



Manajemen Risiko

Risk Management

Manajemen Risiko Perseroan bertujuan untuk mengelola setiap risiko dengan cara mengidentifikasi, menganalisis dan memitigasi risiko yang mungkin timbul dari kegiatan operasional Perseroan. Selain itu, pengelolaan risiko di Entitas Anak juga senantiasa dilaksanakan, yang mencakup identifikasi penilaian pengelolaan dan pemantauan risiko secara terkoordinasi dan terintegrasi. Berikut profil risiko-risiko utama yang dihadapi Perseroan termasuk mitigasi yang dilaksanakan:

1. Risiko Persaingan

Dalam industri dimana Perseroan melakukan bisnisnya yaitu industri periklanan, terdapat banyak kompetitor yang terdiri atas *media owner*, *media agency*, serta *digital media owner*, maupun disebabkan karena besarnya potensi pangsa pasar periklanan ke depan pasca meredanya pandemi yang meningkatkan aktivitas konsumsi masyarakat. Masuknya pesaing-pesaing baru dari regional dengan didukung permodalan yang me-

The Company's Risk Management aims to manage every risk by identifying, analyzing and mitigating risks that may arise from the Company's operational activities. In addition, risk management in Subsidiaries is also continuously implemented, which includes the identification of risk management assessment and monitoring in a coordinated and integrated manner. The following is the profile of the main risks faced by the Company including the mitigation implemented:

1. Competition Risk

In the industry where the Company conducts its business, namely the advertising industry, there are many competitors consisting of media owners, media agencies, and digital media owners, as well as due to the large potential share of the advertising market in the future after the receding pandemic which increases people's consumption activities. The entry of new competitors from the region supported by adequate capitalization and

madai dan inovasi teknologi periklanan terbaru dapat menimbulkan risiko daya saing Perseroan yang menurun. Ketidakmampuan Perseroan dalam mengelola risiko ini akan berdampak pada kinerja, keuangan dan arus kas Perseroan yang dikarenakan oleh Perseroan gagal untuk mendapatkan kontrak dengan pengiklan (brand/agensi periklanan) dan kontrak dari media owner ataupun risiko Perseroan gagal memperpanjang kontrak yang telah berjalan sebelumnya.

Untuk mengelola risiko persaingan ini, Perseroan mengandalkan kemampuan inovasi, kolaborasi dan upaya-upaya berkelanjutan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional. Berdasarkan sejarah pertumbuhan dan pengalaman Perseroan, inovasi dalam menghasilkan produk dan layanan unggulan merupakan strategi yang ampuh untuk menahan kerasnya persaingan di industri Periklanan. Untuk itu Perseroan memposisikan diri sebagai perusahaan media terintegrasi yang memanfaatkan data, teknologi, dan kreatifitas dalam memenangkan persaingan di pasar domestik maupun pasar global. Pada level nasional, Perseroan bersaing dengan para *Media Owner* yang memiliki ribuan aset media yang tersebar di berbagai lokasi, sementara pada level regional Perseroan bersaing dengan berbagai *Media Owner* maupun *Advertising* dan *Creative Agency* yang memiliki kemampuan teknologi dan penetrasi ke pasar yang lebih luas.

Perseroan juga memiliki posisi yang kuat dalam bersaing pada industri periklanan dan mempenetrasi pasar global. Karena secara spesifik Perseroan memiliki aset media berupa 304 layar *Passenger Information Display* (PID) beserta hak pengelolaan di ratusan PID lainnya yang terdapat pada gerbong KRL Jabodetabek, memiliki hak pengelolaan *branding* pada 61 rangkaian perjalanan kereta jarak jauh, pengelolaan *branding* 168,000 warung, pengelolaan *branding* pada 153 lokasi *Roadside* di Jakarta serta 13.800 lokasi *billboard* seluruh Indonesia, selain itu Perseroan juga memiliki hak pengelolaan periklanan/*branding* pada lebih dari ribuan unit bus serta Perseroan memiliki pemanfaatan 15 juta pengguna *Wifi Gratis* setiap bulannya yang tersebar pada 80 stasiun di Jabodetabek. Ini menjadi keunggulan kompetitif Perseroan

the latest advertising technology innovations may pose a risk of the Company's competitiveness decreasing. The Company's inability to manage this risk will have an impact on the Company's performance, finances and cash flows due to the Company's failure to obtain contracts with advertisers (brands/advertising agencies) and contracts from media owners or the risk of the Company failing to extend existing contracts.

To manage this competitive risk, the Company relies on its innovation capabilities, collaboration and continuous efforts to improve operational effectiveness and efficiency. Based on the Company's growth history and experience, innovation in producing superior products and services is a powerful strategy to withstand the harsh competition in the Advertising industry. For this reason, the Company positions itself as an integrated media company that utilizes data, technology, and creativity to win the competition in the domestic and global markets. At the national level, the Company competes with Media Owners who have thousands of media assets spread across various locations, while at the regional level the Company competes with various Media Owners as well as Advertising and Creative Agencies that have technological capabilities and penetration into a wider market.

The Company also has a strong position in competing in the advertising industry and penetrating the global market. Specifically, the Company has media assets in the form of 304 Passenger Information Display (PID) screens along with management rights in hundreds of other PIDs located in Jabodetabek KRL carriages, has branding management rights on 61 long-distance train travel series, branding management of 168,000 stalls, branding management at 153 Roadside locations in Jakarta and 13,800 billboard locations throughout Indonesia, in addition the Company also has advertising / branding management rights on more than thousands of bus units and the Company has the utilization of 15 million Free Wifi users every month spread across 80 stations in Jabodetabek.

dibandingkan perusahaan media lainnya dengan cakupan yang luas.

Perseroan juga terus berupaya untuk berinovasi di berbagai area dengan tujuan untuk terus meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional. Dengan kegiatan operasional yang semakin efektif dan efisien maka Perseroan akan mempunyai kekuatan untuk menahan dan mengelola risiko persaingan usaha.

2. Risiko Perkembangan/Perubahan Teknologi

Perkembangan teknologi yang semakin cepat juga berpengaruh pada penciptaan peluang bisnis baru dan memberikan peningkatan layanan bagi *existing customer*. Kondisi pasca pandemi menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mulai bergantung kepada perkembangan ekonomi digital yang menjadi gaya hidup sehari-hari. Semakin cepatnya perkembangan teknologi juga akan berpengaruh terhadap perubahan kebutuhan industri periklanan, dimana semakin banyak kebutuhan akan optimalisasi anggaran periklanan dan pengukuran dampaknya bagi para pengiklan. Apabila Perseroan dan anak usaha tidak dapat mengikuti perubahan perkembangan teknologi tersebut dalam menciptakan inovasi-inovasi teknologi periklanan, maka dapat mempengaruhi kinerja Perseroan dan Entitas Anak dalam mempertahankan solusi ataupun produk yang dihasilkan, sehingga dapat memberi dampak negatif terhadap kegiatan usaha, kondisi keuangan, dan prospek usaha Perseroan dan Entitas Anak.

Dalam menghadapi situasi ini Perseroan terus memantau perkembangan pasar dan juga perkembangan teknologi periklanan maka Perseroan memberikan inovasi yang berkelanjutan bagi media periklanan baik *Demand Side Platform* maupun *Supply Side Platform*. Layanan yang dikembangkan Perseroan dalam mengadopsi perkembangan teknologi adalah :

a. Programmatic Ad:

Perseroan mengembangkan media periklanan yang menggabungkan teknologi *hardware* dan *software* untuk menampilkan iklan secara dinamis di ruang publik. *Programmatic digital*

This is the Company's competitive advantage compared to other media companies with a wide coverage.

The Company also continues to strive to innovate in various areas with the aim of continuously improving operational effectiveness and efficiency. With more effective and efficient operational activities, the Company will have the strength to withstand and manage the risk of business competition.

2. Technology Development/Change Risk

The rapid development of technology also affects the creation of new business opportunities and provides improved services for existing customers. Post-pandemic conditions show that Indonesian people are starting to depend on the development of the digital economy which has become a daily lifestyle. The faster development of technology will also affect the changing needs of the advertising industry, where there is an increasing need to optimize advertising budgets and measure their impact on advertisers. If the Company and its subsidiaries are unable to keep up with the changes in technological developments in creating innovations in advertising technology, it may affect the performance of the Company and its subsidiaries in maintaining solutions or products produced, which may have a negative impact on the business activities, financial condition and business prospects of the Company and its subsidiaries.

*In facing this situation, the Company continues to monitor market developments and also the development of advertising technology, so the Company provides continuous innovation for advertising media both *Demand Side Platform* and *Supply Side Platform*. The services developed by the Company in adopting technological developments are:*

a. Programmatic Ad:

The Company develops advertising media that combines hardware and software technology to display advertisements dynamically in public spaces. Programmatic digital out-of-home refers to the automation of the buying, selling and delivery process of OOH advertising.

out-of-home mengacu pada otomatisasi dari proses *buying, selling, dan delivery* dari OOH advertising.

b. AdsPlatform:

Perseroan mengembangkan layanan **AdsPlatform** sebagai solusi satu atap untuk kampanye periklanan bagi pengiklan yang menyediakan katalog media, data *insight*, perencanaan & strategi, lanskap kompetitif, monitoring, dan pembelian media. **AdsPlatform** ini merupakan inovasi dan teknologi baru yang memberikan kemudahan bagi industri periklanan dan membantu pengiklan (*agency* maupun *advertiser*) dalam mengoptimalkan belanja iklan dan penjualan produk pelanggan.

c. AR (Augmented Reality) Game Ads:

Pengembangan layanan periklanan ini yaitu memanfaatkan teknologi *Augmented Reality Games* untuk mempromosikan produk dan jasa klien yang memberikan pengalaman unik 3 (tiga) dimensi kepada *Audience* dengan kemudahan memanfaatkan perangkat seluler mereka. Teknologi ini menggabungkan dunia maya dan dunia nyata secara *real time* sehingga meningkatkan *customer experience* dan *customer satisfaction* contohnya klien dapat mengajak *Audience* tur virtual di dalam gedung mall, perpustakaan, kampus, museum atau toko dengan menggunakan seluler.

Perseroan terus menjalankan strategi teknologi periklanan yang berkembang secara cepat, menghadirkan banyak alternatif-alternatif media baru pada industri periklanan, dengan akurasi pengukuran yang lebih baik.

3. Risiko Tidak Diperpanjangnya Kontrak

Sebagian besar dari kegiatan usaha Perseroan dan Entitas Anak memiliki basis kontrak seperti kontrak dengan media owner dan kontrak dengan pengiklan/*brand/agency*. Tidak terdapat jaminan bahwa kontrak Perseroan dan Entitas Anak dengan pelanggan dan penyedia media akan selalu diperpanjang. Apabila Perseroan dan Entitas Anak gagal untuk mempertahankan kontrak dan menemukan pelanggan baru, hal tersebut

b. Ads Platform:

*The Company developed **Ads Platform** service as a one-stop solution for advertising campaigns for advertisers that provides media catalog, data insight, planning & strategy, competitive landscape, monitoring, and media buying. This Ads Platform is an innovation and new technology that provides convenience for the advertising industry and helps advertisers (agencies and advertisers) in optimizing advertising spending and sales of customer products.*

c. AR (Augmented Reality) Game Ads:

The development of this advertising service is to utilize Augmented Reality Games technology to promote client products and services that provide a unique 3 (three) dimensional experience to the Audience with the ease of utilizing their mobile devices. This technology combines the virtual world and the real world in real time so as to improve customer experience and customer satisfaction, for example, clients can take Audience on a virtual tour inside a mall building, library, campus, museum or shop using mobile.

The Company continues to carry out the strategy of advertising technology that is developing rapidly, presenting many new media alternatives to the advertising industry, with better measurement accuracy.

3. Risk of Contract Non-Renewal

Most of the Company and Subsidiaries' business activities are contract-based, such as contracts with media owners and contracts with advertisers/brands/agencies. There is no guarantee that the Company and Subsidiaries' contracts with customers and media providers will always be renewed. If the Company and Subsidiaries fail to maintain contracts and find new customers, it may negatively affect the business activities, financial condition, performance and business prospects of the Company and Subsidiaries.

dapat berdampak negatif terhadap kegiatan usaha, kondisi keuangan, kinerja dan prospek usaha Perseroan dan Entitas Anak.

Untuk meminimalisir risiko ini, Perseroan memiliki keunggulan yang kompetitif yaitu memiliki layanan ROAS (*Return on Ad Spend*) dengan model sistem transaksi pembayaran dilakukan berdasarkan hasil yang telah dicapai dan dapat diukur, melalui jalur distribusi milik mitra maupun milik sendiri. Selain itu Perseroan dalam mempertahankan hubungan yang lebih panjang dan baik kepada mitra, juga senantiasa memantau dan melaporkan kinerja kampanye, melakukan *maintenance* berkelanjutan seperti partisipasi turut hadir pada kegiatan mitra di beberapa acara dan memberikan ide-ide kreatif untuk proses keberlanjutan bisnis dalam peningkatan kualitas merek dan pencapaian targetnya.

4. Risiko Reputasi

Potensi kerugian akibat menurunnya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan yang bersumber dari persepsi negatif terhadap Perseroan. Dalam memitigasi risiko ini Perseroan telah melakukan beberapa hal berikut:

1. Memonitor dan menganalisis berita negatif di media massa, media elektronik, dan media online;
2. Membuat layanan informasi pelanggan berbasis digital seperti situs *website page Whistleblowing System* dan *Contact Us*, dan akun media sosial Instagram, LinkedIn, dan akun media digital Stockbit;
3. Evaluasi dan tindak lanjut dari setiap berita negatif yang diterima Perseroan melalui berbagai kanal.

Secara umum penerapan sistem manajemen risiko pada tahun 2023 telah berjalan dengan baik. Perseroan dan Perusahaan Anak mampu mengelola dan meminimalikan potensi-potensi risiko yang terjadi. Namun peningkatan secara berkelanjutan tetap menjadi fokus penting, sehingga pengelolaan risiko dapat dilakukan dengan semakin optimal, efektif, dan terus berdampak positif bagi bisnis Perseroan. Perseroan dalam hal ini Direksi dan/atau Dewan Komisaris menyatakan bahwa sistem manajemen risiko Perseroan sudah cukup efektif.

To minimize this risk, the Company has a competitive advantage, namely having ROAS (Return on Ad Spend) services with a payment transaction system model based on results that have been achieved and can be measured, through partner-owned and self-owned distribution channels. In addition, the Company in maintaining a longer and better relationship with partners, also constantly monitors and reports campaign performance, conducts ongoing maintenance such as participating in partner activities at several events and providing creative ideas for the business sustainability process in improving brand quality and achieving its targets.

4. Reputation Risk

Potential losses due to a decrease in the level of stakeholder trust stemming from negative perceptions of the Company. In mitigating this risk, the Company has done the following:

1. *Monitoring and analyzing negative news in mass media, electronic media, and online media;*
2. *Create digital-based customer information services such as the Whistleblowing System and Contact Us website pages, and social media accounts Instagram, LinkedIn, and Stockbit digital media accounts;*
3. *Evaluations and follow-up of any negative news received by the Company through various channels.*

In general, the implementation of the risk management system in 2023 has been running well. The Company and its subsidiaries are able to manage and minimize the potential risks that occur. However, continuous improvement remains an important focus, so that risk management can be carried out more optimally, effectively, and continues to have a positive impact on the Company's business. The Company, in this case the Board of Directors and/or Board of Commissioners, stated that the Company's risk management system is quite effective.