

No.: SB-087/CSL-LN/PE/XII/25

Jakarta, 11 Desember / December 2025

Kepada Yth./To,

Direktur Penilaian Perusahaan /Director of Listing
PT Bursa Efek Indonesia ("BEI") / Indonesia Stock Exchange ("IDX")
Gedung Bursa Efek Indonesia, Tower 1
Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53
Jakarta 12190

Perihal / : Penyampaian Hasil Paparan Publik Tahunan PT Link Net Tbk /
Subject Submission on the Result of Annual Public Expose of PT Link Net Tbk

Dengan hormat,

With due respect,

Memenuhi ketentuan butir III.3 Peraturan Nomor I-E tentang Kewajiban Penyampaian Informasi (Lampiran Keputusan Direksi BEI Nomor: Kep-00066/BEI/09-2022 tanggal 30 September 2022), berikut kami sampaikan laporan pelaksanaan Paparan Publik Tahunan PT Link Net Tbk ("Perseroan") sebagai berikut:

To comply with the provision of point III.3 of Regulation Number I-E concerning the Obligation of Information Submission (Attachment to the Decree of the Board of Directors of IDX Number: Kep-00066/BEI/09-2022 dated 30 September 2022), herewith we would like submits the result of the Annual Public Expose of PT Link Net Tbk (the "Company") as follows:

- | | |
|--|---|
| 1. Paparan Publik Perseroan telah dilaksanakan pada: | 1. <i>Public Expose of the Company held on:</i> |
| Hari, Tanggal / Day, Date : Selasa, 9 Desember 2025 / Tuesday, 9 December 2025 | |
| Waktu / Time : 15:00 WIB - 15:30 WIB | |
| Tempat / Venue : Live event – Microsoft Team | |
| 2. Manajemen Perseroan yang hadir: | 2. <i>Management of the Company present:</i> |
| - Bapak Kanishka Gayan Wickrama (Presiden Direktur / President Director) | |
| - Bapak Yosafat Marhasak Hutagalung (Direktur / Director) | |
| (beserta seluruh jajaran Manajemen lainnya / along with the other management personnel.) | |
| 3. Peserta Paparan Publik sebagaimana daftar terlampir (Lampiran 1). | 3. <i>Public Expose Participant as attached (Appendix 1).</i> |
| 4. Ringkasan tanya jawab dalam Paparan Publik terlampir (Lampiran 2). | 4. <i>The summary of question and answer session of the Public Expose as attached (Appendix 2).</i> |
| 5. Pemaparan materi Paparan Publik disampaikan dalam bentuk presentasi terlampir (Lampiran 3). | 5. <i>The Public Expose material presented as attached (Appendix 3).</i> |



Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Please be informed accordingly, thank you for your kind attention.

 Hormat kami / *Sincerely yours,*
PT Link Net Tbk



Rininta Agustina Widya Pratika
Corporate Secretary

Daftar Peserta / *Participation list*

1.	Ayip	Investor / Publik
2.	Kafi Ananta Azhari	Investor / Publik
3.	Astri Dyah Utami	Investor / Publik
4.	Paul Hemming	Investor / Publik
5.	Ariqa Nindya Luana	Investor / Publik
6.	Selvi Ocktaviani	Investor / Publik
7.	Abd Wakhid	Investor / Publik
8.	William	Investor / Publik
9.	Annisa Kameila	Investor / Publik
10.	Deffandi Nasrul	Investor / Publik
11.	Saha	Investor / Publik

Ringkasan tanya jawab / Summary of question and answer

Pertanyaan 1 / Question 1:

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Berapa jumlah <i>home pass</i> dan <i>customer</i> perusahaan saat ini? 2. Apakah ada target pembangunan <i>home pass</i> 1-3 tahun mendatang? 3. Bagaimana <i>outlook</i> kinerja perusahaan tahun 2026? | <ol style="list-style-type: none"> 1. What is the current number of home pass and customers of the company? 2. Is there a target for home-pass development over the next 1–3 years? 3. What is the company's performance outlook for 2026? |
|--|---|

Jawaban / Answer:

Pada akhir tahun, jumlah *home pass* Perseroan akan mencapai hampir 4,5 juta *home passes*. Perseroan tidak lagi fokus pada pelanggan individu, karena model bisnis sepenuhnya berorientasi pada bisnis ke bisnis (B2B). Oleh karena itu, pelanggan lebih berfokus pada jumlah mitra.

Dari sudut pandang prospek bisnis, target kami adalah mengembangkan tiga segmen bisnis yang dimiliki, yaitu FiberCo, EnterpriseCo, dan MediaCo.

By the end the year, the Company's home pass will have close to 4.5 million home passes. The Company does not look the individual customer anymore, since the business model purely going to be on business to business (B2B). So, the customer is more about the number of partners.

From business outlook point of view, the target is to grow the three business segments that the Company have, which is FiberCo, EnterpriseCo, and MediaCo,

Pertanyaan 2 / Question 2:

Bagaimana Perseroan menjadi yang punya maksud terbaik di tengah persaingan global dan regulasi yang ketat?

Jawaban / Answer:

Sebagaimana dijelaskan dalam presentasi, visi Perseroan adalah “Menjadi pilihan utama dalam setiap bisnis yang dijalankan pada tahun 2027”, dan kami telah mendefinisikan 4 area yang akan membedakan kami dari pesaing dan pemain lain, salah satunya yaitu “Jangkauan”. Kami berupaya menyediakan cakupan yang relevan di seluruh Indonesia. Kami telah membangun kapasitas untuk melakukan pembangunan jaringan, dan dari sisi biaya kami sangat efisien. Kami juga telah mengambil langkah-langkah untuk menurunkan biaya per *home pass* dan biaya per *home connect*, sehingga kami dapat menawarkan layanan yang terjangkau bagi seluruh pelanggan.

Dan dari sudut pandang implementasi, kami menargetkan wilayah-wilayah di mana ketersediaan FTTH masih rendah, yaitu wilayah-wilayah yang belum terlayani dengan baik di mana kami dapat menyediakan cakupan baru bagi pelanggan di wilayah tersebut. Inilah

How does the Company aim to position itself with the best intentions amid global competition and strict regulations?

As explained in the presentation, the Company's vision is “To be the top choice in every business that we do in 2027”, and we have defined 4 areas that will differentiate us from the rest of the competition and the rest of the players, which is “Coverage”. We try to have relevant coverage throughout Indonesia, we have built capacity to deploy the network, and cost wise, we are very efficient. We have taken measures to reduce the cost per home pass and cost per home connect parameters, so we can offer affordable services to all the customers.

And then, from a rollout point of view we are targeting the areas where the FTTH availability is still low, the underserved areas where we can provide new coverage to the customers in those areas. So, these are some of the strategies that we

beberapa strategi yang telah kami terapkan untuk membedakan diri kami dari pesaing lainnya.

have taken to differentiate ourselves from the rest of the competition.

Pertanyaan 4 / Question 4:

Apakah jaringan Linknet sudah sepenuhnya adalah *fiber optic*? Apakah masih ada aset jaringan HFC? Bila ada, berapa persen (%) dari total aset? apakah ada rencana penggantian HFC ke *fiber optic*?

Is Linknet's network fully fiber optic? Are there still any HFC network assets? If so, what percentage (%) do they represent of the total assets? Is there a plan to migrate the remaining HFC to fiber optic?

Jawaban / Answer:

Perseroan masih memiliki sebagian jaringan HFC, sekitar 35% dari total *home passes*.

The Company still have a portion of the network on HFC, roughly it's about 35% of the home passes.

Dan, kami telah melakukan konversi jaringan HFC sejak tahun lalu, dan rencana ini bertujuan untuk menyelesaikan konversi keseluruhan dari HFC ke FTTH dalam empat tahun ke depan.

And, we have been converting the HFC network starting from last year and the plan needs to complete the overall HFC to FTTH conversion in the next four years.

Pertanyaan 5 / Question 5 (Aurelia –Investor):

Apakah ada perbedaan rate yg diberikan kepada EXCL dibandingkan dengan ISP lain?

Is there any difference in the rate offered to EXCL compared to other ISPs?

Jawaban / Answer:

EXCL diperlakukan sama seperti pelanggan lain dalam portofolio kami, tidak ada tarif atau perlakuan istimewa, dan semua kesepakatan tarif dilakukan berdasarkan prinsip kesetaraan komersial.

EXCL is considered as any other customer in our portfolio, there is no preferential rates or treatments and all the agreements rates are done on arm's length commercial terms.

Perseroan memastikan bahwa semua transaksi dilakukan berdasarkan prinsip kesetaraan komersial antara semua mitra.

The Company provided it's all done on arm's length basis between all the partners.



Paparan Publik Tahunan 2025 PT Link Net Tbk (“Linknet”)

Selasa, 9 Desember 2025



Tentang Linknet

We LINK the nation for better lives

- 1 We : Mewakili keterikatan emosional dan komitmen bersama.
- 2 LINK : Melambangkan kata bermerek dan istimewa karena berhubungan dengan Linknet; *link* berarti keterhubungan.
- 3 the nation : Cakupan geografis Indonesia.
- 4 for better lives : Membawa hal-hal positif dan makna dalam kehidupan mereka.

By 2027, to be the 1st choice in every business we do*

*Through 4C's (Coverage, Capacity, Cost, Capability)

- 1 By 2027 : Batas waktu untuk mencapai visi, dalam kurun waktu 3 tahun.
- 2 1st choice : Tekad untuk menjadi nomor satu, serta keinginan agar pelanggan mencintai dan memilih kami dibandingkan semua pesaing di pasar.
- 3 In every business we do : Mencakup seluruh bisnis yang ada saat ini maupun peluang bisnis baru di masa depan

Nilai-nilai Perusahaan



1. **Pelanggan adalah fokus utama saya dalam setiap keputusan yang saya buat.**
2. **Saya memberikan lebih dari apa yang diharapkan oleh pelanggan.**



1. Saya berani memilih untuk menghilangkan batasan dalam setiap tindakan saya dan terbuka untuk mencoba hal-hal baru.
2. Setiap saat saya terus berusaha menjadi lebih baik dengan beradaptasi dan melakukan perbaikan.



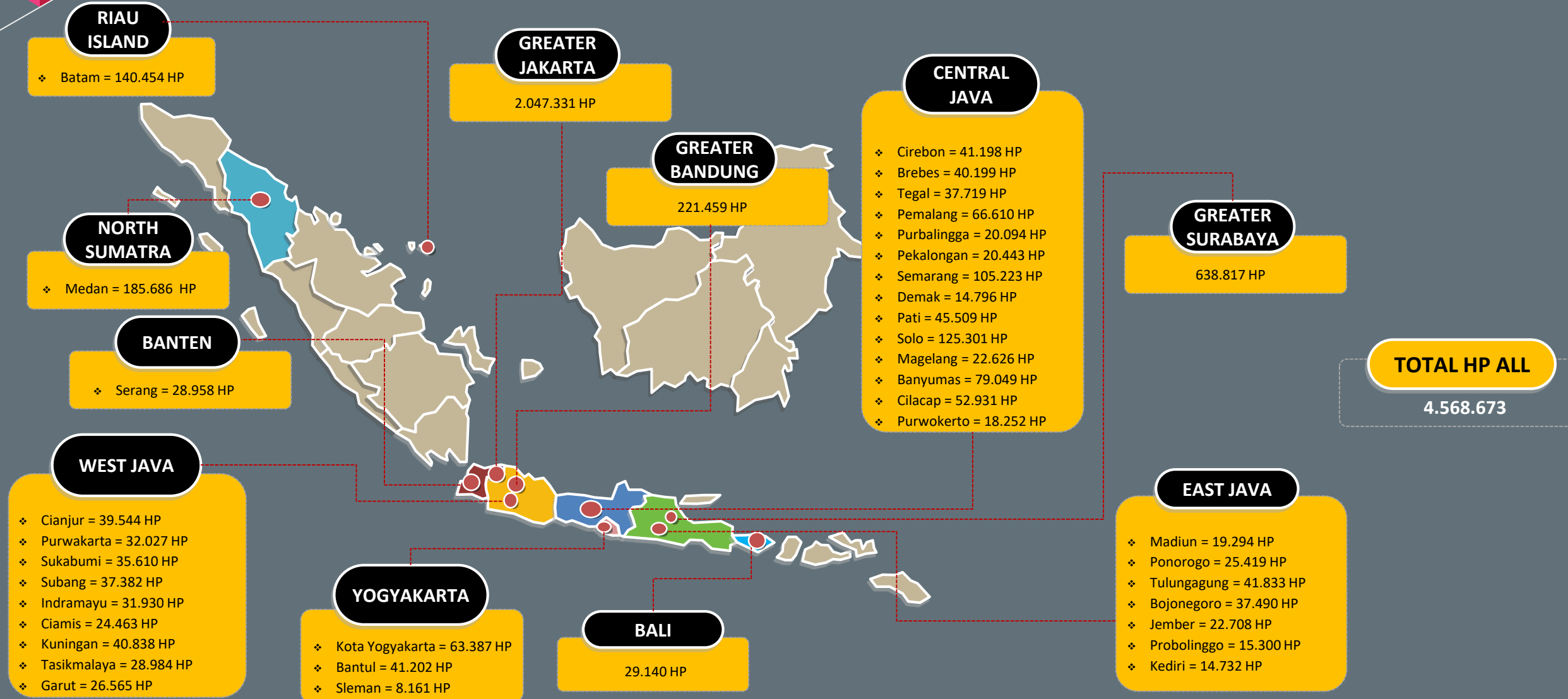
1. Saya membangun rasa saling percaya dalam bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama.
2. Saya aktif belajar dari satu sama lain dan merangkul keberagaman.



1. Saya berperilaku jujur, adil, dan menunjukkan sikap etis.
2. Saya berperilaku konsisten dan bertanggung jawab atas tindakan saya.

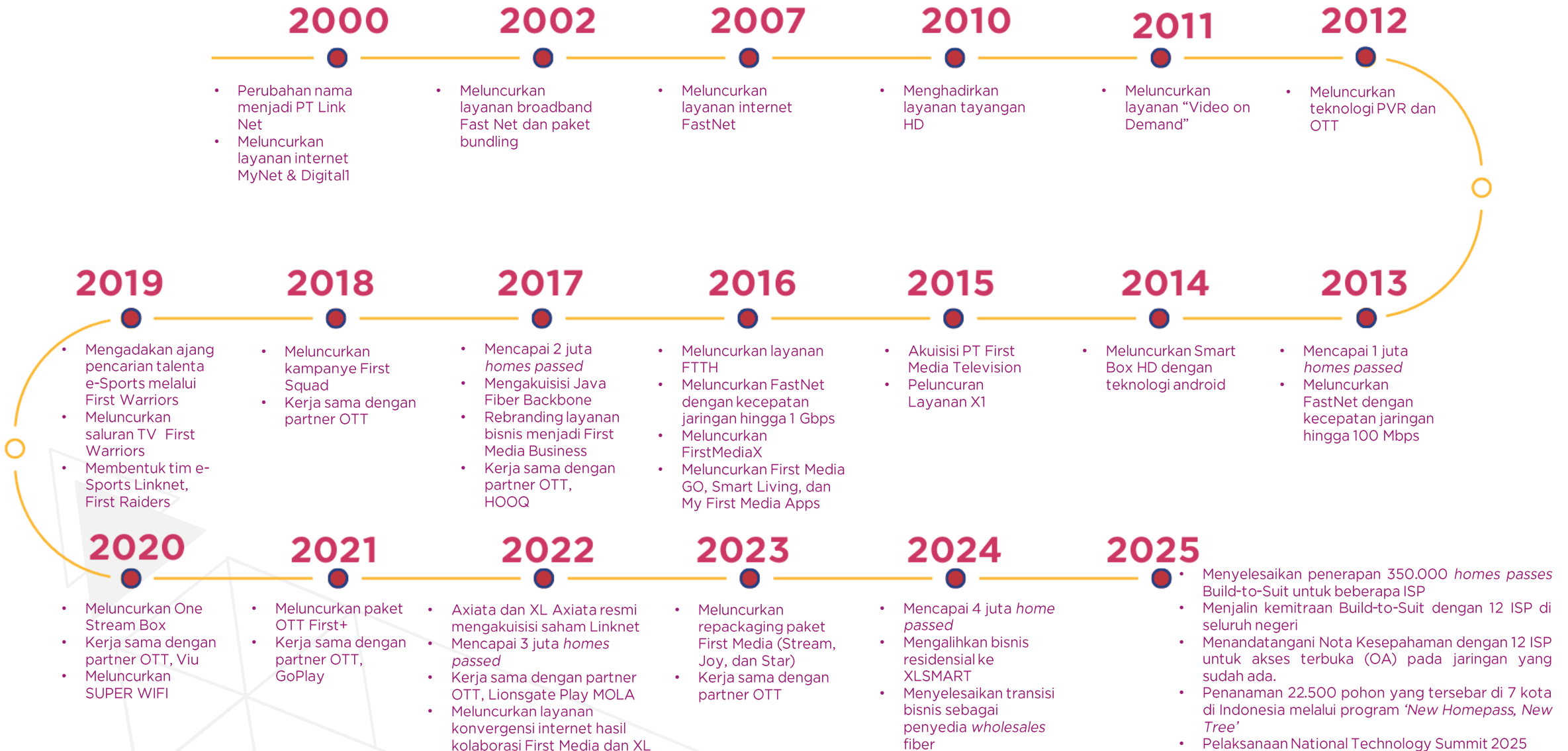
Jangkauan Linknet

Terus menghadirkan konektivitas hingga ke lebih banyak kota di Indonesia, demi membuka akses yang lebih merata bagi masyarakat untuk belajar, bekerja, dan berkembang Bersama.



Tonggak Perusahaan

Diperbaharui 30 November 2025





Kinerja Keuangan

Rangkuman Pencapaian Finansial YTD Sep 25 & 3Q25

Pencapaian YTD Sep 2025

Pendapatan dibukukan di
Rp 2,39 triliun
menurun
13,9%
pada YTD Sep 25 vs YTD
Sep 24*

EBITDA tercatat di
Rp 682 miliar
menurun
44,8%
pada YTD Sep 25 vs YTD
Sep 24*

Marjin EBITDA pada
28,5%
di YTD Sep 25

Laba Bersih tercatat
sebesar
minus Rp 1,03 triliun
menurun
28,2%
pada YTD Sep 25 vs YTD
Sep 24*

Marjin Laba Bersih pada
minus 42,9%
di YTD Sep 25

Pencapaian 3Q 2025

Pendapatan dibukukan di
Rp 818 miliar
menurun
13,9%
pada 3Q 25 vs 3Q 24*

EBITDA tercatat di
Rp 236 miliar
menurun
34,7%
pada 3Q 25 vs 3Q 24*

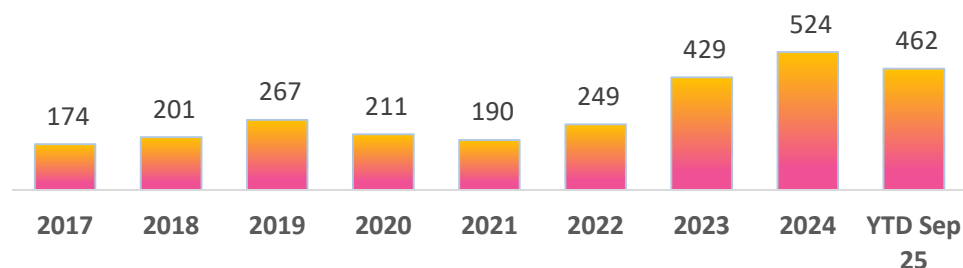
Marjin EBITDA pada
28,8%
di 3Q 25

Laba Bersih tercatat
sebesar
minus Rp 336 miliar
menurun
35,2%
pada 3Q 25 vs 3Q 24*

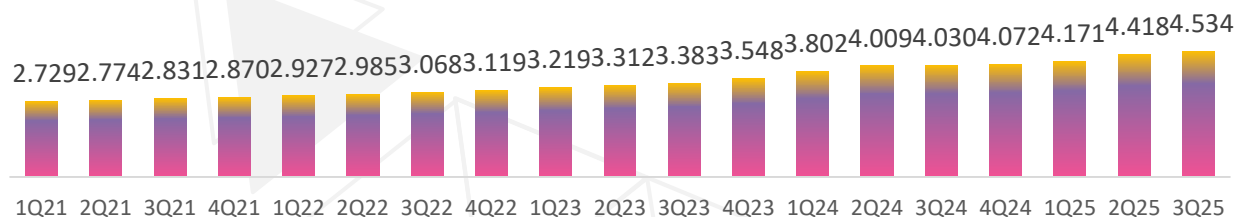
Marjin Laba Bersih pada
minus 41,1%
di 3Q 25

Ringkasan Hasil Keuangan dan Operasional

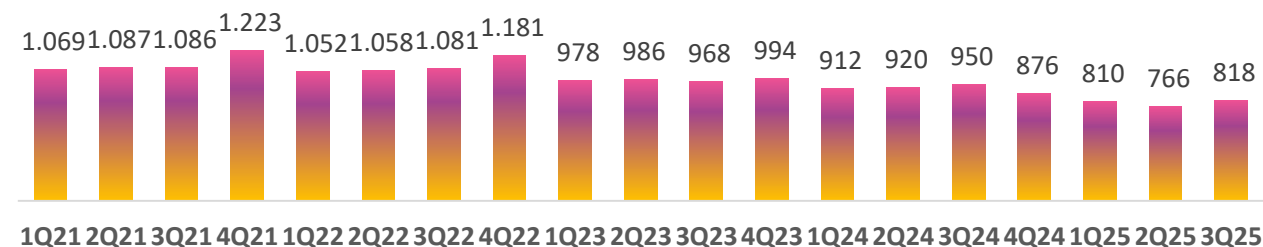
Penambahan Homes Passed (dalam '000)



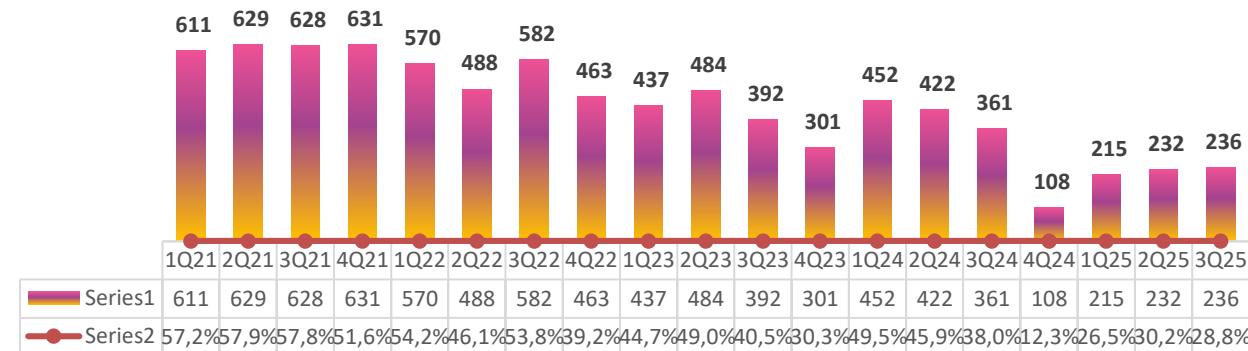
Total Homes Passed (dalam '000)



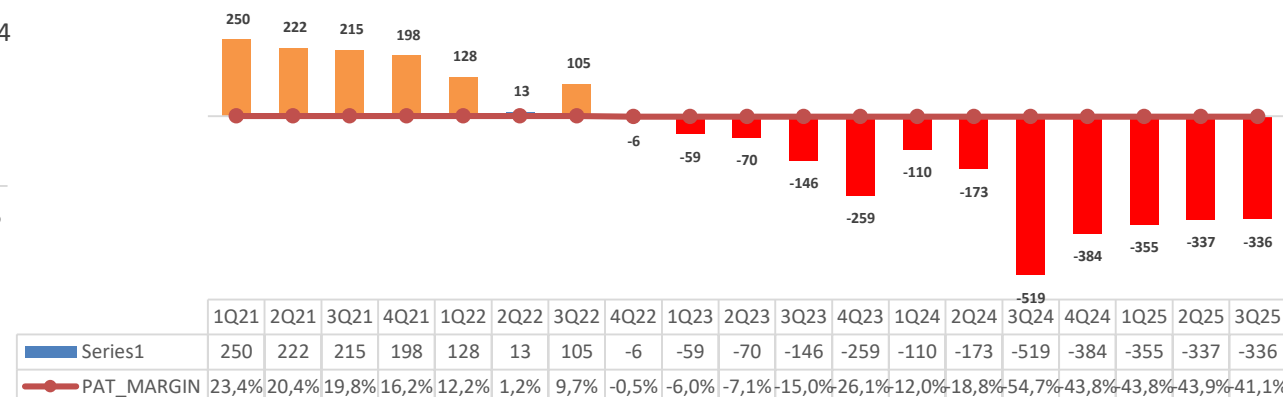
Pendapatan (Rp miliar)



EBITDA (Rp miliar)



Laba Bersih (Rp miliar)

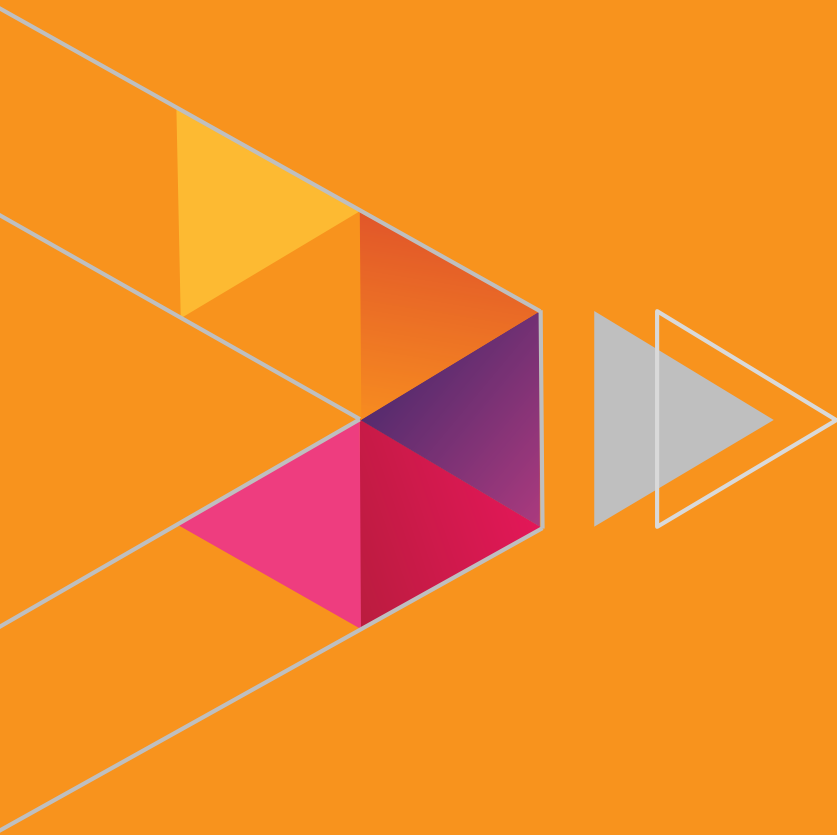




Pencapaian YTD 2025

Sejak pemisahan ServeCo,
Linknet telah mengalami kemajuan yang signifikan dalam upayanya menjadi
perusahaan FiberCo terkemuka di Indonesia.





Rencana Bisnis

Penciptaan Nilai Bisnis FiberCo

Pengelolaan Arus Kas dan Pertumbuhan Masa Mendatang

Bisnis Saat Ini

Pertumbuhan Pendapatan

- Penyediaan infrastruktur kepada EntCo untuk layanan kepada *Enterprise* bisnis
- Akses terbuka (*open access*) pada 4 juta HP yang ada saat ini
- Telah menandatangani 11 Nota Kesepahaman untuk Akses Terbuka di berbagai bagian jejak yang ada

Biaya Manajemen

- Optimalisasi biaya pemeliharaan di seluruh jaringan yang ada
- Pengurangan biaya pemasangan per koneksi rumah (*home connect*)
- Peningkatan pencapaian SLA di seluruh jaringan

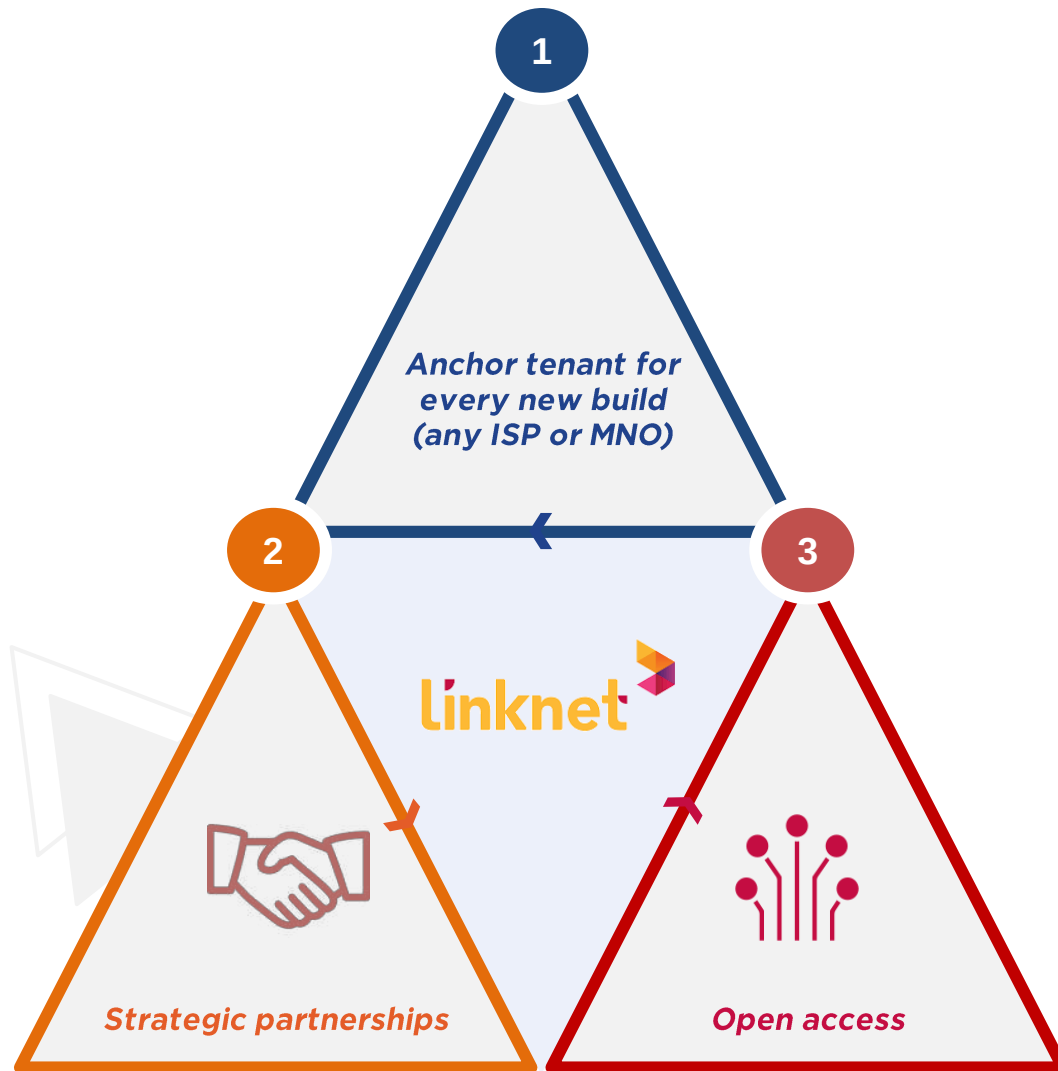
Pertumbuhan Mendatang

Build-to-Suit (BTS) rollout

- Komitmen penggelaran 2.4 juta HP dari XL
- Menandatangani 12 kontrak dengan ISP regional untuk peluncuran B2S
- Diskusi dengan banyak ISP lain sedang berlangsung

Fiber Factory

- Pengurangan biaya penggelaran jaringan, memonetisasi jaringan yang ada, dan penggunaan metodologi baru.
- Pendekatan *multi-vendor turnkey* dan *semi-turnkey* untuk penggelaran jaringan yang lebih cepat



- 1
- + *Existing network* – kontrak jangka panjang (*long-term contract*) (10+5) dengan XL; telah mencapai penetrasi yang tinggi
 - + *Build-to-suit* – didukung dengan **garansi minimum** dengan Tenant Utama

- 2
- + Target utama segmen *upper-and middle-class*
 - + **Pengembangan Kerjasama strategis** dengan ISP
 - + **Optimalisasi biaya pemasangan** dengan kriteria pemilihan area yang ketat

- 3
- + **Penawaran Open Access** pada Jaringan Yang Telah Ada dan B2S baru dengan beberapa ISP dengan penawaran jangka waktu eksklusif
 - + **Penggelaran Selektif Open Access** seperti ibu kota baru di Kalimantan
 - + *End-to-end* solusi open access

Layanan Diversifikasi EntCo

Penawaran Solusi TIK E2E di Luar Konektivitas



Connectivity



Layanan konektivitas melalui infra khusus: **dark fiber**, sewa jaringan, dll.



Konektivitas internet untuk bisnis melalui jaringan bersama



ICT & cyber security solutions



Solusi **end-to-end bundling** (produk **connectivity** dan **managed services**)



Layanan VSAT atau **voice-related, professional services (installation, relocation)**, dan **wireless connectivity (dedicated internet, P2P, etc.)**



Penyediaan Layanan Jaringan service providers, includes SD-WAN and VPN



Layanan **cybersecurity**-layanan terkait, pengelolaan pengamanan IaaS **cloud services**, **DC co-location** dan pengelolaan perangkat, IT infra

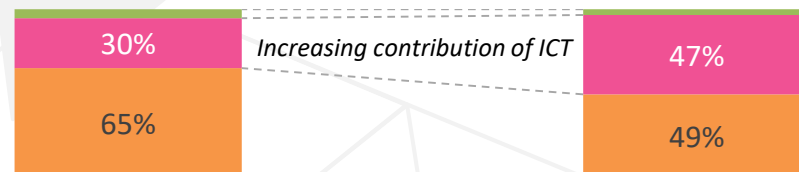


Corporate TV



IPTV and CATV untuk korporasi dan pelanggan **hospitality** seperti hotel, rumah sakit, retailer dan apartemen

Kontribusi Pendapatan (% of total)



Connectivity ICT & cyber security Corporate TV

Segmen Pelanggan Enterprise

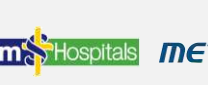
Government



Financial services



Hospitality & media



Telecom operators

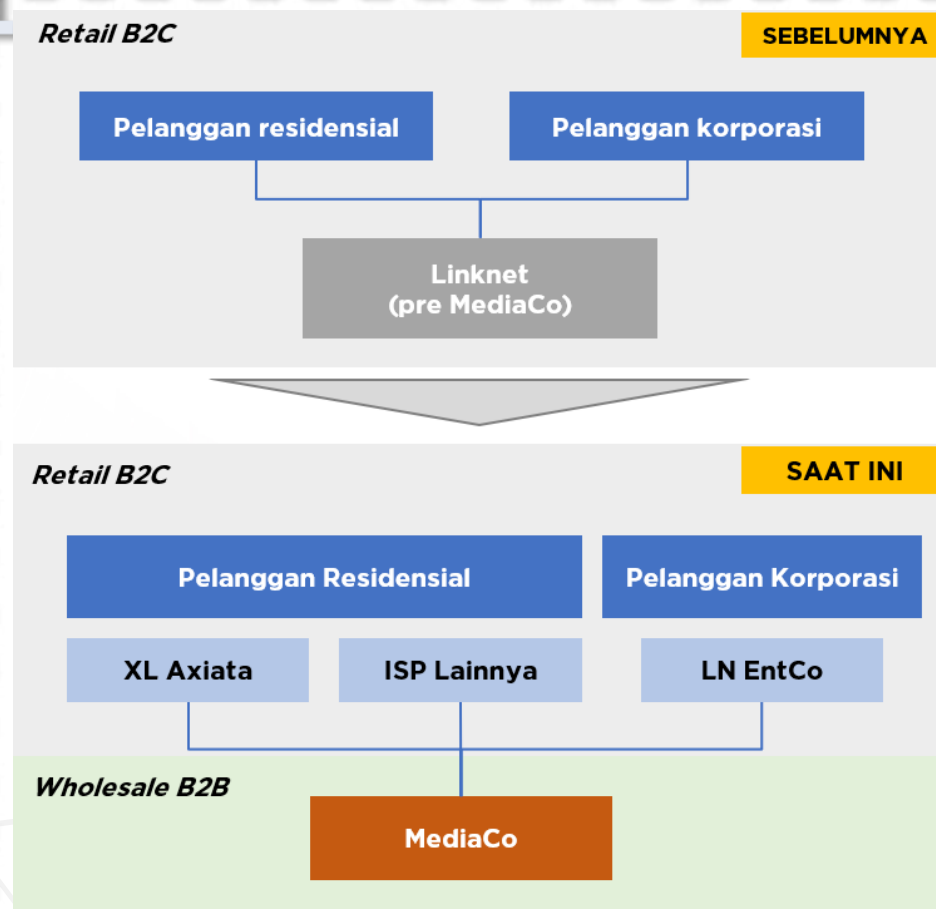


Others



MediaCo – Perubahan Bisnis B2C menjadi B2B Telah Bertransformasi menyediakan Solusi Media E2E

Perubahan dari *Retail* ke *Wholesale*



Solusi Media E2E untuk Masa Mendatang

Pelanggan residensial	Pay TV via XL	Wholesale rights kepada XL untuk penyediaan <i>channel</i> kepada pelanggan (150+ <i>channel</i>)
	Pay TV via other ISPs	Wholesale rights untuk ISP lainnya untuk penyediaan lebih dari 30 <i>channel</i> kepada pelanggan
	OTT	OTT rights untuk lebih dari 60 <i>channel</i> termasuk menjadi salah satu dari dua penyedia <i>channel</i> yang memiliki akses ke HBO Max
Pelanggan Korporasi	Hospitality content offering	Melayani klien <i>hospitality</i> utama termasuk jaringan hotel besar (JW Marriott, Fairmont, Pullman, Mulia), rumah sakit (Siloam, Rumah Sakit Nasional, Adi Husada, Mayapada), ritel dan pemerintah
	Media sales	Penawaran <i>on screen</i> (TVC) serta <i>off screen</i> (<i>booting ads, welcome screen scrollers dll</i>), mengelola premium <i>ad-inventory</i> dan penawaran digital campaigns dan sponsorships



TERIMA KASIH

Terus bergerak maju, menghadirkan jaringan yang menghubungkan dan
memberdayakan,

We LINK the nation for better lives.