplemen** - marjin laba bruto yang lebih baik didukung oleh pertumbuhan penjualan dan volume produk dengan marjin tinggi, seperti Tolak Angin dan Esemag.
- **Makanan & Minuman** - marjin terus meningkat karena penurunan harga bahan baku (misalnya taurin, aspartam, asam sitrat, krimer dll) serta pertumbuhan volume yang tinggi.
- **Farmasi** - pertumbuhan marjin didorong oleh pemulihan penjualan dan volume.



Lab a Usaha (Rp Miliar)

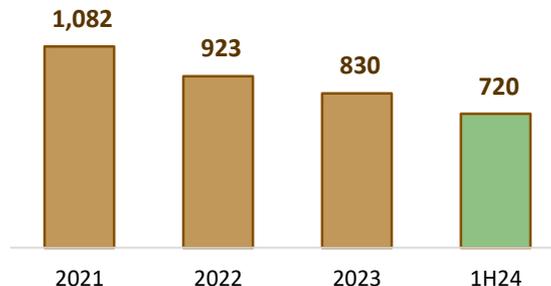


Marjin Lab a Usaha



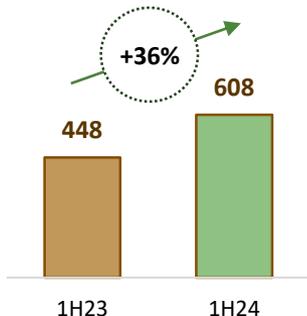
Lab a usaha yang kuat pada 1H24 terutama didukung oleh efisiensi beban usaha, terutama pada beban umum dan administrasi serta dampak dari rasio beban tetap usaha yang lebih rendah.

Kas dan Setara Kas (Rp Miliar)

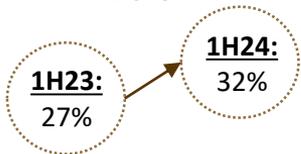


Posisi kas perusahaan tetap stabil dan sehat sebagai hasil dari pengelolaan keuangan yang kuat.

Lab a Bersih (Rp Miliar)

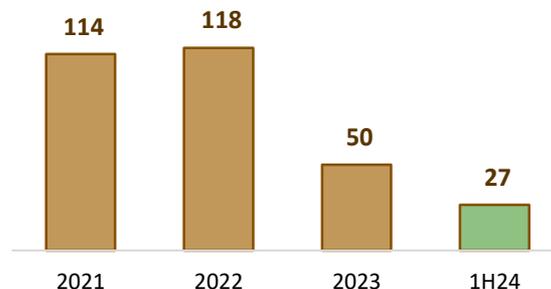


Marjin Lab a Bersih



Marjin laba bersih meningkat menjadi 32% pada 1H24 karena pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi, efisiensi beban dan risiko bisnis yang terkendali.

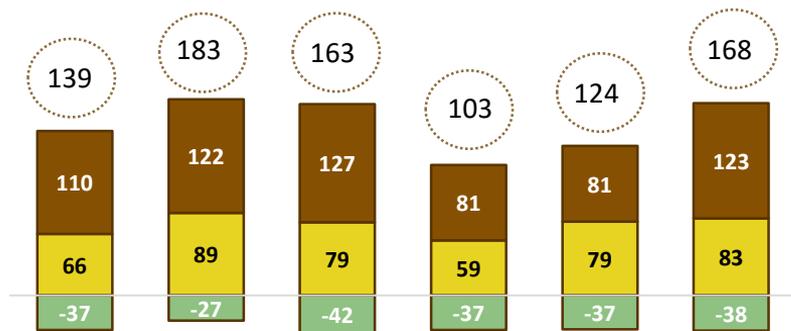
Belanja Modal (Rp Miliar)



Anggaran belanja modal untuk 2024 sebesar Rp150-200 miliar, sebagian besar untuk pemeliharaan aset.



Siklus Modal Kerja



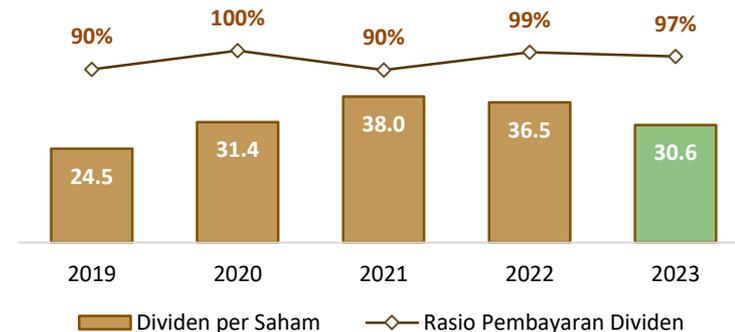
1Q23 2Q23 3Q23 4Q23 1Q24 2Q24

■ Hari Piutang ■ Hari Persediaan ■ Hari Utang ○ Siklus Modal Kerja

- Siklus Modal Kerja membaik 15 hari di 1H24 dibandingkan tahun sebelumnya, menjadi 168 hari. Peningkatan ini disebabkan oleh hari piutang yang lebih singkat dan hari utang yang lebih lama.
- Hari piutang di 2Q24 sedikit meningkat, dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan ekspor dengan jangka waktu kredit yang lebih panjang dan pengisian stok langsung ke saluran *Modern Trade*.

Dividen per Saham

(Rp | %)



- SIDO secara konsisten memberikan rasio pembayaran dividen minimal 90% setiap tahun. Hal ini mencerminkan kekuatan keuangan perusahaan, arus kas yang stabil dan komitmen manajemen untuk memberikan nilai yang substansial bagi pemegang saham.



SIDO tetap optimis dan berkomitmen untuk mencapai target bisnis melalui berbagai inisiatif dan strategi, namun tetap waspada terhadap kondisi global yang tidak menentu untuk mengelola risiko bisnis.

INISIATIF UTAMA:

Pasar Domestik:

- Terus meningkatkan kualitas saluran distribusi (outlet).
- Meningkatkan dan memperluas penetrasi produk baru, seperti Tolak Angin untuk Batuk, Esemag, Alang Sari Cool RTD.
- Penguatan media sosial untuk mendukung kesadaran produk dan merek.

Pasar Internasional:

- Memperkuat kesadaran dan distribusi produk, terutama di beberapa negara fokus
- Ekspansi pasar ke negara-negara baru (Vietnam di 2H24)
- Pengenalan produk baru ke pasar ekspor (misalnya permen)

Pengelolaan Beban:

- Memantau efektivitas belanja Iklan dan Promosi untuk meningkatkan kinerja penjualan
- Meningkatkan produktivitas karyawan dan mengurangi rasio beban tetap





SIDOMUNCUL

Terima Kasih

EMAIL:

investor.relation@sidomuncul.co.id

WEBSITE:

<https://investor.sidomuncul.co.id>

