

PT ECOCARE INDO PASIFIK TBK (HYGN) UMUMKAN PERTUMBUHAN PENJUALAN YANG KUAT DI Q2 DAN MENYOROT STRATEGI REBRANDING PERSEROAN

JAKARTA, 29 JULI 2024 – PT Ecocare Indo Pasifik Tbk (“**HYGN**” atau “**Perseroan**”), pelopor dalam industri jasa higienitas, pembasmian hama dan kebersihan, dengan bangga mengumumkan hasil keuangan untuk kuartal kedua yang berakhir pada 30 Juni 2024 (“**Q2FY24**”) yang menunjukkan pertumbuhan pendapatan yang signifikan dan kemajuan strategis di tengah lanskap ekonomi yang menantang.

Dalam periode kumulatif yang berakhir pada 30 Juni 2024 (“**1HFY24**”), HYGN mencapai peningkatan **pendapatan tahun-ke-tahun (Y-o-Y) sebesar 33%** dibandingkan periode yang sama pada tahun 2023 (“**1HFY23**”), didorong oleh kinerja yang kuat di ketiga divisi bisnis. Pendapatan dari layanan higienitas naik sebesar **13,2%**, dari Rp71,68 miliar di 1HFY23 menjadi Rp81,14 miliar. Layanan kebersihan mengalami lonjakan **71,5%**, dari Rp29,13 miliar tahun lalu menjadi Rp49,97 miliar, dan layanan pengendalian hama mengalami peningkatan sebesar **68,4%**, dari Rp8,81 miliar menjadi Rp14,84 miliar. Pertumbuhan yang kuat ini mencerminkan permintaan pasar yang tinggi di semua segmen bisnis, yang mengarah pada **peningkatan laba operasional sebesar 24,1% YoY** (tidak termasuk biaya sekali pakai ESOP/ESA sebesar Rp 0.62 miliar), dari Rp4,64 miliar di 1HFY23 menjadi Rp5,14 miliar di 1HFY24 saat ini.

Meskipun ada pertumbuhan pendapatan, **laba bersih setelah pajak (“PAT”) menurun sebesar 17,6% Y-o-Y**, dari Rp6,48 miliar di 1HFY23 menjadi Rp5,34 miliar di 1HFY24. Hal ini karena campuran penjualan (“*sales mix*”), biaya yang timbul dari IPO listing dan ekspansi, serta berkurangnya pendapatan lain-lain yang disebabkan oleh perbedaan dalam penjualan aset sekali pakai dan pendapatan bunga. Tanpa faktor biaya sekali pakai ini maka total pendapatan setelah pajak (“PAT”) akan lebih tinggi dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Kuartal ini juga menandai pencapaian penting bagi HYGN dengan **perubahan logo dan Corporate Branding**. Perseroan meluncurkan identitas logo dan branding yang diperbarui dengan tujuan untuk memodernisasi citranya, menyatukan semua layanan di bawah identitas logo “Ecocare”, dan lebih mencerminkan komitmennya terhadap inovasi dan keberlanjutan.

Mengomentari hasil keuangan, CEO Grup HYGN, Wincent Yunanda, tetap optimis tentang prospek Perseroan untuk tahun 2024 meskipun ada berbagai tantangan makro-ekonomi. “Pertumbuhan kami tahun ini sangat baik pasca IPO. Semua segmen bisnis kami tumbuh, dan kami telah berhasil memperluas ekspansi ke pasar-pasar baru seperti Pekanbaru, Kupang, Bandar Lampung, dan Jambi. Mengingat pertumbuhan dan ekspansi ini, kami secara aktif merekrut dalam skala yang lebih besar, membawa talenta baru yang berdampak pada margin keuntungan kami. Namun, kami yakin upaya **rebranding**, inisiatif

penjualan, dan kontrol biaya yang ketat akan mendorong pertumbuhan lebih jauh di paruh kedua tahun ini”.

Dalam jangka panjang, HYGN tetap optimis tentang prospeknya. Perseroan yakin akan mencapai pertumbuhan top-line dan bottom-line yang berkelanjutan melalui berbagai rencana strategisnya.

“Arah strategis yang diambil oleh Perseroan di paruh pertama tahun ini – terlebih setelah menjadi Perusahaan Terbuka (TBK) baru-baru ini – telah menetapkan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang kami yang berkelanjutan di industri ini. Kami sangat bersemangat tentang masa depan jangka panjang Perseroan dan tetap berkomitmen untuk memberikan nilai yang berkelanjutan kepada pemegang saham kami”, tambah Wincent.

HYGN menutup paruh pertama tahun 2024 dengan **recurring annual orderbook sebesar Rp290 miliar pada Juni 2024.**

Tentang PT Ecocare Indo Pasifik Tbk

PT Ecocare Indo Pasifik Tbk (“HYGN” atau “Perseroan”), entitas terkemuka di industri jasa higienitas, pembasmian hama dan kebersihan, awalnya didirikan pada tahun 2007 dengan nama PT Indocare Pacific.

Model bisnis HYGX mencakup tiga cabang utama: layanan higienitas/sanitasi, layanan pengendalian hama, dan layanan pembersihan dengan 24 cabang di seluruh Indonesia, memfasilitasi layanan pelanggan yang lebih baik, jangkauan pelanggan yang lebih luas, dan ekspansi di ketiga vertikal bisnisnya.

Di inti dari fondasi HYGX terdapat tim pelopor dengan pengalaman lebih dari 30 tahun di industri ini, mendorong Perseroan menjadi sorotan industri. Mengakui pentingnya higienitas, pembasimian hama dan kebersihan, HYGX berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik dan memperkenalkan produk inovatif yang meminimalkan ketergantungan pada bahan kimia, memilih bahan alami.

Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi www.ecocare.id.