

JAKARTA, 16 Desember 2021 – PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk (IKAI) – hari ini telah melaksanakan kewajiban paparan publik secara virtual sesuai dengan protokol kesehatan dan format virtual yang telah diatur oleh Bursa Efek Indonesia di masa pandemi ini. Pada kesempatan ini, IKAI memaparkan perkembangan kinerja usaha Perseroan sekaligus memaparkan Key Road Map Perusahaan.

Acara Paparan Publik dihadiri oleh Bpk. Teuku Johas Raffli selaku Direktur Utama, Bpk. Erwan Dwiyanasyah selaku Direktur Operasional dan Kepatuhan, Bpk. Tommy Atmojo selaku Head Of Finance & Accounting, Bpk Aditama Wahyudi selaku Senior Investment Analyst dan Ibu Winda Yohana selaku Head Of HRD & Corporate Secretary

IKAI menjalankan kegiatan usahanya melalui eksistensi dari beberapa entitas anak yang hadir dan berkontribusi di dua bidang usaha yaitu bisnis manufaktur produk keramik homogenous tile dengan merk dagang *Essenza*, dan bisnis Hotel and Property Development.

Di dalam paparan publiknya, manajemen IKAI, yang diwakili oleh Bapak Teuku Johas Raffli membuka acara dan menyampaikan bahwa Perusahaan pada paparan publik ini menyampaikan hasil kinerja dan sekaligus bercermin pada guncangan yang terjadi akibat Pandemi Covid 19, Perusahaan menyusun kembali rencana kerja untuk 5 tahun mendatang dan menyempurnakan vision dan mission. Hal utama yang menjadi sangat penting dalam lini Perusahaan adalah membentuk dan menjaga bantalan (*cushion*) terhadap *economic shocks* saat hal-hal yang tidak mudah diprediksi terjadi.

Milestone

Perusahaan mencatat catatan penting sepanjang 2017 sampai dengan 2021 dimana pada tahun 2017 konsentrasi Perusahaan terpusat pada anak usaha Internusa Keramik Alamasri yang bergerak di bidang Manufaktur Keramik. Pada awal Tahun 2018, Perusahaan melebarkan diferensiasi usaha kepada usaha Perhotelan. Pada Tahun ini juga Perusahaan lewat anak usaha Manufaktur mulai melakukan aktifitas peremajaan mesin dan persiapan lini produksi pertama serta melakukan Brand Recovery untuk Keramik *Essenza*. Pada Tahun 2019, Perusahaan melaporkan penambahan Jenis Usaha dan bekerjasama dengan Pengelola Hotel berbasis Internasional yakni *Swissbel Internasional* untuk dua asetnya di Bogor dan Medan. Pada tahun ini juga lewat anak usaha Manufaktur, Perusahaan memulai tahap *commissioning* atas lini produksi pertama. Perusahaan juga berkesempatan membuka showroom *Essenza* di Jakarta. Pada Tahun 2020, pada Pandemi Covid-19, Perusahaan melakukan beberapa tindakan-tindakan penyesuaian dalam bisnis. Anak Usaha Perhotelan mulai mengaplikasikan infrastruktur untuk sistem CHSE (*cleanliness, health, safety and environmental sustainability*) dan di sisi anak usaha manufaktur Perusahaan melakukan strategi Market Expansion keramik *Essenza* walaupun dengan kondisi pandemi.

Pada Tahun 2021, Pandemi Covid 19 belum usai, pada anak usaha Manufaktur Keramik perluasan Coverage Area Distributions dan bekerja sama dengan Modern Outlet serta implementasi Digital Marketing dan E-Commerce serta pada usaha perhotelan, dilakukan penerapan peraturan Standar New Normal pada pelayanan di setiap hotel.

Kinerja Keuangan

Performa Kinerja keuangan grup IKAI dari tahun 2017 s.d 2021 menampilkan tren yang membaik, ditengah kendala pandemi tidak dapat dipungkiri cukup membuat potensi peningkatan yang diharapkan belum terpenuhi.

Berikut disampaikan tren Revenue IKAI YoY (Year On Year) sebagai berikut :

Pendapatan usaha mengalami peningkatan yang sangat signifikan dari tahun 2017 s.d 2020 dimana pencapaian tingkat pertumbuhan majemuk (CAGR) sebesar 91%. Untuk pencapaian Q3 2021 vs Q3 2020 perusahaan berhasil mencatatkan tingkat pertumbuhan majemuk (CAGR) sebesar 162%. Laba (rugi) kotor menunjukkan trend perbaikan dari tahun 2017 s.d 2020 demikian juga dengan Q3 2021 vs Q3 2020 dimana peningkatan laba kotor mencapai 182%. Perbaikan yang sangat signifikan terhadap rugi operasional dimana pada tahun 2017 sebesar – IDR 62m menjadi – IDR 13m pada Q3 2021. Trend perbaikan Ebitda dari posisi negatif di 2017 menjadi positif pada Q3 2021 dimana tingkat pertumbuhan majemuk (CAGR) Ebitda Q3 2021 vs Q3 2020 adalah sebesar 201%. Aset Perusahaan mencapai tingkat pertumbuhan majemuk (CAGR) dari tahun 2017 s.d Q3 2021 sebesar 55% jauh lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat pertumbuhan majemuk atas Liabilitas Perusahaan yang hanya sebesar 8%. Ekuitas Perusahaan sedikit mengalami penurunan disebabkan karena Perusahaan masih mencatat rugi konsolidasi.

Pada tahun 2021 segmen usaha perhotelan dan pariwisata mengalami peningkatan dibandingkan dengan Tahun 2020. Hal tersebut membuat kinerja keuangan IKAI group berdasarkan Laporan Keuangan September 2021 lebih baik daripada Tahun 2020 dengan masih terjaganya segmen manufaktur dan masih belum pulihnya kinerja segmen hotel dan pariwisata akibat pandemi.

Kontribusi Pendapatan Segmen Operasi

Kontribusi total pendapatan usaha IKAI tahun ke tahun, pada tahun 2017 segmen operasi masih merupakan kontribusi dari segmen operasi manufaktur. Pada tahun 2018 dan 2019 Sektor perhotelan memberikan kontribusi yang lebih baik sebesar 59% di tahun 2018 dan sebesar 96% di tahun 2019 dari total pendapatan. Sedangkan pada Tahun 2020 terjadi penurunan trend persentase terhadap kontribusi pendapatan akibat dampak masif dari pandemi di seluruh rantai industrinya. Namun yang menarik, di segmen bisnis keramik mencatatkan kenaikan kontribusi yang signifikan yaitu sebesar 51% dari total pendapatan, meningkat jauh, dari hanya 4% di 2019. Disini menunjukkan kemampuan pengelolaan Perusahaan memanfaatkan kedua bisnis pendukung untuk menunjang performa konsolidasi dengan memanfaatkan peluang dan menerapkan inisiatif bisnis yang tepat sehingga salah satu segmen usaha menjadi penyelamat di tengah pandemi.

Pada kinerja operasional Tahun 2021 per segmen usaha sampai dengan 30 September 2021, Segmen perhotelan masih mengalami trend penurunan pendapatan akibat dampak masif dari pandemi dibandingkan tahun 2019, akan tetapi masih lebih baik dibandingkan tahun 2020. Pencapaian pendapatan dari segmen perhotelan untuk periode sampai dengan September 2021 masih lebih besar daripada periode yang sama tahun lalu dengan tingkat pertumbuhan sebesar 136%.

Meskipun di masa pandemi ini, hasil produksi manufaktur keramik sampai dengan September 2021 mengalami kenaikan sebesar 204 % dibanding jumlah produksi periode yang sama tahun lalu. Perusahaan memanfaatkan momentum pemulihan saat pandemi untuk memperluas distribusi dan memastikan ketersediaan stock. Segmen bisnis keramik mampu menaikkan kontribusinya terhadap total pendapatan grup usaha IKAI periode Q3 2021 menjadi 69% dibanding periode yang sama tahun lalu yang hanya sebesar 40%. dengan pertumbuhan pendapatan sebesar 4.5x dibanding periode yang sama tahun 2020 atau dari hanya Rp 19.4 miliar menjadi Rp 88 miliar.

Strategi Bisnis yang dijalankan IKAI

Perusahaan tidak hanya fokus dalam menjaga keberlangsungan kegiatan operasional anak-anak usaha melalui manajemen keuangan serta likuiditas, namun perusahaan juga terus melakukan perbaikan, perubahan serta adaptasi agar kinerja perusahaan terus mengalami peningkatan. Perusahaan mengimplementasikan langkah-langkah yang diputuskan lewat beberapa strategi berikut :

Strategi yang telah dijalankan Perusahaan pada anak usaha Perhotelan:

1. *Product Optimization* dengan melakukan optimalisasi terhadap produk dan servis yang ditawarkan
2. *Shifting market segment* Perusahaan dengan melakukan adaptasi terhadap strategi penjualan dari Meeting Incentives Convention Exhibition (MICE) ke Free Independent Traveller (FIT), atau sebaliknya.
3. Branding dan promosi yang lebih efektif. Memperkuat branding dan advertising via social media dan membuat paket-paket bundling promo
4. Efisiensi yang dengan melakukan restrukturisasi utang jangka panjang
5. *Cost optimization* Dengan melakukan efisiensi dalam standar pekerjaan serta evaluasi yang berkesinambungan.
6. Meningkatkan produktivitas karyawan dengan rasio perbandingan yang lebih sehat antara pendapatan dengan beban Perusahaan.
7. Penerapan standar new normal melalui Implementasi Cleanliness Health Safety Environment (CHSE).

Strategi yang telah dijalankan Perusahaan pada anak usaha Manufaktur :

1. Memperluas dan menambah kemitraan dengan *Modern Outlet*.
2. Meningkatkan kanal dan cakupan area distribusi dengan menambah kerjasama sampai dengan ke seluruh Indonesia.

3. Memperkuat *branding awareness* dan *digital advertising* melalui adaptasi dan peningkatan branding dan advertising melalui digital channel dan pembuatan *e-commerce* untuk meningkatkan penetrasi pasar.
4. Efisiensi dengan melakukan penurunan COGM atau biaya produksi melalui efisiensi dalam tahapan-tahapan proses produksi dan improvisasi terhadap proses produksi dengan tetap menjaga *yield* produksi yang optimal.
5. Melakukan optimalisasi produksi dengan meningkatkan produktivitas dan memperpendek cash cycle via manajemen stok dan logistik.

Road Map Business Plan IKAI – 5 Tahun

Berkaca dari performa Perusahaan selama 2017 sampai dengan 2021, Perusahaan memandang perlunya suatu Road Map jangka panjang untuk 5 tahun ke depan sehingga perusahaan menyusun strategi yang diselaraskan dengan kondisi industri dan makro ekonomi di masa depan agar kinerja perusahaan dan anak-anak usahanya dapat mencapai hasil yang jauh lebih baik dari pencapaian saat ini dengan target yang terukur dan relevan serta berkesinambungan dari tahun ke tahun. Road Map Business Plan untuk 5 tahun yang disusun dengan 3 prinsip Key Strategies yang meliputi Bertahap atau *Gradual Process*, Berjenjang atau *Tiered Milestone*, Berkelanjutan atau *Continuous Improvement* dengan penyusunan roadmap yang menerapkan seluruh 3 key strategies tersebut, perusahaan menyusun parameter utama sehingga dalam jangka waktu 5 tahun ke depan perusahaan dapat mencapai target Revenue Compounded Annual Growth Rate (CAGR) atau tingkat pertumbuhan tahunan majemuk sebesar minimal 20% kemudian Pembagian dividen pada tahun buku 2023 serta EBITDA atau earnings before interest tax depreciation and amortisation Return on Assets sebesar 25% dengan peningkatan secara bertahap sejak tahun 2022.

Action plan atas rencana aktivitas dan pencapaian perusahaan dan anak usaha dalam 5 tahun kedepan akan diimplementasikan pada anak usaha Manufaktur dengan memaksimalkan dan Mengoptimalkan Kapasitas Produksi Essenza dengan target implementasi penambahan 2 line produksi di Tahun 2022, Implementasi penambahan 1 line produksi di Tahun 2023 sehingga target Total kapasitas produksi anak usaha keramik pada Tahun 2023 mencapai 4,1 juta m2. Selain itu potensi dilakukannya Ekspansi investasi pabrik baru atau lewat Akuisisi juga menjadi bagian dalam rencana strategis lima tahun mendatang.

Selanjutnya implementasi roadmap untuk anak usaha hotel akan dimulai pada Tahun 2022, dimana Perusahaan merencanakan Restrukturisasi Interest Bearing Loan di anak usaha hotel, kemudian efisiensi biaya dan peningkatan produktivitas. Pada tahun 2022 hingga 2023 anak usaha hotel juga akan fokus dalam peningkatan kualitas pendapatan dengan memunculkan potensi-potensi bisnis baru dengan pemanfaatan area space pada hotel. Pada tahun 2023 hingga 2024 menargetkan perbaikan *Capital Structure* atau struktur permodalan anak usaha hotel. Pada tahun 2025 hingga 2026 penerapan prinsip sustainability dan continuous Improvement atau Keberlanjutan akan lebih gencar dilakukan pada seluruh lini anak usaha sehingga target achievement pada roadmap tercapai.

Transformasi Organisasi Perusahaan

Untuk memenuhi target dan strategi Perusahaan yang telah disusun, diperlukan dasar penggerak dari nilai kinerja keuangan tersebut yaitu adalah sumber daya manusia (human capital) Oleh sebab itu di kesempatan periode lima tahun kedua ini Perusahaan juga kembali beradaptasi dengan melakukan Transformasi Organisasi. Peran SDM terhadap masa depan perusahaan sangat menentukan. Untuk itu Perusahaan kembali menyusun penyesuaian Visi dan Misi yang baru dan juga akan melakukan penyesuaian terhadap awareness dalam kultur Perusahaan agar karyawan dapat memahami strategi roadmap Perusahaan sampai dengan lima tahun mendatang.

Visi dan Misi Perusahaan

Visi & Misi	2021	2022
Group Vision	To become a trusted Corporate in the Property and Investment industry.	Nature : Investment Company
		Long Term Aim : Sustainable investment
		Short Term Aim : Creating shareholders value

Group Mission	Develop a portfolio of property and supportig industries to become the largest and most loved Corporate of the	Establish strong business fundamental to generate shareholders value
	Revenue	Aset Value : Growth of Asset value, Reduce exposure of deteriorated asset value
	Independence Cash Flow	Earning Power : Growth in profitability, Reduce non productive asset, Cost & Expenses efficiency, Depreciation
	Increase production & services	

Dalam penerapan Visi dan Misi yang baru tersebut, diperlukan penyesuaian atau adaptasi terhadap Corporate Culture yang akan dimplementasikan dengan proses berikut Awareness, Understanding, Engagement, Adoption, Commitment kepada seluruh karyawan pada organisasi IKAI.

Dalam aktifitas awareness dan understanding tersebut perseroan akan tampil dengan jargon "IKAI Ways" yang baru dan Human Capital akan menerapkan program sosialisasi langsung kepada karyawan lewat penerapan training dan sosialisasi lewat, media online, sosial media dan HR System berbasis cloud kepada karyawan. Seluruh aktifitas ini sejalan dengan prinsip strategi Perusahaan yang menerapkan dasar bertahap, berjenjang dan berkelanjutan, yang akan dikelola langsung oleh Human Capital Department.

Penerapan program kerja Human Capital untuk mendukung target Perusahaan dilakukan dengan Menyusun strategi Transformasi Organisasi di Human Capital Perusahaan dalam tahapan sebagai berikut:

- 2018 – 2021 : Masa "Seeds" atau disebut Pembibitan Sumber Daya Manusia.
- 2021 – 2022 : Masa "Cultivate" atau aktifitas menanam dengan kultur dan budaya organisasi yang sehat dan tetap kompetitif.
- 2022-2024 : Masa "Tendance" atau menyemai merupakan aktifitas memperkuat bibit yang telah ditanam agar memiliki akar yang kokoh dan komitmen yang kuat untuk menghasilkan produktifitas kerja di tengah tuntutan target Perusahaan.
- 2024-2025 : Masa " Blossom" atau Mekar merupakan aktifitas dalam menghasilkan Pemimpin baru.
- 2025-2026 : Masa "Harvest" atau Panen merupakan aktifitas menuai proses Human Capital yang berjalan. Pada masa ini juga perusahaan menargetkan menjadi perusahaan terpilih dan terbaik dalam dunia kerja.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan hubungi

Corporate Secretary / Sekretaris Perusahaan

Tel: (62-21) 8370 0435 Email: corpsecretary_legal@intikeramik.com; Website: www.intikeramik.com

Siaran pers ini telah disiapkan oleh PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk. ("IKAI") dan diedarkan hanya untuk tujuan informasi pendamping dalam Paparan Publik. Semua pendapat dan estimasi yang dimuat dalam siaran pers ini merupakan penilaian kami per tanggal hari ini dan dapat berubah tanpa pemberitahuan sebelumnya.

Forward-Looking Statements

Pernyataan tertentu dalam rilis ini adalah atau mungkin merupakan pernyataan yang mengedepankan wawasan ke depan. Pernyataan-pernyataan ini biasanya mengandung kata-kata seperti "akan", "mengharapkan" dan "menganantisipasi" dan kata-kata yang serupa. Berdasarkan sifatnya, pernyataan berwawasan ke depan mengandung sejumlah risiko dan ketidakpastian yang dapat menyebabkan kejadian atau hasil actual yang berbeda secara material dari yang dijelaskan dalam rilis ini. Faktor-faktor yang dapat menyebabkan hasil actual yang berbeda termasuk, tetapi tidak terbatas pada, kondisi ekonomi, sosial dan politik di Indonesia; keadaan industri gas di Indonesia; kondisi pasar yang berlaku; peningkatan beban regulasi di Indonesia, termasuk peraturan lingkungan dan biaya kepatuhan; fluktuasi nilai tukar mata uang asing; tren suku bunga, biaya modal dan ketersediaan modal; permintaan dan harga jual yang diantisipasi untuk perkembangan kami dan belanja modal dan investasi terkait; biaya konstruksi; ketersediaan properti real estat; persaingan dari perusahaan dan tempat lain; pergeseran dalam permintaan pelanggan; perubahan dalam biaya operasi, termasuk upah karyawan, tunjangan dan pelatihan, perubahan kebijakan pemerintah dan publik; kemampuan kita untuk menjadi dan tetap kompetitif; kondisi keuangan kami, strategi bisnis serta rencana dan remediasi. Jika satu atau lebih dari ketidakpastian atau risiko ini, antara lain, terwujud, hasil actual dapat bervariasi secara material dari yang diperkirakan, diantisipasi atau diproyeksikan. Khususnya, tetapi tanpa batasan, biaya modal dapat meningkat, proyek dapat tertunda dan perbaikan yang diantisipasi dalam produksi, kapasitas atau kinerja mungkin tidak sepenuhnya terwujud. Meskipun kami percaya bahwa harapan manajemen kami sebagaimana

tercermin oleh pernyataan berwawasan ke depan tersebut adalah wajar berdasarkan informasi yang saat ini tersedia bagi kami, tidak ada jaminan yang dapat diberikan bahwa harapan tersebut akan terbukti benar. Anda tidak harus terlalu bergantung pada pernyataan seperti itu. Bagaimanapun, pernyataan-pernyataan ini hanya berbicara pada tanggal perjanjian ini, dan kami tidak berkewajiban memperbarui atau merevisi salah satu dari konten material kami, baik sebagai hasil dari informasi terkini, kejadian di masa depan atau sebaliknya.

