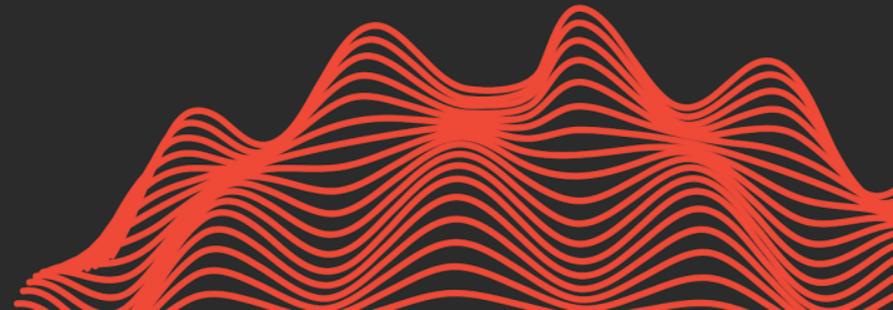


FORU

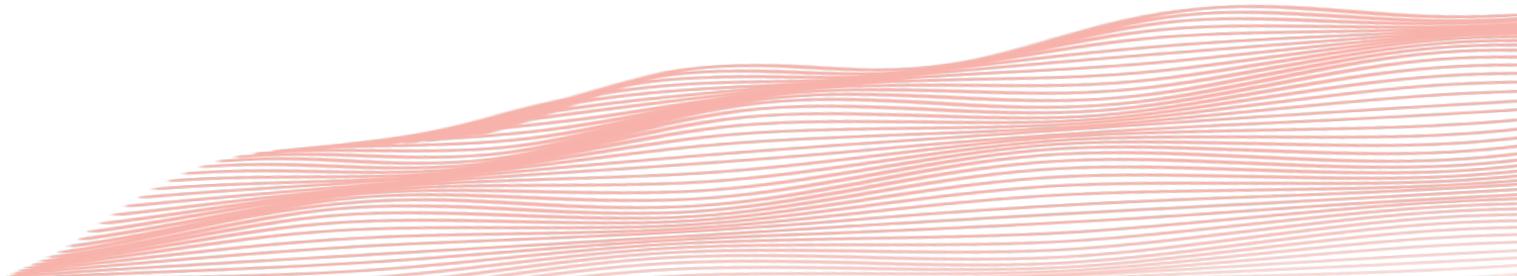
PT Fortune Indonesia Tbk

MATERI PUBLIC EXPOSE TAHUNAN

Jakarta, 28 Maret 2024



Profil Perseroan



Profil Perseroan

PERSEROAN

PT Fortune Indonesia Tbk

NAMA KOMERSIAL

FORTUNA

ENTITAS ANAK



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 dengan nama PT Fortune Indonesia Tbk.

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.

2024

Pemegang saham pengendali Perseroan beralih dari PT Karya Citra Prima kepada IMR Asia Holding Pte. Ltd. pada 7 Maret 2024.

Kegiatan Usaha

PERIKLANAN TERINTEGRASI

- Layanan konsultasi strategi komunikasi pemasaran dan produksi.
- Layanan jasa konsultasi perencanaan dan pelaksanaan promosi, pameran, dan audio visual interaktif.
- Layanan jasa konsultasi perencanaan dan pelaksanaan komunikasi maya (*e-services*), termasuk komunikasi di dunia maya dan media sosial.
- Layanan konsultasi perencanaan dan pelaksanaan belanja media iklan di *medium above the line* (elektronik, digital dan cetak), serta *medium below the line* (media luar ruang, layanan media monitoring dan analisis).

JASA KEHUMASAN

Layanan konsultasi komunikasi strategis, kelola krisis, hubungan investor, hubungan media, hubungan pemerintah, korporat, penyidikan dan pengawasan pemasaran, marketing intelligence, serta analisis.

Komposisi Pemegang Saham

Pada tanggal 21 Februari 2024, Perseroan menerima pemberitahuan tertulis dari IMR Asia Holding Pte. Ltd. dengan melampirkan iklan di koran Harian Terbit mengenai pengumuman negosiasi sehubungan dengan rencana pengambilalihan saham Perseroan yang dimiliki oleh PT Karya Citra Prima, yang merupakan pemegang saham pengendali Perseroan. Informasi pengumuman negosiasi sehubungan dengan rencana pengambilalihan saham oleh IMR Asia Holding Pte. Ltd. telah diumumkan kepada masyarakat melalui kanal Bursa Efek Indonesia dengan surat No. 009/FORU-CS/II/2024 pada tanggal 22 Februari 2024.

Pada tanggal 8 Maret 2024, Perseroan menerima pemberitahuan tertulis dari IMR Asia Holding Pte. Ltd. dengan melampirkan iklan di koran Harian Terbit mengenai pengambilalihan saham Perseroan, yang telah dilaksanakan pada 7 Maret 2024, dengan mengambilalih saham yang dimiliki oleh PT Karya Citra Prima sebanyak 361.500.000 lembar saham, setara dengan 77,7% saham Perseroan yang telah diterbitkan dan disetor penuh. Informasi penyelesaian pengambilalihan saham pengendali Perseroan telah diumumkan kepada masyarakat melalui kanal Bursa Efek Indonesia dengan surat No. 015/FORU-CS/III/2024 pada tanggal 8 Maret 2024.

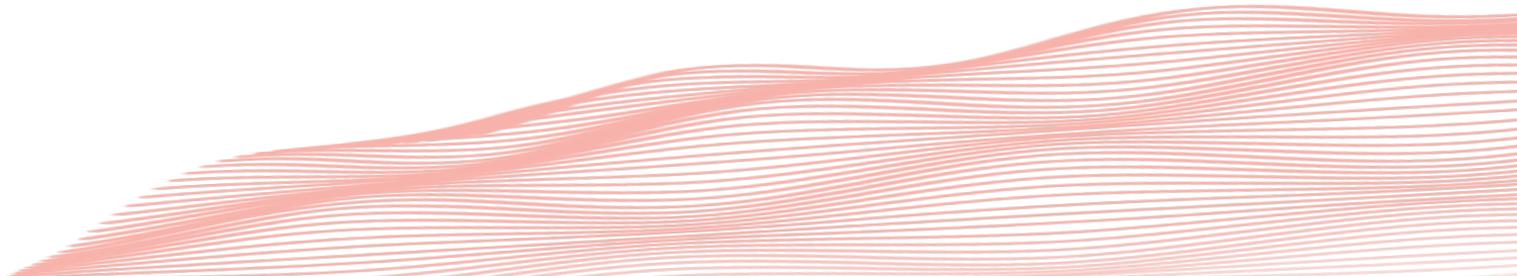
Komposisi Pemegang Saham

Merujuk pada informasi tersebut di atas, susunan pemegang saham Perseroan dengan kepemilikan di atas 5% berdasarkan daftar pemegang saham dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia pada tanggal 7 Maret 2024 adalah sebagai berikut:

Pemegang Saham	Jumlah Saham Ditempatkan dan Disetor Penuh	Persentase Kepemilikan	Jumlah	
IMR Asia Holding Pte. Ltd	361.500.000	77,70%	Rp	36.150.000.000
PT Karya Citra Prima	53.722.000	11,55%	Rp	5.372.200.000
Masyarakat (masing-masing di bawah 5%)	50.002.000	10,75%	Rp	5.000.200.000
Jumlah	465.224.000	100,00%	Rp	46.522.400.000

Sejak tanggal 7 Maret 2024, IMR Asia Holding Pte. Ltd. merupakan pihak pengendali Perseroan.

Tinjauan Ekonomi dan Industri



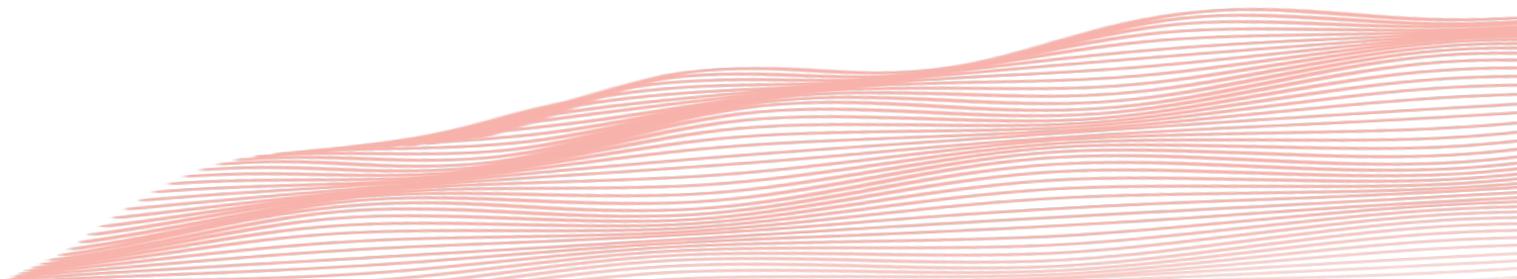
Tinjauan Ekonomi dan Industri

Indonesia memiliki total populasi sebanyak 8 miliar penduduk. Sebesar 68% merupakan pengguna ponsel, 64% sebagai pengguna internet, dan 59% sebagai pengguna media sosial yang aktif (*sumber: WeAreSocial*). Dalam konteks iklan digital, Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar di Asia Tenggara. Sebanyak 88% dari total pengguna digital secara aktif mengakses beragam konten digital seperti media sosial, game, dan audio.

Selama tahun 2023, tren iklan video digital terus berkembang sangat pesat. Video iklan memberikan cara yang lebih menarik dan berdampak bagi merek untuk berinteraksi dengan audiens. Selain itu, penggunaan kecerdasan buatan (*artificial intelligence – AI*), analitik data, dan personalisasi konten mulai gencar dimanfaatkan untuk mengoptimalkan kampanye periklanan digital.

Hasil riset Nielsen menunjukkan belanja iklan digital di Asia tumbuh 5 (lima) kali lipat dalam waktu singkat. Sementara itu, belanja iklan di Indonesia tercatat mencapai nilai sekitar USD2.565 juta (sekitar lebih dari Rp40 triliun) untuk tahun 2023. Capaian ini tentu merupakan katalis dan sinyal positif bagi para pelaku usaha industri kreatif untuk terus berkembang dengan optimal.

Kinerja 2023



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.

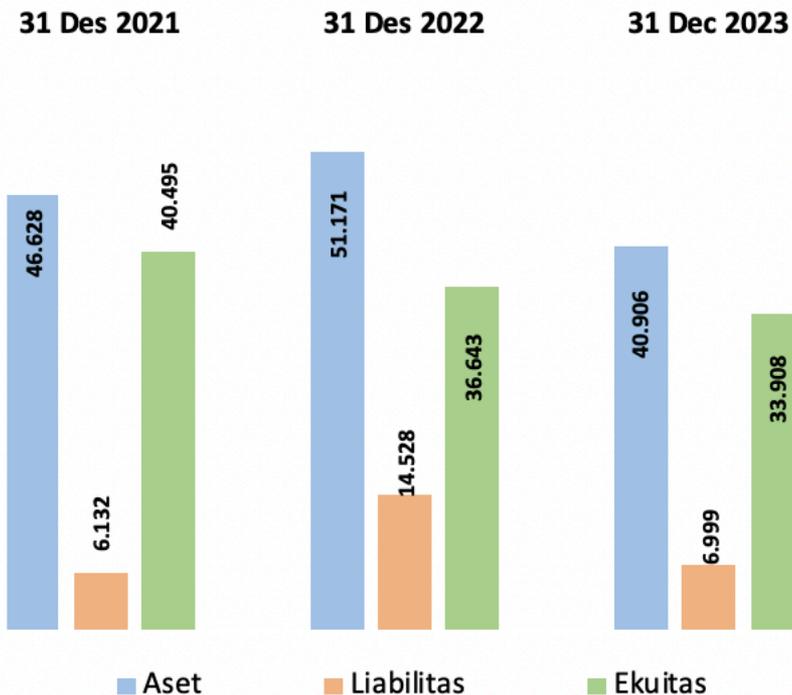
Keberhasilan Perusahaan bergantung pada kemampuannya untuk beradaptasi dengan bentuk-bentuk media dan teknologi baru, serta mempertahankan dan mengembangkan jaringan yang ada. Peran dan kontribusi agensi kreatif membuat perbedaan besar dalam branding yang ditampilkan oleh klien.

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

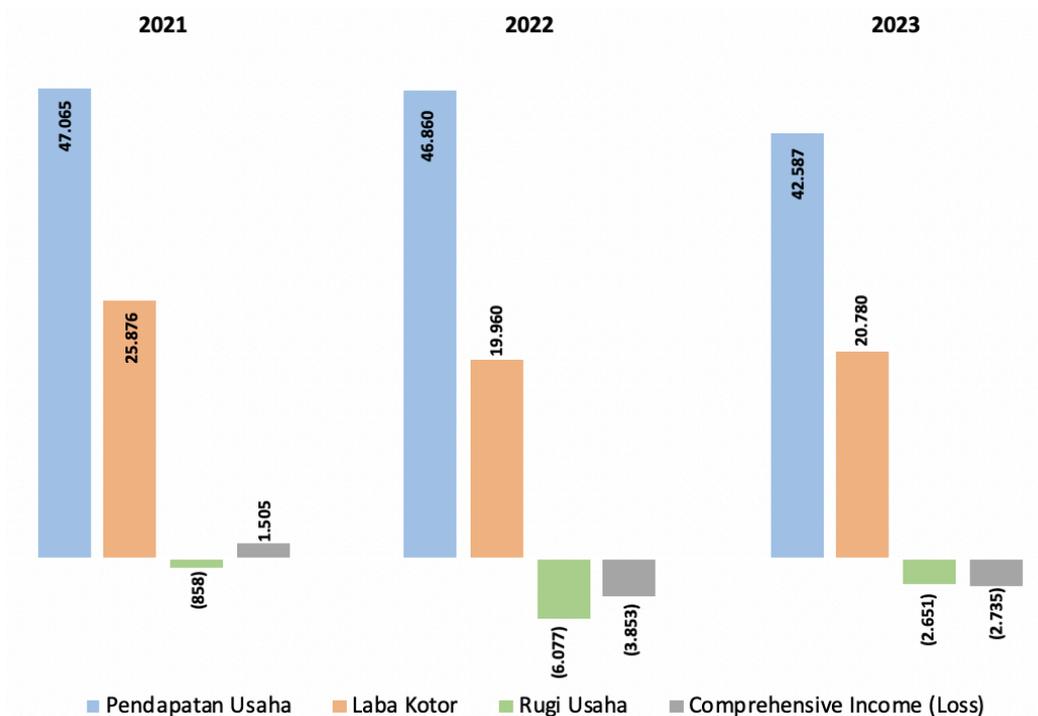
Kinerja Keuangan

Laporan Posisi Keuangan (Diaudit - dalam jutaan Rupiah)



Kinerja Keuangan

Laporan Laba Rugi (Diaudit - dalam jutaan Rupiah)

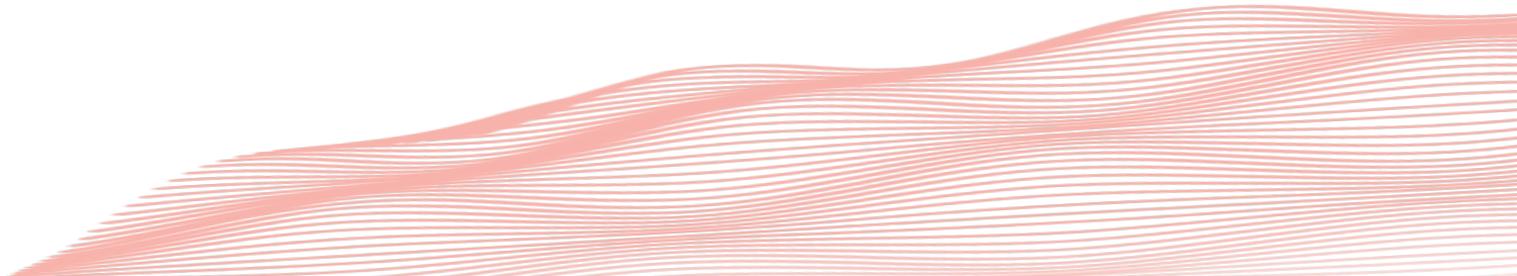


Kinerja Keuangan

Rasio Keuangan

Ratio	31 Des 2021	31 Des 2022	31 Dec 2023
Rasio Aset Lancar terhadap Liabilitas Lancar <i>Current Ratio</i>	9,45	4,52	6,84
Rasio Liabilitas terhadap Ekuitas <i>Debt to Equity Ratio</i>	0,15	0,40	0,21
Rasio Liabilitas terhadap Aset <i>Debt to Asset Ratio</i>	0,13	0,28	0,17

Rencana Kerja 2024



Rencana Kerja 2024

Di tahun 2024, pasar Indonesia mengalami fluktuasi yang dipengaruhi oleh Pemilu dan dinamika global. Perseroan, 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.

Rencana Kerja 2024

Di tahun 2024, Perseroan memiliki beberapa rencana strategis diantaranya:

1. Mengimplementasikan sistem manajemen kerja dan metrik kinerja baru untuk menyederhanakan alur kerja yang efektif, termasuk memperbaharui sistem penilaian kinerja.
2. Menciptakan budaya yang lebih didorong oleh data dalam operasional Perseroan, terutama dalam pengambilan keputusan.
3. Mengembangkan strategi penjualan yang terarah untuk menarik klien baru dari industri-industri utama, seperti industri teknologi, kesehatan, dan jasa keuangan.
4. Memperluas penawaran layanan untuk memenuhi kebutuhan klien yang semakin luas, mencakup pemasaran influencer (*influencer marketing*), pengembangan kekayaan intelektual (*intellectual properties development*), model pembagian keuntungan dengan *brands*.
5. Membangun hubungan dan kemitraan dengan para pengambil keputusan di klien-klien yang mempunyai potensi untuk bekerja sama.

Terima
Kasih

