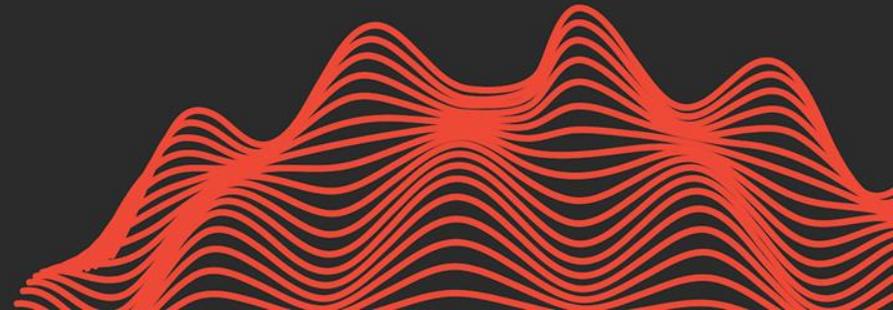


# FORU

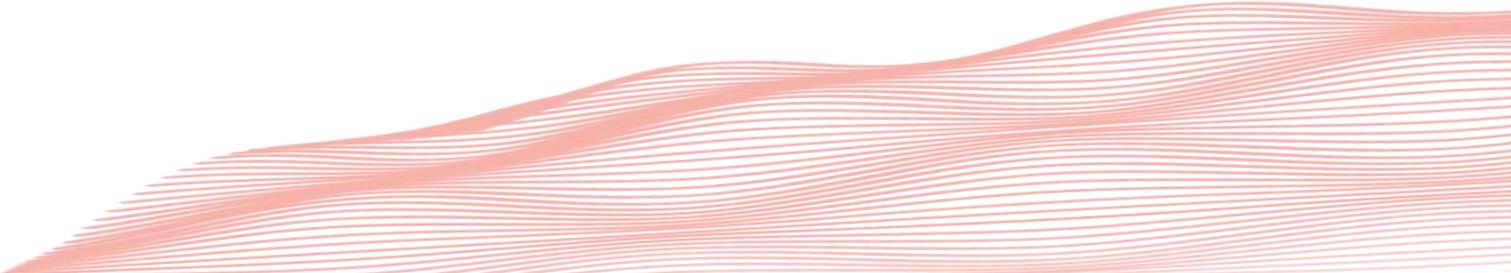
PT Fortune Indonesia Tbk

**PUBLIC EXPOSE INSIDENTAL**

Jakarta, 5 Februari 2024

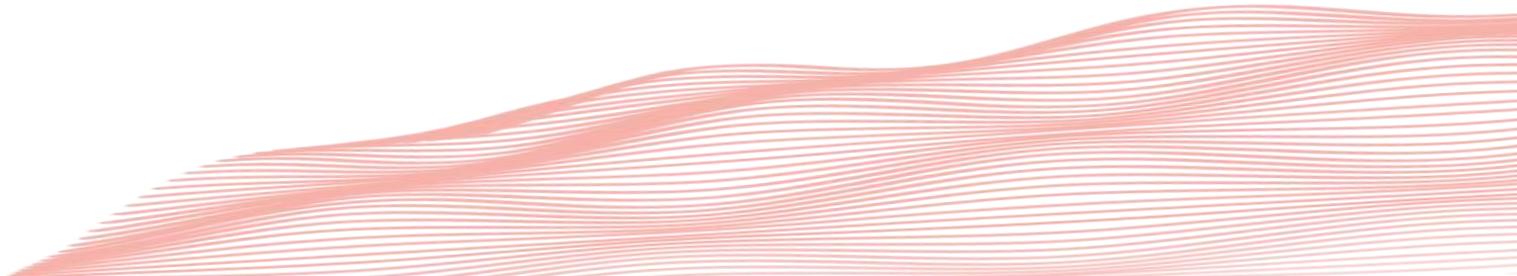


# Agenda

- ① Latar Belakang Penyelenggaraan
  - ② Profil Perseroan dan Kondisi Industri
  - ③ Kinerja 2023 dan Rencana Kerja 2024
  - ④ Tanya Jawab
- 

# Agenda ①

Latar Belakang Penyelenggaraan





# Latar Belakang

## Public Expose Insidental dilaksanakan sesuai dengan arahan Bursa

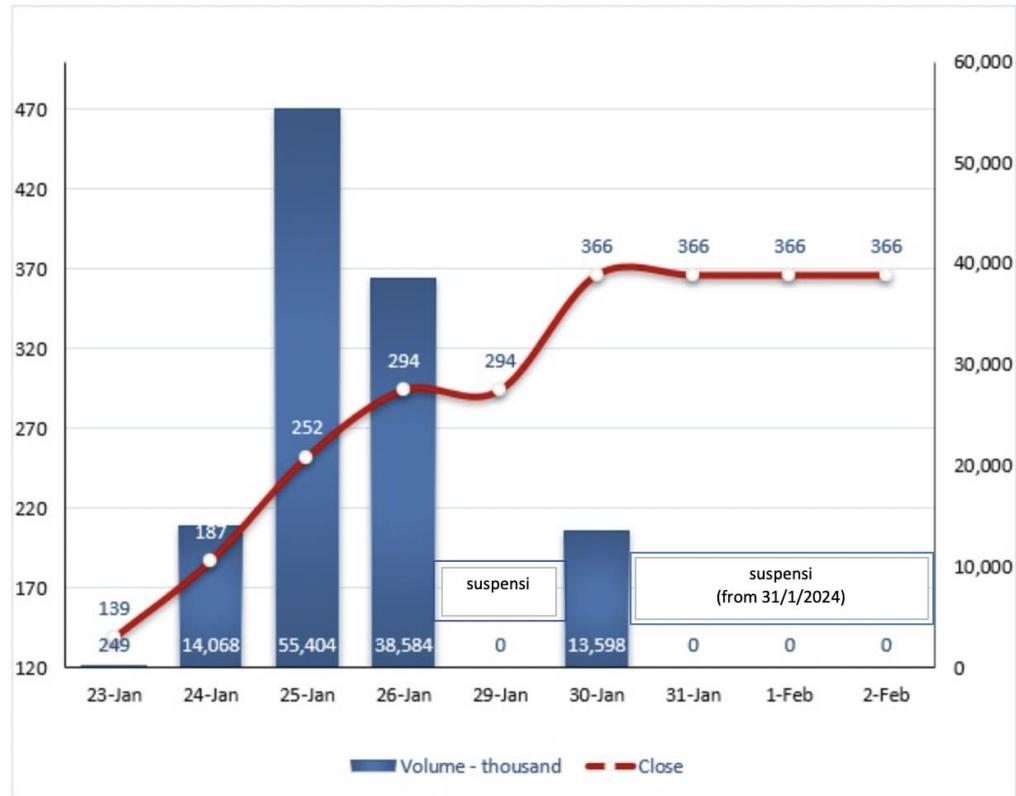
- Dalam rangka *cooling down*, sehubungan dengan terjadinya peningkatan harga saham FORU pada perdagangan tanggal 29 Januari 2024 dan 31 Januari 2024, sehingga mengakibatkan perdagangan saham Perseroan mengalami suspensi, berdasarkan pengumuman Bursa:
  - No. Peng-SPT-00008/BEI.WAS/01-2024 tertanggal 26 Januari 2024,
  - No. Peng-SPT-00009/BEI.WAS/01-2024 tertanggal 30 Januari 2024
- Sebagai salah satu langkah Perseroan untuk menyampaikan kinerja Perseroan tahun 2023, serta rencana kerja Perseroan tahun 2024.



# Kronologis

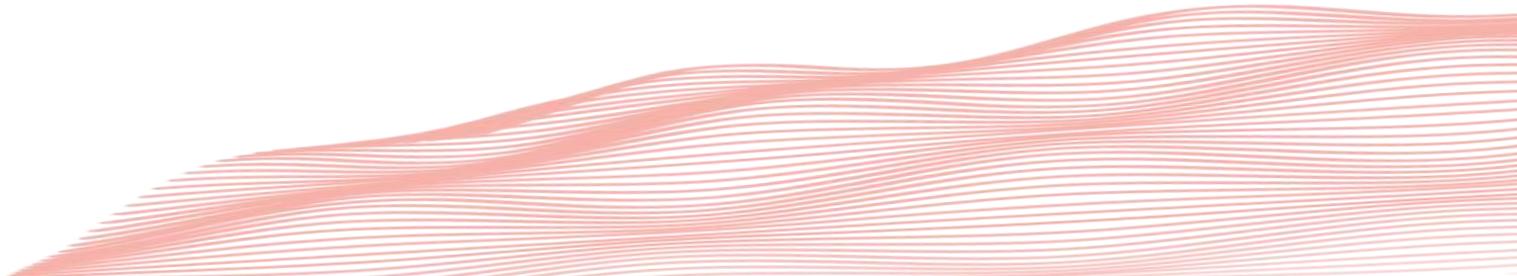
Hari/Tanggal	Selasa 23-Jan-24	Rabu 24-Jan-24	Kamis 25-Jan-24	Jumat 26-Jan-24	Senin 29-Jan-24	Selasa 30-Jan-24	Rabu 31-Jan-24	Kamis 1-Feb-24	Jumat 2-Feb-24
Harga Saham	139	187	252	294		366			
Ken aikan		34.53%	34.76%	16.67%		24.49%			
Tindakan Bursa			<ul style="list-style-type: none"><li>• Pengumuman UMA</li><li>• Permintaan penjelasan terkait volatilitas</li></ul>	Pengumuman penghentian sementara perdagangan saham tanggal 29 Jan 2024	Suspensi  Pengumuman pembukaan kembali perdagangan saham tanggal 30 Jan 2024	Pengumuman penghentian sementara perdagangan saham tanggal 31 Jan 2024	Suspensi	Suspensi	Suspensi
Perseroan					Perseroan menyampaikan penjelasan terkait volatilitas				

# Pergerakan Harga Saham



# Agenda ②

Profil Perseroan dan  
Kondisi Industri





# Profil Perseroan

PERSEROAN

PT Fortune Indonesia Tbk

NAMA KOMERSIAL

FORTUNA

BIDANG USAHA

Periklanan Terintegrasi

Jasa Kehumasan

ENTITAS ANAK



FORTUNA  
NETWORK INDONESIA



FORTUNE  
ADWICIPTA



FORTUNE  
PRAMANA  
RANCANG



# Komposisi Pemegang Saham



Uraian	Jumlah Saham (saham)	Kepemilikan (%)
PT Karya Citra Prima*	415.222.000	89,25%
Masyarakat**	50.002.000	10,75%
<b>Total</b>	<b>465.224.000</b>	<b>100%</b>

\* Merupakan pemegang saham yang memiliki 5% (lima persen) atau lebih saham

\*\*Merupakan pemegang saham yang memiliki kurang dari 5% (lima persen) saham



# Jejak Langkah

1970

Berafiliasi dengan Fortune International Australia, Mochtar Lubis mendirikan sebuah perseroan periklanan terpadu lokal dengan nama PT Fortune Indonesia Advertising Company.

2002

Mencatatkan sejarah besar dengan menjadi perusahaan periklanan Indonesia pertama yang berstatus sebagai perusahaan terbuka.

2014

Perseroan menjadi bagian dari keluarga besar dari PT Rajawali Corpora melalui PT Karya Citra Prima.

2019

Nama komersial Perseroan bertransformasi menjadi Fortuna seiring dengan disusunnya tata kelola organisasi yang baru. Seluruh unit usaha Perseroan yang telah ada diintegrasikan menjadi satu.



# Kondisi Industri

## Dinamika Pasar Periklanan dan Hubungan Masyarakat di Indonesia

- Berkembang pesat

Pasar periklanan dan hubungan masyarakat (PR) di Indonesia adalah salah satu pasar dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara, didorong oleh faktor-faktor seperti meningkatnya digitalisasi kelas menengah dan meningkatnya *brand awareness*.

- *Digital-first*

Belanja iklan digital kini menyumbang lebih dari 50% total belanja iklan, dengan *social media* dan *mobile marketing* sebagai pendorong utama.

- *Fragmented landscape*

Pasarnya terfragmentasi, dengan banyak agensi bersaing untuk mendapatkan klien. Hal ini memerlukan diferensiasi dan spesialisasi yang kuat.

- Perilaku konsumen yang terus berkembang

Konsumen Indonesia semakin paham teknologi dan mengharapkan pengalaman yang lebih personal dan interaktif.



# Kondisi Industri

## Peningkatan Tren dalam Bisnis Periklanan dan Hubungan Masyarakat di Indonesia

### *Disruptive Advertising*

Konsumen semakin dibombardir dengan iklan, dan konsumen semakin mudah mengabaikannya, sehingga perlu menciptakan iklan yang lebih kreatif dan menarik.

### *Crisis PR*

Dunia usaha menghadapi semakin banyak krisis, seperti penarikan produk, pelanggaran data, dan kontroversi media sosial, sehingga perlu memiliki rencana untuk mengelola krisis secara efektif.

# Agenda ③

Kinerja 2023 dan

Rencana Kerja 2024





# Kinerja Operasional 2023

Untuk meningkatkan kinerjanya, Fortuna harus mampu mengidentifikasi, memitigasi, dan mengelola berbagai risiko dan tantangan bisnis. Seiring dengan berkembangnya dunia bisnis, Fortuna dituntut untuk mampu meningkatkan kinerjanya, memiliki nilai tambah, inovatif, dan transformatif.

Keberhasilan Perusahaan bergantung pada kemampuannya untuk beradaptasi dengan bentuk-bentuk media dan teknologi baru, serta mempertahankan dan mengembangkan jaringan yang ada. Peran dan kontribusi agensi kreatif membuat perbedaan besar dalam branding yang ditampilkan oleh klien.

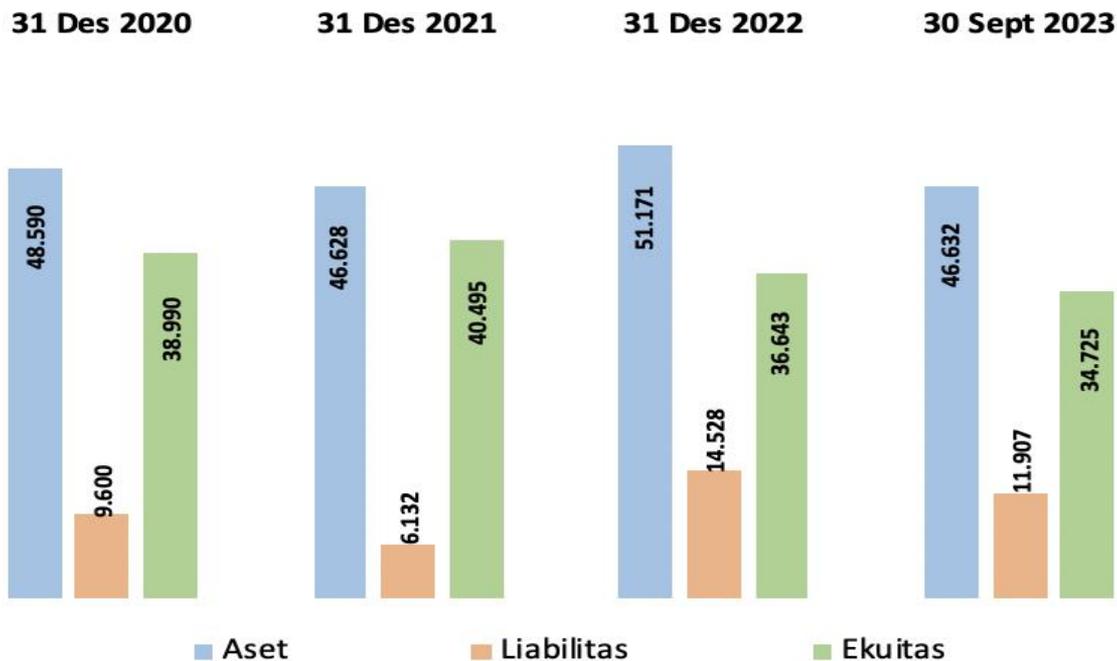
## *Achievements*

- PR Agency of The Year 2023 SWA Group
- Finalist Lisbon Award Festival for Rollover Reaction “Uncover your stories” campaign
- The Best Brand Activation in Indonesia Brand Communication Championship by MIX for RR “Uncover Your Stories” campaign



# Kinerja Keuangan

## Laporan Posisi Keuangan (dalam jutaan Rupiah)





# Kinerja Keuangan

## Laporan Laba Rugi (dalam jutaan Rupiah)



(\*): Untuk sembilan bulan yang berakhir pada tanggal 30 September 2023



# Kinerja Keuangan

## Rasio Keuangan

Ratio	31 Des 2020	31 Des 2021	31 Des 2022	30 Sept 2023
Current Ratio <i>Current Assets to Current Liabilities Ratio</i>	5,73	9,45	4,52	4,69
Debt to Equity Ratio <i>Liabilities to Equity Ratio</i>	0,25	0,15	0,40	0,34
Debt to Asset Ratio <i>Liabilities to Assets Ratio</i>	0,20	0,13	0,28	0,26



# Rencana Kerja 2024

Di tahun 2024, pasar Indonesia mengalami fluktuasi yang dipengaruhi oleh Pemilu dan dinamika global. Fortuna, sebagai perusahaan yang memiliki pemahaman mendalam terhadap kondisi pasar, berpotensi menjadi solusi yang tepat di tengah ketidakpastian ini.

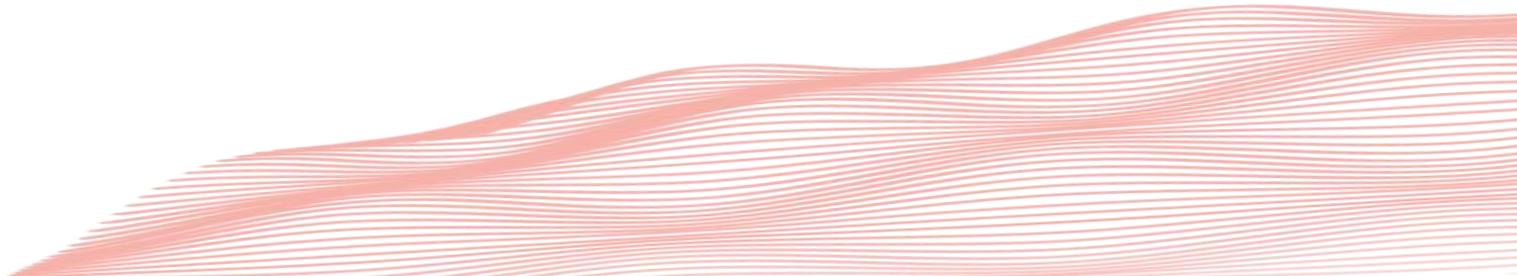
Pertumbuhan media digital yang terus melaju mendorong perlunya adopsi pendekatan dan teknologi baru.

Implementasi produk yang terukur menjadi kunci untuk menciptakan pendapatan yang konsisten di tengah perubahan dinamis.

Dalam ranah periklanan, digital, dan PR, tantangan untuk lebih inovatif semakin mendesak, bahkan hingga melebihi batas transformasi digital yang diinginkan oleh klien.

# Agenda ④

Tanya Jawab



Thank  
You

