

# enterprise

digital solution magazine



**CX Summit 2021 Ajak Praktisi dan Pelaku Bisnis Tingkatkan Pengalaman Digital Pelanggan di Era Experience Economy**

**Keterhubungan di Era Digital Melalui Teknologi SDWAN**

**Telkom Hadirkan Infrastruktur ICT dan Konektivitas Kelas Dunia di Mandalika**


**Telkom Jadi Satu-satunya Perusahaan Indonesia di Jajaran Forbes 2021 World's Best Employer**

# START TO CONNECT WITH US



## Contact Us

 Visit our website for more  
[www.floucloud.id](http://www.floucloud.id)

 Call To Find Out More  
**+62 21 80864830**

 Contact our team  
[sales@floucloud.id](mailto:sales@floucloud.id)



## We Have to Learn From The Past, Then We Have to Adapt to The Present

### Pelanggan Telkom Indonesia yang terhormat,

Pandemi Covid-19 yang berlangsung selama kurang lebih dua tahun telah menggeser perubahan perilaku masyarakat dalam beraktivitas dan memenuhi kebutuhannya. Berbagai aktivitas dilaksanakan secara daring, mulai dari bekerja dari rumah (*Work From Home*), Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ), berbelanja secara daring melalui *e-commerce*, aktivitas olahraga secara *virtual*, dan masih banyak lagi aktivitas lainnya.

Data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan bahwa sebanyak 78,18% rumah tangga di Indonesia telah menggunakan internet pada tahun 2020. Jumlah ini meningkat 4,43 poin dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 73,75%. Selain itu, Bank Indonesia mencatat adanya peningkatan transaksi jual beli *e-commerce* sebesar dua kali lipat pada tahun 2020. Hal ini berbanding lurus dengan data dari Ditjen Aptika Kominfo tentang adanya peningkatan pengguna internet sebesar 11% pada tahun 2020, yaitu dari 175,4 juta menjadi 292,6 juta. Fakta ini menunjukkan bahwa pandemi telah menjadikan internet sebagai salah satu kebutuhan utama masyarakat.

Laporan terbaru dari Google, Temasek, dan Baik & Company, menunjukkan *Gross Merchandise Value* (GMV) Indonesia diperkirakan naik dari sekitar US\$ 47 miliar pada tahun 2020 menjadi US\$ 70 miliar pada tahun 2021. Beberapa temuan lain dari laporan E-Conomy SEA 2021 antara lain ada 21 juta konsumen digital baru di Indonesia hingga paruh pertama 2021, dimana 99 persen dari konsumen baru menyatakan akan tetap menggunakan layanan digital. Di sisi lain, sebanyak 28 persen dari pelaku bisnis di Indonesia menyatakan bahwa tanpa *platform* digital, usaha mereka berpotensi tutup karena pandemi, dimana rata-rata pelaku bisnis menggunakan dua *platform* digital untuk menjangkau

konsumen. Peningkatan transaksi di sektor *e-commerce* memberikan kontribusi terbesar terhadap total GMV Indonesia. Di tahun 2021, GMV *e-commerce* mengalami pertumbuhan sebesar 52 persen *year-on-year* (YoY) dan diperkirakan berkontribusi sebesar US\$ 35 miliar – US\$ 53 miliar (sekitar Rp 500-757 triliun).

Berbagai perubahan aktivitas dan pergeseran gaya hidup masyarakat di era pandemi ini dapat menjadi peluang baru bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualan produk dan layanannya dengan memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan tepat sasaran. Mau tidak mau, perusahaan ataupun pelaku bisnis dituntut untuk terus berinovasi, mengikuti perkembangan teknologi digital serta memperbaharui strategi bisnisnya agar dapat *survive* dalam menghadapi tantangan bisnis yang ada.

Tidak dipungkiri, transformasi digital menjadi sebuah keharusan agar bisnis perusahaan dapat bertahan, bersaing, dan bertumbuh. Digitalisasi sendiri tentunya memberikan peluang untuk menjadikan Indonesia sebagai negara maju. Sebagai *digital telco company*, kami senantiasa terus melakukan inovasi digital serta digitisasi baik di internal maupun eksternal, yang didukung oleh talenta digital unggulan yang kami miliki guna mendorong tingkat adopsi digital bangsa untuk memberikan layanan yang terbaik.

Saat ini kita telah memasuki tahun 2022. *We Have to Learn From The Past, Then We Have to Adapt to The Present*. Tahun 2021 menjadi tahun pembelajaran bagi kita semua, dimana selama kurang lebih dua tahun kita telah berjuang bersama-sama dan mampu bertahan dalam situasi pandemi. Belajar dari semua hal yang telah dicapai dan



**Teuku Muda Nanta**  
EVP Divisi Enterprise Service  
Telkom Indonesia

belajar dari kegagalan yang pernah dialami, dan menjadikan semua pembelajaran itu menjadi pijakan untuk meraih keberhasilan di masa mendatang.

Tahun 2022 menjadi semangat dan harapan baru untuk kesuksesan kita bersama. Untuk itu, kita perlu terus beradaptasi dengan keadaan, menjalankan strategi bisnis perusahaan dengan berbagai penyesuaian yang diperlukan, memanfaatkan teknologi digital dalam proses bisnis perusahaan, berkolaborasi dalam menciptakan peluang bisnis dan dapat saling memberikan manfaat dan nilai tambah sesuai dengan kapabilitas masing-masing. Mari kita menyongsong tahun 2022 dengan semangat baru menjadi lebih baik dari tahun sebelumnya.

#GakNyerah #AyoBerubah #BringITOn



## 05 ACHIEVEMENTS

Telkom jadi satu-satunya perusahaan Indonesia di jajaran Forbes 2021 World's Best Employer, hingga Telkom raih penghargaan Top Good Corporate Government (GCG) in Telecommunication Sector 2021. Baca selengkapnya untuk mengetahui pencapaian yang telah diraih oleh TelkomGroup.

## 09 ARTICLES

Telkom bukukan pertumbuhan laba bersih *double digit* dari hasil penanganan pandemi dan langkah transformasi digital-nya hingga Telkom hadirkan infrastruktur ICT dan konektivitas kelas dunia di Mandalika. Baca juga artikel lainnya seputar TelkomGroup.

## 23 SOLUTION

TelkomGroup melalui Telkomsel menghadirkan solusi berupa layanan *platform survey online*, tSurvey yang merupakan hasil kolaborasi dengan Snapcart Indonesia. Simak detail solusi tSurvey selengkapnya!

## 24 TRAVEL

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) memiliki banyak keunggulan dalam destinasi wisatanya. Selain Lombok, destinasi wisata yang tak kalah menarik untuk Anda kunjungi ada di Pulau Sumbawa yang terletak tepat di sebelah timur Lombok. Penasaran? Yuk simak ulasan beberapa destinasi wisata di sekitar Pulau Sumbawa yang wajib Anda kunjungi!

## 26 CULINARY

Tak hanya kaya akan pesona laut, adat dan budaya, serta kekayaan alamnya, ternyata masakan khas Bali juga memiliki cita rasa tersendiri yang tidak ditemukan di daerah lain dan tentunya wajib untuk Anda coba. Ragam menu makanan khas ini sangat mudah untuk Anda temui jika berkunjung ke Bali. Yuk, intip makanan khas Bali yang jadi incaran para wisatawan!

## 28 HOT ISSUES

Simak isu terkini tentang Vaksin *Booster* COVID-19 yang akan dimulai awal tahun 2022 ini, mulai dari jenis vaksin *booster*-nya, alasan mengapa diperlukan sampai target dimulainya pemberian vaksin oleh Pemerintah. Baca juga terkait *Metaverse*, dunia digital di masa depan!

## 32 GALLERIES

Lihat apa saja aktivitas terkini yang dilakukan Telkom dalam rangka mengimplementasikan *Core Values* AKHLAK sebagai *Digital Ways of Working!*



## Telkom Jadi Satu-satunya Perusahaan Indonesia di Jajaran Forbes 2021 World's Best Employer

**P**T Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) kembali meraih pengakuan yang bergengsi dari institusi Internasional. Kali ini, Telkom menjadi satu-satunya perusahaan Indonesia yang masuk ke dalam jajaran Forbes 2021 World's Best Employer. Telkom menempati peringkat #299 dari 750 perusahaan terpilih yang berasal dari seluruh dunia dan beragam sektor industri. Ini merupakan pencapaian yang baik karena Telkom berhasil masuk dalam daftar tempat bekerja terbaik mengungguli perusahaan-perusahaan besar lainnya. Adapun untuk kategori industri *telecommunication & services*, Telkom menempati urutan ke #7 dunia di atas Nokia, KT, Ericsson, dan Vodafone, sekaligus menjadi satu-satunya perusahaan telekomunikasi asal Asia Tenggara yang masuk dalam kategori ini.

Forbes Global bekerja sama dengan Statista, lembaga *market research* dunia, untuk melakukan survei kepada 150.000 karyawan *full-time* dan *part-time* yang bekerja di perusahaan/instansi multinasional dari 58 negara di dunia. Para responden diminta untuk mengevaluasi tempat kerja berdasarkan *image (employer branding)*, *economy footprint*, *talent development*, *gender equality and social responsibility*. Responden juga diminta untuk memberikan *rating* seberapa besar mereka merekomendasikan perusahaan tempat mereka bekerja kepada kerabat maupun

kollega. Hasilnya, ada 750 perusahaan dengan nilai tertinggi yang berhasil menjadi bagian dalam daftar Forbes 2021 World's Best Employer.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah menyampaikan rasa terima kasih atas apresiasi yang diberikan Forbes Global. "Merupakan kebanggaan bagi kami dapat menjadi satu-satunya perusahaan di Indonesia yang diakui sebagai tempat kerja terbaik oleh media yang kredibel di kancan internasional seperti Forbes Global. Kami menyadari bahwa *people* adalah aset yang sangat penting dalam keberhasilan dan keberlangsungan suatu perusahaan. Untuk itu, di tengah langkah transformasi yang dilakukan, Telkom juga fokus dalam mengelola *human capital* khususnya dalam mencetak talenta digital terbaik yang profesional dengan berlandaskan *core values* AKHLAK. Pengakuan sebagai World's Best Employer dapat menjadi salah satu bukti bahwa apa yang kami lakukan sudah benar dan *on the track*."

Komitmen Telkom dalam bertransformasi dan serius mengelola talenta digital ini sejalan dengan arahan Presiden RI kepada seluruh Direktur utama BUMN pada Kamis (14/10), bahwa pentingnya untuk membangun profesionalisme dan kultur kerja yang baik untuk memperkuat BUMN

dalam menghadapi persaingan, baik nasional maupun internasional. Presiden RI meminta BUMN untuk beradaptasi pada model bisnis dan teknologi baru, sehingga bisa dapat melangkah lebih cepat lagi seperti yang ia lihat pada sektor perbankan dan telekomunikasi tanah air, salah satunya Telkom.

Pada kesempatan terpisah, Direktur Human Capital Management Telkom Afriwandi menambahkan bahwa hasil survey tersebut menandakan Telkom menjadi tempat bekerja yang nyaman dan produktif bagi karyawan dan juga dipersepsi oleh *talent* di luar sebagai tempat bekerja positif dan kondusif. Hal ini tak terlepas dari peran serta manajemen dan karyawan yang telah mendukung terciptanya *employee experience* yang baik. "Semoga pengakuan ini dapat memotivasi Telkom untuk semakin adaptif lagi menghadapi segala disrupsi dan tantangan yang ada. Dengan berlandaskan *core values* AKHLAK, kita terus lahirkan inovasi dan kembangkan model bisnis baru serta percepat digitalisasi untuk memberikan kontribusi terbaik demi Indonesia yang lebih baik," tutup Afriwandi.







## Promosikan Kesetaraan Gender di Tempat Kerja, Telkom Raih Penghargaan UN Women

**P**T Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) meraih penghargaan dalam ajang Women's Empowerment Principles (WEPs) Awards yang diadakan oleh UN Women Indonesia pada Jumat (22/10). Penghargaan ini diberikan kepada Telkom atas komitmen dan upayanya sebagai perusahaan yang mempromosikan kesetaraan *gender* di lingkungan kerja. Telkom meraih penghargaan honorable mention pada kategori tempat kerja inklusif gender (Gender-Inclusive Workplace).

Kategori ini diberikan atas pencapaian perusahaan dalam melaksanakan upaya-upaya yang inklusif *gender* di tempat kerja, termasuk dalam melakukan pendekatan inovatif untuk perekrutan yang setara dan non-diskriminatif, menyediakan pengaturan kerja yang fleksibel, mendukung kesetaraan peran perempuan dan laki-laki untuk menjalankan tugas rumah tangga termasuk kerja pengasuhan, menjamin keselamatan, dan kesejahteraan karyawan perempuan dan laki-laki, mengurangi kesenjangan upah berdasarkan *gender* serta mendorong pengembangan karir dan kepemimpinan perempuan.

Direktur Human Capital Management Telkom Afriwandi bersama komunitas Srikandi TelkomGroup terus berupaya

untuk mempromosikan kesetaraan *gender* di lingkungan kerja. Hal ini menunjukkan bahwa Telkom adalah perusahaan yang terbuka pada keberagaman dan inklusivitas.

"Penghargaan ini adalah apresiasi untuk seluruh karyawan di TelkomGroup. Dengan penerapan *core values* AKHLAK, kami tidak membedakan *gender* karyawan dalam pengembangan karir. Semua berhak mendapatkan kesempatan yang sama untuk belajar, berkembang, dan berkontribusi.

Ke depannya, bersama komunitas Srikandi TelkomGroup, kami berharap dapat memenuhi target Menteri Erick Thohir agar jajaran direksi di Telkom mencapai 15 persen. Kami percaya, lingkungan kerja yang inklusif dan menjunjung kesetaraan *gender* adalah salah satu hal penting untuk mencapai target tersebut," ujar Afriwandi.

Sama halnya dengan Afriwandi, Ketua Srikandi TelkomGroup Justri Ariesthiawati mengatakan, "Di Srikandi TelkomGroup, kami saling meng-*empower* karyawan perempuan untuk semakin berdaya. Saya selalu katakan, menjadi perempuan itu suatu anugerah. Menjadi perempuan yang berdaya itu suatu tantangan. Tidak perlu

kesempurnaan untuk menjadi perempuan yang berperan di berbagai kondisi. *Be confident, stay humble & keep contributing!*"

WEPs Awards Indonesia 2021 adalah ajang penghargaan yang diselenggarakan melalui program WeEmpowerAsia dan didanai oleh Uni Eropa. Ini sebagai wujud apresiasi kepada perusahaan di Indonesia atas inisiatifnya dalam mengatasi ketimpangan *gender* dan mendukung partisipasi aktif perempuan dalam mendukung perekonomian nasional.

Sebanyak 228 aplikasi dari 138 perusahaan telah diseleksi oleh 10 panel juri dalam enam kategori: Kepemimpinan, kepemimpinan orang muda, *marketplace responsif gender*, tempat kerja inklusif *gender*, transparansi dan pelaporan, serta pelibatan komunitas dan kerja sama.

Panel juri WEPs Awards Indonesia 2021 terdiri dari profesional di sektor bisnis dan pembangunan dengan pengalaman dalam isu kesetaraan *gender* dan pemberdayaan ekonomi perempuan. Di antaranya Eko Novi Ariyanti, Asisten Deputi Partisipasi Lembaga Profesi dan Dunia Usaha, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia, Marina Berg, Duta Besar Swedia untuk Republik Indonesia, Timor-Leste dan ASEAN, Dewi Meisari Haryanti, Kepala Bidang Kajian, Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO), Tedy Gunawan, National Programme Officer, International Labour Organization (ILO) Indonesia, Petty Siti Fatimah, Editorial Director PT Prana Dinamika Sejahtera & CCO Femina, Devi Asmarani, Editor-in-Chief Magdalene serta juri lain dari kalangan profesional.

WEPs sendiri merupakan inisiatif UN Women dan UN Global Compact yang bertujuan memberdayakan perempuan untuk berpartisipasi penuh dalam hal ekonomi di semua sektor dan menguraikan tujuh langkah bagi bisnis untuk mencapainya di tempat kerja, *marketplace*, dan komunitas.

Hingga saat ini, lebih dari 3.800 perusahaan di seluruh dunia telah menandatangani WEPs, termasuk 145 perusahaan dari Indonesia.

## Telkom Sabet Predikat Diamond dalam Ajang The 3rd ASEAN PR Excellence Awards 2021

Komitmen PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) dalam mendukung penanganan Covid-19 membuahkan hasil dan apresiasi yang baik, tidak hanya dari instansi dalam negeri tapi juga internasional. Telkom meraih tiga penghargaan dalam ajang bergengsi The 3rd ASEAN PR Excellence Award 2021 yang seremoni penganugerahannya dilaksanakan secara daring, pada Jumat (5/11).

Telkom meraih predikat Gold untuk kategori Best Comm Use of Social Platform melalui program #VaksinKerenAbis dan Bronze untuk kategori Best Covid-19 Related Response melalui program Masker untuk Teman Tuli. Bahkan Vice President Corporate Communication Telkom meraih predikat tertinggi yaitu Diamond untuk kategori Best PR Practitioner.

Vice President Corporate Communication Telkom Pujo Pramono menyampaikan terima kasih atas apresiasi yang diberikan Asean PR Network selaku penyelenggara The 3rd ASEAN PR Excellence Award 2021 kepada Telkom. "Penghargaan ini didedikasikan untuk seluruh tim Corporate Communication Telkom atas semangat kerja keras dan cerdas serta kinerjanya untuk memberikan kontribusi terbaik bagi perusahaan, *stakeholders*, dan seluruh bangsa Indonesia. Ini akan menjadi motivasi bagi kami untuk terus berinovasi dan berkarya untuk Indonesia yang lebih baik," ujar Pujo.

Sebagai BUMN dan perusahaan telekomunikasi digital terdepan, Telkom secara proaktif dan konsisten terus mendukung upaya Pemerintah dalam penanganan Covid-19 dan pemulihan ekonomi nasional. Adapun dukungan yang diberikan Telkom mencakup dukungan konektivitas, *dashboard* dan aplikasi, produk dan layanan serta bantuan sosial.

Program #VaksinKerenAbis merupakan *campaign* inovatif yang diinisiasi Telkom bekerja sama dengan *content creator* untuk



membuat sebuah video bergenre komedi tentang pandangannya terkait vaksin. Pesan yang disampaikan dalam video tersebut mempertimbangkan keragaman kebutuhan informasi masyarakat, terutama yang berkaitan dengan keamanan, kehalalan, efektivitas, dan pemerataan distribusi serta penerima vaksin prioritas. Selain itu, masyarakat tetap diberikan edukasi terkait pentingnya penerapan protokol kesehatan setelah menerima vaksin Covid-19 untuk melindungi diri dan sekitar.

Untuk menjaga efektivitas *campaign* #VaksinKerenAbis, Telkom melakukan pemilihan *content creator* sesuai daerah dengan tingkat penerimaan yang rendah. Berdasarkan hasil survey Kementerian Kesehatan Republik Indonesia sebelumnya, yaitu Padang (Sumatera), Makassar (Sulawesi), dan Jawa. Kemudian, Telkom menambahkan inovasi berupa video melalui pendekatan budaya dengan memaksimalkan penggunaan bahasa daerah oleh *content creator* untuk membangun psikologi yang kuat antara masyarakat dengan *campaign* #VaksinKerenAbis.

Tak hanya #VaksinKerenAbis, Telkom juga menginisiasi *campaign* Masker untuk Teman Tuli yakni bantuan masker transparan kepada para teman tuli pada bulan Mei 2020. Masker transparan untuk penyandang tuli ini dirancang dan diproduksi khusus agar memudahkan penyandang tuli

dalam berkomunikasi karena gerak bibirnya bisa terbaca tanpa harus membuka masker. Untuk memproduksi masker transparan ini Telkom bekerja sama dengan para pelaku UMKM yang terdampak selama pandemi, hal ini sekaligus menjadi salah satu upaya dalam pemberdayaan sektor UMKM yang cukup besar berkontribusi terhadap perekonomian di Indonesia. Dalam *campaign* ini, Telkom juga bekerja sama dengan Gerakan

Indonesia (GERKATIN) sebagai *partner* dalam pendistribusian bantuan masker transparan kepada penyandang tuli di berbagai wilayah Indonesia agar bantuan masker transparan ini bisa didistribusikan dengan cepat dan tepat sasaran.

"Kami akan terus mengupayakan kontribusi terbaik untuk percepatan penanganan Covid-19 dan pemulihan ekonomi nasional. Dengan semangat kebersamaan, Telkom optimistis bahwa bangsa Indonesia dapat melewati masa ini dengan baik," ujar Pujo.

The 3rd ASEAN PR Excellence Award 2021 merupakan penghargaan yang diselenggarakan oleh ASEAN PR Network untuk para praktisi humas dan komunikasi dari negara ASEAN yang berhasil menjalankan program kehumasannya dengan baik, sehingga memberikan dampak positif tidak hanya bagi perusahaan tapi juga bagi masyarakat. Tahun ini, terdapat 10 kategori penghargaan yang dikompetisikan, yakni Best PR Programme, Best PR Practitioners, Best PR Agencies, Best PR Campaign, Best Crisis Management, Best Media Company Supporting PR and Communication Industry, Best Government PR, Best Covid-19 Related Response, Best Communication Use of Virtual Platforms, serta Best Communication Use of Social Media.



## ACHIEVEMENTS



### AI Recruitment Platform Infomedia Raih Penghargaan Asian Technology Excellence Awards 2021

**P**T Infomedia Nusantara, sebagai salah satu anak usaha Telkom yang fokus pada layanan Business Process Outsourcing, berhasil memperoleh pengakuan dari The Asian Business Review dalam penghargaan Asian Technology Excellence Award 2021 (22/11). Media regional yang menyorot komunitas bisnis Asia ini telah mengakui teknologi *Artificial Intelligent* (AI) Infomedia pada kategori *Human Resource* yang dapat mengakuisisi proses tradisional menjadi digital.

Direktur Utama Infomedia Agus Winarno menyampaikan, "Merupakan suatu kehormatan terpilih sebagai penerima

Technology Excellence Awards 2021. Penghargaan ini menjadi bukti betapa pentingnya layanan *Shared Service* Infomedia di Industri BPO khususnya di Indonesia". Seperti yang diketahui bahwa *back-end process* yang masih di dominasi oleh sistem tradisional dan cukup memakan waktu ini menjadi peluang bagi Infomedia dalam pemanfaatan teknologi digital yang di usung.

Meningkatkan *customer experience* melalui efisiensi dan efektifitas berbagai *platform* pada *back end process* menjadi salah satu nilai unggul perusahaan sebagai pengelola *Shared Service Operation*. "Kami sangat bangga karena kerja keras kami dalam inovasi produk & teknologi diakui oleh The Asian Business Review. Banyak energi dan pemikiran masuk ke dalam pengembangan *platform* Rekrutmen AI dan hal tersebut

sangat berarti bagi kami sehingga pekerjaan yang kami sukai juga berarti untuk orang lain," tambah Agus.

*AI Recruitment Platform* itu sendiri merupakan bentuk dukungan untuk akuisisi *talent* terbaik yang dikembangkan Infomedia, dimana bagian dari manajemen *talent* tersebut berfungsi untuk memastikan bahwa *talenta* yang dipekerjakan oleh perusahaan adalah *talenta* unggul yang akan memberikan pertumbuhan berkelanjutan untuk perusahaan.

Penghargaan ini sekaligus memberikan sorotan bagi perusahaan di Asia dalam pengembangan inovasi dan revolusi teknologi serta perjalanan transformasi digital perusahaan untuk mencapai *experience* terbaik bagi pelanggan.

### Telkom Raih Penghargaan TOP GCG in Telecommunication Sector 2021

**T**elkom meraih penghargaan dengan kategori *Top Good Corporate Government in Telecommunication Sector 2021* yang diselenggarakan oleh The Iconomics. Penghargaan tersebut diterima secara langsung oleh Vice President Corporate Communication Telkom Pujo Pramono, yang diserahkan di Hotel JW Marriot Kuningan Jakarta, Jumat (17/12).

Penghargaan ini dalam rangka memberikan apresiasi kepada anak-anak perusahaan BUMN dalam Indonesia's State Owned Companies Leading Brand Awards 2021. The Iconomics menggelar Indonesia Top GCG Awards 2021 dengan memilih perusahaan-perusahaan di Indonesia yang telah mengimplementasikan prinsip-prinsip GCG. Untuk menentukan perusahaan tersebut, Iconomics melakukan penilaian terhadap kinerja perusahaan dari 38 sektor, yang dimana penilaian ini akan menghasilkan 38 perusahaan yang berpraktik *Good Corporate Governance*.

Penilaian ini dilakukan secara kualitatif dari berbagai sumber informasi dan data



kegiatan perusahaan atas tanggung jawabnya dalam melaksanakan prinsip-prinsip GCG. Informasi-informasi yang dihimpun dan diolah berasal dari berbagai sumber, baik sumber resmi dari perusahaan maupun sumber lainnya yang terpercaya.

Berdasarkan data kualitatif tersebut akan diklusterisasikan menjadi 3 (tiga) indikator utama pada *Good Corporate Governance*, yakni *transparency, responsibility, fairness & equality*. "Apresiasi ini kiranya akan mendorong perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk meningkatkan implementasi GCG dan mempertahankan

adopsi GCG yang sudah berjalan dengan baik. Bagaimanapun juga GCG akan mencerminkan baik atau tidaknya perusahaan. Selamat kepada perusahaan yang masuk dalam jajaran Indonesia Top GCG Awards 2021," ungkap Founder & CEO The Iconomics Bram S. Putro dalam sambutannya.

Selanjutnya, apresiasi ini diharapkan dapat menjadi stimulus kepada anak-anak perusahaan BUMN lainnya untuk memacu dan meningkatkan kinerja perusahaan dan *brand image* perusahaan.





## Telkom dan Universitas Tanjungpura Luncurkan Program Smart KKN Digital

Berepatan dengan Hari Sumpah Pemuda yang jatuh setiap tanggal 28 Oktober, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) dan Universitas Tanjungpura Pontianak (Untan) berkolaborasi meresmikan program Smart KKN Digital – Smart Village Tanjungpura. Program ini merupakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) kolaborasi pentahelix berupa pendampingan desa menuju desa mandiri oleh mahasiswa yang menjalankan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) melalui penerapan digitalisasi desa (*Smart Government, Smart Society, Smart Economy*). Hadir pada peluncuran program ini antara lain Wakil Menteri Desa PDTT, Ketua Komisi V DPR RI, Deputy Executive Vice President Regional VI Telkom, Gubernur Kalimantan Barat, Rektor Untan, Bupati Sambas, Bupati Kapuas Hulu, Bupati Kubu Raya, Ketua Umum DPP Asosiasi Pemerintah Desa Seluruh Indonesia (APDESI), para kepala desa, mahasiswa yang mengikuti program MBKM, dan para undangan lainnya.

Wakil Menteri Desa PDTT Budi Ari Setiadi pada kesempatan peluncuran program ini menyatakan bahwa pembangunan dan digitalisasi desa adalah tanggung jawab semua pihak, khususnya bagi para mahasiswa sebagai agen perubahan. Beliau sangat mengapresiasi tema program ini

“Pemuda Bersatu Membangun Desa” yang sangat sesuai dengan semangat Sumpah Pemuda. Budi juga mengajak semua pihak yang terlibat untuk mewujudkan kesejahteraan di desa dengan slogan “Desa Sejahtera, Indonesia Maju”.

Pada kesempatan yang sama, Ketua Komisi V DPR RI Lasarus sangat senang dan bersemangat terkait penyelenggaraan program ini. “Kalau bisa dan semestinya program seperti ini berkelanjutan supaya masyarakat kita paham betul, bukan paham sesaat soal apa itu digitalisasi,” pintanya.

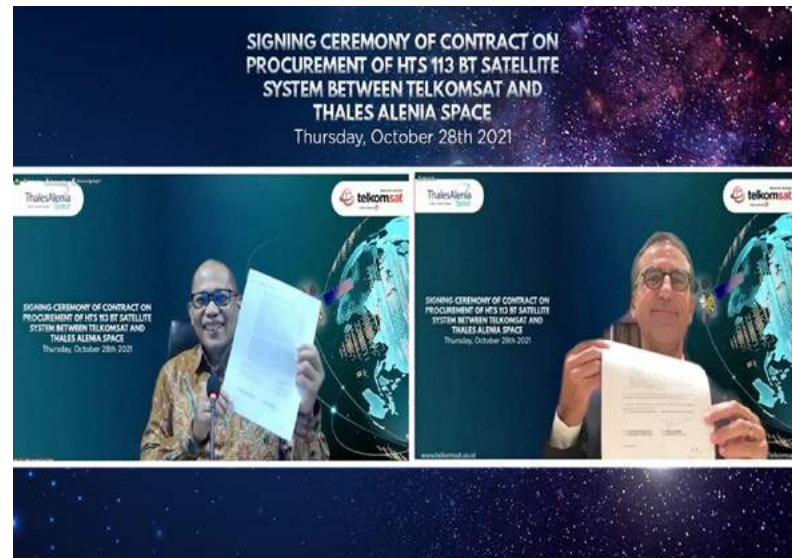
Gubernur Kalimantan Barat Sutarmidji pada sambutannya menambahkan bahwa digitalisasi desa sangat penting dalam pencapaian target jumlah desa mandiri di Kalimantan Barat. Beliau menyampaikan bahwa bahkan masyarakat di beberapa desa lebih memilih disediakan menara (tower) telekomunikasi dibanding perbaikan jalan di depan rumahnya.

Rektor Universitas Tanjungpura Prof. Garuda Wiko selaku tuan rumah acara melaporkan bahwa program ini dilaksanakan di 28 desa di tiga kabupaten di Kalimantan Barat. “Insya Allah pada semester depan untuk pelaksanaan MBKM Smart Village Tanjungpura akan dilaksanakan minimal

di 56 desa dengan mengikutsertakan lebih dari 200 orang mahasiswa di lintas program studi. Mudah-mudahan dengan program ini Untan dan Telkom dapat berkontribusi dalam pengembangan inovasi dan digitalisasi desa,” pungkas Prof. Garuda Wiko.

Dalam kesempatan terpisah, Direktur Enterprise & Business Service Telkom Edi Witjara menyampaikan harapan agar program ini dapat memberikan dampak positif tidak hanya bagi desa, namun juga bagi berbagai pihak yang terlibat. “Perguruan tinggi dan mahasiswa sebagai upaya implementasi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), bagi pemerintah daerah dan masyarakat desa adalah upaya untuk percepatan transformasi digital bagi masyarakat dan peningkatan kesejahteraan desa secara umum. Telkom akan terus memberikan layanan telekomunikasi secara luas untuk mengembangkan masyarakat digital Indonesia,” jelas Edi.

Dengan adanya program Smart KKN Digital ini, diharapkan dapat menjadi langkah yang baik untuk mengakselerasi terwujudnya kedaulatan digital untuk Indonesia yang lebih baik.



## Telkom Bangun High Throughput Satellite untuk Kedaulatan Digital Indonesia

Sebagai upaya untuk pemerataan konektivitas di seluruh Indonesia demi terwujudnya lingkungan digital, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) melalui anak perusahaannya, PT Telkom Satelit Indonesia (Telkomsat), melakukan penandatanganan kerja sama dengan Thales Alenia Space untuk membangun High Throughput Satellite (HTS) di slot orbit 113 BT. Pembangunan HTS akan menggunakan frekuensi C-Band/Ku-Band dengan jangkauan yang lebih luas dan kualitas yang andal.

Penandatanganan kerja sama dilakukan secara *online* oleh Direktur Utama Telkomsat, Endi Fitri Herlianto dan President & CEO Thales Alenia Space, Hervé Derrey dari lokasi masing-masing pada Kamis (28/10). Turut hadir menyaksikan, jajaran komisaris dan senior leaders Telkomsat serta beberapa perwakilan dari Thales Alenia Space.

Penandatanganan ini bertepatan dengan peringatan Sumpah Pemuda ke-93 yang jatuh pada tanggal 28 Oktober 2021. Memaknai semangat yang sama, Satelit HTS 113 BT ini juga menjadi wujud pemersatu ribuan pulau di Indonesia dan menghubungkan semakin banyak rakyat Indonesia, demi terwujudnya kedaulatan digital.

Thales Alenia Space dipercaya oleh Telkomsat sebagai kontraktor utama yang bertanggung jawab atas desain, konstruksi,

pengujian, dan pengiriman satelit. Selain itu, Thales Alenia Space juga bertanggung jawab terhadap fase *early orbital positioning phase* (LEOP) dan *in-orbit tests* (IOT). Thales Alenia Space akan mendukung penuh pengendalian *ground control* dan akan melatih tim *engineer* Telkomsat selama perjanjian kerja sama ini. Dukungan lainnya juga akan diberikan Thales Alenia Space sepanjang masa pakai satelit.

Direktur Enterprise & Business Service Telkom Edi Witjara mengatakan, "TelkomGroup selalu berkomitmen untuk memberikan konektivitas, *platform*, dan layanan digital bagi seluruh rakyat Indonesia. Satelit HTS 113 BT yang memiliki posisi strategis di atas Indonesia bagian tengah ini, akan semakin memperkuat infrastruktur konektivitas digital di Indonesia dan melengkapi infrastruktur terrestrial maupun kabel laut yang telah kami miliki."

Senada dengan yang disampaikan Edi Witjara, Direktur Utama Telkomsat Endi Fitri Herlianto, menambahkan, "Satelit HTS 113 BT akan membantu penguatan kapasitas, kualitas, dan kapabilitas konektivitas digital di Indonesia, terutama di daerah yang belum terjangkau dan minim jaringan terrestrial. Semoga langkah ini dapat mendukung terwujudnya kedaulatan digital Indonesia."

Menyambut hal tersebut, President & CEO Thales Alenia Space Hervé Derrey,

menyampaikan apresiasi kepada Telkomsat yang telah mempercayakan Thales Alenia Space dalam pembuatan HTS ini.

"Sangat membanggakan bagi kami dapat mendukung pengembangan bisnis pelanggan, dalam hal ini Telkom, setelah sebelumnya Satelit Telkom-3S. Penggelaran HTS 113 BT akan memberikan kapasitas satelit *broadband* yang sangat aman bagi Telkomsat di seluruh Indonesia. HTS 113 BT adalah program telekomunikasi keempat untuk melayani operator satelit Indonesia yang menegaskan bahwa Thales Alenia Space mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan menawarkan rangkaian produk satelit telekomunikasi yang luas," ungkap Hervé Derrey.

Dibangun di atas *platform Spacebus 4000B2*, HTS 113 BT akan menyediakan kapasitas lebih dari 32 Gbps di seluruh Indonesia. Satelit ini akan memiliki berat sekitar 4 ton saat diluncurkan dan memiliki masa bakti hingga 15 tahun.

Keberadaan HTS di slot orbit 113 BT ini akan melengkapi fungsi satelit-satelit yang telah dimiliki oleh Telkomsat untuk melayani kebutuhan komunikasi domestik. Teknologi yang ada pada satelit ini dapat memberikan layanan *internet broadband* dengan kapasitas jauh lebih besar dibandingkan dengan satelit konvensional yang saat ini ada di Indonesia.



## Transformasi Digital dan Kinerja Telkom Berhasil Gaet Investor Asing

**T**ransformasi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) untuk menjadi *digital telco* semakin memperlihatkan hasil yang baik dan menjadi daya tarik bagi investor, tidak hanya lokal tapi juga asing. Beberapa hari terakhir, harga saham Telkom mengalami peningkatan, di mana di dalamnya termasuk investor asing yang pada hari Jumat melakukan transaksi pembelian dengan total lebih dari Rp780 miliar rupiah. Pencapaian ini tidak lepas dari minat investor terhadap Telkom yang cukup besar dikarenakan kinerjanya yang memuaskan sepanjang tahun 2021 serta penawaran saham perdana (*Initial Public Offering*) Mitratel, anak usaha Telkom yang mendapatkan minat sangat besar dari para investor.

Hingga tengah tahun pertama 2021, Telkom mencatat kinerja perusahaan yang positif dengan pertumbuhan laba bersih hingga *double digit*. Diproyeksikan kinerja positif ini akan berlanjut hingga kuartal ketiga yang diperkirakan akan diumumkan pada minggu terakhir November 2021. Selain itu, Telkom melalui anak usahanya juga berhasil melakukan investasi pada startup yang dapat memberikan *synergy value* dan *capital gain* bagi perusahaan, seperti Kredivo dan Nium.

Sementara itu, penawaran saham Mitratel ke publik yang diumumkan melalui *Public Expose* pada Oktober lalu menarik minat investor yang tinggi dengan portofolio lebih dari 28 ribu menara telekomunikasi tersebar di seluruh Indonesia. Potensi bisnis Mitratel akan semakin baik seiring dengan kehadiran 5G yang meningkatkan kebutuhan operator akan menara telekomunikasi.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah mengatakan, "Telkom saat ini terus mempercepat transformasi dan penataan portofolio demi *value creation* yang optimal bagi TelkomGroup, *stakeholder* serta bangsa dan negara. Ketertarikan investor yang kian meningkat terhadap saham Telkom dapat menjadi salah satu parameter bahwa apa yang dilakukan saat ini sudah pada jalur yang tepat. Kami optimistis langkah transformasi ini akan memberikan dampak positif yang lebih banyak lagi."

Ririek menambahkan bahwa keberhasilan implementasi IPO Mitratel memberikan semangat bagi Telkom untuk terus berkomitmen melakukan transformasi perusahaan, di mana salah satu *milestone* berikutnya adalah *unlock value* bisnis *data center* TelkomGroup. Seluruh upaya

ini dilakukan untuk memperkuat peran TelkomGroup dalam pengembangan ekosistem digital.

Kinerja saham Telkom yang kian menguat ini juga dipengaruhi oleh faktor penanganan pandemi di Indonesia yang diakui berhasil oleh internasional. Dibanding negara tetangga di ASEAN, kasus Covid-19 di Indonesia turun secara signifikan dan termasuk yang terendah. Hal ini menjadi momentum untuk mempercepat pemulihan ekonomi nasional. Telkom pun turut serta dalam mendukung penanganan Covid-19 dan pemulihan ekonomi nasional melalui dukungan konektivitas, *dashboard* dan aplikasi, produk dan layanan hingga bantuan sosial. Adapun aplikasi yang ditujukan untuk penanganan Covid-19 dan pemulihan ekonomi nasional, Telkom mendukung pengembangan aplikasi Pasar Digital (PaDi) UMKM dan PeduliLindungi.

"Keberhasilan Indonesia dalam menghadapi pandemi akan menjadi oase untuk kebangkitan ekonomi nasional menjadi jauh lebih baik lagi dan mimpi Indonesia menjadi kekuatan ekonomi digital Asia Tenggara dapat direalisasikan," tutup Ririek.



## Penanganan Pandemi dan Langkah Transformasi, Telkom Bukukan Pertumbuhan Laba Bersih Double Digit

Menutup triwulan ketiga 2021, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) mencatatkan kinerja yang memuaskan dengan angka pertumbuhan laba bersih *double digit*. Hingga September 2021, laba bersih konsolidasian perseroan mencapai Rp18,9 triliun atau tumbuh 13,1% YoY. Perseroan mencatat pendapatan konsolidasian Rp106,0 triliun atau tumbuh 6,1% dari periode yang sama tahun lalu. Laba sebelum Bunga, Pajak, Depresiasi, dan Amortisasi (EBITDA) perseroan pun tumbuh sebesar 8,1% YoY menjadi Rp57,9 triliun. Margin EBITDA dan margin laba bersih juga mengalami peningkatan menjadi 54,6% dan 17,8% per kuartal III/2021. Pencapaian ini merupakan *output* dari komitmen dan konsistensi langkah transformasi Telkom untuk menjadi perusahaan telekomunikasi digital yang mulai berbuah manis. Layanan *fixed broadband* IndiHome menjadi motor pertumbuhan kinerja perseroan, disusul dengan digital bisnis Telkomsel yang kian menguat dari waktu ke waktu.

Pada segmen *Mobile*, Telkomsel berhasil membukukan pendapatan kuartal III/2021 sebesar Rp65,12 triliun dengan pertumbuhan laba bersih 7,8% YoY. Pendapatan bisnis digital Telkomsel mencapai Rp50,5 triliun atau tumbuh 6,0% YoY dengan kontribusi terhadap total pendapatan meningkat dari 73,2% pada kuartal III/2020 menjadi 77,5% pada periode yang sama tahun ini. Pencapaian ini didukung oleh basis pelanggan yang terus meningkat mencapai 173,5 juta pelanggan atau tumbuh 2,0% YoY, dengan pengguna *mobile data* sebanyak 120,9 juta pelanggan (tumbuh 3,0% YoY). Lalu lintas data tumbuh signifikan 50,4% dari periode yang sama tahun lalu menjadi 9.812 Petabyte, dengan total konsumsi data 10.059 Megabyte per pelanggan data atau tumbuh 38,6% YoY. Pembangunan infrastruktur secara agresif terus dilakukan agar layanan digital Telkomsel berjalan optimal. Pada September 2021, Telkomsel membangun 132.293 *Base Transceiver Station* (BTS) berbasis 4G. Total BTS yang dimiliki hingga akhir kuartal III/2021 mencapai 245.710 *unit* atau tumbuh 7,6% YoY yang 79,5% di antaranya adalah

BTS 3G/4G yang tumbuh 9,7% dibanding kuartal III/2020.

Pada segmen *Consumer*, pendapatan IndiHome tumbuh 21,9% YoY menjadi Rp19,6 triliun dengan EBITDA margin IndiHome yang kian meningkat menjadi 50,0% pada akhir kuartal III/2021. Hal ini didorong penambahan 450 ribu pelanggan baru sehingga total pelanggan IndiHome pada akhir September 2021 mencapai 8,47 juta atau tumbuh 9,2% YoY. ARPU IndiHome mengalami peningkatan dari Rp270 ribu pada kuartal II/2021 menjadi Rp274 ribu pada kuartal III/2021. Peningkatan ARPU dipengaruhi oleh pendapatan dari *add-ons* yang tumbuh cukup besar terhadap pendapatan IndiHome. Untuk meningkatkan kualitas dan pengalaman digital terbaik bagi pelanggan, IndiHome secara kontinyu melakukan pengayaan konten melalui kerja sama strategis dengan penyedia konten (*content provider*) global, seperti Viu, layanan *video streaming* beragam tayangan Asia. IndiHome juga menambahkan kanal Neptune TV, kanal dokumenter kehidupan laut yang bekerja sama dengan Kementerian Kelautan dan Perikanan.

Hingga September 2021, segmen Enterprise mencatat kinerja yang kian membaik dan mengesankan dengan pendapatan Rp13,8 triliun atau tumbuh 20,5% YoY, dimana layanan IT dan solusi konektivitas untuk korporasi masih menjadi kontributor terbesar. Sementara itu, segmen Wholesale dan International mencatat pendapatan Rp10,5 triliun atau tumbuh 2,6% YoY dikarenakan pertumbuhan bisnis menara telekomunikasi, *data center* dan *A2P services*.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah mengatakan, "Alhamdulillah hingga penghujung kuartal III/2021, Telkom mampu mencatat kinerja yang semakin baik dan *on the right track* dengan apa yang kami rencanakan. Pencapaian ini tentunya sangat dipengaruhi oleh transformasi yang gencar Telkom lakukan, termasuk dengan strategi penguatan kapabilitas yang kami jalankan, baik itu melalui pembangunan sendiri, menjalin kemitraan strategis maupun

strategi inorganik seperti akuisisi. Telkom akan terus mempercepat transformasi dan penataan portofolio demi *value creation* yang optimal bagi TelkomGroup, *stakeholder* serta bangsa dan negara."

Dari bisnis menara telekomunikasi, Mitratel selaku anak usaha Telkom baru saja melakukan penawaran saham perdana (*Initial Public Offering*) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 22 November 2021 dengan kode MTEL. Mitratel berhasil meraup dana hingga Rp18,8 triliun dari aksi korporasi ini, dimana 90% diantaranya aja digunakan untuk belanja modal demi mengembangkan bisnis Mitratel baik secara organik maupun inorganik, sejalan dengan strategi perusahaan. Sementara 10% sisanya akan digunakan untuk modal kerja dan kebutuhan perseroan lainnya.

Hingga kuartal III/2021, Mitratel mencatat pendapatan, EBITDA dan laba bersih *double digit* dengan pertumbuhan yang positif. Saat ini Mitratel mengelola lebih dari 28.079 menara telekomunikasi yang tersebar di seluruh Indonesia dengan *tenancy ratio* 1,5x. Menara telekomunikasi yang dimiliki Mitratel berada di lokasi strategis dimana 57% diantaranya berada di luar Jawa. Potensi bisnis Mitratel akan semakin baik seiring dengan kehadiran 5G yang meningkatkan kebutuhan operator akan menara telekomunikasi. Selain bisnis utamanya di bidang menara telekomunikasi, Mitratel juga melakukan ekspansi portofolio jasa turunan menara seperti *project solutions*, *managed services*, fiberisasi dan *digital services* untuk mengakselerasi iklim digital di Indonesia.

Pada *platform digital*, *data center* dan *cloud* masih menjadi fokus bisnis Telkom yang terus berkembang secara signifikan seiring meningkatnya aktivitas para pemain bisnis digital. *Platform data center* dan *cloud* yang kuat menjadi kunci penting bagi Telkom dalam menghadirkan beragam layanan dan solusi digital untuk meningkatkan pengalaman digital pelanggan. Perseroan mencatat pendapatan bisnis *data center* dan *cloud* hingga kuartal III/2021 sebesar Rp1,1 triliun atau tumbuh 19,7% YoY. Telkom





memiliki 26 *data center* yang terdiri dari 21 *data center* domestik dan 5 *data center* yang berada di luar negeri, termasuk *data center* tier 3 dan 4 di Jurong, Singapura.

Demi memberikan valuasi yang lebih besar, Telkom tengah melakukan *review* dan penilaian terhadap rencana konsolidasi *data center* menjadi satu entitas di bawah TelkomGroup. Rencana ini masih dalam tahap kajian untuk memperoleh opsi terbaik demi penciptaan nilai yang optimal baik bagi TelkomGroup dan *stakeholders*. Adapun proses ini rencananya dapat selesai direalisasikan sekitar 2-3 tahun kedepan.

“IPO Mitratel menjadi satu *milestone* penting bagi TelkomGroup dalam memantapkan langkah sebagai *digital telco*. Hal ini juga menjadi pemacu semangat kami untuk menyiapkan *milestone* berikutnya, yaitu *unlock value* bisnis *data center*. Kami tengah mengkaji opsi terbaik demi *value creation* yang optimal agar nantinya dapat memberikan dukungan yang signifikan dalam pengembangan ekosistem digital,” ungkap Ririek.

Selanjutnya pada bisnis digital, investasi Telkomsel di Gojek pada November 2020 dan Mei 2021 telah memperkuat inisiatif strategis kedua perusahaan dalam memberikan manfaat baru bagi penggunaannya serta mendukung percepatan

digitalisasi di sektor UMKM. Sejauh ini, Telkomsel telah mencatatkan *capital gain* mencapai Rp350 miliar.

Dari sisi pertumbuhan bisnis, investasi di Gojek juga memperlihatkan hasil yang positif jika dilihat dari pertumbuhan kuartal III/2021 dibandingkan dengan kuartal I/2021. Seperti ARPU *driver* yang menjadi *user* paket kolaborasi swadaya meningkat sebanyak 4%, *drivers* yang menjadi *reseller* Telkomsel tumbuh meningkat mencapai 51% yang diikuti dengan kenaikan jumlah transaksi sebesar 97%, dan pertumbuhan *merchant* GoFood yang menggunakan MyAds melalui aplikasi Gobiz naik sebesar 146%. Sehingga selain memberikan dampak di masyarakat, juga berkontribusi positif pada pertumbuhan bisnis Telkomsel.

Tak hanya menjalin kemitraan strategis, untuk meningkatkan kapabilitas digital perusahaan, Telkom melalui perusahaan ventura MDI juga konsisten menambah nilai dan jumlah investasi pada perusahaan-perusahaan rintisan (*startups*) potensial dari dalam dan luar negeri. Strategi investasi pada *startup* yang dilakukan perseroan tidak semata fokus pada peningkatan nilai investasi (*capital gain*) saja, namun juga dari peluang kolaborasi yang mungkin dilakukan para perusahaan rintisan terhadap berbagai lini bisnis di TelkomGroup untuk

membangun sinergi dalam meningkatkan bisnis dan profitabilitas perusahaan. MDI telah mendanai lebih dari 50 *startups* dari 12 negara dimana 28 diantaranya merupakan karya anak bangsa. Saat ini, *startups* portofolio MDI tercatat sudah 3 yang IPO dan 3 yang masuk dalam kategori *unicorn*.

Perseroan telah menggunakan belanja modal sebesar Rp18,6 triliun hingga kuartal III/2021 atau 17,5% dari total pendapatan. Belanja modal terutama digunakan untuk memperkuat infrastruktur jaringan dan pendukung untuk meningkatkan kapasitas, baik pada *fixed line* maupun *mobile business* demi pengalaman digital pelanggan yang lebih baik.

“Kinerja Telkom yang kian membaik ini juga tidak lepas dari penanganan pandemi di Indonesia yang menjadi momentum yang tepat untuk pemulihan ekonomi nasional. Kami berharap dan optimistis bahwa kinerja perseroan hingga akhir tahun 2021 juga akan tumbuh positif. Semoga hal ini juga berdampak ke kinerja saham yang akan terus menguat dan dapat menggaet semakin banyak investor lokal maupun asing untuk berinvestasi di Indonesia,” tutup Ririek.





## Telkom Hadirkan Infrastruktur ICT dan Konektivitas Kelas Dunia di Mandalika

Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang diandalkan untuk menambah pendapatan negara. Untuk itu, Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf)/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Baparekraf) terus fokus mengembangkan 5 (lima) Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) di Indonesia. Salah satu DPSP tersebut adalah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika di Pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat, yang dikelola oleh PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) atau *Indonesia Tourism Development Corporation* (ITDC).

Direktur Enterprise and Business Service PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) Edi Witjara dan Direktur Pengembangan Bisnis PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) atau *Indonesia Tourism Development Corporation* (ITDC) Ema Widiastuti menyaksikan penandatanganan Perjanjian Kerja Sama (PKS) tentang Penyelenggaraan Infrastruktur dan Pemasaran Layanan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Jalan Kawasan Khusus (JKK) The Mandalika yang dilakukan oleh Executive Vice President Divisi Enterprise Service Telkom dan Direktur Utama PT ITDC Nusantara Utilitas (ITDC NU), anak usaha ITDC, A.A. Istri Ratna Dewi di The Mandalika, Lombok (7/10).

Kerja sama ini bertujuan untuk membantu pemulihan pariwisata nasional dan sektor ekonomi kreatif Indonesia melalui inovasi, adaptasi dan kolaborasi, di mana salah satunya adalah berupa penyediaan infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)/*Information and*

*Communication Technology* (ICT) yang andal dan terintegrasi, sehingga dapat meningkatkan pelayanan kepada para pelaku usaha di Kawasan The Mandalika.

Direktur Enterprise and Business Service Telkom Edi Witjara dalam sambutannya menyampaikan ucapan terima kasih atas kepercayaan ITDC Group kepada Telkom untuk bersinergi dan bekerja sama, sejalan dengan apa yang tengah Telkom lakukan untuk terus bertransformasi menjadi *digital telecommunication company* yang semakin kompeten.

"Dalam melakukan transformasi ini, Telkom berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*), dan memiliki visi untuk menjadi *digital telco* pilihan utama untuk memajukan masyarakat melalui tiga elemen utama yang menjadi fokus bisnis, yaitu *digital connectivity*, *digital platform*, dan *digital service*. Dengan kapabilitas yang dimiliki, kami siap berkolaborasi dengan ITDC Group untuk dapat mengembangkan KEK Mandalika menjadi destinasi wisata kelas dunia," ujar Edi.

Hal serupa disampaikan juga oleh Direktur Pengembangan Bisnis ITDC Ema Widiastuti. "Pada hari ini, kita menorehkan satu *milestone* kerja sama dengan Telkom mengenai Penyediaan, Pengembangan, dan Penyelenggaraan Infrastruktur TIK di JKK The Mandalika serta Layanan *Connectivity* di JKK yang dilaksanakan bersama ITDC NU dan MGPA. Kami bersyukur dan yakin memiliki mitra untuk berkembang bersama serta membangun *integrated tourism resort The Mandalika* yang ke depannya akan menjadi *world class destination*," ujar Ema.

Pada kesempatan yang sama, juga dilakukan penandatanganan kontrak Layanan *Connectivity* di Sirkuit Mandalika oleh Executive Vice President Divisi Enterprise Service Telkom dan CEO PT MGPA Nusantara Jaya, anak usaha ITDC Nusantara Property, Ricky Baheramsjah. "Terima kasih kepada seluruh tim dari Telkom yang telah bekerja sama dengan ITDC Group. ICT adalah poin penting bagi *event* balap motor internasional sekelas MotoGP. Kami sangat senang dapat bekerja sama dan berkolaborasi dengan Telkom untuk memaksimalkan persiapan *event* balap tersebut di The Mandalika," ujar Ricky.

Melalui kolaborasi antara Telkom dan ITDC Group ini, kedua belah pihak dapat saling memberikan manfaat dan nilai tambah sesuai dengan kapabilitasnya masing-masing. "Dengan semangat sinergi, Telkom yakin dan berkomitmen untuk terus mendukung pertumbuhan sektor pariwisata Indonesia melalui penyediaan solusi layanan ICT yang terintegrasi di KEK Mandalika serta mendukung penyelenggaraan *event* internasional *World Super Bike* (WSBK) dan MotoGP yang akan digelar di Sirkuit Mandalika," ujar Edi.

Dalam rangka menindaklanjuti hal tersebut, di lain kesempatan, dilakukan aktivitas uji jaringan (*rehearsal test*) untuk memastikan kesiapan infrastruktur jaringan *Information & Communication Technology* (ICT) milik TelkomGroup di kawasan Mandalika International Street Circuit. Agenda ini disaksikan oleh Gubernur Nusa Tenggara Barat Zulkieflimansyah, Komisaris Telkom Rizal Mallarangeng dan Wawan Iriawan,



Direktur Network & IT Solution Telkom Herlan Wijanarko, Direktur Pengembangan Bisnis Indonesia Tourism Development Corporation Ema Widyastuti, Direktur ITDC Nusantara Utilitas Hari Wibisono, Head of Hospitality Mandalika Grand Prix Association (MGPA) Rully Habibie serta direksi dan senior leaders TelkomGroup, di Kantor Telkom Mataram, Rabu (3/11). Adapun uji jaringan dilakukan pada tersebut dilakukan pada infrastruktur *backbone*, jaringan akses dan layanan baik yang berupa kabel bawah laut maupun radio IP.

Dalam sambutannya, Gubernur Nusa Tenggara Barat Zulkieflimansyah mengungkapkan apresiasi dan optimisme atas dukungan Telkom menghadirkan infrastruktur serta layanan ICT di Mandalika sebagai tuan rumah *World Superbike* pada November 2021 dan MotoGP pada Maret 2022. "Atas nama pemerintah Nusa Tenggara Barat, kami mengucapkan terima kasih kepada Telkom yang telah memastikan bahwa apa yang diinginkan masyarakat bisa dinikmati dan disaksikan dengan cara yang luar biasa."

Ada dua peran utama TelkomGroup dalam mendukung digitalisasi di Kawasan Mandalika, yaitu sebagai penyedia infrastruktur ICT dan sebagai pendukung UMKM serta ekosistem di sekitar kawasan. Untuk infrastruktur ICT, TelkomGroup telah melakukan penggelaran jaringan yang meliputi ekspansi *backbone*, penggelaran *fiber optic* baik di lokasi *event* maupun ekosistem pendukungnya hingga penambahan Node B Combat Telkomsel

yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan ICT di kawasan sebesar 7.22 Gbps. Dukungan ini disediakan di area MASIV (*Media, Accomodation, Security, International Airport*, dan *Venue*) dengan layanan meliputi *View, Internet*, dan *Phone (VIP)*.

Sementara itu, terkait dengan dukungan bagi UMKM, TelkomGroup menyediakan *Point of Sales (PoS)* bagi UMKM penyedia *merchandise* dan *food & beverage* serta mendukung pengelolaan *homestay* di sekitar kawasan Mandalika dalam bentuk penyediaan *platform* dan *booking apps*. Dukungan tersebut diselenggarakan melalui berbagai *platform* dan *booking apps*. Adapun beberapa *platform* yang dimiliki TelkomGroup turut mendukung di antaranya seperti Padi UMKM, My Sooltan, Wonderin, dan Travel Aja.

Demi memastikan pengamanan infrastruktur dan layanan ICT selama pelaksanaan *event* di kawasan Mandalika, TelkomGroup juga telah membentuk posko pengawalan di lokasi dengan jalur eskalasi bertingkat mulai dari lokal, *regional*, hingga nasional. Dengan semakin dekatnya perhelatan motor internasional *World Superbike (WSBK)*, Komisaris Independen Telkom Abdi Negara Nurdin bersama Direktur Network & IT Solution Telkom Herlan Wijanarko melakukan peninjauan ke beberapa lokasi infrastruktur milik Telkom pada 18-19 November 2021. Adapun lokasi yang dikunjungi di antaranya Sentral Telepon Otomat (STO) Mataram, Posko Mataram, STO Gerung serta ruang infrastruktur pendukung dan posko di STO

Praya. Selain itu, peninjauan juga dilakukan di posko National Operation Center Mandalika, yang menjadi area perlombaan WSBK.

Saat bertemu dengan karyawan yang bertugas di posko maupun STO Telkom, Komisaris Independen Telkom Abdi Negara Nurdin menyampaikan bahwa Telkom mampu dan harus menyukseskan penyelenggaraan *event* internasional ini, sebagaimana sukses Telkom dalam berbagai *event* skala nasional maupun internasional sebelumnya. "Nama baik Indonesia yang dipertaruhkan termasuk Telkom sebagai ICT *partner* dalam helatan akbar ini. Telkom harus memastikan bahwa dukungan ICT dari Telkom akan menyukseskan *event* WSBK. Tetap semangat untuk seluruh karyawan yang bertugas dan berikan kontribusi terbaik kita bagi Indonesia," pesan Abdi.

Direktur Network & IT Solution Herlan Wijanarko mengatakan, saat kesiapan infrastruktur, layanan dan posko TelkomGroup untuk *event* WSBK telah mencapai 100%. "Ada lima hal menjadi perhatian Telkom dalam menyukseskan *event* WSBK ini. Pertama, disiplin operasi dari seluruh personel yang bertugas, baik dari segi waktu jadwal dan pelaporan. Kedua, responsif terhadap segala anomali dan dinamika yang terjadi selama berlangsungnya acara agar dapat diantisipasi serta dimitigasi lebih awal. Ketiga, kolaborasi yang intensif dengan semua unit dan pihak yang mendukung layanan telekomunikasi di Mandalika. Selanjutnya *briefing* rutin sebagai langkah untuk *monitoring* dan menyamakan langkah koordinasi. Terakhir, patroli yang dilakukan di sepanjang jalur *backbone* dan akses demi menjaga infrastruktur telekomunikasi. Mari bersama kita sukseskan *event* WSBK ini dan harumkan nama Indonesia di mata dunia," ujar Herlan.

Partisipasi Telkom turut menyukseskan penyelenggaraan *event* WSBK ini merupakan wujud dukungan untuk menumbuhkan perekonomian nasional khususnya di kawasan destinasi pariwisata super prioritas. Diharapkan perhelatan *event* besar dunia di Mandalika akan memberikan citra baik bagi Indonesia di mata internasional dan ekonomi masyarakat di Kawasan Mandalika tumbuh semakin baik.



## ITDRI Festival Virtual Event untuk Dukung Pengembangan Digital Talent Indonesia

Sebagai wadah pengembangan digital talent berbasis inovasi dan riset, *Indonesia Telecommunication and Digital Research Institute* (ITDRI) menggelar ITDRI Festival yang menampilkan karya dari *Digital talent* Telkom dalam lingkup *learning, innovation, and research* yang dikemas menjadi *virtual expo* dan webinar. Selain itu, ITDRI Festival juga menjadi ajang untuk meningkatkan semangat berkarya, berkolaborasi, serta resolusi untuk dapat terus mengembangkan *digital talent* demi mencapai kemandirian teknologi Indonesia. ITDRI Festival terdiri dari beberapa rangkaian acara, mulai dari *Indonesia Digital Innovation Showcase* (IDIS), *ITDRI Digital Conference 2021*, hingga *launching Digital Capability Center*.

Dalam sambutannya, Direktur Human Capital Management Telkom Afriwandi mengatakan bahwa ITDRI berperan dalam mendorong pengembangan kemampuan *talent* yang saat ini terdapat calon *digital talent* sekitar 25.000 talenta dari 12 klaster BUMN. Calon *digital talent* ini mempelajari *digital mindset behavior* dan *intrapreneurship* sebagai bekal untuk menciptakan serta memvalidasi berbagai ide-ide menjadi sebuah inovasi yang memiliki dampak besar ke depannya. Demi mendukung kesiapan teknologi, ITDRI telah melakukan berbagai riset di mana saat ini terdapat sekitar 15 riset *paper* yang *applicable* untuk diimplementasikan bersama *partner* BUMN dan beberapa

universitas di Indonesia. ITDRI juga sedang membangun sebuah *digital lab* sebagai wadah para *digital talent* untuk melakukan eksperimen pada riset dan inovasi.

"ITDRI membentuk *innovation management* by Amoeba atau yang lebih dikenal dengan BIMA untuk para innovator di 12 klaster BUMN. Dari puluhan inovasi yang telah diciptakan oleh para innovator tersebut, terdapat dua inovasi unggulan yang berhasil melawati berbagai tahapan *innovation journey* dan *product assessment* yaitu BigBox dan OCA. Kami ingin mendorong dua inovasi tersebut menjadi *revenue stream* baru bagi Telkom dan juga memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia secara luas. Melalui momen special ITDRI Festival 2021 ini, juga dilakukan prosesi *grand launching* untuk BigBox dan OCA oleh Deputy SDM TI KBUMN, Tedi Bharata pada 24 November 2021. Saya mengajak rekan-rekan TelkomGroup untuk selalu meningkatkan kolaborasi dan saling bersinergi baik di internal maupun dengan sesama BUMN di berbagai klaster agar inovasi-inovasi yang saat ini diinkubasi dapat mengikuti jejak keberhasilan BigBox dan OCA untuk menjadi produk portofolio Telkom Indonesia di masa mendatang," ujar Afriwandi.

SGM Telkom CorpU & Chairman of ITDRI Jemy V. Confido yang turut hadir dalam *grand opening* ITDRI Festival tersebut menyampaikan, "Pada ITDRI Festival ini, kita

bisa memperlihatkan hasil karya di bidang *learning, innovation, and research* secara *virtual digital* dan tentunya karya-karya tersebut dapat memberikan kemanfaatan dalam menghadapi berbagai *pain problems* yang baik di lingkungan internal TelkomGroup dan rekan-rekan kita di *cross cluster* BUMN sehingga pada gilirannya dapat mencapai kemandirian teknologi Indonesia."

Keseluruhan rangkaian ITDRI Festival digelar melalui *Smarteye Virtual Convention Center* (SVCC) yang juga didukung oleh Studio VLIC Telkom CorpU, keduanya merupakan karya dari *Digital talent* Telkom. SVCC menyuguhkan *virtual expo* di ITDRI festival dengan konsep video 360 agar memberikan *experience* yang baru dan berbeda bagi *audiences*-nya. Selanjutnya pada minggu kedua Desember digelar ITDRI *Digital Conference 2021* untuk mengaktualisasi digital hub di mana komunitas dapat meningkatkan *exposure* melalui penguatan lingkup *learning, innovation, and research*, yang terdiri dari dua agenda webinar, yaitu webinar *Integrated Big Data Solution* dan *Integrated Communication Channel Solution*.

Adapun para narasumber yang hadir, ikut serta dalam pemaparan materi seputar tema Webinar. Di sesi Webinar *Integrated Big Data Solution* diisi oleh Deputy EVP DBT Telkom Indonesia Komang B. Aryasa yang memaparkan materi terkait "*The Importance of Data*", dilanjutkan dengan Staf Ahli Menteri PPN Bidang Pemerataan dan Kewilayahan Kementerian PPN/Bappenas Drs. Oktorialdi, MA, Ph.D dengan materinya "*Urgensi Implementasi SDI Sebagai Solusi Daerah*", Country Digital Acceleration PT Cisco Systems Indonesia David Hermawan yang membahas tentang "*Ketangkasannya Digital & Pelayanan Masyarakat di Era Industri 4.0*", serta sesi *talkshow* yang diisi oleh Kepala Diskominfo Kota Semarang Dr. Bambang Pramusinto dengan paparannya terkait "*Use Cases Sukses Implementasi SDI*". Di hari kedua, Webinar *Integrated Big Data Solution* diawali dengan sesi pemaparan terkait "*Pentingnya Layanan Interoperabilitas Data dalam SDI*" yang disampaikan oleh Direktur Layanan Aplikasi Informatika Pemerintahan Bambang Dwi





Anggono, dilanjutkan dengan materi “Peran BigBox dalam Satu Data Indonesia” oleh CEO BigBox Muhammad Sigit Pramudya. Kemudian, sesi *Talkshow* hari ini dihadiri oleh Kepala Diskominfo Kabupaten Bulukumba Drs. H. Muh. Daud Kahal, M.Si dan Kepala Bappeda Provinsi Jawa Timur Ir. Mohammad Yasin, M.Si. dengan paparan materinya terkait “*Sharing Implementasi SDI oleh BigBox*”. *Sharing session* ini kemudian diakhiri dengan sesi pemaparan materi oleh Huawei Indonesia terkait “*Menciptakan SDM Ready untuk Era Data*”.

Di hari selanjutnya dalam rangkaian agenda Webinar *Integrated Communication Channel Solution*, diawali dengan sesi pemaparan yang disampaikan oleh Head of Digital Markeng Taman Safari Indonesia dan Kepala Bagian Komunikasi UHAMKA yang membahas terkait “*Komunikasi Digital Penyelaras Informasi Saat Pandemi & Masa Depan Indonesia*”. Kemudian disambung oleh CEO OCA Rizki Primasakti dengan materinya “*Dedikasi OCA Untuk Digitalisasi Indonesia*” dan paparan oleh National Tech Officer Microsoft Panji Wasmana terkait “*Transform Customer Experience*”.

Executive Vice President Divisi Enterprise Service Telkom Teuku Muda Nanta dalam kesempatan ini juga turut hadir sebagai pembicara dengan menyampaikan materi terkait “*Komunikasi Digital Untuk*

Indonesia”. Nanta memaparkan secara singkat terkait trend komunikasi digital yang meliputi *Mobile Platform, Interactive, Voice Assistant* dan *AI Enhanced*. Salah satu implikasi yang terjadi akibat dari pandemi Covid-19 yaitu lahirnya gaya hidup baru. Ia menambahkan bahwa pandemi telah mendorong penggunaan komunikasi digital secara signifikan. Dalam dunia bisnis, kondisi ini kemudian menciptakan *Tren Customer Experience* di masa Pasca Pandemi diantaranya, (1) *Customer Experience, Competitive Differentiator*, (2) *From Multichannel Communication to Integrated Omnichannel Communication*, (3) *Big Data as a Critical Point, Customer Want Deeper Personalization*, (4) *Loyalty Program, The Next Game Changer*, serta (5) *Simple Customer Experience Journey*.

“Gambaran tentang perubahan perilaku konsumen ini cukup mewakili bagaimana perilaku komunikasi digital konsumen telah berubah dari *multichannel* menjadi *omnichannel*. Telkom pun hadir untuk memberikan solusi yang dapat mengkombinasikan komunikasi daring dan luring untuk memaksimalkan komunikasi digital dalam memenuhi kebutuhan masyarakat,” tambah Nanta.

Telkom sebagai motor penggerak digitalisasi kemudian menyediakan

Telkom Digital Communication Solution yang menghadirkan berbagai produk dan solusi mencakup seluruh *journey* dalam *Customer Touch Point Experience* untuk membantu kesiapan komunikasi digital di Indonesia. Salah satu produk yang sedang dikembangkan sekaligus menjadi *revenue stream* baru Telkom yaitu *Omni Communication Assistant (OCA)*. OCA menawarkan solusi komunikasi dengan fitur yang bervariasi untuk mempermudah komunikasi internal dan eksternal. Selain itu, OCA juga menyediakan komunikasi yang komprehensif ke banyak *channel* dengan konten terpersonalisasi dan otomatis dalam satu *channel*.

TelkomGroup tentunya mempunyai peran penting dalam meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia menjadi talenta yang unggul dan dapat bersaing menghadapi tantangan global. ITDRI salah satunya menjadi ajang yang dilakukan untuk melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat Indonesia.

Dengan digelarnya seluruh rangkaian ITDRI Festival, besar harapan bagi ITDRI untuk terus mendukung pengembangan *digital talent* demi mencapai kemandirian teknologi Indonesia.

## CX Summit 2021 Ajak Praktisi dan Pelaku Bisnis Tingkatkan Pengalaman Digital Pelanggan di Era Experience Economy

Register for Free [summit.cxsense.com](https://summit.cxsense.com)

Virtual Conference  
9 Dec 2021  
8:30 AM - 3:30 PM

Speakers include: Rikiek Adriansyah, Edi Widana, FH Venudiana B, M Fajrin Rasyid, Bogi Wijaksana, Hendri M Syam, Derrick Heng, Henry Yafiq, Lucky Gani, Subianto P, Jeremy Utami, H Anandika, Selvy Sudantha, Nani Purnamasari, Yusticia N, Eva Nur, Shana Fatma, Erna Wiliana, Sandiaga S Uno, Teten Masduki, Hastining S. A, Dedi S, Carl Mulya K, Juvai Edlund, Sri Sahri, Iwan B, Rudy A, Dalimadita, Ibrahim M, Nurulhaqqi, Kusnoro W, Lia Sorita E, Sakmal Damar A.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) kembali menyelenggarakan *Customer Experience (CX) Summit 2021* untuk ke-4 kalinya dengan mengusung tema “*Revive and Thrive Your Business by Transforming Customer Experience*”. Tema ini menggambarkan harapan semangat dan motivasi untuk mempersiapkan masa depan yang lebih baik setelah melewati pandemi selama dua tahun ini, sehingga mampu membangkitkan kembali perekonomian bisnis dengan mentransformasikan *customer experience* serta strategi yang lebih tepat. Acara ini diisi *keynote speaker* dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno, Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki serta para narasumber dari berbagai kalangan dan industri.

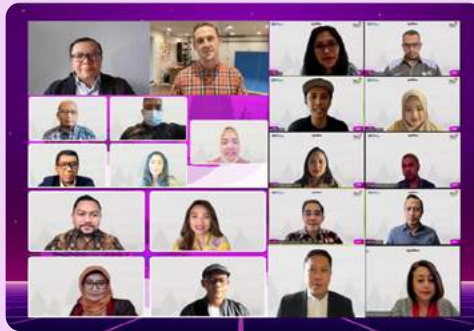
CX Summit 2021 merupakan kolaborasi antara Telkom dengan *Indonesia Customer Experience Professional (ICXP)* membahas aspek-aspek strategis yang mengedepankan peningkatan kualitas pengalaman pelanggan atau yang sering disebut sebagai *Customer Experience (CX)*, diantaranya aspek terkait transformasi perusahaan menuju *customer-centric, customer experience* bagi perusahaan, industri UMKM (Usaha Kecil, Mikro dan Menengah), industri ekonomi kreatif dan pariwisata.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah, mengatakan bahwa *customer experience* menjadi strategi diferensiasi yang penting dilakukan oleh semua bisnis agar dapat bertahan dalam kompetisi di era *Experience Economy* ini. “*Customer experience* telah menjadi salah satu prioritas TelkomGroup sejak beberapa tahun terakhir. Untuk itu, Telkom masih terus berupaya menghadirkan *customer experience* yang semakin baik dari waktu ke waktu. Telkom pun berkomitmen untuk terus meningkatkan dan mengembangkan ekosistem serta kapabilitas digital untuk membangun kedaulatan digital bangsa, membangun negara yang kuat, dan meraih peluang-peluang baru di seluruh negeri,” ujar Ririek.

CX Summit 2021 dilaksanakan dalam format *online conference* dan *virtual exhibition* dengan total *visitors* periode 6-9 Desember 2021 sebanyak 4.300 pengunjung. Meskipun diselenggarakan secara *online*, tidak mengurangi esensi dari tujuan terselenggaranya CX Summit 2021. Bahkan, dengan metode *online*, acara ini dapat diikuti oleh lebih banyak partisipan dan narasumber termasuk dari mancanegara seperti Jeremy Utley, Director Executive Education Stanford School yang hadir secara *live* dari Silicon Valley, Amerika Serikat.

Direktur Digital Business Telkom Muhamad Fajrin Rasyid menyampaikan, “TelkomGroup berkomitmen untuk mendukung penuh proses digitalisasi nasional dan akan terus berupaya untuk menghadirkan solusi layanan digital terbaik untuk mendampingi bangsa Indonesia menghadapi situasi pandemi serta membangkitkan kembali perekonomian nasional.”

“Acara CX Summit 2021 ini sangat penting untuk diikuti oleh para pelaku industri dan profesi CX untuk menambah *insight*



dan *benchmark* terkait peningkatan kepuasan pelanggan yang bertujuan agar kita bersama-sama dapat terus melakukan peningkatan dan menjadikan Indonesia sebagai negara percontohan khususnya dari aspek *delivery* kualitas pengalaman pelanggan (CX) yang tepat dan sesuai harapan” ujar Ketua Dewan Pengawas Indonesia Customer Experience Professional Eva Noor.

Dalam *keynote speech*-nya, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Salahuddin Uno mengatakan bahwa sektor pariwisata dan ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang terdampak oleh pandemi. Ini bisa dilihat dari menurunnya tren konsumsi dan tren menurunnya wisatawan domestik dan internasional. “Pada saat pandemi, ada sektor yang menjadi *pandemic winner*, seperti *fashion*, kuliner dan griya khususnya bidang Parekraf yang terdigitalisasi kontribusi terhadap PDB-nya naik 7,5% dan bahkan Indonesia berada di tiga dunia dengan nilai kontribusi 1.100 triliun rupiah,” ujar Menparekraf.

Menparekraf menambahkan, melalui tema “*Optimism for Revival of Tourism and Business in Indonesia Towards 2022*”, diharapkan *event* ini dapat meningkatkan partisipasi pelaku wisata dan ekonomi kreatif untuk bisa mendapatkan pencerahan, ide-ide baru dalam menghadapi isu-isu *customer experience* dengan berorientasi pada menghadirkan pengalaman pelanggan yang terbaik.

Sementara itu, Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki, memberikan apresiasi dan dukungannya terhadap acara CX Summit 2021. Ia memaparkan kembali dominasi UMKM yang memiliki kontribusi cukup besar pada PDB Nasional.

Data Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan jika UMKM mendominasi 99,9% pelaku usaha di Indonesia, berkontribusi sebanyak 61% terhadap PDB nasional, mampu menyerap tenaga kerja hingga 97 persen dan kontribusi pada ekspor sebesar 14,37%.

“Pelaku UMKM memberikan dampak signifikan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kemajuan dan pemulihan ekonomi nasional. Di tengah disrupsi karena pandemi dan disrupsi digital gelombang kedua, transformasi digital menjadi sangat penting bagi UMKM. Ekonomi digital Indonesia tumbuh sangat signifikan. Pada 2020, nilai ekonomi digital tercatat mencapai Rp640 triliun. Angka ini diproyeksi meningkat 8 kali lipat menjadi Rp4.351 triliun di 2030,” paparnya.

Menurut Menteri Koperasi dan UKM, saat ini ada 16,4 juta UMKM telah terhubung ke dalam *platform digital*. Angka ini menunjukkan pertumbuhan lebih dari 100 persen sejak awal pandemi. Oleh karena itu, pendampingan berkelanjutan, insentif bagi pelaku usaha, dan infrastruktur menjadi elemen kunci yang sangat dibutuhkan UMKM RI untuk bertransformasi digital.

Selain itu, kehadiran Business Coach & YouTuber Helmy Yahya dan juga sebagai Advisor dari ICXP juga menyampaikan bahwa Customer Experience adalah hal yang sangat penting. “Jangan sekali-sekali memberikan Customer Experience yang buruk bagi *visitor* karena *they will never come back*. Sebaik apapun tempatnya, kalau pengalaman pelanggannya buruk, dijamin mereka tidak akan kembali” ujar Helmy Yahya.

Selain *online conference*, kehadiran *Virtual Exhibition* dengan konsep 3D dan 360 *degree view* yang dibuka pada 6-10 Desember 2021 turut meramaikan CX Summit 2021 dengan beragam *showcase* inovasi dan teknologi yang dapat menunjang keberlangsungan bisnis secara digital dan meningkatkan kualitas dari strategi *customer experience*. Di sana, partisipan dapat bereksplorasi dalam menggali informasi dan kapabilitas dari kemajuan digital dan teknologi yang disediakan oleh para *exhibitor*.



## Dukung Digitalisasi Rekrutmen Perusahaan, TelkomGroup Hadirkan Layanan e-Recruitment

Era *new normal* telah mendorong perubahan mendasar pada berbagai aspek, salah satunya dalam hal percepatan transformasi bisnis digital di setiap lini industri. Dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat, perusahaan dituntut untuk dapat berkembang adaptif dalam lingkup dunia digital guna mendukung jalannya proses bisnis yang lebih efektif dan efisien, termasuk dalam menjalankan fungsi *Human Resource* (HR), salah satunya pada proses rekrutmen.

Infomedia sebagai salah satu anak usaha Telkom yang bergerak di bidang *Business Process Outsourcing* (BPO) memiliki portofolio bisnis di bidang *Shared Service Operation*. Layanan ini menghadirkan produk unggulannya, yaitu *e-Recruitment* untuk mendukung perusahaan dalam mengatasi permasalahan dari adanya dampak pandemi COVID-19.

Dengan adanya digitalisasi proses rekrutmen perusahaan yang didukung dengan teknologi terkini, akan semakin memudahkan perusahaan dalam menjangkau talenta-talenta unggul yang sesuai dengan kompetensi perusahaan.

Melatarbelakangi hal tersebut, TelkomGroup melalui Infomedia menyelenggarakan acara dengan konsep mini *talkshow* bertemakan "*A to Z of Recruitment Ways in Industry 4.0*" pada hari Rabu, (15/12). Rangkaian acara yang digelar secara *virtual* ini menghadirkan tiga narasumber yang ahli dibidangnya, yaitu Chairman Future HR Andi Lumbantoruan, Vice President Organization Capability Pertamina Rini Widiastuti dan Direktur Eksekutif Forum Human Capital Indonesia (FHCI) Sofyan Rohidi.

Acara dibuka dengan *opening speech* yang disampaikan oleh Direktur Marketing & Sales Infomedia Yusron Hariyadi. Dalam kesempatan tersebut, Yusron menyampaikan pentingnya pengelolaan HR khususnya bidang rekrutmen di masa *new normal* dalam mendukung pertumbuhan digitalisasi perusahaan. "Begitu banyak proses digitalisasi yang

terjadi di dalam dunia HR, sehingga akan banyak sekali *insight* yang akan kita dapat dari acara hari ini, seperti apa saja tantangan dan hambatan pengelolaan HR di masa *new normal*, bagaimana cara perusahaan beradaptasi, serta perkembangan dan tren pengelolaan digitalisasi HR di Indonesia," ungkap Yusron.

Dengan dimoderatori oleh Manager Training and Development SSO Infomedia Anton Wahyudi, *sharing session* acara ini diawali oleh Chairman Future HR Andi Lumbantoruan yang memaparkan materi terkait tantangan dan peluang rekrutmen di masa kini dan yang akan datang.

Ia menyatakan bahwa transformasi digital untuk mempercepat proses bisnis adalah sebuah keharusan, apalagi seiring dengan perkembangan jaman dimana rekrutmen dituntut untuk bisa berubah secara digital. "Peran HR tidak lagi menjadi pengikut, tetapi sudah menjadi fasilitator bahkan menjadi *business builder*," demikian ungkapnya.

Hal ini dibuktikan oleh Vice President Organization Capability Pertamina Rini Widiastuti yang melakukan *sharing* mengenai implementasi layanan HR SSO di Pertamina yang saat ini sudah mengalami banyak peningkatan dalam pengelolaan HR khususnya bidang rekrutmen.

"Sepanjang tahun 2021, Pertamina telah mengimplementasikan digitalisasi proses rekrutmen secara *online* dan memberikan hasil yang jauh lebih efektif dibandingkan dengan cara manual yang biasa kita lakukan sebelum adanya pandemi. Hal ini tentu saja berpengaruh besar terhadap proses



bisnis di Pertamina khususnya dalam proses perekrutan," ujar Rini.

Mendukung hal tersebut, Direktur Eksekutif Forum Human Capital Indonesia (FHCI) Sofyan Rohidi mengatakan bahwa *talent* yang unggul diciptakan melalui proses rekrutmen yang baik dan tepat, seperti halnya yang telah dilakukan oleh instansi BUMN dengan tahapan-tahapan rekrutmen secara digital.

"Untuk menciptakan *talent* unggul, diperlukan *platform* yang baik sehingga betul-betul mendapatkan hasil dengan kualitas yang terbaik bagi perusahaan," tutup Sofyan.

Dengan banyaknya manfaat yang didapat perusahaan melalui digitalisasi fungsi HR utamanya rekrutmen, TelkomGroup melalui Infomedia terus berkomitmen untuk memperkuat dan meningkatkan kualitas layanan *e-Recruitment* sehingga perusahaan dapat memahami betapa pentingnya pengelolaan HR di masa *new normal* dalam mendukung pertumbuhan digitalisasi perusahaan.



## Keterhubungan di Era Digital Melalui Teknologi SDWAN

K keadaan dunia yang dinamis dan bergerak menuju perubahan, tentu akan tetap terjadi meski dalam kondisi pandemi maupun tidak. Sama halnya ketika sekarang setiap industri dihadapkan pada era disrupsi digital. Oleh karena itu, agar tetap bertahan, perusahaan didorong untuk melakukan transformasi digital. Berbagai teknologi dan inovasi digital bermunculan di tengah pandemi, yang mengubah perilaku dan pengalaman pengguna. Di sisi lain, adanya transformasi digital ini telah membuat seluruh dunia saling terhubung dan mengalami percepatan pertumbuhan.

Transformasi digital menawarkan berbagai solusi teknologi yang paling menjanjikan demi kelangsungan bisnis. Di masa depan, akan muncul *Future Enterprise*, sebuah organisasi dimana kegiatan operasional di semua lini akan berjalan secara digital. Hal ini mendorong organisasi tersebut untuk melakukan inovasi dengan kecepatan yang jauh lebih cepat dibandingkan bisnis tradisional.

Saat ini telah terjadi *The Data Explosion*, dimana diperkirakan lebih dari 50 miliar perangkat telah terhubung ke internet pada 2020 (Sumber: Cisco Networking Index). Bahkan, terhitung sejak tahun 2020 dan seterusnya, dunia sistem keamanan akan terlihat sangat berbeda.

Tantangannya, perusahaan dituntut memiliki jaringan dan keamanan yang terintegrasi untuk melayani pelanggan, baik di pusat, cabang, rumah maupun di luar rumah. Hal ini penting dilakukan, mengingat lokasi kerja pelanggan saat ini tidak lagi terpatok pada satu tempat, dapat dilakukan berpindah-pindah sehingga mereka membutuhkan dukungan akses internet kapan saja, dimana saja.

Tuntutan ini muncul seiring dengan semakin banyak ketersediaan aplikasi pekerja jarak jauh, juga sekaligus memunculkan berbagai masalah. Ada sekitar 84% pengguna jarak jauh yang kehilangan akses ke aplikasi setidaknya sekali dalam seminggu, dan 11% lainnya mengungkapkan hal itu terjadi setiap hari.

Isu di atas memperlihatkan bahwa perkembangan teknologi digital yang pesat menuntut penggunaan teknologi baru serta manajemen perencanaan jaringan yang lebih efektif dan efisien untuk membangun organisasi yang siap digital dan mensukseskan kegiatan bisnis.

Salah satu yang menjadi pilihan perusahaan adalah fitur-fitur yang ditawarkan oleh teknologi *Software Defined Wide Area Network (SD-WAN)*, yang merupakan solusi jaringan yang lincah, fleksibel, terukur dan

konsisten serta aman dalam operasionalnya. Dengan teknologi SD-WAN, perusahaan dapat menyederhanakan pengelolaan konektivitas cabang jarak jauh melalui aplikasi *real-time* dengan biaya yang efisien.

SD-WAN dirancang untuk mengakomodasi kinerja dari berbagai aplikasi *cloud* terdepan pada aplikasi publik yang digunakan perusahaan, seperti *video conferencing* dan *desktop sharing*. SDWAN merupakan pilihan tepat bagi perusahaan yang menginginkan *bandwidth* yang lebih fleksibel dan kemampuan melakukan perubahan secara cepat.

Di sisi lain, perusahaan juga ingin mengoptimalkan kinerja aplikasi dan memiliki visibilitas yang lebih besar ke WAN. Dengan SD-WAN, penggunaan aplikasi yang sedang berjalan dan berapa banyak *bandwidth* yang digunakan dapat dilihat lebih akurat. Perusahaan juga bisa menyediakan perluasan lokasi cabang dan memenuhi pertumbuhan volume lalu lintas WAN yang terus meningkat disesuaikan dengan anggaran yang tersedia. SD WAN digunakan untuk akses yang lebih besar dan kontrol penuh atas seluruh jaringan dari lokasi terpusat yang nyaman.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan perusahaan untuk memiliki jaringan yang kuat, dapat diandalkan, dan aman untuk operasional kantor cabang yang tersebar secara geografis. PT Digital Aplikasi Solusi (Digiserve) sebagai salah satu anak usaha Telkom yang bergerak dibidang ICT Managed Solution, melalui layanan SD-WAN berbasis *cloud* terbukti dapat memberikan solusi jaringan terbaik untuk menjawab tantangan tersebut. Hal ini termasuk SASE, salah satu model WAN yang akan di *deploy* pada 2023.

Kunci dari implementasi ini terletak pada komitmen perusahaan dalam menyelaraskan strategi untuk mengakomodasi semua perubahan dalam TI. Jika telah dilakukan, perusahaan akan mampu meningkatkan lebih dari dua kali lipat pertumbuhan pendapatan, retensi, dan laba jika dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan implementasi atau hanya melakukan sebagian strategi dalam lanskap TI-nya.





## Telkomsigma Lakukan Simulasi BCP Test 2021 Sebagai Bukti Komitmen Kredibilitas Layanan ICT

**S**imulasi BCP Test menjadi ajang pembuktian dan komitmen terhadap pelanggan bahwa layanan ICT perlu dikelola secara profesional dan responsif di berbagai kondisi, sehingga apabila terjadi situasi yang tak terduga / bencana tidak berdampak pada operasional bisnis pelanggan.

Faktor apa yang paling diperhatikan oleh perusahaan ketika hendak menentukan penyedia solusi, layanan, dan infrastruktur IT? Tentu mayoritas akan memastikan bagaimana kredibilitas dan kapabilitas dari penyedia layanan tersebut. Dengan adanya kredibilitas, pelaku bisnis akan merasa lebih aman dan nyaman untuk menggunakan layanan ICT dari penyedia layanan tersebut karena dinilai mampu menjalankan pengelolaan layanan ICT secara *secure* dan *reliable*.

Salah satu upaya menjaga kredibilitas sebagai penyedia layanan ICT, Telkomsigma melakukan program simulasi uji coba layanan yang bernama *Business Continuity Plan (BCP) Test*. Adapun kegiatan ini rutin dilaksanakan setiap tahunnya. Pada bulan November 2021, BCP Test Telkomsigma dilaksanakan dengan melibatkan 22 *customer* perbankan dari segmen Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang tersebar di berbagai wilayah tengah dan timur Indonesia, dimana 10 diantaranya terlibat secara aktif dalam kegiatan BCP Test tersebut. Kegiatan BCP Test ini tentu saja tidak berdampak pada jalannya aktivitas *day-to-day* pelanggan.

Simulasi BCP Test tahun ini diawali dengan skenario terjadinya ketidakstabilan arus

listrik yang menyebabkan terjadinya gangguan listrik di Data Center (DC) Surabaya. Adanya gangguan tersebut memicu korsleting yang menyebabkan ledakan disertai asap pada sebuah perangkat UPS. Di saat bersamaan, perangkat PSU di salah satu ruangan DC Surabaya juga mengalami *failed*.

Untuk itu, diperlukan serangkaian tindakan *emergency response* yang perlu dijalankan oleh tim operasional secara cepat dan sistematis. Penanganan dimulai dengan proses evakuasi seluruh penghuni gedung ke *assembly point* sekaligus mengamankan titik ledakan agar terkendali. Secara paralel, tim juga melakukan *damage assessment* di seluruh titik operasional yang terkait. Hasil *damage assessment* menemukan terdapat 3 sektor operasi di DC Surabaya yang terdampak, baik dari segi infrastruktur maupun layanan.

Selain kendala pada modul UPS dan PSU, dampak ledakan juga terjadi pada salah satu layanan yaitu proses End of Day BPR SATU dikarenakan matinya fasilitas PSU dan UPS. Tidak hanya itu, ditemukan juga aplikasi *Service Reporting Sera (SERES)* mengalami *down* dan filenya terkena *ransomware*. Kejadian ini membutuhkan proses pemulihan yang memakan waktu lebih dari 1 hari.

Dari hasil pengecekan oleh tim *support*, diperlukan serangkaian proses pemulihan pada perangkat PSU, UPS, dan juga pemulihan sistem *production* BPR SATU. Selanjutnya, strategi pemulihan yang diambil adalah mengalihkan sistem *production* BPR SATU ke mesin *Disaster Recovery* di DC Serpong dikarenakan proses

penggantian PSU yang memakan waktu kurang lebih selama 2 jam.

Melihat kompleksitas yang terjadi sekaligus untuk tetap menjaga kelangsungan operasi layanan, diperlukan aktivasi BCP yang perlu disetujui oleh BC *steering committee*. Setelah BCP aktif, proses pemulihan akan berjalan paralel pada masing-masing sektor operasi.

Dari segi Infrastruktur, pemulihan PSU dan UPS dilaporkan telah selesai dilakukan dengan hasil *monitoring* berjalan normal. Lalu layanan BPR SATU juga telah sukses berjalan *live operation* melalui mesin DR di DC Serpong. Proses *troubleshooting* pada insiden Security Breach juga berjalan lancar dan insiden berhasil ditangani, baik dari aspek *security* maupun aplikasi SERES.

Setelah proses *switch over* berhasil, *customer* BPR diarahkan untuk mencoba *test log-in* layanan dan validasi data melalui sistem yang beroperasi pada mesin *Disaster Recovery*. Hingga akhirnya, berdasarkan hasil *update monitoring* pemulihan yang telah selesai dilakukan, proses *swing back* siap dilakukan kembali ke DC Surabaya. Segera setelah dilakukannya *swing back* dan pengembalian operasi ke kondisi normal, BC Coordinator meminta persetujuan ke BC Steering Committee untuk melakukan De-Aktivasi BCP.

Untuk itu, sangatlah penting bagi penyedia layanan melakukan BCP Test. Selain untuk melatih kesiapan karyawan, juga diperlukan untuk menguji *Business Continuity Plan* penyedia layanan, serta evaluasi atas *implementasi Business Continuity Management System* penyedia layanan ICT.



## Solusi Seamless Data Center Berbasis di Asia untuk Kebutuhan Konektivitas Global Anda

**C**OVID-19 telah menimbulkan dampak pada lansekap bisnis di seluruh dunia, tak terkecuali sektor *data center*.

Peningkatan bekerja jarak jauh dan lonjakan permintaan data menjadikan sektor *data center* sebagai sorotan, karena semakin banyak data yang perlu diproses dan disimpan.

Perusahaan yang sebelumnya mengambil pendekatan hati-hati dalam menggunakan *cloud* kini tidak memiliki pilihan selain merangkulnya karena mereka tidak dapat meningkatkan kapabilitas internal mereka lebih cepat lagi. Sebagai bagian dari hal ini, mereka kini semakin cenderung untuk menyewa ruang *data center*.

Namun, meskipun data dapat dipindahkan ke *cloud* dalam hitungan menit, menyewa ruang *data center* bisa membutuhkan waktu berbulan-bulan jika *fit out* pada cakupan, terutama mengingat lonjakan permintaan saat ini, yang mengakibatkan ruang *data center* mencatat rekor terkait tingkat okupansi.

Tidak semua *data center* diciptakan sama. Untuk menemukan *data center* yang tepat untuk Anda, penting untuk memperhatikan kebutuhan Anda. Faktor penting untuk dipertimbangkan antara lain:

1. Persyaratan dan kepatuhan regulasi. Sebagai contoh, banyak perusahaan perbankan dan fintech perlu memenuhi persyaratan regulasi yang ketat untuk penyimpanan data.

2. Lokasi Geografis, untuk meminimalkan latensi, sebaiknya *data center* Anda terletak dekat dengan pengguna. Di sisi lain, Anda juga mungkin perlu untuk mendiversifikasi lokasi *data center* Anda jauh dari tempat Anda, untuk pengamanan dari bencana geografis.
3. Fitur keamanan, karena serangan siber dan spionase perusahaan meningkat, penting untuk memeriksa fitur keamanan penyedia *data center*, baik dalam hal keamanan digital maupun pemeriksaan fisik.
4. Konektivitas, jelas, *data center* Anda harus bisa menyediakan konektivitas yang andal dan aman dengan SLA terjamin sesuai dengan kebutuhan Anda.
5. Pembangkitan daya, semua *data center* harus memiliki generator listrik cadangan untuk mengantisipasi kehilangan daya dari sumber utama.
6. Mitigasi bencana, pastikan untuk menanyakan tentang protokol mitigasi bencana mereka. Mereka harus mampu menjawab dengan daftar tindakan yang lengkap.
7. Fleksibilitas, sejumlah *data center* mewajibkan Anda untuk secara eksklusif menggunakan operator yang bekerja sama dengan mereka, sementara yang lain netral dalam hal operator.

### Mengapa Pelanggan memilih Telin Data Center?

Selama lebih dari satu dekade, Telin dikenal sebagai penyedia *data center carrier neutral*

terbaik di kelasnya di Asia Pasifik. Saat ini, Telin dan Telkom Group mengoperasikan lebih dari 24 Pusat Data Tier II sampai Tier IV di Hong Kong, Singapura, Indonesia, dan Timor Leste, yang semuanya terhubung ke Jaringan Internet Global dan didukung oleh konektivitas kabel bawah laut yang mulus. Oleh karena itu, ini adalah salah satu cara untuk terhubung dengan banyak PoP global Telin, yang terletak di 58 lokasi berbeda di seluruh dunia. Melalui PoP ini mereka dapat memanfaatkan 200 juta *eyeballs* pengguna internet Indonesia.

Koneksi ini didukung oleh sumber daya dan jaringan luas Telin sebagai anak perusahaan dari penyedia telco terbesar Indonesia, Telkom Indonesia, yang memiliki lebih dari 200 juta pelanggan dan infrastruktur nasional terluas di Indonesia.

Di Indonesia, Telin dan Telkom Group memiliki dan mengoperasikan *Data Center* di beberapa kota, serta menawarkan beragam opsi. *Data Center* ini terhubung dengan seluruh dunia melalui kabel bawah laut IGG yang baru dibangun dan berbagai opsi konektivitas. Semua pusat data ini menawarkan koneksi mulus ke infrastruktur global, menyediakan solusi kustomisasi untuk memenuhi kebutuhan bisnis pelanggan akan penyimpanan data yang aman dan efisien di Singapura, Hong Kong, Indonesia, dan Timor Leste dengan koneksi ke jaringan global.



## Kolaborasi Raksasa Snapcart Indonesia dan Telkomsel tSurvey Kuasai Data Survei Online Terbesar di Indonesia

Sebuah kekuatan raksasa *platform* penyedia jasa data survei *online* telah hadir di Indonesia. Per 1 November 2021, telah tercapai kesepakatan kerja sama antara perusahaan riset digital, Snapcart Indonesia, dengan layanan *platform* survei *online* dari Telkomsel, tSurvey. Melalui kolaborasi ini, Snapcart x tSurvey menjadi penyedia layanan survei *online* dengan jumlah panel terbesar di Indonesia yang mencapai lebih dari 173 juta pelanggan Telkomsel di seluruh Indonesia.

Luasnya variasi profil *audiens* dari *platform* tSurvey diperkuat dengan kapabilitas Snapcart dalam melakukan survei *online* sehingga kolaborasi ini menawarkan survei *online* dengan waktu yang lebih efisien dan data yang lebih akurat. "Ini salah satu revolusi digital yang mendisrupsi dunia riset kita menjadi lebih akurat," ujar Direktur Snapcart Indonesia Astrid Wiliandry, Jakarta (2/12).

Snapcart x tSurvey menawarkan berbagai segmentasi panel survei, mulai dari demografi, pola berbelanja *offline*, profil ponsel, penggunaan aplikasi ponsel, hingga pengeluaran telekomunikasi dan mobilitas konsumen. Dengan berbagai kapabilitas dari kerja sama ini, layanan yang ditawarkan Snapcart x tSurvey dapat menjadi solusi dari berbagai tujuan riset untuk beragam sektor bisnis seperti *smartphone*, *fintech*, perbankan, *e-commerce*, gaya hidup, FMCG (*Fast-Moving Consumer Goods*), dan lain-lain.

General Manager Data Solutions Business and Partnership Telkomsel Rangga Gandina menjelaskan, "Memiliki lebih dari 173 juta pelanggan Telkomsel di seluruh Indonesia memungkinkan tSurvey menemukan responden berdasarkan profil penggunaan seluler mereka di daerah perkotaan dan pedesaan. Profil *audiens telco* dihasilkan dari *telco big data* kami dengan menggabungkan wawasan konsumen yang kontekstual yang dimiliki Telkomsel serta *platform* yang dioperasikan untuk menentukan perilaku responden dengan mengedepankan konsep *customer-centricity* dan disesuaikan dengan kepatuhan terhadap peraturan privasi yang berlaku di Indonesia."



"Bersama Snapcart, kami bersemangat untuk menghadirkan pengalaman survei *online* terbaik dan andal dengan menggabungkan kemampuan tSurvey dan Snapcart," tambah Rangga.

Data Snapcart Indonesia menunjukkan adanya peningkatan pesat akan kebutuhan survei *online* dalam dua tahun terakhir. Mungkin banyak yang akan menyimpulkan bahwa pembatasan mobilitas selama pandemi menjadi penyebab peningkatan ini. Namun, hal itu tidak sepenuhnya benar. Faktor lain yang mendorong tren tersebut adalah keunggulan survei *online* dibandingkan dengan riset tradisional dengan data *offline*. Selain kecanggihan teknologi seperti *artificial intelligence* (AI) yang dimiliki Snapcart Indonesia, survei *online* juga dapat memberikan solusi yang lebih tepat sasaran, efisien secara waktu, dan lebih terjangkau tanpa mengurangi kualitas data dan *insight* yang didapat.

Salah satu kekuatan riset Snapcart adalah kemampuan menargetkan responden yang lebih tepat sasaran berdasarkan perilaku belanja aktual dan faktual mereka, tidak hanya mengklaim membantu klien untuk mendapatkan data dan *insight* yang tepat. Kemitraan dengan tSurvey ini membuat metode riset Snapcart Indonesia memiliki basis panel yang lebih luas, lebih dalam, dan lebih akurat, menjadikan *platform* Snapcart x tSurvey penyedia data riset *online*

terbesar di Indonesia. Dengan kemampuan ini, hampir tidak ada lagi batasan untuk melayani kebutuhan berbagai pelaku industri dalam mendapatkan data dan *insight* yang detil untuk menganalisis semua segmen pasar.

"Ini akan membantu para pelaku bisnis di Indonesia untuk mendapatkan gambaran pasar produknya lebih tepat sasaran dan menjaga merek terkelola baik," tambah Astrid Wiliandry.

Layanan survei *online* yang dilakukan Snapcart Indonesia selama ini mencakup analisis posisi merek, perilaku, kepuasan dan pola belanja konsumen, analisis pasar, *product pricing*, efektivitas komunikasi pemasaran, loyalitas merek, dinamika dan tingkat persaingan pasar, respon dan kepedulian konsumen, dan lain-lain. Ditambah dengan kemampuan data survei yang tersedia melalui tSurvey, kemampuan riset dan survei Snapcart Indonesia kini akan semakin detil dan merambah sebaran responden yang lebih luas dan tepat sasaran.

Dengan tercapainya kemitraan ini, menurut Astrid Wiliandry, survei *online* di Indonesia kini semakin bisa diandalkan dan mencakup pasar yang luas. Diharapkan pula akan bisa mendorong maju tumbuh kembangnya ekosistem ekonomi digital di Indonesia dan global.

## Destinasi Wisata di **Pulau Sumbawa** yang Menarik untuk di Kunjungi!

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) memiliki banyak keunggulan dalam destinasi wisatanya. Selain Lombok, destinasi wisata yang tak kalah menarik Anda kunjungi, yaitu Sumbawa yang terletak tepat di sebelah timur Lombok. Jika Anda hendak berkunjung ke Sumbawa, Anda bisa melalui jalur udara menuju Bandar Udara Sultan Muhammad Kaharuddin yang terletak di Kota Sumbawa Besar. Sedangkan jika melalui jalur laut, Anda bisa menyeberang dari Pelabuhan Kayangan Lombok ke Pelabuhan Poto Tano dengan kapal ferry yang beroperasi selama 24 jam. Begitu Anda tiba di Sumbawa, Anda akan menemukan pantai yang indah, pulau yang eksotis, serta beragam destinasi lainnya yang mungkin belum pernah Anda ketahui sebelumnya. Tak hanya itu, masih terdapat masyarakat dengan adat dan ritual tradisional. Hal ini lah yang menjadi nilai tambah serta daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang berkunjung.

Yuk simak ulasan beberapa destinasi wisata di sekitar Pulau Sumbawa yang bisa Anda kunjungi!



### 1. Pulau Moyo

Pulau Moyo merupakan salah satu pulau eksotis yang berada di Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat (NTB). Di pulau seluas 350 kilometer persegi ini, Anda akan dimanjakan dengan pemandangan hutan tropis yang hijau, laut biru dengan pantai pasir putih, biota laut yang sangat memukau, serta air terjun indah yang berada di seluk beluk Pulau kecil ini. Dari Sumbawa Besar, Anda bisa menyambangi Pulau Moyo hanya dengan menggunakan jalur laut. Dengan biaya yang cukup murah, Anda bisa menggunakan *public boat* menuju Desa Labuan Aji, Pulau Moyo. Anda

bisa juga menggunakan *private boat* dengan tarif yang lebih mahal namun memiliki waktu tempuh yang cukup singkat sekitar 45 menit jika dibandingkan dengan *public boat*.

Keindahannya yang memukau, membuat banyak wisatawan terpesona. Tak hanya wisatawan *domestic*, wisatawan mancanegara pun pernah menyinggahi Pulau cantik ini. Konon, Putri Diana atau Lady Diana pada tahun 1993 pernah mengunjungi salah satu spot terbaik di Pulau ini, yaitu Air Terjun Mata Jitu. Untuk menuju ke Air Terjun yang terletak di tengah hutan tropis ini, Anda perlu menyewa ojek dari Desa Labuan Aji dengan tarif Rp 100.000 per orang dan waktu tempuh sekitar 25 menit dengan rute jalan yang masih sangat alami. Setibanya di lokasi pemberhentian ojek, Anda masih perlu berjalan kaki selama 5 menit untuk bisa melihat keindahan Air Terjun Mata Jitu. Perjalanan jauh yang Anda lalui, akan terbayarkan dengan air terjun setinggi 4

meter yang berundak. Berpadu dengan hijaunya hutan tropis, Anda tak akan pernah melupakan destinasi alam yang menakjubkan ini!



### 2. Uma Lengge

Uma Lengge yang berasal dari dua kata, yakni *uma* yang berarti rumah dan *lengge* yang berarti alas. Uma Lengge merupakan bangunan tradisional suku Mbojo yang berada di Kecamatan Wawo Kabupaten Bima. Bangunan ini sudah ada sejak ratusan tahun yang lalu dan diperlukan keahlian



khusus untuk bisa mendirikannya dengan bahan-bahan tertentu yang penuh artistic dan keunikan tersendiri. Umumnya, Uma Lengge dibangun dengan berbentuk kerucut di bagian atas dan berukuran 2x2 meter dan tinggi 5 meter. Salah satu fungsi dari atap bangunan ini yaitu untuk menyimpan hasil panen. Hal ini merupakan kebiasaan masyarakat Wawo yang dilestarikan secara turun menurun.

Daya tarik wisata tradisional ini sangat langka dan jarang ditemui di kota-kota besar. Memiliki nilai sejarah dan leluhur yang masih sangat kental, membuat para wisatawan dari berbagai penjuru ingin berkunjung dan mengenal sejarah serta ritual yang dilakukan oleh masyarakat sekitar. Jika Anda hendak berkunjung ke Uma Lengge, Anda bisa belajar cara menjemur gabah dan menyimpannya ke dalam lumbung. Beberapa tradisi yang biasa dilakukan oleh masyarakat sekitar, dijadikan sebagai objek wisata sehingga para pengunjung bisa merasakan dan memiliki pengalaman yang tak terlupakan disini. Nah, waktu terbaik untuk berkunjung ke sini adalah di bulan Agustus, dimana penduduk biasanya mengadakan festival khusus dengan beragam tarian, upacara adat, pesta panen serta pertunjukan permainan rakyat.



### 3. Pulau Kelapa

Layaknya Pulau Padar di Labuan Bajo, Pulau Kelapa yang terletak di perairan Sape, Desa Nggelu, Bima ini tak kalah indah dengan pemandangan lainnya yang ada di Sumbawa. Dari atas bukit, Anda akan disuguhkan birunya lautan yang membentang dan hijaunya padang rumput di atas bukit. Pulau cantik ini juga seringkali disebut menyerupai pulau-pulau yang ada di Raja Ampat. Tentu dengan akses dan waktu tempuh yang jauh lebih mudah dan lebih dekat jika dibandingkan dengan wisata Raja Ampat.

Jika Anda hendak berkunjung ke destinasi wisata yang satu ini, dari kota Bima Anda perlu menghabiskan waktu sekitar tiga jam untuk bisa sampai ke Dusun Lambu. Sesampainya disana, Anda akan melanjutkan perjalanan dengan menyebrangi lautan baik menggunakan kapal nelayan maupun *speedboat* selama satu jam. Tak berhenti sampai disitu, Anda masih harus melalui perjalanan selama 30 menit untuk trekking ke atas bukit Pulau Kelapa. Hembusan angin dan deburan ombak yang terdengar dari atas bukit dengan pemandangan yang sangat memukau menghilangkan rasa lelah Anda saat mendaki bukit. Pemandangan Pulau Kelapa yang sangat mengagumkan akan membuat liburan Anda semakin tak terlupakan!



### 4. Pantai Lariti

Masih seputar destinasi wisata di Sumbawa, terdapat satu pantai yang memiliki pesona tersendiri. Pantai Lariti yang terletak di ujung timur provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), berada tepat di Desa Soro, Kecamatan Lambu Sape, Pulau Sumbawa. Pesonanya berbeda dengan destinasi pantai lainnya, Pantai Lariti diapit oleh dua lautan dengan gambaran seperti laut yang terbelah dua. Pasir putih yang membentang dan lautan biru yang jernih membuat para wisatawan betah untuk berlama-lama dan sekedar mengabadikan momen di tengah dua lautan tersebut. Sungguh menakjubkan bukan?

Untuk bisa sampai ke Pantai menawan ini, Anda memerlukan waktu sekitar satu jam perjalanan dari kota Bima dengan rute jalan yang masih sangat alami dan berkelok-kelok. Biasanya, pantai akan terbelah menjadi dua hanya di waktu tertentu, yakni jam 10 pagi hingga 4 sore WITA. Selain fenomena unik ini, Pantai Lariti juga memiliki ombak yang tidak terlalu besar, sehingga sangat aman untuk Anda

yang ingin berenang atau sekedar bermain di tepian pantai. Penasaran kan? Yuk, catat destinasi yang satu ini sebagai salah satu tujuan Anda berlibur di Sumbawa!



### 5. Pulau Kenawa

Nah, keindahan pulau-pulau di Sumbawa ini memang tidak perlu diragukan lagi! Nama-nama pulau seperti Pulau Moyo, Pulau Kelapa dan Pulau Kenawa merupakan destinasi wisata yang telah lama dikenal oleh para wisatawan *domestic* dan mancanegara. Terletak di ujung barat Pulau Sumbawa, Pulau Kenawa ini seringkali dijadikan sebagai spot foto bagi wisatawan yang berkunjung. Aksesnya juga melalui jalur laut, Anda harus menuju ke Pelabuhan Kayangan di Lombok Timur untuk menyebrang menggunakan kapal ferry selama dua jam ke Pelabuhan Poto Tano, Sumbawa. Setibanya di Pelabuhan Poto Tano, Anda masih harus menyebrangi lautan menggunakan kapal kayu milik warga sekitar selama 20 menit.

Setelah melalui perjalanan yang cukup panjang, Anda akan disambut dengan pemandangan yang sangat indah yaitu padang rumput savanna yang sangat luas, dengan dikelilingi oleh pasir putih dan lautan di sekitar pulau. Bagi Anda yang ingin berkunjung, disarankan datang di saat musim penghujan, dimana padang savanna ini tampak berwarna hijau. Spot foto terbaik yang biasa dilakukan oleh para wisatawan adalah di jalur trekking sepanjang padang savanna yang terletak dibawah bukit tersebut. Anda juga bisa melakukan trekking ke atas bukit hanya dalam waktu 15 menit saja. Pulau kecil yang tidak berpenghuni ini, ternyata juga bisa dijadikan sebagai tempat berkemah, namun harus dengan persiapan yang matang, ya!





## Intip Kuliner Khas Pulau Dewata, yuk!

**D**enpasar, Bali merupakan salah satu destinasi wisata di Indonesia yang paling populer baik dikalangan wisatawan *domestic* maupun mancanegara. Banyak sekali turis yang silih berganti berdatangan ke Pulau yang satu ini. Tak hanya kaya akan pesona lautnya, adat dan budayanya, serta kekayaan alamnya, namun ternyata masakan khas Bali juga memiliki cita rasa tersendiri yang tidak ditemukan di daerah lain dan tentunya wajib untuk Anda coba.

Dengan aneka bumbu rempah yang digunakan, membuat cita rasa masakan khas Pulau Dewata ini diincar para wisatawan yang berkunjung. Dalam sejarahnya, makanan tradisional Bali ini merupakan perpaduan budaya China, India, dan Timur Tengah, lho! Nah, jika Anda sedang menikmati liburan atau pun hendak pergi berlibur ke Pulau Dewata, jangan lupa untuk mencicipi menu-menu khas Bali yang sangat mudah untuk ditemui! Yuk, intip apa saja sih kuliner khas Pulau Dewata yang wajib untuk Anda coba!



### 1. Sate Lilit

Di Indonesia, banyak sekali ragam masakan sate dengan keunikannya masing-masing. Salah satu yang menjadi masakan khas Bali ini adalah Sate Lilit. Tidak seperti sate pada umumnya, makanan yang satu ini terbuat dari daging ayam atau pun ikan tenggiri yang digiling. Daging yang sudah halus tersebut kemudian dicampur dengan kelapa parut dan dililit pada batang bambu atau batang sereh yang cukup tebal. Untuk menambah cita rasa saat mencicipinya, Anda bisa memadukan sate lilit ini dengan nasi campur khas Bali.

Selain dihidangkan dengan nasi campur, Anda bisa juga menikmati sate lilit ini hanya dengan sambal yang terpisah. Rasanya pun tidak akan berubah! Nah, jika Anda pergi ke berbagai rumah makan di Bali, Anda akan dengan mudah menemukan menu yang satu ini. Dijamin, rasa yang tercipta bersatu padu menjadi sebuah rasa yang tak akan terlupakan!



### 2. Nasi Jinggo

Nasi Jinggo merupakan salah satu aneka nasi campur khas Bali yang enak dan wajib Anda coba. Menu yang satu ini biasa disebut sebagai nasi kucingnya Bali karena disajikan dengan ukuran dan porsi yang kecil. Umumnya Nasi Jinggo menjadi menu andalan saat ada upacara keagamaan dan



kegiatan spesial lainnya. Dibungkus dengan menggunakan daun pisang, Nasi Jinggo berisi aneka lauk pauk seperti tempe, mie, suwiran ayam, dan tak lupa sate lilit yang selalu hadir di setiap menu masakan khas Bali.

Beragam variasi Nasi Jinggo bisa Anda nikmati di Jl. Thamrin, Denpasar, Bali dimana terdapat Warung Nasi Jinggo yang menjual Nasi Jinggo dengan daging ayam dan sapi. Anda juga bisa mengganti nasi putih dengan nasi kuning sesuai dengan selera. Anda bisa mencicipi hidangan khas Bali yang satu ini hanya dengan harga yang sangat murah yaitu berkisar antara Rp 2.000 hingga Rp 5.000 saja.



### 3. Ayam Betutu

Ayam Betutu termasuk salah satu makanan khas Bali yang sudah sangat populer sejak lama di kalangan para wisatawan. Setiap wisatawan yang berkunjung, kebanyakan dari mereka akan menyempatkan diri untuk mencicipi menu yang satu ini. Dalam Bahasa Bali, Betutu terdiri dari dua kata, yakni tutu yang berarti bakar dan Be yang memiliki arti daging. Jika diartikan, maknanya menjadi daging ayam yang dibakar dan merupakan gambaran dalam proses pembuatannya.

Banyak sekali resep pembuatan Ayam Betutu yang dapat Anda temui di internet, namun jika Anda berkunjung ke Bali dan menikmatinya secara langsung di Bali, akan membuat masakan yang satu ini menjadi lebih nikmat dan terasa berbeda. Ayam Betutu memiliki bumbu dasar yang membuat hidangan ini terasa lezat, yakni base genep atau bumbu genep yang terdiri dari kemiri, lengkuas dan rempah lainnya. Salah satu rumah makan di Bali yang bisa Anda kunjungi adalah Ayam Betutu Gilimanuk yang paling terkenal. Rasakan nikmatnya daging bakar dengan suasana Gilimanuk yang tak ditemui di daerah lainnya!

### 4. Bebek Bengil

Selain Ayam Betutu dan menu khas lainnya, Bebek Bengil menjadi salah satu makanan khas Bali yang tidak boleh Anda lewatkan! Bebek goreng yang berasal dari Ubud ini menggunakan bumbu khas yang membuatnya sangat gurih saat Anda cicipi. Teksturnya yang sangat lembut dan renyah membuat semua bagian dalam Bebek ini bisa Anda nikmati sampai ke tulang-tulangannya. Untuk bisa membuatnya terasa begitu renyah, Bebek ini direbus terlebih dahulu selama hampir 3-4 jam kemudian dimarinasi dengan bumbu khasnya hingga 12 jam. Tak heran lamanya pembuatan makanan ini menciptakan cita rasa daging yang empuk dan nikmat.

Bebek Bengil juga seringkali disebut sebagai *dirty duck*, namun bukan karena bebek ini kotor tetapi karena warnanya yang tampak kecoklatan dan banyak bertabur bumbu. Makanan ini biasa disajikan dengan tiga aneka sambal seperti sambal bawang/matah, sambal tomat, dan sambal hijau. Selain itu, juga bisa disajikan lengkap dengan sate lilit dan jukut urap ataupun lawar. Sekali makan Bebek Bengil, Anda bisa sekaligus mencicipi beragam masakan khas Bali yang lezat, lho! Anda bisa berkunjung ke salah satu tempat yang cukup terkenal untuk menikmati Bebek yang satu ini, yaitu di Restoran Bebek Bengil Ubud dan juga Resto Bebek Tepi Sawah Ubud.



### 5. Rujak Buleleng

Sama halnya di Jakarta dengan rujak Betawinya, di Pulau Dewata ini juga ada Rujak Buleleng khas dari Bali. Berisi potongan buah-buahan yang disiram dengan bumbu rujak yang pedas dan segar membuat makanan yang satu ini disukai banyak orang dan dijadikan sebagai hidangan penutup. Tidak seperti rujak lainnya, khas rujak Buleleng ini ada pada bumbu yang digunakan. Bumbu rujak Buleleng terbuat dari cuka, gula aren



asli Buleleng, terasi, garam, cabai rawit, dan pisang batu. Bumbu pisang batu ini digunakan untuk menciptakan cita rasa yang sepadan sehingga menghasilkan rasa yang segar dan lengkap.

Hal lainnya yang unik adalah pematangan buahnya yang dibuat dengan diiris, sehingga tekstur buahnya lebih tipis dan bisa dinikmati dengan kuah yang bercampur di dalamnya. Sensasi asam, manis, pedas dari rujak ini membuat lidah Anda tak mau berhenti mencicipi hidangan khas Bali yang satu ini.



### 6. Laklak

Makanan khas Singaraja Kabupaten Buleleng Bali ini merupakan salah satu jajanan tradisional yang diminati oleh masyarakat Bali. Laklak atau Jaje Laklak yang berbahan dasar tepung beras ini dimasak dengan menggunakan cetakan serabi. Proses masaknya yang menggunakan kayu bakar, membuat cita rasa jajanan tradisional ini menjadi semakin khas dan nikmat. Sama halnya seperti kue putu, Laklak disajikan dengan berbagai *topping* sesuai selera. Umumnya, Laklak diberi kelapa parut dan juga gula merah cair yang ditaburkan di atasnya.

Makanan yang super mungil ini berbentuk lingkaran dan berwarna hijau karena hasil pewarna makanan alami yaitu daun fuji. Rasanya yang legit dan wangi pandan membuat jajanan ini laris di kalangan masyarakat Bali. Jika Anda menemukan kue Laklak ini di Bali, jangan lupa untuk langsung mencobanya, ya!



## Mengenal Vaksin Booster COVID-19

Belakangan ini, vaksin *booster* ramai diperbincangkan baik di media sosial maupun berita di beberapa *channel* televisi. Dengan sudah terpenuhinya dua dosis vaksin di awal, vaksin *booster* diyakini dapat meningkatkan daya tahan tubuh terhadap virus yang sempat mengguncang dunia, yakni COVID-19. Di tengah upaya berkelanjutan untuk melakukan vaksinasi masyarakat secara keseluruhan, muncul pertanyaan-pertanyaan besar seperti “Akankah perlindungan kekebalan terhadap virus corona bertahan lama?” dan “Apakah orang akan segera membutuhkan suntikan *booster* untuk meningkatkan daya tahan tubuh?”. Untuk itu, kita perlu mengenal segala hal terkait vaksin *booster* yang akan dibahas melalui artikel ini. Simak ulasannya, ya!

### Apa itu vaksin *booster* dan siapa saja yang bisa mendapatkannya?

*Booster* adalah dosis vaksin tambahan yang diberikan untuk mempertahankan kekebalan tubuh setelah terproteksi dari suntikan sebelumnya. Namun, tidak semua jenis vaksin merupakan *booster*. Di beberapa negara seperti Amerika Serikat telah menyediakan tiga jenis vaksin *booster* seperti Moderna, Pfizer dan juga Johnson & Johnson. Para peneliti di *Advisory Committee on Immunization Practices* (ACIP) United States yang dikutip dari laman *Centers for Disease Control and Prevention* telah merekomendasikan suntikan *booster* bagi beberapa individu yang memiliki risiko tinggi terjangkit virus COVID-19, seperti lansia di atas 65 tahun, orang-orang yang

memiliki kondisi kesehatan tertentu, serta orang-orang yang bekerja dengan tingkat risiko tinggi terpaparnya virus COVID-19 layaknya para tenaga Kesehatan.

Seperti halnya di Indonesia, berdasarkan Surat Edaran Direktur Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Nomor: HK.02.01/1/1919/2021 tentang Vaksinasi Dosis Ketiga Bagi Seluruh Tenaga Kesehatan, Asisten Tenaga Kesehatan dan Tenaga Penunjang yang Bekerja di Fasilitas Pelayanan Kesehatan yang diterbitkan oleh Kementerian Kesehatan, saat ini vaksin dosis ketiga hanya diperuntukkan bagi tenaga Kesehatan, asisten tenaga Kesehatan dan tenaga penunjang yang bekerja di fasilitas pelayanan Kesehatan. Vaksinasi *booster* ini telah dilakukan sejak 23 Juli 2021 di RSCM Jakarta, selanjutnya dilakukan di unit pelaksana teknis *vertical* Kemenkes khususnya di rumah sakit *vertical* dan secara bertahap akan dilaksanakan di seluruh fasyankes di Indonesia.

Namun saat ini di Amerika, Arab Saudi, dan beberapa negara lainnya tengah merekomendasikan seluruh masyarakatnya untuk segera mendapatkan vaksin *booster* guna mencegah adanya gelombang baru dari varian virus COVID-19.

### Mengapa vaksin *booster* diperlukan dan kapan vaksin *booster* diberikan?

Vaksin *booster* diberikan karena merujuk ke beberapa hal yang diantaranya adalah manfaat dari vaksin COVID-19 sendiri yang menurun seiring berjalannya waktu dan belum tentu mampu melawan varian-varian

baru dari COVID-19. Meskipun begitu, *World Health Organization* (WHO) dan para peneliti di dunia telah menegaskan bahwa vaksin COVID-19 yang tersedia bagi seluruh penduduk di penjuru dunia merupakan vaksin yang sudah teruji dan bekerja dengan sangat baik yang mampu melindungi tubuh dari virus COVID-19. Karena itu, vaksin *booster* masih belum direalisasikan di seluruh penjuru negara karena beberapa diantaranya mengutamakan *booster* untuk orang-orang yang memiliki risiko tinggi terpapar.

Namun, menurut uji coba di Inggris yang menguji tujuh suntikan vaksin berbeda, vaksin *booster* Pfizer dan Moderna telah terbukti memberikan respons dorongan terbaik secara keseluruhan. Uji coba ini termasuk studi pertama yang menguji kemanjuran suntikan *booster* untuk kasus COVID-19, dan mendorong keputusan awal Inggris untuk menggunakan kedua vaksin ini sebagai *booster* yang boleh digunakan oleh penduduknya.

Vaksin Moderna dan Pfizer menunjukkan respons paling positif untuk kerja antibodi dan sel T, dimana keduanya merupakan faktor yang penting dalam efektivitas vaksin terutama setelah adanya dua dosis awal. *Booster* ini terbukti mengurangi risiko infeksi hingga lebih dari 93%, dan semua penduduk di Inggris di atas 18 tahun telah direkomendasikan untuk melakukan vaksin *booster* sebagai dosis ketiganya.

Selain itu, kemunculan varian Omicron belakangan ini semakin menegaskan



pentingnya vaksinasi, *booster*, dan upaya pencegahan yang diperlukan untuk melindungi diri dari COVID-19. Data dari uji klinis menunjukkan bahwa suntikan *booster* meningkatkan respons kekebalan pada peserta uji coba yang menyelesaikan seri primer Pfizer-BioNTech atau Moderna 6 bulan sebelumnya atau yang menerima vaksin dosis tunggal J&J/Janssen 2 bulan sebelumnya. Dengan peningkatan respons kekebalan, orang seharusnya memiliki perlindungan yang lebih baik terhadap infeksi COVID-19. Untuk Pfizer-BioNTech dan J&J/Janssen, uji klinis juga menunjukkan bahwa suntikan *booster* membantu mencegah penyakit parah.

### Lantas, kapan dimulainya penyuntikan vaksin booster untuk COVID-19 di Indonesia dan apa saja jenisnya?

Baru-baru ini, berdasarkan berita yang dilansir dari CNN Indonesia, Pemerintah menargetkan Indonesia dapat memulai pemberian vaksin dosis ketiga atau *booster* pada 12 Januari 2022. Program ini dimulai dengan menasar golongan warga lanjut usia, kelompok yang memiliki kerentanan pada *medical record*-nya, dan para peserta Penerima Bantuan Iuran (PBI) BPJS Kesehatan yang akan diberikan secara gratis. Kemudian, program vaksin *booster* ini akan dilanjutkan bagi masyarakat umum non-PBI dengan skema berbayar.

Ketua Komite Penanganan COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (KCP-PEN) Airlangga Hartanto, program *booster* vaksin COVID-19 ini akan menggunakan dua skema, yaitu pemberian vaksin homologous atau dosis vaksin 1-3 menggunakan *platform* dan jenis yang sama dan pemberian lainnya dengan menggunakan heterologous atau pemberian vaksin dosis ketiga yang berbeda dengan pemberian vaksin dosis 1 dan 2.

Dimulainya program vaksin *booster* di Indonesia telah melalui rekomendasi dari

Komite Penasihat Ahli Imunisasi Nasional (ITAG) yang juga didukung dengan izin penggunaan darurat vaksin *booster* homologous yang ditargetkan rilis oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada awal tahun 2022.

Selain itu, dengan telah teridentifikasinya 68 kasus varian SARS-CoV-2 B.1.1.529 atau varian Omicron hingga akhir Desember 2021 yang merupakan *imported case* dari 60 WNI pelaku perjalanan luar negeri, 7 WNA, dan satu kasus transmisi lokal di DKI Jakarta, diharapkan program vaksin *booster* ini dapat kembali meningkatkan imunitas tubuh masyarakat sehingga tubuh dapat beradaptasi dan menangkal varian-varian baru yang muncul belakangan ini.

Dilansir dari media lokal Indonesia, setidaknya terdapat beberapa jenis vaksin *booster* yang hadir di Indonesia, diantaranya:

#### 1. Pfizer

Vaksin Pfizer yang diproduksi oleh Pfizer Inc dan BioNTech ini menggunakan *platform messenger RNA* (mRNA). Vaksin ini telah mendapatkan izin penggunaan darurat atau *emergency use authorization* dari BPOM pada 15 Juli 2021 yang lalu. Berdasarkan hasil uji klinis fase III, vaksin dengan jenis ini menunjukkan efikasi vaksin sebesar 100% pada usia remaja 12-15 tahun dan sekitar 95,5% pada usia 16 tahun keatas.

#### 2. Astra Zeneca

Vaksin jenis AstraZeneca merupakan vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh perusahaan farmasi asal Inggris, yaitu AstraZeneca dan University of Oxford. BPOM telah menerbitkan *emergency use authorization* penggunaan vaksin ini pada tanggal 22 Februari 2021 yang lalu. Adapun izin penggunaan darurat tersebut diberikan usai melakukan

evaluasi bersama Komite Nasional Penilai Obat dan pihak lainnya yang terkait, dengan efikasi sebesar 62,1%.

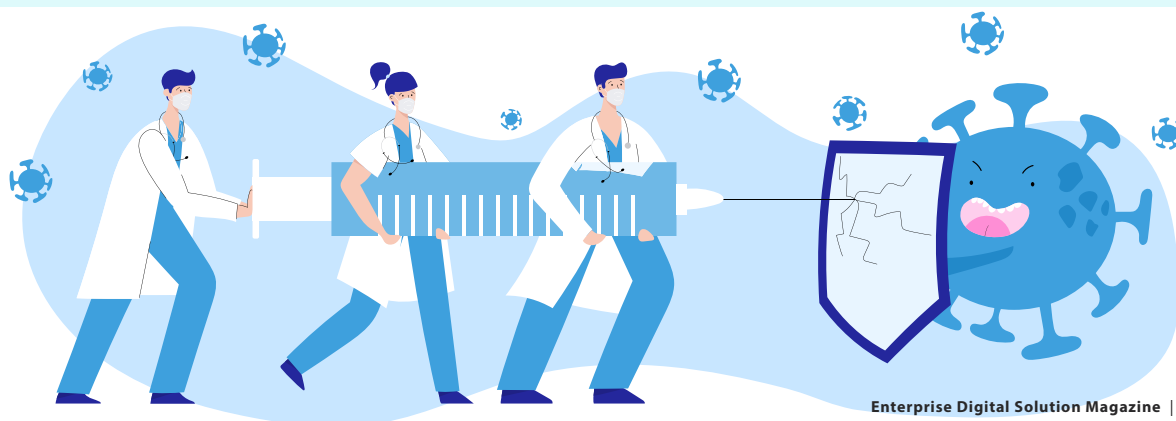
#### 3. Sinovac

Coronovac atau biasa disebut sebagai vaksin Sinovac diproduksi oleh BioFarma dan telah memiliki izin penggunaan darurat dari BPOM pada 16 Februari 2021 yang lalu. Vaksin ini merupakan salah satu vaksin pertama yang ada di Indonesia dan memiliki efek samping yang lebih ringan jika dibandingkan dengan vaksin lainnya. Namun, vaksin ini tetap bekerja dengan baik tanpa memberikan efek samping sedikitpun.

#### 4. Merah Putih

Dilansir melalui *website* resmi COVID-19 Indonesia, disampaikan oleh Juru Bicara Satgas Penanganan COVID-19 Prof. Wiku Adisasmito bahwa selain menggunakan impor vaksin, Pemerintah juga membuka peluang menggunakan vaksin Merah Putih sebagai salah satu kandidat vaksin *booster* yang akan diberikan kepada masyarakat. Vaksin ini merupakan karya anak bangsa dengan berbagai *platform* yang tengah dipersiapkan.

Dengan segala jenis dan manfaat vaksin dalam mencegah risiko penularan COVID-19, menurunkan tingkat gejala, hingga menurunkan laju mutasi virus, juga diperlukan dukungan masyarakat untuk tetap waspada dan senantiasa meningkatkan perlindungan terhadap diri sendiri dan orang-orang disekitarnya dengan tetap menaati protokol kesehatan yang ketat dimanapun berada. Untuk itu, jangan lupa terapkan 5M yaa (Menggunakan masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak, Menjauhi kerumunan, dan Mengurangi mobilitas) untuk pencegahan dan penanganan yang lebih baik!





# Metaverse, Dunia Digital di Masa Depan

## Apa itu metaverse?

Pada 28 Oktober 2021 lalu, CEO Facebook, Mark Zuckerberg mengubah nama perusahaannya menjadi Meta Platforms Inc., atau disingkat dengan Meta. Platform media sosial yang paling populer tersebut melakukan *rebranding* dalam rangka merangkul ide-ide futuristik dengan mengangkat istilah metaverse.

Asal mula istilah Metaverse berawal dari seorang penulis Neal Stephenson yang menyebutkan “metaverse” dalam karya tulisannya berjudul “Snow Crash” (1992). Dalam novel fiksi ilmiah tersebut, Stephenson menggambarkan metaverse sebagai dunia virtual 3D tempat orang-orang berkumpul dan berinteraksi melalui avatarnya masing-masing.

Facebook mengungkapkan gambaran sederhana tentang metaverse sebagai sebuah perangkat ruang virtual, dimana seseorang dapat membuat dan menjelajah berbagai ruang dengan penggunaannya yang lain. Metaverse menawarkan penggunaannya berbagai kemungkinan untuk melakukan berbagai kegiatan seperti melakukan perjalanan daring, menonton konser virtual, melihat pameran karya seni hingga berbelanja secara digital.

Dunia metaverse merupakan dunia virtual 3D yang diciptakan melalui perpaduan dari teknologi *Virtual Reality* (VR) dan *Augmented Reality* (AR). Nantinya, di dalam dunia metaverse manusia dapat merasakan pengalaman dan sensasi berinteraksi seperti

di dunia nyata. Bedanya, semua pengalaman tersebut akan terjadi di dunia maya.

## Apa yang bisa kita lakukan di metaverse?

Di masa pandemi Covid-19 ini, metaverse bisa menjadi jawaban untuk sistem *work from home* atau praktik *flexible working arrangement*. Jika saat ini kita dapat berkomunikasi dengan rekan kerja melalui *meeting room* yang disediakan oleh beberapa aplikasi telekonferensi, melalui metaverse penggunaannya dapat bergabung bersama di kantor virtual. Untuk memperkuat ide ini, Facebook juga telah meluncurkan perangkat lunak *meeting* yang dapat digunakan oleh karyawannya. Aplikasi bernama Horizon Worlds tersebut dapat diakses dengan *headset Oculus VR* yang merupakan perangkat dengan teknologi paling mutakhir untuk menghasilkan pengalaman di luar jangkauan orang-orang.

Setiap pengguna di dalam metaverse akan memiliki *avatar* yang berfungsi sebagai representasi dirinya di dunia virtual. Seperti halnya di dunia nyata, pengguna juga dapat mendandani *avatar* mereka dengan membeli pakaian dan aksesoris sesuai dengan selera dan kemampuannya. Hal inilah yang kemudian menarik perhatian sejumlah merek *fashion* mewah mulai dari Gucci, Louis Vuitton hingga Balenciaga untuk memulai ekspansinya ke metaverse.

Metaverse juga akan menyediakan *marketplace* virtual dimana setiap pengguna dapat melihat berbagai koleksi atau

barang yang dijual oleh para pemilik usaha sekaligus melakukan transaksi di dalamnya. Usai melakukan pembayaran secara virtual, pengguna akan mendapatkan *Non-fungible Tokens* (NFT) yang dapat ditukarkan dengan nominal uang yang sesungguhnya.

CEO Indodax Oscar Darmawan mengatakan, tren dan konsep metaverse sebenarnya sudah muncul sejak lama. Oscar menambahkan, metaverse memiliki keterkaitan dengan aset kripto. Menurut dia, aset kripto memiliki fungsi sebagai alat pembayaran jual beli dalam metaverse. Bahkan saat ini, sudah terdapat sejumlah aset kripto yang terhubung dengan metaverse, seperti ETHER (ETH), Decentraland (MANA) dan Sandbox (SAND).

Metaverse telah menjadi topik perbincangan yang sangat menarik perhatian tidak hanya masyarakat secara umum, namun juga para pebisnis dan beberapa perusahaan raksasa seperti Microsoft dan Nvidia. Wakil presiden platform Omniverse Nvidia, Richard Keris mengungkapkan bahwa ada banyak perusahaan yang sedang membangun dunia dan lingkungan virtual di metaverse, sama halnya dengan banyak perusahaan yang melakukan sesuatu di World Wide Web.

Richard menjelaskan lebih lanjut bahwa metaverse memiliki peluang yang sangat besar untuk bisa diperluas, sehingga pengguna bisa berteleportasi dan bereksplorasi ke dunia yang berbeda baik dari satu perusahaan ke perusahaan lain.



Selain itu, *Epic Games*, perusahaan *video game* yang telah berhasil membuat *game Fortnite*, juga tidak mau ketinggalan dengan rencananya untuk membangun metaverse.

*Platform game* Roblox juga telah menyampaikan visinya yang berhubungan dengan metaverse dimana para penggunanya nanti dapat bergabung dalam pengalaman 3D untuk belajar, bermain, bekerja, bersosialisasi bahkan berkreasi untuk menciptakan karya. Coca-Cola dan Clinique juga mulai memasuki dunia metaverse dengan turut menjual token digital.

Hal ini selaras dengan pernyataan dari pihak Facebook bahwa metaverse bukan merupakan produk tunggal yang hanya dapat dibangun oleh satu perusahaan saja. Metaverse memungkinkan berbagai jenis perusahaan untuk dapat bersama-sama membangun ekosistem di dalamnya. Hal ini pula yang menjadi salah satu alasan bagi Meta untuk berani menggelontorkan dana sekitar US\$ 10 miliar untuk mengembangkan teknologi dalam membangun Metaverse.

Zuckerberg juga memberikan gambaran metaverse sebagai "internet yang diwujudkan" atau dapat diartikan sebagai versi internet yang lebih baik dibandingkan sebelumnya. Metaverse akan memberikan pengalaman berbeda kepada penggunanya yang selama ini hanya dapat merasakan pengalaman 2D melalui berbagai aplikasi dan halaman web. Ia berharap bahwa dalam dekade yang akan datang, metaverse dapat menjangkau satu miliar pengguna, mampu menampung ratusan miliar dolar transaksi perdagangan digital, serta dapat mendukung para *creator* dan *developer*.

Selain Meta, beberapa perusahaan populer juga telah mulai membantu membangun metaverse, seperti Epic Games, Niantic, Decentraland, Nvidia, Microsoft, dan Apple. Sementara itu, Apple dilaporkan akan segera merilis *headset* yang menggabungkan teknologi VR dan AR hingga menelan biaya sebesar US\$ 3.000.

Microsoft, salah satu perusahaan raksasa di bidang perangkat lunak sudah terlebih dahulu berfokus untuk mengembangkan teknologi hologram yang dimilikinya. Mereka juga sedang melakukan berbagai eksperimen untuk mengembangkan aplikasi

*mixed and extended reality (XR)* dengan *platform* Microsoft Mesh miliknya. Teknologi ini nantinya akan memiliki kemampuan menggabungkan dunia nyata dengan *augmented reality* dan *virtual reality*.

Pada awal bulan Desember lalu, Microsoft telah memperkenalkan rencananya untuk menghadirkan relaitas campuran termasuk di dalamnya ada hologram dan *avatar virtual* ke Microsoft Teams 2022. Mereka juga mengungkapkan adanya pengerjaan dalam rangka membangun ruang terhubung virtual 3D yang dapat dijelajahi untuk berbagai keperluan, termasuk sebagai tempat bekerja dan *marketplace (retail)*. Microsoft juga tengah berkerjasama dengan Angkatan Darat AS untuk membuat *headset augmented reality* Hololens 2 yang nantinya dapat digunakan oleh para tentara untuk berlatih dan bertarung.

Pengembangan teknologi metaverse diprediksi akan mengalami kemajuan yang sangat pesat termasuk di Indonesia. Hal ini disampaikan oleh Presiden Jokowi dalam kesempatannya mengunjungi acara Gerakan Akselerasi Generasi Digital di Jakarta Convention Center yang diselenggarakan pada pertengahan Desember lalu. Ia menilai Indonesia harus siap menghadapi perubahan digital dan menyiapkan strategi untuk menghadapi tren digital yang akan datang.

"Saya ingat 2016 waktu ketemu Mark Zuckerberg di Amerika saya diajak bermain ping pong pakai Oculus, dia memberi tahu ke saya, dalam 10-15 tahun lagi akan muncul, seperti kita main ping pong ini, dimana setiap orang nanti bisa membeli lahan virtual, bisa membangun bisnis virtualnya sendiri, dan juga akan ada mal virtual, *game* virtual, kantor virtual, serta wisata virtual," ungkap Jokowi.

Presiden Jokowi menilai Indonesia sebagai salah satu negara besar harus turut memikirkan upaya penyiapan dunia digital yang dapat dilakukan dengan potensi besar sebagai pasar digital. Ia menambahkan bahwa Indonesia pada tahun 2019 sudah mengantongi 40 miliar dolar AS dan sudah tembus 70 miliar dolar AS ditahun 2021 ini. Angka di tahun 2025 pun diprediksi akan mencapai hingga 146 miliar dolar AS.

Selain itu, pandemi juga telah berhasil mempercepat transaksi digital. Angka

logistik naik sebesar 60 persen, *e-groceries* juga mengalami peningkatan sebesar 60 persen, konsumen digital pun bertambah sebanyak 10,2 persen. Data penggunaan e-money juga mengalami kenaikan sebesar 55 persen per oktober 2021. Itulah mengapa penyiapan dunia digital menjadi agenda penting untuk disiapkan Indonesia agar tidak tertinggal dari negara-negara lain. Pandemi Covid-19 telah membawa banyak perubahan di kehidupan kita sehari-hari. Perubahan teknologi dan era digital sebagai implikasi dari pandemi Covid-19 akan tetap ada bahkan semakin berkembang. Adaptasi teknologi digital pun menjadi solusi dalam perubahan di berbagai bidang, mulai dari bisnis, birokrasi, kesehatan, hingga pendidikan. Terobosan teknologi ini yang membuat kehidupan dunia nyata dan virtual menjadi semakin dekat.

Metaverse diyakini dapat menjadi sebuah langkah awal yang memberikan kesempatan untuk mewujudkan dunia digital agar lebih komprehensif dan inklusif. Teknologi baru ini bisa jadi terasa futuristik dan sangat menarik. Metaverse digadagadangkan akan menjadi peluang terbesar bagi para pebisnis modern yang akan menghadirkan kreativitas imersif dan inovasi bagi para pengusaha, bisnis dan pencipta untuk mengembangkan *passion*-nya, yaitu terhubung dengan orang lain dan menciptakan nilai lebih.

Meski begitu, penggunaan metaverse masih membutuhkan waktu dan proses untuk dapat di implementasikan. Pembangunan metaverse tentunya memerlukan kolaborasi dari berbagai pihak diantaranya para ahli, pembuat kebijakan dan *partner* industri untuk merealisasikannya. Jadi, sudah siapkah Anda hidup dengan dunia virtual?





## 01

## Telkom Dukung Implementasi Layanan e-Meterai dan Surat Elektronik Terintegrasi

Sebagai tindak lanjut dari aturan pelaksanaan UU Nomor 10 Tahun 2020 Tentang Bea Meterai tentang pemberlakuan pengenaan meterai elektronik atas dokumen elektronik tertentu dengan landasan hukum UU di bidang informasi dan transaksi elektronik, Direktorat Jenderal Pajak menggelar peluncuran Meterai Elektronik yang diselenggarakan di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jakarta, Jumat (1/10). Sebagai salah satu perusahaan BUMN yang mendukung implementasi layanan e-Meterai, hadir Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko Telkom Heri Supriadi, Direktur Utama TelkomSigma Bhimo Aryanto, serta Executive Vice President Divisi Enterprise Service. Menteri Keuangan Sri Mulyani dalam sambutannya menjelaskan bahwa DJP dalam satu tahun terakhir mempersiapkan baik dari sisi teknis maupun aplikasi untuk penggunaan e-Meterai. Bahkan DJP menggandeng Perum Peruri dan beberapa Perusahaan BUMN termasuk Telkom untuk penyediaan dan penggunaan meterai elektronik. Selain itu, Telkom juga menyediakan layanan surat elektronik terintegrasi yang merupakan nota dinas elektronik yang terintegrasi dan *real-time* baik antar BUMN, Kementerian BUMN maupun di internal masing-masing. Dalam hal ini, layanan surat elektronik juga dilengkapi dengan *digital signature* serta *secure encryption/decryption* dalam proses pengiriman dan penerimaan nota dinas guna menjamin keamanan dan kerahasiaan informasi. Sebagai tanda peluncuran e-Meterai, di akhir acara dilakukan *ceremony Live Trial* Pembubuhan e-Meterai oleh BOD Bank Himbara dan Direktur Keuangan & Manajemen Risiko Telkom.

## 02

## Perkuat Sinergi, Telkom Adakan Value Creation Sharing dengan Media Group



Dalam rangka memperkuat sinergi dan kolaborasi bisnis di era digital, Telkom menyelenggarakan agenda *Value Creation Sharing* dengan PT Sarana Dinamika Jaya (Media Group), Selasa (16/11). Hadir dalam agenda tersebut EVP Divisi Enterprise Service (DES) Telkom Teuku Muda Nanta, Senior Executive AM DES Meyer Silaban serta perwakilan TelkomGroup lainnya. Sementara itu, dari pihak Media Group, turut hadir Presiden Direktur MetroTV Don Bosco Selamun beserta seluruh jajaran Direksi Media Group dan tim lainnya. Pelaksanaan *Value Creation Sharing* yang mengusung tema *Digitalisasi Broadcasting & Media, Business Initiatives & Opportunities* bersama Media Group ini merupakan langkah awal bagi Telkom dalam membangun kapabilitas sebagai *Solution Provider & Strategic Partner (Enabler)* dalam *Content Creation, Content Aggregation, Content Distribution, dan Reception*. Agenda ini dilakukan untuk merumuskan *action plan* kolaborasi model solusi serta skema bisnis bersama dalam rangka menyongsong kebijakan pemerintah berupa penghentian siaran televisi teresterial analog atau analog *switch off (ASO)*. Sinergi antara Telkom dan Media Group harapannya dapat menghasilkan *pioneer business model* yang tepat agar siaran digital nanti dapat mendukung perkembangan industri penyiaran secara optimal. Nanta menyampaikan ucapan terima kasih atas kepercayaan Media Group kepada Telkom untuk mewujudkan sinergi dan kerjasama bisnis. Sinergi ini semakin memotivasi Telkom untuk terus bertransformasi menjadi *digital company* yang semakin kompeten dalam mendukung transformasi digital pelanggan.



## 03

## Kerja Sama dengan BPH Migas, Telkom Hadirkan Solusi Digital Distribusi BBM Subsidi

Direktur Enterprise & Business Service Telkom Edi Witjara didampingi EVP Divisi Enterprise Service Teuku Muda Nanta melakukan Simulasi Solusi Pengawasan dan Pengaturan Kuota JBT dengan QR Code di Kantor Pusat Badan Pengatur Hilir Minyak & Gas (BPH Migas), Selasa (23/11). Turut hadir para komite BPH Migas, Direktur BBM BPH Migas Patua Alfon dan jajaran direktorat BBM serta perwakilan dari Pertamina Patra Niaga Sub Holding Commercial & Trading Garibaldi. Dilatarbelakangi oleh UU No. 22 tahun 2001 tentang Migas, Telkom dan BPH Migas melakukan kerjasama dalam bentuk proses pengawasan dan pengaturan kuota BBM Subsidi dengan memanfaatkan fitur *Secure QR Code* di kendaraan penerima subsidi BBM untuk memastikan BBM terdistribusi tepat sasaran dengan melakukan identifikasi terhadap kendaraan penerima subsidi yang melakukan transaksi di SPBU penyedia BBM Subsidi. Maka itu, Telkom menghadirkan beberapa solusi yang meliputi penyediaan aplikasi dan *dashboard monitoring*, penyediaan solusi *Secure QR Code, IT Infrastructure* berupa *Cloud Server* serta *Network*. Dalam sambutannya, Edi mengatakan bahwa kerja sama ini merupakan salah satu bentuk upaya untuk mendorong digitalisasi SPBU sebagai sarana *monitoring* yang dilakukan oleh Pertamina. Ia berharap hal ini dapat memberikan kemudahan bagi BPH Migas dalam mengontrol proses distribusi BBM subsidi secara menyeluruh dari hulu hingga ke hilir dan segala proses persiapan yang dibutuhkan dapat berjalan dengan lancar sehingga implementasi dapat dilakukan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.



## 04

## Telkom Dukung Kemajuan dan Digitalisasi Industri Logistik & Cargo di Area Regional 3



Dalam rangka mewujudkan penguatan dan pengelolaan implementasi program B2B Digital IT Service, Telkom bersama dengan Corporate University kembali selenggarakan Webinar *Industrial Insight* bertajuk “*The Future of Digitalization for Logistic & Cargo Ecosystem: How Do We Accelerate It?*” pada Kamis (2/12), untuk mengakselerasi digitalisasi di sektor Logistik dan Cargo khususnya di area Regional 3. Hadir dalam kesempatan ini Deputy EVP DES Aziz Sidqi, Deputy Senior GM Telkom Corporate University Center Arif Rudiana, serta para narasumber yakni CEO PT Pos Indonesia (Persero) Faizal Djoemadi, Chief Marketing Officer PT Pos Logistik Indonesia Rulit Candra, Managing Director Accenture Seno Soemadji, serta Dosen MBA ITB & Pengamat Industri Dr. Erman Sumirat. Selama pandemi berlangsung, salah satu ekosistem yang tidak mengalami perlambatan pada bisnisnya adalah sektor Logistik & Cargo. Pos Indonesia sebagai salah satu BUMN yang bergerak di industri tersebut tengah bertransformasi dengan mengubah *business model*-nya dari 3PL menuju 4PL *company* pada tahun 2022 mendatang, dengan 4 portfolio bisnisnya. Saat ini, market tengah mengeksplorasi berbagai alternatif pilihan “*futuristic*” untuk mengatasi biaya logistik dan meningkatkan kenyamanan *customer*. Indonesia dapat memanfaatkan momentum digitalisasi ini untuk mewujudkan dampak produktivitas dengan total sebesar 120 miliar USD pada tahun 2025. Hal ini tentunya mendorong Telkom untuk mendukung proses akselerasi transformasi digital di industri Logistik & Cargo secara keseluruhan.



## 05

## Telkom Kupas Insight Digitalisasi Bidang Pendidikan di Area Regional 7

Telkom melalui Divisi Enterprise Service (DES) secara rutin menggelar Webinar *Industrial Insight* guna mengakselerasi transformasi digital di berbagai lini industri melalui *knowledge* dan *insight* yang mendalam dari berbagai pihak. Kali ini, webinar diselenggarakan dengan tema “*The Future of Digitalization for Education Ecosystem: How Do We Accelerate It?*” pada hari Kamis (9/12). Coordinator Group of Learning Expert, Innovation & Resource TCU Center Muhammad Subhan Iswahyudi menyampaikan bahwa melalui agenda webinar ini, CorpU berterima kasih karena telah dipercaya untuk mendukung pengembangan market Enterprise Business. Dengan menghadirkan Kepala UPT TIK UNM Muhammad Agung, Director of MBA Jakarta Campus & Director Center for Policy and Public Management SBM ITB Yudo Anggoro, serta Manager Strategic Partnerships & Dosen Prodi Sistem Informasi Tel-U, dibahas mengenai berbagai tantangan di industri Pendidikan yang terjadi saat ini di Indonesia. Salah satu tantangan dalam pengembangan teknologi di industri ini adalah birokrasi, yang menghambat kemajuan penggunaan teknologi digital. Tantangan lainnya adalah pemerataan. Bagaimana agar seluruh penjuru Indonesia bisa mengakses teknologi digital tersebut dengan Infrastruktur IT yang *user friendly*, dan mudah diakses oleh semua generasi. Kedepan, industri pendidikan mengarah kepada Entrepreneur University dan Intrapreneur University agar tercipta pengusaha yang mempunyai ilmu teknologi dan menerapkan teknologi tersebut dalam pengembangan bisnisnya.

## 06

## Melalui Webinar Industrial Insight, Telkom Dukung Digitalisasi Industri Kesehatan



Industri kesehatan diperkirakan akan tumbuh secara signifikan seiring dengan bertransformasinya perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor industri tersebut. RSUP Dr. Sudjito Yogyakarta dan Kimia Farma Apotek menjadi topik bahasan dalam agenda Webinar *Industrial Insight for Healthcare Industry* yang diselenggarakan pada Jumat (17/12). Dengan menghadirkan Direktur Utama RSUP Dr. Sudjito Yogyakarta dr. Eniarti, M.Sc., Sp.KJ., MMR dan Direktur Pengembangan Bisnis PT Kimia Farma Apotek Muhandiman sebagai narasumber, webinar *Industrial Insight* kali ini ditujukan untuk mendukung digitalisasi pada sektor industri yang bergerak di ekosistem kesehatan. Webinar ini diharapkan akan memberikan *insight* yang dapat bermanfaat dalam mendukung transformasi bisnis *corporate customer* Telkom. Dalam upaya transformasinya, RSUP Dr. Sudjito Yogyakarta tengah mengupayakan *Big Data* sebagai komponen utama untuk mendukung jalannya seluruh aktivitas rumah sakit agar lebih efisien guna mewujudkan *smart hospital* yang terintegrasi. Sementara itu, PT Kimia Farma Apotek sebagai salah satu perusahaan *healthcare* dengan jaringan layanan kesehatan terluas di Indonesia telah mengimplementasikan *smart pharmacy* dalam proses transformasi bisnisnya. Telkom sebagai *digital company* terus berkomitmen mendukung pertumbuhan bisnis *corporate customer* melalui beragam solusi digital yang komprehensif, guna menjadi *digital telco company* yang dapat memberikan manfaat terbaik bagi Indonesia.

# 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 "Persistent, Professional, Pride" guna mengakselerasi pencapaian kinerja unit dengan menciptakan cara kerja baru yang lebih *smart* dan cepat.

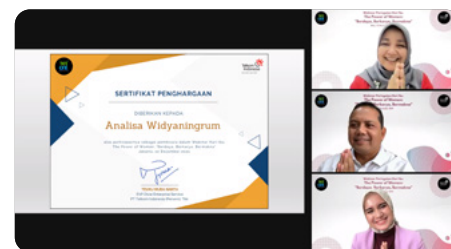


## Ikuti Pelaksanaan Upacara, DES ONE Peringati Hari Kesaktian Pancasila

Upacara peringatan Hari Kesaktian Pancasila digelar secara sederhana dengan penuh khidmat di Monumen Pancasila Sakti, pada Jumat (1/10) dipimpin oleh Presiden RI Joko Widodo. Secara terpisah melalui *live streaming* dan *video conference*, Divisi Enterprise Service (DES) mengikuti jalannya rangkaian upacara yang dipimpin oleh Executive Vice President DES Teuku Muda Nanta. Bertemakan 'Indonesia Tangguh Berlandaskan Pancasila', peringatan Hari Kesaktian Pancasila ini menjadi momentum untuk merefleksikan nilai-nilai yang harus dianut dan diterapkan untuk menjadikan bangsa Indonesia sebagai bangsa yang tangguh dengan berbudi daya Pancasila baik di masa kini dan masa yang akan datang. Dalam penutupannya, secara virtual Nanta mengingatkan kembali kepada seluruh karyawan untuk senantiasa mengenang jasa para pahlawan yang telah gugur dengan menunjukkan semangat pantang menyerah dalam membangun bangsa yang maju dan tangguh. Tak lupa, dengan semangat transformasi menuju Indonesia digital sebagai satu hal yang diharapkan dapat membawa kekuatan lebih dalam menghadapi segala tantangan dan mampu bersaing secara global di masa yang akan datang.

## Peringati Hari Pahlawan, DES ONE Ikuti Upacara secara Virtual

Dalam rangka mengenang perjuangan para pendahulu dalam pertempuran 10 November 1945, Divisi Enterprise Service (DES) yang dipimpin oleh Executive Vice President DES Teuku Muda Nanta, didampingi jajaran Senior Leader dan seluruh karyawan DES mengikuti upacara peringatan Hari Pahlawan bertajuk "Pahlawanku, Inspirasiku" secara *virtual*, Rabu (10/11). Sebelum pelaksanaan prosesi upacara dimulai, Nanta menyampaikan pesan motivasi kepada seluruh insan DES ONE untuk senantiasa meneladani semangat para pahlawan yang pantang menyerah. "Sebagai insan DES ONE, kita harus dapat meneladani semangat pantang menyerah. Kita menjadi harapan besar bagi Telkom untuk menjadi *the next engine. We have to learn from the past and we have to adapt from the present*. Dan jangan lupa *to anticipate the future*," ujarnya. Ia juga mengingatkan kembali kepada seluruh karyawan untuk dapat selalu mengaktualisasikan *core values* AKHLAK dalam memberikan kontribusi terbaik bagi perusahaan dan membangun bangsa. Selanjutnya, seluruh insan DES ONE sangat antusias untuk ikut serta dalam agenda *fun quiz* yang diselenggarakan guna mengingat kembali nilai-nilai luhur dan juga untuk semakin menambah semangat insan DES ONE dalam memperingati Hari Pahlawan.



## Wujud Apresiasi kepada para Srikandi, DES Selenggarakan Webinar Hari Ibu

Hari Ibu yang diperingati setiap tanggal 22 Desember menjadi momentum ucapan terima kasih atas peran dan kasih sayang seorang Ibu yang penuh dengan ketulusan. Untuk menghargai kasih ibu sepanjang masa, Telkom melalui Divisi Enterprise Service (DES) menyelenggarakan webinar peringatan Hari Ibu bertemakan "The Power of Women: Berdaya, Berkarya, Bermakna" pada Rabu (22/12). Webinar ini ditujukan sebagai apresiasi terhadap para Srikandi DES atas perjuangannya dalam memerankan 'Multi Role' untuk selalu memberikan yang terbaik bagi keluarga maupun perusahaan. Acara ini menghadirkan narasumber yang ahli dibidangnya, yakni Psikolog, Director and Founder of Analisa Personality Development Center Analisa Widyaningrum. Dalam *sharing session*-nya, dengan antusias, para Srikandi DES ikut serta dalam melakukan tanya jawab dan konseling terkait peran 'Multi Role' di dalam rumah dan pekerjaan. EVP DES Teuku Muda Nanta menyampaikan pesan haru untuk para Ibu khususnya Srikandi DES. "Dengan dikelilingi oleh para Srikandi di Divisi Enterprise Service, kita semua memiliki energi tambahan dan sudut pandang yang berbeda dalam setiap pengambilan keputusan. Semoga dengan ini, kita selalu bisa memberikan penghargaan terbaik kepada Ibu, Ayah dan seluruh keluarga," tutup Nanta.



**BLOCKING  
CHANNEL**

IndiHome

# Miliki channel TV sendiri di IndiHome TV

## Biaya lebih efisien

Dalam hal resource yang dibutuhkan untuk membangun Channel TV sendiri, mengoperasikan, dan pemeliharaan, dan mendapatkan eyeballs dalam jumlah banyak secara sekaligus.



## Lingkup layanan Blocking Channel IndiHome TV :

- Slot Channel di IPTV IndiHome TV & OTT IndiHome TV (Website & Aplikasi)
- Promosi Channel
- Monetisasi Channel
- Channel Maintenance

**Dapat disaksikan  
oleh seluruh pelanggan  
IndiHome TV**

**BLOCKING  
PROGRAM**

# Memberikan edukasi dan experience produk melalui program

## 7 Pilihan channel program



Pilihan durasi untuk  
blocking program

**15-60  
menit**

**Program sudah cukup  
dikenal penonton dan  
memiliki jam tayang  
yang pasti**

**Konten dapat dibuat sendiri**  
Atau menggunakan jasa produksi  
IndiHome TV

**Konten / Brand  
memiliki relevansi  
dengan program**

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

 [www.telkomdigitalsolution.com](http://www.telkomdigitalsolution.com)

 @TelkomSolution  @telkomdigitalsolution  Telkom Digital Solution

 Telkom Digital Solution  Telkom Digital Solution