

Public Expose

PT Perma Plasindo Tbk 2026

20



26



Agenda

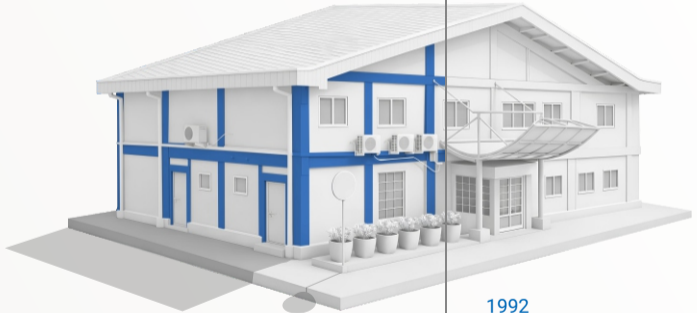
Gambaran umum perseroan / Profil perseroan
Kinerja tahun 2025
Proyeksi 2026 dan Strategi Perseroan

Profil



1986

Bino Group berdiri sejak tahun 1986 memiliki lisensi untuk memproduksi dan mendistribusikan peralatan kantor dengan merk Bantex dari Denmark untuk wilayah Indonesia



1992

Perseroan didirikan pada tahun 1992 Kegiatan usaha perseroan adalah sebagai perusahaan holding yang menaungi perusahaan dibawah bino group

Produk yang

Didistribusikan Bino

BINO Group memproduksi dan mendistribusikan peralatan kantor dengan merek internasional antara lain: Bantex, Elba, Linex, APLI, XYRON (stationery perkantoran)



Produk yang
Didistribusikan Bino

(Stationery fine art & craft)



Produk yang

Didistribusikan Bino

Canson Paper, COPIC Marker, DAS
(Stationery fine art & craft)



Produk yang

Didistribusikan Bino

Kertas HVS Sinar Dunia, Bola Dunia,
(Stationery umum) dan beberapa Merk stationery
terkenal lainnya



Distribusi Domestik

Melalui Entitas Anak PT. Bino Mitra Sejati sebagai Perusahaan yang mendistribusikan dan menjual seluruh produk BINO Group saat ini telah memiliki 13 Cabang, 5 Distributor, 19 POS dan 3 DC



-  Distributor
-  Cabang
-  Pusat Distribusi
-  Pos

Cabang

Serpong, Cikarang, Bogor, ITC Semarang
Yogyakarta, Surabaya, Bali, Palembang
Balikpapan, Samarinda, Makassar, Manado

Pusat Distribusi

Surabaya, Sentul, Jombor

Distributor

Jakarta (2), Medan, Pekanbaru,
Bandung, Banjarmasin

Pos

Jakarta, Sukabumi, Cilegon, Bone, Lampung
Tegal, Pati, Purwokerto, Malang, Jambi, Bangka
Surabaya, Lubuk Linggau, Pontianak, Pare-pare
Palu, Kendari, Mamuju, Palopo

Distribusi Domestik



Traditional



Online / Marketplace



Corporate / End User



Modern Retail





Sertifikasi & Penghargaan



Bantex secara konsisten dari tahun 2011 s/d 2025 berada di posisi puncak Top Brand kategori Filling Product dari survey Majalah Marketing



Batara Indah mendapatkan sertifikat TKDN (Tingkat Komponen Dalam Negeri) atas produk yang diproduksi sehingga sejalan dengan program pemerintah dalam meningkatkan penggunaan produk dalam negeri



Bantex mendapatkan sertifikasi FSC (Forest Stewardship Council). FSC merupakan sertifikasi internasional yang memiliki responsible management dalam pengelolaan bahan hasil dari hutan dunia



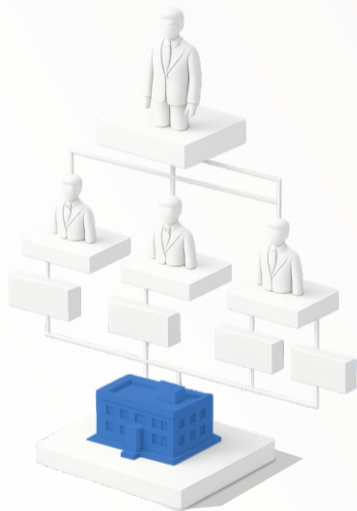
Batara Indah memproduksi produk yang termasuk produk Ekolabel Swadeklarasi dari KEMENLHK.



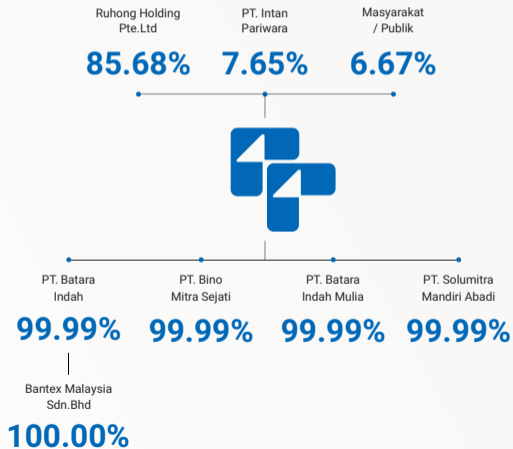
Batara Indah mendapatkan sertifikasi Sedex. Sedex adalah organisasi nirlaba yang berkomitmen meningkatkan kinerja etis dan rantai pasokan.

Distribusi Internasional



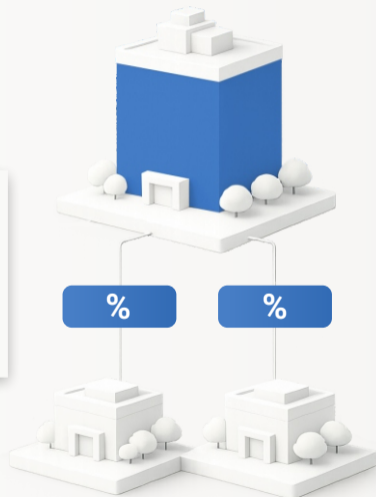


Struktur Kepemilikan Saham



Keterangan Singkat Mengenai Entitas Anak

No	Nama Anak Perusahaan	Kegiatan Usaha	Tahun pendirian	Tahun Mulai Penyertaan	Tahun Operasional Komersil	Kontribusi Terhadap Pendapatan Perseroan
1	PT. Batara Indah	Perusahaan Produksi & Perdagangan Besar	1979	2014	1979	29,04%
2	PT. Bino Mitra Sejati	Perusahaan Perdagangan Besar	2014	2014	2015	68,62%
3	PT. Batara Indah Mulia	Perusahaan Produksi	2003	2014	2018	1,39%
4	PT. Solumitra Mandiri Abadi	Perusahaan Perdagangan Besar	2025	2025	2025	0,19%



Tim Manajemen
Dewan Komisaris



WANG ZHONGMING
Komisaris Utama



CHRIS HARIJANTO
Komisaris



WILLIANTO ISMADI
Komisaris Independen



HENCKY TANER
Komisaris Independen

Tim Manajemen
Dewan Direksi



HONG ZHISHAN
Direktur Utama



ARMAN DHARMA LAKSANA
Direktur



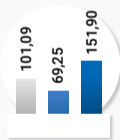
LIE FONDA
Direktur

Kinerja 2025

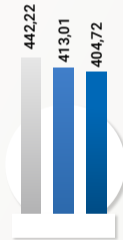
Hitungan dalam miliar rupiah



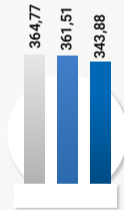
Aset



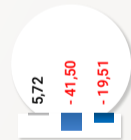
Liabilitas



Ekuitas



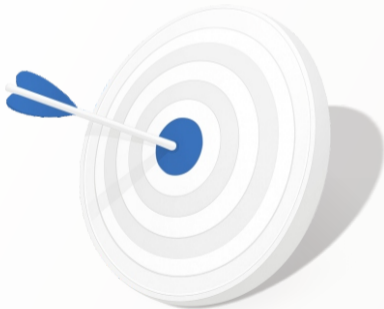
Pendapatan



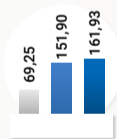
Laba sebelum pajak

Proyeksi 2026

Hitungan dalam miliar rupiah



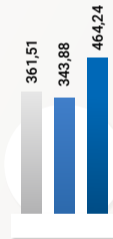
Aset



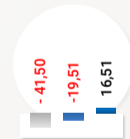
Liabilitas



Ekuitas



Pendapatan



Laba sebelum pajak

2026 
 2025 
 2024 

Strategi Perseroran 2026



Pengembangan Produk

Perseroan secara konsisten melakukan pengembangan produk melalui riset pasar dan pemantauan terhadap kebutuhan konsumen. Upaya ini dilakukan untuk memastikan lini produk Perseroan tetap relevan serta mampu menjawab dinamika pasar yang terus berkembang.

Sejalan dengan strategi tersebut, Perseroan secara berkelanjutan menambah dan melengkapi portofolio produknya setiap tahun guna memperkuat posisi sebagai penyedia solusi perlengkapan kantor dan sekolah yang komprehensif.

Pada tahun 2025, Perseroan memfokuskan pengembangan produk pada segmen perlengkapan sekolah, dengan menambahkan beberapa kategori produk baru yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pasar pendidikan. Salah satu produk yang mulai dikembangkan adalah buku tulis, yang tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik tetapi juga dipersiapkan untuk menjangkau peluang pasar internasional. Penambahan kategori produk ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar Perseroan sekaligus memperkuat daya saing perusahaan di industri perlengkapan sekolah dan kantor.

Memasuki tahun 2026, Perseroan kembali melanjutkan strategi pengembangan produk dengan memberikan fokus pada kategori perlengkapan kantor. Inisiatif ini dilakukan sebagai upaya untuk memperkuat posisi Perseroan di segmen B2B dan kebutuhan perkantoran, sekaligus melengkapi portofolio produk agar semakin terintegrasi sebagai solusi satu atap (one-stop solution) bagi pelanggan.

Pengembangan Pasar Internasional

Perseroan memandang pengembangan pasar internasional sebagai salah satu strategi penting yang perlu terus dijalankan, mengingat peluang pertumbuhan di pasar global masih terbuka luas. Melalui strategi ini, Perseroan berupaya memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan kontribusi penjualan dari luar negeri.

Sejalan dengan strategi tersebut, Perseroan secara berkelanjutan menambah dan melengkapi portofolio produknya setiap tahun guna memperkuat posisi sebagai penyedia solusi perlengkapan kantor dan sekolah yang komprehensif.

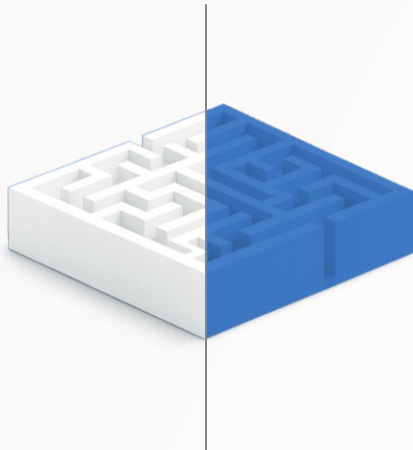
Pada tahun 2025, Perseroan berhasil mencatatkan peningkatan penjualan di pasar internasional yang signifikan, yang menunjukkan potensi permintaan terhadap produk Perseroan di pasar global. Pencapaian ini menjadi indikator positif bagi pengembangan bisnis Perseroan di masa mendatang.

Di tengah kondisi permintaan pasar domestik yang cenderung melambat, penguatan pasar internasional menjadi salah satu fokus strategis Perseroan untuk melakukan diversifikasi pasar. Dengan memperluas penetrasi di berbagai negara, Perseroan berharap dapat menjaga stabilitas kinerja usaha sekaligus mengurangi ketergantungan pada pasar domestik.

Pemerataan Distribusi Produk Baru

Seiring dengan bertambahnya portofolio produk baru, Perseroan berupaya memastikan produk-produk tersebut dapat terserap dengan baik oleh pasar melalui pemerataan distribusi di seluruh kanal penjualan yang dijalankan oleh Perseroan. Langkah ini bertujuan agar produk dapat lebih mudah dijangkau dan dikenal oleh end consumer di berbagai segmen pasar.

Selain itu, kegiatan pemasaran juga difokuskan untuk meningkatkan awareness pelanggan bahwa Bantex kini menghadirkan lebih banyak pilihan produk yang relevan dengan kebutuhan konsumen, baik untuk penggunaan di kantor, sekolah, maupun kebutuhan home-office. Melalui pemerataan distribusi yang didukung oleh aktivitas pemasaran yang terarah, Perseroan berharap dapat memperkuat keberhasilan penjualan produk-produk baru sekaligus membangun fondasi bisnis yang lebih stabil di masa mendatang.



Pengembangan Kanal E-Commerce

Perseroan menetapkan target penjualan yang agresif untuk segmen e-commerce pada tahun 2026, dengan pertumbuhan yang signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini akan didorong oleh kanal TikTok dan Shopee, dengan TikTok sebagai salah satu kontributor utama.

Optimalisasi Portofolio Produk

Perseroan secara aktif memperluas ragam produk dalam kanal e-commerce dengan fokus pada pengembangan proyek-proyek baru. Untuk menjaga fokus dan meningkatkan profitabilitas, Perseroan akan melakukan rasionalisasi portofolio dengan mengurangi produk yang kurang efisien, serta memprioritaskan pengembangan produk unggulan dalam kategori utama.

Transformasi Digital dan Peningkatan Efisiensi

Perseroan berkomitmen untuk meningkatkan efisiensi operasional melalui pemanfaatan teknologi AI, khususnya dalam fungsi layanan pelanggan dan produksi konten. Inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas sumber daya manusia serta mengalokasikan kembali sumber daya ke aktivitas pemasaran dan penguatan merek yang memiliki dampak lebih besar.



20



26



Terima Kasih

Public Expose PT Perma Plasindo Tbk 2026