

Proyeksi Tahun 2026

Projection for 2026

Pada tahun 2026, dengan memperhatikan dinamika ekonomi dan perkembangan lingkungan bisnis, baik domestik maupun global, Danareksa menetapkan target pertumbuhan kinerja sebagai berikut:

In 2026, taking into account economic dynamics and developments in the business environment both domestic and global Danareksa has set a performance growth target as follows:

Keterangan Description	Realisasi 2025 2025 Realization	Target 2026 2026 Target	Persentase (%) Percentage (%)
Pendapatan Revenue *)	4.130.691	5.330.916	129.06
Laba Setelah Pajak Penghasilan Dari Operasi Yang Dilanjutkan Profit After Income Tax From Continued Operations	1.020.540	1.193.868	116.98
Rugi Setelah Pajak Penghasilan Dari Operasi Yang Dihentikan Loss After Income Tax From Discontinued Operations	(1.344.819)	(10.091)	0.75
(Rugi) Laba Konsolidasi Tahun Berjalan (Loss) Consolidated Profit for the Current Year	(324.279)	1.183.777	-365.05
Struktur Modal Capital Structure			
Aset Asset	64.359.116	49.597.698	77.06
Liabilitas Liability	22.953.902	9.724.568	42.37
Ekuitas Equity	41.405.214	39.873.129	96.3
Kebijakan Dividen Dividend Policy	-	-	-

Aspek Pemasaran

Marketing Aspect

STRATEGI PEMASARAN

Strategi pemasaran Perseroan, khususnya berdasarkan pilar strategis Divisi Advisory, dirancang untuk memperkuat keberlanjutan bisnis melalui optimalisasi pendapatan berulang (recurring order) dari klien eksisting. Pendekatan ini menekankan pada pemeliharaan hubungan jangka panjang dengan klien melalui konsistensi kualitas layanan serta ketepatan waktu dalam penyampaian seluruh deliverables, sehingga tercipta tingkat kepuasan dan kepercayaan yang tinggi terhadap kapabilitas Perseroan.

MARKETING STRATEGIES

The Company's marketing strategy, particularly based on the strategic pillars of the Advisory Division, is designed to strengthen business sustainability by optimizing recurring revenue from existing clients. This approach emphasizes maintaining long-term relationships with clients through consistent service quality and timely delivery of all deliverables, thereby fostering high levels of satisfaction and trust in the Company's capabilities.

Selain fokus pada klien yang sudah ada, strategi pemasaran juga diarahkan pada peningkatan nilai tambah melalui penguatan kualitas layanan yang bersifat konsultatif dan berbasis solusi. Hal ini dilakukan dengan memastikan setiap layanan advisory yang diberikan mampu menjawab kebutuhan strategis klien secara komprehensif, adaptif terhadap dinamika pasar, serta memiliki nilai tambah yang berkelanjutan.

PANGSA PASAR

Dari sisi pangsa pasar, Perseroan menargetkan segmen korporasi, BUMN, dan entitas pemerintah yang membutuhkan layanan advisory terintegrasi, termasuk restrukturisasi, transformasi organisasi, valuasi, serta kajian strategis. Menurut laporan Mordor Intelligence, pasar jasa konsultansi manajemen Indonesia pada tahun 2025 mencapai USD2,63 miliar. Angka ini menunjukkan ruang pertumbuhan yang masih luas bagi Perseroan untuk memperkuat posisinya di pasar advisory nasional, khususnya di segmen BUMN, korporasi besar, dan entitas pemerintah. Melalui pemanfaatan ekosistem multisektor Holding Danareksa, Perseroan memiliki akses lebih luas untuk masuk ke berbagai sektor prioritas seperti infrastruktur, jasa keuangan, manufaktur, dan layanan publik. Integrasi lintas entitas memungkinkan terjadinya cross-selling layanan, kolaborasi proyek, dan pembukaan akses ke klien-klien strategis baru, sehingga memperkuat posisi Perseroan dalam pangsa pasar advisory nasional.

Pendekatan pemasaran ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan volume transaksi, tetapi juga pada penguatan brand positioning Perseroan sebagai mitra strategis yang andal dan kompeten. Dengan fondasi hubungan klien yang kokoh, peningkatan kualitas layanan, serta pemanfaatan sinergi holding, strategi pemasaran diharapkan mampu mendorong pertumbuhan pangsa pasar, memperluas jangkauan klien, dan memastikan keberlanjutan pertumbuhan bisnis secara stabil dan konsisten.

In addition to focusing on existing clients, the marketing strategy is also directed toward increasing value-added services by strengthening the quality of advisory and solution-based services. This is achieved by ensuring that every advisory service provided comprehensively addresses clients' strategic needs, adapts to market dynamics, and offers sustainable value-added benefits.

MARKET SHARE

In terms of market share, the Company targets corporates, state-owned enterprises (SOEs), and government entities requiring integrated advisory services, including restructuring, organizational transformation, valuation, and strategic studies. According to a Mordor Intelligence report, the Indonesian management consulting services market is projected to reach USD2.63 billion by 2025. This figure demonstrates the Company's ample room for growth to strengthen its position in the national advisory market, particularly in the state-owned enterprises (SOEs), large corporations, and government entities segments. By leveraging the Danareksa Holding's multi-sector ecosystem, the Company has broader access to various priority sectors such as infrastructure, financial services, manufacturing, and public services. This cross-entity integration enables cross-selling of services, project collaboration, and access to new strategic clients, thereby strengthening the Company's position in the national advisory market.

This marketing approach is not only oriented towards increasing transaction volume but also strengthening the Company's brand positioning as a reliable and competent strategic partner. With a solid foundation of client relationships, improved service quality, and leveraging holding synergies, this marketing strategy is expected to drive market share growth, expand client reach, and ensure sustainable, stable and consistent business growth.