

Jakarta, 02 Juli 2026

No. 3/MIC/CORPSEC/VII/2026

Kepada Yth,
Direksi PT Bursa Efek Indonesia
Jakarta Stock Exchange Building Tower I
Jl. Jend. Sudirman Kav. 51-53
Jakarta 12190

Up : Divisi Pencatatan Sektor Jasa
Hal : Penyampaian Laporan Public Expose PT Multi Indocitra Tbk.

Dengan hormat,

Dengan ini kami sampaikan bahwa Public Expose Tahunan PT Multi Indocitra Tbk ("Perseroan") telah diselenggarakan pada tanggal 30 Juni 2026, pukul 11.00-11.50 WIB, di Kantor Pusat PT Multi Indocitra Tbk, Gedung Green Central City, Commercial Area Lantai 6, Jl. Gajah Mada No. 188, Jakarta 11120 berdasarkan ketentuan dari Keputusan Direksi PT Bursa Efek Jakarta Nomor: Kep-306/BEJ/07/2004 dan Surat Edaran Bursa Efek Indonesia (BEI) Nomor: SE-00003/BEI/05-2020 tanggal 29 Mei 2020 perihal Tata Cara Pelaksanaan *Public Expose* Secara Elektronik. Peserta yang hadir dalam Daftar Hadir secara Elektronik dan secara fisik pada acara Paparan Publik (*Public Expose*) tersebut (tidak termasuk manajemen dan karyawan Perseroan) adalah masing-masing sebanyak 5 orang dan 1 orang.

Adapun agenda yang dibahas adalah:

- Pembukaan
- Paparan Publik, tentang kinerja Perseroan tahun buku 2025 dan arah pemasaran serta pengembangan dan rencana bisnis tahun 2026 disampaikan oleh Bapak Hendro Wibowo, selaku Direktur Perseroan
- Tanya Jawab
- Penutup

Daftar hadir secara Elektronik dan secara fisik dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peserta yang hadir dan jawaban yang diberikan dalam *Public Expose* tersebut sebagaimana terlampir.

Demikian laporan ini kami sampaikan, atas perhatian yang diberikan kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,



Ali Arifin

Corporate Secretary

PT MULTI INDOCITRA TBK

Ringkasan Tanya Jawab Paparan Publik

Kantor Pusat PT Multi Indocitra Tbk Lantai 6

Tanggal : 30 Juni 2026

Pertanyaan dari Vina Elvira dari Tabloid Kontan (Media)

1. Kalau melihat dari kinerja Q1 tahun 2026 dari sisi pendapatan bertumbuh cukup baik tapi dari sisi laba tertekan mungkin bisa dievaluasi kembali gimana untuk kinerja Q1 2026, apa saja faktor pertumbuhan pendapatan di periode tersebut dan apa juga yang membuat margin nya tertekan dan apakah memang sejalan dengan kenaikan cost baik itu dari sisi logistik, bahan bakunya dan/atau lainnya?

Jawaban:

Kinerja Q1 2026 boleh dikatakan situasi tidak baik-baik saja, jadi Q1 2026 kami menghadapi gimana antara brand mix yang kami bawa saat ini adalah dimana yang mempunyai atau yang selama ini berkontribusi margin cukup besar kepada kami, itu relative stagnan atau bahkan decline/turun sehingga tampak dalam Q1 performance kita, dimana adalah Top line kita Growth tapi Bottom line kita turun cukup signifikan karena secara produk mix / Brand mix kita mengalami situasi seperti itu. Dimana produk yang berkontribusi margin tinggi ternyata turun, justru yang margin nya tidak signifikan ataupun sebagai distribution hanya marginnya cukup relative low itu sebaliknya kita growing.

Yang kedua secara cost, cost trade yang kejadian adalah kami Q1 2026 berusaha mempertahankan bagaimana kita bisa mengejar produk yang kontribusi margin nya tinggi itu tetap kita melakukan investment terutama di spending investment berupa promotion expenses adalah kita banyak melakukan banyak promosi dan marketing activity which is ternyata tidak memberikan output ataupun sales yang sama seperti yang kita harapkan, jadi kita spend more hanya for the sale untuk mempertahankan penjualan. Bahkan untuk mempertahankan pun ada beberapa brand yang tidak bisa atau turun jadi kita spend more, that's why jadinya profit/margin kita turun di Q1 2026.

2. Terkait dengan prospek di Q2 2026 sampai akhir tahun 2026 seperti apa pandangan dari Perusahaan? Terutama untuk mempertahankan margin/ keuntungan, mungkin kalau strategi sudah beberapa di paparkan untuk menjaga pertumbuhan, juga terkait target kinerja, baik untuk pendapatan dan laba ditengah berbagai situasi geopolitik maupun kondisi ekonomi nasional saat ini, bagaimana pandangan Perusahaan terhadap outlook industry terutama mungkin terkait beauty dan distribusi dan target untuk pertumbuhan pendapatan laba seperti apa sampai akhir tahun 2026?

Jawaban:

Starting di Mid of Q2 2026, kita merasa bahwa situasi secara makro juga tidak baik-baik saja karena kita sudah dibayang-bayangi kenaikan bahan baku dan raw material yang pasti akan impact ke finish good, kemudian kita juga karena Perusahaan distribusi, jadi cost terbesar di logistik salah satunya dimana BBM juga naiknya luar biasa. Jadi kita juga lebih hati-hati dalam arti Q2 2026 kita merasa bahwa apapun yang kita lakukan ketika kita berusaha mempertahankan atau plans shields itu tidak akan bisa seperti kondisi normal dimana kita harus spend more untuk mempertahankan saja kami sekarang lebih selektif lagi which is salah satunya juga kita melakukan planning untuk short term

category, kita melakukan adjustment price ketika harganya sudah tidak bisa affordable. Kami lebih memilih opsi bagaimana kita bisa tetap mempertahankan secara company itu financial figure nya tetap sehat dimana tidak rugi, itu yang kita berusaha untuk pertahankan untuk di Q2 2026 ini. Jadi top line tetap menjadi first priority kita tetapi ketika kondisi top line itu harus di bayar mahal dengan bawahnya atau bottom line nya secure fast mungkin kami akan berpikir ulang disana. Jadi Q2 ini, anda bertanya outlook nya akan bagaimana, kita berusaha menjaga secara total atas maupun bawahnya berimbang. Kami tidak mau growth terlalu tinggi juga, karena tahun 2026 ini masih membawa dari apa yang telah terjadi sebelumnya, kita tahu global juga secara kondisi semuanya related, perang masih terjadi, harga-harga juga belum stabil, kompetitor begitu banyak terutama dari negeri China itu banyak sekali menawarkan offering price yang boleh dikatakan cukup attractive dan konsumen Indonesia sendiri secara middle low segment juga tergerus banyak sekali upper turun ke middle, menurut saya juga akan sedikit berpengaruh kepada total ataupun tujuan objective kita di awal tahun 2026, kita hanya akan growth single digit untuk tahun 2026 ini. Jadi single digit akan menjadi realistis yang kita akan bisa delivered di tahun 2026 ini. Kami merasa bahwa second half 2026 juga akan unpredictable untuk terutama dengan situasi geopolitik saat ini yang which is banyak sekali yang sering berubah di last minute ini kami juga harus siap dengan itu. Tetapi kami yakin bahwa single digit growth masih sangat possible bagi kami untuk mencapainya tahun 2026 ini.

3. Terkait rencana-rencana tahun ini, terkait juga pengembangan produk dan perluasan jaringan distribusi itu, mungkin kebutuhan investasi atau Capex yang disiapkan tahun ini berapa? Dan realisasinya sampai Q1 2026 itu sudah berapa persen dan digunakan untuk apa saja?

Jawaban:

Jadi seperti yang tadi dijelaskan tahun 2026 dengan situasi yang tidak menentu yang market juga baik dalam maupun luar negeri juga masih belum jelas dan tidak menentu tapi kami ingin tetap growth walaupun mungkin target kita single digit. Untuk mencapai target tersebut maka kita membutuhkan Capex. Capex nya karena kita bisnis utama nya adalah distribusi pasti ujungnya adalah Capex kita lebih kearah kendaraan operasional dan juga bangunan karena distribusi membutuhkan bangunan baik itu renovasi ataupun kita sewa gudang baru dan penambahan kapasitas mesin karena nanti kami akan berharap ada beberapa produk inovatif yang dimana kita akan produksi dengan membutuhkan mesin baru. Jadi total Capex yang dibutuhkan tahun 2026 sekitar kurang lebih 25-30 miliar. Pada Q1 2026 ini mungkin penggunaan Capex masih kecil karena kita masih wait and see dengan gejolak kondisi yang seperti sekarang. Tapi kemungkinan besar Q2 2026 kita sudah mulai membaik kita akan keep catch up dengan target dari Capex tersebut.

Pertanyaan dari Bp. William (Investor)

1. PT Buana Graha Utama borong saham MICE, berpengaruh kuat terhadap kinerja keuangan Perseroan kah?

Jawaban:

PT Buana Graha Utama adalah pemegang saham pengendali dari PT Multi Indocitra Tbk, kepentingan PT Buana Graha Utama membeli saham sebetulnya tidak berpengaruh kepada kinerja keuangan. Kinerja keuangan adalah pure operasional yang dilakukan oleh PT Multi Indocitra Tbk tetapi PT Buana Graha Utama punya kepentingan karena mereka selaku pemegang saham pengendali, melihat bahwa di situasi kondisi yang sekarang, valuasi dari PT Multi Indocitra Tbk terbilang sangat murah dengan tiap tahun menghasilkan selalu profit bahkan dalam kondisi covid pun juga masih profit dengan rasio Debt



MULTI INDOCITRA

to Equity ratio yang masih terbilang sangat rendah di sekitar 0,25 kali dari equity dan juga valuation PBV masih 0,3. Jadi pemegang saham melihat bahwa kondisi valuation yang masih rendah PT Buana Graha Utama membeli lebih kepentingan untuk menambah kepemilikan karena saham PT Multi Indocitra Tbk masih valuasi terbilang murah.

Pertanyaan dari Bp. Daniel (Analyst)

1. Dari slide yang dipaparkan bahwa laba usaha tumbuh 13,98%, tapi laba bersih hanya 3,53%. Di tengah dinamika kebijakan pajak saat ini, apa penyebab utama gap ini — beban pajak, rugi kurs, atau kontribusi entitas asosiasi (PT Pigeon Indonesia) dan apakah ada strategi tax planning untuk tahun 2026?

Jawaban:

Jadi kalau kita melihat di laporan keuangan, laba usaha tahun 2024 di 84 miliar dan 2025 di 95 miliar, growth 13%-an untuk mencapai ke laba sebelum beban pajak penghasilan dari laba usaha, itu komponen terbesarnya adalah beban keuangan, menurut kami karena bisnis nya growth kami membutuhkan bank loan itu masih stabil dan tidak terlalu banyak impact bahkan mungkin di 2025 interest cost kita turun dari 9% an menjadi ke 8,5% tetapi secara absolut beban keuangan naik karena memang bank loan yang dibutuhkan untuk mendukung bisnis kita growth kita membutuhkan loan yang lebih besar sehingga tetap beban bunganya secara total value nya naik. Kemudian komponen yang menyebabkan laba bersih turun hanya menjadi 3% an adalah di beban pajak penghasilan dimana tahun 2024 beban pajak penghasilan nya cuma 14 miliar naik menjadi 23 miliar di tahun 2025, kenapa sebesar 23 miliar karena itu komponen nya ada beban pajak di induk yang lebih besar dibandingkan tahun 2024 karena bisnisnya makin besar, baik laba fiskalnya pun lebih besar dibandingkan tahun 2024 sehingga taksiran pajak yang dibayar lebih besar. Bisnisnya bagus di tahun 2025 dibandingkan 2024, Jadi kurang lebih impactnya lebih ke arah pajak.

2. Dari slide yang dipaparkan bahwa dengan kepemilikan mayoritas terkonsentrasi dan banyak transaksi antar entitas anak (SMD, DNI, MEC, PI), bagaimana kewajaran transfer pricing ini diawasi dan diaudit, mengingat OJK semakin memperhatikan transaksi pihak berelasi?

Jawaban:

Kami Perseroan PT Multi Indocitra sebagai Perusahaan terbuka kami selalu comply mengikuti aturan-aturan yang diharuskan baik dari sisi pajak maupun OJK dan setiap tahun pun semua transaksi kami, kami melibatkan pihak independent untuk melakukan transfer pricing document sehingga dari pihak independen melakukan analisa, apakah transfer pricing yang dilakukan baik dari induk perusahaan pada anak-anak perusahaan wajar atau tidak. Dan kami semua comply lakukan setiap tahun dan juga pada saat diperiksa pajak juga kita berikan semua transfer pricing dokumen tersebut dan sejauh ini kita wajar.

3. Dari slide yang dipaparkan bahwa di tengah tekanan daya beli masyarakat saat ini, bagaimana manajemen menjaga risiko piutang kepada 123 sub distributor dan kelancaran arus kas jika konsumsi masyarakat melambat lebih jauh di 2026?

Jawaban:

Untuk menjaga ini, kami juga manage resiko yang ada, dimana risk management nya kita tetap lakukan dari 123 distributor tentunya kita juga ada limit yang kita jaga limit credit yang kita berikan kepada mereka tentunya kita juga melihat performance pembayaran mereka selama ini.

Yang kedua adalah, untungnya kami mempunyai produk mix ataupun brand mix dan kategori product mix, jadi dengan kita memisahkan distributor untuk tidak membawa semua kategori produk yang ada yang kita punya, ini merupakan salah satu cara kami untuk mengurangi resiko yang terjadi, apabila ketika ada terjadi suatu kategori tertentu terganggu. Dimana juga ada pelemahan yang kita bilang tekanan daya beli yang terjadi saat ini believe it or not untuk servant kategori justru growing. Jadi ini unik nya dengan multi kategori ini, kami bisa menjaga dan memanfaatkan ada satu kategori yang mungkin lagi tertekan ataupun ada penurunan kami bisa expect untuk kategori lainnya untuk overup jadi secara cashflow kita tetap terjaga itu yang kejadian. Jadi secara overall, kami tahu memang konsumsi masyarakat melambat tetapi kami selalu melihat ada opportunity dimana channel yang ada ataupun kanal distribusi yang ada itu belum semuanya optimal, kami manfaatkan untuk kategori-kategori tertentu, itu yang akan kita explore ataupun kita fokuskan. Jadi let say katakan untuk kategori baby, kategori baby mungkin selama ini kita hanya terfokus konsentrasi untuk channel offline, kita akan lebih lagi penetrasi ke channel online. Sebaliknya demikian untuk kategori yang lain, jika ada kategori yang hanya fokus ke satu channel kita akan exploring dan penetrasi ke channel-channel yang belum tergarap yang sudah ada di kami. Itulah bagaimana kami menggunakan apa yang kami sudah punya saat ini untuk tetap menjaga kinerja company secara overall untuk tetap bertahan atau growing bahkan kita growing di situasi yang tidak kondusif ataupun lebih challenging saat ini, yang dimana ketidakpastian yang begitu pekat boleh dikatakan sangat dominan dan bagaimana perubahan-perubahan tersebut yang terjadi saat ini, kami dengan punya multi kategori produk yang menurut kami sudah siap menghadapi itu semua.