



## **RESUME, RINGKASAN PERTANYAAN DAN JAWABAN PAPARAN PUBLIK TAHUN 2020 PT INTIKERAMIK ALAMASRI INDUSTRI TBK**

Paparan Publik Tahunan 2020 PT.Intikeramik Alamasri Industri Tbk.(“IKAI”), telah diselenggarakan dengan baik pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 1 Desember 2020  
Pukul : 10.00 s.d selesai  
Tempat : Online dengan aplikasi Zoom. Pada Link : <https://us02web.zoom.us/j/83938500482>  
Meeting ID: 839 3850 0482  
Passcode: 793169

Disiarkan dari PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk HOQ. Gd. Menara Bidakara 2 Lt. 1. Jl. Gatot Subroto Kav 71-73. Jakarta Selatan.

Paparan Publik dihadiri oleh Bpk. Erwan Dwiyanasyah Direktur Operasional dan Kepatuhan, Bpk. I Gede Wahyu selaku Head of Property, Ibu Winda Yohana selaku Head of HRD, Corpsec & Legal, Ibu Angelica Lie selaku Managing Director PT Internusa Keramik Alamasri (perwakilan Entitas anak dari Manufaktur), Bpk. Muhammad Amin selaku Corporate Finance Strategy dan Bpk. Aditama Wahyudi selaku Senior Investment Analyst PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk (IKAI).

Paparan Publik Tahun 2020 di buka pukul 10.30 oleh Pembawa acara (MC) yang dilanjutkan dengan Paparan materi mengenai Gambaran Umum Perseroan, Kinerja Perseroan, & Perkembangan bisnis Perseroan yang di bawakan oleh Direksi.

Susunan Acara

1. Pembukaan dan Paparan mengenai Profil Perseroan, Kinerja Keuangan, Kinerja Operasional Perseroan oleh Direktur Utama – Bapak Teuku Johas Raffli;
2. Sesi Tanya jawab dari peserta/undangan Paparan Publik;
3. Penutupan acara

Paparan Publik diikuti oleh sebanyak 7 (Tujuh) orang yang terdiri dari masyarakat/investor, Jurnalis, dan Perwakilan Pemegang Saham dan 6 Orang dari Perwakilan Manajemen PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk yang diselenggarakan secara online. Pada agenda pertama, paparan Publik dibawakan oleh Bpk Erwan Dwiyanasyah dan dilanjutkan dengan Tanya Jawab. Sebelum mengajukan pertanyaan-pertanyaan, peserta/undangan yang hadir diharapkan untuk menuliskan pertanyaan di chat box dan kemudian langsung dijawab oleh manajemen.

### **I. RESUME PAPARAN PUBLIK :**

#### **1. Profil PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk**

IKAI atau lengkapnya PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk (IKAI), awalnya berdiri sebagai industri manufaktur dan bergerak dalam industri produksi dan pemasaran keramik dengan merk dagang Essenza. Seiring berkembangnya usaha pariwisata dan infrastruktur di Indonesia, pada tahun 2018, IKAI mulai mengembangkan usaha ke bidang properti, yaitu perhotelan. Perjalanannya sebagai perusahaan



# INTIKERAMIK ALAMASRI INDUSTRI TBK

publik dimulai pada saat mencatat seluruh sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya dengan kode perdagangan IKAI pada 4 Juni 1997. IKAI bercita-cita dapat menjadi Perusahaan yang terpercaya dalam industri properti dan investasi melalui komitmennya untuk mempersiapkan Sumberdaya Manusia yang profesional dan Rencana Anggaran yang matang secara konsisten yang diterapkan di setiap bisnis tempat IKAI berinvestasi.

## 2. Organisasi IKAI

Peran penting dan kontribusi Perseroan dijalankan oleh manajemen Perseroan, terdiri dari Dewan Komisaris yang melakukan pengawasan terhadap kebijakan pengurusan Perseroan dan Direksi yang menjalankan segala tindakan yang berkaitan dengan pengurusan. Berikut adalah susunan Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan yang telah teruji rekam jejaknya dan memiliki kompetensi tinggi di bidangnya.

Pada tanggal 1 Juli 2020, Berdasarkan hasil Keputusan RUPS Tahunan, Perseoran mengalami sedikit Perubahan Komposisi Manajemen menjadi sebagai berikut :

### Dewan Komisaris

**Komisaris Utama** : Bpk. Raja Sapta Oktohari

**Komisaris Independen** : Bpk. Engkos Sadrah

### Dewan Direktur

**Direktur Utama** : Bpk. Teuku Johas Raffli

**Direktur Operasional dan Kepatuhan**, adalah saya sendiri Erwan Dwiyanasyah

## 3. Struktur Korporasi

IKAI menjalankan kegiatan usahanya melalui eksistensi dari beberapa entitas anak yang hadir dan berkontribusi di dua bidang usaha yaitu bisnis pengolahan dan pemasaran produk keramik homogenous tile dengan merk dagang Essenza dan bisnis properti pendukung pariwisata , yaitu Perhotelan melalui pengelolaan oleh jaringan hotel ternama, yaitu Swiss-Belhotel International. IKAI akan terus memperkuat jaringan layanannya di daerah-daerah strategis di Indonesia.

## 4. Paparan Kinerja Keuangan

### Segmen Bisnis Perhotelan

Pada Kinerja keuangan IKAI selama sembilan bulan di tahun 2020 ini, dapat dipaparkan bahwa sampai akhir September ini, pendapatan IKAI mencapai Rp 49,03 miliar dengan laba kotor Rp 30,64 miliar. Dibandingkan periode yang sama tahun 2019, margin laba kotor terkoreksi akibat menurunnya segmen usaha perhotelan dan pariwisata yang sebelumnya menjadi segmen andalan IKAI. Industri ini memang secara umum terdampak langsung pandemi di seluruh belahan dunia. Namun secara umum, top-line keuangan IKAI masih terjaga karena menurunnya kinerja segmen hotel dan pariwisata akibat pandemi, berhasil diredam efeknya dengan kinerja positif yang signifikan dari segmen bisnis keramik.

Dalam hal kontribusi total pendapatan usaha IKAI selama 9 bulan di tahun 2020 ini, sektor perhotelan masih memberikan kontribusi 60% dari total pendapatan, walaupun terjadi penurunan tren



# INTIKERAMIK ALAMASRI INDUSTRI TBK

pendapatan akibat dampak masif dari pandemi di seluruh rantai industrinya dan memerlukan waktu lebih lama untuk membaik. Namun kami sangat terbantu dengan meningkatnya kontribusi pendapatan Perusahaan di segmen bisnis keramik yang mencatatkan hasil positif signifikan dengan berkontribusi 40% dari total pendapatan, meningkat jauh, dari hanya 2% di September 2019. Keberhasilan memanfaatkan peluang dan menerapkan inisiatif bisnis yang tepat telah membuat segmen ini menjadi penyelamat di tengah pandemi.

Sedangkan posisi keuangan per 30 September 2020, berusaha dijaga agar tetap sehat dengan mempertahankan struktur modal yang berimbang. Secara likuiditas, IKAI tetap pruden dan dalam kondisi cukup aman. *Current Ratio* berhasil mengalami peningkatan menjadi 0,96x pada posisi akhir September 2020 dibandingkan dengan 0,79x di akhir 2019. Artinya, Aset Lancar, yang merupakan sumber likuiditas, tetap dijaga berimbang dengan kewajiban atau liabilitas jangka pendeknya. Demikian juga pada sisi leverage-nya.

## **5. Paparan Kinerja Operasional**

### **Segmen Bisnis Perhotelan**

Beralih ke kinerja operasional per segmen usaha sampai dengan 30 September 2020, Segmen perhotelan mengalami tren penurunan pendapatan akibat dampak masif dari pandemi di seluruh rantai industrinya dan memerlukan waktu lebih lama untuk membaik. Secara keseluruhan, *Occupancy Rate* rata-rata di seluruh jaringan hotel yang dikelola (dapat dilihat melalui 3 grafik yang disajikan), menurun sebesar 20 – 30% dibandingkan tahun lalu. Penurunan *Occupancy* ini disebabkan karena adanya ketentuan Pembatasan Sosial Skala Besar yang terjadi di Bogor dan Jakarta akibat Pandemi Covid19 yang meluas.

Menurunnya kinerja segmen hotel dan pariwisata akibat pandemic membuat performa pendapatan Hotel pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 47% dibandingkan September 2019.

## **6. Strategi Perseroan Menghadapi hambatan pada Kinerja**

### **Segmen Bisnis Perhotelan**

Menghadapi penurunan efek Pandemi Covid19 ini, anak usaha segmen hotel IKAI telah meluncurkan beberapa strategi antisipasi. Secara internal, IKAI melakukan inisiatif manajemen krisis pada organisasinya dan mengatur ulang manajemen biaya operasional bisnis ini.

Secara eksternal, kebijakan new normal oleh Pemerintah di kuartal 2 tahun 2020, juga kami manfaatkan untuk memaksimalkan kesempatan pemulihan segmen usaha ini secara bertahap. Berbagai promo menarik diluncurkan selama masa *new normal* sejalan dengan implementasi protokol kesehatan era new normal di semua hotel yang dioperasikan perusahaan. IKAI juga mempertahankan segmen pasarnya di target konsumen MICE dan berusaha meningkatkan konsumen FIT Online dan Offline.



## **7. Paparan Kinerja Keuangan**

### **Segmen Bisnis Keramik**

Segmen bisnis keramik mampu menaikkan kontribusinya dari hanya 2% di September 2019 menjadi 40% dari total pendapatan usaha IKAI sampai September 2020 dengan pertumbuhan pendapatan sebesar 143x dibanding periode yang sama tahun 2019 atau dari hanya Rp 1,3 miliar menjadi Rp 19,4 miliar.

Sepanjang 2020, INKA juga berkesempatan melakukan pengembangan produk agar lebih beragam dan mampu bersaing di berbagai segmen pasarnya dengan memperbanyak desain produk dan juga ragam ukuran lantai homogenous tile nya.

## **8. Paparan Kinerja Operasional**

### **Segmen Bisnis Keramik**

Pada segmen usaha bisnis keramik. Hasil transformasi bisnis di tahun lalu, berbuah hasil di saat yang tepat. Menurunnya kinerja segmen hotel dan pariwisata akibat pandemi, berhasil diredam efeknya dengan kinerja positif yang signifikan dari INKA, anak usaha di segmen bisnis keramik. Di masa pandemi ini, produksi manufaktur keramik mengalami kenaikan sebesar 2,5x dibanding jumlah produksi tahun lalu. Perusahaan memanfaatkan momentum pandemi untuk mempersiapkan ketersediaan stock.

## **9. Strategi Perseroan Menghadapi hambatan pada Kinerja Operasional Keramik**

Secara spesifik, strategi bisnis segmen bisnis keramik di masa pandemi ini juga diarahkan ke pengembangan kerjasama distribusi dan memperluas pasar baik nasional maupun Internasional.

Pembukaan beberapa distributor baru di daerah Jawa dan dimulainya kemitraan dengan Mitra10 sebagai mitra grosir ternama juga menjadi pendorong utama kinerja penjualan keramik. Ke depan, INKA juga akan semakin memperkuat jaringan distribusi penjualan ke modern outlet di kawasan pembangunan untuk menggarap pangsa pasar yang lebih besar.

Perusahaan juga terus mendorong produk berorientasi ekspor dengan mempertahankan keunggulan produk dan lini produksi yang efisien. Pada September lalu, anak usaha keramik telah mulai melakukan pengiriman produk *Essenza* ke pasar ekspor di Amerika Serikat.

## **10. Kesimpulan dan Target 2021**

Sebagai kesimpulan, IKAI akan terus berkomitmen bertumbuh di segala kondisi dengan segala tantangannya. *New normal*, bagi kami bukan hanya sebuah gerakan kesehatan menangkal Covid19, namun juga menjadi tema strategi bisnis di setiap lini bisnis kami. Pemerintah dengan semua program pemulihan ekonomi nasionalnya, akan memberikan peluang bagi IKAI untuk memulihkan profitabilitas bisnis di tahun 2021.

Strategi bisnis *new normal* tahun 2021 diarahkan untuk memulihkan kontribusi pendapatan hotel dengan menata ulang strategi untuk segmen Pemerintah, Korporat, Online, Offline dan Grup MICE, yang saat ini tergerus akibat pandemi dan mempertahankan *Leading Position* setiap hotel di areanya sehingga tercipta Brand Image yang lebih baik. Sedangkan di bisnis keramik, IKAI siap untuk



# INTIKERAMIK ALAMASRI INDUSTRI TBK

menambah kapasitas produksi, memperluas target ekspor ke Australia dan Eropa dan melakukan aliansi strategis dengan pabrikan Cina.

## II. RINGKASAN PERTANYAAN :

Berikut ringkasan pertanyaan dan jawaban yang berlangsung selama penyelenggaraan Paparan Publik Tahun 2020 PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk yang berasal dari 2 (Dua) orang penanya :

### Ghafur – Investor Daily

#### Pertanyaan :

1. Dengan terkoreksinya laba dan pendapatan akhir tahun 2020 terevisi ? bila iya, jadi berapa ?
2. Proyeksi bisnis di tahun 2021, seperti apa, apa saja yang akan dilakukan perseroan ? dan berapa capex yang telah disiapkan ?
3. Berapa total Capex pada tahun ini, telah terserap berapa dan digunakan untuk apa saja, sumbernya dari mana ?

#### Jawaban

1. Iya. Akan terkoreksi. Harapannya akan menjadi lebih positif.
2. Pada tahun 2021 harapannya Perseroan akan mengejar ketertinggalan akibat pandemi Covid 19 di segmen usaha Perhotelan. Diharapkan dengan adanya vaksin untuk Covid 19 yang akan dikeluarkan, sehingga diharapkan usaha perhotelan dapat mengejar target setidaknya sama dengan pendapatan usaha hotel di Tahun 2019.
  - Untuk segmen manufaktur pada tahun 2021, akan berencana meningkatkan kapasitas dengan menambah line produksi dan menambah channel distribusi. Estimasi Capex untuk segmen manufaktur pada tahun depan senilai sekitar 50 miliar dengan ekspektasi ekspansi tambahan 2,5 line yang akan berjalan tahun depan.
  - Untuk segmen Perhotelan Perusahaan akan berusaha mempertahankan aset Perusahaan dan berencana pada tahun 2021 akan mengeluarkan Capex berkisar di 1-2 persen dari total pendapatan
3. Total Capex tahun ini yang digunakan sekitar 5 miliar.

### Arfyana Citra Rahayu – Harian Kontan

#### Pertanyaan :

1. Tahun depan, di lini manufaktur, IKAI akan menempuh tiga strategi, yakni menambah kapasitas produksi, memperluas target ekspor, serta menggandeng pabrikan China. Bagaimana detailnya ? Kapan target realisasinya dan berapa nilai investasinya ?
2. Mengenai lini bisnis perhotelan, apa lagi inovasi yang akan dilakukan perusahaan untuk meningkatkan okupansi hotel di akhir tahun
3. Bagaimana IKAI melihat potensi bisnis perhotelan di tahun depan ? Apa faktor penguatnya selain adanya vaksin Covid-19 ?



## Jawaban :

1. Pada Perusahaan Manufaktur kami akan berusaha mencapai target sebagai berikut :
  - Perusahaan akan berusaha menambah kapasitas produksi di tahun depan dengan menambah sekitar 2,5 line.
  - Untuk perluasan target ekspor, selain Amerika kami sedang menjajaki untuk dapat mengambil pasar ekspor ke Australia, Jepang, Korea hingga Kanada.
  - Untuk kerjasama dengan pabrik China, saat ini sedang masuk dalam tahap persiapan dan perencanaan strategi investasi dengan konsultan strategic. Harapannya kami dapat melakukan keterbukaan informasi di tahun depan, berikut dengan detail kerjasamanya yang akan dilakukan di tahun depan.
2. Inovasi perusahaan saat menghadapi hambatan selama pandemi :
  - Melakukan *management crisis* yang baik dengan melakukan efektifitas biaya.
  - Menyesuaikan program-program dengan tetap menjalankan protokol Covid sesuai ketentuan Pemerintah seperti memaksimalkan MICE dari korporasi atau pemerintah sehingga tertopang oleh pendapatan F&B juga yang biasanya muncul berbarengan dengan segmen MICE.
  - Selain dari MICE, kami juga memanfaatkan FIT online dan offline, dengan memanfaatkan kondisi kota Bogor dalam menjadi target area kuliner, belanja, hiburan keluarga dan anak-anak, sehingga mencoba fokus menasar market tersebut pada weekend.
3. IKAI melihat bahwa bisnis hotel akan pulih dan kembali setelah Vaksin Covid 19 keluar, faktor penguatnya adalah dukungan regulasi Pemerintah yang dapat membantu geliat bisnis dapat kembali normal dan tetap mengutamakan keselamatan masyarakat.

## III. DOKUMENTASI PUBLIC EXPOSE





# INTIKERAMIK ALAMASRI INDUSTRI TBK



Demikian Laporan ini kami sampaikan untuk dapat memenuhi ketentuan kewajiban sebagai Perusahaan Terbuka. Segala informasi yang tercantum dalam laporan ini telah sesuai dengan kegiatan yang dilaporkan dalam Public Expose yang diselenggarakan. Terimakasih atas partisipasi dan kerjasama yang telah diberikan dalam penyelenggaraan Public Expose PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk.

Hormat Kami,

Corporate Secretary

PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk.



# INTIKERAMIK ALAMASRI INDUSTRI TBK

## DAFTAR HADIR PAPARAN PUBLIK TAHUN 2020 PT INTIKERAMIK ALAMASRI INDUSTRI TBK

NO	NAME	COMPANY
1	ERWAN DWIYANSYAH	DIREKTUR OPERASIONAL & KEPATUHAN
2	WINDA YOHANA	HEAD OF HRD,CORPSEC & LEGAL
3	ADITAMA WAHYUDI	SENIOR INVESTMENT ANALYST
4	MUHAMMAD AMIN	CORPORATE FINANCE STRATEGY
5	ANGELICA LIE	MANAGING DIRECTOR (PERWAKILAN ENTITAS ANAK DARI MANUFAKTUR)
6	I GEDE WAHYU	HEAD OF PROPERTY
7	ARFYANA	HARIAN KONTAN
8	IMADE SENTANA	MARKET MERGER
9	GHAFUR	INVESTOR DAILY
10	TELSHA	PEMEGANG SAHAM
11	GATRA GUMILAR	
12	ERIK BUDIMAN	INDOSTERLING
13	STEFANUS ARDHANOVA	INDOSTERLING