



PT IKAPHARMINDO PUTRAMAS Tbk
Pharmaceutical Laboratories

PUBLIC EXPOSE TAHUNAN 2026 - IKPM



16 Maret 2026

DISCLAIMER: Presentasi ini dipersiapkan semata-mata dan secara eksklusif hanya untuk pihak-pihak yang diundang untuk keperluan diskusi. Presentasi ini maupun isinya tidak diperkenankan untuk diperbanyak atau dipergunakan tanpa sebelumnya memperoleh persetujuan tertulis dari PT Ikapharmindo Putramas Tbk ("Perseroan"). Perseroan tidak bertanggung jawab atas semua keputusan apapun yang dibuat oleh para investor atau analis berdasarkan informasi yang disajikan dalam presentasi ini.

TOPIK PEMBAHASAN

- 1 Tinjauan Pasar
- 2 Sekilas Perseroan
- 3 Manajemen Perseroan
- 4 Kinerja Bisnis, Strategi dan Inisiatif



ASUMSI DASAR EKONOMI MAKRO 2025

Indikator	2025			
	APBN	Realisasi Semester I	Proyeksi Semester II	Outlook
Pertumbuhan Ekonomi (%)	5,2	4,87 ¹⁾	4,7 – 5,0	4,7 – 5,0
Inflasi (% yoy)	2,5	1,6 ²⁾	2,2 – 2,6	2,2 – 2,6
Suku Bunga SBN 10 Tahun (% average)	7,0	6,93 ³⁾	6,8 – 7,3	6,8 – 7,3
Nilai Tukar (Rp/USD, average)	16.000	16.429 ⁴⁾	16.300 – 16.800	16.300 – 16.800
Harga Minyak Mentah Indonesia (US\$/barrel, average)	82	70,05 ²⁾	66 – 94	68 – 82
Lifting Minyak (rbph)	605	567,9 ²⁾	593 – 597	593 – 597
Lifting Gas (rbsmph)	1.005	987,5 ²⁾	976 – 980	976 – 980

Pertumbuhan ekonomi.

Permintaan domestik masih mampu menopang perekonomian nasional, namun berbagai risiko global terus diwaspadai serta diantisipasi melalui respons kebijakan Pemerintah yang tepat sasaran.

Laju Inflasi.

Risiko inflasi pangan akibat cuaca ekstrem perlu diwaspadai, koordinasi pengendalian inflasi diperkuat.

Yield SBN 10 tahun dan nilai tukar Rupiah

Dipengaruhi dinamika ekonomi, pasar keuangan, dan geopolitik global, termasuk stance kebijakan bank sentral utama global terutama the Fed.

Harga minyak mentah Indonesia (ICP)

Pergerakan harga minyak dipengaruhi faktor geopolitik yang menekan permintaan dan distribusi, di tengah kebijakan peningkatan produksi oleh OPEC+

Lifting Migas

Optimalisasi sumur yang telah beroperasi melalui peningkatan kegiatan drilling dan facility maintenance.

Keterangan:

¹⁾ Pertumbuhan ekonomi triwulan I 2025

²⁾ Per Mei 2025

³⁾ Per Lelang 17 Juni 2025 (Lelang berikutnya 1 Juli 2025)

⁴⁾ Per 26 Juni 2025

Asumsi Dasar Ekonomi Makro RAPBN 2026



Pertumbuhan ekonomi ditargetkan mencapai **5,4%**



Harga minyak mentah di **70 USD** per barel



Inflasi terkendali di level **2,5%**



Lifting Minyak Mentah sebesar **610rb** barel per hari



Suku bunga SBN di kisaran **6,9%**



Lifting gas bumi sebesar **984rb** barel setara minyak per hari



Nilai tukar berada di kisaran **Rp16,500**

sumber: Kementerian Keuangan RI

Asumsi Dasar Ekonomi Makro Indonesia 2026

- **Pertumbuhan Ekonomi (%YoY) : 5,4**
Pertumbuhan ini lebih tinggi dari tahun 2025 (5,2%)
- **Inflasi (%YoY) : 2,5**
Inflasi 2026 ini diperkirakan sama dengan tahun 2025
- **Tingkat Suku Bunga SBN 10 Tahun (%) : 6,9**
Tingkat suku bunga diperkirakan menurun menjadi 6,9% dibandingkan tahun 2025 7,0%.
- **Nilai Tukar (Rp/US\$) : 16.500**
Nilai tukar Rp/US\$ tahun 2026 adalah 16.500, dibandingkan tahun 2025 Rp 16.000

Indonesia Market still dominated with domestic products with growth of total MAT 5.5%



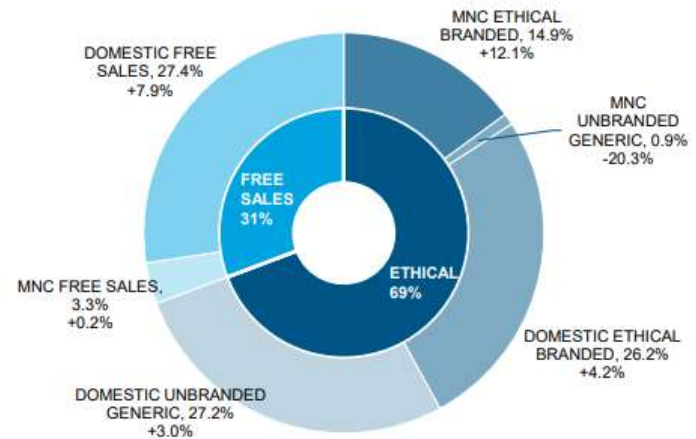
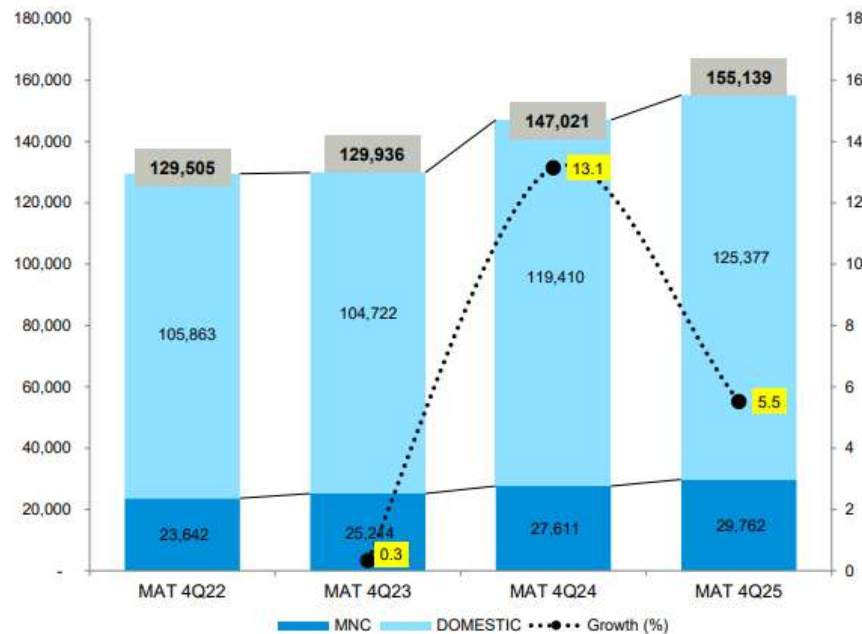
Indonesia Pharmaceutical Market Overview



Total Market Value
155,139 bio



Growth MAT : 5.5 %
Growth QTR : 6.5 %
CAGR 4Y : 7.3 %



Growth Key Highlights

- Domestic manufacturers contributed most of the market value, accounting for 81% of total MAT 4Q25, while MNC companies represented the remaining 19%.
- The key driver was from ethical products, which also dominate MAT 4Q25 with a contribution of 69%.

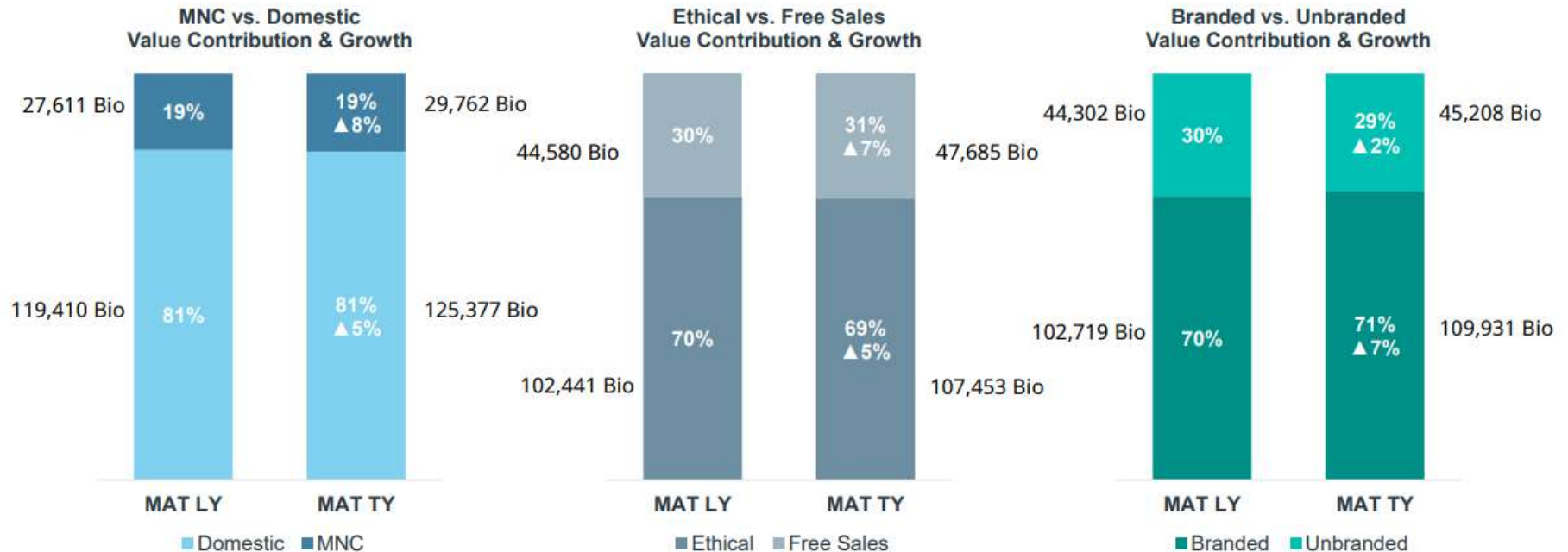
Source: Indonesia Total Market 4Q 2025

IQVIA



Indonesia Pharmaceutical Market Overview

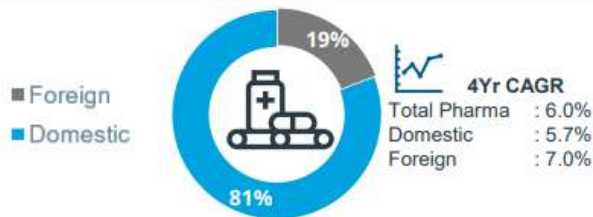
Ethical Product continued showing positive growth, driven by branded product in domestic company.



Note : ▲ Growth value

 IQVIA

Pharmaceutical Market by Manufacturer Type



MAT 4Q23: 129,936 Bio
+0.3 % yoy

MAT 4Q24: 147,021 Bio
+13.1 % yoy

MAT 4Q25: 155,139 Bio
+5.5% yoy
+5.8% yoy w/o J07 - Vaccine

(Value in Tn)



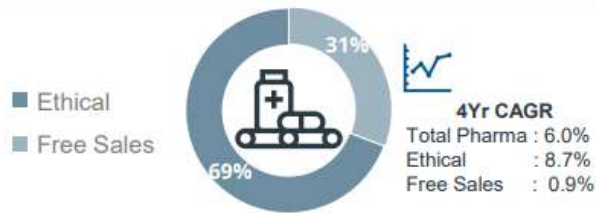
Prev Qtr
Growth:

-10 %	2 %	7 %	-2 %	5 %	7 %	2 %	-1 %	1 %	-0 %	3 %	2 %
-3 %	3 %	8 %	3 %	3 %	-3 %	0 %	5 %	-0 %	-3 %	12 %	1 %
23-Q1	23-Q2	23-Q3	23-Q4	24-Q1	24-Q2	24-Q3	24-Q4	25-Q1	25-Q2	25-Q3	25-Q4

Domestic products contributed to 81% of market share

- Domestic products continued to grow in this quarter with growth driver by MAT was antineoplastic products
- MNC is improving, as seen from its trend line, driven by antineoplastics.

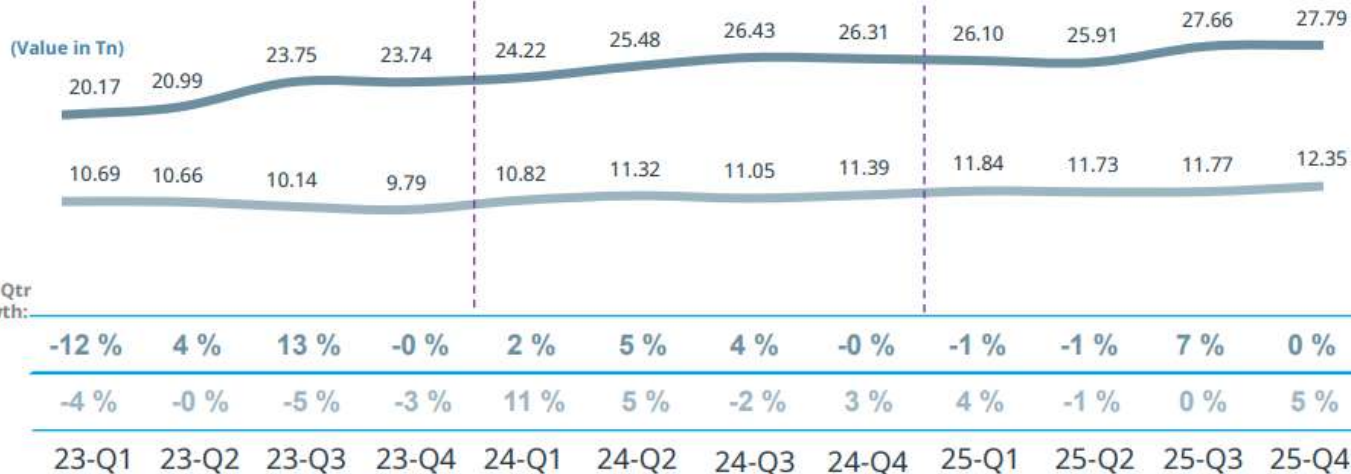
Pharmaceutical Market by Ethical Status Group



MAT 4Q23: 129,936 Bio
+0.3 % yoy

MAT 4Q24: 147,021 Bio
+13.1 % yoy

MAT 4Q25: 155,139 Bio
+5.5% yoy
+5.8% yoy w/o J07 - Vaccine



Ethical products contributed to 69% of market share

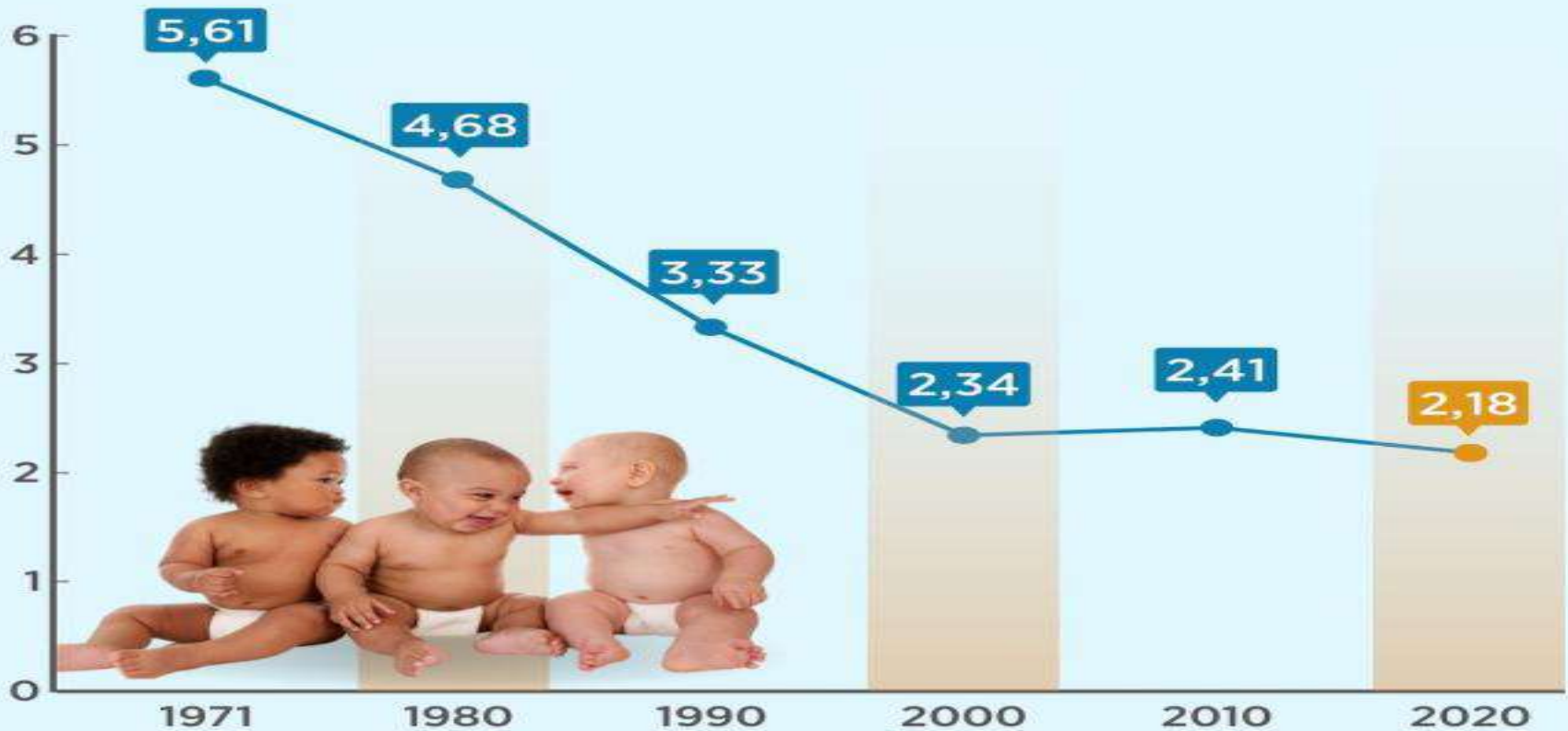
- Ethical products maintained a steady and stable upward trend compared to the previous quarter, while the Free Sales segment showed stronger improvement, driven by Anti-acid, Anti-flatulent, and Anti-ulcerant products in this cycle.

Pasar Farmasi Indonesia:

- Total Pasar Farmasi Indonesia pada tahun 2025 adalah Rp 155.139 M dengan pertumbuhan 5,5%
- Adapun CAGR 4 tahun adalah: 7,3%
- Perusahaan local menguasai 81% pangsa pasar, sedangkan perusahaan modal asing 19%
- Produk Ethical konsisten menunjukkan pertumbuhan positif, dengan didorong terutama oleh produk branded perusahaan local
- Produk Ethical memberikan kontribusi 69% dengan trend pertumbuhan yang stabil

Demografi

Angka Kelahiran Nasional Menurun Drastis, Program KB Sukses?



*1971-2020

Sumber: Badan Pusat Statistik

Angka kelahiran bayi:

- Angka kelahiran bayi menunjukkan penurunan yang signifikan dari tahun 1971 sebesar 5,61 menjadi 2,18 pada tahun 2020
 - Pada tahun 2020an angka kelahiran bayi menunjukkan penurunan walaupun telah melandai, dari 2,18 pada tahun 2020 menjadi 2,11 pada tahun 2025
- Dengan melihat keadaan makro ekonomi Indonesia, pertumbuhan pasar farmasi dan angka kelahiran bayi yang relative stabil serta dinamika pasar, perusahaan melihat peluang dan tantangan yang lebih baik pada tahun 2026

PT IKAPHARMINDO PUTRAMAS Tbk

- Bermula dengan bisnis apotek, PT Ikapharmindo Putramas Tbk ("IKPM") berdiri sejak tahun 1978. Perseroan kini memiliki lebih dari 40 tahun pengalaman di bidang R&D, manufaktur dan pemasaran produk berkualitas tinggi di bidang farmasi, kesehatan konsumen, kosmetik dan perawatan bayi. IKPM berkantor pusat di Pulogadung, Jakarta Timur.
- Sejak awal berdiri, IKPM telah membangun hubungan yang baik dengan berbagai Perusahaan multinasional, meluncurkan produk di pasar Indonesia melalui konsep pemasaran yang kreatif dan strategis dan secara konsisten membangun dan memantapkan *brand* milik Perseroan di pasaran.
- IKPM memiliki 2 (dua) fasilitas produksi di Pulogadung, Jakarta Timur dan Sumedang, Jawa Barat.
- Pada 2015, IKPM memulai kegiatan ekspor produk-produknya ke luar negeri seperti Filipina dan Australia.

Produk Perseroan Terpilih



Sertifikasi Perseroan



GMP Certification
for Pharmaceutical



ISO 9001:2000
Certification for
Cosmetic



GMP Certification
for Cosmetic

Fasilitas Produksi



Fasilitas produksi dan kantor
pusat di Pulogadung, Jakarta
Timur



Fasilitas produksi di Sumedang,
Jawa Barat

VISI DAN MISI PERSEROAN

PT. IKAPHARMINDO PUTRAMAS Tbk

Vision Visi

Menjadi Perusahaan Farmasi dan *Personal Care* yang dikelola oleh profesional yang berdedikasi pada Misi kami yang didukung dengan teknologi modern untuk menghasilkan produk yang terjamin kualitasnya sehingga dapat memenuhi permintaan pasar lokal dan global.

Mission Misi

Terus melakukan perbaikan untuk menyediakan produk farmasi dan *personal care* yang berkualitas, agar konsumen dapat mencapai "semangat untuk hidup sehat"

I K P M

INISIATIF

Mampu menginisiasi kemajuan dan melakukan segala upaya demi kemajuan perusahaan secara mandiri.

KOMITMEN

Sikap mengikatkan diri secara suka rela untuk melakukan tugas dengan penuh tanggung jawab disertai dengan pengabdian secara konsisten

PROFESIONAL

Memiliki sikap kerja yang selalu dapat diandalkan untuk menyelesaikan tugas secara optimal dan konsisten

MAJU BERSAMA

Berfikir positif, rendah hati serta berkolaborasi untuk mencapai kemajuan bersama

KEY MILESTONES

1978

- IKPM didirikan sebagai Perusahaan manufaktur dan pemasaran produk-produk farmasi.

1980

- IKPM memulai produksi produk farmasi steril di fasilitas produksi Pulogadung.

1984

- IKPM menandatangani Perjanjian dengan Dr Dralle GmbH (Germany), untuk memproduksi, memasarkan dan mendistribusikan produk-produk dengan merek Neril, Birkin dan NR.

1991

- Fasilitas IKPM mendapatkan Sertifikasi GMP (*Good Manufacturer's Practices*) dari BPOM.
- IKPM mengakuisisi merek NR dari L'oreal yang mengakuisisi semua merek milik Dr Dralle GmbH.

1995

- IKPM meluncurkan merek Baby HUKI.[®]

2002

- IKPM memulai kerja sama dengan Fresenius Kabi GmbH, untuk produksi, pemasaran dan distribusi produk Lactulax (produk farmasi dengan resep yang dipasarkan ke rumah sakit dan apotik).

KEY MILESTONES

2015

- IKPM memulai kegiatan ekspor yang berfokus pada produk-produk farmasi dan pada tahun ini juga divisi perawatan rambut mengembangkan pasar ekspor di Australia.

2017

- IKPM mendapatkan Sertifikasi HALAL untuk produksi produk perawatan rambut dan kosmetik.

2018

- IKPM mendirikan fasilitas produksi di Sumedang, Jawa Barat untuk produksi produk-produk dengan merek Baby HUKI.

2019

- Fasilitas produksi produk-produk dengan Merek Baby HUKI mendapatkan Sertifikasi HALAL yang membuat Baby HUKI sebagai produk perawatan bayi pertama di pasar Indonesia yang memiliki Sertifikasi HALAL.

2021

- IKPM mendapatkan Sertifikasi HALAL untuk produksi produk suplemen makanan.

2023

- IKPM resmi mencatatkan saham di Bursa Efek Indonesia dengan nama PT Ikapharmindo Putramas Tbk

PT IKAPHARMINDO PUTRAMAS Tbk

- Dalam perjalanan usahanya Perseroan telah berhasil melakukan IPO pada 8 November 2023, Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) 27 Mei 2024 dan melakukan pembagian dividen pada 28 Juni 2024.
 - Status sebagai Perseroan Terbuka membuat Perseroan memiliki kemampuan dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor di bidang usaha yang sejenis, menyesuaikan dengan perkembangan dan membuka diri Perseroan dalam mendapatkan sumber pendanaan yang dapat mendukung kegiatan bisnis Perseroan.
 - Perseroan mengundang investor dan para pihak yang memiliki kesamaan visi dan misi dengan Perseroan untuk mendukung Perseroan tumbuh dan berkembang bersama menjadi perusahaan yang unggul di bidang usaha yang menjadi fokus Perseroan.
-

Kegiatan Usaha Utama

1. Industri Produk Farmasi Untuk Manusia (KBLI No. 21012)
2. Industri Produk Obat Tradisional untuk Manusia (KBLI No. 21022)
3. Industri Kosmetik untuk Manusia, Termasuk Pasta Gigi (KBLI No. 20232)
4. Industri Barang Dari Karet Untuk Kesehatan (KBLI No. 22194)
5. Industri Sabun dan Bahan Pembersih Keperluan Rumah Tangga (KBLI No. 20231)
6. Industri Perlengkapan dan Peralatan Rumah Tangga dari Kaca (KBLI No. 23121)
7. Industri Bahan Farmasi untuk Manusia (KBLI No. 21011)
8. Perdagangan Besar Berbagai Barang dan Perlengkapan Rumah Tangga Lainnya YTDL (Yang Tidak Dapat Diklasifikasikan Di Tempat Lain) (KBLI No. 46499)
9. Perdagangan Besar Kosmetik Untuk Manusia (KBLI No. 46443)
10. Industri Kertas Tissue (KBLI No. 17091)
11. Industri Alat Kesehatan dalam Subgolongan 2101 (KBLI No. 21015)
12. Perdagangan Besar Obat Farmasi Untuk Manusia (KBLI No. 46441)
13. Perdagangan Besar Obat Tradisional Untuk Manusia (KBLI No. 46442)
14. Industri Barang Dari Plastik Untuk Pengemasan (KBLI No. 22220)

Kegiatan Usaha Penunjang

Menjalankan usaha Pergudangan dan Penyimpanan, yang mencakup usaha yang melakukan kegiatan penyimpanan barang sementara sebelum barang tersebut di kirim ke tujuan akhir, dengan tujuan komersil, dengan kode KBLI 52101.

- Berdasarkan maksud dan tujuan Perseroan yang tercantum dalam Pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan, kegiatan usaha yang telah dijalankan Perseroan telah sesuai dengan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia sebagaimana tercantum dalam Peraturan Badan Pusat Statistik No. 2 Tahun 2020 tentang Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia – KBLI (“KBLI 2020”) dan telah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

DEWAN KOMISARIS & DIREKSI**Dewan
Komisaris**
—

Maudy Ratna Winata
Komisaris Utama



Titianus Winata
Komisaris



Susanto Lam
Komisaris Independen

**Dewan
Direksi**
—

Kartono
Direktur Utama



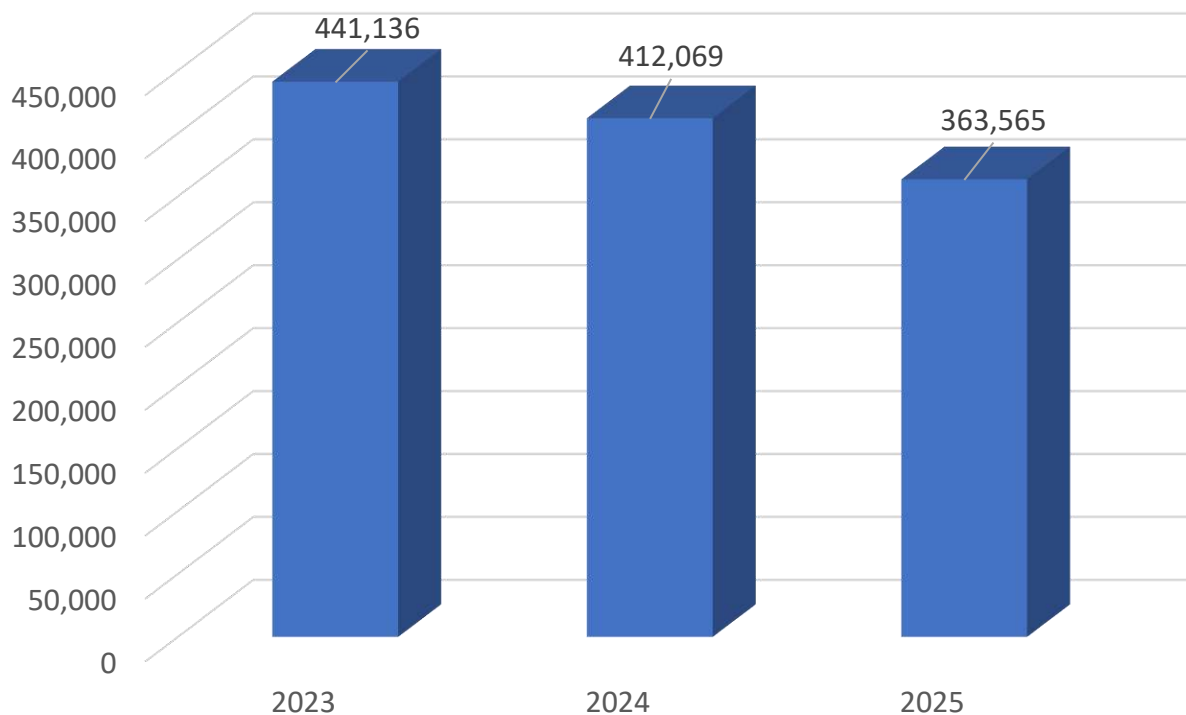
Ayi Saepudin
Direktur

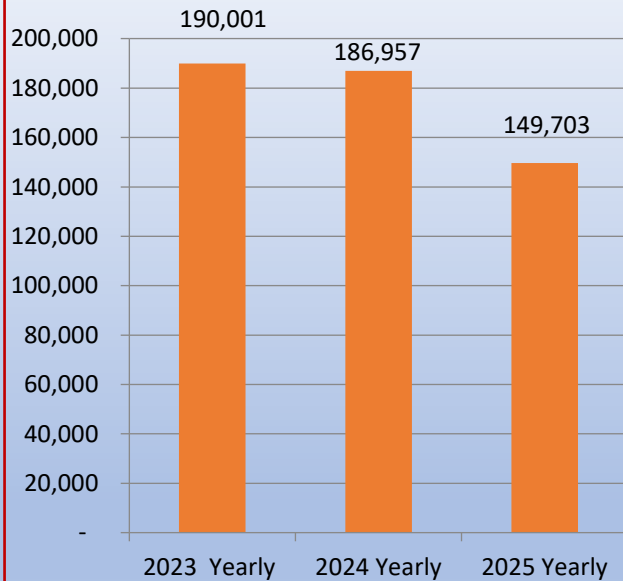


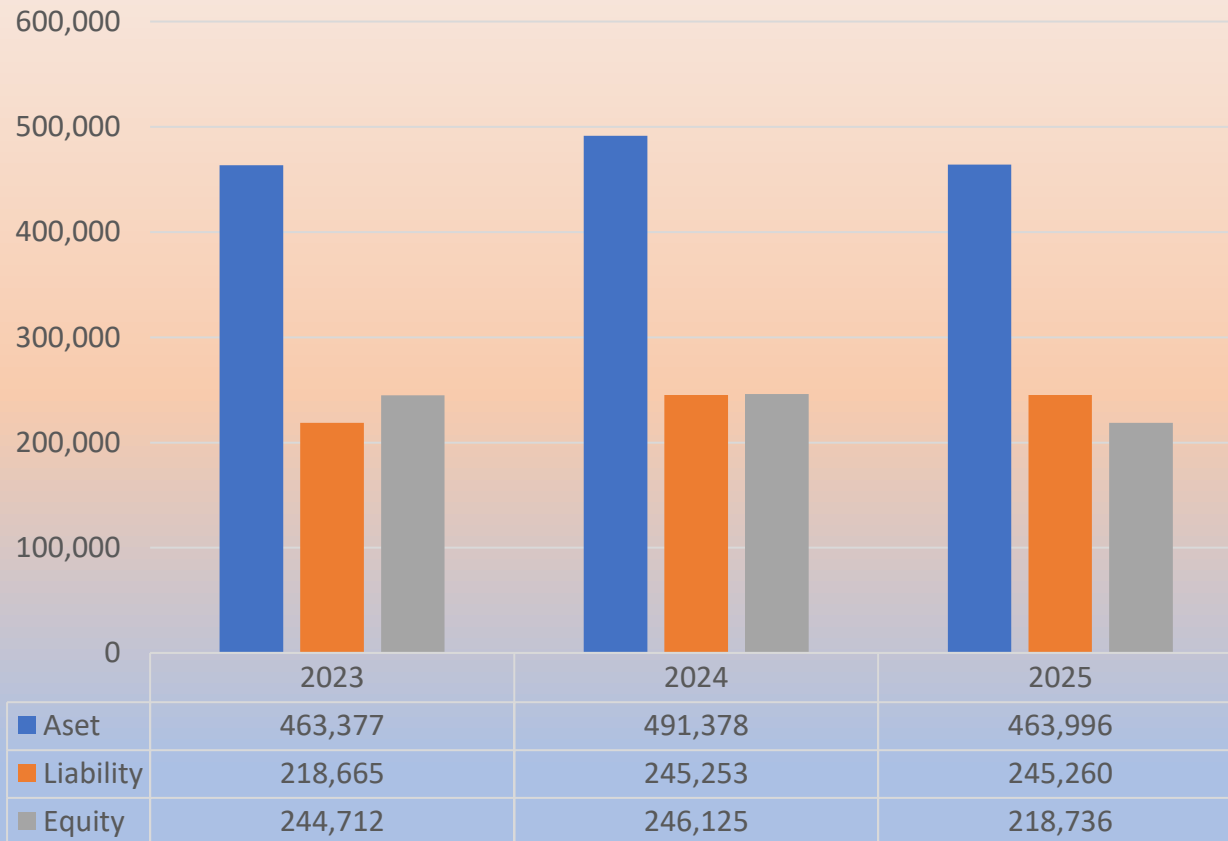
Eliza Arlena Winata
Direktur

PEREDARAN USAHA PERSEROAN DALAM RP JUTA

Penjualan Netto



LABA PERSEROAN**Laba Kotor**
dalam Rp juta**Laba Komprehensif Bersih**
dalam Rp juta

ASET, LIABILITY DAN EQUITY PERSEROAN DALAM RP JUTA

EVENT PERSEROAN

29

April 2025
April 2025

Baby HUKI kembali menggelar kegiatan *playdate* edukatif sebagai wujud komitmen memperkuat edukasi dan pemahaman orang tua. Kegiatan ini dihadiri oleh *brand ambassador* Baby HUKI, Nikita Willy dan Issa serta para pakar, yaitu Dokter Spesialis Kedokteran Gigi Anak serta *Sleep Trainer Expert & Founder* MimpiOfficial.id, sebuah komunitas yang fokus pada edukasi *sleep training*.

31

Oktober 2025
October 2025

NR Hair Professional Indonesia, resmi menjadi *official hair do* dalam kegiatan Miss Teenager Indonesia 2025, yang diselenggarakan di Jakarta di Discovery Hotel Ancol, Jakarta.



Kejuaraan Marching Band Tingkat Nasional
Divisi Junior (SD-MI) &
Senior (SMP-SMA) & Umum
Jakarta, 23 Nov 2025

Strategi menuju perbaikan Perseroan

Dengan Performance 2025 yang kurang baik, pada tahun 2026 perseroan berupaya untuk melakukan peningkatan penjualan, efisiensi operasional untuk pemulihan kepercayaan stakeholder:

1. Memperkuat Loyalitas dan Pengalaman Pelanggan (Customer Experience)
 - ☐ **Menjaga basis pelanggan** yang telah ada jauh lebih murah daripada mencari pelanggan baru di tengah krisis.
 - ☐ **Transformasi Pengalaman Digital**, Meningkatkan kontribusi transaksi melalui kanal digital untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan.
 - ☐ **Peningkatan Kepuasan Pelanggan**, Mengukur dan memperbaiki kepuasan pelanggan untuk memastikan retensi pelanggan tetap tinggi meski kondisi pasar sedang sulit.

Strategi menuju perbaikan Perseroan

2. Strategi Pemasaran dan Distribusi

❑ **Optimalisasi Tim Marketing** berdasarkan *Market Intelligence* Perseroan memperkuat Tim Pemasaran yang kreatif dengan dukungan analisis *market intelligence* yang mendalam. Evaluasi strategi untuk setiap produk dan aktivitas dilakukan, guna memastikan efektivitas pendekatan yang diterapkan dalam menarik konsumen dan memenangkan persaingan pasar.

❑ **Ekspansi Jaringan Distribusi**

Untuk meningkatkan jangkauan pasar dan ketersediaan produk, Perseroan mengoptimalkan distributor afiliasi dan non-afiliasi. Langkah ini bertujuan agar produk-produk Perseroan tersedia lebih baik dan lebih mudah dijangkau oleh konsumen, baik melalui jalur distribusi tradisional maupun digital.

Strategi menuju perbaikan Perseroan

3. Strategi Pengembangan Produk

- ❑ Perseroan terus **berinovasi** dalam pengembangan produk dengan berpegang pada motto "*Passion for Healthy Living*", mengedepankan unsur kesehatan, dengan keunggulan unik (*unique selling point*) yang mendorong gaya hidup sehat bagi konsumen.
- ❑ Perseroan **memperluas portofolio** produk untuk segmen pasar:
 - ✓ Divisi Farmasi, menghadirkan produk resep dokter serta produk *Over the Counter* (OTC) yang dirancang untuk pasien dan konsumen dari anak-anak hingga usia lanjut;
 - ✓ Divisi Perawatan Rambut dan Bayi, mengembangkan produk-produk yang telah dikenal luas oleh kaum milenial dan terus memperkuat kepercayaan lintas generasi.

Strategi menuju perbaikan Perseroan

4. Optimalisasi Struktur Biaya dan Efisiensi Operasional
 - ❑ Peningkatan **Efisiensi** Proses Bisnis, Menyederhanakan rantai pasok atau mengotomasi proses manual untuk menekan biaya operasional tanpa mengorbankan kualitas layanan.
 - ❑ Disiplin **Pengeluaran Modal** (CapEx), Memperketat seleksi proyek investasi hanya pada inisiatif yang memiliki tingkat pengembalian cepat atau bersifat krusial untuk operasional jangka panjang.

Strategi menuju perbaikan Perseroan

5. Strategi Pengembangan Proses Bisnis

Untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas operasional, Perseroan melakukan perbaikan dan pengembangan berbagai aspek bisnis, termasuk:

- ❖ Peningkatan kapasitas produksi melalui optimalisasi fasilitas manufaktur untuk berbagai kategori produk, termasuk farmasi, obat tradisional (OT), perbekalan kesehatan rumah tangga (PKRT) cair, serta kosmetik;
- ❖ Penguatan laboratorium riset dan pengembangan (R&D), kontrol kualitas (QA dan QC), *supply chain*, serta Tim Marketing dan Ekspor guna memastikan proses produksi dan distribusi berjalan optimal;
- ❖ Penerapan sistem Teknologi SAP untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memastikan produk-produk yang diproduksi memenuhi standar kualitas lokal dan global.

Strategi menuju perbaikan Perseroan

6. Pemulihan Kesehatan Keuangan dan Mitigasi Risiko Perseroan fokus pada aspek solvabilitas dan likuiditas untuk menjaga keberlangsungan usaha.
 - ❑ **Perbaikan Profil Risiko Piutang**, Memperketat manajemen piutang untuk menjaga arus kas tetap sehat.
 - ❑ **Optimalisasi Struktur Modal**: Menjaga rasio utang terhadap ekuitas pada level yang aman untuk memastikan perusahaan tetap memiliki akses ke pendanaan masa depan.

Strategi menuju perbaikan Perseroan

7. Transformasi Budaya dan SDM

- ❑ **Peningkatan Produktivitas Karyawan**, Melakukan pelatihan ulang secara periodik dan konsisten, agar tim lebih optimal dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat.
- ❑ **Penyelarasan Nilai Perusahaan**, Memastikan seluruh karyawan memahami dan bergerak menuju visi perbaikan yang sama.

Strategi menuju perbaikan Perseroan

8. Peningkatan Tata Kelola dan Transparansi

- ❑ **Kepercayaan investor** adalah aset terpenting untuk IKPM yang sedang dalam kondisi kurang baik dan berusaha untuk menjalankan perbaikan-perbaikan .
- ❑ **Implementasi Strategi Berkelanjutan**, Menyelaraskan strategi bisnis dengan prinsip lingkungan, sosial, dan tata kelola yang baik untuk menarik minat investor institusi.
- ❑ **Transparansi Pelaporan**: Memberikan penjelasan yang terbuka, jujur, baik dan strategis atas penurunan kinerja kepada publik untuk menjaga ekspektasi pasar dan stakeholder, khususnya share holder.

Strategi menuju perbaikan Perseroan

Dengan Strategi dan inisiatif perseroan melakukan peningkatan penjualan, efisiensi operasional untuk pemulihan kepercayaan stakeholder, perseroan optimis untuk mencatatkan pertumbuhan revenue sebesar 15% pada tahun 2026 dan Pendapatan Gross sebesar 45% dengan PAT positif Rp 5 Miliar.

Contact Us

Corporate Secretary

PT IKAPHARMINDO PUTRAMAS Tbk
Jl. Pulogadung Raya No. 29 Kawasan Industri Pulogadung
Jakarta Timur 13930 Indonesia

Telepon : +62 21 460 0086

Email : corporate.secretary@ikapharmindo.com

