



PAPARAN PUBLIK Periode Enam Bulan Yang Berakhir 30 Juni 2025

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)



120 jaringan distribusi di seluruh Indonesia

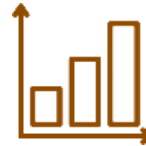


Memiliki lebih dari 4.300 karyawan

Keuangan yang Solid & Tangguh



Kapitalisasi Pasar: IDR 15 T
(terdaftar di bursa sejak 2013)
Penjualan 6M25: IDR 1,8 T
Laba Bersih 6M25: IDR 600 M



Pertumbuhan 2019-2024
Penjualan : +5,0%/th
Laba Bersih: +7,7%/th



6M25:

Marjin Laba Bruto: 57%
Marjin Laba Usaha: 41%
Marjin Laba Bersih: 33%
Pengembalian Aset: 32% (Dua belas bulan terakhir)
Pengembalian Modal: 35% (Dua belas bulan terakhir)



Rasio pembayaran dividen yang stabil dan tinggi (rata-rata >92%) serta posisi neraca tanpa pinjaman

Berbagai Pencapaian & Penghargaan



Penghargaan *Resilience and Sustainable Industry* dari Kementerian Perindustrian



PROPER EMAS dari Kementerian Lingkungan Hidup Dan Kehutanan

Indeks



KEHATI
INDONESIAN BIODIVERSITY
CONSERVATION TRUST FUND

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





Inovasi Formulasi

- ✓ Produsen herbal pertama yang memodernisasi produksi obat herbal, menciptakan merek besar yang terstandarisasi.
- ✓ Bentuk sachet cair tunggal yang inovatif dan praktis mempercepat penetrasi pasar, sekaligus memperkenalkan bentuk lain untuk memperluas basis konsumen.



Meningkatkan Pengalaman Konsumen

- ✓ Reformulasi bentuk Tolak Angin untuk secara efisien menarik dan menasar konsumen generasi muda.
- ✓ Fokus signifikan pada peningkatan pengalaman konsumen dan persepsi rasa obat herbal.
- ✓ Tolak Angin dikonsumsi oleh konsumen dari berbagai demografi.



Jaringan yang Luas untuk Akses

- ✓ Hubungan kuat dengan distributor lokal di seluruh negeri – mudah diakses bahkan di toko kelontong, serta ritel modern.
- ✓ Penetrasi cepat ke pasar global, termasuk Filipina.



Kualitas dan Sertifikasi

- ✓ Pemain herbal pertama yang memperoleh sertifikasi standar BPOM. Memungkinkan produk untuk dapat didistribusikan nasional dan dipasarkan di ritel modern.
- ✓ Termasuk segelintir obat herbal yang memperoleh sertifikasi "terbukti secara ilmiah".
- ✓ Memiliki hak kekayaan intelektual penuh sejak tahun 2018, menghasilkan peningkatan margin bruto.



Pemasaran Inovatif dan Terbukti

- ✓ Kampanye pemasaran 2015 berhasil mendidik konsumen untuk menggunakan produk sebagai langkah pencegahan sehingga meningkatkan frekuensi konsumsi.
- ✓ Penggunaan slogan menarik dengan selebriti papan atas juga meningkatkan frekuensi konsumsi produk.



Kuku Bima Ener-G! adalah pelopor minuman energi rasa buah di Indonesia

"Tampil beda dari norma industri minuman energi untuk formulasi, rasa dan warna, Kuku Bima Ener-G! merevolusi kategori ini dengan cara berpikir di luar kebiasaan"

Inovatif

Dari produk jamu berkembang ke kategori minuman energi.

Diluncurkan pada tahun 2004, **Kuku Bima Ener-G!** memperkenalkan **minuman energi bubuk dengan berbagai rasa buah** dan dengan cepat menjadi pemimpin dalam kategori minuman energi di **Indonesia**.

Ikonik

ROSA! adalah **slogan merek**, yang berarti **KUAT** dalam Bahasa Jawa, dan telah menjadi slogan ikonik.

Sebagian besar **iklan produk** mengangkat tema **pariwisata Indonesia**, untuk memperkenalkan budaya Indonesia ke konsumen.

Masa depan

Format minuman siap saji (**Ready-to-Drink**) memberikan **kenyamanan** lebih bagi segmen konsumen muda.

Ekspansi berlanjut ke pasar **international**, terutama di Malaysia dan Nigeria.



PERJALANAN MAJU DARI SEGELAS JAMU



1940

Usaha rumahan

1951

Pabrik di Mlaten
Tremgulun, Semarang.
Sido Muncul **"Impian
yang terwujud"**

1975

PT Industri Jamu
dan Farmasi Sido
Muncul

1984

Pabrik di
Lingkungan Industri
Kecil Kaligawe

2000

Meresmikan pabrik di Kab
Semarang dan menerima
sertifikat **CPOTB dan CPOB**

2010

PT Semarang Herbal
IndoPlant



2013

Penawaran Umum Perdana
saham di Bursa Efek
Indonesia 18 Desember 2013



2014

Mengakuisisi PT
Berlico Mulia
Farma



2017

Kantor cabang
pemasaran di **Filipina &
Muncul
Nigeria Limited** di
Nigeria



2018

Fasilitas produksi Cairan
obat Dalam (COD) II dengan
kapasitas produksi hingga
180 juta sachet/bulan



2022-2024

Sustainability award

- Industri Hijau "Level 5"
- Indonesia's SDGs Action Awards 2022
- PROPER Emas
- Subroto Award
- Penghargaan Keberlanjutan dari BPOM
- Paramakarya Award dari Kementerian Ketenagakerjaan

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

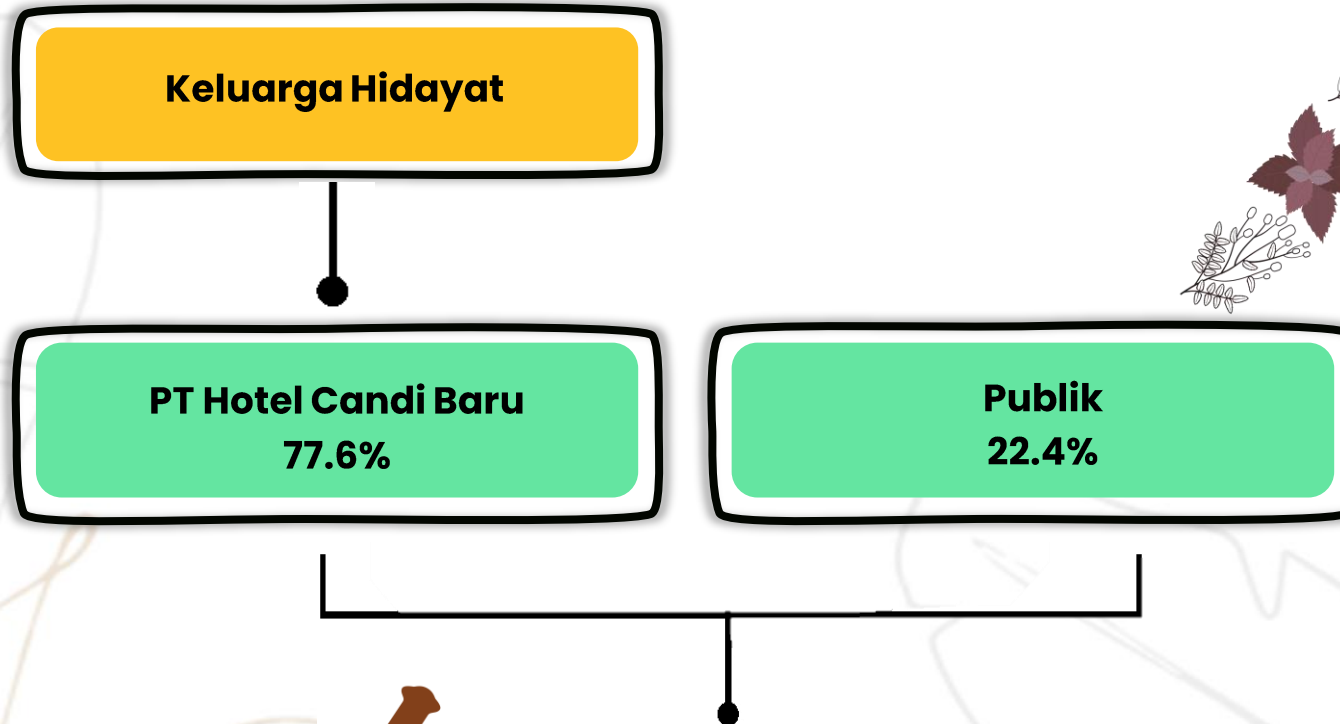


- Fasilitas produksi terbaik di kelasnya dengan sertifikasi tingkat formasi serta dilengkapi dengan teknologi produksi yang canggih dan termutakhir.
- Fasilitas produksi utama berlokasi di Klepu, Jawa Tengah, di atas lahan seluas 38 ha, memproduksi seluruh produk Herbal & Suplemen serta Makanan & Minuman.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

- Ekspansi fokus di seluruh Pulau Jawa
- Memanfaatkan pemahaman mendalam tentang selera dan referensi konsumen Jawa
- Membangun jaringan distribusi luas di seluruh Jawa, dengan 120 sub-distributor secara nasional serta akses ke lebih dari 188.000 pedagang grosir, pengecer & lebih dari 2,5 juta titik penjualan.



Komposisi Pemegang Saham



SIDOMUNCUL

PT INDUSTRI JAMU DAN FARMASI SIDO MUNCUL TBK

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

Dewan Komisaris



Jonatha Sofjan Hidajat

Presiden Komisaris

>40 tahun berpengalaman 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 strategi & pengembangan



Maria Reviani

Director

>25 tahun pengalaman di bidang 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

Komitmen teguh terhadap keberlanjutan



Pelestarian Lingkungan

Meminimalisir 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 sosio-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

- 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

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

Lebih dari 300 SKUs
Inovasi Ilmiah dan Berbasis Konsumen

Herbal & 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 & 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).

Memperkenalkan produk inovatif untuk eksplorasi serta memperluas ke pasar baru



Sido Muncul Natural Vitamin D3+K2

Mengandung Vitamin D3 800 IU dan K2, membantu memenuhi kebutuhan tubuh akan Vitamin D3 dan K2, serta membantu menjaga kesehatan tulang, sistem kardiovaskular, dan sistem imun. Tersedia dalam bentuk kapsul lunak mini yang lebih mudah ditelan dan mudah diserap.



Sido Muncul Natural Sari Daun Salam

Suplemen herbal alami dari ekstrak daun salam terstandarisasi (*Syzygium polyanthum*). Memiliki sifat anti-hiperglikemik, sehingga menjadi pilihan ideal bagi penderita diabetes maupun mereka yang ingin secara alami menjaga keseimbangan gula darah serta meredakan gejala diabetes.



Anak Sehat Susu Grape & Strawberry

Diformulasikan khusus untuk memelihara kesehatan anak-anak dalam masa pertumbuhan, meningkatkan daya tubuh anak, menyehatkan mata secara alami, dengan bahan herbal pilihan seperti Temulawak, Temu Ireng, Jahe, Kayu Legi, Wortel, Alang-Alang, dan Madu.



Sido Muncul Tentrem Teh Tarik

Diformulasikan dengan ekstrak teh pilihan oleh Sido Muncul—merek terpercaya Indonesia dalam herbal dan kesehatan tradisional—serta dipersembahkan melalui kolaborasi dengan Hotel Tentrem, simbol kemewahan dan ketenangan.

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



1-2% kontribusi ke penjualan total



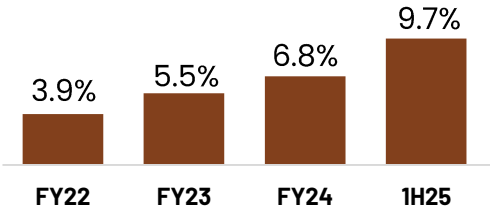
4% kontribusi ke penjualan total



1-2% kontribusi ke penjualan total



Kontribusi Penjualan Ekspor (%)



Mengoptimalkan Media Sosial untuk Menarik dan Memperluas Bisnis Pelanggan

1H25 Rekap Digital



44,315,979
VIEWS/IMPRESSIONS



34,290,584
REACH



960,014
ENGAGEMENT

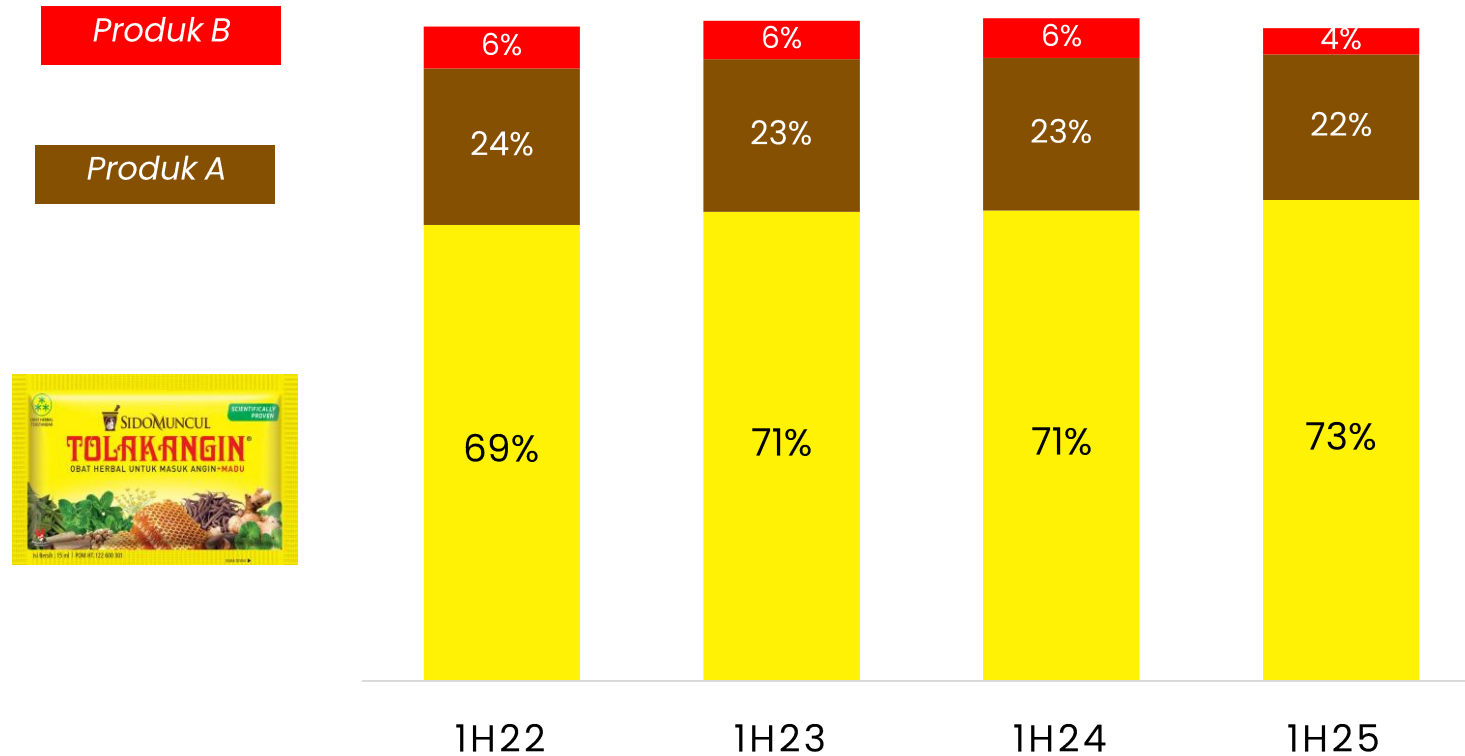


18-34
YEARS OLD





Tolak Angin: Memperkuat Kesehatan Konsumen, Menjaga kepemimpinan Pasar

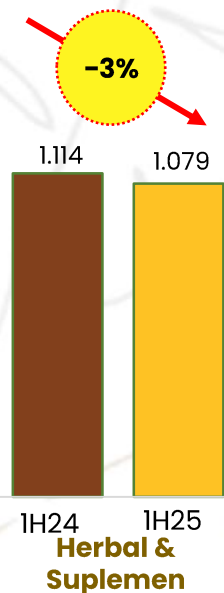
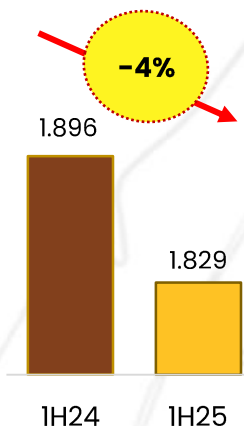


...loyalitas
konsumen
membangun
kepemimpinan
jangka panjang

Penjualan per Segmen (IDR Miliar)



Penjualan Total

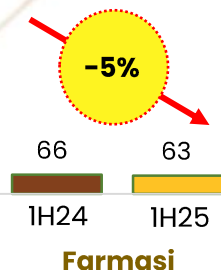
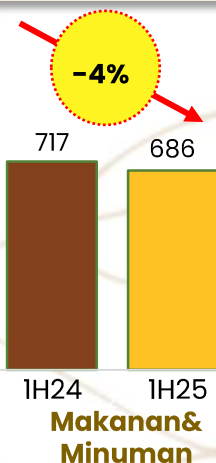


Penjualan Total – turun 4% secara tahunan, mencerminkan kehati-hatian belanja rumah tangga dan kondisi makroekonomi yang lebih ketat, namun ditopang oleh penjualan yang sehat di beberapa kategori pertumbuhan utama.

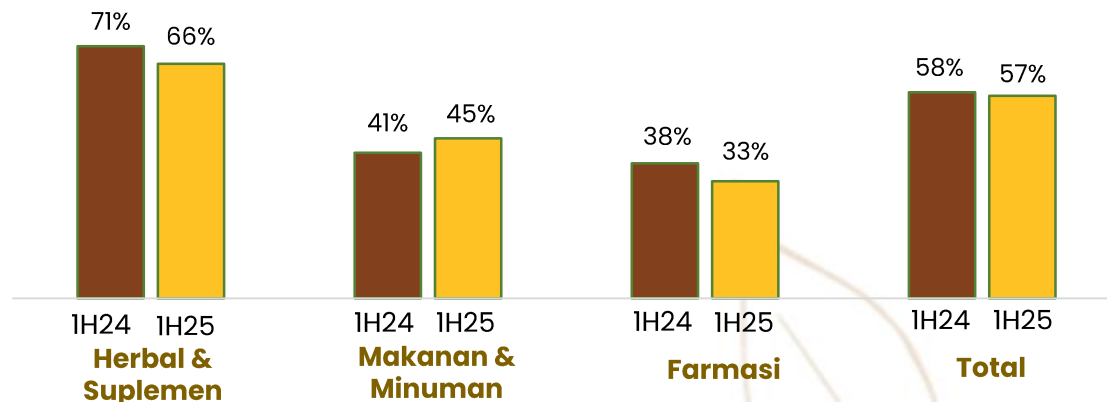
Herbal – melemah 3%, didorong oleh pelemahan sementara pada Grup Tolak Angin, diimbangi pertumbuhan kuat pada Minyak Atsiri, Esemag dan Tolak Linu.

Makanan & Minuman – turun 4%, akibat penurunan penjualan minuman energi seiring cuaca yang lebih sejuk pada 2Q25, sementara produk Susu dan Kopi tetap mencatat pertumbuhan dua digit.

Farmasi – turun 5%, terdampak oleh penyesuaian sementara produk dan pergeseran waktu terkait regulasi.



Marjin Laba Bruto per Segmen (% marjin)



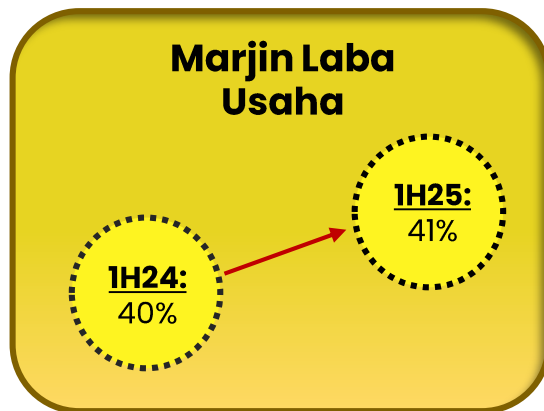
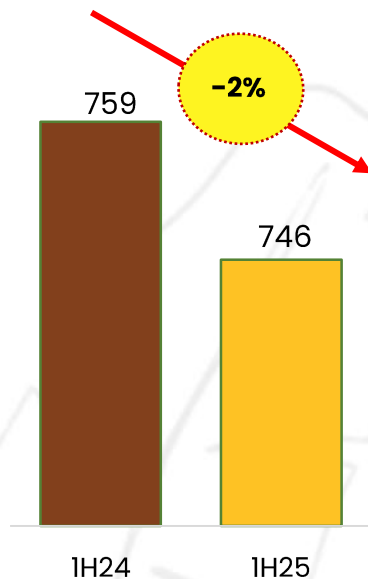
Marjin Laba Bruto bertahan solid di level 57%, sedikit turun dari 58% tahun lalu, seiring penguatan segmen makanan dan minuman yang diimbangi oleh tekanan biaya jangka pendek di segmen farmasi serta meningkatnya kontribusi produk dengan marjin rendah di segmen herbal.

Herbal – marjin melemah menjadi 66%, mencerminkan kontribusi lebih tinggi dari Minyak Atsiri yang secara struktural memiliki marjin lebih rendah.

Makanan & Minuman – marjin meningkat menjadi 45%, didukung oleh penurunan beban bahan baku utama (taurine, asam sitrat, aspartame, creamer) serta kombinasi penjualan produk yang kuat dari Kopi dan Susu.

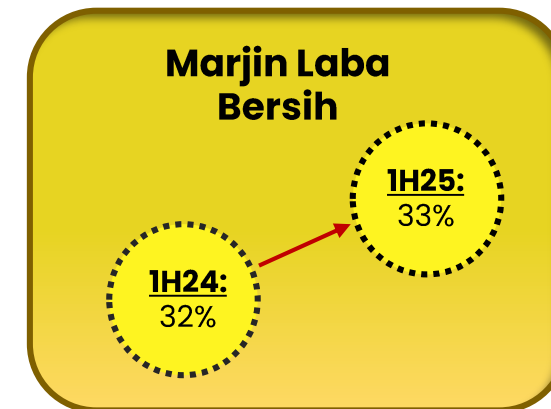
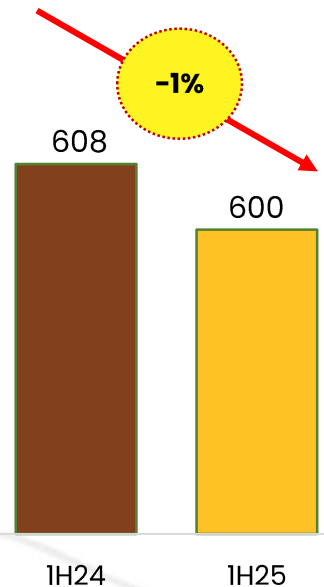
Farmasi – marjin turun menjadi 33%, terdampak kenaikan biaya bahan baku dan kemasan akibat inflasi yang dipicu oleh pergerakan nilai tukar.

Laba Usaha (IDR Miliar)



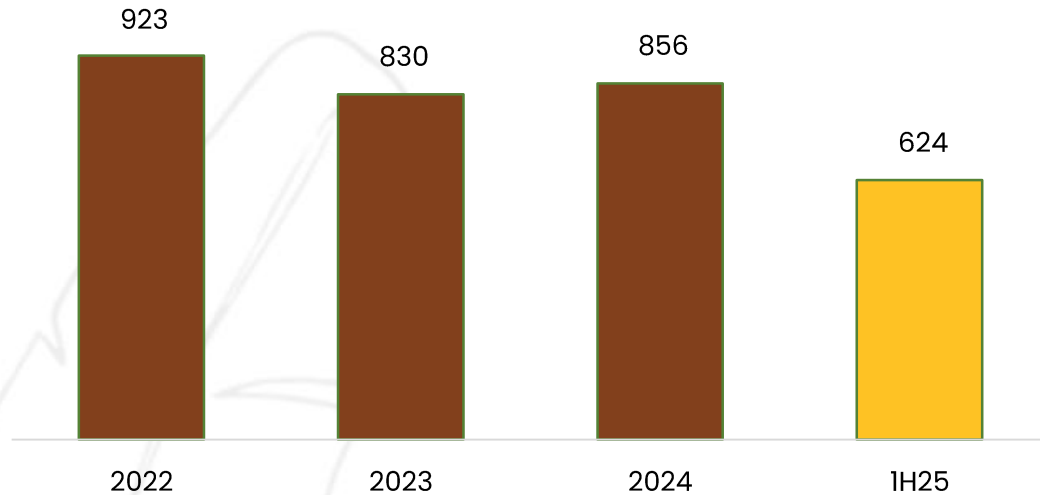
Laba Usaha melemah tipis sebesar 2%, terutama disebabkan oleh penurunan pendapatan. Meski demikian, marjin meningkat menjadi 41%, mencerminkan penurunan beban promosi seiring pergeseran kampanye ke aktivasi yang lebih terarah serta sampling secara selektif pada segmen anak muda dan perkotaan. Disiplin eksekusi juga membantu menyerap kenaikan biaya minyak atsiri dan sebagian kenaikan tenaga kerja, menunjukkan kelincahan operasional dalam lingkungan yang dinamis.

Laba Bersih (IDR Miliar)



Laba Bersih turun tipis 1% secara tahunan, didukung oleh keuntungan selisih kurs dari Naira yang lebih stabil serta beban pajak yang lebih rendah, sehingga mampu mengimbangi penurunan laba usaha. Marjin bersih meningkat menjadi 33%, menegaskan ketangguhan model bisnis kami dan kemampuan untuk terus menghasilkan laba berkualitas meskipun dalam kondisi daya beli konsumen yang berhati-hati.

Kas dan Setara Kas (IDR Miliar)

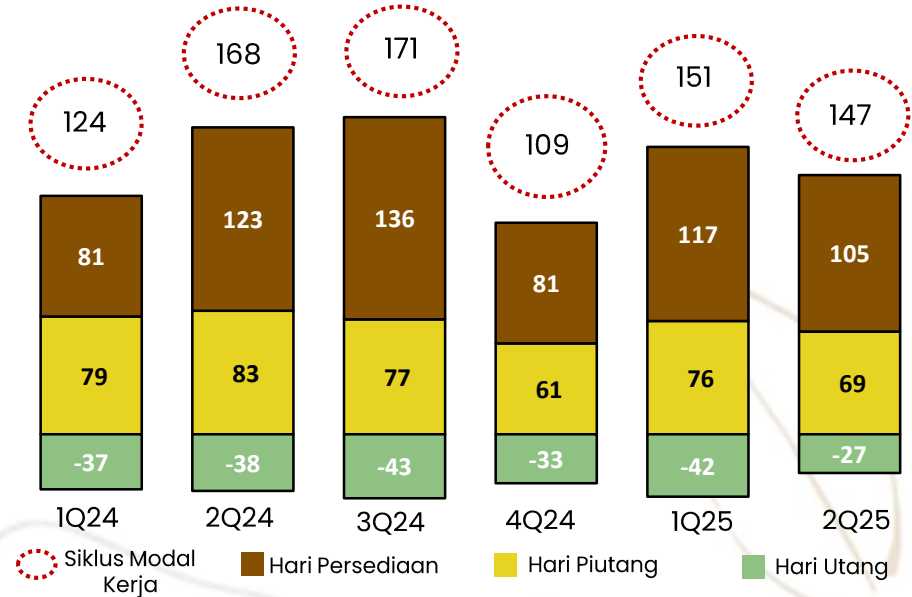


Kas dan setara kas tercatat sebesar IDR624 miliar – menunjukkan posisi likuiditas yang solid, mengingat perusahaan telah membagikan dividen final sebesar Rp 630 miliar dan melakukan pembelian saham kembali senilai Rp 116 miliar sepanjang paruh pertama tahun 2025.

Sido Muncul tetap bebas pinjaman, didukung oleh arus kas operasional yang sehat serta manajemen biaya yang efisien.



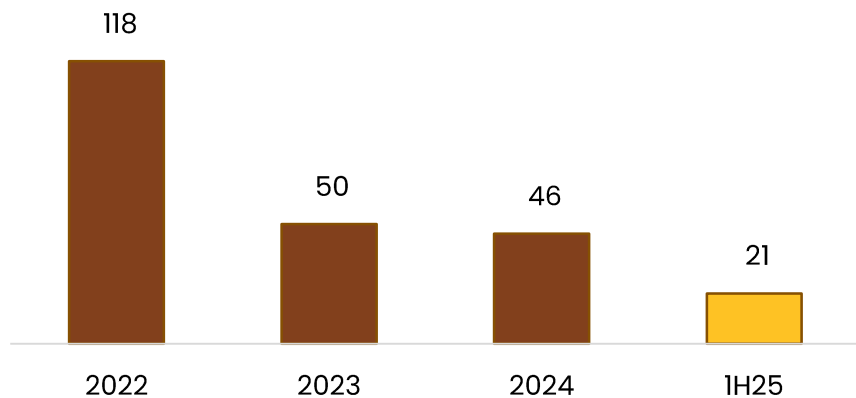
Siklus Modal Kerja



Siklus Modal kerja membaik menjadi 147 hari di 2Q25 dari 168 hari di 2Q24, didukung oleh manajemen piutang yang lebih ketat dan disiplin operasional.

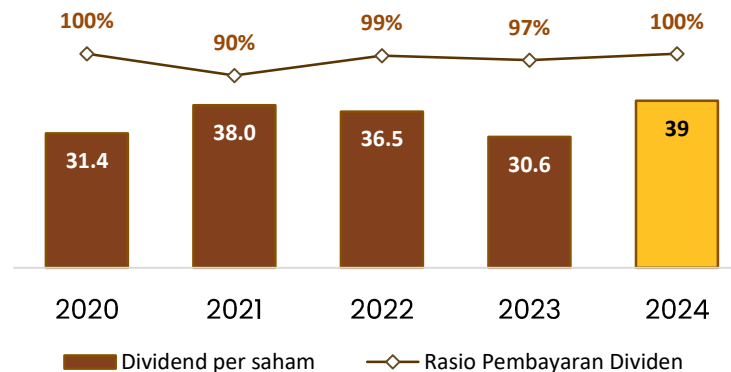
Hari Piutang menurun ke 69 hari di 2Q25 dari 76 hari di 1Q25, didukung oleh normalisasi pembayaran konsumen pasca Ramadan serta stabilisasi logistik.

Belanja Modal (IDR Miliar)



Anggaran belanja modal untuk 2025 sebesar Rp150-200 miliar, sebagian besar untuk pemeliharaan aset, menunjukkan komitmen untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja aset guna mendukung pertumbuhan masa depan dan efisiensi operasional.

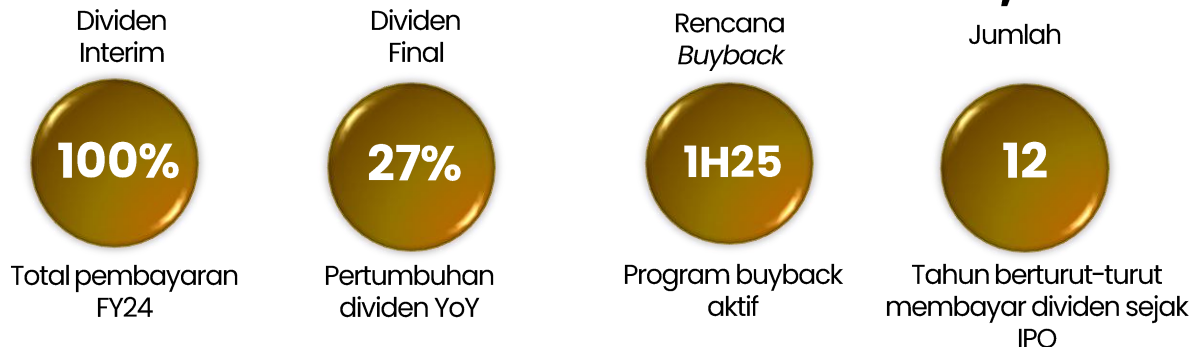
Dividen per Saham (IDR | %)



SIDO secara konsisten memberikan rasio pembayaran dividen yang tinggi, dengan rata-rata lebih dari 92% laba bersih sejak IPO. Untuk tahun buku 2024, komitmen ini diperkuat dengan membagikan dividen 100% dari laba bersih, dan tercatat sebagai nilai dividen tertinggi sejak IPO.

SIDO TERUS MENGEMBALIKAN NILAI KEPADA PEMEGANG SAHAM

Rp540M + Rp630M + Rp300M = Rp1,47T



SIDO secara efektif mengembalikan Rp1,47 triliun kepada pemegang saham melalui pembelian kembali saham dan dividen, mempertahankan strategi pengembalian yang kuat bagi pemegang saham. Pembayaran dividen telah dipertahankan selama 12 tahun berturut-turut dan meningkat 27,5% YoY untuk FY24, meskipun laba bersih hanya tumbuh 23% YoY. SIDO juga memiliki program buyback saham aktif yang berjalan hingga kuartal ketiga 2025.

Pembelian Kembali Saham



Program (21 Maret-22 Sept 2025)	Dana: Rp 300 miliar	% Saham: 1.5%	Jumlah saham: 450 juta	Harga Maksimum pembelian kembali saham : Rp760
Realisasi (1H25)	Dana: Rp 116 miliar	% Saham 0.725%	Jumlah saham: 217 juta	Harga Rata-rata pembelian kembali saham : Rp535

Optimis Namun Terkendali: Meraih Tujuan Bisnis di Tengah Ketidakpastian Global

Pasar Domestik

- Memperluas jangkauan distribusi dan memperkuat jaringan modern dan tradisional untuk jaringan lebih luas.
- Meluncurkan produk inovatif yang dirancang sesuai aspirasi Gen-Z dan milenial.
- Meningkatkan kehadiran digital melalui pemasaran agresif, kolaborasi lintas merk, dan keterlibatan KOL.

Pasar Internasional

- Memperluas Afrika dan Indochina, menargetkan negara yang memiliki pertumbuhan tinggi.
- Memperkuat kehadiran merek melalui kerjasama strategis dan pemasaran lokal yang relevan.
- Meluncurkan produk baru ke pasar ekspor untuk meningkatkan pangsa pasar di wilayah-wilayah utama.

Pengelolaan Beban

- Mengoptimalkan belanja iklan dan promosi untuk memaksimalkan penjualan.
- Meningkatkan produktivitas karyawan dan meningkatkan daya ungkit operasional.
- Mendorong efisiensi biaya di seluruh lini operasi tanpa menghambat momentum pertumbuhan.

**FY25:
Pertumbuhan Penjualan
& Laba Bersih**

>5%





SIDOMUNCUL

Terima kasih

EMAIL:
investor.relation@sidomuncul.co.id

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

