

FORU

Public Expose Insidentil

21 MARET 2025

PT. FORTUNE INDONESIA Tbk.

Agenda

Latar Belakang	3-4
Profil Perusahaan	5
Visi dan Misi	6
Jejak Langkah Perusahaan	7
Komposisi Pemegang Saham	8

Kondisi Industri	9
Kinerja 2024	10-13
Rencana Kerja 2025	14
Tanya Jawab	15

Latar Belakang Penyelenggaraan

Public Expose dilaksanakan sesuai arahan Bursa.

Dalam rangka cooling down sehubungan dengan terjadinya penurunan harga saham FORU pada perdagangan tanggal 12 Mar 25, sehingga mengakibatkan perdagangan saham perseroan mengalami suspensi berdasarkan pengumuman bursa No: Peng-SPT-00053/BEI.WAS/03-2025.

Sebagai salah satu langkah Perseroan untuk menyampaikan kinerja 2024 serta Rencana Kerja 2025.

Kronologis

Tanggal	5/03/2025	6/03/2025	7/03/2025	10/03/2025	11/03/2025	12/03/2025	13/03/2025	14/03/2025
Harga	2,600	1,950	1,465	1,390	1,180	-	1,140	990
Perubahan Harga (%)	-6.47%	-25.00%	-24.87%	-5.12%	-15.11%	-	-3.39%	-13.16%
Tindakan Bursa		<ul style="list-style-type: none"> Pengumuman Unusual Market Activity Permintaan penjelasan bursa terkait volatilitas transaksi 			Pengumuman penghentian sementara perdagangan saham tanggal 12 Maret 2025	Suspensi	Dibukanya Suspensi Permintaan Bursa untuk mengadakan Public Expose Insidentil	
Respon Perseroan				Perseroan melakukan submission jawaban terhadap pertanyaan bursa mengenai volatilitas transaksi				

Profil Perusahaan

- Nama Perusahaan: PT. Fortune Indonesia Tbk
- Kode Saham: FORU
- Sektor Industri: Periklanan Terintegrasi dan Jasa Kehumasan

- Entitas Anak:



Visi dan Misi

Visi

- **Jaringan Komunikasi Dunia yang Unggul.**

Sebagai jaringan dengan fokus bisnis dan keinginan untuk melayani dunia dan selalu disebut-sebut secara positif dan memberikan nilai tambah.

Misi

- Membangun nilai tambah untuk pertumbuhan yang lebih cepat sebagai daya tarik bagi pemangku kepentingan.
- Membuktikan dan menciptakan kisah sukses yang lebih baik bagi masyarakat, mitra, klien dan bangsa.

Jejak Langkah Perusahaan

1970

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

1986

Indra Abidin mengambil alih kepemilikan Perseroan untuk dikembangkan menjadi full-service agency berlandaskan konsep kekeluargaan, profesionalisme universal serta etos kerja yang tinggi

2002

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

2004

Perseroan menjadi bagian dari keluarga besar dari Grup 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

2024

Pengambilalihan saham Perseroan oleh IMR Asia Holding Pte Ltd

Komposisi Pemegang Saham



Notes:

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

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

Kondisi Industri

**TREN UTAMA YANG
MEWARNAI INDUSTRI
KOMUNIKASI
PEMASARAN**

- Iklan digital mengalami peralihan pada dominasi Konten Video Pendek dan Live Streaming
- Peningkatan Pemasaran Berbasis Komunitas
- Peran Strategis Pemasaran Influencer
- Adopsi Teknologi AI dalam Pemasaran Digital
- Pentingnya Digital Signage dalam Komunikasi Pemasaran
- Fokus pada Pembangunan Talenta Digital

Kinerja 2024

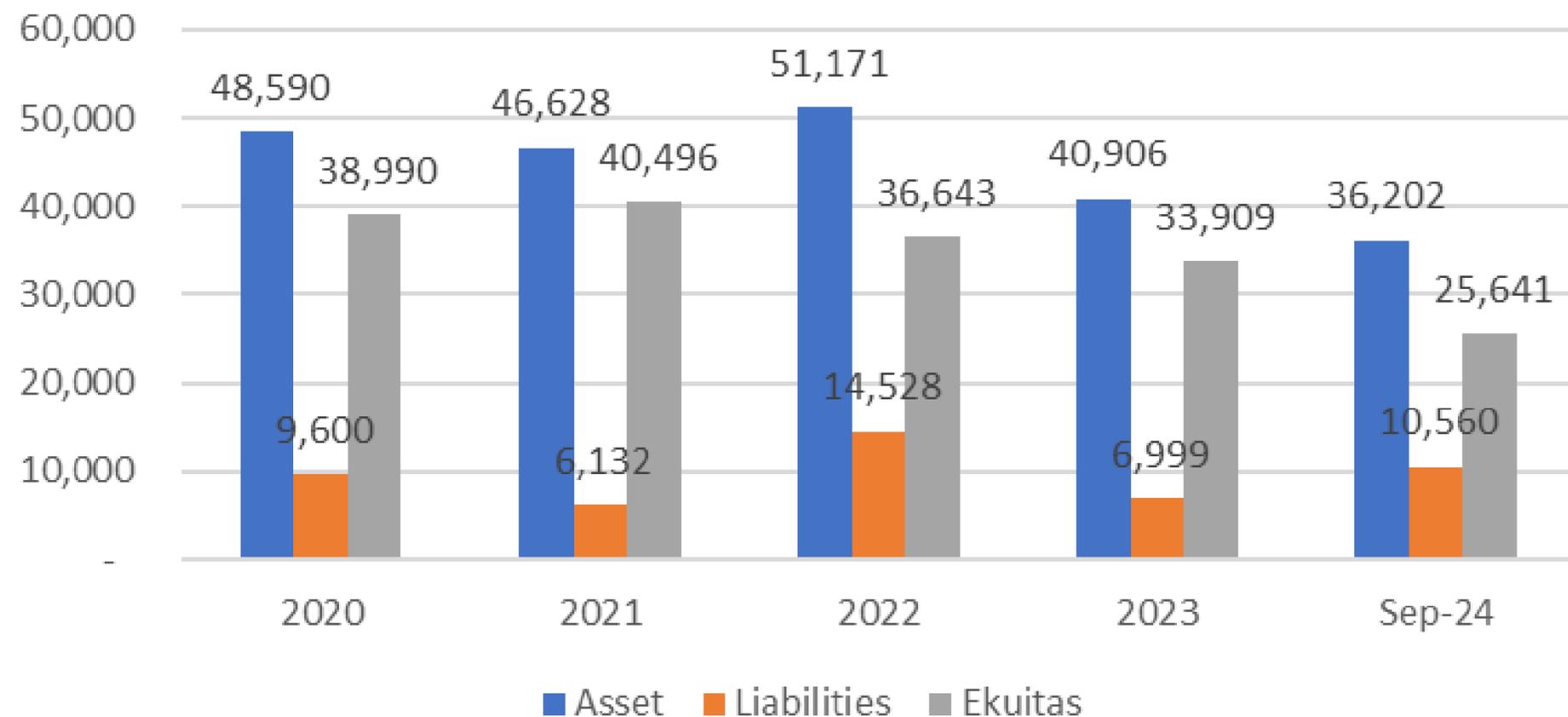
2024 merupakan tahun yang penuh tantangan dan dinamika bagi PT Fortune Indonesia Tbk, banyak klien yang memilih untuk menunggu belanja iklan pada tahun pemilu, sehingga beberapa prediksi keuangan kami belum tercapai dengan maksimal, tetapi menjelang penutupan tahun 2024, kami memenangkan beberapa klien baru yang dapat terefleksi sebagai pendapatan di tahun 2025.

Pada tahun 2024 management juga langsung bereaksi terhadap penurunan pendapatan dengan melakukan efisiensi terutama pada tenaga kerja yang merupakan biaya operasional tertinggi.

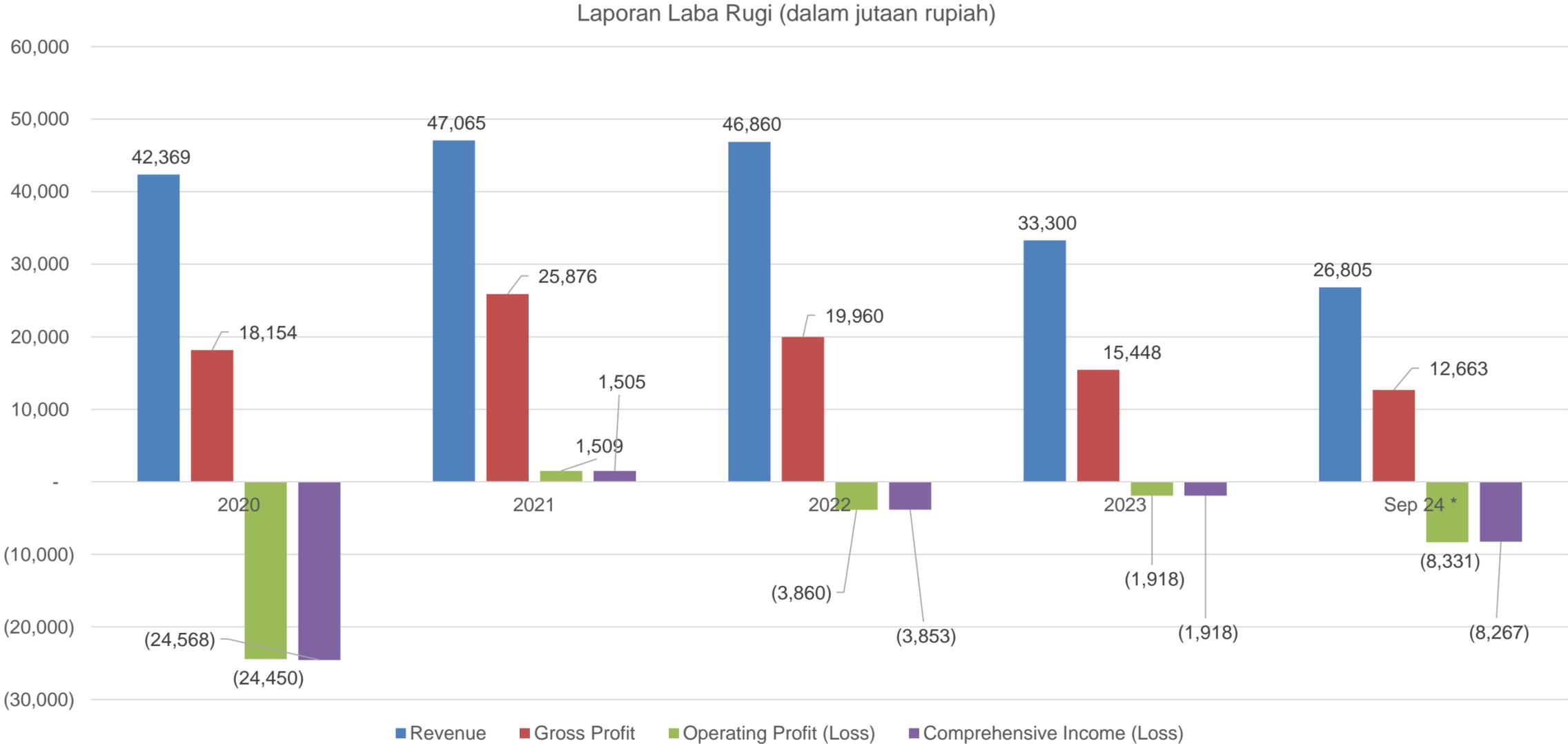
Kami terus mengoptimalkan efisiensi operasional dan menerapkan strategi berbasis data untuk meningkatkan daya saing di industri periklanan dan Humas ini.

Laporan Posisi Keuangan

LAPORAN POSISI KEUANGAN (dalam jutaan rupiah)



Laporan Laba (Rugi)



Rasio Keuangan

FINANCIAL YEAR	CURRENT RATIO	DEBT TO EQUITY RATIO	DEBT TO ASSET RATIO
2020	5.06	0.25	0.20
2021	7.60	0.15	0.13
2022	3.52	0.40	0.28
2023	5.84	0.21	0.17
2024	3.43	0.41	0.29

Rencana Kerja dan Strategi 2025

Dengan perubahan tren yang sangat dinamis dalam dunia periklanan digital dan kemasyarakatan, kita harus beradaptasi mengubah strategy iklan dengan mengoptimalkan kemajuan teknologi, baik dalam penguasaan skill maupun implementasi produk baru untuk dapat bersaing di 2025.

1. STRATEGI KEUANGAN

- Fokus pada Pengembangan Klien yang Ada
- Optimasi Biaya
- Perencanaan & estimasi Keuangan
- Manajemen Risiko

2. KEMITRAAN STRATEGIS DAN USAHA BERSAMA

- Identifikasi Kemitraan Sinergis
- Solusi Inovatif Bersama
- Manfaatkan Jaringan Mitra

3. PENGALAMAN DAN RETENSI KLIEN

- Komunikasi Proaktif
- Program Loyalitas dan Insentif

4. AKUISISI DAN PENGEMBANGAN TALENTA

- Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan
- Penghargaan dan Pengakuan Karyawan

5. TRANSFORMASI DIGITAL DAN AKUISISI KLIEN

- Generasi Prospek Berbasis AI
- Pemasaran Konten dan SEO

SESI TANYA JAWAB