

enterprise

digital solution magazine



Kanal Berita SEA Today
Siap Membawa Indonesia
Mendunia

**Light Detection and Ranging
(LiDAR) Teknologi Artificial
Intelligence Masa Depan**

**Telkom Tuntaskan
Digitalisasi SPBU di Seluruh
Indonesia**

Wujudkan Customer Experience
Excellence di Era New Normal,
Telkom Group Kembali Gelar
CX Summit 2020



Corporate Mobile Apps (Diarum)

With DIARUM Employees are able to manage their career, learning, personal, development, join event, discussions, absence, manage work activities, booking facilities, fill on-leave/sick leaver/other permissions.

COMMUNITY



- Create Private/Public Community
- Join Community
- Share Information

CHECK-IN



- Easy Check-in, Just 2 clicks
- Provide Location
- Configurable Type of Check-in (Reguler/Overtime)
- Emoticon to express your feeling
- Configurable Time Limit
- Activities
- Face RECOGNITION **

Benefits

- Improve Digital Culture
- Increase Employee Involvement
- Improve Employee Communication ease to monitor Employee Activity

REPORTING ACTIVITIES



- Update Activities Status
- Monitoring Employees Activities **
- Approval Activities **

NOTIFICATION



- Aktifitas Sharing Information
- Booking Employee Corner
- Event Management*
- Pembayaran*
- Biaya Kesehatan*
- Kandidat Talent*
- Talent*

* Mempunyai akses notifikasi dari masing-masing sistem

** Add-on

INFORMATION FEEDS



- Create Status
- Upload Picture
- Like/Dislike Status
- Provide Comment

EMPLOYEE SURVEY



EMPLOYEE CARE



EMPLOYEE CARE



MY EVENT



MY DEVELOPMENT



*Need integration support with each system

Tahun 2021, Momentum untuk Kembali dengan Lebih Kuat

Pelanggan Telkom Indonesia yang terhormat,

Mewakili segenap manajemen dan karyawan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, kami mengucapkan "Selamat Memasuki Tahun Baru 2021". Kita semua tahu betapa beratnya cobaan di tahun 2020, oleh karena itu mari kita jadikan tahun yang baru ini sebagai momentum untuk bangkit kembali.

Memasuki tahun 2021, semua negara diliputi dengan harapan besar, optimisme terhadap kembali normalnya roda perekonomian, yang ditandai dengan mulainya era vaksinasi COVID-19. Beberapa negara bahkan sudah memulai proses vaksinasi sehingga sangat besar kemungkinan masyarakat bisa kembali beraktivitas dengan normal pada tahun ini. Mengutip perkataan Sekjen OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) Angel Gurría, bahwa untuk pertama kalinya sejak pandemi di awal 2020, kita memiliki harapan.

Indonesia sendiri memegang asa yang sangat besar. Langkah pemerintah untuk secepatnya mendatangkan vaksin ke dalam negeri dan memulai program vaksinasi di awal tahun ini dirasa sangat tepat untuk memberi stimulus terhadap perekonomian yang masih berusaha merangkak dari lembah keterpurukan di masa pandemi.

Namun dibalik semua dampak negatif yang ditimbulkan oleh pandemi, kita bisa melihat bahwa secara langsung, krisis ini telah mendorong kita semua untuk mengeluarkan segenap kemampuan kreativitas dan inovasi. Pandemi telah memaksa kita untuk beradaptasi, mempercepat proses digitalisasi dan mengembangkan alternatif-alternatif baru, demi keberlangsungan bisnis perusahaan. Hal-hal yang tadinya sama sekali tidak terpikirkan tiba-tiba menjadi solusi yang sangat *feasible*.

Seperti dilansir oleh Inventure, di tahun 2021 ini industri akan mengalami *mega shifting*. Di level mega, terdapat beberapa perubahan diantaranya *global supply chain disruption* dan *accelerated digitalization*. Industri akan menghilangkan ketergantungan pasokan dan menciptakan ekosistem rantai pasok yang baru. Sementara digitalisasi akan secara otomatis berkembang pesat, karena ketika kegiatan ekonomi fisik terhambat, akan otomatis beralih ke ekonomi digital.

Kemudian di level makro, akan terbentuk karakteristik industri baru seperti *hygiene, low touch, less crowd* dan *low mobility*. Perusahaan yang akan bertahan dan sukses adalah yang bisa beradaptasi dengan keempat karakteristik tersebut.

Terakhir, di level mikro, dimana masyarakat akan lebih cenderung untuk *stay at home*, kembali ke piramida kebutuhan dasar Maslow dan *go virtual*. Benang merah dari perubahan yang terjadi di ketiga level tersebut adalah sangat krusialnya peran teknologi dan digitalisasi.

Untuk menjawab tantangan industri digital serta mendukung digitisasi nasional, selaras dengan misi Telkom untuk fokus terhadap percepatan pembangunan infrastruktur dan *platform* digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat, kami juga fokus mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa. Tidak ketinggalan, kami juga melakukan orkestrasi terhadap

ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan yang terbaik.

Meledaknya pandemi COVID-19 tidak menyurutkan semangat kami untuk terus bertumbuh kembang bersama-sama dengan seluruh pelanggan kami. Kepercayaan yang telah diberikan kepada kami selama ini telah menginspirasi dan membangkitkan semangat kami untuk senantiasa menghadirkan pelayanan terbaik, menjadi *trusted advisor* dalam setiap proses digitalisasi perusahaan.

Dengan semangat #GakNyerah #AyoBerubah, mari kita bersama-sama terus melakukan transformasi digital untuk dapat bangkit kembali dan menjadi lebih baik.

Together, we can come back stronger!



Mohammad Salsabil

EVP Divisi Enterprise Service
Telkom Indonesia

INDEX

11

ACHIEVEMENTS

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk dianugerahi dua penghargaan dalam ajang CNBC Indonesia Award 2020, penghargaan sebagai Pelaksana Program Digitalisasi SPBU dari BPH Migas 2020, dan lainnya. Baca selengkapnya untuk mengetahui pencapaian yang telah diraih oleh Telkom Group.

34

ARTICLES

Dalam rangka menghadapi perubahan di era *new normal*, Telkom Group kembali menggelar CX Summit 2020 guna wujudkan *Customer Experience Excellence*, perkenalkan solusi IoT yang didukung teknologi *Long Range LoRa 920-923 MHz* dalam Webinar *Smart Utility* oleh Universitas Indonesia, dan masih banyak lagi yang lainnya.

38

SOLUTIONS

Memasuki era digital di masa *new normal*, membuat pemasaran produk dengan gaya tradisional sudah tidak lagi relevan. Telkom Digital Solution memberikan kunci sukses dalam pemasaran B2B. Simak selengkapnya!

40

TRAVEL

Untuk tetap *stay* di rumah aja dalam jangka waktu yang lama memang bukanlah hal yang mudah. Kini, Anda bisa berlibur dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan, lho! Yuk simak ide *staycation* yang aman dan nyaman di masa pandemi saat ini!

42

CULINARY

Untuk Anda yang seringkali *scrolling* media sosial untuk mencari tahu makanan yang kekinian, namun ragu untuk keluar rumah dan membelinya, jangan khawatir! *List* makanan dalam ulasan kali ini, bisa Anda nikmati tanpa *dine in* alias *take away*! Yuk intip apa saja *list* makanan kekinian dengan konsep '*Grab and Go*' di Jakarta!

44

HOT ISSUES

Kini, bekerja dari rumah atau *Work From Home* (WFH) bukanlah sesuatu yang asing. Demi menekan peningkatan angka positif Covid-19, WFH sudah diterapkan oleh hampir semua perusahaan. Konsep *virtual meeting* dengan ragam pilihan *platform digital* menjadi penunjang aktivitas WFH di masa pandemi. Simak juga ulasan terkait *Light Detection and Ranging* (LiDAR) yang merupakan teknologi *Artificial Intelligence* masa depan!

49

GALLERIES

Lihat apa saja aktivitas yang dilakukan Telkom untuk mendukung bisnis perusahaan di masa pandemi, serta cara Telkom mengimplementasikan *Core Values* AKHLAK sebagai *Digital Ways of Working*!





Sukses Membangun Daya Saing, Telkom Kembali Raih Predikat Industry Leader

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) kembali meraih predikat sebagai *Industry Leader* selama 4 tahun berturut-turut dalam ajang BUMN Performance Excellence Award (BPEA) yang diselenggarakan oleh Forum Ekselen BUMN (FEB) di Jakarta, hari Rabu (4/3). Penghargaan tersebut diserahkan langsung oleh Ketua Komisi VI DPR RI Faisol Riza kepada Direktur Strategic Portfolio Telkom, Ketua Umum Forum Ekselen BUMN Agung Yunanto serta Pemimpin Redaksi Infobank News Eko B. Supriyanto.

Penghargaan ini diberikan atas pencapaian tingkat kinerja ekselen (*Excellence Level*) perusahaan yang mengacu pada Kriteria Penilaian Kinerja Unggul (KPKU) yang telah ditetapkan oleh Kementerian BUMN sejak tahun 2012. Hal ini merupakan wujud apresiasi kepada BUMN yang memiliki kinerja ekselen dan berdaya saing melalui integrasi berbagai sistem manajemen.

Direktur Strategic Portfolio Telkom menyampaikan rasa terima kasih kepada Forum Ekselen BUMN atas apresiasi yang diberikan dan juga kepada seluruh *stakeholder* baik internal maupun eksternal yang terus mendukung Telkom untuk memberikan kinerja yang

ekselen. "Penghargaan ini merupakan wujud kalibrasi yang sangat penting bagi Telkom yang tak henti berinovasi dan tengah bertransformasi menjadi perusahaan telekomunikasi digital guna mempertahankan keberlangsungan perusahaan dengan terus memperkuat dan meningkatkan bisnis digitalnya," ujarnya.

Telkom telah melakukan berbagai inisiatif untuk mempercepat pertumbuhan bisnis digital, sejalan dengan perluasan infrastruktur jaringan *backbone digital* dan jaringan akses digital di seluruh Indonesia. Telkom terus memperkuat bisnis digital yang meliputi konektivitas, pengembangan *platform* digital dan penyediaan layanan digital. Hal ini tentunya diharapkan dapat terus meningkatkan daya saing dan kinerja ekselen Telkom ke depannya.

KPKU BUMN merupakan salah satu strategi inisiatif Kementerian BUMN untuk mendukung performansi BUMN melalui perbaikan dan peningkatan kinerja secara kesisteman dan berkelanjutan menuju kinerja kelas dunia. Konsep KPKU diadopsi dan diadaptasi dari MBCFPE (Malcolm Baldrige Criteria for Performance Excellence) yang mengacu pada Global Best Practice yang dikembangkan dan dikelola oleh

National Institute of Standards & Technology (NIST), Pemerintah Amerika Serikat (AS) dan telah diadopsi oleh berbagai negara di dunia.

Setidaknya sekitar 100 BUMN telah diases oleh tim asesor KPKU untuk mengetahui posisi daya saing perusahaan berdasarkan kinerja tahun asesmen tersebut. Selanjutnya KPKU membagi *Excellence Level* dalam 8 (delapan) *band*, mulai dari terendah yaitu *Early Development* (ED), *Early Result* (ER), *Early Improvement* (EI), *Good Performance* (GP), *Emerging Industry Leader* (EIL), *Industry Leader* (IL), *Benchmark Leader* (BM) dan yang tertinggi *World Class* (WC).

"Penghargaan ini tidak lepas dari kontribusi seluruh karyawan yang bekerja cepat dan cerdas demi memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Semoga penghargaan ini menjadi motivasi bagi kami untuk terus meningkatkan kapasitas dan kualitas kinerjanya untuk menjadi perusahaan telekomunikasi digital kelas dunia," tutupnya.

100 Most Valuable Brand 2020, Telkom Kembali Dinobatkan sebagai Brand Paling Bernilai di Indonesia

Sebagai wujud komitmen dalam berinovasi dan terus meningkatkan nilai perusahaan dan merek, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) kembali dinobatkan sebagai peringkat pertama dalam **100 Most Valuable Brand 2020** atau perusahaan paling bernilai di Indonesia yang dirilis Brand Finance bekerjasama dengan Majalah SWA pada awal Juni 2020. Dengan demikian, ini menjadi keenam kalinya Telkom meraih pencapaian yang gemilang sekaligus mengungguli merek-merek top Indonesia lainnya sejak tahun 2015.

Hasil riset dan penilaian yang dilakukan Brand Finance tersebut juga mencatat, besaran nilai merek (*Brand Value/BV*) Telkom berdasarkan data kinerja bisnis tahun 2019 adalah USD 4,76 miliar, atau naik 3% dibandingkan besaran BV tahun sebelumnya, USD 4,61 miliar. Adapun proporsi nilai merek terhadap nilai *enterprise* (*enterprise value*) Telkom sebesar 14%. Adapun besaran *enterprise value* Telkom mencapai USD 33,93 miliar dengan Brand Rating Triple A (AAA). Selain mengalami peningkatan pada indikator BV, merek BUMN yang *listing* di bursa New York ini juga mengalami kenaikan dari indikator Brand Strength Index (BSI) dibandingkan tahun sebelumnya, yakni kenaikan sebesar 2% dengan pencapaian skor BSI 87,45 atau naik dari sebelumnya sebesar 85,54.

Indonesia's Most Valuable Brand 2020 merupakan pemeringkatan 100 merek perusahaan yang dilaksanakan secara tahunan oleh lembaga riset independen internasional Brand Finance bekerja sama dengan Majalah SWA. Pemeringkatan *brand value* dilakukan dengan memperhitungkan *brand strength index*, *brand royalty rate*, dan *brand revenue*. Selain itu yang diperhatikan dalam penilaian ini mencakup *corporate brand* dan *product brand*.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah mengatakan Telkom memandang bahwa nilai merek yang tinggi tidak diperoleh hanya dengan upaya membangun merek



semata. Namun, Telkom fokus pada peningkatan kualitas layanan prima yang dirasakan oleh pelanggan serta peningkatan kinerja bisnis perusahaan. "Nilai merek merupakan tolak ukur persepsi pelanggan, investor serta *stakeholder* lainnya terhadap kualitas layanan yang dirasakan pelanggan dan performansi perusahaan. Dengan kualitas layanan yang baik dan performansi bisnis yang cemerlang, maka nilai merek perusahaan tentunya juga akan meningkat," ujar Ririek.

Ririek menambahkan, Telkom tengah bertransformasi dan memperkuat posisi sebagai perusahaan telekomunikasi digital. Hal tersebut diharapkan menjadi kekuatan bagi Telkom ke depan sehingga dapat memberikan pelayanan terbaik demi meningkatkan kepercayaan dan kesetiaan pelanggan serta *stakeholders* lainnya. Meski tantangan menghadang ada sejumlah peluang yang muncul, untuk itu Telkom terus memperkuat kapabilitas bisnis digital melalui pertumbuhan pendapatan bisnis digital yang menjadi kontributor utama pendapatan perusahaan serta didukung oleh investasi pada infrastruktur *broadband* yang berkelanjutan. Menurut Ririek, hal ini juga merupakan upaya Telkom untuk membangun dan meningkatkan merek perusahaan secara kontinyu.

Sepanjang tahun 2019 Telkom berhasil membukukan pendapatan konsolidasi sebesar Rp 135,57 triliun tumbuh positif

sebesar Rp 4,78 triliun (3,7%) dibanding tahun 2018. Laba sebelum Bunga, Pajak, Depresiasi, dan Amortisasi (EBITDA) Perseroan tahun 2019 tercatat Rp 64,83 triliun dengan Laba Bersih sebesar Rp 18,66 triliun, atau masing-masing tumbuh 9,5% dan 3,5%. Digital Business Telkomsel dan IndiHome tumbuh signifikan dan menjadi kontributor utama pertumbuhan Perseroan.

Selain pemeringkatan *brand* di Indonesia, *Brand Finance* juga membuat pemeringkatan Brand Finance Global 500 2020 dengan Telkom berada di posisi 434 (naik dari posisi 446) dan menjadi satu-satunya perusahaan Indonesia yang masuk ke dalam daftar merek paling bernilai di pentas global.

Tidak hanya itu, dalam pemeringkatan *brand* telekomunikasi yang paling kuat dan bernilai atau Telecom 150, Telkom berada di posisi pertama di Asia Tenggara dan peringkat 33 di dunia, naik dari sebelumnya di peringkat 36. "Pencapaian ini menjadi kalibrasi bagi Telkom dan memastikan bahwa kami sudah berada di jalur yang tepat. Tentunya apresiasi *Most Valuable Brand* ini menjadikan Telkom semakin percaya diri dalam meningkatkan kualitas dan nilai *brand*-nya demi memantapkan posisi Telkom sebagai operator kelas dunia," ungkap Ririek.

KOMITMEN TELKOM GROUP Mewujudkan Kedaulatan RI Melalui Telekomunikasi Berbuah Anugerah Bintang Jasa Nararya

Direktur Utama PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) Ririek Adriansyah menerima penganugerahan Bintang Jasa Nararya yang diserahkan langsung oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo, di Istana Negara (13/8). Penganugerahan tanda jasa yang diselenggarakan Kementerian Sekretariat Negara ini tak lepas dari pencapaian Telkom Group dalam mewujudkan kedaulatan negara melalui telekomunikasi dengan menghadirkan layanan *fixed* dan seluler secara masif di wilayah Terdepan, Terluar, dan Tertinggal (3T), membangun infrastruktur telekomunikasi internasional yang menghilangkan ketergantungan Indonesia pada negara tetangga, sehingga seluruh lapisan masyarakat Indonesia memiliki kesempatan yang sama terhadap akses informasi serta menjadi lokomotif digitalisasi bangsa guna menggerakkan perekonomian digital Indonesia.

Dengan kapabilitas yang dimiliki sebagai BUMN telekomunikasi, Telkom Group menghadirkan konektivitas ke seluruh Indonesia hingga pelosok melalui program Indonesia Digital Network. Telkom membangun infrastruktur telekomunikasi di darat, laut, dan udara melalui penggelaran infrastruktur *backbone digital* yang menghubungkan Sabang sampai Merauke, pembangunan jaringan akses digital bagi seluruh lapisan masyarakat, serta satelit untuk menjangkau daerah pelosok.

Tak cukup dengan membangun infrastruktur domestik, Telkom Group juga secara aktif turut serta dalam pembangunan infrastruktur telekomunikasi internasional, sehingga bangsa ini dapat lepas dari ketergantungan negara tetangga, memiliki

kemandirian, dan kedaulatan terhadap akses informasi dan telekomunikasi global, serta menyejajarkan Telkom dengan operator telekomunikasi global dan menjadi operator dominan di kancah regional.

Dengan landasan inilah selanjutnya menjadikan Telkom Group sebagai *Global Digital Hub*, yang mampu menghubungkan Eropa, Asia hingga ke Amerika. Telkom Group juga melakukan ekspansi bisnis internasional dengan keberadaan kantor perwakilan di sembilan negara guna memberikan kemudahan bagi masyarakat Indonesia yang berada di mancanegara.

Memasuki tahun 2020, Telkom tengah gencar bertransformasi menjadi perusahaan telekomunikasi digital dengan visi menjadi *digital telco* pilihan utama untuk memajukan masyarakat, sehingga dapat mewujudkan bangsa Indonesia yang lebih sejahtera dan berdaya saing. Sejalan dengan transformasi ini, perusahaan mencanangkan untuk fokus pada 3 domain bisnis digital, yakni *digital connectivity*, *digital platform*, dan *digital services*.

Bisnis digital di satu sisi mendisrupsi berbagai hal, namun di sisi lain membuka banyak peluang yang dalam skala besar dapat memberikan dampak positif bagi kemajuan bangsa, baik di sektor pendidikan, kesehatan, layanan keuangan maupun sektor lainnya sehingga membawa



Indonesia menjadi lebih maju dan sejahtera. Telkom akan terus memperkuat posisinya sebagai *market leader* pada *digital connectivity*, mengakselerasi layanan *digital platform* dan mengembangkan *digital service* secara selektif. Dengan fokus pada program-program digitalisasi, Telkom siap mendukung Indonesia hadir sebagai negara yang mandiri dengan kedaulatan telekomunikasi serta menjadi kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara di tahun 2025 nanti.

“Terima kasih kepada Bapak Presiden beserta jajaran Sekretaris Negara atas apresiasi yang diberikan. Penghargaan ini tentunya merupakan kehormatan bagi Telkom Group. Terima kasih atas dukungan dan kepercayaan dari manajemen dan karyawan Telkom Group, rekan-rekan di asosiasi telekomunikasi, investor, regulator dan *stakeholder* lainnya. Apresiasi ini menjadi motivasi bagi Telkom Group untuk terus bergerak maju sebagai lokomotif digitalisasi dan memberikan dedikasi yang terbaik bagi industri telekomunikasi, bangsa dan negara,” demikian ungkap Ririek.



Infomedia Raih Penghargaan Omni Brands of The Year 2020

merupakan barang baru namun telah menjadi DNA bagi perkembangan bisnis dan teknologi Infomedia. Semangat untuk memberikan pelayanan CRM yang optimal lah yang mendorong Infomedia kerap mengembangkan kanal-kanal interaksi yang saling terintegrasi. Hal tersebut yang menjadi alasan Infomedia memperoleh penghargaan sebagai Marketeers Omni Brands of The Year 2020, Kamis (10/9).

Omnichannel yang dikelola oleh Infomedia memberikan *value added* berupa kenyamanan akses di berbagai kanal interaksi serta kemampuan untuk membaca *historical* konsumen dari berbagai *channel*, yang dapat digunakan sebagai *customer insight* untuk pelanggan Infomedia. Saat ini Infomedia memiliki berbagai kanal dalam layanan CRM diantaranya via *voice (call)*, SMS, E-mail, Over The TOP (OTT), chat (Telegram, Whatsapp, LINE), dan media sosial (Twitter, Facebook, Instagram).

Sejumlah 40 juta interaksi per tahun yang dikelola Infomedia memberikan gambaran betapa besar kebutuhan pelanggan untuk berinteraksi dengan perusahaan. Situasi pandemik yang masih menyelimuti keseharian masyarakat, mendorong penggunaan *digital channel* menjadi kebutuhan yang utama. Dengan demikian, penggabungan kanal interaksi baik *voice* maupun *digital channel* menjadi hal yang wajib untuk memberikan layanan Customer Relationship Management (CRM) yang holistik. *Omnichannel* bukan

Penghargaan yang diberikan di Kawasan Kota Kasablanka Jakarta Selatan tersebut diterima oleh Vice President Marketing Infomedia Widi Sagita Abadi. "Setelah adanya *multichannel*, kami mulai beralih kepada *omnichannel*. Adanya *omnichannel* memungkinkan kami untuk memaksimalkan Customer Relationship Management (CRM) yang menjadi *core business* pelanggan. Dengan itu juga, kami mampu meningkatkan *customer experience*," ujar Widi dalam kesempatan penerimaan *award* tersebut.

Perolehan penghargaan ini semakin diperkuat dengan perolehan perusahaan melalui penerapan strategi omni. *Profile revenue* Infomedia telah mencapai 80% hingga 90% *recurring revenue* yang berkontribusi besar terhadap *sustainable revenue*. Ini juga sekaligus membuktikan bahwa Infomedia berhasil mempertahankan loyalitas *customer* termasuk *customer lifetime value*.

Telkomsigma Raih Penghargaan International Asia Pacific Stevie Awards 2020

Layanan Integrated Talent Management System dari PT Sigma Cipta Caraka (Telkomsigma), INGENIUM, mendapat apresiasi di ajang penghargaan Internasional ASIA-PACIFIC STEVIE AWARDS 2020 dengan meraih Bronze 2020 Stevie Winner dalam kategori Award for the Innovative Use of Technology in Human Resources yang digelar secara virtual pada hari Selasa (22/9).

INGENIUM saat ini memiliki peran dan fungsi sebagai *tools* yang sangat relevan dengan kebutuhan tata kelola SDM di tengah tatanan adaptasi kebiasaan baru yang tengah berkembang sebagai dampak dari pandemic COVID-19. Aplikasi INGENIUM dinilai mampu menjawab kebutuhan terhadap pengaturan kerja yang fleksibel, kerja jarak jauh / *remote*, fleksibilitas jam kerja, kebutuhan akan keseimbangan kerja, serta kolaborasi, transparansi dan

umpan balik terhadap pengembangan SDM menjadi fokus yang diterapkan oleh perusahaan.

INGENIUM sebagai Integrated Talent Management System (ITMS) menjadi solusi praktis yang didesain bagi industri di Indonesia untuk membangun kapabilitas dan kompetensi SDM yang dapat disesuaikan dengan karakteristik dan kebijakan perusahaan. Aplikasi *talent management* berbasis *cloud* hasil rancangan Telkomsigma tersebut telah digunakan oleh lebih dari 30 pelanggan dari industri multi-segmen termasuk didalamnya BUMN.

Dalam gelaran Asia-Pacific Stevie Awards ke-7 tersebut, lebih dari 1000 nominasi dari berbagai organisasi di seluruh kawasan Asia-Pasifik berkompetisi ke dalam berbagai kategori seperti penghargaan untuk



keunggulan dalam inovasi dalam produk & layanan dan juga manajemen inovatif.

Asia-Pacific Stevie Awards adalah program penghargaan bisnis yang memberi penghargaan atas inovasi bagi perusahaan di 29 negara dalam kawasan Asia-Pasifik. Stevie Awards secara konsisten memberikan penghargaan atas inovasi dan pencapaian yang terbagi dalam berbagai program seperti The International Business Awards.

Konsisten Dukung Industri Digital, Telkomsigma Raih Apresiasi CIA 2020

Layanan *data center* Telkomsigma kembali dinobatkan dalam ajang Corporate Image Award (CIA) 2020. Telkomsigma dikategorikan sebagai perusahaan *data center* terbaik di Indonesia. Bukan tanpa alasan, meskipun di tengah situasi dinamika gejolak ekonomi serta terpaan pandemi COVID-19, Telkomsigma dinilai mampu bertindak cepat dalam merespon tingginya permintaan layanan *data center* seiring dengan tren industri digital yang kian berkembang.

Pencapaian ini tentunya tak lepas dari upaya Telkomsigma yang konsisten mengelola semua *data center*-nya dengan mengacu pada standar internasional yang diterapkan secara *best practice*. Hingga saat ini, secara *market share* Telkomsigma mencapai lebih dari 40% untuk layanan *data center*,



mengelola operasional 16 *internet data center* dan 3 *enterprise data center* yang tersebar di Indonesia.

Selain menyediakan layanan *data center* premium dengan berstandar Tier 4 Facility, saat ini Telkomsigma juga menyediakan pilihan fasilitas *data center* berstandar Tier 3+. Melalui *data center* berstandar Tier 3+,

kami melengkapi pilihan *data center* yang lebih terjangkau tanpa mengurangi kualitas standar prosedur operasional.

Hadirnya berbagai pilihan *data center* yang menjadi penopang layanan virtual berbasis *cloud* dinilai tepat guna mengakomodir kebutuhan industri sektor digital secara lebih luas. Begitupun adopsi teknologi 4.0 seperti IoT, AI, dan AR, serta tingginya aktivitas virtual berbasis aplikasi atau *cloud* di era *new normal* kian mendorong lonjakan *traffic data* yang berada di *cloud* dan tersentralisasi ke *data center*. Telkomsigma berada di garis depan sebagai *provider* teknologi yang siap memenuhi kebutuhan *data center* secara cepat, aman dan handal.

Infomedia Raih 2 Penghargaan Pada Ajang BUMN Branding & Marketing Award 2020



Pada penghujung tahun 2020, Infomedia kembali meraih penghargaan BUMN Branding & Marketing Award 2020 yang diselenggarakan oleh BUMN Track dan Arbbey Consultant bertemakan “*Optimizing Omni Channel on Branding and Marketing*” dengan kategori *Digital Branding*. Pada kesempatan yang sama, dianugerahkan The Best CMO kategori *Marketing Leadership* kepada Direktur Sales and Operation Infomedia Riri Amalas Yulita, di Ballroom Hotel The Ritz Carlton Kuningan Jakarta pada hari Kamis (5/11).

“Terima kasih kepada keluarga besar Infomedia, dan semoga penghargaan ini dapat membangun kepercayaan diri untuk menjadi perusahaan yang diakui *capability* dan *competency*-nya oleh semua pihak,” papar Riri menyampaikan usai penerimaan penghargaan tersebut.

Penilaian ini didasarkan pada penjurian yang telah dilakukan pada awal Oktober yang lalu dengan melibatkan 114 perusahaan BUMN dan anak perusahaan BUMN yang turut berkompetisi pada ajang 8th BUMN Branding & Marketing Award 2020. Penghargaan *Digital Branding* itu sendiri semakin mengukuhkan Infomedia sebagai *Your Digital CX Partner* sesuai dengan *tagline* yang diusung.

Didukung oleh tim dewan juri yang kompeten dari berbagai kalangan profesional dan pakar *branding marketing*, hasil dari BUMN Branding & Marketing Award 2020 telah menjadi tolok ukur bagi pencapaian Infomedia untuk terus berinovasi secara kompetitif. Infomedia

diciptakan tetap tumbuh sebagai mitra terpercaya bagi pelanggan dalam menghadapi tantangan yang semakin besar baik dalam skala nasional maupun global.

Ajang penghargaan tersebut bertujuan untuk memberikan apresiasi kepada perusahaan berkinerja unggul dan berkompetisi di pasar global melalui inovasi *branding & marketing* dengan optimalisasi Omni Channel sekaligus sebagai alat ukur keberhasilan bisnis.



Infomedia Raih Best Improvement Award dari Contact Center World

Covid-19 menjadi sarana pembuktian bagi Infomedia dalam menghadirkan pelayanan bagi 300 lebih korporasi yang dikelola. Sebagai pemimpin pasar di industri pelayanan *contact center*, Infomedia berhasil memboyong penghargaan di bidang pelayanan *contact center*, teknologi Omnichannel, hingga *branding* sebagai perusahaan *Business Process Outsourcing* (BPO).

Selain itu, Infomedia juga meraih penghargaan dan pengakuan dari *Global Region* dengan diraihnya *Best Improvement Award* dalam ajang *15th Annual Global Top Ranking Performers Awards - Best in Asia Pacific* dari *ContactCenterWorld.com* yang dilakukan secara *virtual* hari Jumat (06/11).

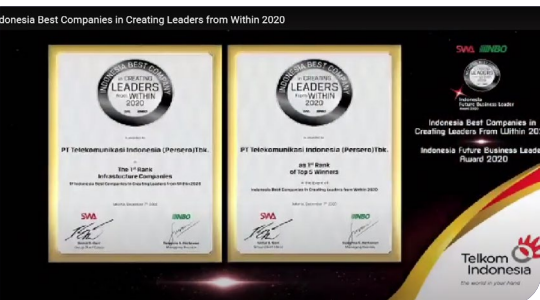
Di masa pandemi, akselerasi transformasi teknologi untuk mendukung pekerjaan *contact center* secara *remote* mutlak dilakukan. Namun tentunya, perusahaan tetap mempertimbangkan faktor keamanan dan kerahasiaan data pelanggan.

Direktur Sales and Operation Infomedia Riri Amalas Yulita menyebut perwujudan dalam mendukung humanisme pelayanan itu harus ditempuh dengan memastikan kualitas SDM dan profesionalisme pelayanan. Maka dari itu, dalam menjaga kapabilitas dan kualitas SDM ini, Infomedia juga telah mengikuti *Global Sharing Session* yang diselenggarakan oleh *Contact Center World* secara tahunan.



Hasilnya, delegasi Infomedia berhasil memboyong beragam penghargaan di bidang *Best in Customer Service*, *Best in Contact Center* dan *Best in Public Service* di ajang tersebut mengalahkan berbagai delegasi dari Asia Pasifik seperti Singapura, Taiwan, Australia, Jepang, dan Pakistan.

Dengan adanya ajang *Global Sharing Session* dan diperolehnya penghargaan di bidang *Contact Center* ini diharapkan dapat terus mendorong terciptanya *Customer Experience* terbaik untuk bangsa Indonesia.



Telkom Dinobatkan Sebagai Best Leader Factory 2020

P T Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) meraih peringkat pertama dalam *Indonesia Best Companies in Creating Leaders from Within 2020* dengan nilai 92,44. Dengan capaian ini, Telkom mampu menyisihkan 26 finalis yang 60% di antaranya adalah BUMN, seperti Bank Mandiri, Pertamina, BRI, dan Sucofindo yang secara berurutan menduduki posisi Top 5. Tak hanya itu, bahkan di sektor infrastruktur, Telkom berada di posisi teratas, disusul PLN, Pelindo III, dan Jasa Marga.

Indonesia Best Companies in Creating Leaders from Within 2020 yang diselenggarakan oleh Majalah SWA berkolaborasi dengan NBO Indonesia, melibatkan tim juri dari tokoh yang sudah dikenal baik oleh publik seperti Amir Abdul Rachman (Former President Commissioner

MNC Land), Elia Massa Manik (Former CEO Pertamina), Josef Bataona (Former HR Director Unilever), Irham Dirmy (Wakil Komisi Aparatur Sipil Negara), dan Susanna Hartawan (Managing Director NBO Indonesia).

Berdasarkan kriteria *Vision Mission and Framework; Leadership Development Program; Program Implementation and Execution; Leaders Born from Within*; dan *Business Impact*, Telkom layak dinobatkan sebagai **Best Leader Factory 2020**. Hal ini karena Telkom dipandang memiliki pengelolaan *talent* yang sistematis dan berkesinambungan, mendukung tujuan strategis perusahaan serta adanya komitmen emosional para eksekutif dan manajemen senior perusahaan dalam pengembangan *talent* tersebut.

“Terima kasih kepada penyelenggara dan tim juri yang telah memberikan apresiasi terhadap langkah Telkom dalam pengelolaan *human capital*. Penghargaan ini tak hanya menjadi suatu apresiasi bagi

kami, tapi juga sebagai kalibrasi untuk mengetahui bahwa Telkom telah berada di jalur yang tepat khususnya dalam mencetak *leader* terbaik masa depan bagi perusahaan,” jelas Direktur Human Capital Management Telkom Afriwandi di Jakarta (1/12).

Terkait dengan pengembangan *leadership*, *core values* AKHLAK menjadi landasan Telkom dalam mengembangkan aspek *leadership* seluruh karyawannya. Telkom merupakan BUMN pertama yang mengimplementasikan *core values* AKHLAK dan saat ini karyawan dari 85 BUMN juga mengikuti pelatihan di Telkom mengenai penerapan nilai-nilai tersebut.

“Penghargaan ini tentunya memperkuat motivasi Telkom untuk melangkah dan berkarya lebih baik lagi. Dengan *workforce planning* dan strategi yang tengah kami implementasikan, semoga Telkom dapat mencetak *digital talents* dan *digital leaders* terbaik tidak hanya bagi perusahaan tapi bagi Indonesia nantinya,” tutup Afriwandi.

Telkom Raih Penghargaan Pelaksana Program Digitalisasi SPBU

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) berhasil meraih penghargaan BPH Migas 2020 dengan kategori Badan Usaha Pelaksana Program Digitalisasi SPBU Penugasan Pemerintah. Penghargaan tersebut diterima langsung oleh Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah di Hotel Westin, Jakarta, Selasa (8/12).

Ajang penghargaan sekaligus acara puncak rangkaian peringatan 17 tahun BPH Migas, dihadiri oleh Kepala Staff Presiden Jenderal TNI (Purn.) Moeldoko, Ketua Komisi VII DPR RI Sugeng Suparwoto, Wakil Ketua Komisi VII Alex Noerdin juga Menteri Koordinator Bidang Perkeekonomian Airlangga Hartato yang hadir secara *virtual*, para pimpinan kementerian dan lembaga serta perwakilan perusahaan dan Pemerintah Daerah yang memperoleh penghargaan.

Kegiatan ini sebagai bentuk apresiasi dari BPH Migas kepada *stakeholders*, khususnya Badan Usaha Sektor Hilir Migas baik BUMN maupun swasta yang telah berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan kegiatan usaha disektor Hilir Migas. BPH Migas juga memberikan penghargaan kepada Badan Usaha, Bupati dan Penyalur pada Program BBM 1 Harga sebagai apresiasi atas kontribusinya dalam mewujudkan energi berkeadilan khususnya bagi masyarakat di wilayah 3 T (Terdepan, Tertinggal, dan Terluar).

Acara ini merupakan bagian dari serangkaian acara HUT ke-17 BPH Migas, dimana dalam usia tersebut BPH Migas telah melakukan banyak hal sesuai amanat dari UU Migas dalam mengawal energi berkeadilan di seluruh Indonesia.



Telkom Raih 2 Penghargaan di Ajang CNBC Indonesia Award 2020



PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk dalam ajang CNBC Indonesia Award 2020 yang bertemakan "Menyongsong Bangkitnya Ekonomi Indonesia 2021" dianugerahi dua penghargaan sebagai *The Best Stated Owned Enterprise in Nation Building* dan *The Best Digitalization Enabler Enterprise*. Penghargaan tersebut diterima secara langsung oleh Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah dan juga Direktur Enterprise & Business Service Telkom Edi Witjara yang diselenggarakan di Auditorium Menara Bank Mega Jakarta Selatan pada hari Kamis, (10/12).

Penghargaan ini diberikan kepada Telkom karena sebagai BUMN, Telkom dinilai memiliki peran aktif dan berkomitmen untuk terus mengupayakan digitalisasi Indonesia demi terbentuknya kesatuan bangsa dalam merengkuh peradaban digital. Terlebih di masa transformasi, Telkom fokus membagi bisnisnya menjadi tiga *domain* utama, yakni *digital connectivity*, *digital platform*, dan *digital service*. Sejalan dengan visi tersebut, Telkom terus mempercepat pembangunan infrastruktur dan ekosistem digital.

Keseriusan perseroan mengejar diversifikasi bisnis digital dibuktikan dengan keputusan membangun fasilitas *data center tier 3* dan 4 yang merupakan *backbone* terbaik segmen *enterprise*. Dalam enam bulan pertama tahun 2020, bisnis *data center* di segmen *enterprise* mencatat pendapatan hingga Rp 329 Miliar atau tumbuh 36% secara YoY. Selain itu, Telkom juga mendapat apresiasi atas peran aktifnya dalam mendukung digitalisasi SPBU di seluruh Indonesia

bersama Pertamina dan BPH Migas, guna mendorong transparansi distribusi BBM serta menyediakan akses pembayaran non tunai di SPBU.

CNBC Indonesia menggelar CNBC Indonesia Award 2020 sebagai bentuk apresiasi terhadap kinerja yang telah diraih para pelaku ekonomi dan dunia usaha sepanjang 2020. Penghargaan ini tidak hanya diberikan kepada korporasi atau badan usaha, melainkan juga kepada individu yang inspiratif dalam memimpin perusahaannya.



FOR YOUR BUSINESS GROWTH

One Stop Cloud Solution
Reliable. Unlimited. Fast

COMPUTE,
STORAGE,
NETWORK,
SECURITY,
DATABASE

FLOU CLOUD OFFERS

global standard of technology products, certified experts for excellence services, ensuring competitiveness in the market. Providing the cost optimization and affordability for boosting business innovations.



Business Innovation

- Horizontal and industry-specific solutions
- Reach your eyeball via Edge Cloud resources
- Maximize innovation with future-proof technology



Cost Effective

- Scale IT as your business grow
- Maximize cashflow with OPEX based services
- Options of annual or monthly subscription package or Pay-As-You-Go charging



Faster Time To Market

- Config & Up: hardware logistics no longer a pain and hassle
- PaaS & SaaS marketplace for various business needs
- Shorter cycle of DevOps by distributing workloads



Improve Productivity

- Easy to implement and maintain
- Expand employee availability and collaboration (remote access)
- Backup once, access from everywhere



Dukung Penanganan Covid-19, Telkom Group Serahkan 44 Ventilator kepada Yayasan BUMN Untuk Indonesia

Sebagai wujud kepedulian dalam penanganan Covid-19, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk menyerahkan bantuan CSR sebanyak 44 ventilator ke Yayasan BUMN. Bantuan secara simbolis diserahkan langsung oleh Vice President Corporate Communication Telkom kepada Ketua Yayasan BUMN Untuk Indonesia Harjawan Balanigrath disaksikan Sekretaris Tim Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) BUMN Marsdy TNI (Purn) Eris Heriyanto di Kantor Kementerian BUMN, Jakarta (23/4).

Pemberian bantuan ventilator menjadi salah satu bentuk kontribusi Telkom untuk mendukung upaya tenaga medis di rumah sakit dalam menangani pasien terpapar Covid-19. Di tengah kondisi

pandemik seperti sekarang ini, ventilator menjadi kebutuhan yang sangat krusial. Mengingat kebutuhan yang terus meningkat sedangkan harga ventilator yang cukup tinggi, banyak rumah sakit yang membutuhkan persediaan ventilator untuk memudahkan penanganan pasien, khususnya yang mengalami gangguan pernapasan. Semoga dengan adanya bantuan ventilator ini dapat membantu rumah sakit dan tenaga medis dalam melakukan penanganan terhadap pasien.

Selain itu, Telkom sebagai BUMN secara aktif terus berkontribusi mendukung upaya-upaya Pemerintah dalam menangani penyebaran Covid-19. Semenjak diberlakukannya kebijakan *work from home* dan *learn from home*, Telkom telah

menyiapkan dukungan layanan dan jaringan telekomunikasi yang prima untuk menjamin kenyamanan pelanggan dan masyarakat selama beraktivitas di rumah. Hingga saat ini Telkom telah menyerahkan bantuan sebanyak 2.989 Alat Pelindung Diri (APD), 9.698 liter disinfektan, 15.240 masker dan 4.350 beragam ukuran *hand sanitizer*. Bantuan ini didistribusikan melalui kantor-kantor Telkom Regional dan Witel serta Posko Bersama BUMN di 34 provinsi seluruh Indonesia.

Mari kita bersama saling bahu membahu untuk menghadapi Covid-19 dan semoga pandemik ini dapat segera berlalu dan aktivitas kita dapat kembali berjalan normal.

BUMN Optimis Hadapi Skenario The New Normal “Leading Virtually, More Productively”

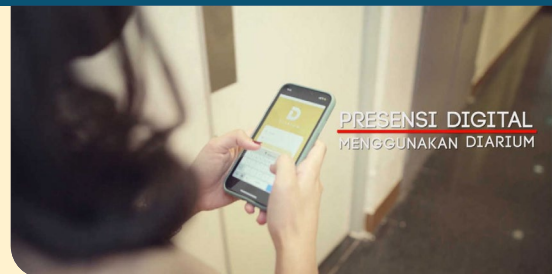
BUMN harus bisa merespon tantangan untuk tumbuh dalam situasi pandemi Covid-19 saat ini serta mendorong kondisi *new normal* dapat berjalan baik agar segera memulihkan ekonomi. Demikian disampaikan Wakil Menteri BUMN II Kartika Wirjoatmodjo saat membuka Webinar bertema *Leading Virtually, More Productively* yang dilaksanakan melalui platform CloudX Conference, hari Rabu (20/5). Kegiatan daring yang merupakan kerjasama dari Kementerian BUMN dengan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk serta McKinsey & Company ini diikuti oleh 223 jajaran direksi dan manajemen puncak dari 104 BUMN di Indonesia.

Memandu diskusi, moderator dari McKinsey Indonesia menjelaskan tiga bahasan utama dalam webinar kali ini, yaitu tentang

bagaimana BUMN bisa kembali normal, bagian apa saja yang harus diubah dan bagaimana caranya berubah dengan tetap mengutamakan pengalaman pelanggan.

Direktur Human Capital Management Telkom selaku pembicara dari sektor jasa, menyatakan kesiapan Telkom dalam mengantisipasi penerapan *The New Normal* di lingkungan kerja nantinya. Upaya *monitoring* dan *review* berkelanjutan dari setiap kebijakan agar efektif dalam merespon kondisi baru, kata kuncinya adalah iterasi dan inovasi.

Tiga pembicara lainnya juga berbagi pengalaman terkait kesiapan yang dilaksanakan di masing-masing lokasi kerjanya dalam menghadapi skenario kerja



baru ini. Direktur Utama KAI memaparkan strategi yang dijalankan KAI dalam mengalihkan fokus bisnis di layanan pengiriman barang. Dari sektor farmasi, Direktur Produksi & Supply Chain Kimia Farma menjelaskan penerapan protokol perlindungan karyawan dan pelanggan di Kimia Farma. Sementara Wakil Dirut Bank Mandiri menjelaskan pentingnya memahami pelanggan dan pertimbangan untuk menggeser proses bisnis menuju digital.

Di akhir diskusi, Deputi Bidang Sumber Daya Manusia Kementerian BUMN berpesan agar setiap BUMN siap mengadopsi *The New Normal* dan ikut bergerak cepat dalam gelombang transformasi.

Telkom Serahkan Bantuan ROBOT DISINFEKSI KEPADA GUGUS TUGAS COVID-19



PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) yang diwakili Direktur Human Capital Management Telkom menyerahkan bantuan *Autonomous UVC Mobile Robot* (AUMR) kepada Kepala Staf Kepresidenan Moeldoko dan selanjutnya diserahkan kepada Ketua Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 Doni Monardo di Istana Negara, Jakarta (28/5).

Telkom University bekerjasama dengan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menciptakan inovasi robot AUMR pertama di Indonesia yang menggunakan sinar ultraviolet tipe C (UVC) untuk disinfeksi dan sterilisasi di ruangan isolasi. Robot ini ditujukan untuk meminimalisasi risiko penularan virus pada tenaga medis yang menjadi garda terdepan dalam menangani pasien COVID-19. Robot ini merupakan hasil karya civitas akademika Telkom University, yaitu perguruan tinggi yang berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT).

Kepala Kantor Staf Kepresidenan Moeldoko mengapresiasi karya Telkom University dan inisiatif Telkom untuk mewadahi inovasi tersebut. "Ini sebagai titik awal untuk membangun sesuatu yang lebih besar ke

depannya dan dapat membantu tenaga medis. Sangat membanggakan," ungkap Moeldoko.

Tidak jauh berbeda, Doni Monardo selaku Ketua Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 mengatakan "Telkom sudah banyak memberikan bantuan kepada Gugus Tugas khusus untuk Penanganan COVID-19. Inovasi ini sangat penting bagi kita semua dalam mengurangi dampak COVID-19 kepada tenaga kesehatan terutama dokter dan perawat yang berada di ruang isolasi. Semoga inovasi ini tidak hanya berhenti di robot AUMR," ujarnya.

Direktur Human Capital Management Telkom mengatakan bahwa sebagai BUMN yang bergerak di bidang ICT, Telkom mewartakan dan mendukung penuh inovasi anak bangsa dalam pemanfaatan teknologi demi menghasilkan suatu karya yang berdaya guna bagi masyarakat. Di tengah kondisi pandemi ini, adanya inovasi robot AUMR merupakan suatu yang positif dalam membantu tenaga medis untuk melakukan disinfeksi dan sterilisasi tanpa campur tangan manusia. Diharapkan tenaga medis dapat terlindungi dan mengurangi risiko penularan virus.

Saat ini, robot AUMR telah dilakukan uji coba di beberapa rumah sakit rujukan penanganan COVID-19, seperti Rumah Sakit Hasan Sadikin dan Wisma Atlet. Dalam waktu dekat, Telkom akan menyumbangkan 10 unit robot AUMR yang akan ditempatkan di rumah sakit yang menangani COVID-19 di Jakarta dan Surabaya.

Secara umum, sistem kerja robot AUMR adalah dengan memaparkan sinar ultraviolet yang terdapat pada robot dan bergerak mengelilingi ruangan isolasi. Sinar ultraviolet tersebut dapat memecah virus COVID-19. Robot yang dapat beroperasi selama 5 jam ini dikendalikan dengan menggunakan *remote control* atau *autonomous control mode*. Robot AUMR juga dilengkapi sensor ultrasonic untuk menghindari terjadinya tabrakan antara robot dengan benda di sekitarnya.

Dengan adanya robot AUMR ini, dapat memotivasi lahirnya inovasi anak bangsa lainnya yang dapat mendukung upaya pemerintah untuk menangani Virus Corona. Semoga kita semua dapat menghadapi pandemi ini dengan baik dan kondisi dapat kembali kondusif.

Perkuat Fondasi Bisnis Digital, Telkom Group Akan Hadirkan HyperScale Data Center

Dalam rangka mengakselerasi bisnis *digital platform* sebagai *enabler* berbagai layanan dan solusi ICT, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) membangun *data center* skala besar berstandar global dengan sertifikasi tier 3 dan 4, Telkom *HyperScale Data Center* (HDC). Dengan kategori tier tersebut, maka *data center* ini memiliki spesifikasi, fasilitas, dan *service level* terbaik dengan 99,995% *uptime* dan *fully redundant infrastructure*. Hal ini tentunya mendorong langkah Telkom untuk menjadi *digital telco* dengan memperkuat pondasi bisnis digital di masa depan, khususnya untuk domain *digital platform*.

Berlokasi di area Bekasi, Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah didampingi Direktur Network & IT Solution Telkom Herlan Wijanarko melakukan peletakan batu pertama (*groundbreaking*). Dibangun dengan semangat sinergi entitas Telkom Group, *data center* ini menjadi salah satu *data center* berkapasitas terbesar di Indonesia dengan konsep *ECO (Evolve, Connected, & Origin) - green data center* dan menggunakan anyaman sebagai material untuk desain gedung. Ini menunjukkan semangat Telkom Group untuk terus bertumbuh melalui inovasi dan eksplorasi yang mengedepankan peningkatan efektivitas dan efisiensi demi menciptakan pengalaman digital terbaik pelanggan, namun tidak meninggalkan sentuhan ciri khas budaya Indonesia di dalamnya.

Direktur Network & IT Solution Telkom Herlan Wijanarko menjelaskan, Telkom *HyperScale Data Center* memiliki banyak

kelebihan, khususnya dalam hal *connectivity* dan *coverage* terluas di seluruh Indonesia, terhubung dengan *access network* milik Telkom Group baik domestik maupun mancanegara, *world class facilities*, *carrier neutral*, dan *multi services* untuk *network provider* lain. *Data center* ini akan didesain dengan sertifikasi berstandar Internasional Uptime Tier IV.

“Dengan kelebihan yang dimiliki, kehadiran Telkom *HyperScale Data Center* ini ditujukan untuk *mega player*, *global player*, dan korporasi dari berbagai sektor seperti *finance & banking*, *government*, *private sector*, *manufacturing*, *content provider*, *global cloud provider*,” ujar Herlan.

Sebelumnya, Telkom telah memiliki 22 *data center* yang terdiri dari 5 *data center* internasional, 14 *Neucentrix* serta 3 *data center* tier 3 dan 4. Dengan Telkom *HyperScale Data Center* ini, Telkom Group semakin mengukuhkan dan mempertahankan posisinya sebagai *market leader* bisnis *data center*. Adanya dukungan *data center* yang tersebar di banyak lokasi dan terhubung dengan jaringan *broadband*, maka Telkom siap dan mampu untuk mengakomodasi kebutuhan mendatang, seperti *edge computing*, *5G services*, *blockchain* dan kebutuhan masa depan lainnya.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah mengungkapkan bahwa hal ini merupakan wujud komitmen Telkom dalam menjadi *digital telecommunication company*, melalui akselerasi terhadap bisnis *digital platform*, salah satunya melalui *data center*.

“*HyperScale Data Center* membuktikan keseriusan Telkom untuk menjadi *biggest player* di pasar *digital platform*. Dengan kemampuan menyediakan fasilitas *high density capacity*, *data center* ini tidak hanya dapat digunakan oleh korporasi dan pelaku industri di Indonesia tapi juga untuk pemain besar *content player* kelas dunia,” jelas Ririek.

Telkom *HyperScale Data Center* dibangun di lahan seluas 65.000 m² dan total kapasitas hingga 10.000 *rack* serta kapasitas total daya listrik sekitar 75MW dengan pembangunan yang dilaksanakan dalam beberapa tahap. Tahap pertama akan dibangun satu gedung *data center*, *powerhouse*, dan gedung kantor yang diperkirakan selesai pada Q2 2021. Dengan konsep *green data center*, Telkom *HyperScale Data Center* berkomitmen untuk menekan penggunaan emisi gas karbondioksida dengan merencanakan pembangunan pembangkit listrik tenaga gas serta penggunaan solar panel untuk area umum dan kantor di sekitar lokasi area.

Komitmen Telkom Group dalam bisnis *data center* dibuktikan dengan selalu menjadi yang pertama dalam mendapatkan sertifikasi bertaraf internasional seperti Uptime Sertifikasi Tier 3 & Tier 4 sejak tahun 2015 dan Sertifikasi Uptime TCOS untuk Uptime Sertifikasi Operasional satu-satunya di Indonesia pada Desember 2017.

“Dengan teknologi terdepan, inovasi terbaik dari sinergi Telkom Group yang ada di dalam Telkom *HyperScale Data Center* ini, kami optimis ke depan Telkom dapat menjadi pemain besar untuk bisnis *data center* dan semakin memperkuat domain *digital platform* seperti yang dicanangkan perusahaan,” tutup Ririek.



Hadapi New Normal, Telkom Hadirkan Beragam Solusi ICT Bagi Korporasi

Menghadapi era *new normal*, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) menawarkan beragam solusi ICT yang dapat memudahkan pelaku bisnis dalam menjalankan operasional bisnis, meningkatkan upaya pemasaran hingga untuk keamanan lingkungan kerja. Beberapa solusi yang bisa dimanfaatkan pelanggan diantaranya CCTV Thermal, Tablet Camera Thermal, aplikasi AdsQoo serta layanan Shared Service. Dengan semangat sinergi, Telkom Group berkomitmen mendukung para pelaku bisnis seperti UMKM dan korporasi tetap produktif dan terus menggerakkan roda perekonomian bangsa meski dihadapkan dengan kondisi pandemi COVID-19 seperti sekarang ini.

Direktur Enterprise & Business Service Telkom mengatakan akan senantiasa berupaya menghadirkan inovasi untuk sebuah solusi yang diharapkan tidak hanya menginspirasi namun juga dapat membantu pelaku usaha secara nyata dalam mempertahankan bisnis di tengah kondisi yang kurang menguntungkan seperti sekarang ini.

Untuk mendukung penerapan protokol kesehatan di lingkungan kerja, Telkom Group memiliki solusi CCTV Thermal dan Tablet Camera Thermal. CCTV Thermal adalah alat untuk mendeteksi suhu tubuh individu di tengah kerumunan orang, sedangkan Tablet Camera Thermal digunakan

untuk mendeteksi suhu yang sekaligus dilengkapi dengan fitur *face recognition* untuk mengenali penggunaan masker. Perangkat kamera yang mendeteksi suhu tubuh ini dapat diintegrasikan dengan berbagai kebutuhan perusahaan seperti untuk HR *information system*, *building management & security system*, *ticketing system*, *smart parking system*, serta sistem lain yang menggunakan API (*Application Programming Interface*). Solusi Thermal Camera yang dilengkapi *face recognition* dan mudah diintegrasikan dengan berbagai sistem manajemen ini, akan sangat dibutuhkan oleh berbagai bidang usaha seperti mall, rumah sakit, perkantoran, apartemen, sekolah dan perguruan tinggi, pabrik, pergudangan, instansi pemerintah, serta area publik lainnya.

Untuk mendukung operasionalisasi bisnis pelanggan korporasi, Telkom Group melalui anak usahanya, yaitu Infomedia menyediakan layanan Shared Service yang merupakan layanan penggunaan sistem *business process* secara bersama. Layanan ini akan memudahkan perusahaan untuk dapat mengefisienkan biaya operasional dari peralatan, biaya lisensi aplikasi, hingga biaya SDM.

Optimalnya sebuah pengelolaan fungsi *enterprise* adalah dengan adanya penerapan *shared service*. Jadi optimalisasi disini tidak hanya soal *cost*. Dengan *shared service*,

perusahaan akan dibantu mengoptimalkan proses bisnisnya dengan perangkat digital. Jadi kemudahan operasional, transparansi pengelolaan dan pencegahan *fraud* juga didapatkan. Apalagi di masa sulit seperti ini, digitalisasi proses tidak dapat lagi ditunda, harus diimplementasikan sekarang.

Selanjutnya, Telkom Group melalui anak usahanya MDMedia menjawab kebutuhan korporasi untuk mendukung kegiatan pemasaran dengan menghadirkan AdsQoo (dibaca: ads-ku), sebuah *platform* digital yang memungkinkan pemilik usaha mengelola pemasangan iklan digital secara mandiri. Hanya dengan mendaftar, pelaku bisnis akan mendapatkan akses untuk memilih produk iklan digital seperti SMS Broadcast, SMS LBA, Google Ads, Facebook Ads dan juga *Digital Out Of Home* (DOOH). Seluruh tahapan pemasangan iklan hingga pembayaran dilakukan di dalam *platform* tersebut, sehingga sangat sesuai bagi para pelaku usaha untuk tetap mempromosikan produk mereka di tengah *pandemic* saat ini.

Kedepannya, Telkom akan terus menghadirkan solusi ICT terbaik yang dapat mendukung semua segmen pelanggan dalam beraktivitas tanpa halangan, khususnya dalam menghadapi era *new normal*.



Telkom Dukung Digitalisasi BUMN, Melalui Peresmian Layanan Ferizy



Direktur Enterprise & Business Service (EBIS) Edi Witjara hadir peresmian layanan pembelian tiket ferry berbasis *online* Ferizy di Terminal Eksekutif Merak, Banten, pada hari Sabtu (25/7). Turut hadir mendampingi Dir EBIS,

Executive Vice President Divisi Enterprise Service Mohammad Salsabil, Executive Vice President Telkom Regional 2 Teuku Muda Nanta, Direktur Utama Nutech Dina Hakiki serta Direktur Utama Finnet Paulus Djatmiko.

Layanan Ferizy ini diresmikan secara langsung oleh Menteri BUMN Erick Thohir bersama dengan Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi, Menteri Pariwisata & Ekonomi Kreatif Wishnutama Kusbandio, dan Direktur Utama PT ASDP Indonesia Ferry Ira Puspawati.

Ferizy yang berasal dari gabungan kata Ferry & Easy ini merupakan layanan tiket berbasis *online* yang disediakan oleh Telkom Group bekerjasama dengan ASDP, meliputi pengembangan, *managed service* infrastruktur dan operasional sistem yang turut melibatkan anak usahanya, yakni PT Nutech Integrasi dan PT Finnet Indonesia. Edi Witjara mengatakan, "Telkom sebagai BUMN telekomunikasi terus berperan aktif untuk mewujudkan transformasi digital di Indonesia salah satunya melalui kerjasama dengan ASDP sebagai bentuk sinergi BUMN dalam memberikan manfaat dalam aspek kehidupan masyarakat," tutur Edi.

Menteri Perhubungan Pastikan Operasional Lalu Lintas Pelabuhan dan Pelayanan Berjalan dengan Lancar

Menteri Perhubungan RI Budi Karya Sumadi terjun langsung ke lapangan untuk meninjau arus balik di masa libur panjang Maulid Nabi, hari Minggu (1/11). Kunjungan yang dilaksanakan di Pelabuhan Bakauheuni, Lampung Selatan tersebut tentunya menjadi perhatian bagi Telkom Group sebagai wujud dukungan kepada ASDP, dengan ikut menurunkan tim guna mengawal operasional layanan *e-ticketing* yang merupakan salah satu dari elemen penting dari pelayanan terhadap para pemudik.

Telkom Group menyediakan infrastruktur sistem *ticketing online* Ferizy.com dan *online payment gateway*, jaringan *wifi terminal executive* di Pelabuhan Merak dan Bakauheuni, serta koneksi internet di atas kapal (*wifi on board*) dalam digitalisasi layanan tiket Ferizy. Selain itu, dalam rangka



pengamanan antisipasi arus penyeberangan pada saat libur panjang, Telkom juga membentuk Posko 24 Jam dan Satgas Pengamanan *e-Ticketing* ASDP yang terdiri dari tim infrastruktur & *service handling*, sistem *e-Ticketing*, *payment gateway*, serta *customer handling*.

Dalam kunjungannya, Budi Karya Sumadi menyampaikan apresiasi atas kerjasama lintas sektor yang sangat baik melalui Tim Posko Gabungan yang telah menjamin

layanan penyeberangan kepada seluruh penumpang saat masa libur panjang ini, "Tim Posko Gabungan ini dapat menjadi *role model* untuk seluruh tim layanan angkutan umum dalam memberikan pelayanan yang prima kepada pengguna jasa transportasi," ujar Budi.

Layanan Telkom Group ini merupakan wujud dukungan Telkom kepada ASDP untuk selalu menghadirkan *customer journey* terbaik bagi masyarakat Indonesia.



RUPST Telkom Tahun Buku 2019, Payout Ratio 81,78%

Telkom Bagikan Dividen Rp15,26 Triliun

Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) Tahun Buku 2019 yang dilaksanakan di Jakarta pada Jumat (19/06), menyetujui pembagian dividen sebesar Rp15,26 triliun. Rapat menyetujui *payout ratio* sebesar 81,78% ini dengan rincian 60% atau sebesar Rp11,20 triliun merupakan dividen tunai dan 21,78% atau Rp4,06 triliun merupakan dividen spesial. Sementara itu, sisanya sebesar 18,22% atau Rp3,40 triliun merupakan laba ditahan.

Dividen Tunai dan Dividen Spesial Tahun Buku 2019 akan dibayarkan secara sekaligus selambat-lambatnya pada tanggal 23 Juli 2020. Adapun yang berhak menerima Dividen Tunai dan Dividen Spesial adalah para pemegang saham yang namanya tercatat dalam Daftar Pemegang Saham Perseroan per tanggal 1 Juli 2020 sampai dengan pukul 16.15 WIB.

Sesuai dengan keputusan RUPST tersebut maka Laba Bersih sebesar Rp 18,66 triliun yang dibukukan Perseroan sepanjang 2019, 81,78 persennya akan dibagikan sebagai

dividen, sedangkan sisanya digunakan untuk membiayai pengembangan usaha Perseroan. Laba bersih ini dihasilkan dari Pendapatan Perseroan di tahun 2019 yang mencapai Rp 135,57 triliun, tumbuh positif sebesar 3,7% dibanding tahun 2019 dengan EBITDA Rp 64,83 triliun. *Digital Business* Telkomsel dan IndiHome tumbuh signifikan dan menjadi kontributor utama pertumbuhan Perseroan.

Bisnis digital Telkom saat ini memiliki tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi, yakni hampir 30%. Ada beragam layanan digital yang dikategorikan ke dalam *Digital Platform* dan *Digital Services* baik untuk B2B maupun B2C seperti video, games, music, advertising dan lain sebagainya, demi memenuhi kebutuhan para pelanggan dan senantiasa memberikan pengalaman terbaik. Oleh karena itu, Telkom meyakini bahwa bisnis digital akan menjadi salah satu sumber pendorong pertumbuhan bagi perusahaan di masa mendatang, serta memantapkan langkah menjadi perusahaan telekomunikasi digital, di mana *digital platform* dan *digital services* menjadi

faktor pembeda dan nilai tambah dari *digital connectivity* yang saat ini merupakan kompetensi utama perusahaan.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah mengatakan, pencapaian Perseroan sepanjang 2019 menunjukkan bahwa Telkom berada pada jalur yang tepat untuk menjadi *Digital Telecommunication Company* dan berkomitmen memperkuat kapabilitas bisnis digital.

“Untuk memantapkan langkah sebagai *digital telco* dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan pengalaman digital yang terbaik bagi pelanggan dan masyarakat Indonesia, di tahun 2020 ini Telkom fokus pada 3 domain bisnis, yakni *digital connectivity*, *digital platform* dan *digital services*,” ungkap Ririek.

Ririek menambahkan, Telkom terus memperkuat posisi sebagai *market leader* pada *domain digital connectivity* dengan menghadirkan layanan berkualitas dengan jangkauan terluas. Telkom juga mengakselerasi *digital platform* dengan

cara mengembangkan layanan *data center & cloud* pada tahap awal untuk kemudian menyediakan *smart platform* di atasnya sebagai *enabler* berbagai layanan dan solusi ICT. Selanjutnya produk-produk *digital service* akan dikembangkan secara selektif, termasuk melalui akuisisi maupun kemitraan, didukung secara sinergis oleh *digital platform* dan *digital connectivity* yang telah dibangun sehingga pelanggan mendapatkan pengalaman terbaik.

Selain itu, sejak tahun 2019 Perseroan melakukan perubahan kebijakan bisnis dengan berfokus pada lini bisnis yang memiliki profitabilitas lebih tinggi yang bersifat *recurring* terutama pada layanan *enterprise solutions* seperti *enterprise connectivity, data center dan cloud*, dan secara selektif mengurangi dan tidak memprioritaskan solusi bisnis yang memiliki tingkat margin relatif rendah dan *non-recurring*. "Kami optimis dengan langkah ini dapat membuat Perseroan dapat tumbuh kian sehat dan *profitable*," tambah Ririek.

RUPST juga menyetujui perubahan Susunan Pengurus Dewan Komisaris dan Dewan Direksi Perseroan. Berikut ini adalah susunan Dewan Komisaris dan Dewan Direksi hasil RUPST Tahun Buku 2019.



Dewan Komisaris

Komisaris Utama	: Rhenald Kasali
Komisaris Independen	: Marsudi Wahyu Kisworo
Komisaris Independen	: Ahmad Fikri Assegaf
Komisaris Independen	: Wawan Iriawan
Komisaris Independen	: Candra Arie Setiawan
Komisaris	: Marcelino Pandin
Komisaris	: Ismail
Komisaris	: Alex Denni
Komisaris	: Rizal Mallarangeng

Dewan Direksi

Direktur Utama	: Ririek Adriansyah
Direktur Wholesale & International Service	: Dian Rachmawan
Direktur Human Capital Management	: Afriwandi
Direktur Keuangan	: Heri Supriadi
Direktur Consumer Service	: FM Venusiana R.
Direktur Enterprise & Business Service	: Edi Witjara
Direktur Network & IT Solution	: Herlan Wijanarko
Direktur Digital Business	: Muhammad Fajrin Rasyid
Direktur Strategic Portfolio	: Budi Setyawan Wijaya



Ketidakpastian di Tengah Pandemi Covid-19 dan DAMPAKNYA TERHADAP INDUSTRI GLOBAL



Perusahaan *Business to Business* (B2B) kewalahan berhadapan dengan pandemi Covid-19 yang mulai masuk ke Indonesia di awal tahun 2020. Banyak perusahaan B2B yang mengurungkan niat investasi pembangunan dan memilih mengalokasikannya untuk mempertahankan bisnis di kondisi yang penuh ketidakpastian saat ini. Dalam kasus ini, Gabungan Pelaksana Konstruksi Nasional Indonesia (GAPENSI) bahkan menilai terjadi perlambatan pada perekonomian global. Hal inilah yang mengakibatkan sektor konstruksi dari sisi keberlangsungan proyek dan material bahan baku terhambat.

Tidak ada yang dapat memastikan kondisi seperti ini akan bertahan sampai kapan. Semua yang tidak pasti ini tentunya mempengaruhi berbagai sektor bisnis. Salah satu sektor yang paling terancam di tengah ketidakpastian ini adalah sektor pariwisata. Reaksi berantai pun terjadi pada sektor-sektor penunjang, termasuk *exhibition*. Tak ada lagi pameran dan *booth business to business* yang biasanya menjadi momen yang paling ditunggu. Hal ini menyebabkan terjadinya perbedaan yang signifikan dalam

cara konsumen B2B menanggapi krisis dan mencoba beradaptasi dengan era *new normal*.

Mengenal Pelanggan di Era Pandemi Covid-19

Kemampuan untuk menarik dan menciptakan hubungan yang harmonis dengan pelanggan merupakan salah satu kualitas utama yang menentukan perusahaan yang kompetitif. Apalagi, sentimen pelanggan di masa pandemi Covid-19 sangat bervariasi. Sebagian besar pelanggan akan mengalihkan pengeluaran mereka untuk hal-hal yang dianggap penting dan dibutuhkan.

Dalam kondisi seperti ini, akan sangat mungkin bagi pelanggan berpindah ke tempat yang memiliki nilai lebih bagi mereka. Tak hanya nilai, pelanggan juga akan melihat dari segi kenyamanan dan ketersediaan sebagai pendorong utama keputusannya untuk berbelanja. Tantangan utama yang dihadapi perusahaan B2B adalah bagaimana memanfaatkan sumber daya dan mengambil peluang *new market*

sambil menghadapi persaingan global yang cukup ketat dan berkembang.

Hal lain yang perlu dipahami perusahaan B2B mengenai pelanggan adalah cepatnya perubahan tren konsumen mendorong perusahaan harus mampu beradaptasi serta mengimplementasikan teknologi digital. Jika sebelumnya perusahaan membangun merek dengan meningkatkan jumlah tampilan produk atau jasa pada media tradisional, *online* media, serta media sosial, kini pola tersebut tidak dapat digunakan sepenuhnya karena tren konsumen telah berubah. Visibilitas nilai merek saat ini juga harus diwujudkan dalam bentuk nyata, memiliki keterikatan emosi dengan pengguna, mendorong percakapan positif yang viral di berbagai jalur komunikasi, dapat mengubah kebiasaan serta mampu berkembang dan menyesuaikan diri dengan konsumen. Sehingga untuk menjadi perusahaan yang kompetitif, perusahaan memerlukan kemampuan menarik dan menciptakan hubungan harmonis dengan pelanggan.

Menjadi Perusahaan yang Kompetitif

Untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan pelanggan, perusahaan juga harus memiliki ekosistem yang kompleks, yang terdiri dari berbagai elemen, seperti sumber daya internal yang berkualitas, proses yang terintegrasi, dan mampu mengadopsi teknologi pendukung.

Adapun beberapa poin tips dan trik yang bisa perusahaan lakukan untuk menjadi perusahaan yang kompetitif, antara lain:

1. Kombinasikan Berbagai Elemen

Untuk memiliki perbedaan yang signifikan dari perusahaan lainnya, kombinasikan berbagai elemen, seperti karakteristik layanan pelanggan, dukungan logistik, sistem informasi, dan juga *branding* produk.

2. Membuat Komunikasi Tanpa Batas dengan Pelanggan

Di kondisi yang serba tidak pasti ini, perusahaan harus dapat memastikan *channel* yang sesuai untuk mengirim dan

menerima informasi yang relevan. Untuk mengoptimalkan komunikasi dalam perusahaan, bisa menggunakan solusi layanan digital seperti CRM Omnichannel, dimana layanan ini dapat menggabungkan beberapa *channel* komunikasi dalam satu *platform* yang dapat saling berinteraksi serta berbagi data dan informasi.

3. Identifikasi Skenario Negatif

Untuk dapat mengidentifikasi skenario negatif, perusahaan perlu menentukan manajemen risiko dengan baik. Akan banyak kemungkinan skenario negatif yang muncul ke permukaan akibat pelaksanaan pemasaran. Untuk membantu perusahaan dalam melakukan penelitian di bidang pemasaran secara sistematis, solusi layanan seperti *Market Survey* dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran dalam merebut peluang pasar. Perusahaan akan mendapatkan informasi yang akurat sehingga dapat menjelaskan situasi pasar

secara obyektif dan menggunakan metode yang tepat dalam pengumpulan dan melakukan analisis data riset.

4. Investasi pada Teknologi yang Tepat adalah Kunci

Tak ada ruginya jika suatu perusahaan mengalokasikan dana perusahaan untuk mengadopsi teknologi. Sebab, teknologi menjadi salah satu alat utama yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi perusahaan dengan aman. Perubahan pada tren konsumen menjadi *digital native* atau bisa dikatakan perusahaan tidak memiliki pilihan selain berinovasi dengan mentransformasi bisnis ke era digital. Dengan digitalisasi perusahaan melalui teknologi terkini atau media digital, pemasaran produk serta pengembangan merek pun dapat secara efektif tersampaikan dengan baik.



Tayangan hiburan Netflix mulai hari ini dapat diakses di jaringan Telkom Group. Pembukaan akses ini akan memungkinkan pelanggan IndiHome, Telkomsel, dan wifi.id mengakses konten-konten Netflix.

“Telkom mengapresiasi perubahan pendekatan yang dilakukan Netflix untuk pasar Indonesia dan karenanya memberi kesempatan pada pelanggan Telkom Group untuk dapat mengakses beragam konten hiburan,” jelas Vice President Corporate Communication Telkom di Jakarta.

Pendekatan yang dimaksud adalah bahwa Netflix menunjukkan komitmennya untuk serius dapat diterima masyarakat Indonesia melalui langkah-langkah yang dilakukannya,

Tayangan Netflix Dapat Diakses di Jaringan Telkom Group

seperti memastikan ketersediaan *tools* dalam sistem untuk pembatasan akses atas tayangan sensitif dan ketidaksesuaian umur bagi pelanggan (*parental control*), juga dalam menyediakan mekanisme untuk penanganan keluhan pelanggan. Termasuk sesegera mungkin mendengar masukan dan bersedia menyelesaikan keluhan dari Pemerintah atau regulator dalam waktu 24 jam atau sesuai dengan kurun waktu yang ditentukan oleh pihak yang berwenang.

Disamping itu, Netflix juga menyepakati komitmen kepatuhan pada “*Self Regulatory Code for Subscription Video on Demand Industry in ASEAN*” dimana salah satu kesepakatannya adalah untuk tidak menayangkan *prohibited content* yakni konten yang melanggar hak cipta, melanggar Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), mengandung pornografi anak, terorisme, serta yang mendiskreditkan kelompok masyarakat tertentu.

Dengan adanya implementasi *content code* dari Netflix, Telkom menyambut itikad baik tersebut sebagai peluang meningkatkan kualitas layanan melalui ragam konten hiburan, termasuk konten lokal dengan tetap berkomitmen mengedepankan kenyamanan dan perlindungan terhadap pelanggan.

Kemitraan ini merupakan upaya menumbuhkembangkan bisnis digital serta untuk terus menjaga *excellent customer experience* Telkom Group dengan menyediakan berbagai kemudahan dan kenyamanan dalam mengakses konten-konten berkualitas. Kedepannya, Telkom berharap agar Netflix dapat lebih berperan pada kemajuan perfilman nasional dengan memperbanyak tayangan produk konten lokal.

BRI Berkolaborasi dengan Telkom Untuk Tingkatkan Layanan Satelit



PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) melakukan penandatanganan nota kesepahaman dengan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BRI) terkait kolaborasi layanan teknologi berbasis satelit. Nota kesepahaman kedua BUMN tersebut ditandatangani oleh Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah dan Direktur Utama BRI Sunarso yang disaksikan langsung oleh Menteri BUMN Erick Thohir dan Wakil Menteri BUMN II Kartika Wirjoatmodjo di Gedung BRI, Jakarta (30/7). Turut hadir dalam kegiatan tersebut Direktur Enterprise & Business Service Telkom Edi Witjara, Direktur Digital, IT & Operation BRI Indra Utoyo, Direktur Kelembagaan & BUMN BRI Agus Noersanto, serta CEO Telkomsat Endi Fitri.

Menteri BUMN Erick Thohir menyambut baik kerjasama ini sebagai bentuk kolaborasi BUMN untuk Indonesia. Lebih lanjut Erick mengatakan, "Kementerian BUMN terus mendorong agar sesama BUMN saling mendukung dalam menciptakan nilai tambah bagi setiap perusahaan BUMN agar dapat memberikan yang terbaik kepada

pelanggan dan seluruh masyarakat Indonesia," ungkap Erick.

BRI sebagai Bank BUMN dengan aset terbesar di Indonesia bertekad untuk terus meningkatkan pelayanannya kepada para *stakeholder* dengan memperkuat infrastruktur

di bidang teknologi informasi sebagai *business enabler*, khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi satelit.

Di sisi lain, Telkom Group sebagai BUMN terbesar di bidang telekomunikasi digital di Indonesia berupaya mewujudkan harapan Kementerian BUMN dalam hal penguatan digitalisasi BUMN. Dalam bisnis satelit, BRI merupakan satu-satunya bank yang mengoperasikan satelit di Indonesia, sedangkan Telkom dikenal sebagai penyedia layanan satelit terbesar di Asia Tenggara.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah mengatakan, melalui nota kesepahaman ini Telkom dan BRI sepakat untuk saling mendukung aktivitas operasional dan memberikan nilai tambah pada masing-masing perusahaan. "Dengan kapabilitas dan kompetensi di bidang satelit yang dimiliki serta pengalaman operasionalisasi selama ini, kami siap untuk mendukung peningkatan kualitas dan kapabilitas layanan BRI demi memberikan yang terbaik kepada masyarakat Indonesia," ujar Ririek. Telkom berkomitmen untuk

mendorong peningkatan keunggulan operasional BUMN, salah satunya dengan kolaborasi pemanfaatan potensi layanan teknologi berbasis satelit baik dalam tahap perencanaan, desain, produksi, maupun implementasinya dengan prinsip yang saling menguntungkan.

Selanjutnya, Direktur Utama BRI Sunarso menambahkan, "Kerjasama dengan Telkom merupakan langkah strategis bagi BRI guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional sehingga pelanggan dan masyarakat dapat merasakan peningkatan kualitas layanan BRI".

Secara umum nota kesepahaman antara Telkom dan BRI yang menjadi landasan untuk kerja sama, mencakup pemanfaatan yang saling menguntungkan baik secara sewa atau model bisnis lainnya atas kapasitas-kapasitas satelit yang dimiliki dan dioperasikan oleh Telkom Group, perencanaan pengembangan bisnis, desain, dan implementasi layanan berbasis satelit serta pendidikan, pelatihan, dan sertifikasi untuk pengembangan karyawan di bidang satelit.

Kedepannya, diharapkan kerjasama ini dapat semakin meningkatkan kualitas produk dan layanan BUMN dalam pemanfaatan teknologi digital terkini demi memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk Indonesia, sesuai dengan semangat BUMN untuk Indonesia.





DJP dan Telkom Perkuat Kerja Sama Melalui Integrasi Data Perpajakan

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) bersama PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) melakukan kerja sama terkait integrasi data perpajakan yang ditandai dengan penandatanganan nota kesepahaman oleh Direktur Jenderal Pajak Suryo Utomo dan Direktur Utama PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) Ririek Adriansyah yang dilaksanakan di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak, Jakarta (10/8). Hal ini merupakan kelanjutan dari program integrasi data perpajakan yang telah diimplementasikan melalui *e-Faktur host-to-host* sejak 1 Desember 2018.

Direktur Jenderal Pajak Suryo Utomo menyambut baik kerja sama yang terus terjalin antara Telkom dan DJP dalam mengembangkan integrasi data perpajakan ke arah yang lebih baik lagi. "Kami berharap kolaborasi antara Direktorat Jenderal Pajak dan Telkom dalam pengembangan integrasi data perpajakan ini dapat memberikan manfaat dan kemudahan dalam proses kerja yang lebih efisien dan efektif seperti melakukan *profiling* wajib pajak melalui *big data* yang lebih komprehensif, *data analytics* dan *business intelligent* yang semakin *up to date*. Semoga sinergi ini dapat terus terjalin kedepannya," ujar Suryo Utomo.

Sementara itu, Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah menyampaikan terima kasih atas dukungan dan kepercayaan Direktorat

Jenderal Pajak kepada Telkom dalam menyukseskan kerja sama ini, yang sejalan dengan implementasi salah satu aspek dalam *core values* BUMN, dimana integrasi data perpajakan ini sebagai upaya untuk menjaga *compliance* dan akuntabilitas dari data perpajakan.

"Sebagai BUMN telekomunikasi, Telkom berupaya melalui optimalisasi pemanfaatan konektivitas dan *platform* ICT yang kami miliki dapat mendukung rencana perluasan dan pengembangan data perpajakan, sehingga ke depan bisnis proses dapat dikelola dengan *lean* dan *digital* serta memperoleh manfaat berupa penurunan *cost of compliance* baik dari sisi wajib pajak maupun *cost of collection* dari sisi DJP," ujar Ririek.

Integrasi data perpajakan meliputi pertukaran, pengolahan, penelitian, dan pengujian data perpajakan melalui sarana berbasis teknologi informasi yang dapat mengurangi beban-beban administratif yang harus ditanggung wajib pajak untuk mematuhi ketentuan perpajakan. Selain itu keterbukaan yang dihasilkan dari integrasi data perpajakan juga mengurangi potensi pemeriksaan dan sengketa perpajakan di kemudian hari. Oleh karena itu, Direktorat Jenderal Pajak berharap semakin banyak

perusahaan BUMN dan swasta yang melaksanakan kerja sama integrasi data perpajakan bersama DJP dan menikmati berbagai manfaat tersebut.

Bagi DJP sendiri integrasi data memberikan akses terhadap data keuangan wajib pajak serta data transaksi yang dilakukan wajib pajak dengan pihak ketiga. Melalui data tersebut, Direktorat Jenderal Pajak dapat melakukan penelitian dan pengujian kepatuhan secara elektronik tanpa harus melalui proses pemeriksaan yang panjang dan mahal. Dengan demikian kerja sama ini meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengumpulan penerimaan pajak.

Program integrasi data perpajakan ini adalah contoh terobosan yang dimungkinkan oleh kemajuan teknologi informasi. Direktorat Jenderal Pajak berkomitmen untuk terus memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, termasuk melalui digitalisasi dan otomasi yang menjadi semakin *urgent* di tengah situasi pandemi Covid-19, untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengawasan bagi wajib pajak.

Terapkan Sistem Manajemen Anti Penyuapan, Telkom Peroleh Sertifikat ISO 37001:2016

Setelah menjalani proses sertifikasi dalam memverifikasi kesesuaian penerapan Sistem Manajemen Anti Penyuapan sesuai dengan standar internasional, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) akhirnya memperoleh Sertifikat ISO 37001:2016. Sertifikat secara simbolis diserahkan oleh Direktur Utama PT Sucofindo (Persero) Bachder Djohan Buddin kepada Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah di Telkom Landmark Tower, Jakarta (13/8).

Sertifikasi ISO 37001:2016 merupakan standar Sistem Manajemen Anti Penyuapan yang menentukan berbagai langkah dan kontrol dimana perusahaan harus menerapkan untuk mencegah dan mengungkap penyuapan dan korupsi. Sertifikasi ini dilakukan oleh Sucofindo sebagai lembaga sertifikasi kepada Telkom yang telah menerapkan Sistem Manajemen Anti Penyuapan pada fungsi/



proses *Procurement*, Rekrutmen, Pelayanan Pelanggan, dan Pengendalian Gratifikasi.

“Terima kasih kami ucapkan atas dukungan Sucofindo dalam melakukan audit dan sertifikasi kepada Telkom khususnya terkait ISO 37001:2016 Sistem Manajemen Anti Penyuapan. Sertifikasi ini merupakan bentuk komitmen Telkom Group untuk sepenuhnya mengatasi segala bentuk penyuapan, sebagai perusahaan publik yang menjunjung prinsip transparansi, *compliance*, dan menjalankan tata kelola perusahaan yang baik. Kolaborasi antar

BUMN ini diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya dalam memastikan tidak adanya praktek suap ataupun korupsi di lingkungan kerja BUMN,” ujar Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah.

Selanjutnya Direktur Utama Sucofindo Bachder Djohan Buddin mengucapkan selamat kepada Telkom yang telah memperoleh sertifikat ISO 37001:2016 Sistem Manajemen Anti Penyuapan serta terima kasih atas kepercayaan yang diberikan kepada Sucofindo sebagai Lembaga Sertifikasi. “Penerapan standar SNI ISO 37001 dengan utuh dan konsisten terhadap seluruh persyaratan standar yang ada dengan selalu mengidentifikasi risiko anti suap, akan mendukung pencapaian rencana strategis dan kinerja Telkom,” ungkap Bachder Djohan Buddin.

Tingkatkan Kualitas Layanan Masyarakat, Telkom Dukung Digitalisasi SPBU Pertamina

Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, PT Pertamina (Persero) bekerjasama dengan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) mengimplementasikan program digitalisasi SPBU di seluruh Indonesia. Melalui digitalisasi ini, Pertamina dapat memantau kondisi stok Bahan Bakar Minyak (BBM), penjualan BBM serta transaksi pembayaran di SPBU. Data-data tersebut juga dapat diakses secara langsung oleh sejumlah pihak berwenang, seperti Kementerian ESDM, Kementerian BUMN, Kementerian Keuangan, dan BPH Migas sehingga dapat saling mendukung untuk pengawasan penyaluran BBM.

Pada Jumat (11/9), Kepala Pusat Data & Informasi Kementerian ESDM Agus Cahyono Adi didampingi Enterprise Project Director Telkom Judi Achmadi dan Director of Regional Marketing PT Pertamina Patra

Niaga Jumali berkunjung ke SPBU 34 12902 Gatot Subroto. Salah satu tujuan kunjungan tersebut untuk memastikan 5 (lima) fitur hasil digitalisasi SPBU sudah berfungsi 100%. Adapun fitur yang dimaksud meliputi program *pre-purchase* dimana pembayaran dilakukan diawal sebelum pengisian BBM, *monitoring* penerimaan BBM di SPBU yang berbasis data ATG (*Automatic Tank Gauge*) *custody transfer*, *cashless program* dengan menggunakan *digital payment* LinkAja, pencatatan nomor polisi kendaraan yang melakukan pengisian BBM subsidi, serta *profiling customer* yang berbasis *loyalty program* aplikasi MyPertamina.

Direktur Enterprise and Business Service Telkom Edi Witjara dalam kesempatan terpisah mengatakan, “Telkom mendukung penuh Pertamina untuk berupaya semaksimal mungkin segera menyelesaikan proses digitalisasi SPBU di tengah



keterbatasan situasi pandemi Covid-19. Hal ini sejalan dengan upaya untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19, di mana transaksi nontunai (*cashless*) mengurangi kontak fisik namun tetap memberikan layanan yang memuaskan kepada pelanggan.”

Edi juga memastikan kelima fitur digitalisasi SPBU sudah bisa digunakan dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, pemerintah serta para *stakeholder* lainnya.

Public Expose Live 2020, Pertahankan Kinerja, Telkom Percepat Transformasi Digital dan Fokus Pada Profitabilitas

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) telah melewati pertengahan tahun 2020 dengan mencatat pendapatan konsolidasi Perseroan sebesar Rp 66,9 triliun dan laba bersih Rp10,99 triliun. EBITDA semakin menguat dengan pertumbuhan 8,9% YoY menjadi Rp36,08 triliun dan margin EBITDA yang tumbuh 6,2 *part per trillion* (ppt) menjadi 54,0%. Margin laba bersih juga menunjukkan tren yang lebih baik dibanding periode yang sama tahun lalu menjadi 16,4% dari sebelumnya 16,0%.

Hal ini disampaikan oleh Direktur Keuangan Telkom, Heri Supriadi dalam presentasinya pada kegiatan Public Expose Live 2020 yang berlangsung secara *online* di Jakarta (27/8). Turut hadir dalam acara tersebut Direktur Digital Business Telkom Muhamad Fajrin Rasyid, Direktur Consumer Service Telkom FM Venusiana R. dan Direktur Keuangan Telkomsel Leonardus Wahyu Wasono. "Dalam kurun enam bulan berjalan tahun ini, Telkom telah memberikan kinerja yang cukup baik meski dihadapkan pada kondisi bisnis yang dinamis dan menantang serta adanya pandemi yang tentunya berdampak terhadap makroekonomi dan penurunan daya beli masyarakat. Hal ini tidak lepas dari kebijakan perusahaan untuk fokus pada lini bisnis yang memiliki profitabilitas lebih tinggi," papar Heri.

IndiHome melanjutkan momentum baiknya dengan pertumbuhan pendapatan sebesar 19,1% YoY menjadi Rp 10,4 triliun, yang didukung oleh pertumbuhan pengguna baru dan *add-ons*. Selanjutnya bisnis digital Telkomsel tumbuh 13,5% YoY menjadi Rp 31,9 triliun dan menumbuhkan kontribusinya terhadap pendapatan sebesar 72,4% dari 62,2% tahun lalu. Baik IndiHome maupun bisnis digital Telkomsel saat ini menjadi mesin pendorong pertumbuhan pendapatan bagi Perseroan.

Untuk mengembangkan bisnis *digital platform*, salah satu lini bisnis yang juga menjadi fokus perusahaan adalah *data center*. Saat ini, Telkom memiliki *data*



center di 22 lokasi dan baru saja melakukan *groundbreaking data center tier 3 & 4* yang tahap pertamanya diperkirakan dapat mulai beroperasi pada pertengahan 2021. Sementara itu, untuk mendukung aktivitas bisnis dan memastikan layanan terbaik bagi pelanggan, Telkom terus membangun infrastruktur telekomunikasi, di mana hingga akhir Juni, *fiber-based backbone* telah menjangkau 165,850 KM dan jumlah *Base Transceiver Station* (BTS) Telkomsel mencapai 228.066 unit.

Selanjutnya, bisnis Digital mencatat kinerja yang semakin baik dari tahun sebelumnya dengan pertumbuhan pendapatan hingga 12% YoY dan kontribusi sebesar 7,6% terhadap total pendapatan Perseroan. Hal ini didorong terutama oleh layanan digital B2C dan *digital platform*. Pendapatan video OTT yang tumbuh hingga 16% dari periode yang sama tahun lalu menjadi kontributor terbesar pendapatan bisnis digital, diikuti portofolio *Internet of Things* (IoT) & *Machine to Machine* (M2M). Untuk mendorong porsi pendapatan bisnis digital, perusahaan telah mengembangkan beberapa inisiatif digital, salah satunya menyediakan beragam produk dan solusi digital. Hingga akhir Juni 2020, Telkom mengelola sekitar 152 produk digital aktif dari Amoeba, Indigo, dan Tribe, yang merupakan sarana pengelolaan inovasi perusahaan.

Inisiatif digital lainnya yang dilakukan Telkom adalah pembentukan MDI Ventures pada 2015 yang beroperasi penuh pada 2016. MDI adalah inisiatif modal ventura

oleh Telkom yang menyediakan modal tahap awal (*seed capital*) hingga modal untuk pertumbuhan (*growth capital*) bagi perusahaan *startup* skala kecil dan menengah di Asia Tenggara maupun Global. MDI telah berinvestasi di 43 *startup* dari 12 negara. Beberapa waktu lalu, MDI telah mengumumkan penyaluran dana investasi baru sebesar USD 500 juta dolar untuk mendukung pengembangan *startup* dan mengembangkan kapabilitas digital perusahaan.

COVID-19 secara tidak langsung mengharuskan Telkom untuk mempercepat upaya transformasi menjadi perusahaan telekomunikasi digital. Telkom menghadirkan solusi melalui beragam layanan digital yang didukung oleh *digital connectivity* dan *digital platform* yang kuat. Untuk itu, Telkom secara berkelanjutan melakukan pembangunan infrastruktur yang dianggarkan dari belanja modal perusahaan untuk penguatan seluruh lini bisnis baik *mobile related business*, *fixed broadband*, dan bisnis lainnya.

Selain itu, adanya pandemi mengharuskan Telkom untuk melakukan tiga hal, yaitu mempercepat proses transformasi, meminimalisasi dampak pandemi terhadap bisnis serta akselerasi bisnis *platform* dan layanan digital, sehingga kedepannya Telkom tetap dapat bertahan dengan memberikan kinerja yang semakin sehat dan *profitable*.



Hadirkan Konektivitas di Seluruh Negeri Demi Wujudkan Kedaulatan Telekomunikasi

Pembangunan infrastruktur merupakan satu dari lima aspek utama yang menjadi fokus pemerintah saat ini. Infrastruktur diyakini menjadi langkah penting untuk memperkuat posisi Indonesia dalam menghadapi tantangan perubahan global. Sejalan dengan visi pemerintah tersebut, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) gencar membangun infrastruktur telekomunikasi ke seluruh negeri. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan terciptanya masyarakat digital yang lebih sejahtera dan berdaya saing.

Dengan kapabilitas yang dimiliki sebagai BUMN telekomunikasi, Telkom Group telah berkontribusi dalam membangun digitalisasi Indonesia melalui Indonesia Digital Network (IDN), yang berfokus pada pembangunan dan penyediaan konektivitas yang menghubungkan seluruh titik hingga ke pelosok. Infrastruktur telekomunikasi digital tersebut meliputi pemasangan *fiber optic* dan kabel terestrial di darat, *submarine cable* di laut, serta satelit di udara.

Hingga September 2020, sepanjang 166.343 kilometer *fiber optic* terbentang menghubungkan Sabang sampai Merauke, bahkan hingga akses komunikasi internasional. Telkom Group secara aktif turut serta dalam pembangunan

infrastruktur telekomunikasi internasional, sehingga bangsa ini memiliki kemandirian, kedaulatan terhadap akses informasi dan telekomunikasi global, serta menyejajarkan Telkom dengan operator telekomunikasi global. Lebih dari 34 ribu tower turut memperkuat akses telekomunikasi di darat. Demi menjangkau titik-titik yang belum terjangkau oleh *fiber optic*, seperti kawasan Terdepan, Terluar dan Tertinggal (3T), Telkom Group mengoperasikan tiga satelit yang dimilikinya (Satelit Telkom 2, Telkom 3S, dan Merah Putih) dengan total 133 transponder.

Pada layanan *mobile*, Telkom Group melalui Telkomsel selaku anak usaha telah berhasil membangun secara masif layanan seluler melalui lebih dari 200 ribu *Base Transceiver Station* (BTS) yang tersebar, dimana 90 ribu diantaranya merupakan BTS 4G. Ini artinya hampir seluruh wilayah NKRI, sudah dapat menikmati layanan seluler, termasuk layanan 4G LTE dari Telkomsel yang telah menjangkau hingga 95% populasi dan seluruh IKK di Indonesia.

Di sisi lain, Telkom Group juga menyediakan konektivitas untuk kalangan rumah tangga melalui IndiHome. Layanan *triple play* ini telah menjangkau 496 kabupaten/kota,

5.115 kecamatan, dan 34.285 kelurahan/desa, dengan jumlah 7,8 juta pelanggan. IndiHome secara konsisten memperluas dan memperkuat jaringannya hingga pulau terluar, seperti Pulau Rote yang dikenal sebagai salah satu titik terluar di Indonesia.

“Dengan semangat menghadirkan pemerataan akses telekomunikasi dan informasi, layanan *fixed broadband* dan seluler ini dapat dinikmati mulai dari kota besar hingga yang berada di kawasan 3T pun dapat merasakan manfaatnya dan memperoleh akses informasi yang sama porsinya,” ujar Direktur Network & IT Solution Telkom Herlan Wijanarko.

Dengan meratanya infrastruktur telekomunikasi hingga ke pelosok Indonesia, tentunya dapat mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat, terutama UMKM selaku salah satu aspek penting yang berperan dalam akselerasi ekonomi. Masyarakat dapat menggunakan jaringan telekomunikasi untuk menjalankan bisnisnya sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas tidak hanya di dalam negeri, akan tetapi juga menjangkau pasar internasional, sehingga mampu meningkatkan daya saingnya.

Kementerian BUMN Apresiasi Langkah Strategis Konsolidasi Menara Telkom Group

Kementerian BUMN menyambut baik dan mengapresiasi langkah strategis PT Telkom Indonesia (Persero)

Tbk (Telkom) dalam rangka penataan portofolio infrastruktur bisnis menara dengan ditandatanganinya Perjanjian Jual Beli (*Sale and Purchase Agreement/SPA*) antar anak usaha Telkom yaitu dari PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) ke PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) untuk pengalihan kepemilikan sebanyak 1.911 menara telekomunikasi yang dilakukan pada (20/10) di Telkomsel Smart Office, Jakarta. Penandatanganan SPA ini dilakukan oleh Direktur Utama Mitratel Theodorus Ardi Hartoko dan Direktur Utama Telkomsel Setyanto Hantoro yang disaksikan secara langsung oleh Wakil Menteri BUMN II Kartika Wirjoatmodjo, Komisaris Utama Telkom Rhenald Kasali, Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah, serta jajaran direksi Telkom, Telkomsel dan Mitratel. SPA ini menandai selesainya tahap pertama dari rencana pengalihan 6.050 menara telekomunikasi milik Telkomsel kepada Mitratel.

“Hal ini merupakan salah satu langkah besar restrukturisasi portofolio Telkom Group untuk *unlocking value* yang sejalan dengan fokus Kementerian BUMN dalam melakukan restrukturisasi untuk mengembalikan BUMN ke *core business* masing-masing dengan tujuan untuk *value creation* yang baik dan membangun *competitiveness*,” ungkap Wakil Menteri BUMN II Kartika Wirjoatmodjo.

Lebih lanjut Kartika Wirjoatmodjo menambahkan, “Telkom sebagai *strategic asset* bagi Kementerian BUMN dan Indonesia perlu memiliki *sustainable value creation*. Setidaknya ada lima aspek yang perlu diterapkan di Telkom Group, antara lain adanya teknologi *leadership* di setiap komponen, *business model* yang menghasilkan *sustainable profitability*, *customer experience* baik B2C (*Business to Consumer*) maupun B2B (*Business to Business*), *corporate structure* yang efektif, serta *value creation*. Ini dapat mendukung rencana jangka panjang Telkom untuk menjadi *digital telco* terdepan dan *market cap* yang semakin baik. Dari sisi Mitratel diharapkan dapat mengelola aset dengan standar terbaik sehingga dapat meningkatkan *tenancy ratio* dan menjadi perusahaan tower terdepan,” ujar Kartika.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah mengatakan, pengalihan kepemilikan menara ini merupakan salah satu langkah Telkom Group dalam menata infrastruktur demi mengakselerasi transformasi perusahaan menjadi *digital telco*. Telkom Group terus membangun kapasitas untuk menjadi perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia dan kawasan dengan memperkuat ekosistem digital melalui konsolidasi internal, sinergi BUMN, inovasi dan terbuka terhadap setiap

peluang kerjasama strategis yang saling menguntungkan dengan berbagai *global partner*.

“Telkom berkomitmen mentransformasikan bisnis dengan cepat dari *leading player* layanan *digital connectivity* menuju *Digital Telco* dengan mengakselerasi potensi layanan *digital services* dan *digital platform*. Hal ini akan menjadikan Telkom tetap bertahan dan tumbuh di tengah gempuran perusahaan digital dan tetap sejalan dengan perubahan *lifestyle* masyarakat penggunaannya,” ungkap Ririek.

Terkait pengalihan kepemilikan 6.050 menara telekomunikasi Telkomsel ke Mitratel dilakukan secara bertahap hingga ditargetkan selesai pada akhir triwulan pertama tahun 2021. Dengan adanya transaksi ini, terhitung sejak terpenuhi segala kewajiban berdasarkan perjanjian dan ditandatanganinya akta pengalihan antara para pihak, Mitratel yang merupakan anak usaha Telkom yang bergerak di bidang penyediaan infrastruktur telekomunikasi akan memiliki lebih dari 22.000 menara telekomunikasi yang tersebar di berbagai wilayah dan melayani semua operator seluler di Indonesia.



Akselerasi Akses Informasi di Seluruh Negeri, Jaga Momentum di Tengah Pandemi

Merebaknya pandemi COVID-19 memberikan pengaruh yang sangat besar bagi seluruh negara di dunia. Hampir semua aktivitas para pelaku bisnis dari berbagai aspek industri terkena dampak pandemi dan dituntut mampu beradaptasi agar dapat bertahan. Meski demikian, ada juga beberapa sektor industri yang memiliki peluang dan prospek yang cukup baik untuk memberikan layanan terbaik kepada masyarakat, di antaranya industri kesehatan, makanan, *e-commerce*, dan *Information & Communication Technology* (ICT).

Sebagai BUMN yang bergerak di bidang telekomunikasi, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) menjadi satu dari sekian banyak pelaku bisnis ICT yang diharuskan untuk beradaptasi di tengah disrupsi pandemi ini. Setelah mencanangkan diri untuk bertransformasi menjadi perusahaan telekomunikasi digital (*digital telco*) sejak tahun lalu, adanya pandemi COVID-19 memberikan ruang akselerasi digital sehingga mengharuskan perusahaan untuk mempercepat upaya transformasi tersebut.

Peluang ini tentunya menjadi momentum Telkom, tidak hanya untuk bertahan memberikan kinerja yang cemerlang tapi juga untuk melahirkan inovasi melalui produk dan layanan digital untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat yang turut mengalami pergeseran.

Pandemi secara tidak langsung mengubah gaya hidup dan kebutuhan masyarakat. Di Indonesia sendiri contohnya, demi meminimalisir penyebaran virus, Pemerintah menerapkan kebijakan PSBB sehingga kegiatan aktivitas belajar dan bekerja dilakukan dari rumah. Kondisi ini menyebabkan pergeseran kebutuhan masyarakat, di mana internet menjadi kebutuhan yang sangat penting saat ini. Telkom melalui infrastruktur, *platform*, dan layanan digitalnya menangkap peluang ini dan menjadi *enabler* untuk setiap aktivitas masyarakat di masa pandemi," ujar Direktur Keuangan Telkom, Heri Supriadi di Jakarta (23/10).

Untuk itu, Telkom secara kontinyu terus melakukan pembangunan infrastruktur yang dianggarkan dari belanja modal perusahaan (*capital expenditure*), yang akan dimanfaatkan untuk penguatan seluruh lini bisnis, baik *mobile related business*, *fixed broadband*, dan bisnis lainnya. Meski terjadi persaingan yang tinggi dan juga turunnya *bisnis legacy*, layanan digital Telkom mampu tumbuh dan mengkompensasi penurunan dari bisnis *legacy*, bahkan disebut menjadi penopang bisnis kinerja perusahaan.

Telkom secara konsisten terus mengembangkan talenta digital unggulan, mendorong kemampuan digital, dan

tingkat adopsi digital bangsa serta mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

Dalam peningkatan *digital capabilities* dan pengembangan bisnis, Telkom secara cermat mengidentifikasi dan tepat memilih strateginya, dengan konsep *Build* (mengembangkan dari kompetensi internal), *Borrow* (*partnership*), *Buy* (akuisisi) dengan konsiderasi *value proposition* perusahaan. Telkom juga turut serta dalam mengembangkan ekosistem digital melalui sarana inkubasi seperti Amoeba dan Indigo serta mendukung investasi *startup* melalui MDI Ventures.

"Di Indonesia, digitalisasi menjadi hal yang sangat besar manfaatnya dalam mendukung berbagai aktivitas. Untuk itu, kami berupaya untuk hadir di setiap aspek kehidupan masyarakat dan mendukung kebutuhannya. Meski di tengah pandemi, dengan kerja keras dan semangat untuk terus berinovasi, kami berharap dapat terus menjaga momentum perusahaan untuk memberikan yang terbaik kepada masyarakat dan negara melalui kinerja produk dan layanan terbaik demi mendukung digitalisasi Indonesia," tutup Heri Supriadi.



Kanal Berita SEA Today Siap Membawa Indonesia Mendunia

Berepatan dengan peringatan Hari Sumpah Pemuda, Menteri BUMN Erick Thohir dan Menteri Pariwisata & Ekonomi Kreatif RI melakukan *soft launching* dan menyaksikan penayangan perdana kanal berita berbahasa Inggris, *Southeast Asia Today* atau SEA Today di Jakarta (28/10). Turut hadir dalam acara tersebut Wakil Menteri BUMN II Kartika Wirjoatmodjo, Komisariss Utama Telkom Rhenald Kasali dan Direktur Utama PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) Ririek Adriansyah beserta jajaran. SEA Today merupakan kanal berita dengan target *audiens* publik internasional yang dikelola oleh PT Metra Digital Media (MDM) selaku anak usaha Telkom yang bergerak di bidang *digital content media*.

Dalam sambutannya, Menteri BUMN Erick Thohir mengapresiasi dukungan Telkom melalui kehadiran SEA Today. "Sudah saatnya kita sampaikan berita yang benar mengenai Indonesia kepada dunia. Sudah saatnya kita dipandang dunia. Sudah saatnya kita bangkit, seperti para pemuda yang bangkit menyatukan Indonesia di 28 Oktober 1928," ungkapnya. Erick Thohir mengaku, selama ini informasi positif tentang Indonesia masih kurang tersampaikan, sehingga persepsi dunia internasional menjadi kurang baik. Hal senada juga disampaikan oleh Menteri Pariwisata & Ekonomi Kreatif RI. "SEA Today ini dapat menjadi sarana baru untuk

memperkuat komunikasi publik mengenai Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia ke khalayak internasional.

Diharapkan kanal ini dapat menjadi perpanjangan info mengenai potensi alam, budaya dan ekonomi kreatif yang dapat menarik minat wisatawan hingga investor asing. Tantangannya ke depan adalah bagaimana kita mengemas materi tersebut menjadi sebuah konten komunikasi yang menarik untuk disampaikan," ujarnya menambahkan.



SEA Today disiarkan melalui berbagai kanal digital, seperti TV Interaktif IndiHome, aplikasi UseeTV GO, Maxstream, SEA Today, website UseeTV.com, YouTube SEA Today News dan *website* www.seatoday.com. Tayangan perdana yang disiarkan secara langsung adalah SEA Morning Show, yang hadir setiap hari pukul 06.00 - 09.00 WIB. Disajikan berbahasa Inggris, SEA Morning Show membuka pagi dengan peristiwa terkini, laporan langsung dari tempat

kejadian, *talkshow*, *performance & features* dari Indonesia, Asia Tenggara dan dunia.

"SEA Today merupakan bagian dari upaya Telkom Group melalui anak usahanya, MD Media dalam melakukan ekspansi bisnis khususnya *digital content provider*. Semoga SEA Today dapat menjadi kanal yang membawa nama Indonesia mendunia, memberikan berita yang bukan hanya cepat, tetapi juga tepat dan akurat," jelas Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah.

SEA Today direncanakan akan didistribusikan ke mancanegara melalui kemitraan dengan media internasional di 10 negara, beberapa di antaranya adalah Amerika Serikat, Inggris, dan Korea Selatan. Ke depannya, Telkom membuka peluang kerja sama dengan *content provider* demi memperkaya dan meningkatkan kualitas konten, termasuk juga *media partner* untuk memperluas jangkauan.

Kehadiran SEA Today diharapkan dapat menjadi media baru untuk menampilkan citra positif Indonesia serta membuka mata dunia akan potensi dan prestasi, baik dari sisi kekayaan alam, masyarakat maupun budaya, serta peluang peningkatan investasi. Semoga hal ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan berbagai industri di Indonesia dan perekonomian nasional.



Laporan Keuangan Telkom Kuartal III/2020, Telkom Mencatat Pertumbuhan Laba Bersih Positif di Tengah Pandemi

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) menutup kuartal III/2020 dengan kinerja yang sehat dan tingkat profitabilitas yang terjaga. Di tengah kondisi pandemi COVID-19, Perseroan membukukan pendapatan konsolidasi sebesar Rp99,94 triliun pada sembilan bulan pertama tahun 2020. EBITDA (*Earnings Before Interest Tax Depreciation Amortization*) Perseroan meningkat 7,1% menjadi Rp 53,59 triliun dengan EBITDA margin yang menguat signifikan 4,9ppt dari periode yang sama tahun lalu menjadi 53,6%. Laba bersih tercatat sebesar Rp16,68 triliun atau tumbuh sebesar 1,3% dengan margin laba bersih yang juga lebih baik dibanding periode yang sama tahun lalu menjadi 16,7% dari sebelumnya 16,0%.

Direktur Utama Telkom, Ririek Adriansyah mengatakan, "Dalam kurun sembilan bulan berjalan di tahun 2020, Telkom mampu mencatat kinerja yang baik dan sehat dengan terus fokus pada peningkatan layanan dan tingkat profitabilitas. Pencapaian ini tidak lepas dari kontribusi IndiHome yang menjadi salah satu mesin utama pertumbuhan pendapatan Perseroan, selain bisnis *mobile data* yang tetap tumbuh dengan baik. Hal ini sejalan dengan fokus

bisnis perusahaan pada tiga domain bisnis digital, yakni *digital connectivity*, *digital platform*, dan *digital services*."

Telkomsel, entitas anak Telkom pada segmen bisnis *Mobile*, mencatat pertumbuhan bisnis digital yang baik sebesar 10,6% menjadi Rp47,66 triliun dengan kontribusi yang semakin meningkat menjadi 73,2% dari total pendapatan Telkomsel. Pencapaian ini didorong oleh lebih dari 170 juta pelanggan, dengan pelanggan *mobile data* sebanyak 117,3 juta (tumbuh 4,6% YoY). Hal ini mendorong konsumsi layanan data tumbuh 42,5% dari periode yang sama tahun lalu dan menjadi katalis bagi peningkatan ARPU data. Begitupun dengan lalu lintas data yang juga meningkat 39,6% menjadi 6.681.637 TB.

Layanan *fixed broadband triple play*, IndiHome mencatat kinerja yang semakin kuat baik dari segi finansial maupun operasional dan menjadi salah satu lini bisnis andalan Perseroan ke depan. IndiHome mencatat pendapatan sebesar Rp16,1 triliun atau tumbuh 17,1% dari periode yang sama tahun lalu. Pelanggan IndiHome tumbuh 752 ribu hingga akhir

kuartal tiga 2020 atau mencapai total lebih dari 7,76 juta pelanggan dan semakin optimis untuk mencapai target 8 juta pelanggan di akhir tahun ini.

Di sisi lain, fundamental bisnis segmen Enterprise semakin sehat, di mana Telkom menerapkan kebijakan dengan berfokus pada lini bisnis yang memiliki profitabilitas lebih tinggi.

Selanjutnya, segmen *Wholesale & International Business* menunjukkan kinerja yang baik, dengan peningkatan pendapatan sebesar 24,9% YoY menjadi Rp10,2 triliun. Pencapaian ini terutama didorong oleh peningkatan bisnis menara telekomunikasi dan *Voice Wholesale*. Pada akhir Oktober 2020, Perseroan melakukan penataan portofolio bisnis menara telekomunikasi melalui pengalihan kepemilikan 6.050 menara Telkomsel ke Mitratel. Hal ini bertujuan untuk menciptakan *value generator* bagi bisnis menara telekomunikasi yang potensial untuk menyambut kehadiran teknologi 5G dan menjadikan Mitratel sebagai *leading tower provider* di Indonesia.

Adapun Direktur Keuangan Telkom Heri Supriadi menambahkan, "Di tengah pandemi COVID-19, Telkom berkomitmen untuk terus berinvestasi guna mengakselerasi bisnis digital serta memberikan produk dan layanan terbaik bagi masyarakat. Hingga kuartal III 2020, Telkom telah membelanjakan Capex sebesar Rp17,9 triliun yang sebagian besar untuk penguatan infrastruktur guna meningkatkan kualitas layanan. Dengan investasi yang terjaga, kami optimis dan berharap dapat menutup tahun 2020 dengan kinerja yang kian sehat dan profitabilitas yang baik," ungkapnya.

"Situasi pandemi yang diperkirakan masih akan berlangsung memberikan ruang bagi akselerasi digital. Telkom melihat peluang ini untuk menghadirkan solusi melalui beragam layanan digital yang didukung oleh *digital connectivity* dan *digital platform* yang kuat. Telkom akan terus berinovasi memberikan produk dan layanan digital, tidak hanya untuk memberikan pengalaman digital terbaik bagi masyarakat tapi juga untuk menggerakkan perekonomian nasional," demikian pungkas Ririek.

25 Tahun Dual Listing di Bursa Dunia, Telkom Percepat Transformasi Digital Menuju Indonesia Maju



PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) telah melewati 25 tahun *dual listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan New York Stock Exchange (NYSE). Pada 14 November 1995, Telkom melakukan penawaran saham perdananya ke publik atau *initial public offering* (IPO) tidak hanya di bursa Indonesia tapi juga bursa internasional di Amerika Serikat. Dengan ini, Telkom berhasil membuktikan diri sebagai perusahaan dengan kinerja baik dan berkesinambungan dengan memenuhi standar internasional.

Bertempat di Telkom Landmark Tower, Telkom melaksanakan Peringatan 25th Telkom IPO Anniversary yang dihadiri oleh Menteri BUMN RI Erick Thohir, Deputi Komisioner Pengawas Pasar Modal I Otoritas Jasa Keuangan Djostini Septiana, Direktur Utama Bursa Efek Indonesia Inarno Djajadi, Komisaris Utama Telkom Rhenald Kasali, Direktur Utama Pos Indonesia Faizal R. Djoemadi dan perwakilan dari Museum Rekor – Dunia Indonesia serta para pelaku sejarah IPO Telkom. Dalam acara ini dilakukan penyerahan sertifikat 25th IPO Telkom dari Direktur Utama BEI dan penyerahan edisi perdana Prangko Prisma 25th IPO Telkom dari Direktur Pos Indonesia kepada Direktur Utama Telkom. Selanjutnya, prangko prisma tersebut diserahkan kepada para pelaku sejarah yang berperan dalam IPO Telkom. Telkom juga memperoleh piagam penghargaan rekor MURI dengan *title* "Perusahaan Indonesia sebagai Emiten di 2 Bursa Saham Dalam dan Luar Negeri yang Berkesinambungan Terlama".

Menteri BUMN RI Erick Thohir dalam sambutannya mengatakan bahwa Telkom adalah perusahaan terbesar yang dimiliki BUMN secara infrastruktur dan dinilai mampu mendorong perubahan. Pada kondisi saat ini, investor percaya kepada perusahaan yang memiliki strategi jangka panjang dan mampu beradaptasi terhadap perubahan, terutama di industri yang digeluti Telkom. Untuk itu, Erick berpesan agar Telkom tetap konsisten bekerja, menjaga kekompakan dan terus mengawal transformasi demi mencapai kapitalisasi pasar yang lebih tinggi lagi.

Sebelumnya pada hari yang sama, Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah didampingi Direktur Utama Bursa Efek Indonesia Inarno Djajadi melakukan *opening bell* pembukaan perdagangan saham di BEI menandai peringatan 25th Telkom IPO. Turut hadir pada kesempatan tersebut Komisaris Utama Telkom Rhenald Kasali dan Direktur Keuangan Telkom Heri Supriadi.

"Menjadi perusahaan *dual-listing*, menunjukkan komitmen kami pada kepatuhan terhadap aturan dan perundangan yang berlaku sesuai dengan semangat *good corporate governance*, yang sekaligus juga menunjukkan kredibilitas sebagai perusahaan publik. Terima kasih kepada para pendahulu kami yang telah memperjuangkan Telkom untuk *go public* di dua bursa saham dunia, kemudian kepada para *stakeholder* atas kepercayaannya kepada Telkom selama ini," ujar Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah dalam acara peringatan 25th Telkom IPO Anniversary di Jakarta (19/11). Ririek menambahkan bahwa selama 25 tahun terakhir tercatat di BEI dan NYSE, saham Telkom mampu memberikan kapitalisasi pasar yang terus tumbuh hingga sekitar 12 kali lipat serta telah melakukan dua kali *stock split*, yakni di tahun 2004 dan 2013.

Vice President of Listings and Services NYSE, Chris Taylor melalui video testimonia menyucapkan selamat atas peringatan 25

tahun *dual listing* Telkom di BEI dan NYSE. Chris mengatakan bahwa langkah IPO yang dilakukan Telkom merupakan momen yang sangat penting tidak hanya di Indonesia tapi juga di Asia Tenggara. "Kami bangga dan berterimakasih karena Telkom menjadi anggota dari NYSE, *the greatest community of companies in the world*," ujarnya.

Sebagai wujud rasa syukur, Telkom memaknai 25th Telkom IPO Anniversary dengan menyelenggarakan dua program CSR berupa penyerahan bantuan dengan total bantuan lebih dari Rp10 miliar. Pertama, bantuan untuk Desa Simego yang merupakan *pilot project* Program Penyediaan Akses Internet Wilayah 3T melalui teknologi VSAT Mangoesky. Kedua, Program Wirakriya Milenial 2020 yang merupakan pelatihan webinar bagi 1.000 calon wirausaha milenial yang berada di lima destinasi wisata super prioritas Indonesia, yaitu Borobudur, Danau Toba, Likupang, Labuan Bajo, dan Mandalika.

"Momen 25 tahun IPO ini menjadi motivasi baru Telkom untuk terus memberikan yang terbaik tidak hanya dari aspek kinerja perusahaan tetapi juga mempercepat untuk menjadi *digital telco* pilihan utama masyarakat yang sejalan dengan perubahan *landscape* industri. Kami berharap seluruh lapisan masyarakat senantiasa mendukung upaya mengantarkan bangsa dan negara menuju era digital dan bersama mewujudkan Indonesia maju dan sejahtera," tutup Ririek.



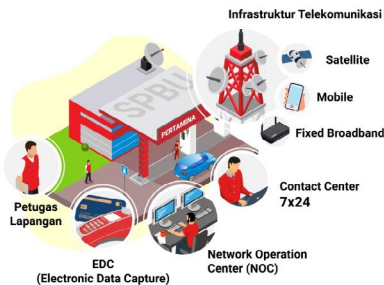
Telkom Tuntaskan Digitalisasi SPBU di Seluruh Indonesia

Digitalisasi SPBU Ready for Use

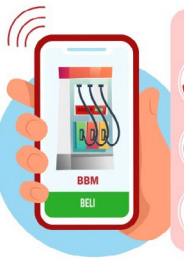
Digitalisasi SPBU merupakan program sinergi BUMN Pertamina dan Telkom dalam membangun sistem monitoring distribusi dan transaksi penjualan BBM di setiap SPBU secara real-time untuk peningkatan standar layanan dan operasional.

Dukungan Layanan Telkom

Selain digitalisasi SPBU, Telkom menghadirkan konektivitas dan kualitas layanan prima yang menjamin operasionalisasi SPBU yang telah terdigitalisasi berjalan dengan baik.



Manfaat Digitalisasi



BPH MIGAS/Pertamina

- Monitoring Penyaluran dan Stock BBM
- Monitoring Transaksi Seluruh Produk BBM
- Penyaluran BBM Bersubsidi Tepat Sasaran

Masyarakat

- Aplikasi MyPertamina Memudahkan masyarakat mengetahui informasi mengenai BBM serta program loyalty.
- Cashless Transaction Transaksi di SPBU menjadi lebih cepat dan mudah.
- Optimalisasi Anggaran Negara bagi masyarakat yang tepat volume dan tepat sasaran.

Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat serta memastikan penyaluran Bahan Bakar Minyak (BBM) berjalan efektif dan efisien, PT Pertamina (Persero) bersama PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) menuntaskan program digitalisasi SPBU di seluruh Indonesia. Digitalisasi SPBU merupakan sistem *monitoring* distribusi dan transaksi penjualan BBM di setiap SPBU secara *real-time* untuk peningkatan standar layanan dan operasional. Melalui digitalisasi ini, Pertamina dapat memantau kondisi stok dan penjualan BBM, transaksi pembayaran di SPBU serta pengelolaan penyaluran BBM bersubsidi. Di samping itu, seluruh data digitalisasi tersebut dapat diakses secara langsung oleh sejumlah pihak berwenang, seperti Kementerian ESDM, Kementerian BUMN, Kementerian Keuangan, serta BPH Migas sehingga dapat saling mendukung untuk pengawasan penyaluran BBM termasuk yang bersubsidi, yaitu Bio Solar (B30) dan penugasan, yaitu Premium.

Beberapa fitur yang dapat diperoleh dari digitalisasi SPBU meliputi program *prepurchase* (bayar dulu baru isi BBM), *cashless* program dengan menggunakan *digital payment*, pencatatan nomor polisi kendaraan yang melakukan pengisian

dalam sambutannya pada Malam Puncak Penghargaan BPH Migas dan Penyerahan Sertifikat ISO 37001 yang bertepatan dengan HUT BPH Migas ke-17 menyampaikan terkait digitalisasi SPBU yang dijalankan Telkom dan Pertamina. "Kita sudah membuat program digitalisasi untuk semua penyalur sehingga pengawasan BPH akan lebih efektif ke depan. Sampai dengan saat ini hampir 100% ATG dan EDC sudah dipasang, hasil kerjasama Telkom dan Pertamina. Ini juga merupakan upaya agar APBN yang diberikan kepada subsidi bisa tepat volume dan tepat sasaran," ungkap M. Fanshurullah Asa.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah mengatakan, "Penyelesaian digitalisasi SPBU merupakan momen penting bagi Telkom dalam menghadirkan sebuah sistem yang terintegrasi dalam penyaluran BBM. Digitalisasi SPBU ini tentunya memberikan banyak manfaat yang dapat dirasakan tidak hanya bagi Pertamina sebagai penyalur BBM, tapi juga pemerintah dan masyarakat."

Ririek juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak atas apresiasi yang diberikan kepada Telkom pada acara Malam Puncak Penghargaan BPH Migas dan Penyerahan Sertifikat ISO 37001.

BBM subsidi, serta *profiling customer* yang berbasis *loyalty program* aplikasi MyPertamina, di mana masyarakat akan memperoleh kemudahan dalam melakukan transaksi dan mengetahui ketersediaan BBM yang dibutuhkan.

Kepala BPH Migas M. Fanshurullah Asa

"Terima kasih kami sampaikan kepada Kementerian ESDM atas kepercayaan yang diberikan kepada Telkom bersama Pertamina sebagai pelaksana program digitalisasi SPBU. Terima kasih kepada BPH Migas sehubungan apresiasi yang diberikan kepada Telkom atas kontribusi dalam mendorong pertumbuhan kegiatan usaha di sektor Hilir Migas. Tentunya terima kasih juga kepada Pertamina selaku operator atas kepercayaan dan sinergi yang baik dalam mengimplementasikan digitalisasi SPBU. Ke depannya Telkom akan terus hadir memberikan digitalisasi baik bagi BUMN maupun korporasi lainnya di Indonesia, seperti yang dicanangkan pemerintah," tambah Ririek.

Kolaborasi dua BUMN yang berbeda sektor ini dimulai sejak penandatanganan kerjasama digitalisasi SPBU sebagai tindak lanjut dari penugasan Kementerian ESDM kepada Pertamina untuk menggunakan sistem pencatatan penyaluran BBM subsidi secara elektronik sampai di ujung titik serah penyalur (*nozzle*). Dalam kurun waktu dua tahun berjalan, program ini telah selesai diimplementasikan dan manfaatnya telah dirasakan oleh berbagai *stakeholder* terkait, masyarakat hingga pemerintah.

Telkom mendukung program digitalisasi SPBU Pertamina ini meliputi penyediaan infrastruktur telekomunikasi baik melalui jaringan *fixed*, *mobile*, dan satelit; penyediaan perangkat Electronic Data Capture (EDC); penyiapan 290 agen *contact center* dan 600 petugas lapangan untuk melayani pengaduan gangguan SPBU; serta pembuatan *command center* untuk memantau perangkat di SPBU secara proaktif.

"Dengan adanya digitalisasi tidak hanya di SPBU tapi juga industri lain, diharapkan dapat meningkatkan *value* BUMN maupun korporasi serta mendukung *cashless transaction* di lingkungan masyarakat sehingga nantinya mampu memperkuat ekonomi digital Indonesia," tutup Ririek.



IoT Telkom Didukung Teknologi Long Range LoRa 920-923 MHz

Digitalisasi di segala lini kehidupan tidak bisa dihindari lagi. Telkom memiliki beragam solusi IoT untuk berbagai pemanfaatan yang berbeda. Mulai dari digitalisasi gedung, industri, kawasan, ekosistem sampai dengan kota pun tidak luput dari misi digitalisasi Telkom.

Dalam kegiatan Webinar *Smart Utility* yang diselenggarakan oleh Universitas Indonesia pada hari Kamis tanggal 17 Desember 2020 yang lalu dengan bertemakan “Percepatan Digitalisasi Indonesia dengan *Smart Utility* Berbasis Konektivitas yang Murah dan Handal”, Direktur Enterprise & Business Service PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) Edi Witjara menyampaikan beberapa contoh penerapan digitalisasi yang telah dilakukan oleh Telkom untuk mendukung digitalisasi Indonesia, dimana salah satu fokusnya adalah penggunaan IoT.

“Potensi penerapan digitalisasi melalui IoT ini sangat banyak. Tak hanya mencakup operasional, tetapi juga efisiensi produktivitas, kualitas layanan yang lebih baik, juga aksesibilitas yang lebih mudah,” tambah Edi. Potensi yang dimaksud, salah satunya adalah UMKM. Disebutkan, dari 63 juta UMKM yang ada di Indonesia, baru 50 persen yang mengadopsi teknologi digital. Padahal UMKM sudah dipastikan dapat memberikan kontribusi sebesar 61 persen pada pendapatan per kapita negara.

Sedangkan untuk industri, semua lini industri sangat berpotensi. Misalnya industri pertanian, dimana IoT bisa menargetkan 40 juta petani membuka akses, tak hanya akses pasar tetapi juga peningkatan produksi dengan menggunakan IoT.

Untuk industri pertanian, Telkom memiliki *Precision Farming System*. Teknologi LoRa (*Long Range*) memungkinkan konektivitas, analitik real-time, pelaporan geolokasi dan lainnya, seperti data kondisi tanah, cuaca, tumbuhan, dan hewan. Semua data dikumpulkan dengan sensor yang dilengkapi teknologi LoRa. Dari sini, petani bisa memperoleh informasi mengenai tanah dan hasil tanam, termasuk peringatan dini, melalui perangkat seluler atau PC.

LoRa/LoRaWAN merupakan teknologi transmisi data jarak jauh untuk perangkat IoT yang di-*deliver* oleh Telkom yang hemat baterai dan berjalan di frekuensi 920-923 MHz. Teknologi ini sangat bisa diandalkan dengan hasil efisiensi yang tinggi yang digunakan untuk implementasi IoT.

Dengan layanan LoRa ini, sebanyak 158 juta perangkat telah terhubung ke jaringan di 92 negara dan jumlahnya terus berkembang karena digunakan untuk konektivitas *smart home*, *smart farming* sampai *smart city*. LoRa sendiri memiliki jangkauan jarak 5 kilometer di daerah padat penduduk dan 15 kilometer di daerah pedesaan. Konsumsi daya-nya pun rendah sehingga memungkinkan peralatan IoT berbasis baterai bisa bertahan sampai 10 tahun lebih. Selain *Precision Farming*, beberapa solusi IoT Telkom yang menggunakan LoRa adalah pemantauan level kedalaman air, dimana sensor akan memonitor level air secara periodik untuk kemudian dilakukan analisa.

Pada kesempatan yang sama dalam kegiatan Webinar *Smart Utility* UI, Senior Executive Account Manager Telkom Meyer Silaban mengatakan bahwa Telkom memiliki

banyak solusi IoT yang bisa digunakan oleh para penyedia layanan publik, seperti PLN, PGN dan PDAM untuk mempercepat proses digitalisasi.

“Kami memiliki konektivitas yang efisien dan handal. LoRa menjadi salah satu solusi yang paling efisien dan murah yang bisa digunakan. Untuk kisaran perhitungannya, per pelanggan bisa dikenakan hanya Rp 2.000,- sampai Rp 3.000,- per bulan. Tentu saja, ini dapat me-*reduce* biaya-biaya yang dikeluarkan untuk implementasi perangkat *smart home* ke pelanggan PLN, PGN maupun PDAM,” ujar Meyer.

Baru-baru ini, Telkom juga telah bekerja sama dengan PDAM Kabupaten Bandung untuk mendigitalisasikan pusat pengolahan air minum di sana melalui uji coba *Smart Metering*. Selain itu, teknologi IoT Telkom ini juga telah digunakan di beberapa wilayah di Indonesia dan beberapa perusahaan besar. Seperti *smart meter* listrik di Kabupaten Musi Banyuasin, penyediaan teknologi *Covid Vaccine Monitoring System* untuk proses distribusi vaksin Covid-19, layanan kesehatan berbasis aplikasi bernama *My Cardio* dan masih banyak lagi.

Dengan adanya penerapan digitalisasi di semua sektor, Telkom terus berupaya untuk selalu bisa menjadi motor penggerak Indonesia memicu pergerakan perekonomian masyarakat sehingga mampu menghantarkan bangsa Indonesia menjadi bangsa yang lebih baik.



Wujudkan Customer Experience Excellence di Era New Normal, Telkom Group Kembali Gelar Customer Experience Summit 2020

Pesatnya perubahan aktivitas masyarakat akibat pandemi Covid-19 menuntut pelaku usaha melakukan akselerasi digital dalam setiap proses bisnis yang mendukung kinerja perusahaan. Termasuk salah satunya mengubah strategi bisnis guna meningkatkan *customer experience*. Untuk menghadapi perubahan dalam era *new normal*, Telkom Group kembali menggelar event CX (Customer Experience) Summit 2020 bertajuk “*Sustaining Business by Delivering CX Excellence in The New Normal Era*” yang berlangsung pada tanggal 10-11 Desember 2020. Event CX Summit yang diselenggarakan melalui *online virtual conference*, dihadiri oleh lebih dari 500 peserta dari berbagai industri, baik pelanggan *Enterprise, Government, SMB, Wholesale* dan Internasional.

CX Summit 2020 dirancang untuk memberikan wawasan dan pemahaman tentang bagaimana mencapai masa depan CX transformasional dengan lebih baik khususnya dalam menghadapi *The New Normal Era*. Dalam penyelenggaraannya, event CX Summit merangkai jalannya acara melalui dua agenda utama, yakni agenda pertama *The Summit – “Utilize Data Analytics to Enhance B2B Customer Experience”* dan agenda kedua, *The Masterclass – “Understanding Your Customer’s Journey”*.

Meski dilaksanakan secara *online*, event ini tetap menghadirkan pembicara dan panelis yang kompeten di bidangnya, antara lain Komisaris PT Telkom Indonesia Ismail, Direktur Enterprise & Business Service Telkom Edi Witjara, Direktur Digital Business Telkom Muhamad Fajrin Rasyid, Deputy EVP

CX & SOE Digitalization BUMN Telkom Sri Safitri, Direktur Sales & Operation Infomedia Riri Amalas Yulita, Senior Vice President Center of Digital BCA Reni Septiana, Lead Client Service Partner Deloitte Risk Advisory Brian Indra Djaja, Director Deloitte Risk Advisory Irina Putri dan Mark Woodley, Country Head of Customer Experience Grab Indonesia Cut Noosy, Director and Principal Consultant Somia CX Ketut Sulistiyawati, Founder Drone Emprit Ismail Fahmi, serta Vice President of Customer Excellence Tokopedia Rudy A. Dalimunthe.

Dalam *opening remarks*-nya, Direktur Enterprise & Business Service Telkom Edi Witjara menyampaikan tiga prioritas transformasi digital B2B untuk mencapai *customer experience excellence* di era *new normal* melalui *digital excellence, contactless*

engagement, serta *dynamic customer insight*. Menurut Edi, solusi bagi perusahaan ketika tidak lagi bisa melakukan kontak langsung dengan pelanggan, yaitu dengan memanfaatkan *contactless engagement* melalui pengembangan teknologi *cloud*. Selain itu, *digital excellence* juga dapat diterapkan melalui penggunaan dan dukungan teknologi canggih seperti *Artificial Intelligence (AI)*, *Virtual Reality (VR)* dan *Augmented Reality (AR)*. Edi juga menyampaikan bahwa saat ini Telkom melihat pelanggan memiliki sifat yang dinamis sehingga setiap perusahaan perlu memahami kebutuhan para pelanggannya dengan sangat baik.

Komisaris PT Telkom Indonesia Ismail juga turut menyampaikan *keynote speech*-nya terkait bagaimana membangun daya saing selama masa ketidakpastian dan menghadapi perubahan di era *new normal*. "Pandemi Covid-19 dalam *short term* memang sangat mengganggu aktivitas bahkan merugikan banyak pihak di seluruh dunia, namun di sisi lain terdapat peluang yang besar didalamnya. Untuk itu, diperlukan strategi jangka menengah dan panjang untuk dapat ikut dalam arus perubahan ke era yang baru," ujar Ismail. Pada sesi pertama *event CX Summit 2020*, diisi oleh Lead Client Service Partner Deloitte Risk Advisory Brian Indra Djaja, Director Deloitte Risk Advisory Irina Putri dan Mark Woodley yang memaparkan terkait *data analytics for better customer experience*. Sesi kedua dilanjutkan oleh Senior Vice President Center of Digital BCA Reni Septiana dengan bahasannya mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam portofolio layanan di industri bank untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan.

Sementara, sesi ketiga diisi dengan *panel discussion* yang dipimpin oleh Deputy EVP CX & SOE Digitalization Telkom Sri Safitri sebagai moderator dan ketiga pembicara lainnya, yakni Country Head of Customer Experience Grab Indonesia Cut Noosy, Vice President of Customer Excellence Tokopedia Rudy Dalimunthe, Founder Drone Emprit Ismail Fahmi yang membahas topik terkait bagaimana para pelaku bisnis memiliki optimisme untuk dapat bangkit di era *new normal*.



Sri Safitri dalam sesi tersebut mengatakan adanya perubahan ekonomi global, teknologi, dan perilaku pelanggan membuat perusahaan dituntut untuk meningkatkan *customer experience*. Sebab, CX akan mengalahkan harga dan produk yang selama ini merupakan kunci dari diferensiator. Menurut Fitri, terdapat lima alasan setiap perusahaan perlu melakukan transformasi CX, yaitu CX dapat meningkatkan *key performance indicator* bisnis, meningkatkan *customer satisfaction*, menjadi pembeda dengan *competitor*, menginspirasi untuk kegiatan advokasi, serta membangun *strong customer relationship*.

Diakhir serangkaian *event CX Summit 2020*, Direktur Sales & Operation Infomedia Riri Amalas Yulita menyampaikan bagaimana Infomedia terus mengikuti harapan pelanggan dan memberikan *business value* yang relevan untuk mendorong akselerasi bisnis pelanggan.

Selanjutnya, di sesi hari kedua *event CX Summit 2020, The Masterclass – "Understanding Your Customer's Journey"* diawali dengan paparan yang disampaikan oleh Director and Principal Consultant Somia CX Ketut Sulistiyawati dengan topik

terkait *customer journey* dan dilanjutkan dengan *workshop Lightning Decision Jam* bersama Sprinthink dan Aidea Space guna berkolaborasi dalam menciptakan *insight* yang dapat diimplementasikan di masing-masing industri bisnis kedepannya.

Direktur Digital and Innovation Telkom Muhamad Fajrin Rasyid di kesempatan yang sama juga mengatakan bahwa penting untuk fokus terhadap *customer experience* demi meningkatkan pertumbuhan bisnis di masa krisis dengan kriteria yang terukur. Fajrin menekankan, pada saat krisis, interaksi pelanggan dengan perusahaan dapat mempengaruhi rasa kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Melalui *event CX Summit 2020* ini, diharapkan dapat memberikan *insight* bagi peserta untuk membentuk strategi CX perusahaan agar dapat mendorong pengalaman terbaik bagi pelanggan yang belum pernah ada sebelumnya melalui pemahaman *customer journey* dan merangkul analitik ke dalam perusahaan.

Mangoesky, Menghubungkan Setiap Jengkal Tanah Air Tanpa Batas



Indonesia adalah negara kepulauan terbesar dengan sekitar 18.000 pulau didalamnya. Tentu saja merupakan tantangan tersendiri untuk melakukan digitalisasi secara merata dikarenakan karakteristik wilayah yang dipisahkan oleh perairan. Jaringan komunikasi yang terbatas serta akses internet yang sulit menjadi pemicu terhambatnya pemerataan ekonomi dan pembangunan. Hal ini menjadi semakin sulit dengan adanya pandemi COVID-19 yang memaksa setiap elemen masyarakat untuk membatasi aktivitasnya, meskipun sekarang sudah mulai memasuki tahap *new normal*.

Untuk menjawab tantangan tersebut, Telkom Group hadir melalui anak usahanya Telkomsat dengan produk Mangoesky berupa layanan internet satelit meliputi wilayah yang tidak terjangkau baik oleh koneksi Fiber maupun 4G LTE. Pengguna akan diberikan keuntungan berupa akses

borderless yang tidak perlu menunggu pembangunan infrastruktur pendukung, proses pemasangan yang cepat dan mudah, tingkat *reliability* yang tinggi dengan Service Level Agreement mencapai 95%, layanan *after sales* yang didukung oleh *Helpdesk* dan *Network Operation Center (NOC) 7x24* jam dan dukungan Internet Positif sebagai komitmen Telkom terhadap pembatasan situs terlarang.

Di era pandemi ini Mangoesky menunjukkan komitmennya untuk menopang perekonomian nasional. Alfamart dan Indomaret yang memiliki banyak cabang *retail* di seluruh Indonesia memanfaatkan Mangoesky untuk menjangkau *store* di daerah rural. Sementara di sektor keuangan, Busan Auto Finance (BAF) menghubungkan kantor cabang di area Papua dengan kantor pusat menggunakan koneksi satelit Mangoesky untuk memastikan mobilitas masyarakat tetap terjaga, dan Bank Rakyat

Indonesia (BRI) pun turut memastikan layanan tetap prima melalui koneksi Mangoesky terutama di wilayah Papua. Selain itu, Mangoesky juga memberikan solusi bagi Permodalan Nasional Madani (PNM) dan PTPN XII untuk dapat menjangkau kawasan rural.

Berkat pencapaiannya, Mangoesky berhasil meraih apresiasi dalam hal "Manage Assurance for Continuous Improvement Strategy in Rural Internet Service Case Study" pada Konferensi ICONETSI 2020. Untuk layanan berbasis satelit, jumlah pelanggan yang sudah mencapai ribuan adalah yang terbesar se-Indonesia. Prestasi ini bisa diraih berkat pelayanan terbaik mulai dari tahap pemasangan baru, sampai kepada tahap *after sales* yang cepat tanggap, bahkan sebelum pelanggan mengadakan keluhan.



Para pelaku bisnis saat ini bersiap menghadapi era *new normal*. Salah satunya adalah dengan tetap melaksanakan protokol pencegahan dan pengendalian Covid-19 di area kerja dan area publik. Protokol tersebut sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/Menkes/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi.

Dalam panduan tersebut dinyatakan bahwa para pekerja akan melakukan *Self Assessment* Risiko Covid-19, sebelum melaksanakan aktivitas operasional

Sudah Siapkah Para Pelaku Bisnis Hadapi Era New Normal?

bisnis sehingga dapat dipastikan pekerja dalam kondisi tidak terjangkit Covid-19. Selain perangkat *thermal gun* yang masih digunakan di berbagai area publik dan berpotensi menciptakan penumpukan di pintu masuk area, apakah ada cara lain yang dapat digunakan?

Direktur Enterprise and Business Service PT Telkom Indonesia mengatakan, "Kami senantiasa berupaya menghadirkan inovasi-inovasi baru yang tidak hanya menginspirasi namun juga dapat membantu pelaku usaha secara nyata dalam mempertahankan bisnis di tengah kondisi yang kurang menguntungkan seperti sekarang ini."

Telkom Group, melalui anak usahanya Nutech Integrasi, menjawab kebutuhan tersebut dengan menghadirkan inovasi solusi berteknologi tinggi, yang terdiri dari *CCTV Thermal* dan *Tablet Camera Thermal*. Solusi ini dapat mendeteksi suhu tubuh seseorang dari kerumunan orang banyak, serta sekaligus dilengkapi dengan fitur

face recognition untuk mendeteksi apakah orang tersebut menggunakan masker atau tidak. Perangkat kamera yang mendeteksi suhu tubuh ini dapat diintegrasikan dengan berbagai kebutuhan perusahaan, seperti *HR information system, building management and security system, ticketing system, smart parking system*, serta sistem lain yang menggunakan API (*Application Programming Interface*) untuk mengintegrasikan data.

Direktur Utama Nutech Integrasi Dina Hakiki mengatakan bahwa *Thermal Camera* yang dilengkapi *face recognition* serta mudah diintegrasikan dengan berbagai sistem manajemen ini akan sangat dibutuhkan oleh berbagai bidang usaha serta area publik lainnya. Semangat Telkom Group #SelaluAda #UntukIndonesia terus mendukung program pemerintah khususnya dalam menanggulangi penyebaran Covid-19.

Perluakah Memberikan Sentuhan Digital ke Pelanggan?

Perkembangan teknologi yang cukup tinggi sangat mempengaruhi aspek kehidupan kita sehari-hari. Penyedia produk dan jasa berlomba-lomba untuk mengintegrasikan teknologi dalam pelayanan mereka untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan, yang pada akhirnya akan memberikan *customer journey* dan *experience* yang lebih baik, sehingga bisa menjadi *top of mind* pelanggan.

Salah satunya adalah sistem pelayanan *ticketing*. Sistem pelayanan *ticketing* manual diubah menjadi digital, dengan harapan memberikan kemudahan, pelayanan yang lebih baik, serta tentunya memberikan kontribusi terhadap peningkatan *revenue* perusahaan. Jadi, apakah perlu memberikan sentuhan digital ke pelanggan? Tentu saja, sangat perlu. Disinilah peran adopsi teknologi digital.

Sistem *electronic ticketing (e-ticketing)* merupakan sistem tiket elektronik yang bisa digunakan untuk moda transportasi, tiket masuk lokasi wisata, akses masuk gedung (perkantoran, mall, apartemen, hotel, gedung parkir, dll) yang terintegrasi dengan uang elektronik, dilengkapi dengan *gate system*, *electronic payment*, dan *contactless smart card*.

Sebagai *digital company* yang sudah sangat berpengalaman dalam mengimplementasikan solusi layanan digital serta menyediakan solusi digital yang lengkap secara *end-to-end*, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) siap mendukung transformasi digital perusahaan. Diantaranya berupa sistem *automated fare collection* yang mengintegrasikan sistem dan melakukan otomatisasi proses *ticketing* di layanan transportasi publik, meliputi *ticket vending machine*, *point of sales system*, *pedestrian gate system*, *back-end system*, *web & mobile reservation*, *cashless payment integration*, *managed service consisting maintenance, operation* serta *repairment*. Dengan adanya *vending machine*, pembelian

tiket bisa dilayani melalui *booth self-service* yang meliputi *ticket issuing* sampai dengan *contactless card top-up* dengan *interface* yang *user friendly*, keandalan tinggi dan desain yang baik.

Perusahaan akan mendapatkan banyak benefit dengan adanya digitalisasi mulai dari proses pemesanan tiket sampai dengan kunjungan atau perjalanan yang dilakukan *customer*. Diantaranya mengurangi fraud karena semua proses dan transaksi tercatat secara sistem; analisis data pengunjung, pelaporan dan evaluasi dapat dilakukan secara *real time*; *access control system* untuk mengatur akses karyawan dan pengunjung serta meningkatkan keamanan; kemudian dapat berfungsi sebagai *visitor registration system* untuk mempermudah proses registrasi pengunjung yang terintegrasi dengan *building security system*.

Beberapa contoh implementasi layanan *e-ticketing* yang bisa dinikmati oleh masyarakat luas saat ini khususnya untuk layanan transportasi publik diantaranya sistem tiket elektronik Kereta Commuter Indonesia (KCI) yang mengelola KRL Jabodetabek, LRT Jakarta, Airport Rail Bandara Link Soekarno Hatta serta Bandara Kualanamu.

Sistem *e-ticketing* PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) mulai diterapkan sejak tahun 2009 yang melayani 1.000.000 penumpang setiap hari. Sistem ini merupakan salah satu konstituen yang merevolusi transportasi umum di Indonesia karena berhasil mengubah *customer behaviour* menjadi sangat tertib dan memberikan kenyamanan bagi para penggunanya. Selain penyediaan sistem,

Telkom juga melakukan pemeliharaan, operasi dan perbaikan seluruh sistem. Begitu juga dengan sistem *e-ticketing* yang diimplementasikan pada Jakarta Propertindo LRT jalur Velodrome – Kelapa Gading, Soekarno-Hatta Rail Link serta Kualanamu Airport Rail Link yang memudahkan masyarakat untuk membeli tiket kereta tanpa menggunakan uang tunai.

Baru-baru ini, Telkom bekerjasama dengan PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) juga memberikan kontribusinya mengubah wajah penyeberangan laut menjadi lebih *modern*. "Telkom menghadirkan solusi pemesanan dan pembayaran tiket hanya dalam 1 aplikasi terintegrasi yang bahkan mampu menampung hingga 200 transaksi per detik dengan dukungan infrastruktur jaringan dan *data center* yang kuat. Diharapkan ini dapat menjamin ketersediaan dan kecepatan layanan demi kenyamanan dan kemudahan pengguna transportasi kapal penumpang," ujar Edi Witjara Direktur Enterprise and Business Service Telkom.

Telkom sebagai BUMN telekomunikasi akan terus berperan aktif dalam melakukan transformasi digital di Indonesia serta terus berupaya dalam memberikan manfaat untuk segala aspek kehidupan masyarakat demi terwujudnya Indonesia Maju.



Kunci Sukses Pemasaran B2B: Jangan Abaikan Data Pihak Pertama



Memasarkan produk dengan gaya tradisional tak lagi relevan di era digital saat ini. Apalagi, pandemi Covid-19 telah mengubah kebiasaan pelanggan yang kebetulan didominasi oleh kaum milenial yang cenderung melakukan riset melalui internet sebelum berbelanja. Jika mengutip dari *blue corona*, pelanggan era pandemi khususnya pelanggan *Business to Business* (B2B) hanya akan berkomunikasi dengan vendor setelah mereka menemukan rata-rata 12 produk yang sama sebagai perbandingan.

Inilah bedanya bisnis B2B dengan *Business to Customer* (B2C), dimana selera pribadi pembeli menjadi satu-satunya faktor dalam keputusan pembelian. Pemasaran B2B harus memenuhi kebutuhan bisnis yang tidak diwakili oleh data demografis dan psikografis yang tersedia.

Penggunaan iklan dapat dimanfaatkan untuk menjangkau pelanggan yang sudah terqualifikasi dan akan kurang efektif apabila digunakan untuk menjangkau calon pelanggan baru. Terlebih di era pandemi Covid-19 ini dimana cara lama dalam beriklan sudah mulai bertransformasi menjadi digital yang setara. Dan di tahun ini, transisi bertahap pemasaran digital sudah menjadi reformasi besar-besaran. Semua dipaksa untuk berkomunikasi melalui

layar dan konten digital yang membuat pelanggan memegang kendali penuh.

Hanya saja, pelanggan B2B lebih menyukai konten dengan visual yang menarik. Berdasarkan hasil riset *blue corona*, 70 persen dari pelanggan B2B memilih untuk mencari produk melalui video *marketing* dibandingkan dengan konten *marketing*. Apalagi video *marketing* dapat meningkatkan *website conversion rates* mencapai 34 persen dan juga *click thru rate* (CTR) mencapai 27 persen.

Pelanggan yang membuka situs *web* Anda, akan menambah daftar calon pihak pertama perusahaan yang dapat digunakan untuk menargetkan ulang mereka di *platform*, seperti Facebook, Twitter, dan Google. Dengan begitu, Anda dapat memiliki data mereka dan menggunakannya untuk menjangkau berulang kali pada *platform* periklanan. Ini adalah data pihak pertama Anda karena kunjungan *web*. Cara ini dapat menggantikan data penargetan yang mahal dan seringkali buruk dengan data penargetan andal tinggi yang tidak membebani Anda.

Saat ini, telah banyak solusi layanan digital yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan Anda. Salah satunya adalah solusi-solusi layanan digital yang ditawarkan oleh Telkom Digital Solution.

1. Web Hosting

Rekomendasi solusi layanan digital pertama adalah *web hosting*. Ini merupakan layanan SaaS berupa penyediaan ruang (*space*) *server* yang digunakan untuk menyimpan data dari sebuah halaman *web* ataupun aplikasi *online* agar dapat diakses melalui internet. Semua data dalam dokumen html nantinya disimpan dalam *web hosting* sehingga dapat diakses di mana saja melalui internet.

2. Disaster Recovery Planning

Ini merupakan solusi layanan *Data Center* berupa uraian yang komprehensif tentang sejumlah rencana tindakan yang harus dilakukan sebelum, selama, dan setelah terjadinya suatu bencana/disaster di *data center*. Manfaat menggunakan solusi layanan digital ini adalah dapat meminimalkan gangguan layanan serta kerugian (keuangan) yang terjadi. Kemudian, dapat menjamin sistem yang selalu siap *on* dan dapat diandalkan.

3. Live Chat

Salah satu solusi digital CRM *Channel* untuk membantu perusahaan melakukan *caring* terhadap pelanggan dengan tambahan *channel live chat*. Layanan ini merupakan sistem aplikasi *terinstall* di *website* perusahaan Anda sehingga dengan mudah pelanggan dapat langsung terhubung dengan perusahaan.

4. Cloud Contact Center

Salah satu solusi digital CRM *Channel* yang memberikan kapabilitas yang sama seperti *contact center* tradisional. Manfaatnya adalah dapat diubah fitur dan *setting*-nya dengan cepat termasuk *script campaign* yang ditujukan kepada spesifik agen.

5. Social Media Management

Salah satu solusi digital CRM *channel* untuk membantu perusahaan mengelola akun *social media* untuk menjaga reputasi dan *image* perusahaan. Fungsi *social media* memberikan *update* dan informasi secara berkelanjutan, di antaranya menyampaikan program *marketing*, *campaign*, dan lainnya.

Social media ANALYTICS



Social Media Analytics adalah suatu platform/layanan Infomedia yang dapat memonitor dan menganalisa suatu topik, persepsi dan citra dari sebuah produk ataupun perusahaan berdasarkan data dari sosial media dan media online.

Features

1. Issue Monitoring, untuk mengetahui topik yang sedang banyak diperbincangkan di media sosial



2. Share of voice, untuk mengetahui seberapa banyak masyarakat yang membicarakan tentang produk atau layanan yang dimiliki perusahaan

3. Sentiment Analysis, untuk mengetahui sentimen pembicaraan di media sosial (positif, negatif atau netral)



4. Influencer Identification, untuk mengetahui akun sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan



5. Social Network Analysis, untuk mengidentifikasi keterkaitan antar follower atau fans di media sosial.



www.infomedia.co.id

PT. Infomedia Nusantara

Jl. RS. Fatmawati 77-81 Jakarta
12150 - Indonesia

Phone (021) 7201221

Fax (021) 7201226

Ide Staycation DI MASA PANDEMI

Untuk tetap *stay* di rumah aja dalam jangka waktu yang lama memang bukanlah hal yang mudah. Pastinya kita tetap membutuhkan suatu hal yang berbeda untuk *me-refresh* pikiran dan suasana sehingga tidak mudah bosan dan tetap produktif. Kini, objek wisata dan akomodasinya kembali dibuka dengan tetap menjaga protokol kesehatan. Salah satu hal yang bisa Anda lakukan bersama teman maupun keluarga dalam situasi seperti ini adalah melakukan *staycation* di beberapa lokasi menarik yang dapat menyejukkan dan menenangkan hati serta pikiran, lho! Yuk simak ide *staycation* dan aktivitas yang bisa Anda lakukan dibawah ini!



Bubu Jungle Resort

Resort yang berlokasi di daerah Desa Lebak Muncang, Ciwidey Bandung ini, memiliki daya tarik tersendiri. Selain berdekatan dengan berbagai tempat wisata di Ciwidey, Bubu Jungle Resort juga memiliki konsep yang sangat unik, yaitu *modern resort* yang dipadukan dengan keindahan alam yang menyejukkan. Bangunannya mirip dengan sangkar burung raksasa yang dihias dengan elegan, *modern* dan mewah. Disini Anda bisa menikmati udara segar dengan kabut yang menyelimuti di pagi hari. Bubu Jungle Resort menyediakan 11 tipe kamar yang berbeda, mulai dari *Camping Pod* sampai dengan *Villa Family* yang dapat menampung hingga 15 orang. Untuk kamar tertentu, Anda bisa menikmati fasilitas kolam renang dengan suguhan pemandangan alam yang membentang luas. Tak hanya itu, Bubu Jungle Resort juga menyediakan kamar dengan fasilitas *private jacuzzi*. Resort ini sangat cocok untuk Anda yang ingin berlibur dengan konsep *back to nature*.

Nah, jika Anda bermalam di Bubu Jungle Resort jangan lupa untuk menyempatkan waktu berkunjung ke Wisata Wayang Windu Pangalengan di Banjarsari, Bandung. Bagi Anda yang hobi bersepeda, disini Anda bisa berkeliling sambil menikmati hamparan hijaunya kebun teh yang berada di puncak pegunungan dengan ketinggian 1800 mdpl ditengah dinginnya udara pagi. Walaupun jaraknya cukup memakan waktu dari Bubu Jungle Resort, tapi area ini sangat memanjakan mata dan pikiran, lho. Selain itu, disini Anda bisa berjalan di atas jembatan yang membentang membelah perkebunan teh. Jembatan dari kayu ini memiliki panjang 100 meter yang dapat digunakan pengunjung untuk menikmati pemandangan kebun teh yang hijau. Suasana ini sangat cocok untuk Anda, apalagi setelah sekian lama #DiRumahAja di masa *pandemic* saat ini. Panorama alam pegunungan dengan berbagai keindahan yang tak bisa ditemui di perkotaan ini, wajib untuk Anda kunjungi!



Wisata Wayang Windu Pangalengan



The Garcia Ubud

Dikelilingi oleh persawahan yang subur dan tanaman hijau tropis, The Garcia Ubud merupakan *resort* bintang lima dengan kemewahan *modern* dan sentuhan keanggunan kontemporer yang dapat memanjakan liburan Anda. The Garcia Ubud menyediakan ragam pilihan kamar dan villa dengan konsep yang tentunya berbeda. Mulai dari *deluxe room* sampai dengan villa dengan *private pool* yang sangat menawan dan di desain dengan perpaduan sempurna dari gaya villa *indoor* dan *outdoor* Bali klasik dengan detail kemewahan *modern*. Apabila Anda menginap di The Garcia Ubud, Anda bisa menikmati *pool* yang menghadap ke arah pemandangan sawah. Ditambah lagi dengan kursi santai yang diposisikan tepat didepan pemandangan indah tersebut. Terletak di Desa Lontunduh, Ubud, Bali, Anda juga bisa menjangkau berbagai tempat wisata atraksi budaya, perbelanjaan dan kuliner di pusat Ubud hanya dengan beberapa menit saja lho.



Bali Funtastic Scooter

Jika Anda berniat untuk berlibur ke Jawa Tengah, maka Umbul Sidomukti Resort bisa menjadi salah satu tempat yang wajib Anda kunjungi. Untuk bisa sampai ditengah hijaunya Gunung Ungaran tepatnya di Desa Sidomukti, Bandungan Semarang, Anda perlu memakan waktu sekitar satu jam perjalanan dari pusat kota Semarang. Tentunya perjalanan tersebut akan terbayarkan dengan pemandangan perbukitan dan suasana sejuk yang akan menyegarkan pikiran. Tak hanya unggul di pemandangan, Umbul Sidomukti juga menawarkan desain kamar yang *simple*, minimalis, dan ramah lingkungan. Terdapat dua konsep unik yang bisa Anda pilih, yaitu model *resort/cottage* dan pondok panorama dengan konsep villa.



Wisata Family Outbound

Salah satu hotel yang cukup terkenal di kota Yogyakarta, tepatnya di Jalan Patangpuluhan No. 23 ini sangat familiar di kalangan *public figure*. Dikenal dengan fasilitas onsen ala Jepang, YATS Colony memiliki nuansa tropis dengan sentuhan warna putih serta pemilihan *furniture* kayu dan rotan yang menghiasi sudut ruangan hotel dan membuat tampilannya terlihat *instagramable*. Setiap kamar dari YATS Colony, dinamai dengan bahasa Jawa dan memiliki keunikan masing-masing, seperti pilihan kamar yang dihadapkan dengan area *swimming pool*, *view hotel* yang mengesankan, tipe kamar dengan desain *mezzanine floor*, hingga kamar dengan fasilitas *hits* nya, yaitu *private hot-pool* alias onsen ala Jepang. Letaknya yang sangat strategis, memudahkan Anda untuk bisa berkunjung ke berbagai tempat wisata, seperti Malioboro, Taman Sari dan juga Alun-Alun Keraton.



Desa Nanggulan Kulon Progo

Selain menawarkan berbagai *resort* yang menawan, Bali juga memiliki ragam objek wisata yang bisa Anda kunjungi selama berlibur disini. Salah satu wisata yang cukup berbeda, Bali Funtastic yang berlokasi di Jalan Lunga Tegalalang, memberikan sensasi baru untuk menikmati keindahan Bali dengan *cycling tour* menggunakan *scooter* atau sepeda motor listrik menyusuri pedesaan di tengah persawahan dengan udaranya yang segar dan alami. Anda bisa singgah selama melakukan *tour* untuk berfoto di berbagai tempat yang begitu asri. Dengan Bali Funtastic, Anda akan diajak berkeliling desa selama 2 jam dan menempuh perjalanan sekitar 20 km. *Tour* dengan mengendarai *scooter* tentunya dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi Anda karena hal ini menjadi salah satu aktivitas baru yang lebih *fun* dan bisa dinikmati ketika berkunjung ke Bali.



Umbul Sidomukti

Tak perlu jauh-jauh lagi untuk mencari tempat wisata, Umbul Sidomukti menyediakan ragam pilihan kegiatan yang dapat Anda lakukan, baik bersama teman maupun keluarga. Disini, Anda bisa memacu adrenalin dengan wahana *flying fox*, *marine bridge*, ATV, sepeda awang maupun area bermain anak seperti mewarnai dan *petting zoo* yang tentunya tetap memperhatikan protokol kesehatan, ya! Selain itu, disini Anda juga bisa berenang di area *swimming pool* dengan air yang berasal langsung dari mata air pegunungan Ungaran. Untuk bisa menikmati fasilitas tersebut, Anda harus membayar wahana secara terpisah. Kemudian ada juga area santai Pondok Kopi untuk menikmati secangkir kopi hangat dengan pemandangan hamparan hijaunya bukit dan pegunungan yang indah.



YATS Colony

Jauh-jauh ke tanah Jogja, jangan lupa eksplor wilayah yang belum pernah Anda kunjungi! Salah satunya, Desa Nanggulan Kulon Progo yang bisa menjadi tujuan Anda terutama para pecinta bersepeda. Di desa ini, Anda akan disuguhkan hamparan hijaunya sawah dengan para petaninya. Aktivitas ini sangat cocok untuk Anda yang sering bersepeda di perkotaan dan ingin mencoba *track* baru yang sangat berbeda *ambience* nya. Dengan suasana yang masih asri dan sepi, Anda wajib bersepeda ke desa ini dan singgah untuk sarapan pagi di Rumah Jembarati. Uniknya, di Rumah Jembarati ini Anda akan merasa seperti berada di rumah nenek karena pelayanan dan juga konsep rumah makan yang apa adanya, ditambah dengan suasana sekitar yang masih dikelilingi oleh sawah. Dijamin, Anda pasti merasa *refresh* dan *relax* kembali!

Makanan Kekinian Dengan Konsep 'Grab and Go' di Jakarta!



Di tengah pandemi saat ini, banyak sekali bermunculan makanan-makanan unik dengan rasa yang tentu saja lezat untuk dinikmati! Untuk Anda yang seringkali *scrolling* media sosial untuk mencari tahu makanan yang kekinian, namun ragu untuk keluar rumah dan membelinya, jangan khawatir! *List* makanan dibawah ini bisa Anda nikmati tanpa *dine in* alias *take away*! Yuk intip apa saja list makanan kekinian dengan konsep 'Grab and Go' di Jakarta!

www.margaapsari.com

Stack

Ingin mencoba rasa baru dari *sandwich*? Ini dia! Didirikan sejak tahun 2019, Stack merupakan toko *sandwich* premium di Jakarta. Jika pada umumnya *sandwich* yang kita kenal hanya roti yang berisikan daging asap atau pun telur dengan taburan sayuran didalamnya, *sandwich* ala Stack kali ini jelas berbeda. Dikenal dengan *signature* Lobster Stack-nya, toko ini menghadirkan ragam menu *sandwich* yang unik. Mulai dari *Egg Stack*, *Butter Chik Stack*, *Okinawa Stack*, *Se'l Stack*, *Tuna Mayo Stack*, *Classic Stack Burger* hingga menu premiumnya, yaitu *Wagyu Sando Stack* dan juga *Lobster Stack* dengan kisaran harga Rp 49.000,- sampai Rp 195.000,-. Tidak hanya *sandwich*, Stack juga menawarkan ragam *side dish* dan *drinks* sebagai pelengkap. Anda bisa menemukan toko *sandwich* ini di Jalan Wijaya I No. 64, Jalan Bumi No. 20 Jakarta Selatan dan tentunya bisa juga diakses melalui aplikasi pengiriman makanan *online*.



www.margaapsari.com

Bruule

Mendengar nama makanan yang satu ini tentu saja sudah tidak asing lagi. Bruule menjadi salah satu pelopor *baked* pasta yang akhir-akhir ini meramaikan dunia kuliner. Pasta yang berasal dari campuran resep spaghetti Bolognese dan saus *béchamel* yang dipanggang, disajikan dengan *cream cheese* yang gurih dan *creamy*. Untuk bisa mencicipinya, Anda perlu merogoh kocek sebesar Rp 150.000,- dengan ukuran *medium* dan Rp 250.000,- untuk ukuran *large*. Tentunya, Anda bisa memilih dua varian rasa sesuai dengan selera masing-masing, yaitu varian rasa normal dengan isi daging dan jamur serta varian khusus *vegetarian* yang hanya berisikan jamur. Tak hanya menyediakan sistem *pre-order* melalui aplikasi *online*, kini Bruule bisa Anda temui di kawasan FoodHall Mall Plaza Senayan, Jakarta Selatan. Makanan hits yang satu ini, laris diminati banyak orang dan tentunya wajib untuk Anda coba!



www.tempat.com

Lawless Dogbar

Salah satu bagian dari Lawless Jakarta dan Lawless Burgerbar, tentunya Lawless Dogbar sudah sangat dinantikan banyak orang. Dibuka pada bulan November yang lalu, Lawless Dogbar ramai dikunjungi dan diminati para pecinta kuliner. Berlokasi di Jalan Melawai 5 Blok M, restoran hotdog ini hadir dengan variasi menu yang sangat menarik, diantaranya *Cheese Streak*, *Goo Goo Dogs*, *Dogstar*, *Corn Dog* serta menu *French Fries* dengan ragam *topping* yang unik. Jika Anda berkunjung kesini, jangan lupa untuk mencoba salah satu menu *best seller*-nya, yaitu *Doggy Maguire* dengan *hotdog bun* yang dihiasi *cheese sauce*, *spicy mustard*, *beef pastrami*, *garlic butter* serta *onion caramelized*. Cita rasa unik dari beragam bumbu dan *sauce*-nya menghasilkan rasa yang akan membuat Anda ketagihan!



Instagram @lawless.dogbar

Pizza Place



www.tempat.com

Ini dia restoran pizza yang menawarkan sensasi makan pizza ala *New York style!* Pizza Place yang berlokasi di Como Park Jalan Kemang Timur, Jakarta Selatan ini menjadi salah satu tempat favorit milenial terutama para pecinta pizza. Disajikan dengan roti yang tidak terlalu tebal dan lebih lebar dari pizza pada umumnya, Pizza Place memiliki ragam variasi *topping* dengan tekstur khasnya, yaitu *thin crust*. Disini, Anda dapat memesan pizza per *slice* dengan kisaran harga Rp 25.000,- sampai dengan Rp 35.000,-. Menu yang ditawarkan pun unik dengan permainan rasa yang khas, mulai dari *topping classic cheese, pepperoni, ricotta white, smoked beef olive* dan masih banyak lagi. Tak hanya pizza, disini Anda juga bisa menikmati ragam pasta seperti *spaghetti* dan *lasagna*. Jika tidak puas dengan pizza *slice*, Anda dapat memesan menu *whole pizza* dengan isian 8 sampai 16 *slices* dengan harga yang beragam hingga Rp 300.000,-.

Kedai burger yang terletak di area Pasar Cipete Jalan Pangeran Antasari, Jakarta Selatan ini menjadi salah satu kedai burger *hits* yang seringkali dikunjungi banyak orang. Tekstur rotinya yang lembut dengan ragam *sauce*, menjadi sebuah rasa yang meninggalkan jejak di lidah para penikmatnya. Jika Anda berkunjung ke kedai ini, dari luar Anda akan menghirup wangi *patty* yang sangat menggoda. Byurger memadukan cita rasa khas Asia (Korea dan Jepang) serta Amerika. Isiannya tidak melulu berupa daging dan keju, tetapi juga terdapat ragam varian yang bisa Anda pilih. Dengan kisaran harga Rp 40.000,- sampai Rp 88.000,- Anda sudah bisa menikmati beberapa menu andalannya, seperti *Sexyback Rib* yang berisi *shortribs* yang direbus hingga lembut dengan paduan *home made bbq sauce, crispy onion* dan juga irisan selada kol.

Byurger



Instagram @byurgerjkt

Mad Bagel



Instagram @madbagel

Sejak tahun 2014, Mad Bagel telah didirikan oleh dua orang pecinta roti. Kedai bagel ini menyajikan bagel *New York Authentic* yang terkenal dengan teksturnya yang padat dan *chewy*. Dibuat dengan resep khas menggunakan metode tradisional *baking*, Mad Bagel menawarkan ragam menu dengan dua konsep rasa yang berbeda, yaitu *cream cheese* dan *sandwich*. Anda bisa memesan bagel dengan berbagai rasa, mulai dari *plain* sampai dengan bagel *rainbow* yang dipadukan dengan *topping* yang Anda sukai, seperti *cream cheese oreo, nutella, smoked beef & roasemary, chicken mozzarella* dan lainnya. Harganya pun berkisar Rp 15.000,- sampai Rp 70.000,-. Kedai bagel yang memiliki beberapa *pick-up points* seperti di Bintaro Sektor 7, Jalan Melawai Blok M, Jalan Pejaten Barat II Kemang dan lokasi lainnya, juga bisa Anda pesan dengan mudah di layanan aplikasi *online*.

Jiwa Toast hadir dengan memberikan gaya baru dalam menikmati *toast bread*. Dengan konsep *simple* dan cita rasa yang khas, Jiwa Toast menawarkan ragam menu favorit nya, seperti *Spicy Bulgogi* yang berisi daging sapi dengan irisan kol, omelette, keju serta saus bulgogi yang sangat cocok untuk Anda yang menyukai perpaduan rasa manis dan pedas. Selain itu, *Crispy Chicken Mentai* juga menjadi menu andalan para pecinta kuliner. Didalamnya berisi daging ayam yang dipadukan dengan irisan kol serta keju dan saus mentai yang lezat. Jiwa Toast sangat mudah untuk Anda temukan di berbagai kota khususnya Jakarta dan dapat diakses melalui aplikasi *online*. Dengan harga yang relatif murah, yaitu kisaran Rp 22.000,- sampai Rp 32.000,- Anda dapat menikmati *toast bread* yang *super worth it!*

Jiwa Toast



Instagram @jiwatoast

Konsep Virtual Meeting Untuk Menunjang Aktivitas "Work from Home" di Masa Pandemi

Imbauan Pemerintah terkait penerapan *Work From Home* (WFH) untuk mencegah penyebaran virus Covid-19 semakin meluas dan menekan pertambahan angka kasus positif di masa pandemi saat ini, memang sempat menyulitkan banyak pihak, mulai dari sekolah, perusahaan, lembaga, pusat perbelanjaan, dan masih banyak lagi. Dibutuhkan penyesuaian yang extra untuk menjalankan bisnis di tengah ketidakpastian maupun dalam menghadapi perubahan di era *new normal*. Masa pandemi Covid-19 yang kian memaksa semua orang untuk tetap berada di dalam rumah, termasuk urusan pekerjaan, membuat permintaan akan kegiatan *virtual meeting* melonjak tinggi hingga akhirnya menjadi tren.

Bekerja dari rumah atau *work from home* dapat membuat komunikasi antara Anda dengan tim menjadi sulit dan sangat terbatas. Namun, berbagai *platform* teknologi bermunculan dengan ragam fitur yang dapat menunjang karyawan untuk tetap efektif selama bekerja di rumah. Salah satu *tools* yang saat ini kian dibutuhkan bahkan menjadi tren dalam keseharian di masa *pandemic*, yaitu *platform video conference*.

Lalu apa sajakah *platform digital video conference* yang saat ini marak digunakan oleh banyak orang?

CloudX

Aplikasi ini dirilis oleh salah satu anak usaha Telkom, yaitu Telkomsel. CloudX merupakan layanan *office communication* yang menasar para *enterprise*. Aplikasi ini menawarkan berbagai kemudahan dalam melakukan komunikasi *virtual* selama terhubung dengan internet. Selain memungkinkan penggunaanya dalam melakukan komunikasi *virtual* berupa *chat room*, *voice call*, dan *video call*, CloudX menawarkan sejumlah fitur lainnya, seperti *multi-device*. Fitur ini memungkinkan

pengguna untuk mengakses CloudX di berbagai perangkat, baik laptop, komputer, hingga



smartphone. CloudX juga didukung dalam Mac OSX maupun Windows. Dalam melakukan *virtual meeting*, pengguna dapat melakukan sejumlah kegiatan seperti merekam *meeting*, melakukan *share screen*, hingga menggunakan fitur *virtual whiteboard*. Aplikasi ini mendukung hingga lebih dari 500 partisipan dalam sekali *virtual meeting*.

Zoom

Zoom adalah salah satu *platform digital* yang memberikan penawaran fasilitas rapat *virtual* lewat obrolan video (*video conference*) dan termasuk aplikasi yang paling banyak digunakan. Aplikasi ini dapat dengan mudah Anda dapatkan melalui *website* resmi zoom. Dilansir dari id.softonic.com, saat ini diklaim bahwa lebih dari 170.000 organisasi sudah menggunakan Zoom Cloud Meetings karena sifatnya yang fleksibel. Berbagai fitur ditawarkan untuk beragam kebutuhan, mulai dari *basic*, *pro*, *business* maupun *enterprise*. Fitur *basic* bisa Anda dapatkan *free* dengan maksimal 100 orang partisipan dengan durasi

meeting 40 menit. Sementara fitur lainnya, adalah fitur yang mungkin biasa digunakan oleh perusahaan untuk menunjang diskusi yang efektif dan efisien. Zoom menyediakan hingga lebih dari 1.000 partisipan dengan durasi *meeting* sampai dengan 30 jam. Dengan adanya *platform* ini, komunikasi tim dalam jumlah banyak dapat menjadi lebih efektif meski dilakukan dari jarak jauh.



Trello

Dilansir dari situs resminya, *platform* bernama Trello ini adalah sebuah aplikasi kolaborasi manajemen kerja yang memungkinkan penggunaanya untuk dapat mengatur berbagai proyek antar tim yang membutuhkan banyak interaksi dan diskusi. Trello telah digunakan oleh lebih dari ribuan perusahaan setiap harinya yang dikutip dari info.trello.com. Pengguna bisa mengakses Trello secara gratis melalui PC (*Personal*





www.ruangkerja.id

Computer) atau pun *smartphone* sehingga pekerjaan bersama tim menjadi lebih praktis. Trello terlihat seperti sebuah papan tulis dengan tempelan kertas *sticky notes* yang bisa diatur sesuai kebutuhan. Di setiap *notes* tersebut, penggunaannya dapat mengatur dan menambahkan informasi daftar tugas individu dan tim secara keseluruhan. Pengguna juga dapat menambahkan foto, dokumen lampiran, kolom komentar dan lainnya, sehingga akan memperlihatkan progress pekerjaan dan siapa yang melakukannya.

Grid dan *Slack Connect*. Keduanya tentu saja berbeda, *Enterprise Grid* mengarah kepada solusi untuk organisasi besar atau kompleks. Sedangkan, *Slack Connect* memungkinkan Anda untuk berkomunikasi bersama tim. Dikutip dari situs resminya, Slack telah digunakan oleh lebih dari 750.000 perusahaan untuk membantu menyelesaikan pekerjaannya.

Lantas, dengan beragam *digital platform virtual conference* di atas, mengapa *virtual meeting* masih terasa begitu melelahkan?

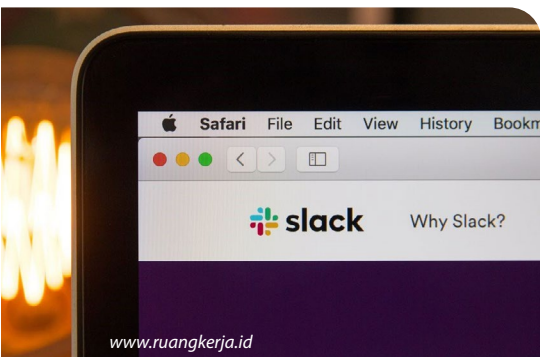
Virtual meeting memang memaksa kita untuk menatap layar secara terus-menerus, belum lagi ketika menghadiri pertemuan dengan durasi lebih dari dua jam. Meskipun hanya duduk diam, tetapi hal itu yang kadang kala membuat kita merasa suntuk karena tidak ada pergerakan aktivitas tubuh sama sekali jika dibandingkan dengan bekerja di kantor secara langsung. Selain itu, Marissa Shuffler professor Insead Business School yang dikutip dalam *crafters.getcraft.com*, mengatakan bahwa obrolan video membutuhkan lebih banyak *focus* daripada obrolan secara tatap muka. Dalam rapat virtual, seseorang dengan sangat sadar secara fisik menggunakan kamera, sehingga merasa seperti ditonton dan diawasi layaknya berada di atas panggung. Hal ini memicu semacam tekanan sosial dan perasaan untuk perlu tampil formal.

Bagaimana mengurangi rasa lelah dan menciptakan *virtual meeting* yang terkesan *fun* untuk meningkatkan semangat dan efisiensi bekerja?

Dilansir dalam *crafters.getcraft.com*, Shuffler menyarankan untuk membatasi

virtual meeting dengan waktu yang teratur. *Setting time* sangat penting untuk efisiensi waktu dalam diskusi secara virtual sehingga tidak memakan waktu untuk pekerjaan lainnya. Selain itu, Shuffler juga mengatakan bahwa mengaktifkan mode kamera adalah opsional dan secara umum harus ada lebih banyak pemahaman bahwa kamera tidak selalu harus aktif di setiap atau bahkan sepanjang *virtual meeting*.

Kekompakan komunikasi dan interaksi antar tim juga sangat diperlukan di situasi krisis seperti saat ini. Hal ini bertujuan untuk menambah semangat rekan sesama tim atau para karyawan selama melaksanakan aktivitas *work from home*, salah satunya melalui *virtual team building*. Tidak hanya *event* dan diskusi saja yang bisa dilakukan melalui virtual, tetapi membangun kekompakan dengan *virtual team building* dapat menggantikan program/kegiatan yang sebelumnya dilakukan dengan *outing program* atau pun *gathering* ke luar kota. *Virtual team building* bisa dilakukan dengan cara dan budaya masing-masing perusahaan. Misal, sesi interaktif dengan mengadakan *quiz* dengan hadiah menarik, *workout* bersama tim, hingga hal-hal lainnya yang dapat menghilangkan kejenuhan dan membangun kembali spirit untuk menjaga kekompakan dan peningkatan kinerja karyawan selama masa *work from home*.



www.ruangkerja.id

Slack

Slack merupakan salah satu *platform* percakapan kolaboratif yang menyediakan beragam produk serta fitur untuk mendukung berbagai aktivitas terutama *enterprise*. Melalui fitur *Channel*, pengguna dapat membuat ruang diskusi bersama tim menjadi lebih efektif karena dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan pekerjaan. Dengan adanya fitur ini, antar tim dapat mengerjakan proyek secara transparan. Namun jika ingin bersifat rahasia, Anda bisa mengubah pengaturan *Channel* menjadi privasi. Selain itu ada juga, fitur bernama *Enterprise*



Light Detection and Ranging (LiDAR) Teknologi Artificial Intelligence Masa Depan

Peradaban dibuat berubah dengan drastis dengan adanya penemuan listrik yang diprakarsai oleh Benjamin Franklin, lalu penemuan bola lampu oleh Thomas Alva Edison, dan penemuan motor listrik oleh Faraday. Sejak itu kehidupan manusia tak pernah sama lagi, selalu saja ada alat atau mesin baru yang menggunakan tenaga listrik. Lalu kita dibuat bertanya-tanya, kapankah akan ada penemuan berikutnya yang kembali bisa memberi perubahan masif terhadap kehidupan manusia?

Dr. Kai Fu Lee, seorang ilmuwan Amerika yang dilahirkan di Taiwan, mengatakan bahwa "Kecerdasan buatan akan mengubah dunia lebih dari apapun dalam sepanjang sejarah, bahkan melebihi listrik". Lebih dikenal dengan sebutan *Artificial Intelligence* (AI), diramalkan akan menyentuh segala aspek kehidupan dimana nanti proses yang seharusnya dilakukan secara manual akan bisa dikerjakan secara otomatis, dengan memanfaatkan kecerdasan yang ditambahkan kepada suatu sistem yang bisa diatur secara ilmiah.

AI sendiri memiliki berbagai macam pengaplikasian, dengan memanfaatkan berbagai sensor dan teknologi. Salah satu yang akhir-akhir ini sering kita dengar adalah LiDAR (*Light Detection and Ranging*). Siapa yang membuat kita familiar dengan teknologi ini? Tentu saja si ponsel pintar yang sangat populer di seluruh belahan dunia, iPhone, dimana keluaran terbarunya menyematkan sensor LiDAR yang ditempatkan diantara kamera belakangnya.

Saat ini sudah banyak teknologi yang memanfaatkan fitur LiDAR. Berikut adalah beberapa pengaplikasiannya yang dianggap akan memberi perubahan signifikan pada kehidupan kita sehari-hari.

Augmented Reality dan Low Light Photo

Beberapa bulan lalu, ketika Apple mengumumkan *line up* terbaru *flagship phone* mereka yaitu iPhone 12 Pro, mereka menjelaskan alasan kenapa mereka menggunakan sensor LiDAR. Memang sejak beberapa tahun lalu Apple menyematkan teknologi *Augmented Reality* (AR), tetapi hanya dengan menggunakan sensor kamera biasa dianggap kurang bisa menyajikan pengalaman AR yang baik.

Dengan adanya LiDAR scanner, iPhone dapat mengukur kedalaman (jarak) yang sangat akurat dengan cara menghitung berapa lama cahaya tak terlihat merambat dari pemancar ke benda-benda yang ada dihadapannya, sampai dipantulkan kembali. Pancaran ini bekerja dalam hitungan *nano second*, secara terus-menerus melakukan pengukuran dan mapping peta kedalaman objek di sekitarnya.

Dengan dukungan prosesor A14 Bionic, semua aktivitas LiDAR bisa dilakukan dengan sangat cepat. Geometri ruang menjadi sangat akurat dan realistis. Aplikasi AR dapat mengambil keuntungan dari fitur ini. Salah satu contoh penerapannya adalah untuk kebutuhan lanskap, misalnya kita

ingin menempatkan rumput di sekitar kita, maka rumput tersebut hanya akan tumbuh di lantai, tidak di dinding atau furnitur.

Dan Apple sendiri memang cerdas dalam mengoptimalkan LiDAR scanner ini, sektor kamera pun bisa ditingkatkan performanya. Dalam pencahayaan sangat rendah, fokus kamera bisa dipercepat sebanyak enam kali lipat, kemudian *neural engine*-nya dapat *re-render* subjek yang ada di depan kamera didalam fokus sementara *background* dibiarkan *blur*. Hasilnya foto di tempat gelap gulita sekalipun akan menghasilkan gambar yang indah.



Foto dalam keadaan gelap gulita menggunakan LiDAR iPhone 12 Pro (sumber : www.apple.com)



Ilustrasi pemetaan kedalaman ruang melalui iPhone 12 Pro (sumber : www.apple.com)



Pemetaan ruangan oleh robot vacuum menggunakan LiDAR (sumber: www.ecovacs.com)

ART Pintar

Di era milenial ini, banyak pasangan muda yang sibuk bekerja, sehingga tidak memiliki waktu lagi untuk melakukan pekerjaan rumah. Selain mempekerjakan Asisten Rumah Tangga (ART), tren bergerak menuju solusi digital. Banyak sekali produsen *home appliances* yang menjual *smart robot vacuum* untuk menggantikan proses menyapu dan mengepel lantai rumah. Di awal kemunculannya, alat ini menggunakan

sensor infra merah untuk mencegah si robot menabrak dinding atau objek didepannya. Namun kebutuhan akan *smart vacuum* ini terus berkembang.

Dengan menggunakan sensor LiDAR, *robot vacuum* dapat menghindari objek kecil sekalipun, sehingga bisa bekerja lebih optimal lagi. Dia dapat mengenali ruang yang sangat sempit, kaki kursi yang tipis, pintu, serta objek lain yang mungkin bertebaran di rumah seperti mainan anak, hewan peliharaan, kabel dan lain sebagainya. Selain itu, dengan kemampuan *mapping layout* ruangan yang presisi, maka pekerjaan pembersihan akan menjadi lebih efisien karena robot bisa mengenali daerah yang sudah dibersihkan atau belum.

Dipadukan dengan aplikasi yang pintar pula, beberapa fitur tambahan bisa menjadi keuntungan. Contoh, seperti

virtual boundary, dimana pemilik rumah bisa mendefinisikan area mana yang harus dibersihkan, dan area mana yang harus dihindari, seperti toilet yang biasanya memiliki perbedaan ketinggian lantai, sehingga ada kemungkinan robot tidak bisa keluar dari ruangan tersebut. *Robot vacuum* juga bisa mengenali apakah dia berada di lantai dasar atau lantai atas rumah, berbekal *mapping layout* yang sudah dilakukan sebelumnya.



Robot vacuum menghindari virtual boundary (sumber: www.ecovacs.com)



Prototipe Hardware LiDAR di Autonomous Car dari serial drama Korea Start Up (sumber: www.dramamilk.com)

Autonomous Driving

Jika anda menggemari serial drama Korea, pasti anda tidak asing dengan film berjudul *Start Up*. Disana diceritakan mimpi anak-anak muda yang membentuk perusahaan *start up* mereka sendiri, untuk menciptakan sebuah sistem kendali otomatis yang diberi nama Tarzan. Karakter *programmer* utama bernama Nam Do San, yang menimba ilmu terkait penggunaan LiDAR di Silicon Valley selama 3 tahun diceritakan berhasil mengaplikasikannya pada unit mobil tes mereka, dan lulus dalam uji kelayakan. Hal ini bukanlah angan semata karena saat ini sudah ada beberapa perusahaan produsen mobil yang sudah mengaplikasikan *autonomous driving*.

Sensor LiDAR bisa melakukan pemetaan objek yang ada disekitar mobil, tidak hanya di bagian depan tetapi disekeliling kiri, kanan dan belakang. LiDAR memungkinkan mobil mengenali garis pembatasan lajur

jalan, dan mengintegrasikannya dengan fitur map, sehingga bisa melakukan navigasi secara otomatis. Karena tingkat akurasi yang sangat tinggi, LiDAR juga bisa mengenali apakah objek di dekatnya merupakan mobil lain, sepeda motor, sepeda, truk, bus atau kereta. Hal ini akan membantu untuk meningkatkan akurasi dari navigasi.

Ketika sebuah mobil memiliki kemampuan kendali otomatis, maka keamanan dalam berkendara dapat ditingkatkan untuk menghindari *human error*. Sebenarnya di beberapa mobil yang beredar sekarang juga sudah memiliki fitur pintar bernama *adaptive cruise control*, sehingga laju mobil bisa dikendalikan sesuai dengan jarak mobil didepan kita. Tetapi pengemudi masih tetap harus mengendalikan setir, sementara *autonomous driving* memungkinkan kendali penuh oleh sistem. Bukan tidak mungkin dalam beberapa tahun kedepan, mobil-mobil yang beredar di jalanan Indonesia sudah memanfaatkan teknologi ini.



Ilustrasi penggunaan sensor LiDAR untuk autonomous driving (sumber: www.forbes.com)

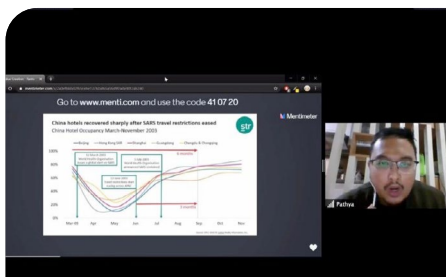
Prediksi Ke Depan?

Masih banyak lagi kemungkinan pemanfaatan LiDAR untuk *Artificial Intelligence*, yang tentunya bertujuan untuk mempermudah aktivitas kehidupan kita sehari-hari. Dan perjalanan LiDAR sendiri sebenarnya tidak mulus, banyak mengalami hambatan, seperti klaim produsen mobil Tesla yang memilih untuk tidak menggunakan teknologi LiDAR untuk kemampuan *autonomous driving* mobilnya. Tentu saja pemanfaatan LiDAR yang sederhana seperti AR, *low light photo*, *smart home appliance* sangat menjanjikan.

Tetapi untuk hal yang lebih kritical seperti *autonomous driving* masih harus menjalani pembuktian lagi untuk meyakinkan kita sebagai pengguna. Apapun pendapat anda mengenai LiDAR, bisa disimpulkan bahwa teknologi ini bisa menjadi salah satu perangkat yang bisa mendukung AI untuk memberikan perubahan dalam kehidupan manusia. Tetapi apakah benar perkembangan AI bisa memberikan dampak melebihi penemuan listrik? Mari kita tunggu bersama-sama.

01

Event Business Value Creation Bagi Industri Tourism & Hospitality



Masa pandemik Covid-19 telah mengubah banyak aspek kehidupan secara luas bahkan global. Penerapan berbagai kebijakan seperti *physical and social distancing* di Indonesia telah menciptakan gaya hidup serta cara pandang yang baru terhadap banyak hal. Di tengah ketidakpastian kondisi saat ini, berbagai tantangan bisnis dihadapi oleh setiap sektor industri. Salah satu industri yang cukup berdampak dari kondisi ini adalah sektor industri *tourism and hospitality*. Untuk itu, Telkom berupaya memberikan solusi untuk dapat menemukan permasalahan dan mencari cara yang tepat untuk dapat bertahan di masa pandemik serta antisipasi masa *post pandemic* melalui acara *Business Value Creation: "Surviving the Covid-19 Challenges and Overcoming the Post Pandemic Effects in Tourism & Hospitality Industry"*. Kegiatan yang dilakukan secara *online* melalui *platform Video Conference CloudX* ini turut mengundang CEO MarkPlus Inc. Iwan Setiawan yang menyampaikan *sharing session* dengan tema "*Surviving The Pandemic, Preparing For The Post*" secara spesifik, khususnya sektor F&B, Hotel dan *Tour & Travel*. Dilanjutkan dengan FGD yang disampaikan oleh Founder Sprinthink Pathya Budhiputra dengan menggunakan metode *design sprint/design thinking*, yang dikemas dengan tema "*Capability Building – Design Thinking for Tourism & Hospitality Industry*" untuk mengidentifikasi permasalahan, melakukan kategorisasi, menentukan skala prioritas serta mencari solusi baik jangka pendek maupun jangka panjang terhadap permasalahan yang ada.



02

FGD Hadapi New Normal untuk Industri Transportasi Darat dan Udara

Masa *New Normal* saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi seluruh industri dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu yang terkena dampak dari *pandemic COVID-19* adalah industri transportasi. Untuk itu, Telkom menyelenggarakan *event Business Value Creation* yang ke-4 untuk para pelaku industri di sektor transportasi darat dan udara dengan tema "*Surviving the Covid-19 Challenges and Overcoming the Post Pandemic Effects*"; Rabu (10/6). *Event* yang diselenggarakan melalui *platform video conference CloudX* tersebut dihadiri oleh para pelaku industri di sektor transportasi, seperti DAMRI, MRT Jakarta, TransJakarta, Serasi Autoraya, Bluebird, KAI, Garuda Indonesia, AirAsia, Angkasa Pura I & II, Airnav dan lainnya dengan menghadirkan dua narasumber, yaitu CEO MarkPlus, Inc. Iwan Setiawan dan Founder Sprinthink Pathya Budhiputra. Iwan menyampaikan *Industrial Update* mengenai "*How Transportation Industry Manages to Survive Pandemic*" dan menyajikan data hasil survey terkait perkembangan bisnis sektor transportasi, dimana terdapat penurunan secara signifikan sebesar 50%. Penurunan tersebut dipicu oleh 49% *consumer* yang memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi selama masa pandemik COVID-19. Pada sesi terakhir, Pathya memimpin FGD Design Thinking untuk berkolaborasi antar para pelaku industri guna menentukan prioritas permasalahan bisnis yang terjadi serta menemukan solusi dari permasalahan tersebut. Hasil FGD akan di-*wrap up* menjadi rekomendasi solusi-solusi digital guna mendukung kemajuan bisnis perusahaan.

03

Telkom Group Selenggarakan Event Mobile Insight Webinar



Sebagai wujud komitmen dalam mendukung transformasi digital di sektor perbankan dan finansial, Telkom berkolaborasi dengan anak usahanya, MDMedia dan Telkomsel menyelenggarakan *event Mobile Insight Webinar* yang bertajuk "*Boost Business Growth Strategy by Adopting Mobile Behavior Insight*" melalui *video conference CloudX* pada Rabu (24/6). Acara yang diikuti oleh 337 partisipan ini menjadi ajang *sharing session* bagi para pelanggan di sektor perbankan dan finansial untuk memahami bagaimana strategi *data-driven analytics* yang bersumber pada *mobile behavior* konsumen mampu meningkatkan bisnis perusahaan serta dapat mengimplementasikan "*Know Your Customer*" secara tepat dan efisien. Guna mempertegas dukungan bagi sektor perbankan dan finansial, *event* ini menghadirkan narasumber yang membahas "*How Banking & Financial Industry Manages to Grow Business Using Digital Transformation?*" yang disampaikan oleh Pimpinan Redaksi Infobank Eko B. Supriyanto. Kemudian dilanjutkan paparan dengan topik "*Facing New Normal with Mobile Behavior Insight*" oleh CEO MDMedia Syaifudin, serta topik mengenai "*Know Your Customer Faster using Mobile Behavior Insight*" yang disampaikan oleh VP Data Solution Telkomsel Mia Melinda. Kedepan, solusi ini diharapkan dapat diadopsi untuk mem-*boosting business growth strategy* perusahaan. Telkom berkomitmen untuk menjadi *digital telco* pilihan utama yang memajukan masyarakat dan siap mendukung proses digitalisasi di sektor perbankan dan finansial.



04

Dukung Sektor Industri Distribution & Trading, Telkom Gelar Event Business Value Creation

Dalam rangka mendukung sektor industri Distribution & Trading dalam meningkatkan pertumbuhan bisnis perusahaan di era *new normal*, Telkom kembali selenggarakan event FGD Business Value Creation bertemakan “*Surviving the Covid-19 Challenges and Overcoming the Post Pandemic Effects in Distribution & Trading Industry*” melalui virtual conference CloudX pada Kamis (25/6). Acara diikuti oleh 35 partisipan dari berbagai perusahaan seperti Hero Supermarket, Plaza Indonesia, Senayan City, Grand Indonesia, Lion Superindo, Lejel Home Shopping, Monica Hijau Lestari, Plaza Senayan, Matahari Putra Prima, Sogo Indonesia, FX Sudirman, Circle K, Electronic City dan beberapa pelanggan Telkom lainnya, serta mengundang narasumber yaitu CEO MarkPlus, Inc. Iwan Setiawan dan Founder Sprinthink Pathya Budhiputra. Dalam sesi *Industrial Update* yang disampaikan oleh Iwan Setiawan dengan topik “*Surviving the Pandemic Preparing for the Post*” dalam perspektif Mall & Retail Industry, Iwan menyampaikan bahwa sebesar 33% bisnis retail mengalami penurunan. Dalam survey yang dilakukan MarkPlus, sebanyak 39.1% *consumer* memutuskan untuk pergi ke *offline store* yang mengimplementasikan protokol kesehatan, mengingat perilaku *consumer* saat ini yang lebih *concern* terhadap *hygiene & safety*. Sementara pada sesi FGD yang dipandu oleh Pathya Budhiputra, para peserta diminta untuk saling berdiskusi dan mencari solusi *quick win* dengan skala prioritas yang dapat dilakukan oleh pelanggan agar dapat *survive* dalam menghadapi masa *post* pandemik.

05

Telkom Selenggarakan Expert Insight Series #16 “Leadership in Crisis”



Pada agenda Expert Insights Series #16 yang secara rutin selalu dilakukan oleh Telkom Corporate University, Direktur Enterprise & Business Service Telkom Edi Witjara kali ini menjadi narasumber dengan menyampaikan materi bertema “*Leadership in Crisis #GakNyerah #AyoBerubah*”. Acara yang ditayangkan melalui berbagai platform media online antara lain CloudX dan Streaming YouTube, diikuti oleh hampir 500 orang peserta pada hari Selasa (18/7). Dalam paparannya, Edi menyampaikan terkait tiga poin utama, dimulai dari membahas terkait isu terkini, *economic fact findings during pandemic covid-19*, dan bagaimana perusahaan dapat tetap sustain di situasi krisis. *Update* isu yang disampaikan oleh Edi dibagi menjadi tiga bagian yaitu global, *region* dan Indonesia. Saat ini, banyak Negara mulai mendeklarasikan bahwa mereka mengalami resesi setelah dihantam oleh masa krisis akibat pandemi covid-19. Sementara di *region* dan Indonesia, beberapa perusahaan mulai memberanikan diri untuk terjun ke dalam dunia digital. Untuk itu, perlu diadakan percepatan akses digital di seluruh Indonesia. “Transformasi adalah kunci dari bagaimana perusahaan dapat *sustain* di masa krisis seperti ini. Ada tiga komponen utama yang perlu diperhatikan dalam melakukan transformasi, yaitu *people, culture, dan organization*,” ujar Edi. Selain itu, Edi juga menambahkan bahwa setiap perusahaan perlu *learn from problems, fight for opportunities* untuk menjadi *extraordinary business*. Sebagai penutup, Edi menjelaskan dengan *tagline #GakNyerah #AyoBerubah* menjadi spirit untuk tidak menyerah dan terus bertransformasi menjadi yang lebih baik.



06

Telkom Kunjungi Bank Himbara di Semarang Hari Pelanggan Nasional

Tanggal 4 September 2020 menjadi hari *special* yang dirayakan oleh semua pelanggan secara nasional. Pada hari yang berbahagia ini, Telkom melalui Divisi Enterprise Service (DES) menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh *Corporate Customer* (CC) tanpa terkecuali atas kepercayaan, dukungan, dan kerja sama yang sudah terjalin dengan baik selama ini. Himpunan Bank Milik Negara (Himbara) menjadi salah satu *Corporate Customer* yang dikunjungi DES dalam rangka Hari Pelanggan Nasional (HPN) kali ini. Kunjungan HPN yang dilakukan Direktur Enterprise & Business Service Edi Witjara ke salah satu Bank Himbara yaitu Bank Mandiri, disambut baik oleh Direktur Treasury, International Banking, and Special Asset Management Darmawan Junaidi dan Direktur Information Technology Rico Usthavia Frans beserta jajarannya. Edi Witjara didampingi Executive Vice President Divisi Enterprise Service (DES) Mohammad Salsabil dan Direktur Utama TelkomSigma menyampaikan kesiapan Telkom untuk bersinergi dengan Bank Mandiri melalui penyediaan beragam solusi digital untuk dunia perbankan. Pada kesempatan ini, kami juga menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada *Corporate Customer* yang dituntut untuk tetap dapat memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya meskipun di tengah masa pandemik COVID-19. Kami atas nama Manajemen Telkom Indonesia mengucapkan Selamat Hari Pelanggan Nasional 2020. Inilah yang menjadi motivasi kami untuk terus melayani dan memberikan yang terbaik.

TELKOM IMPLEMENTASIKAN CORE VALUES AKHLAK, SEBAGAI DIGITAL WAYS OF WORKING

Telkom Group menerapkan *core values* AKHLAK (Amanah - Kompeten - Harmonis - Loyal - Adaptif - Kolaboratif) dalam perilaku keseharian, melalui empat *mandatory activities* yang meliputi *Leaders Talk Value, Knowledge Sharing, Movement, dan Make Improvement*. Aktivitas tersebut tentu saja dikemas dengan berbagai kegiatan yang *fun* dan *creative* yang dilakukan oleh Divisi Enterprise Service (DES) melalui wadah Kipas Akhlak DES : DES ONE dengan semangat "One Family, One Spirit, Bring IT On" guna mengakselerasi pencapaian kinerja unit dengan menciptakan cara kerja baru yang lebih *smart* dan cepat.

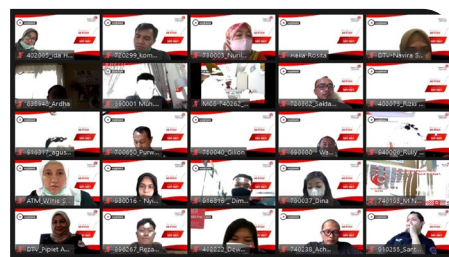
Telkom Tunjukkan Kepedulian Terhadap Corporate Customer di Hari Pelanggan Nasional



Menyambut Hari Pelanggan Nasional yang jatuh pada hari Jumat tanggal 4 September 2020, Telkom menyampaikan ucapan terima kasih dan menunjukkan kepeduliannya kepada Corporate Customer di tengah masa pandemi Covid-19. Direktur Utama Ririek Adriansyah beserta jajaran secara serentak menyampaikan ucapan Selamat Hari Pelanggan Nasional 2020 kepada Corporate Customer, baik secara virtual maupun yang dilakukan secara *on site* dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Di kesempatan kali ini, Telkom juga turut menunjukkan kepeduliannya terhadap Corporate Customer dengan membagikan 1000 paket *hygiene kit* yang diharapkan mampu membantu garda terdepan dari Corporate Customer untuk tetap waspada dan menjaga protokol kesehatan selama menjalankan peran dan tugas setiap harinya. Telkom berkomitmen untuk selalu menjaga hubungan profesional, meningkatkan hubungan baik dan mendukung para Corporate Customer agar selalu bisa memberikan kepuasan di mata pelanggan. Selamat Hari Pelanggan Nasional!

Perkuat Advertising di Masa Pandemi, Telkom Gelar Event Webinar

Lebih dari 300 Account Manager mengikuti *event* webinar yang diadakan melalui *platform virtual conference* pada hari Selasa (20/10). Acara yang bertajuk "Pandemi? Gak Nyerah! Jualan Iklan? Siapa Takut!" tersebut bekerja sama dengan Corporate University (CorpU) dalam rangka memberikan pembekalan bagi para Account Manager sebagai ujung tombak *sales* mengenai penjualan produk *advertising* yang baik dan tepat sasaran, khususnya di tengah kondisi pandemi Covid-19 saat ini. Acara dibuka oleh Senior General Manager Corporate University Jemy Confido dan Executive Vice President Divisi Enterprise Service Telkom Mohammad Salsabil dengan paparannya mengenai pertumbuhan penggunaan layanan digital di era *pandemic* dan peluang *advertising* di berbagai segmen pasar.



Dalam acara ini, kami juga mengundang Head of Marketing Pintaria.com Zaneti Sugiharti dan Senior Manager Sales Divisi TV Video Telkom Riko Iskandar sebagai pembicara yang menyampaikan berbagai tips dan trik dalam memasarkan produk *advertising* secara efektif serta berbagi pengalamannya yang cukup luas khususnya di bidang penjualan iklan media. Sebagai penutup, Jemy Confido menyampaikan bahwa CorpU sangat mengapresiasi inisiatif ini dan akan senantiasa memberikan dukungan penuh dalam penyelenggaraan training bagi para AM.

Telkom Lakukan Sharing Session Terkait Pengelolaan AM ke Posindo



Executive Vice President Divisi Enterprise Service (DES) Telkom Mohammad Salsabil melakukan kunjungan ke Posindo yang bertempat di Kantor Pusat Pos Indonesia, Bandung pada hari Selasa (24/11). Kunjungan ini disambut baik oleh Direktur Utama Posindo Faizal R. Djoemadi, Direktur Kurir dan Logistik Posindo Hariadi, VP Teknologi Operasi Posindo Kemas Syafta Wijaya dan SVP Sales & Marketing Kurir & Logistik Posindo Djoko Suhartanto. Dalam kunjungannya, Mohammad Salsabil memberikan *sharing session* terkait pengelolaan *Account Management* di Telkom. Salsabil menyampaikan bahwa dalam menjalankan *day-to-day business*, DES berpegang pada pilar yang menjadi pedoman dalam melakukan *digital excellence operation*. Disinilah peran utama AM sangat penting, diantaranya bagaimana AM harus intens melakukan *intimacy & engagement*, sebagai *problem solver*, serta menjaga SLG layanan pelanggan. DES juga menggunakan IT *Tools* untuk melakukan *monitoring* kinerja para AM serta adanya *supporting tools* yang dilakukan DES melalui skema *reward* yang ditujukan guna memotivasi para AM untuk dapat berkontribusi maksimal terhadap kinerja DES yang akan meningkatkan kinerja Telkom secara menyeluruh. Kedepan, diharapkan kolaborasi antara Telkom dan Posindo ini dapat menghasilkan kerjasama yang saling memajukan kedua BUMN.

Lengkapi kebutuhan layanan internet, TV dan telepon di rumah dengan Paket 3P

Info lebih lanjut kunjungi:

indihome.co.id |   

Bebas Nelpun

300
Menit*

Harga Mulai
Rp **375.000**
/bulan

Internet Cepat
Up to
300
Mbps

Ratusan
Channel TV
Favorit

Mari gunakan internet dengan bijak.
Pilih & pahami penggunaan internet sesuai kebutuhan.

Kecepatan optimal bergantung pada jumlah perangkat.

Contact Us : 0-800-1-TELKOM (835566)

 www.telkomdigitalsolution.com

 Telkom Solution  @TelkomSolution  Telkom Digital Solution