LBS URUNDANA
A SYIRKAH INITIATIVE

Berizin dan Diawasi oleh | OTORITAS JASA KEUANGAN

WAJIB BACA!

PROSPEKTUS

PENAWARAN SAHAM

PT BAHAGIA BERVISI MULIA

TAHUN 2026



FADKHERA

@lbsurundana | lbsurundanaofficial | LBS TV

#TRANSAKSI HALAL ITU DISINI

DISCLAIMER

PT LBS Urun Dana adalah penyelenggara layanan urun dana yang menyediakan platform berbasis teknologi untuk penawaran efek (securities crowdfunding) di mana melalui platform tersebut penerbit menawarkan instrumen efek kepada investor (pemodal) melalui sistem elektronik yang telah mendapatkan izin dari Otoritas Jasa Keuangan. Sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 17 Tahun 2025 tentang Penawaran Efek Melalui Layanan Urun Dana Berbasis Teknologi Informasi Pasal 75, kami menyatakan bahwa:

1. **OTORITAS JASA KEUANGAN TIDAK MEMBERIKAN PERSETUJUAN TERHADAP PENERBIT DAN TIDAK MEMBERIKAN PERNYATAAN MENYETUJUI ATAU TIDAK MENYETUJUI EFEK INI, TIDAK JUGA MENYATAKAN KEBENARAN ATAU KECUKUPAN INFORMASI DALAM LAYANAN URUN DANA INI. SETIAP PERNYATAAN YANG BERTENTANGAN DENGAN HAL TERSEBUT ADALAH PERBUATAN MELANGGAR HUKUM.**

---

2. **INFORMASI DALAM LAYANAN URUN DANA INI PENTING DAN PERLU MENDAPAT PERHATIAN SEGERA. APABILA TERDAPAT KERAGUAN PADA TINDAKAN YANG AKAN DIAMBIL, SEBAIKNYA BERKONSULTASI DENGAN PENYELENGGARA.**

---

3. **PENERBIT DAN PENYELENGGARA, BAIK SENDIRI MAUPUN BERSAMA-SAMA, BERTANGGUNG JAWAB SEPENUHNYA ATAS KEBENARAN SEMUA INFORMASI YANG TERCANTUM DALAM LAYANAN URUN DANA INI.**

Sebelum melakukan investasi melalui platform LBS Urun Dana, anda perlu memperhitungkan setiap investasi bisnis yang akan anda lakukan dengan saksama. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan analisis (due diligence), yang di antaranya (namun tidak terbatas pada); Analisis kondisi makro ekonomi, Analisis Model Bisnis, Analisis Laporan Keuangan, Analisis Kompetitor dan Industri, Risiko bisnis lainnya.

Isi dari prospektus ini bukanlah suatu saran baik dari sisi bisnis, hukum, maupun pajak. Calon Pemodal harus menyadari bahwa terdapat kemungkinan akan menanggung risiko kerugian sebagian atau seluruhnya sehubungan dengan Investasi yang dipilihnya. Semua perhitungan atau analisis historis hanyalah perkiraan dari catatan historis, tidak ada jaminan bahwa Calon Pemodal akan memperoleh hasil investasi yang sama di masa yang akan datang, dan semua analisis bukan merupakan janji atau jaminan atas hasil investasi maupun potensi hasil investasi, yang akan diperoleh oleh Calon Pemodal. Bank Kustodian tidak bertanggung jawab atas kegagalan Penerbit dalam melaksanakan kewajibannya terkait dengan efek yang ditawarkan melalui Layanan Urun Dana.



PERLU DIPERHATIKAN!

Sebelum Anda memutuskan untuk menempatkan dana pada produk Saham melalui Securities Crowdfunding (SCF), kami mengimbau agar Anda memahami dan mempertimbangkan dengan seksama berbagai risiko yang melekat pada instrumen investasi ini. Terdapat beberapa risiko yang perlu diwaspadai, antara lain:

Risiko Usaha

Risiko yang dapat terjadi di mana pencapaian bisnis secara aktual tidak memenuhi proyeksi pada proposal/prospektus bisnis.

Risiko Kerugian Investasi

Sejalan dengan risiko usaha dimungkinkan terjadi nilai investasi yang diserahkan investor menurun dari nilai awal pada saat dilakukan penyetoran modal sehingga tidak didapatkannya keuntungan sesuai yang diharapkan.

Risiko Likuiditas

Investasi anda melalui platform layanan urun dana bisa jadi bukan merupakan instrumen investasi yang likuid, hal ini dikarenakan instrumen efek yang ditawarkan melalui platform hanya dapat diperjualbelikan melalui mekanisme pasar sekunder pada platform yang sama, di mana periode pelaksanaan pasar sekunder tersebut juga dibatasi oleh peraturan. Anda mungkin tidak dapat dengan mudah menjual saham anda di bisnis tertentu sebelum dilaksanakannya skema pasar sekunder oleh penyelenggara.

Dilusi Kepemilikan Saham

Dilusi kepemilikan saham terjadi ketika ada pertambahan total jumlah saham yang beredar sehingga terjadi perubahan/ penurunan persentase kepemilikan saham.

Risiko Pembagian Dividen

Setiap Investor yang ikut berinvestasi berhak untuk mendapatkan dividen sesuai dengan jumlah kepemilikan saham. Seyogyanya dividen ini akan diberikan oleh Penerbit dengan jadwal pembagian yang telah disepakati di awal, namun sejalan dengan risiko usaha pembagian dividen ada kemungkinan tertunda atau tidak terjadi jika kinerja bisnis yang anda investasikan tidak berjalan dengan baik.

Risiko Kegagalan Sistem Elektronik

Platform LBS Urun Dana sudah menerapkan sistem elektronik dan keamanan data yang andal. Namun, tetap dimungkinkan terjadi gangguan sistem teknologi informasi dan kegagalan sistem, yang dapat menyebabkan aktivitas anda di platform menjadi tertunda.



PERNYATAAN PENERBIT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Gunawan Aneva Jabatan Direktur

Bertindak untuk dan atas nama PT / ~~CV~~ Bahagia Bervisi Mulia sesuai dengan kewenangan yang tertuliskan dalam Akta Perusahaan terakhir, dengan ini menyatakan dan menjamin hal-hal sebagai berikut:

1. Kami menjamin dan bertanggung jawab penuh atas kebenaran seluruh informasi dan data-data yang disampaikan untuk kepentingan penerbitan efek sukuk/saham pada platform PT LBS Urun Dana.
2. Kami bertanggung jawab penuh atas seluruh sumber data; bukti transaksi; laporan keuangan yang disajikan, dan dokumen pendukung lainnya yang menjadi dasar dalam penyusunan dan penyajian prospektus untuk kepentingan penerbitan efek sukuk/saham.
3. Seluruh dokumen legalitas termasuk seluruh akta perubahan terakhir dari perusahaan kami telah kami serahkan kepada PT LBS Urun Dana untuk kepentingan penerbitan efek sukuk/saham.
4. Kami akan menggunakan dana hasil pencairan efek sukuk/saham hanya untuk tujuan penggunaan dana yang telah disebutkan dan tercantum dalam prospektus.
5. Kami bersedia dan berkomitmen untuk menyerahkan laporan keuangan bulanan kepada PT LBS Urun Dana paling lambat tanggal 10 (sepuluh) setiap bulannya, selama jangka waktu efek masih berlaku, baik untuk keperluan internal maupun pelaporan kepada OJK sebagai regulator dan instansi berwenang lainnya.
6. Kami bersedia dan berkomitmen untuk menyerahkan laporan realisasi penggunaan dana secara berkala kepada PT LBS Urun Dana, hingga seluruh dana yang dihimpun tercatat telah dipergunakan sesuai dengan peruntukan yang tercantum dalam prospektus.
7. Kami menyatakan bahwa kegiatan usaha perusahaan tidak mengandung unsur riba, zhalim, dan gharar, serta telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kami berkomitmen bahwa penggunaan dana hasil penghimpunan akan dilaksanakan sesuai dengan akad yang telah disepakati bersama PT LBS Urun Dana.
8. **Khusus Penerbit Sukuk**: Kami menyatakan bahwa aset jaminan yang diserahkan kepada PT LBS Urun Dana adalah ***(*coret yang tidak sesuai)*** milik sah kami / milik sah rekanan kami / milik sah keluarga kami yang bebas dari sengketa hukum, dan tidak sedang dijaminkan kepada pihak lain dalam bentuk apapun. Kami bertanggung jawab penuh atas kebenaran pernyataan ini dan bersedia dikenakan tindakan hukum apabila pernyataan ini terbukti tidak benar.

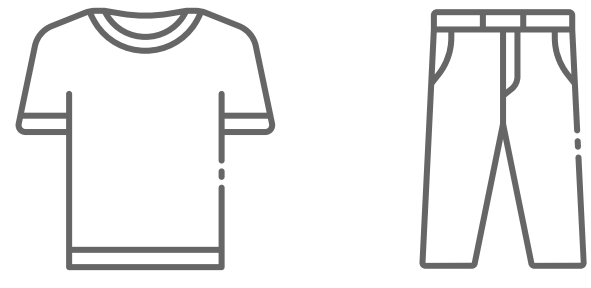
Demikian surat pernyataan dan jaminan ini dibuat dengan penuh kesadaran, tanpa paksaan dari pihak manapun, dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 November 2026

Penerbit / Calon Issuer
TTD & Cap Perusahaan

PT. BAHAGIA BERVISI MULIA

Nama : Gunawan Aneva
Jabatan : Direktur



DAFTAR ISI

I	Daftar Istilah Penting	1
II	Highlight Industri	6
III	Profil Penerbit	14
IV	Highlight Bisnis	20
V	Rencana Penggunaan Dana	24
VI	Financial Highlight	27
VII	Pertimbangan Investasi & Faktor Risiko	31
VIII	Struktur Kepemilikan Saham	33
IX	Investment Highlight	35
X	Ikhtisar Investasi	37
XI	Kebijakan Dividen	39
XII	Profil LBS Urun Dana	41
XIII	Cara Pembelian	46

DAFTAR ISTILAH PENTING

Penyelenggara Layanan Urun Dana

Yang selanjutnya disebut Penyelenggara adalah badan hukum Indonesia yang menyediakan, mengelola, dan mengoperasikan Layanan Urun Dana.

Pengguna Layanan Urun Dana

Adalah penerbit dan pemodal.

Penerbit

Adalah badan usaha Indonesia baik yang berbentuk badan hukum maupun badan usaha lainnya yang menerbitkan Efek melalui Layanan Urun Dana.

Pemodal

Adalah pihak yang melakukan pembelian Efek Penerbit melalui Layanan Urun Dana.

KSEI

PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) merupakan Lembaga Penyimpanan dan Penyelesaian (LPP) di Pasar Modal Indonesia yang menyediakan layanan jasa Kustodian sentral dan penyelesaian transaksi efek yang teratur, wajar dan efisien, sesuai amanat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal.

RUPS

Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) adalah Organ atau bagian Perseroan yang memiliki kewenangan yang tidak diberikan kepada Direksi maupun Dewan Komisaris dalam batas yang telah ditentukan oleh Undang-Undang dan/atau anggaran dasar.

Saham

Tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) pada suatu perusahaan atau Perseroan Terbatas. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pihak tersebut memiliki klaim (hak) atas pendapatan perusahaan, aset perusahaan, dan berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Lembaga Penyimpanan dan Penyelesaian

Adalah pihak yang menyelenggarakan kegiatan kustodian sentral bagi bank kustodian, perusahaan efek, dan pihak lain.

Bank Kustodian

Adalah bank umum yang telah memperoleh persetujuan Otoritas Jasa Keuangan untuk melakukan kegiatan usaha sebagai kustodian.

Akad Syariah

Adalah perjanjian atau kontrak tertulis antara para pihak yang memuat hak dan kewajiban masing-masing pihak yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah di Pasar Modal.

Dividen

Bagian laba maupun pendapatan suatu perusahaan yang besarnya telah ditetapkan direksi dan disahkan dalam rapat pemegang saham untuk dibagi-bagikan terhadap seluruh pemegang saham. Pembagian dividen dapat mengurangi laba yang ditahan serta kas yang tersedia bagi suatu perusahaan, namun distribusi pembagian dividen terhadap setiap pemilik merupakan tujuan utama dalam bisnis.

Dividen Payout Ratio

Merupakan rasio perbandingan antara jumlah dividen yang dibagikan oleh perusahaan kepada setiap investor dengan total keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan tersebut.

Dividen Yield

Dividen yield adalah tingkat pengembalian dalam bentuk dividen tunai kepada pemegang saham. Biasanya dividen yield dinyatakan dalam persentase. Dividen yield menunjukkan berapa banyak perusahaan telah membayar dividen selama setahun terhadap harga sahamnya. Ini membuat pemegang saham lebih mudah melihat berapa banyak pengembalian per rupiah yang diinvestasikan dan diterima melalui dividen.

Per Annum

Disebut juga per tahun, merupakan jangka waktu yang dipakai sebagai dasar untuk menentukan tingkat pengembalian suatu investasi.

Retained Earnings

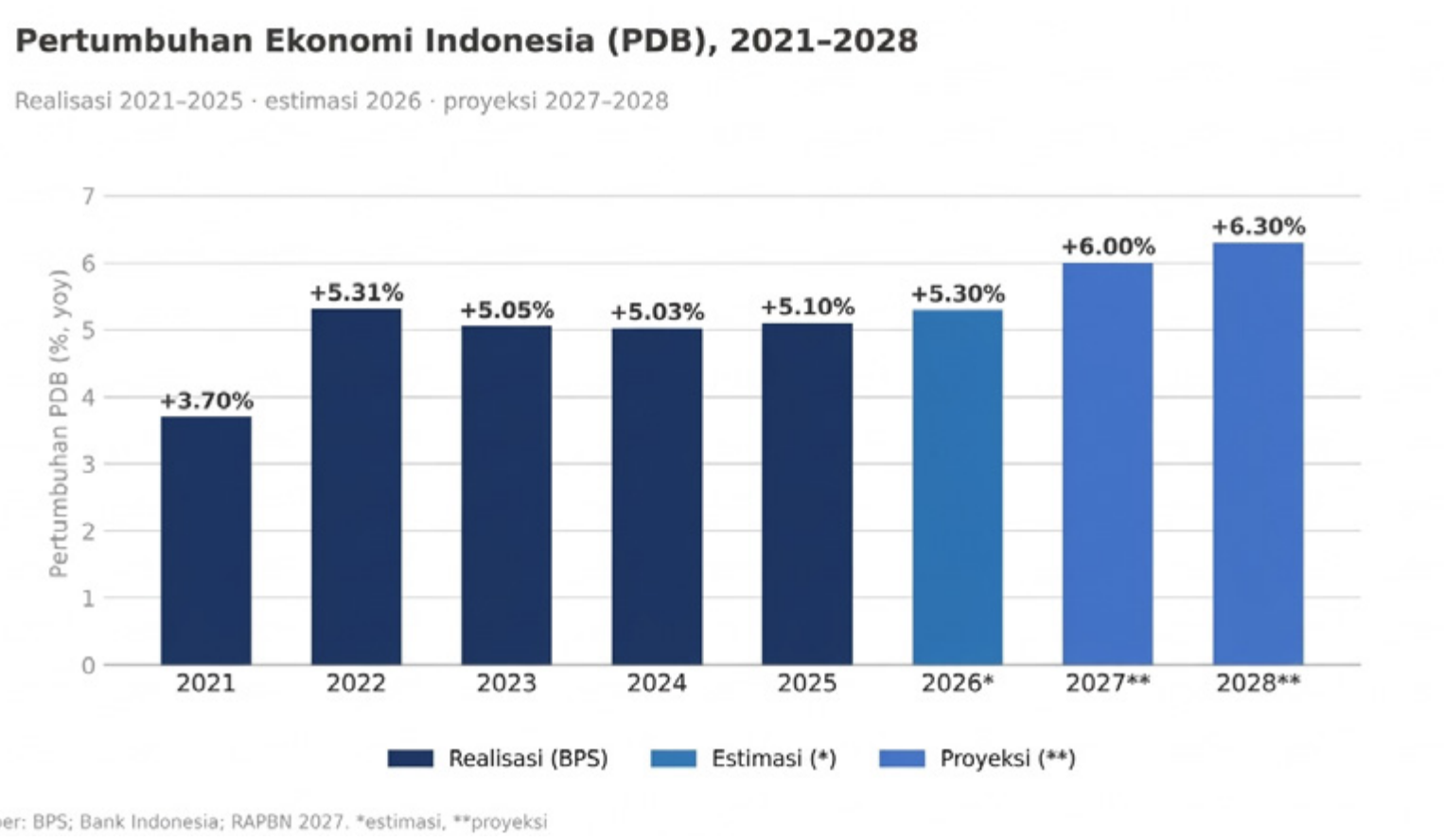
Adalah laba yang ditahan atau laba bersih Perseroan yang tidak dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk dividen. Dengan begitu, laba ditahan dapat dikatakan sebagai sisa laba bersih yang telah dikurangi dividen. Pada umumnya, Perseroan akan menggunakan retained earnings untuk keperluan investasi seperti untuk membiayai proyek penelitian dan pengembangan, pembelian peralatan tambahan, atau dapat juga untuk melunasi sebagian utang Perseroan.



HIGHLIGHT INDUSTRI

Kondisi Makro ekonomi Indonesia

Prospek industri fesyen muslim modern di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari fundamental makroekonomi nasional. Perekonomian Indonesia menunjukkan pemulihan yang solid pascapandemi Covid-19 dan konsisten tumbuh pada kisaran 5% per tahun dalam periode 2022–2025, mencerminkan daya tahan konsumsi domestik yang menjadi penopang utama Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (berkontribusi sekitar 53–54% terhadap PDB). Berikut adalah data pertumbuhan ekonomi riil Indonesia 5 (lima) tahun terakhir (2021–2025), estimasi tahun berjalan (2026), serta proyeksi 2 (dua) tahun ke depan (2027–2028):



Grafik 1. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (PDB), 2021–2028. Sumber: BPS; Bank Indonesia; RAPBN 2027.

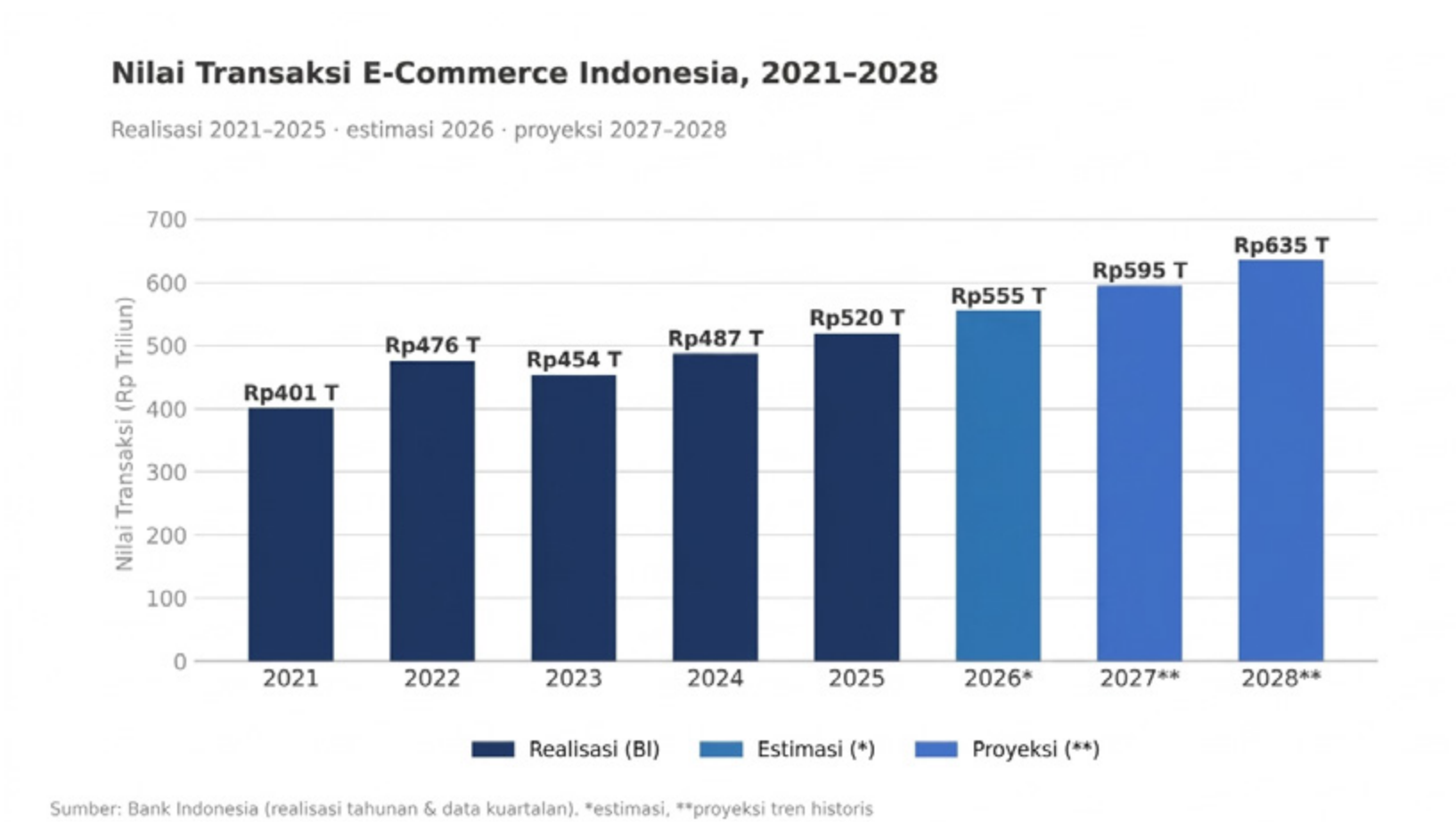
Setelah tumbuh 3,70% pada 2021 dalam masa pemulihan pascapandemi, perekonomian Indonesia terakselerasi ke 5,31% pada 2022 seiring pelonggaran mobilitas dan pemulihan permintaan domestik, kemudian relatif stabil pada kisaran 5,0–5,1% pada 2023–2025 (realisasi kuartalan BPS 2025: Triwulan I 4,87%, Triwulan II 5,12%, Triwulan III 5,04%, Triwulan IV 5,39% — rata-rata sekitar 5,10%). Untuk

tahun 2026 (tahun berjalan), Bank Indonesia memproyeksikan pertumbuhan pada kisaran 4,9%–5,7% (titik tengah sekitar 5,3%), sejalan dengan target APBN 2026 sebesar 5,4%. Proyeksi 2 (dua) tahun ke depan menunjukkan tren penguatan, yaitu sekitar 6,0% pada 2027 (target RAPBN 2027 dan proyeksi Bank Indonesia) dan sekitar 6,3% pada 2028 (indikatif, mengacu pada lintasan RPJMN 2025–2029 menuju rata-rata pertumbuhan 5,6%–6,1% dan target 8% pada 2029), didorong oleh penguatan konsumsi rumah tangga, investasi, serta hilirisasi sektor manufaktur nasional.

Stabilitas dan tren penguatan pertumbuhan ekonomi ini menjadi indikator makro yang relevan bagi keberlangsungan industri fesyen muslim, mengingat daya beli masyarakat dan konsumsi rumah tangga — sebagai kontributor terbesar PDB — berkorelasi langsung dengan permintaan produk fesyen, termasuk kategori modest fashion/fesyen muslim.

B. Pertumbuhan Ekonomi Digital & Transaksi E-Commerce

Sejalan dengan pergeseran perilaku belanja masyarakat Indonesia ke kanal digital, nilai transaksi e-commerce nasional mencatatkan tren pertumbuhan yang signifikan, sebagaimana tercermin pada grafik berikut (data riil 2021–2025, estimasi 2026, proyeksi 2027–2028):



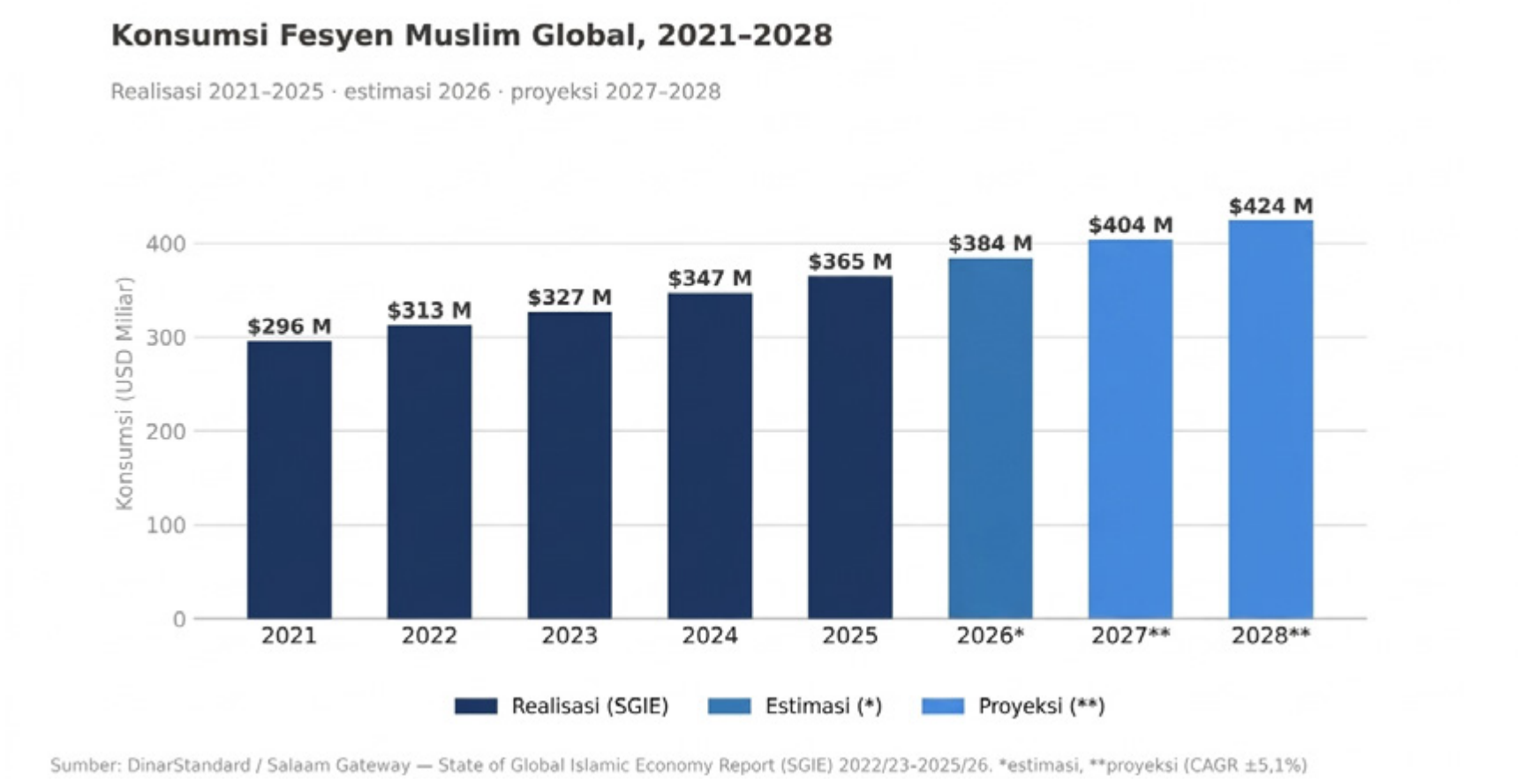
Grafik 2. Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia, 2021–2028. Sumber: Bank Indonesia.

Nilai transaksi e-commerce Indonesia tumbuh dari Rp401,0 triliun pada 2021 menjadi Rp476,3 triliun pada 2022. Sempat terkoreksi ke Rp453,75 triliun pada 2023 seiring normalisasi pertumbuhan pascapandemi, nilai transaksi kembali meningkat menjadi Rp487,01 triliun pada 2024 (tumbuh 7,3% secara tahunan) dan diestimasikan mencapai sekitar Rp520 triliun pada 2025, berdasarkan agregasi data kuartalan Bank Indonesia (transaksi Triwulan III/2025 tercatat Rp134,67 triliun, tumbuh 3,74% secara tahunan). Untuk tahun 2026 (tahun berjalan) diestimasikan mencapai sekitar Rp555 triliun, dengan proyeksi berlanjut ke sekitar Rp595 triliun pada 2027 dan Rp635 triliun pada 2028, mengikuti tren pertumbuhan historis. Tren pertumbuhan ekonomi digital ini relevan secara langsung bagi Fadkhera, mengingat model bisnis Direct-to-Consumer (D2C) yang dijalankan Perseroan sangat bergantung pada kanal distribusi digital (website resmi dan marketplace).

C. Industri Fesyen Muslim (Modest Fashion) — Pasar Global & Domestik

Industri fesyen muslim (modest fashion) merupakan salah satu sektor konsumsi syariah dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia, didukung oleh basis populasi muslim terbesar di dunia. Indonesia memiliki penduduk muslim sekitar 87% dari total populasi nasional, atau sekitar 244 juta jiwa, yang menjadikan pasar domestik untuk produk fesyen muslim sangat besar dan relatif resilient terhadap siklus ekonomi dibandingkan kategori fesyen umum lainnya.

Pada skala global, konsumsi fesyen muslim (belanja pakaian dan alas kaki oleh konsumen muslim) menunjukkan tren pertumbuhan yang konsisten, sebagaimana tercermin pada grafik berikut:



Grafik 3. Konsumsi Fesyen Muslim Global, 2021–2028. Sumber: DinarStandard/Salaam Gateway — State of Global Islamic Economy Report (SGIE) 2022/23–2025/26.

Konsumsi fesyen muslim global tumbuh dari sekitar USD296 miliar pada 2021 menjadi USD313 miliar pada 2022, USD327 miliar pada 2023, dan USD347 miliar pada 2024 (tumbuh 6,2% secara tahunan). Berdasarkan tren CAGR SGIE sekitar 5,1%, konsumsi diestimasikan mencapai sekitar USD365 miliar pada 2025 dan USD384 miliar pada 2026 (tahun berjalan), dengan proyeksi berlanjut ke sekitar USD404 miliar pada 2027 dan USD424 miliar pada 2028 — menuju target SGIE sebesar USD444 miliar pada 2029. Dalam laporan SGIE, Indonesia menempati peringkat pertama untuk ekosistem lokal yang mendukung pengembangan industri modest fashion, meskipun dari sisi ekspor ke negara-negara anggota OKI, Indonesia masih berada di peringkat ketujuh di bawah Tiongkok, Turki, dan India.

Pada skala domestik, salah satu indikator riil pertumbuhan industri fesyen muslim Indonesia tercermin dari nilai ekspor modest fashion ke negara-negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), sebagaimana grafik berikut:



Grafik 4. Ekspor Modest Fashion Indonesia ke Negara OKI, 2021–2028. Sumber: Bank Indonesia; Kementerian Perdagangan RI.

Nilai ekspor modest fashion Indonesia ke negara-negara OKI tumbuh dari sekitar USD410 juta pada 2021 menjadi USD540 juta pada 2022, kemudian melonjak signifikan sebesar 83% menjadi USD990 juta pada 2023. Pertumbuhan berlanjut ke sekitar USD1.084 juta pada 2024 (dianualisasikan dari data Bank Indonesia Januari–Juli 2024 sebesar USD632,76 juta) dan diestimasikan mencapai sekitar USD1.160 juta pada 2025. Untuk tahun 2026 (tahun berjalan) diestimasikan sekitar USD1.240 juta, dengan proyeksi berlanjut ke sekitar USD1.330 juta pada 2027 dan USD1.420 juta pada 2028, mengikuti tren pertumbuhan historis yang lebih moderat pascalonjakan 2022–2023. Pertumbuhan ekspor ini turut didukung oleh basis pelaku usaha yang luas, di mana Indonesia tercatat memiliki sekitar 594 ribu unit usaha kecil di sektor konveksi/garmen yang menyerap sekitar 1,2 juta tenaga kerja (sumber: Badan Pusat Statistik).

Dari sisi konsumsi domestik, sektor fesyen tercatat sebagai kontributor konsumsi syariah terbesar kedua di Indonesia setelah makanan, dengan nilai konsumsi fesyen muslim nasional mencapai sekitar Rp290 triliun pada tahun 2024 (sumber: data Kementerian Perindustrian, diolah). Sementara

itu, total konsumsi industri halal Indonesia secara keseluruhan diproyeksikan mencapai sekitar USD330,5 miliar atau setara Rp5.382 triliun pada tahun 2025 (sumber: Bank Syariah Indonesia).

Pada sisi industri pengolahan (manufaktur), subsektor industri tekstil, pakaian jadi, dan kulit tercatat tumbuh sebesar 5,39% (Oktober 2024–Oktober 2025, sumber: Kementerian Perindustrian), melampaui pertumbuhan PDB nasional pada periode yang sama. Subsektor ini menyumbang sekitar 0,98% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 3,76 juta tenaga kerja, menegaskan peran strategis industri tekstil dan pakaian jadi — termasuk fesyen muslim — dalam perekonomian dan ketenagakerjaan nasional.

D. Faktor Pendorong Pertumbuhan Industri

- Fundamental makroekonomi yang stabil, dengan pertumbuhan PDB konsisten pada kisaran 5% per tahun dan proyeksi penguatan hingga 2028
- Basis populasi muslim terbesar di dunia dengan daya beli kelas menengah yang terus meningkat
- Pertumbuhan ekonomi digital dan transaksi e-commerce nasional yang konsisten, mempercepat distribusi produk fesyen muslim ke seluruh wilayah Indonesia
- Pergeseran preferensi konsumen ke arah gaya hidup halal (halal lifestyle) yang menyeluruh, tidak hanya pada makanan tetapi juga fesyen
- Dukungan pemerintah melalui program sertifikasi halal dan positioning Indonesia sebagai pusat modest fashion dunia
- Kemunculan figur publik, dai, dan content creator muslim yang memperkuat kredibilitas dan daya tarik brand fesyen muslim modern

E. Tren Perilaku Konsumen

Konsumen fesyen muslim modern, khususnya segmen pria usia produktif, semakin mengutamakan desain yang relevan dengan gaya hidup urban tanpa meninggalkan nilai-nilai keislaman. Beberapa tren yang berkembang antara lain:

- Preferensi pada desain modern, fungsional, dan nyaman dipakai untuk aktivitas kerja maupun ibadah
- Peningkatan loyalitas terhadap brand lokal yang memiliki identitas dan storytelling yang kuat
- Pengaruh kolaborasi dengan tokoh/figur publik dan komunitas muslim dalam keputusan pembelian
- Pembelian melalui kanal digital (marketplace, media sosial) yang terus meningkat dibandingkan kanal ritel konvensional, sejalan dengan tren pertumbuhan ekonomi digital nasional

F. Kesimpulan Analisis Industri

Dengan fundamental makroekonomi nasional yang stabil (pertumbuhan PDB konsisten di kisaran 5% dan tren penguatan hingga 2028), pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan, serta karakteristik pasar fesyen muslim global dan domestik yang besar dan resilient, industri fesyen muslim modern di Indonesia dinilai memiliki prospek pertumbuhan jangka panjang yang positif bagi pelaku usaha yang mampu membangun diferensiasi brand dan jaringan distribusi yang kuat — sebagaimana yang telah dan terus dibangun oleh Fadkhera.

PROFIL PENERBIT

PROFIL PENERBIT

Sekilas Mengenai PT Bahagia Bervisi Mulia (Fadkhera)

PT Bahagia Bervisi Mulia merupakan badan usaha yang menaungi brand Fadkhera, sebuah brand fesyen muslim modern yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup halal (halal lifestyle) di era yang terus berkembang. Berlandaskan nilai-nilai keislaman yang selaras dengan kehidupan urban, Fadkhera menghadirkan koleksi busana yang elegan dan fungsional untuk mendukung seluruh aktivitas pria muslim, mulai dari bekerja, beribadah, hingga bersosialisasi.

Dengan desain modern, material berkualitas premium, serta komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah, Fadkhera memosisikan diri sebagai solusi fesyen yang nyaman, stylish, dan relevan dengan dinamika kehidupan modern.

Nilai Utama (Core Values)

- Modern — Senantiasa mengikuti tren terkini fesyen pria dengan desain inovatif yang relevan dengan gaya hidup modern tanpa meninggalkan nilai-nilai keislaman.
- Smart — Dirancang dengan memperhatikan detail dan fungsionalitas, menggunakan material berkualitas tinggi dan teknik jahit yang presisi untuk memastikan kenyamanan dan daya tahan produk.
- Stylish — Menghadirkan koleksi yang stylish dan elegan, dirancang untuk membuat penggunanya tampil percaya diri dengan kepribadian yang modern dan khas.

Produk & Kategori Utama

Fadkhera menghadirkan rangkaian produk fesyen muslim pria yang mencakup antara lain:

- Koko Modern (termasuk varian Batik)
- Kurta & Thobe
- Kemeja (shirt)
- Kaos (T-shirt), termasuk varian Oversized dan Essential
- Celana (ankle pants, sirwal pants, chinos, mechanical stretch pants)
- Outerwear (jaket dan vest)
- Aksesoris pendukung lainnya

Beberapa produk unggulan Fadkhera dilengkapi dengan fitur teknis seperti bahan 2-4 way stretch, teknologi cool-feel/cool-breeze, material anti-kusut (wrinkle-resistant), serta potongan modern yang dirancang khusus untuk kenyamanan aktivitas harian.

Galeri Produk

Berikut beberapa contoh produk Fadkhera yang diambil dari dokumentasi Company Profile resmi Perseroan, menampilkan desain modern dan detail material pada koleksi Koko Modern:






FADKHERA

Model Bisnis

Fadkhera menjalankan model bisnis Direct-to-Consumer (D2C) melalui kanal penjualan daring resmi (website dan marketplace), didukung dengan jaringan mitra ritel offline serta program kemitraan reseller tanpa stok (dropship) untuk memperluas jangkauan distribusi secara nasional.

Legalitas Perseroan

Keterangan	Informasi
Nama Perseroan	PT Bahagia Bervisi Mulia
Nama Brand	Fadkhera
Akta Pendirian	Akta Nomor 16, tanggal 24 Januari 2025, oleh Notaris Natania Rosalina, S.H., M.Kn., Notaris di Kota Cilegon
Pengesahan Kemenkumham	Keputusan Menteri Hukum RI Nomor AHU-0006875.AH.01.01.TAHUN 2025, tanggal 04 Februari 2025
Akta Perubahan Terakhir	Akta Nomor 83 (Pernyataan Keputusan Sirkuler), tanggal 19 Mei 2026, oleh Notaris Max Andrian, S.H., M.Kn., Notaris di Kota Salatiga — perubahan tempat kedudukan/domisili Perseroan
NIB	1302250023847, terbit 13 Februari 2025
NPWP	1091031211595318
Alamat Kantor/Domisili	Jalan Ahmad Wahid Nomor 54, Mantup, RT 002, Kelurahan Baturetno, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, 55197
KBLI Terdaftar	13999 – Industri Tekstil Lainnya YTDL; 46100 – Perdagangan Besar atas Dasar Balas Jasa (Fee) atau Kontrak; 46412 – Perdagangan Besar Pakaian; 15201 – Industri Alas Kaki untuk Keperluan Sehari-hari
Modal Dasar	Rp 400.000.000,- (400.000.000 lembar saham, nilai nominal Rp 1,-/saham)
Modal Ditempatkan & Disetor	Rp 100.000.000,- (100%)

Struktur Kepemilikan Perseroan (Sebelum Penawaran)

Nama	Jabatan	Jumlah Lembar Saham	Nilai (Rp)	Persentase
Gunawan Aneva	Direktur	34.000.000	34.000.000	34,00%
Wildan Salim	Komisaris	66.000.000	66.000.000	66,00%
Total		100.000.000	100.000.000	100,00%

PROFIL MANAJEMEN

Perseroan dikelola oleh tim profesional yang berdedikasi untuk pertumbuhan bisnis jangka panjang.

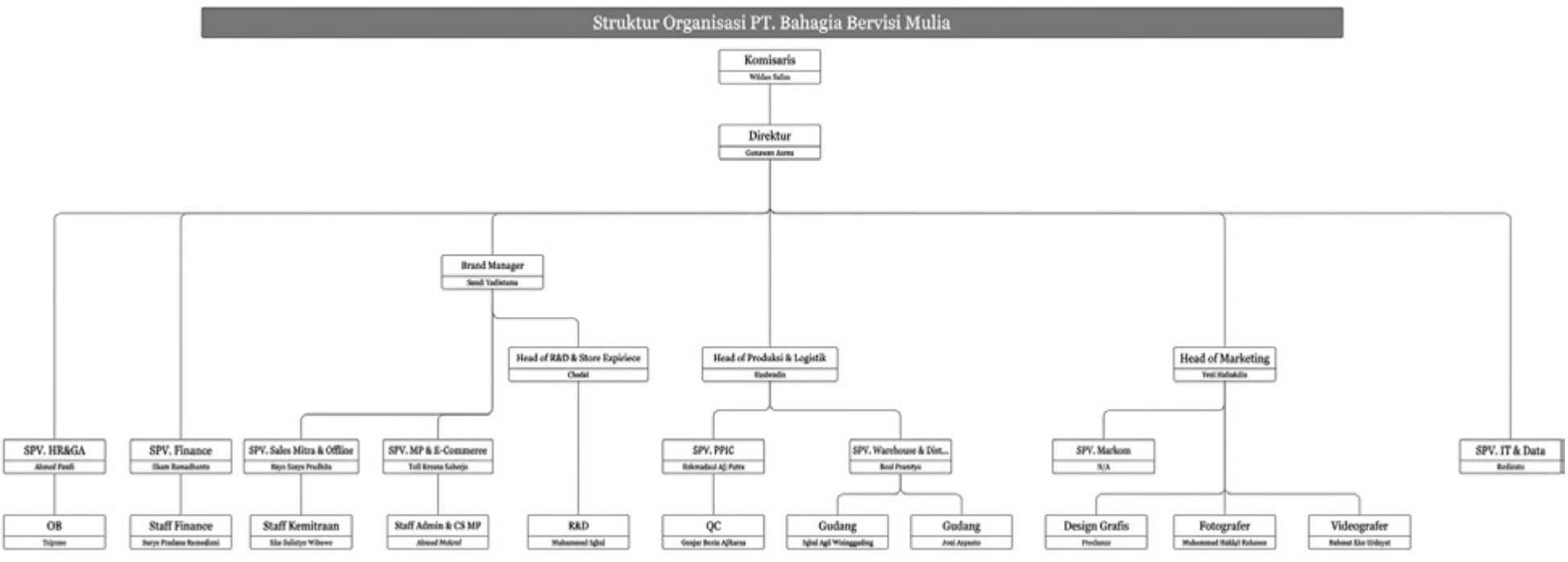
Gunawan Aneva — Direktur

Keterangan	Informasi
Tempat, Tanggal Lahir	Payakumbuh, 14 Juli 1987
Kewarganegaraan	Warga Negara Indonesia
Domisili	Kota Payakumbuh, Provinsi Sumatera Barat
Jabatan	Direktur
Kepemilikan Saham	34.000.000 lembar (34,00%)

Wildan Salim — Komisaris

Keterangan	Informasi
Tempat, Tanggal Lahir	Cilacap, 22 November 1986
Kewarganegaraan	Warga Negara Indonesia
Domisili	Kota Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
Jabatan	Komisaris
Kepemilikan Saham	66.000.000 lembar (66,00%)

Struktur Organisasi



HIGHLIGHT BISNIS

Fadkhera, di bawah naungan PT Bahagia Bervisi Mulia, telah membangun posisi sebagai salah satu brand fesyen muslim modern pria yang dikenal luas di Indonesia melalui kombinasi kualitas produk, kolaborasi strategis, dan jaringan distribusi yang telah terbangun secara nasional.

Kekuatan Digital & Media Sosial

Fadkhera memiliki basis pengikut (followers) yang besar dan engagement yang aktif di media sosial, mencerminkan kekuatan brand awareness dan loyalitas komunitas:

Metrik (90 Hari Terakhir)	Nilai
Jumlah Followers Instagram	170.462
Impressions / Views	12.788.534
Reach	4.574.380
Interaksi	373.541
Komposisi Gender Followers	63% Pria, 37% Wanita
Rentang Usia Dominan Followers	25–44 tahun

Strategi Pemasaran — Kolaborasi dengan Tokoh Ternama

Salah satu pilar utama strategi pemasaran Fadkhera adalah kolaborasi produk bersama tokoh publik dan dai/ustadz ternama di Indonesia, di mana setiap kolaborasi menghadirkan varian produk Koko Modern edisi khusus yang dipasarkan melalui basis pengikut (followers) tokoh terkait maupun kanal resmi Fadkhera. Rekam jejak kolaborasi strategis Fadkhera mencakup:

Tokoh/Figur Publik	Estimasi Followers Instagram	Produk Kolaborasi
Ustadz Khalid Basalamah	3 Jt+	Koko Modern Sadam White
Ustadz Muhammad Abduh Tuasikal (Rumaysho)	500 Rb+	Koko Modern Rumaysho 3.0
Ustadz Ammi Nur Baits	300 Rb+	Koko Modern ANB 3.0
Ustadz Luqmanulhakim	300 Rb+	Koko Modern LQ 2.0
Ustadz Ridho Febri	70 Rb+	Koko Modern Hanif
Ustadz Zacky Mirza	100 Rb+	Koko Modern Nauval
Ustadz Salim A. Fillah	500 Rb+	Koko Modern Haider



Di samping kolaborasi dengan asatidz dan tokoh publik, Fadkhera juga menjalin kemitraan pemasaran dengan sejumlah content creator muslim, antara lain Ngaji Lagi, Rizki Sabroni, Syammas, Deryansha, dan Kevin Kauts, dengan total jangkauan gabungan pengikut media sosial dari seluruh kolaborasi mencapai belasan juta pengguna. Strategi kolaborasi ini terbukti efektif memperkuat kredibilitas brand (social proof), memperluas jangkauan pasar baru, serta mendorong akuisisi pelanggan melalui audiens masing-masing tokoh.

Partisipasi Pameran (Exhibition)

Selain kolaborasi tokoh, strategi pemasaran Fadkhera juga mencakup partisipasi aktif dalam berbagai pameran dan event fesyen muslim berskala nasional, antara lain Muslim Life Fair (Bekasi, JIExpo, Bandung, BSD), Halal Fair (Jogja, BSD), Be On Fest, dan Muslim Jogja Exhibition (MJE), sebagai sarana memperluas visibilitas brand, melakukan penjualan langsung (direct selling), dan memperluas jangkauan pasar.



Jaringan Kemitraan Nasional

Fadkhera telah membangun jaringan kemitraan resmi (official partnership) yang luas dengan toko-toko fesyen muslim di berbagai wilayah Indonesia. Hingga saat ini, Fadkhera memiliki 141 mitra resmi yang tersebar di 26 provinsi dan 86 kabupaten/kota di seluruh Indonesia, termasuk di antaranya Distro Muslim Makassar, Ana Muslim Store, Benthalib, Distro Muslim Karawang, Shaliha Galeri, Karita, Alfath, dan Damascus.

Rekam Jejak Pertumbuhan (Growth Track Record)

Berdasarkan data historis penjualan periode 2019–2025, Fadkhera mencatatkan tren pertumbuhan yang positif secara tahun-ke-tahun (year-on-year), dengan pertumbuhan sebesar 49,63% pada tahun 2024 dan pertumbuhan sebesar 31,01% pada tahun 2025, termasuk tetap mencatatkan pertumbuhan selama periode pandemi Covid-19.



RENCANA PENGGUNAAN DANA

PT Bahagia Bervisi Mulia (Fadkhera) berencana untuk melakukan penambahan modal Perseroan dari masyarakat (investor) melalui penerbitan saham. Dana yang diperoleh dari penawaran ini, setelah dikurangi biaya-biaya emisi, akan digunakan Perseroan untuk dua tujuan utama, yaitu:

- Penguatan modal kerja produksi untuk koleksi fast-moving andalan Fadkhera (Koko Modern, Smart Casual, Vest, dan Pants Series), guna meningkatkan kapasitas produksi dan ketersediaan stok produk siap jual.
- Akselerasi pemasaran, branding, dan distribusi melalui penguatan iklan digital di marketplace, kolaborasi dengan key opinion leader (KOL), roadshow kemitraan ke berbagai daerah, serta ekspansi program reseller tanpa stok (dropship).

Strategi ini diharapkan dapat memperkuat posisi Fadkhera sebagai salah satu pemain utama fesyen muslim modern di Indonesia, sekaligus mendorong pertumbuhan pendapatan dan profitabilitas Perseroan secara berkelanjutan.

Dana hasil Penawaran Saham melalui LBS Urun Dana sebesar Rp 2.000.000.000,- (dua miliar Rupiah) akan dialokasikan oleh Perseroan sesuai Rencana Anggaran Biaya (RAB) berikut:

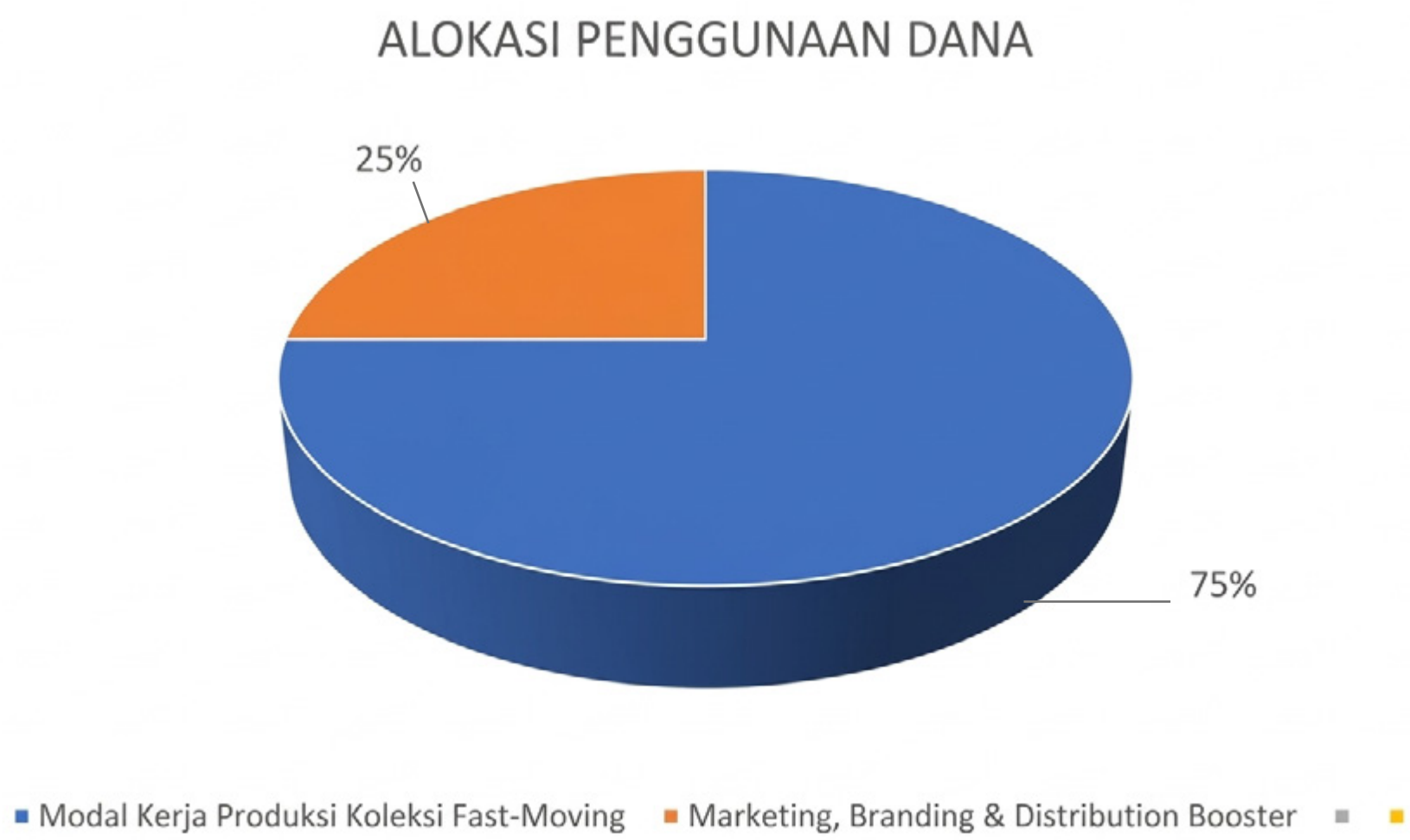
A. Modal Kerja Produksi Koleksi Fast-Moving (75%) — Rp 1.500.000.000,-

Kode	Item Penggunaan Dana	Volume	Total Anggaran (Rp)	Porsi
A.1	Bahan baku kain utama — Koko Modern Hero & Grade C Series	19.000 Yard	475.000.000	23,75%
A.2	Bahan baku kain — Smart Casual, Vest & Pants Series	8.700 Yard	275.000.000	13,75%
A.3	Jasa produksi jahit (CMT/FOB) — Koko Modern Fast-Moving	9.500 Pcs	380.000.000	19,00%
A.4	Jasa produksi jahit (CMT/FOB) — Smart Casual, Outerwear & Pants	5.800 Pcs	220.000.000	11,00%
A.5	Aksesoris eksklusif, hangtag, label & packaging	15.300 Set/Pcs	150.000.000	7,50%
	Subtotal A	15.300 Pcs	1.500.000.000	75,00%

B. Marketing, Branding & Distribution Booster (25%) — Rp 500.000.000,-

Kode	Item Penggunaan Dana	Volume	Total Anggaran (Rp)	Porsi
B.1	Boosting penjualan marketplace (ads, affiliate, live studio)	6 Bulan Program	250.000.000	12,50%
B.2	Aktivasi marketing & branding (kampanye KOL mikro/nano)	200 KOL/Konten	150.000.000	7,50%
B.3	Aktivasi & roadshow kemitraan offline	10 Area Roadshow	60.000.000	3,00%
B.4	Pembukaan & akuisisi program reseller tanpa stok (dropship)	200 Reseller Aktif	40.000.000	2,00%
	Subtotal B	Paket	500.000.000	25,00%

TOTAL RENCANA PENGGUNAAN DANA: Rp 2.000.000.000,- (100%) – DANA BERSIH



FINANCIAL HIGHLIGHTS

PROFIL KEUANGAN

Ikhtisar Laporan Laba Rugi

Dalam Rp juta, kecuali dinyatakan lain

Uraian	FY2024	FY2025	Jan–Sep 2026
Penjualan bersih	14.000	18.355	12.475
Harga pokok penjualan	(6.976)	(9.043)	(5.811)
Laba kotor	7.024	9.312	6.664
Beban operasional (termasuk penyusutan)	(5.459)	(6.597)	(5.013)
Zakat, CSR dan beban lain (neto)	(250)	(384)	(166)
Laba usaha (EBIT)	1.315	2.331	1.485
Beban bagi hasil pembiayaan	–	(290)	(495)
Laba sebelum pajak	1.315	2.041	990
Beban pajak	(11)	(28)	(16)
Laba bersih	1.304	2.014	974
Indikator			
Pertumbuhan penjualan bersih	–	31,1%	–12,4%
Pertumbuhan laba bersih	–	54,5%	–39,9%
Margin laba kotor	50,2%	50,7%	53,4%
Margin laba bersih	9,3%	11,0%	7,8%

Pertumbuhan Jan–Sep 2026 dibandingkan periode yang sama tahun 2025 (Jan–Sep 2025).

Analisis singkat: kinerja usaha

- Penjualan bersih tumbuh 31,1%, dari Rp14,00 M (2024) menjadi Rp18,36 M (2025), dan laba bersih naik 54,5% menjadi Rp2,01 M.
- Penjualan bersifat musiman: periode Januari–Maret (Ramadan) menyumbang 40% (2024) dan 47% (2025) penjualan tahunan.
- Penjualan Januari–September 2026 sebesar Rp12,47 M, turun 12,4% dibandingkan periode yang sama 2025, dengan laba bersih Rp974 juta. Beban bagi hasil meningkat seiring pemanfaatan pembiayaan modal kerja.

- Perseroan sedang menata kanal penjualan: kanal Kemitraan Online (31% penjualan 2025) ditutup pada September 2026, sementara tiga kanal baru (website fadkhera.com, reseller dan pasar Malaysia) mulai dikembangkan sejak 2026.

Ikhtisar Neraca

Dalam Rp juta, kecuali dinyatakan lain

Uraian	31 Des 2024	31 Des 2025	30 Sep 2026
Aset			
Kas dan bank	532	350	357
Piutang usaha dan lainnya	663	944	259
Persediaan	4.676	10.159	4.905
Biaya dibayar di muka dan aset lancar lain	2.646	206	368
Aset tetap dan tak berwujud (neto)	335	327	336
Total aset	**8.852**	**11.986**	**6.225**
Liabilitas dan ekuitas			
Hutang usaha	1.336	2.805	735
Pembiayaan syariah (lembaga keuangan dan murabahah)	–	3.186	3.890
Liabilitas lain	691	–	–
Total liabilitas	**2.027**	**5.990**	**4.625**
Total ekuitas	**6.825**	**5.995**	**1.600**
Indikator			
Persediaan terhadap total aset	52,8%	84,8%	78,8%
Pembiayaan syariah terhadap ekuitas (DER)	–	0,53x	2,43x
Total liabilitas terhadap ekuitas	0,30x	1,00x	2,89x

Catatan penyajian: Laporan keuangan bersumber dari laporan internal Perseroan dan belum diaudit atau direviu oleh Kantor Akuntan Publik. Hingga 31 Desember 2025 persediaan dicatat pada harga jual; mulai 2026 Perseroan mencatat persediaan pada harga pokok. Penyesuaian ini menurunkan nilai persediaan dan ekuitas pada neraca 30 September 2026, sehingga angka neraca dan margin 2024–2025 tidak sepenuhnya sebanding dengan 2026. Selisih ±1 pada penjumlahan disebabkan pembulatan.

Analisis singkat: posisi keuangan

- Persediaan merupakan aset utama (78,8% total aset per 30 September 2026), sesuai karakter usaha fesyen yang menyiapkan stok untuk musim penjualan.
- Sejak 2025 Perseroan memanfaatkan pembiayaan syariah untuk modal kerja; saldo per 30 September 2026 Rp3,89M.

- Ekuitas per 30 September 2026 sebesar Rp1,60M setelah penyesuaian pencatatan persediaan, sehingga DER berada di 2,43x.
- Dana bersih penawaran Rp2,0M menambah ekuitas Perseroan; DER diproyeksikan turun menjadi 0,75x pada akhir 2027 dan 0,29x pada 2031.

Ringkasan Hasil Valuasi

- Harga penawaran Rp197 per saham dengan jumlah saham ditawarkan 11.280.315 lembar (10,14%) dengan nilai nominal Rp1 per saham.
- Indikator pada harga penawaran: P/E proyeksi 2027 10,6x (median emiten pembanding 9,0x); PBV setelah penawaran 5,74x.
- Kebijakan dividen 60% dari laba bersih; proyeksi dividend yield 2027 5,64%.



PERTIMBANGAN INVESTASI DAN FAKTOR RISIKO

Faktor Risiko	Deskripsi Risiko	Mitigasi & Posisi Manajemen
Ketergantungan pada Figur Publik	Lini unggulan melekat pada nama asatidz/public figure (Koko Modern ANB, Rumaysho, LQ, Haider). Berakhirnya kerja sama atau isu reputasi figur dapat menurunkan penjualan lini terkait.	Manajemen tidak menempatkan kolaborasi sebagai penopang tunggal: lini house brand (Oversized & Essential T-Shirt, Chinos, Vest, Ultra Light Vest) tetap dikembangkan sebagai basis pendapatan berulang. Kolaborator diperluas secara bertahap agar kontribusi tidak terpusat pada satu figur, dan produksi lini kolaborasi dijalankan dalam batch terbatas berbasis permintaan.
Ketergantungan Kanal Media Sosial	Permintaan digerakkan jangkauan organik media sosial (reach 4,57 juta dan 12,79 juta impresi dalam 90 hari). Perubahan algoritma atau gangguan akun berdampak langsung pada trafik penjualan.	Manajemen menempatkan media sosial sebagai pembangun permintaan, bukan satu-satunya kanal transaksi. Penjualan disalurkan melalui 141 mitra resmi, website resmi, marketplace, dan pameran. Pengamanan akun serta anggaran promosi berbayar disiapkan untuk menjaga kestabilan jangkauan.
Musiman Permintaan	Permintaan fashion muslim terkonsentrasi pada periode Ramadan dan Idulfitri sehingga arus kas tidak merata sepanjang tahun.	Manajemen mengelola musiman melalui komposisi produk harian (kaos, chinos, vest) yang permintaannya tidak bergantung momentum keagamaan, serta kalender pameran yang tersebar sepanjang tahun (Muslim Life Fair, Halal Fair, MJE). Penyusunan jadwal pembayaran kepada pemodal diselaraskan dengan siklus kas usaha dan didukung dana cadangan.
Persediaan dan Perputaran Stok	Pergeseran tren serta kesalahan proyeksi ukuran dan warna berpotensi menimbulkan slow moving dan dead stock yang menahan modal kerja.	Manajemen menerapkan produksi batch terbatas dan pre-order untuk motif/edisi tertentu, disertai pemantauan perputaran per SKU dan stok opname berkala. Stok lama dilepas melalui kanal clearance dan pameran agar tidak membebani modal kerja.
Produksi dan Rantai Pasok	Produksi bergantung pada vendor konveksi dan pemasok bahan, termasuk kain berteknologi (CoolBreeze, mechanical stretch, water repellent) yang sebagian bersumber dari impor sehingga terpapar harga dan kurs.	Manajemen memelihara lebih dari satu vendor tersertifikasi untuk setiap kategori produk, dengan spesifikasi mutu dan tenggat yang diatur dalam perjanjian kerja. Bahan utama disimpan dalam safety stock dan pembelian dilakukan secara terjadwal untuk mengamankan harga.
Kualitas Produk	Positioning brand bertumpu pada mutu yang konsisten; kegagalan pengendalian mutu berdampak pada retur, ulasan negatif, dan kepercayaan mitra.	Manajemen menjalankan proses produksi terstandardisasi dengan pemeriksaan mutu berjenjang dan pencatatan tingkat kecacatan per vendor sebagai dasar evaluasi. Kebijakan retur dan penanganan klaim pelanggan dijalankan secara terdokumentasi.
Kanal Mitra dan Piutang	Jaringan 141 mitra resmi di 26 provinsi dan 86 kabupaten/ kota menimbulkan risiko piutang tertunggak, persaingan harga antar mitra, serta ketidakpatuhan pada standar brand.	Manajemen menerapkan ketentuan pembayaran di muka bagi mitra baru dan batas kredit berjenjang bagi mitra lama, dengan harga jual dan wilayah yang diatur dalam perjanjian kemitraan. Kinerja dan umur piutang mitra ditinjau secara berkala, dan mitra bermasalah dihentikan penambahan ordernya.
Persaingan dan Pemalsuan Produk	Industri fashion muslim pria padat dan desain relatif mudah ditiru, termasuk potensi peredaran produk tiruan.	Manajemen menjaga diferensiasi melalui bahan berteknologi, fit khas, dan siklus rilis produk yang terjadwal. Perlindungan merek ditempuh melalui pendaftaran merek dan penanda keaslian pada produk, disertai penegakan terhadap peredaran produk tiruan.
Legalitas dan Perlindungan Merek	Kelengkapan badan hukum, perizinan usaha, serta kepemilikan merek dan perjanjian kolaborasi merupakan prasyarat kelayakan penerbitan.	Manajemen berkomitmen melengkapi dan menyerahkan dokumen badan hukum, perizinan usaha, bukti kepemilikan merek, serta perjanjian kolaborasi dan kemitraan untuk diverifikasi sebelum penerbitan, dan memastikan merek terdaftar atas nama perusahaan.

STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM

STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM

Berikut ini perhitungan komposisi saham yang baru setelah masuknya investor/pemodal atas penawaran saham PT Bahagia Bervisi Mulia (Fadkhera).

No	Keterangan	PRE LISTING			POST LISTING		
		Nilai Nominal	Rp1		Nilai Nominal	Rp1	
		Sebelum Penawaran			Setelah Penawaran		
		Jumlah Saham	Jumlah Nominal (Rp)	%	Jumlah Saham	Jumlah Nominal (Rp)	%
	Modal Dasar	**400,000,000**	**400,000,000**		**400,000,000**	**400,000,000**	
	Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh						
1	Wildan Salim (Komisaris)	66,000,000	66,000,000	66.00%	66,000,000	66,000,000	59.31%
2	Gunawan Aneva (Direktur)	34,000,000	34,000,000	34.00%	34,000,000	34,000,000	30.55%
3	Investor Penawaran Saham	–	–	–	11,280,315	11,280,315	10.14%
	Jumlah Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh	**100,000,000**	**100,000,000**	**100%**	**111,280,315**	**111,280,315**	**100%**
	Jumlah Saham dalam Portepel	**300,000,000**	**300,000,000**		**288,719,685**	**288,719,685**	



INVESTMENT HIGHLIGHT

HIGHLIGHT INVESTASI

1	**Yield Dividen Kompetitif**	Komitmen dividen 60% dari laba bersih. Proyeksi dividend yield naik dari 5,64% (2027) hingga 14,74% (2031), dengan rata-rata 9,65% — di atas yield SUN 10 tahun (±7,66% per akhir Oktober 2026) dan median dividend yield emiten fesyen/garmen BEI (3,46%).
2	**Valuasi Wajar Dibandingkan Emiten Sejenis**	P/E proyeksi 2027 sebesar 10,6x, sedikit di atas median emiten pembanding (9,0x), sejalan dengan proyeksi pertumbuhan penjualan sekitar 20% per tahun.
3	**Brand dengan Rekam Jejak Pertumbuhan**	Fadkhera merupakan brand busana muslim pria dengan jaringan agen di puluhan kota; penjualan bersih tumbuh 31% pada 2025.
4	**Kanal Penjualan Terdiversifikasi**	Sembilan kanal penjualan: agen, marketplace, toko, konsinyasi, B2B seragam, pameran, website fadkhera.com, reseller, dan pasar Malaysia.
5	**Dana untuk Aktivitas Penghasil Penjualan**	75% dana (Rp1,5 M) untuk modal kerja produksi sekitar 15.300 pcs produk baru, dan 25% (Rp0,5 M) untuk pemasaran dan distribusi.
6	**Target Pertumbuhan dan Profitabilitas**	Penjualan diproyeksikan naik dari Rp17,35 M (2027) menjadi Rp38,46 M (2031); margin laba bersih naik dari 7,8% (2026) menjadi 14,0% (2031).
7	**Struktur Keuangan Semakin Sehat**	Rasio pembiayaan berbunga terhadap ekuitas turun dari 2,14x (akhir 2026) menjadi 0,75x (akhir 2027) dan 0,29x (2031); ekuitas naik menjadi Rp5,16 M pada akhir 2027 setelah pembagian dividen.
8	**Pertumbuhan Dibiayai Arus Kas Usaha**	Arus kas operasi diproyeksikan positif, naik dari Rp1,61 M (2027) menjadi Rp3,72 M (2031), sehingga ekspansi modal kerja dapat dibiayai dari hasil usaha.
9	**Kepentingan Pengelola Sejalan dengan Investor**	Pemegang saham pengendali (Komisaris dan Direktur) tetap memegang 89,86% saham setelah penawaran.
10	**Terjangkau bagi Investor Ritel**	Harga Rp197 per saham setelah pemecahan nilai nominal 1:1.000, sehingga dapat dijangkau investor dengan dana terbatas.

Catatan: Seluruh angka proyeksi (dividend yield, P/E, penjualan, margin, arus kas, dan rasio pembiayaan) merupakan proyeksi Perusahaan dan bukan jaminan kinerja di masa mendatang. Yield SUN 10 tahun per akhir Oktober 2026 dan median dividend yield emiten fesyen/garmen BEI digunakan sebagai pembanding pada tanggal penyusunan.



IKHTISAR INVESTASI

IKHTISAR INVESTASI

Harga per saham	Saham ditawarkan	Dana dihimpun	Payout dividen
Rp197	**10,14%**	**Rp2,22 M**	**60%**
nilai wajar Rp232,33	11.280.315 lembar	dana bersih Rp2,0 M	dari laba bersih

Parameter	Keterangan
Emiten	PT Bahagia Bervisi Mulia
Brand	Fadkhera
Jenis Penawaran	Equity Crowdfunding (ECF) melalui LBS Urun Dana
Dana yang Dihimpun	Rp 2.222.222.055
Minimum Pendanaan (Syarat Listing)	Rp 1.500.000.000 (Penawaran dinyatakan berhasil apabila dana terkumpul minimal 1,5 miliar)
Jumlah Saham Ditawarkan	11.280.315 lembar
Harga Penawaran	Rp 197 per lembar saham
Nilai Nominal Saham	Rp 1 per lembar
Porsi Investor (Post-Listing)	10,14%
Total Saham Beredar (Post-Listing)	111.280.315 lembar
Modal Dasar	400.000.000 lembar
Saham Portepel	288.719.685 lembar
Minimum Investasi	Rp 1.000.169 (1 Lot = 5.077 saham)
Dividend Payout Ratio	60% dari laba bersih
Pembayaran Dividen	Tahunan (berdasarkan keputusan RUPS)



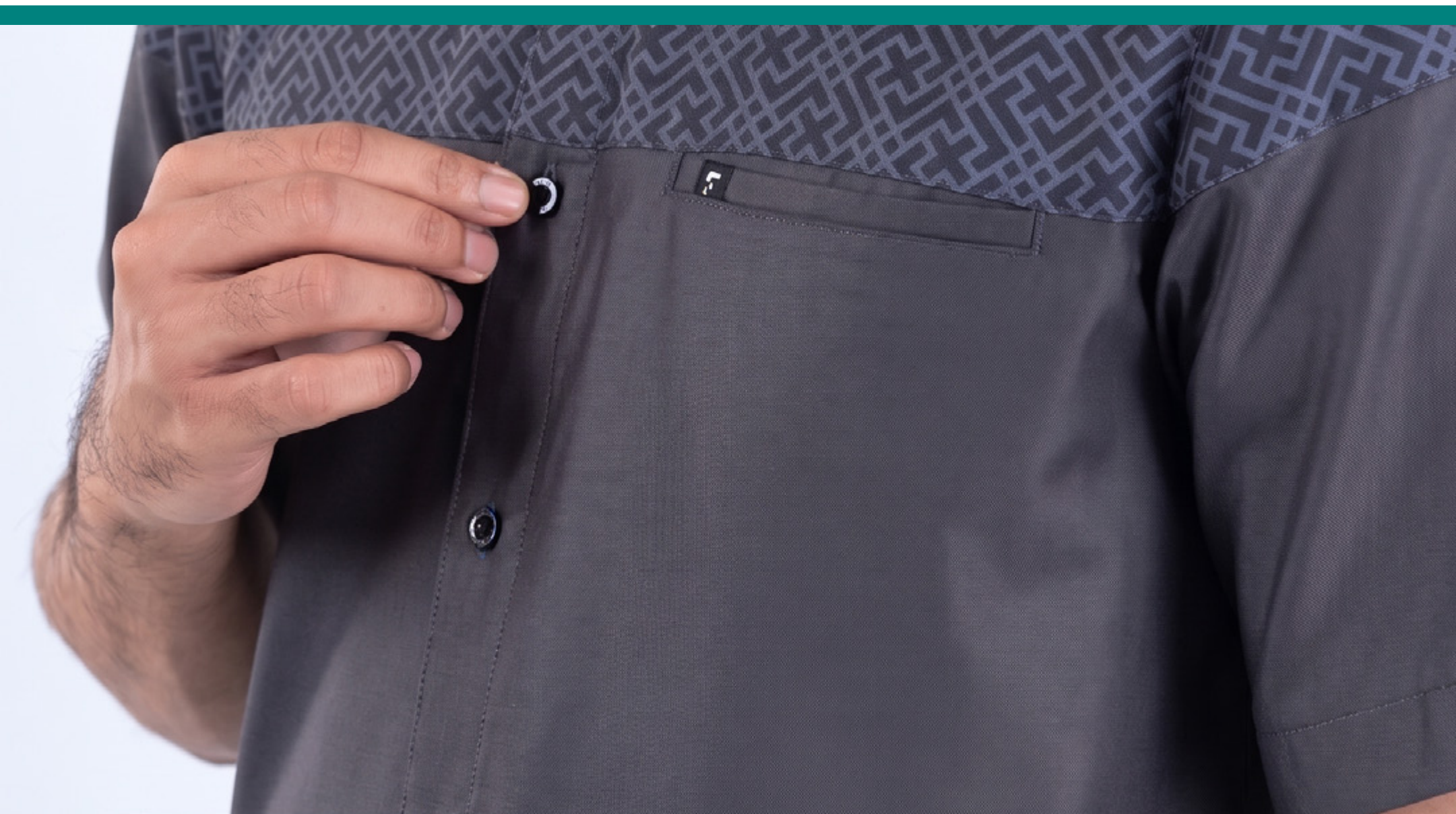
KEBIJAKAN DIVIDEN

KEBIJAKAN DIVIDEN

Sesuai dengan peraturan perundang-undangan Indonesia, khususnya UUPT, keputusan pembayaran dividen mengacu pada ketentuan yang terdapat pada Anggaran Dasar Perseroan, yaitu melalui mekanisme RUPS berdasarkan rekomendasi Direksi Perseroan.

Setelah Penawaran Umum Saham ini, Perseroan bermaksud membayarkan dividen kepada investor dalam jumlah sebanyak-banyaknya 60% dari laba bersih tahun berjalan, setelah melakukan pencadangan laba bersih sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Perseroan dapat membagikan dividen interim sebelum tahun buku Perseroan berakhir berdasarkan keputusan Direksi. Ketentuan Dividen lainnya mengikuti UU Perseroan Terbatas. Dividen tersebut di atas akan dibayar dalam mata uang Rupiah.

Indikasi Dividend Yield yang disampaikan merupakan proyeksi berdasarkan asumsi kinerja keuangan Perseroan dan kebijakan pembagian dividen. Realisasi pembagian dividen akan bergantung pada kinerja aktual Perseroan serta keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).



PROFIL
LBS URUN DANA

Profil LBS Urun Dana

PT LBS Urun Dana adalah penyelenggara Securities Crowdfunding (SCF) — A Syirkah Initiative — yang berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Platform ini mempertemukan penerbit (pengusaha) dengan pemodal (investor) melalui instrumen saham & sukuk, di bawah binaan Ustadz Dr. Erwandi Tarmizi, MA. Sesuai Al-quran dan Sunnah serta pemahaman para salafus shalih.

> *"Barang siapa yang melakukan perniagaan sebelum mempelajari Fiqih Muamalah, dia akan terjerumus dalam riba, dia akan terjerumus dan terjerumus."*
>
> *— Ali bin Abi Thalib, Radiyallahu anhu*

Informasi	Keterangan
Nama Perusahaan	PT LBS Urun Dana
Jenis Usaha	Penyelenggara Securities Crowdfunding (SCF)
Izin Operasional	Berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)
Regulasi	POJK Nomor 17 Tahun 2025 tentang Penawaran Efek Melalui Layanan Urun Dana
Alamat	Jl. Ruko Sentra Eropa No. C/17, Ciangsana, Kec. Gunung Putri, Kab. Bogor, Jawa Barat 16968
Instrumen Efek	Saham dan Sukuk (Ijarah, Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Istishna)
Keunggulan Utama	Satu-satunya platform SCF di Indonesia dengan Pasar Sekunder aktif (LEDX)
Sertifikasi	ISO/IEC 27001:2022 ISMS — Keamanan Informasi
Pendukung	ALUDI • Kominfo • KAN • PSE Kominfo
No. Lisensi OJK	KEP - 22/D.04/2022

Nilai-Nilai Perusahaan - TAMPAN

T — TAUHID
Landasan akidah dalam setiap aktivitas muamalah

A — AMANAH
Menjaga kepercayaan pemodal dan penerbit

M — PROFESIONAL
SDM kompeten dan berdedikasi tinggi

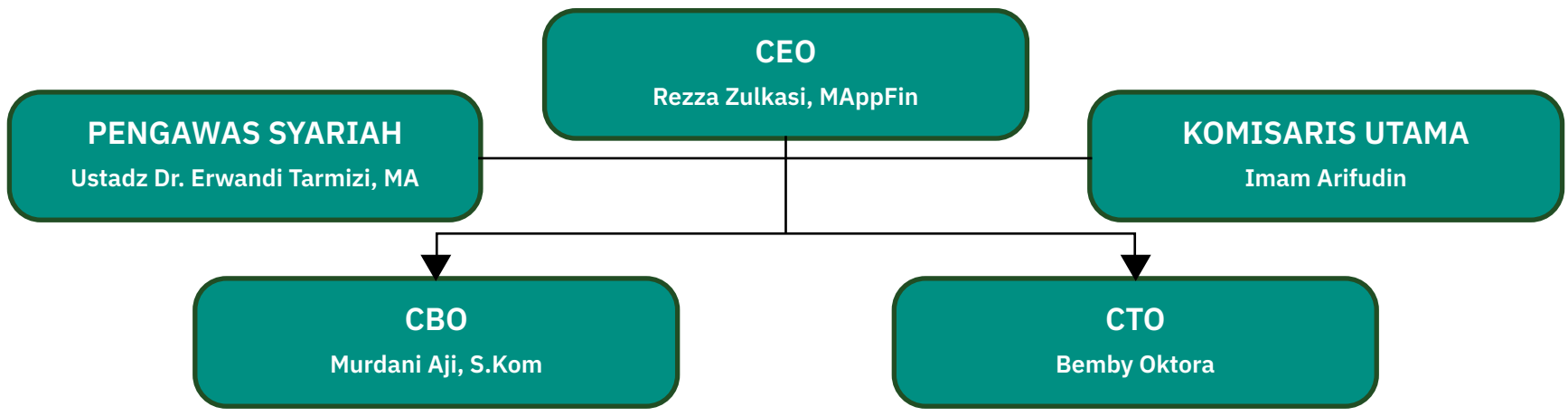
P — JUJUR
Transparansi informasi tanpa menambah atau mengurangi

A — TAKWA
Menjaga batasan yang ditetapkan Allah dalam bermuamalah

N — KOMITMEN
Memberikan nilai terbaik bagi semua pihak

STRUKTUR ORGANISASI PT LBS URUN DANA

PT LBS Urun Dana dikelola oleh tim profesional berpengalaman di bidang keuangan, teknologi, dan kepatuhan, dengan pengawasan syariah langsung dari pakar Fiqih Muamalah terkemuka Indonesia.



PROFIL PENGAWAS SYARIAH

PENGAWAS SYARIAH & PENDIRI

Ustadz Dr. Erwandi Tarmizi, MA



Pakar Fiqih Muamalah terkemuka Indonesia & pendiri PT LBS Urun Dana. Alumnus Universitas Islam Madinah (S1 & S2) dan meraih gelar Doktor dari Universitas Islam Imam Muhammad bin Saud, Riyadh — salah satu lembaga pendidikan Islam tertinggi di dunia.

Sebagai pengawas syariah, beliau memastikan seluruh instrumen efek, akad, dan operasional platform sesuai Al-Quran, Al-Hadits, dan pemahaman para Sahabat. Kehadiran beliau menjadi jaminan kehalalan dan keberkahan setiap transaksi di LBS Urun Dana.

Pendidikan	S1 & S2: Universitas Islam Madinah | S3: Universitas Islam Imam Saud, Riyadh
Peran di LBS	Pendiri, Pengawas Syariah & Dewan Pembina — memastikan kehalalan seluruh produk & akad
Karya Ilmiah	Penulis Riba & Muamalat Keuangan Kontemporer; narasumber lembaga keuangan syariah nasional & internasional
Pengaruh	Salah satu ulama paling berpengaruh bidang keuangan syariah Indonesia — jutaan konten dakwah muamalah digital

DEWAN KOMISARIS (BOARD OF COMMISSIONERS)

KOMISARIS UTAMA

Imam Arifudin
Jabatan: Komisaris Utama PT LBS Urun Dana



Imam Arifudin menjabat sebagai Komisaris Utama PT LBS Urun Dana, bertanggung jawab atas pengawasan strategis dan tata kelola perusahaan secara keseluruhan.

Sebagai pimpinan Dewan Komisaris, beliau memastikan seluruh keputusan strategis perusahaan selaras dengan visi platform SCF Syariah yang amanah, profesional, dan berkomitmen memberikan nilai terbaik bagi seluruh pemangku kepentingan.

DIREKSI (BOARD OF DIRECTORS)

CEO

Rezza Zulkasi, MAppFin
Jabatan: Chief Executive Officer (CEO)



Rezza Zulkasi, MAppFin memimpin seluruh operasional dan pengembangan strategis PT LBS Urun Dana sebagai Chief Executive Officer. Dengan latar belakang sebagai investment manager di pasar modal selama 18 tahun di mana beliau mengelola reksa dana saham di salah satu perusahaan wakil aset manager asing. Beliau bertanggung jawab atas arah bisnis platform, hubungan strategis dengan OJK, serta pengembangan ekosistem penerbit dan pemodal.

Di bawah kepemimpinannya, LBS Urun Dana berkembang menjadi satu-satunya platform SCF di Indonesia yang memiliki Pasar Sekunder aktif (LEDX), LBS equity index dengan total market cap platform melampaui Rp221 miliar per April 2026.

CBO

Murdani Aji, S.Kom
Jabatan: Chief Business Officer (CBO)



Murdani Aji, S.Kom menjabat sebagai Chief Business Officer sekaligus Direktur Kepatuhan PT LBS Urun Dana. Beliau bertanggung jawab memastikan seluruh operasional bisnis dan platform berjalan sesuai regulasi OJK, khususnya POJK Nomor 17 Tahun 2025.

Dengan latar belakang ilmu komputer dan pemahaman mendalam terhadap regulasi pasar modal syariah, beliau menjembatani antara kepatuhan regulasi, pengembangan bisnis, dan pengawasan teknologi platform — termasuk implementasi sertifikasi ISO/IEC 27001:2022 ISMS.

CTO

Bemby Oktora
Jabatan: Chief Technology Officer (CTO)



Bemby Oktora memimpin divisi teknologi informasi PT LBS Urun Dana sebagai Chief Technology Officer. Beliau bertanggung jawab atas seluruh infrastruktur digital platform — mulai dari keamanan data investor, stabilitas sistem transaksi, hingga pengembangan fitur platform termasuk Pasar Sekunder (LEDX).

Di bawah pengawasannya, platform LBS Urun Dana telah berhasil meraih sertifikasi ISO/IEC 27001:2022 ISMS, yang menjadi bukti nyata komitmen perusahaan dalam menjaga keamanan dan kerahasiaan data seluruh investor dan penerbit.

CARA PEMBELIAN

CARA PEMBELIAN

01

MELAKUKAN REGISTRASI DI WEBSITE LBS URUN DANA

02

MEMILIH PENAWARAN INVESTASI BISNIS YANG SEDANG BERLANGSUNG

03

LAKUKAN ANALISIS TERHADAP PROPOSAL INVESTASI YANG DITAWARKAN

04

TENTUKAN JUMLAH DANA SESUAI HARGA SUKUK/SAHAM YANG DIBELI

05

MELAKUKAN PEMBAYARAN PEMESANAN SESUAI DENGAN JUMLAH YANG HARUS DIBAYARKAN MELALUI VIRTUAL ACCOUNT YANG DISEDIAKAN OLEH PAYMENT GATEWAY DOKU