

enterprise

digital solution magazine



**Telkom Jadi BUMN Pertama
yang Peroleh Sertifikasi Great
Place to Work**



**Genjot Digitalisasi Ekosistem
Pariwisata, Telkom dan
Injourney Kembangkan Tourism
Collaborative Platform**

**Dunia Telkom Metaverse,
Perkembangan Internet 1.0
hingga 4.0 dan Sejauh Mana
Persiapan Telkom?**

Digitalisasi Sistem Pertanian, Perikanan & Peternakan Indonesia

Agree adalah platform kolaborasi antara pelaku, pembeli, pemodal dan entitas pendukung ekosistem pertanian, perikanan dan peternakan.



Ekosistem Agree

Agree mengakomodasi berbagai stakeholder untuk berkolaborasi membangun Agriculture 4.0



AGRICULTURE DOTS CONNECTOR



Menghadapi Perubahan untuk Pertumbuhan di Masa Depan

Pelanggan Telkom Indonesia yang terhormat,

Kurang lebih selama satu dekade ini, transformasi digital telah menjadi agenda utama berbagai perusahaan dan tidak menunjukkan tanda-tanda melambat. Sebaliknya, banyak para ahli yang menyoroti adanya percepatan pada transformasi digital sebagai dampak dari pandemi Covid-19. Pada awal pandemi, bisnis di seluruh dunia dihadapkan pada dorongan digitalisasi yang tidak terduga. Hampir semua perusahaan melakukan berbagai cara untuk menjaga roda tetap berputar dan bisnis tetap berjalan.

Ada kurva pembelajaran yang harus dilalui perusahaan dalam melakukan transformasi digital, dan sebagian besar perusahaan harus berjalan sebelum mereka dapat berlari. Kuncinya adalah memulai dengan upaya modernisasi yang tidak mengubah bisnis—apalagi menciptakan bisnis baru—tetapi yang menciptakan kapasitas untuk berhasil dalam upaya yang lebih ambisius di kemudian hari. Mengutip dari sumber Harvard Business Review, Didier Bonnet memetakan tiga langkah yang dapat dilakukan perusahaan untuk bertransformasi. Agar transformasi digital berhasil, para pemimpin perusahaan perlu menyadari kurva pembelajaran yang terdiri dari tiga tahap berbeda. Dua tahap pertama yaitu modernisasi dan transformasi di seluruh perusahaan yang difokuskan untuk membentuk kembali bisnis yang ada. Selanjutnya, fase terakhir yaitu tentang penciptaan bisnis baru dan sumber nilai baru.

Hal inilah yang dilakukan Telkom dalam upayanya untuk tetap relevan di tengah tantangan dan kompetisi industri yang semakin ketat. Telkom harus terus berinovasi dan beradaptasi baik dari sisi strategi perusahaan, model bisnis, maupun produk dan layanan sehingga berhasil mempertahankan posisinya dan meraih pencapaian terbaik. Untuk menangkap peluang tersebut, Telkom melakukan

transformasi dengan menetapkan lima inisiatif yang terangkum dalam *Five Bold Moves*.

Pertama, strategi *Fixed & Mobile Convergence* (FMC) di mana Telkom terus memperkuat penetrasi pasar, efisiensi biaya dan keunggulan operasi seiring dengan upaya untuk meningkatkan pengalaman terbaik pelanggan. Kedua, strategi *Infra Co* sebagai inisiatif Perseroan untuk membuka potensi konsolidasi aset infrastruktur yang dimiliki, baik infrastruktur jaringan akses optik maupun tower. Ketiga, pada strategi *Data Center Co*, Telkom melakukan proses konsolidasi aset dan peningkatan kapasitas bisnis *data center*.

Keempat, inisiatif *B2B IT Service* yang diawali langkah transformasi baik secara internal maupun eksternal melalui kemitraan dan kolaborasi dengan perusahaan teknologi. Akselerasi inisiatif *B2B IT Service* juga dilakukan melalui penguatan di Telkom Regional dan rencana pembentukan *B2B Elite Forces* yang akan mulai dicanangkan di awal tahun 2023 nanti. Pada Februari awal tahun 2022 ini, CEO Telkom Group mengesahkan Satuan Tugas Implementasi *B2B Digital IT Service Phase IV* sebagai wujud keseriusan Telkom dalam memperkuat pengelolaan implementasi inisiatif *Five Bold Moves* yang keempat ini. Tentunya, implementasi fase ini membutuhkan dukungan dan keterlibatan dari berbagai pihak dalam rangka memaksimalkan kontribusi untuk meningkatkan *business growth*, menjaga *profitability* serta *value creation*. Terakhir, strategi utama yang akan direalisasikan Telkom yaitu mengembangkan perusahaan digital atau DigiCo yang berfokus pada segmen bisnis B2B dan B2C.

CEO Telkom Group dalam acara Rapat Pimpinan bersama para *senior leaders* Telkom menyampaikan bahwa transformasi adalah sebuah pilihan yang harus dijalani



Teuku Muda Nanta
EVP Divisi Enterprise Service
Telkom Indonesia

untuk menghindari bencana yang lebih membahayakan bagi perusahaan. Untuk itu, *Five Bold Moves* merupakan tanggung jawab yang harus diemban oleh seluruh unit untuk menyukseskan transformasi Telkom Group.

Sebagai *digital enabler* atau lokomotif digitalisasi di Indonesia, Telkom terus berupaya untuk proaktif dalam mengamati potensi pasar dan berbagai peluang bisnis. Diharapkan, kehadiran Telkom Digital Solution sebagai bagian dari B2B dapat memperkuat keunggulan bersaing perusahaan dan mampu mengakselerasi terwujudnya visi Telkom untuk menjadi digital Telco terdepan serta memberikan keberlimpahan manfaat bagi masyarakat Indonesia.

Kami akan terus berinovasi seiring dengan perkembangan teknologi digital untuk kemajuan bisnis pelanggan dan tumbuh bersama melalui inovasi yang diakui tidak hanya di dalam negeri, tapi juga di kancah internasional. Semoga Allah SWT Tuhan Yang Maha Kuasa meridhoi, aamiin.

#GakNyerah #AyoBerubah #BringITOn!

INDEX

05

ACHIEVEMENTS

Telkom kembali raih penghargaan bergengsi *The Grand Stevie Awards for Organization of The Year*, sekaligus puncak peringkat LinkedIn Top Companies 2022. Baca selengkapnya untuk mengetahui pencapaian yang telah diraih oleh TelkomGroup.

08

ARTICLES

Telkom melakukan sinergi dengan berbagai perusahaan *Enterprise* guna mendorong terciptanya ekosistem digital di seluruh sektor industri, hingga Telkom hadirkan dunia metaverse bernama metaNesia sebagai bentuk pembaruan dalam kesatuan ekosistem baru dan adaptasi terhadap perubahan yang diharapkan Pemerintah. Baca juga artikel lainnya seputar TelkomGroup.

32

SOLUTIONS

Dunia Telkom Metaverse! Perkembangan internet 1.0 hingga 4.0 dan sejauh mana persiapan Telkom dalam menghadapi perubahan ke dunia digital? Lihat juga solusi dari TADEX (Tanah Air Digital Exchange) yang berikan angin segar bagi industri periklanan dalam rangka mendorong ekosistem digital yang inklusif.

36

TRAVEL

Siapa yang gak tahu tentang 1 dari 10 destinasi wisata prioritas di Indonesia yang satu ini? Siapapun yang berkunjung pasti akan terpesona dengan keindahan dan megahnya alam yang membentang mulai dari hamparan bukit savanna, pasir berbisik, kawah, dan masih banyak lagi! Yuk, intip deretan destinasi di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru atau Gunung Bromo!

38

CULINARY

Bagi Anda para penggemar makanan manis pasti sudah tidak asing lagi dengan *culinary dessert* yang satu ini! Yes, ice cream! Munculnya rasa-rasa unik baru, membuat siapapun rela mencicipinya. Penasaran, kuliner ice cream apa saja yang wajib Anda coba? Yuk, simak ulasannya berikut ini!

40

HOT ISSUES

Simak isu terkini terkait obat-obatan yang dilarang konsumsi oleh BPOM RI. Baca juga terkait teknologi *biometric payment* menggunakan telapak tangan atau *palm signature*!

44

GALLERIES

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



Fokus pada Pengembangan Karir Karyawan, Telkom Puncaki Peringkat Top Companies 2022



Sebagai perusahaan telekomunikasi digital yang fokus pada pengembangan kompetensi dan karir karyawan, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) kembali meraih apresiasi dari pihak eksternal. Kali ini, Telkom dinobatkan sebagai peringkat pertama LinkedIn *Top Companies* 2022, memimpin 14 perusahaan Indonesia lainnya.

Dikutip dari rilis resmi LinkedIn News Asia, LinkedIn *Top Companies* 2022 adalah daftar pemeringkatan tahunan yang berisikan 15 perusahaan sebagai tempat kerja terbaik untuk mengembangkan karir karyawan. Disusun berdasarkan data unik LinkedIn, perusahaan-perusahaan yang masuk dalam daftar tersebut dipandang menawarkan stabilitas di dunia kerja yang selalu berubah dan terus melakukan rekrutmen dan juga mempertahankan karyawannya.

Direktur Human Capital Management Telkom Afriwandi menyambut baik penghargaan yang diberikan oleh LinkedIn sebagai *platform* jaringan profesional terbesar di dunia. Menurutnya, penghargaan ini didapat tak lepas dari kontribusi seluruh karyawan Telkom. "Terima kasih kepada LinkedIn atas penghargaan *Top Companies* 2022 bagi Telkom. Menjadi peringkat pertama tentunya menjadi suatu kebanggaan bagi kami sekaligus

bukti dari hasil kerja keras dan kerja cerdas seluruh insan Telkom. Tentunya ini menjadi motivasi bagi Telkom untuk terus fokus pada aspek *human capital* khususnya *talent development*," ujar Afriwandi.

Lebih lanjut Afriwandi menambahkan, "Selamat kepada seluruh karyawan Telkom. Tentunya penghargaan ini kami dedikasikan untuk seluruh karyawan di seluruh Indonesia. Mari kita jadikan semangat untuk selalu menjadi lebih baik."

Data analisis yang digunakan LinkedIn dikelompokkan ke dalam tujuh pilar. Masing-masing pilar tersebut merupakan elemen penting yang berpengaruh terhadap kemajuan karir, di antaranya kemampuan untuk maju, pengembangan keahlian, stabilitas perusahaan, peluang eksternal, afinitas (ketertarikan) perusahaan, keragaman gender, dan keragaman latar belakang pendidikan. Data yang didapatkan oleh LinkedIn, salah satunya ditangkap dan tergambar dari aktivasi *employer branding* di laman resmi Telkom di platform LinkedIn.

Berdasarkan tujuh penilaian dari LinkedIn, sejauh ini Telkom memang menggunakan *platform* LinkedIn sebagai *channel employer branding* dan rekrutmen karyawan. Dalam upaya *attract talent* melalui aktivasi

employer branding, Telkom tidak hanya mengedepankan informasi korporat tetapi juga memberikan informasi-informasi terkait *culture* (*core values* AKHLAK) serta *work-life* di Telkom (cerita #LivinginTelkom) berdasarkan testimoni langsung oleh karyawan di berbagai unit dan lokasi dengan mengedepankan kesetaraan gender. Selain itu, Telkom rutin menginformasikan komunitas-komunitas yang ada di Telkom sebagai wadah kreativitas dan inovasi karyawan. Di sisi pengembangan karir, Telkom juga aktif memberikan informasi-informasi terkait *career preparation* dan *career development* kepada profesional *follower* akun resmi Telkom Indonesia di LinkedIn, seperti *kiat-kiat* menjadi *data scientist*, *product manager* hingga informasi terkait program DigiStar untuk mempersiapkan mahasiswa, *fresh graduate*, dan *job seeker* agar siap memasuki industri digital.

Dalam keterangan resminya, LinkedIn menyatakan bahwa tujuan dari adanya penghargaan ini adalah untuk memberdayakan para profesional di setiap tahap — baik yang ingin berganti jenjang karir, masuk kembali ke dunia kerja setelah jeda, atau berupaya untuk mengembangkan keahlian baru.

Program TJSL Telkom Raih Penghargaan Terbaik dari Kementerian BUMN

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) untuk kedua kalinya turut berpartisipasi dalam BCOMMS (BUMN Corporate Corporation and Sustainability Summit) 2022. Dalam ajang yang dihadiri Menteri BUMN Erick Thohir, Sekretaris Kementerian BUMN Susyanto, dan Staf Khusus Menteri BUMN Arya Sinulingga, Telkom meraih sejumlah penghargaan di bidang CSR dan Corporate Communication. Penghargaan tersebut diterima langsung oleh Direktur Human Capital Management Telkom Afriwandi pada pekan lalu.

Untuk kategori *Sustainability*, Telkom meraih sejumlah penghargaan antara lain Juara 1 *Community Involvement and Development (CID)* Bidang Pendidikan, Juara 1 *Creating Shared Value (CSV)*, Juara 1 *Small and Medium Enterprise (SME) Development* dan Juara 1 *TJSL of The Year*. Untuk kategori *Communication*, Telkom meraih Juara 2 *Corporate Communication of The Year*.

Direktur Human Capital Management Telkom Afriwandi mengatakan, "Menjadi sebuah kehormatan dan kebanggaan bagi kami diapresiasi penghargaan BCOMMS 2022. Tentunya ini menjadi motivasi bagi Telkom untuk terus meningkatkan kinerja khususnya di bidang komunikasi serta tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa Telkom tidak hanya berkontribusi untuk pengembangan bisnis, namun juga mempunyai komitmen yang kuat dalam memberdayakan dan menyejahterakan masyarakat melalui program-program CSR yang ada."

BCOMMS merupakan kegiatan tahunan yang diselenggarakan Kementerian BUMN sebagai momen untuk saling berbagi ilmu dan pengalaman serta penghargaan bagi pengelola komunikasi dan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dari



BUMN. Tahun ini ini ajang BCOMMS 2022 diadakan secara *hybrid* yakni daring melalui *video conference* dan luring di Istora Senayan yang dihadiri oleh 1.260 perwakilan milenial dari 34 perusahaan BUMN.

"Semoga kegiatan ini terus menginspirasi kami dari BUMN untuk terus memberikan yang terbaik dalam keterbukaan informasi dan komunikasi serta aktivitas sosial untuk masyarakat," tutup Vice President Corporate Communication Telkom.



Telkom Jadi BUMN Pertama yang Peroleh Sertifikasi Great Place to Work

mendapatkan nilai di atas rata-rata industri dengan hasil yang memuaskan. Karyawan Telkom menyatakan bahwa bahwa Telkom adalah *a great place to work*, tempat kerja yang menyenangkan dan merupakan *dream job* para pencari kerja.

Direktur Human Capital Management Telkom Afriwandi, menyambut baik adanya sertifikasi ini diharapkan mampu menjadi bukti komitmen Telkom untuk terus melakukan kalibrasi agar tetap menjadi yang terbaik. "Bagi kami, sertifikasi ini adalah bagian dari kalibrasi pengelolaan *employee experience*. Dari proses sertifikasi ini kami belajar banyak dan akan terus melakukan perbaikan agar terus menjadi BUMN pilihan terbaik para *job seeker*," ujar Afriwandi.

Sebelumnya, sejak Februari-Maret 2022, GPTW institute melakukan survey kepada 5000 karyawan Telkom. Adapun metode yang digunakan dalam survey adalah *Trust Index Survey* yang terdiri dari *Credibility* (kredibilitas manajemen dan organisasi),

Fairness (praktik keadilan dalam kebijakan organisasi), *Respect* (perasaan dihargai dan dihormati di lingkungan kerja), *Camaderie* (hubungan yg harmonis dan interaksi sosial di lingkungan kerja), serta *Pride* (perasaan bangga atas pekerjaan dan organisasi).

Metode ini memotret bagaimana Telkom menciptakan *employee experience* yang baik dan meningkatkan kredibilitas sebagai perusahaan pilihan para pencari kerja. GPTW Institute menilai Telkom mampu memberikan pengalaman kepada karyawan dari sejak awal menjadi bagian perusahaan (untuk karyawan baru), hingga upaya dalam pengelolaan *human capital* termasuk pengembangan karir, penyediaan fasilitas fisik dan non-fisik, hingga pembentukan karakter dan *leadership*, dan persiapan *retirement*. Telkom sebagai BUMN yang sedang bertransformasi dari perusahaan telekomunikasi menjadi perusahaan *digital telco* akan terus melakukan rekrutmen guna menyiapkan talenta digital Indonesia.

Dalam upaya untuk terus meningkatkan kualitas pengelolaan human capital management, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) baru saja resmi mendapatkan sertifikasi *Great Place to Work (GPTW)* dari *Great Place to Work Institute*. GPTW Institute adalah lembaga asal Amerika Serikat yang telah berdiri sejak 1992 dan melakukan survey kepada lebih dari 100 juta karyawan di 49 negara di dunia.

Telkom menjadi BUMN pertama yang mendapatkan sertifikasi internasional ini. Sertifikasi yang berlaku sejak April 2022 tersebut diberikan kepada Telkom lantaran



Telkom Kembali Raih The Grand Stevie Award for Organization of The Year

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) kembali meraih puluhan penghargaan di ajang inovasi global bergengsi, Asia Pacific Stevie Awards 2022. Dalam pengumumannya beberapa waktu lalu, institusi yang berbasis di Fairfax, Vancouver, USA tersebut memberikan pengakuan atas inovasi yang dilakukan TelkomGroup sebagai perusahaan telekomunikasi digital terdepan melalui penghargaan 17 Emas, 3 Perak, dan 3 Perunggu. Ini merupakan pencapaian Telkom untuk kelima kalinya sukses merebut Grand Stevie® Award dalam sejarah sembilan tahun penyelenggaraan acara penghargaan.

Pencapaian penghargaan terbanyak dari perusahaan lainnya ini menobatkan Telkom sebagai juara umum dan dianugerahi The 2022 Grand Stevie® Award for Organization of The Year. Pencapaian yang diraih Telkom dalam ajang penghargaan ini dinilai sangat gemilang. Pasalnya, Telkom menyisihkan 900 nominasi dari puluhan perusahaan teknologi raksasa dunia di 29 negara di kawasan Asia Pacific. Telkom sukses meraih penghargaan di berbagai kategori, termasuk kategori baru inovasi di media sosial.

Dalam keterangan resminya, Presiden Stevie Awards Maggie Miller turut mengapresiasi keberhasilan Telkom. "Telkom Indonesia bahkan dapat menawarkan kursus master class mengenai cara yang tepat dalam meriset, menulis, dan menyajikan proposal nominasi yang menarik," puji Maggie Miller.

Direktur Enterprise & Business Service Telkom, menyampaikan bahwa pencapaian ini menjadi bukti dedikasi inovasi tiada henti dari Telkom. "Telkom terus berkomitmen

untuk mengembangkan inovasi di berbagai industri yang sekaligus akan mengakselerasi keunggulan kompetitif bangsa Indonesia," jelasnya.

"Pencapaian 17 Emas, 3 Perak, dan 3 Perunggu dalam ajang penghargaan inovasi global Stevie Awards tidak hanya menjadi kebanggaan Telkom dan anak perusahaan, namun sekaligus menjadi bukti pencapaian putra-putri bangsa Indonesia di pentas internasional yang mampu menghasilkan inovasi sejajar dengan negara maju lainnya di dunia," tegasnya.

Adapun penghargaan 17 Emas yang diberikan atas inovasi Telkom adalah sebagai berikut:

1. Transforming Telco to B2B Digital IT Service Co untuk kategori Innovative Management in Business Product & Service Industries
2. Implementation of Accounting Flow System (AFS) To Improve Enterprise Segment Project Profitability Management untuk kategori Innovative Management in Technology Industries
3. General Manager Enterprise Business Service Goes to Telkom Regional Program untuk kategori Excellence in Innovation in Business Product & Service Industries
4. Regional Telemedicine: Accelerate the Digitalization of Indonesian Health Sector untuk kategori Excellence in Innovation in Health Care Industries (Inovasi AdMedika)
5. Agree Suite: Telkom's Innovation to Digitalize Indonesia Agricultural Economy untuk kategori Innovation in Business Information Apps

6. Improve AM Productivity while Ensuring Project Profitability through MyTEnS GoBeyond untuk kategori Innovation in General Utility Apps
7. Quality, Availability, Security: Key Success of Mandalika Street Circuit ICT Partner Untuk kategori Innovation in Business-to-Business Events
8. Telkom Click 2022 - New Experience Through Motion Capture Technology untuk kategori Innovation in Internal (Corporate) Events (Inovasi MDMedia)
9. Kilau Digital Permata Flobamora - A New Experience Through Virtual Event untuk kategori Innovation in Government Events (Inovasi MDMedia)
10. OMNIX : Transform Legacy Contact Center to Customer Engagement Hub untuk kategori Innovation in Customer Service Management, Planning & Practice > Public Enterprise (Inovasi Infomedia)
11. LISA : One-Stop Learning Ecosystem Platform untuk kategori Innovative Use of Technology in Human Resources > Public Enterprise (Inovasi Infomedia)
12. SMDV - Indonesia's Covid-19 Vaccines Distribution System untuk kategori Innovation in Technology Development > Government
13. AGRI 4.0 : Big Data & Precision Agriculture untuk kategori Innovation in Government Services
14. SITOLAUT - Boosting Indonesia's Economic Equality untuk kategori Innovation in Transportation & Logistics (Inovasi Nutech)
15. Accelerate Digital Growth By Cultivating Our Own Digital Experts untuk kategori Innovation in Human Resources Management, Planning & Practice > Telecommunications Industries (Inovasi Telkomsel)
16. Most Innovative Facebook Page untuk inovasi Facebook Chatbots for Agent Efficiency on @IndiHomeCare
17. Most Innovative Twitter Feed untuk inovasi Microsite Twitter and Creative Contents to Deliver Customer Engage and Minimize Complaints Rate

Telkom juga meraih penghargaan untuk kategori baru, Innovation in Social Media yaitu:

16. Most Innovative Facebook Page untuk inovasi Facebook Chatbots for Agent Efficiency on @IndiHomeCare
17. Most Innovative Twitter Feed untuk inovasi Microsite Twitter and Creative Contents to Deliver Customer Engage and Minimize Complaints Rate

Layanan Cloud Telkomsigma, Atasi Kompleksitas dan Tantangan Digitalisasi Industri Healthcare di Indonesia

Pemerataan akses layanan kesehatan bagi setiap masyarakat merupakan hal esensial yang perlu dikelola secara sistematis. Sederhananya akses terhadap layanan kesehatan semakin diperlukan masyarakat, terlebih saat pandemi Covid-19.

Kompleksitas ekosistem, data, dan proses bisnis operasional di industri *healthcare* menjadi tantangan tersendiri yang perlu dihadapi. Kondisi ini mendorong diperlukannya suatu sistem dan tata kelola berbasis teknologi yang dapat membantu industri ini dalam menuju pembangunan kesehatan yang berkelanjutan, serta meningkatkan performa layanan kepada masyarakat.

Tantangan besar lainnya adalah terkait keamanan data dikarenakan rekam medis *online* merupakan data rahasia yang perlu dijaga dan disimpan di server yang aman. Kebutuhan akan integrasi data dari berbagai pihak dan entitas terkait dengan rantai distribusi dan bisnis *healthcare* pun juga perlu diperhatikan. Besarnya jumlah dan variasi data kesehatan penduduk menjadi tugas bagi pemerintah untuk melakukan pengelolaan terpusat guna mencapai *single truth of data*, melalui program Satu Data Kesehatan Indonesia.

Salah satu pondasi penting yang dapat menjawab tantangan tersebut adalah adanya infrastruktur digital yang memadai dalam tantangan pengelolaan kompleksitas ekosistem, data, dan bisnis operasional. Telkomsigma melalui bisnis portofolio Cloud Services, menghadirkan layanan infrastruktur *cloud* dan *platform* teknologi

yang dapat melakukan visualisasi hasil analitik terhadap Satu Data Kesehatan yang diproses melalui *platform big data* yang terdapat di Kementerian Kesehatan berdasarkan kebutuhan dari tiap fasilitas layanan kesehatan. Visualisasi data yang ditampilkan melalui Satu Data Kesehatan cukup beragam dan akan membantu dalam mengambil langkah atas kebijakan pemerintah.

Dukungan Infrastruktur Digital Berbasis Cloud

Infrastruktur teknologi *cloud* pada sistem Satu Data Kesehatan didukung oleh keberadaan *eyeball* terbesar dan jaringan *multi-backbone* dari PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom). Keunggulan tersebut menjadikan layanan *cloud* Telkomsigma mampu menjalankan fungsi *self-service automation, optimization, analytic*, sekaligus *cloud brokerage* untuk penggunaannya.

Dari segi adopsi model *cloud*, sistem Satu Data Kesehatan menggunakan model *private cloud* yang dilengkapi dengan infrastruktur dan PaaS yang tersedia baik dari segi skalabilitas dan keandalan layanan.

Pengembangan *platform* aplikasi *cloud-native* juga dilakukan pada Satu Data Kesehatan untuk memastikan *active-active solution* sehingga mendukung adopsi *cloud* secara *end-to-end*. Begitu juga dengan migrasi layanan IaaS dan aplikasi menuju *cloud* dapat dilakukan melalui layanan *cloud manage & professional services*. Seluruh kapabilitas dari portofolio *cloud* Telkomsigma diimbangi dengan

terpenuhinya aspek *compliance* dan standar keamanan data dalam operasi *data center, cloud security, cloud platform layer*, hingga aplikasi.

Dorong Akselerasi Digitalisasi Healthcare

Solusi *cloud* dinilai menjadi jawaban atas kebutuhan digitalisasi dalam ekosistem kesehatan yang sangat kompleks. *Cloud* pun menjadi kunci sukses yang dapat memenuhi kriteria digital dengan cara yang efektif tanpa melupakan aspek efisiensi dan juga fleksibilitas.

Kontribusi Telkomsigma dalam program Satu Data Kesehatan diwujudkan melalui tercapainya percepatan digitalisasi *healthcare* di Indonesia terutama dalam proses penanganan Covid-19 melalui program Satu Data Vaksin dan PeduliLindungi.

Melalui layanan *cloud*, pengelolaan data kesehatan dengan volume yang sangat besar juga menjadi lebih ringkas dan cepat. Dengan begitu, implementasi *cloud* pada sistem Satu Data Kesehatan juga berimplikasi pada efektivitas kinerja operasional yang kompleks.

Dari sudut pandang konsumen dan masyarakat pun, implementasi *cloud* juga akan berdampak pada perbaikan *indeks customer experience* dan *service excellence* melalui keberadaan *platform digital* dan aplikasi terintegrasi yang siap beroperasi secara *real-time, always on*, dan fleksibel.

Telkom Perkuat Kemitraan Strategis dengan Singtel Kembangkan Regional Data Center dan Bisnis Broadband



Sebagai BUMN telekomunikasi, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) berkomitmen untuk terus memperkuat kapasitas dan kapabilitas demi mengakselerasi pengembangan ekosistem digital melalui kepemimpinan teknologi serta talenta yang unggul dan berdaya saing global. Dalam rangka memperkuat bisnis digital perusahaan, Telkom menjajaki untuk menjalin kerja sama strategis dengan Singtel, perusahaan telekomunikasi terkemuka di Asia. Inisiatif ini direalisasikan melalui penandatanganan Nota Kesepahaman atau *Memorandum of Understanding (MoU)* antara Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah dan CEO Singtel Group Yuen Kuan Moon, disaksikan Menteri BUMN Erick Thohir di Kementerian BUMN. Turut hadir menyaksikan di Kementerian BUMN, Wakil Menteri BUMN II Kartika Wirjoatmodjo dan Direktur Utama Telkomsel Hendri Mulya Syam. Terdapat dua Nota Kesepahaman yang ditandatangani yakni kolaborasi untuk pengembangan bisnis *data center regional* serta integrasi layanan *fixed* dan *mobile broadband*, atau yang juga disebut *Fixed Mobile Convergence (FMC)*.

Di era transformasi digital yang sarat dengan perkembangan teknologi, kebutuhan *data center* di dunia secara strategis diperkirakan terus meningkat dalam beberapa tahun ke depan. Asia Tenggara telah diproyeksikan menjadi kawasan dengan pertumbuhan bisnis *data center* tercepat dengan tingkat pertumbuhan tahunan di atas 20% hingga tahun 2024. Sehingga Telkom perlu menangkap peluang bisnis *data center* ini, tidak hanya di market nasional, tetapi juga di market *regional* dan global.

Peningkatan pangsa pasar *data center* harus diimbangi dengan kekuatan infrastruktur

dan kapabilitas bisnis yang memadai. Karena itu, Telkom sudah dan akan terus membangun serta meningkatkan kapasitas *data center* yang dikelola. Telkom kini memiliki serta mengelola 27 *data center* baik dalam maupun luar negeri. Telkom juga sedang membangun sebuah *Hyperscale Data Center (HDC)* berkapasitas total 75 MW dan mampu menampung 10 ribu rak. *Data center* ini nantinya ditujukan tidak hanya untuk perusahaan dan instansi di Indonesia tapi juga perusahaan asing hingga *global player*.

Dalam sambutannya Menteri BUMN RI Erick Thohir mengatakan sebagai Badan Usaha Milik Negara yang tengah bertransformasi menjadi perusahaan telekomunikasi digital, Telkom harus mampu mengembangkan kepemimpinan teknologi untuk tidak hanya memberikan layanan terbaik bagi pelanggan di Indonesia namun juga ikut mengawal transformasi digital Indonesia. Hal ini membutuhkan berbagai terobosan tidak hanya dalam peningkatan kompetensi digital namun juga perubahan bisnis model dengan memanfaatkan kemitraan strategis yang dapat mengakselerasi transformasi perusahaan.

"TelkomGroup saat ini tengah melakukan konsolidasi bisnis *data center* guna menjawab tantangan transformasi digital ke depan. *Regional data center* merupakan kelanjutan dari strategi konsolidasi *data center* ini sekaligus menjadi bukti komitmen untuk menjawab kebutuhan sekaligus menangkap peluang agar dapat membuka jalan perusahaan untuk menjadi *global scale data center player*. Tentunya upaya tersebut membutuhkan kemitraan strategis dengan operator yang telah terbukti memiliki kapabilitas dan reputasi yang mumpuni. Singtel dengan kekuatan dan pengalamannya menjadi salah satu mitra strategis dan tepat bagi Telkom dalam mengembangkan bisnis *data center regional* ini," ungkap Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah.

CEO Singtel Group Mr. Yuen Kuan Moon mengatakan, "Seiring dengan pesatnya digitalisasi bisnis, dan dengan meningkatnya adopsi IoT, *artificial intelligence*, dan 5G di seluruh *regional*,

permintaan akan *data center* berkualitas tinggi terus meningkat. Kemitraan ini merupakan langkah penting bagi pengembangan strategi *data center* kami melalui aset terbaik, kompetensi, dan *network* yang dimiliki oleh dua perusahaan pemimpin pasar *data center* di Indonesia dan Singapura. Sebagai ekonomi digital terbesar di ASEAN, Indonesia merupakan pangsa pasar strategis dari bisnis *data center* yang dapat memperluas *footprint platform* kami di tiga lokasi dengan pertumbuhan tercepat di kawasan yakni Indonesia, Singapura, dan Thailand. *Platform* ini akan mendukung kebutuhan transformasi digital dari pelanggan yang ingin menjangkau Indonesia, dan sekaligus juga menyediakan *platform* bagi bisnis di Indonesia untuk menjangkau ke luar negeri. Kami berharap dapat memperluas kerjasama jangka panjang dengan TelkomGroup untuk mengkapitalisasikan tren yang menguntungkan dan peluang pasar yang luar biasa."

Selain pengembangan bisnis *data center*, Telkom dan Singtel juga menjajaki kerja sama implementasi integrasi bisnis *fixed* dan *mobile broadband*. Integrasi bisnis ini sudah mulai dijalankan Telkom melalui sinergi layanan IndiHome dengan Telkomsel. Sejalan dengan arahan Kementerian BUMN, integrasi kedua bisnis tersebut akan memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memperoleh pengalaman digital terbaik dalam menikmati layanan internet dan bundlingnya serta kemudahan-kemudahan lain dari layanan TelkomGroup di mana saja. Inisiatif ini nantinya akan mempertahankan kepemimpinan TelkomGroup di portofolio bisnis *broadband*, di mana Telkom akan fokus pada segmen B2B dan Telkomsel fokus pada segmen B2C.

"Dengan layanan *broadband* yang semakin *seamless*, serta tumbuhnya ekosistem bisnis dan kekayaan data yang mengikutinya akan membuka peluang-peluang bisnis baru khususnya di era digital melalui pengembangan bisnis *e-commerce*, *content streaming*, *big data*, *social network*, dan *Internet of Things*. Kami berharap kolaborasi ini dapat memberikan nilai tambah bagi kedua perusahaan, *stakeholders*, dan masyarakat," demikian tutup Ririek.

Telkom dan Microsoft Perkuat Kemitraan Strategis untuk Akselerasi Digitalisasi Indonesia



PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) dan Microsoft telah menandatangani kesepakatan kemitraan strategis untuk mengakselerasi digitalisasi nasional Indonesia, memperkuat *intelligent infrastructure*, dan mempercepat transformasi digital TelkomGroup.

Kemitraan ini diresmikan di kantor pusat Microsoft di Seattle, Washington di mana Wakil Menteri BUMN II Kartika Wirjoatmodjo serta Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah bertemu dengan Chairman dan CEO Microsoft Satya Nadella.

Wakil Menteri BUMN II Kartika Wirjoatmodjo mengapresiasi inisiatif kemitraan strategis yang terjalin antara Telkom dan Microsoft. Telkom dengan keunggulan infrastruktur dan layanan telekomunikasi yang tersebar di seluruh Indonesia hingga pelosok, serta Microsoft sebagai perusahaan teknologi global terkemuka dengan pengalaman dan kapabilitas digitalnya, semoga dapat menjadi sebuah kombinasi yang sangat baik. Dengan menggabungkan keunggulan kedua perusahaan tersebut, diharapkan kemitraan ini akan memberikan layanan yang inovatif dan berdampak besar dalam mengakselerasi transformasi digital Indonesia.

Kemitraan ini juga bertujuan untuk mendukung realisasi visi Telkom sebagai perusahaan telekomunikasi digital pilihan utama agar dapat memajukan masyarakat dan memberdayakan ekonomi digital Indonesia, sekaligus mendukung inisiatif Berdayakan Indonesia Microsoft. Bersama, Telkom dan Microsoft akan menjajaki berbagai peluang baru di pasar, dan memberdayakan organisasi di berbagai

segmen industri dengan memanfaatkan infrastruktur Telkom.

Selain pengembangan *intelligent infrastructure*, salah satu elemen penting lainnya dalam kemitraan ini adalah mendukung Telkom serta anak usahanya untuk melakukan transformasi digital internal bersama Microsoft. Dalam aspek ini, Telkom akan mengakselerasi tingkat adopsi perusahaan terhadap layanan berbasis *cloud* dan lingkungan *cloud* yang aman, serta meningkatkan kompetensi melalui pelatihan dan sertifikasi Microsoft. Hal ini akan membantu TelkomGroup untuk meningkatkan produktivitas karyawan, mempermudah proses kolaborasi, mengotomasi proses kerja, meningkatkan *customer engagement*, menciptakan inovasi, dan meningkatkan efisiensi kegiatan operasional secara aman.

“Membangun kemitraan dengan para *tech giant* merupakan salah satu inisiatif strategis Telkom dalam rangka penguatan portfolio, percepatan proses transformasi, serta meningkatkan kapabilitas digital perusahaan. Inisiatif untuk menjalin kemitraan strategis dengan sejumlah *global tech company* diharapkan akan berdampak positif pada pengembangan bisnis Telkom, khususnya pada *domain digital platform* dan *digital services*. Kami sangat menyambut baik kolaborasi dengan Microsoft ini dengan harapan tidak hanya membawa benefit bagi kedua belah pihak, namun yang lebih utama dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya terhadap digitalisasi Indonesia,” ujar Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah.

Dari sisi *intelligent infrastructure*, Telkom dan Microsoft akan berkolaborasi dalam pengembangan *intelligent infrastructure* nasional. Kerja sama yang dijajaki misalnya meliputi penggunaan aset-aset infrastruktur *Hyperscale Data Center* Telkom untuk mendukung perjalanan transformasi digital Indonesia dan beberapa kegiatan operasional *data center region* Microsoft di Indonesia.

Presiden Direktur Microsoft Indonesia Dharma Simorangkir mengatakan, “Teknologi adalah landasan transformasi digital industri. Melalui penguatan kolaborasi dengan Telkom, kami berharap dapat semakin mendampingi Indonesia di setiap tahapan transformasi digital nasional, dan membangun layanan terpersonalisasi yang mendekatkan kita pada Indonesia Digital.”

Dalam rangka merealisasikan komitmen ini, talenta digital memainkan peranan yang begitu besar. Karena itu, Telkom dan Microsoft sebelumnya juga telah bahu membahu untuk meningkatkan keterampilan talenta digital yang menjadi kunci kemajuan berkelanjutan perusahaan dan negara. Ke depannya, pengembangan talenta digital ini tetap akan menjadi salah satu bagian utama dari kemitraan Telkom dan Microsoft.

Adapun Indonesia diproyeksi akan menjadi negara dengan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada 2025 mendatang. Menurut laporan We are Social, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir, di mana pada awal 2022, angka ini sudah mencapai 204,7 juta. Artinya, tingkat penetrasi internet di Indonesia sudah mencapai 73,7%. Sejumlah keberhasilan utama terlihat dari keberhasilan Indonesia sebagai rumah bagi beberapa *unicorn*. Yang juga mengagumkan adalah jumlah *startup*, *developer*, dan kreator di Indonesia, yang seluruhnya bahu membahu berinovasi di *cloud* untuk menjangkau lebih dari 17.000 pulau di Indonesia.

Dukung Akselerasi Digitalisasi Kesehatan, Leap Hadirkan Antares

Sebagai perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) berkomitmen untuk berkontribusi menjadi tulang punggung ekonomi digital Indonesia dengan beragam inovasi terbaik yang berkelanjutan di berbagai sektor.

Dalam upaya mendukung terwujudnya ekonomi digital Indonesia, Telkom melalui Leap-Telkom Digital (Leap) terus menghadirkan berbagai produk dan layanan digital untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satunya dengan menghadirkan ANTARES sebagai layanan penyedia *resource platform* pengembangan teknologi *Internet of Things* (IoT). ANTARES merupakan *umbrella brand* yang terdiri dari tiga pilar, yaitu ANTARES Platform, ANTARES Connectivity, dan ANTARES Solutions.

ANTARES hadir sebagai *Internet of Things* (IoT) *enabler*, yaitu *end to end solution* untuk mengatasi berbagai permasalahan bisnis dari sisi IoT. ANTARES adalah bagian dari Leap yang merupakan *umbrella brand* produk dan layanan digital Telkom untuk mengakselerasi digitalisasi masyarakat Indonesia. Dengan adanya Leap, diharapkan dapat mendukung pertumbuhan ekosistem digital di Indonesia demi mengakselerasi terwujudnya kedaulatan digital nasional, sejalan dengan target pemerintah dalam beberapa tahun mendatang.

Leap melalui ANTARES secara aktif mendukung digitalisasi di ekosistem kesehatan salah satunya melalui kerja sama dengan dua BUMN di sektor kesehatan, yaitu Kimia Farma dan Bio Farma. Kerja sama ANTARES dengan Kimia Farma hadir dalam bentuk *smart manufacturing*, di mana ANTARES mengembangkan sistem *power monitoring*, *environment monitoring*, dan *real-time machine monitoring*. Melalui pengadopsian sistem IoT ini, dapat meningkatkan efisiensi produksi dan menghemat biaya produksi.

ANTARES juga bekerja sama dengan Bio Farma dalam pendistribusian vaksin, terutama distribusi hingga ke daerah terpencil. Melalui kerja sama ini dapat menjamin terpenuhinya stok vaksin dengan tujuan untuk menekan kasus, yang



pada akhirnya dapat berkontribusi dalam penurunan angka kasus covid di Indonesia.

Sebagai salah satu layanan unggulan Leap, kualitas ANTARES telah diakui secara nasional maupun internasional dan telah memenuhi regulasi yang ditetapkan Kementerian Komunikasi Informatika (Kominfo) terkait penyimpanan data di Indonesia serta telah tersertifikasi secara internasional oleh lembaga OneM2M.

Standar OneM2M menjadikan ANTARES sebagai *platform horizontal* IoT yang dapat mengintegrasikan berbagai komponen IoT, memungkinkan aplikasi IoT dapat berinteraksi dengan data dari perangkat IoT di seluruh solusi vertikal industri yang berbeda, tanpa mengesampingkan keamanan pengguna atau pelanggan yang menggunakannya. Meski standarnya sudah internasional dan independen terhadap *network* dan konektivitas, layanan ini menyediakan pilihan layanan gratis untuk *para developer*.

Pelanggan ANTARES memiliki kuasa penuh terhadap data-data pengukuran dari *device*, sehingga pengguna dapat melakukan skema kontrol, *subscribe*, dan notifikasi terhadap data-data *device*. Pelanggan juga

dapat melakukan visualisasi data secara sederhana dengan fitur *widget*.

Direktur Digital Business Telkom Muhamad Fajrin Rasyid, mengatakan bahwa Telkom melalui Leap melihat IoT menjadi salah satu ekosistem yang sangat potensial dan pasar IoT di Indonesia masih akan semakin berkembang. "Oleh karena itu, kami mengembangkan ANTARES dengan harapan di masa datang akan menjadi *platform* yang dapat memberikan jawaban dan solusi untuk kebutuhan IoT. Langkah ini kami mulai dengan berkolaborasi dengan berbagai pihak, dua di antaranya adalah dengan Kimia Farma dan Bio Farma. Harapan kami, kedepannya ANTARES dapat digunakan oleh lebih banyak kalangan", ujar Fajrin.

Melalui ANTARES, Leap berkomitmen menciptakan layanan *platform* IoT yang handal, terpercaya, dan menyediakan IoT *Operation* dan *Customer Experience* yang memuaskan bagi pelanggan. Hal ini sesuai dengan rencana pemerintah dalam digitalisasi Indonesia, yaitu memajukan industri nasional di era Indonesia 4.0 dan memprioritaskan fitur-fitur *platform* IoT yang dibutuhkan.



Jangkau Pasar Timur Tengah, Telin Buka Kantor Cabang ke-11 di Dubai

Mengusung semangat BUMN Go Global serta sebagai upaya memberikan layanan tidak hanya untuk segmen yang berada di Indonesia namun juga di luar negeri, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) melalui anak usahanya PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin) mengumumkan pembukaan kantor representatif baru di Dubai, Uni Emirat Arab. Kantor baru ini merupakan kantor kesebelas Telin yang didirikan di luar negeri. Pembukaan kantor ini ditandai dengan penandatanganan plakat oleh Direktur Wholesale & International Service Telkom, Bogi Witjaksono yang disaksikan secara langsung oleh Konsulat Jenderal RI Dubai, Uni Emirat Arab K. Chandra Negara, Direktur Business Development Dubai Internet City Faisal Mahmood, Direktur Utama Telin Satria Darma Purba, dan Direktur Komersial Telin Kharisma dan EVP Governance and Compliance Group Telin G.E. Dhany Widjajanta.

Keberadaan kantor di Dubai merupakan wujud komitmen Telin dalam mengembangkan bisnisnya di Timur Tengah serta memperluas jangkauan operasional dan kehadirannya di kancah global untuk memperkuat posisi Telin sebagai operator pilihan utama bagi mitra global dalam menyediakan layanan serta akses ke kawasan Asia Tenggara khususnya. Dubai

merupakan lokasi yang strategis di wilayah Timur Tengah serta merupakan salah satu pusat kota bisnis yang berkembang sangat pesat. Bahkan kota ini berpotensi untuk menjadi salah satu pusat kegiatan bisnis terbesar di dunia.

Dengan dukungan sumber daya perusahaan serta pengalaman yang profesional, Telin berkomitmen untuk terus memberikan layanan terbaik bagi seluruh pelanggan di berbagai wilayah dunia.

Direktur Utama Telin Budi Satria Dharma Purba mengatakan "Langkah ekspansi bisnis di Timur Tengah merupakan salah satu prioritas dalam strategi ekspansi global. Pembukaan kantor cabang di Dubai akan memperkuat kemampuan layanan dalam pasar yang berkembang begitu pesat di Asia, Afrika, dan Timur Tengah. Kami perlu untuk membangun pendekatan lebih lanjut kepada pelanggan dan menjadikannya sebagai mitra demi pelayanan yang terbaik."

Telkom sangat antusias dengan inisiatif dari Telin yang sejalan dengan program utama perusahaan. Direktur Wholesale and International Service, Bogi Witjaksono mengatakan "Kehadiran Telkom di Dubai merupakan gerbang bisnis di Timur Tengah dan Afrika, yang akan memaksimalkan potensi TelkomGroup. Pelanggan dan mitra

TelkomGroup telah menyebar di berbagai benua dan Kawasan Timur Tengah saat ini menjadi salah satu pasar yang sangat disorot. Kesempatan untuk berinteraksi dengan mereka secara langsung akan meyakinkan kita untuk menyampaikan pesan terbaik kepada seluruh *stakeholder*."

Lebih lanjut Bogi menambahkan bahwa inisiatif TelkomGroup melalui Telin ini membuktikan komitmen perusahaan untuk menjadi *digital telco* unggulan pilihan masyarakat serta menjadi global hub di mancanegara.

Kantor representatif Telin Dubai terletak di Dubai Internet City (DIC) terletak pada jarak 25 kilometer dari pusat kota Dubai, yaitu di Jalan Sheikh Zayed antara Dubai dan Abu Dhabi. DIC, pusat informasi dan teknologi komunikasi terbesar di Timur Tengah dan Afrika Utara, telah menciptakan dan dirancang untuk menyediakan informasi bagi perusahaan layanan ICT.

Sebelumnya, Telin telah membangun kantor cabang di berbagai kota antara lain adalah Singapura, Hong Kong, Dili, Sydney, Wellington, Kuala Lumpur, Los Angeles, Taipei, dan Yangon.



Potensi Pasar yang Besar, Telkom Garap Bisnis Data Center dan Cloud untuk Transformasi Digital Indonesia

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) terus mendukung digitalisasi Indonesia yang terjadi semakin cepat akibat pandemi Covid-19. Salah satu wujud dukungan Telkom untuk mewujudkan kedaulatan digital Indonesia adalah dengan membangun berbagai infrastruktur penopang digitalisasi seperti pusat data (*data center*) dan komputasi awan (*cloud*).

Komitmen perusahaan mendukung digitalisasi Indonesia ini disampaikan Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah saat mengisi acara bertajuk 'Digitalisasi Nusantara Expo & Summit 2022' yang diadakan KADIN Indonesia di Surakarta, Jawa Tengah. Ini merupakan bagian dari rangkaian *site event* B20, khususnya terkait gugus tugas *Digitalization*.

Dalam acara yang dibuka secara daring oleh Presiden Joko Widodo ini, Ririek menyebut bahwa perubahan perilaku masyarakat akibat pandemi semakin cepat terjadi. Beberapa contohnya, saat ini makin banyak masyarakat yang terbiasa bekerja dari jarak jauh, belajar daring, dan mengakses berbagai jenis hiburan digital serta berbelanja menggunakan lokapasar, dan diyakini sebagian besar kebiasaan ini tetap akan berlangsung pasca pandemi.

"Digitalisasi Indonesia dapat mendorong peningkatan produktivitas nasional hingga US\$120 miliar pada 2025. Ada banyak manfaat yang dibawa digitalisasi untuk berbagai sektor, seperti membuka lebih banyak peluang kerja, menciptakan efisiensi dan layanan yang lebih baik, serta meningkatkan akses masyarakat untuk mendapat layanan terbaik," kata Ririek.

Dampak percepatan digitalisasi yang terjadi akibat Covid-19 membuat Indonesia bisa bertahan menghadapi pandemi saat ini. Sebagai *digital telco* terbesar di Indonesia, Telkom juga mampu tetap menoreh kinerja positif selama pandemi berkat transformasi digital yang telah dan terus dilakukan.

Untuk memperbesar dampak positif digitalisasi bagi masyarakat, Telkom turut membantu akselerasi pembangunan berbagai infrastruktur yang dibutuhkan di lingkup nasional dan daerah. Salah satunya, Telkom terlibat dalam pembangunan *data center* dan komputasi awan yang masuk dalam 10 agenda prioritas nasional untuk mewujudkan kedaulatan digital Indonesia.

"Apa pun industrinya, teknologi *cloud* akan bertindak sebagai pendukung penting dengan menyediakan sarana bagi bisnis untuk berinovasi dengan teknologi baru.

Cloud membuat bisnis fleksibel dan aman. Infrastruktur ini juga mendukung otomatisasi industri dan menghubungkan data dari mesin, manusia, dan benda melalui *big data*, simulasi, serta manufaktur aditif," ujar Ririek yang juga sebagai Ketua Gugus Tugas Digitalisasi B20.

Kebutuhan *data center* di dunia terutama kawasan Asia Tenggara, diperkirakan terus meningkat dalam beberapa tahun ke depan. Bahkan diperkirakan, dibandingkan tahun 2020, pasar *data center* akan tumbuh 2 hingga 3 kali lipat pada tahun 2025.

Peningkatan pangsa pasar *data center* harus diimbangi dengan keberadaan infrastruktur yang memadai. Karena itu, Telkom sudah dan akan terus membangun serta meningkatkan kapasitas *data center* yang dikelola. Telkom kini memiliki serta mengelola 27 *data center* baik dalam maupun luar negeri. Telkom juga sedang membangun sebuah *Hyperscale Data Center* (HDC) berkapasitas total 75 MW dan mampu menampung 10 ribu rak.

Telkom berharap langkah ini dapat mendukung cita-cita Indonesia yang berdaulat dalam dunia digital bisa segera tercipta, dan membawa kemaslahatan bagi seluruh lapisan masyarakat.

Menjadi Vehicle Inklusi Keuangan Digital TelkomGroup, Finnet Berkolaborasi Dengan Topindoku Majukan Digital Payment di Kalimantan



S elaras dengan salah satu isu prioritas Presidensi G20 Indonesia yaitu mendorong inklusi digital, PT Finnet Indonesia selaku anak usaha PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) melakukan penetrasi *digital payment* di Kota Khatulistiwa, Pontianak. Finnet melakukan kerja sama dengan Topindo Solusi Komunika untuk layanan *source of fund* uang elektronik dan QRIS (Finpay Money). Bertempat di Hotel Mercure Pontianak, Direktur Business & Marketing Finnet Irena Aldanituti dan CEO TOPINDO Seiko Manito mengambil peran utama dalam penandatanganan ini. Turut hadir dalam kegiatan tersebut Direktur Utama Finnet Rakhmad Tunggal Afifuddin, Sekretaris Daerah dr. Harrison, M.Kes, Kasdam XII Tanjungpura Brigjen TNI Djauhari, Kepala OJK Provinsi Kalimantan Barat Maulana Yasin, serta Perwakilan BI Trisna Handayani dan jajaran Direksi Topindo.

PT Topindo Solusi Komunika (TOSK) adalah perusahaan *startup* yang bergerak di bidang Teknologi Pembayaran, B2B FMCG dan O2O *store*, sebagai suatu solusi bagi masyarakat dalam kemudahan melakukan pembayaran tagihan (*bill payment platform*) dan suplai barang di warung/toko. Besar di Kalimantan, TOSK ingin memajukan tanah kelahirannya dengan membuat

aplikasi yang dinamakan Topindoku. Inovasi putra daerah ini memberikan kesempatan kepada UMKM Kalimantan untuk dapat go nasional, dari Kalimantan untuk Indonesia. Finnet selaku perusahaan *fintech* berperan untuk memperkuat layanan Topindoku dengan memberikan fitur uang elektronik (Finpay Money) sebagai sumber dana dalam melakukan transaksi pembelian maupun pembayaran dan fitur QRIS sebagai penerimaan pembayaran.

Direktur Utama Finnet Rakhmad Tunggal Afifuddin menyampaikan rasa optimisme atas kerja sama Finnet dan Topindo, "Saya menyampaikan terima kasih kepada Topindoku atas kepercayaannya kepada Finnet untuk dapat bersama-sama kita dapat memasifkan Inklusi Keuangan Digital di Indonesia. Ini bukan tugas yang mudah, namun dengan berbekal pengalaman kami selama 16 tahun di *digital payment* dan telah mengelola lebih dari 1 miliar transaksi, kami optimis mampu mewujudkan impian kita bersama," ujar sosok yang akrab disapa RTA.

Sejalan dengan RTA, CEO Topindoku Seiko Manito berharap kerja sama Finnet dengan Topindoku mampu memberikan kontribusi besar untuk perkembangan inklusi keuangan digital di Indonesia.

"Dengan adanya kerja sama Topindoku dengan Finnet, diharapkan Topindoku juga dapat turut serta dalam membangun pertumbuhan industri usaha melalui solusi pembayaran digital. Serta membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi digital & inklusif keuangan digital dan layanan pembayaran UMKM untuk menciptakan transaksi yang aman, nyaman, lengkap, dan mudah untuk seluruh mitra Topindoku sebagai langkah segudang peluang untuk berkompetisi di market digital skala nasional."

Pada kesempatan yang sama, Direktur Business & Marketing Finnet Irena Aldanituti menjelaskan kelebihan Finpay Money sebagai uang elektronik yang ada di Indonesia, "Finpay Money merupakan salah satu produk unggulan yang dimiliki PT Finnet Indonesia, fitur yang dimilikinya yaitu mampu memberikan kemudahan bagi perusahaan maupun komunitas yang ingin memiliki aplikasi uang elektronik melalui skema *co-branding* maupun *white label*. Kini komunitas bisa punya layanan uang elektronik berbasis aplikasi dengan *brand* dan *touch point* sesuai kebutuhannya," jelas Alda.



Sinergi Telkom dan Hutama Karya Untuk Digitalisasi Pembangunan Infrastruktur Indonesia



Pembangunan infrastruktur menjadi program prioritas pemerintah di Indonesia yang bertujuan untuk mempercepat pembangunan di seluruh wilayah terutama di daerah 3T (Tertinggal, Terdepan, dan Terluar). Hal ini sangat berpotensi untuk memberikan kontribusi pada pemulihan perekonomian nasional, produktivitas, serta daya saing bangsa. Peran digitalisasi juga menjadi hal yang sangat penting. Kolaborasi antar sektor, pengembangan inovasi digital, serta infrastruktur yang terintegrasi akan mendukung pembangunan global yang berkelanjutan.

Direktur Enterprise and Business Service PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) dan Direktur Operasi I Hutama Karya (Persero) (Hutama Karya) Novias Nurendra melakukan penandatanganan Nota Kesepahaman (MoU) tentang Kerja Sama Digitalisasi Teknologi dan Layanan Telekomunikasi, di Gedung HK Tower Jakarta (7/7).

Adapun ruang lingkup Nota Kesepahaman ini meliputi namun tidak terbatas pada kajian terhadap digital connectivity, digital platform dan digital services. Pada digital connectivity meliputi jaringan infrastruktur, jaringan komunikasi berbasis digital, dan infrastruktur data center). Pada digital platform, kerja sama meliputi infrastruktur data center, hardware & software, security, storage, cloud, disaster recovery center, big data, IoT, automation, dan business intelligent).

Selanjutnya pada digital services meliputi smart ecosystem solution, financial technology, ERP system, contact center, advertising, sertifikasi dan training, assessment, dan IT outsourcing), sinergi pembangunan ekosistem digital lainnya (yang meliputi smart kawasan, smart building, smart home, dan toll gate system). Selain itu, kerja sama ini juga mencakup kolaborasi dan sinergi aktivitas lainnya terkait potensi digital sumber daya perusahaan yang sesuai dengan kapabilitas masing-masing pihak.

Direktur Enterprise and Business Service Telkom dalam sambutannya menyampaikan ucapan terima kasih atas kepercayaan Hutama Karya kepada Telkom untuk bersinergi dan bekerja sama, sejalan dengan apa yang sedang 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 Hutama Karya untuk mendukung percepatan digitalisasi

infrastruktur Indonesia serta mendukung visi Hutama Karya sebagai Pengembang Infrastruktur Terkemuka Indonesia. Transformasi menjadi sebuah keniscayaan dan Telkom siap menjadi enabler dalam mendukung transformasi digital di Hutama Karya dengan mendatangkan beragam manfaat bagi kedua belah pihak,” ujarnya.

Sementara itu, Direktur Operasi I Hutama Karya Novias Nurendra dalam sambutannya menyampaikan bahwa Hutama Karya berkomitmen untuk terus mendukung pemenuhan kompetensi dan daya saing korporasi dalam industri 4.0. Untuk mencapai hal ini tentunya diperlukan adopsi teknologi termutakhir yang dapat mendukung proses perencanaan, pelaksanaan, hingga operasi dan pemeliharaan dari proyek, jalan tol maupun Kantor Pusat Hutama Karya.

“Transformasi digital dapat mendatangkan beragam manfaat seperti efisiensi proses bisnis, kecepatan, keakuratan, dan kemudahan dalam mengakses data, kemudahan dalam komunikasi, dan banyak hal lainnya yang berujung pada meningkatnya daya saing dan laba perusahaan. Dalam transformasi digital ini, tentunya Hutama Karya harus bersinergi dengan partner yang excellent di bidangnya seperti Telkom Indonesia. Sehingga kami berharap dengan adanya Nota Kesepahaman antara Hutama Karya dan Telkom Indonesia ini dapat memberikan manfaat dan mendatangkan value bagi kedua perusahaan,” ujar Novias.

Melalui kolaborasi antara Telkom dan Hutama Karya ini, kedua belah pihak dapat saling memberikan manfaat dan nilai tambah sesuai dengan kapabilitasnya masing-masing serta memberikan manfaat bagi masyarakat. “Dengan semangat sinergi, Telkom yakin dan berkomitmen untuk terus mendukung digitalisasi infrastruktur Indonesia melalui penyediaan solusi layanan ICT yang terintegrasi sehingga dapat meningkatkan pelayanan kepada seluruh masyarakat Indonesia,” tutup Direktur Enterprise and Business Service Telkom.

Semarak Perayaan HUT ke-57, Telkom Luncurkan metaNesia



PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) memasuki usia ke-57 tahun. Beragam kegiatan dilaksanakan untuk menyemarakkan peringatan ulang tahun Telkom pada 5 dan 6 Juli 2022, dengan tajuk Funtastic Days 2022: Learn, Grow and Contribute to Indonesia.

Rangkaian kegiatan perayaan Syukuran 57 Tahun Telkom dihadiri oleh Dewan Komisaris, jajaran Direksi dan Senior Leader TelkomGroup, Ketua Serikat Karyawan, Ketua Persatuan Pensiunan Telkom (P2TEL), dan Ketua dan pengurus Forsikatel Group, serta seluruh karyawan. Acara yang diselenggarakan secara hybrid (daring dan luring) ini tak hanya diikuti oleh karyawan Telkom yang berada di kawasan The Telkom Hub tapi juga seluruh karyawan yang di tujuh Telkom Regional.

Dalam sambutannya, Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah mengajak seluruh insan TelkomGroup untuk mensyukuri usia Telkom yang menginjak 57 tahun beserta dengan pencapaian yang telah diraih hingga saat ini. Tak lupa Ririek juga berpesan kepada karyawan untuk menjadikan momen ulang tahun ini sebagai momentum untuk berkontemplasi terhadap

apa saja yang sudah diberikan serta tugas dan target yang harus diraih ke depannya.

“Sejak 2019 kita meyakini bahwa digital adalah keniscayaan. Namun adanya digital juga memberikan peluang untuk melakukan leapfrog agar setara dengan negara lain dengan cara yang tidak biasa melalui digitalisasi. Oleh karena itu, mari kita saling bahu membahu menjadikan Telkom sebagai tulang punggung transformasi digital Indonesia. Bersama kita membawa Indonesia untuk sejajar dengan negara maju dunia lainnya,” ujar Ririek.

Sementara itu Komisaris Utama Telkom Bambang P.S Brodjonegoro melalui video testimoni mengatakan bahwa selama 57 tahun perjalanannya berkontribusi kepada bangsa dan negara, Telkom turut serta mempersatukan NKRI melalui konektivitas di sektor telekomunikasi. Dan di era revolusi industri ke 4 dan transformasi digital maka kontribusi TelkomGroup terhadap Indonesia akan bertambah dan menjadi semakin penting karena TelkomGroup akan mewarnai kehidupan masyarakat Indonesia di segala aspek melalui pendekatan digitalisasi.

Rangkaian kegiatan Funtastic Days 2022 terdiri dari berbagai aktivitas di antaranya pameran komunitas internal, bazaar, garage sale barang karyawan, donor darah bekerja sama dengan Blood4Life, dan ekshibisi pertandingan pingpong Abdel dengan Ficky Supit (atlet nasional dan juga karyawan TelkomGroup). Pada kesempatan yang sama, juga diadakan lelang amal barang-barang Komisaris dan Direksi Telkom.

Acara dimeriahkan dengan kolaborasi Telkom bersama Never Too Lavish untuk melukis sneakers limited edition dan live mural dengan tema HUT Telkom. Selain itu, Podkesmas turut menyemarakkan acara dengan melakukan take over program podcast Tekom Talks bersama Direktur





Utama Telkom. Rangkaian peringatan HUT juga dilengkapi dengan hiburan dari standup comedy Abdel-Temon, Fourtwnnty, dan Vierratale.

"Terima kasih atas kontribusi seluruh insan TelkomGroup beserta para stakeholder yang setia mendukung Telkom hingga saat ini. Mari bersama-sama kita kerja keras dan kerja cerdas untuk menjadikan Telkom sebagai digital telco terdepan yang memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat dan negara," tutup Ririek.

Dalam serangkaian perayaan HUT Telkom ke 57 ini, Telkom resmi meluncurkan dunia metaverse miliknya yang bernama metaNesia yang secara simbolis diresmikan oleh Menteri BUMN RI Erick Thohir pada rangkaian acara Digiland 2022 di Istora Senayan, Jakarta.

Erick memaparkan, melalui metaNesia, Telkom melakukan pembaruan dalam kesatuan ekosistem baru, sebagai adaptasi terhadap perubahan yang diharapkan pemerintah. Pasalnya, Indonesia harus

menuju teknologi teranyar ini dengan turut menciptakan dunia baru. "Jangan sampai negara-negara lain sudah membuat dunia baru, sistem *payment* sendiri, pasarnya di Indonesia, baru kita menyesal," papar Erick, di lokasi peluncuran.

Erick menjelaskan, terciptanya metaNesia sebagai upaya untuk mawadahi cara kehidupan generasi Z dan millennial yang semakin mudah. Selain itu, metaNesia juga merupakan terobosan dalam mensinergikan BUMN, swasta, atau UMKM ke dunia baru. "Tapi dunia yang saya harapkan saling menguntungkan. Jangan sampai dengan dunia baru ini perusahaan kecil menengah dihapuskan. Karena pondasi dari bangsa kita jelas ekonomi kerakyatan," jelas Erick. Menjawab hal tersebut, Direktur Digital Bisnis Telkom Fajrin Rasyid mengatakan, kehadiran metaNesia menjadi bukti bahwa Telkom tidak tertinggal dalam teknologi. Ia juga berharap metaNesia bisa bersinergi dengan pihak-pihak lainnya untuk bersama-sama mengembangkan dunia metaverse ini. "metaNesia menciptakan banyak peluang baru, khususnya bidang-bidang yang memerlukan visualisasi terutama melalui 3D atau animasi, maupun bidang-bidang lain," kata Fajrin.

Lebih lanjut, Fajrin menuturkan, pihaknya berharap semua inovasi dan teknologi yang dikembangkan oleh Telkom bisa bermanfaat bagi khalayak ramai dan mengakselerasi digitalisasi Indonesia. "Kami mengajak seluruh pihak yang memiliki keterkaitan

dengan metaverse bisa bekerja sama mengembangkan metaNesia, mari kita bersama-sama membangun digitalisasi Indonesia untuk Kedaulatan Digital Indonesia," tuturnya.

Pada kesempatan yang sama, PR & Digital Strategy Senior Manager PT Honda Prospect Motor (HPM) Yulian Karfili, sebagai salah satu *partner* dari metaNesia, mengatakan perubahan perilaku konsumen saat ini menjadikan *platform digital* sebagai salah satu medium yang semakin banyak digunakan konsumen untuk mencari informasi hingga melakukan transaksi, termasuk untuk konsumen otomotif. "Teknologi metaverse menjadi teknologi terdepan saat ini yang memberikan pengalaman lebih lengkap dan memungkinkan kami untuk lebih banyak berinteraksi dengan konsumen di dunia digital," ujar Yulian.

Hal senada juga diungkapkan oleh Kadiv IT PT Perhutani Fuad Nur. Bergabungnya Perhutani ke dalam metaNesia sejalan dengan program strategis Perhutani di ekosistem digitalisasi. Melalui metaNesia, Perhutani ingin mencari peluang-peluang baru untuk memasarkan produk-produk Perhutani. "Kita melihat di dunia anak-anak muda sekarang mulai masuk ke dunia metaverse. Ini merupakan peluang yang bagus untuk menarik anak-anak muda," ungkapnya.

Berkolaborasi di Metaverse

Terdapat beragam interaksi di metaNesia. Brand bisa ikut berkolaborasi di berbagai kegiatan yang ada di metaNesia.

Akses Internet Cepat Kelas Dunia Siap Hadir di Kawasan Timur Indonesia

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) kembali memiliki gerbang komunikasi internasional (gateway), dimana kali ini berada di Kota Manado, Sulawesi Utara. Melalui anak usahanya PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin), Telkom meresmikan *Second Gateway* Manado di Kantor Telkom Witel Sulawesi Utara (Sulut) – Maluku Utara (Malut), Manado, Sulawesi Utara. Peresmian ini dihadiri oleh Wali Kota Manado Andrei Angouw, Komisaris Utama Telkom Bambang Permadi Soemantri Brodjonegoro, Komisaris Independen Telkom Wawan Iriawan, Direktur Wholesale & International Service Telkom Bogi Witjaksono, Direktur Network & IT Solution Herlan Wijanarko, Direktur Utama Telin Budi Satria Dharma Purba, beserta jajaran Senior Leaders TelkomGroup.

Gateway Manado merupakan gerbang jalur komunikasi internasional kedua yang dimiliki TelkomGroup. Kehadiran gerbang tol digital ini menjadi wujud nyata dari upaya pemerataan akses telekomunikasi dan informasi di seluruh Indonesia. Rute dari Manado menjadi jalur alternatif untuk distribusi trafik komunikasi internasional yang sebelumnya terkonsentrasi di Batam. Jika seluruh rute komunikasi dari dan menuju Indonesia terpusat di Batam, maka akan memunculkan potensi risiko layanan jika terjadi gangguan yang disebabkan oleh bencana alam atau aktifitas laut lainnya.

Wali Kota Manado Andrei Angouw menyampaikan apresiasi atas peresmian gerbang komunikasi internasional Manado oleh Telkom dan Telin. "Gateway Manado ini ibaratnya kita dilewati jalan tol digital yang tentu akan mengangkat ekonomi kota Manado dan sekitarnya. Kami berharap dengan adanya infrastruktur ini, perekonomian Manado akan tumbuh semakin pesat dan perusahaan besar tertarik untuk berinvestasi di kota Manado. Semoga jaringan infrastruktur ini dapat mendukung pertumbuhan ekonomi sekaligus menyejahterakan masyarakat."

Pada tahun 2017 TelkomGroup sudah menginisiasi pembangunan Sistem Komunikasi Kabel Laut (SKKL) SEA-US dan



IGG, yang menghubungkan Indonesia menuju Amerika. Jalur ini melewati perairan Indonesia dan laut Pasifik sebagai jalur alternatif sekaligus pengamanan atas rute-rute kabel ke Amerika. Hal ini dikarenakan rute tersebut yang umumnya melalui Selat Luzon dan Laut Cina Selatan di mana sering mengalami gangguan kabel putus akibat gempa bawah laut. Di tahun 2021, Telin juga bergabung dalam konsorsium Bifrost Cable System bersama Meta/Facebook dan Keppel untuk memperkuat posisi infrastruktur gerbang Manado. Ke depannya, gerbang ini akan terhubung dengan sejumlah sistem komunikasi kabel laut internasional sehingga lalu lintas telekomunikasi yang melewati Manado nantinya akan sama seperti Batam.

Dengan hadirnya Manado sebagai gerbang komunikasi internasional kedua, diharapkan pada tahun 2025 akan tercapai pemerataan akses informasi di seluruh Indonesia di mana sebelumnya konektivitas yang masuk di perairan Indonesia hanya fokus di kawasan barat Indonesia. Di samping itu juga, kualitas layanan telekomunikasi dari dan menuju Indonesia kian handal.

Direktur Wholesale & International Service Telkom Bogi Witjaksono menyampaikan, "Manado sebagai gerbang trafik komunikasi dari *global connectivity* di Indonesia akan menjadi jalur *diversity* dari Batam sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi area timur Indonesia. Melalui rute konektivitas di

Manado, akan membuka peluang hadirnya bisnis digital seperti *Data Center*, munculnya *start-up*, serta bisnis infrastruktur *cable landing* yang akan memberikan kontribusi pada pendapatan daerah setempat."

CEO Telin Budi Satria Dharma Purba mengatakan, "Selain mendorong pemerataan infrastruktur ekonomi di seluruh Indonesia, gerbang komunikasi internasional Manado juga membuka peluang yang baik untuk menjadikan Manado sebagai konektivitas hub bagi negara-negara sekitar serta memperkuat posisi Telin sebagai operator regional terdepan. Saat ini TelkomGroup melalui Telin juga sedang melakukan inisiatif dengan regional operator untuk membangun SKKL yang menghubungkan Manado dengan negara-negara intra-Asia seperti Hong Kong, Filipina, Malaysia Singapura. Inisiatif Manado sebagai gerbang jalur komunikasi internasional kedua ini selaras dengan visi Telin yaitu *Digital Infrastructure and Platform Partner of Choice for Enterprise and Hyperscaler Growth in Asia-Pacific*."

Keberadaan gerbang komunikasi internasional Manado diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan ekosistem digital di Indonesia demi terwujudnya kedaulatan digital nasional terutama di Kawasan Timur Indonesia, serta untuk mendukung suksesnya pembangunan IKN Nusantara.

Telkom Dukung Universitas Islam Internasional Indonesia Selenggarakan Pendidikan Berstandar Internasional

Sebagai salah satu Proyek Strategis Nasional (PSN) pemerintah di sektor pendidikan, Universitas Islam Internasional Indonesia (UIII) dibangun menjadi perguruan tinggi berstandar internasional yang diharapkan dapat menjadi model pendidikan tinggi Islam terkemuka dunia yang strategis. Untuk itu, dibutuhkan sinergi dari berbagai pihak guna mendukung penyelenggaraan pendidikan yang memiliki keunggulan global.

Plt. Direktur Enterprise & Business Service PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) FM Venusiana R. dan Rektor Universitas Islam Internasional Indonesia (UIII) Prof. Dr. Komaruddin Hidayat melakukan penandatanganan Nota Kesepahaman tentang Penguatan dan Pengembangan Kelembagaan Penyelenggaraan Tridharma Perguruan Tinggi bertempat di Kampus UIII, Depok, Jawa Barat (10/8).

Adapun ruang lingkup Nota Kesepahaman ini meliputi penyediaan, pengelolaan, pemeliharaan, pengembangan fasilitas produk layanan *telecommunication, information, media, edutainment, digital connectivity, digital platform, digital services*, penyelenggaraan kerja sama bidang pendidikan, pengajaran, pelatihan, penelitian, *assessment*, peningkatan kerja sama di bidang IT, serta pengembangan sumber daya lainnya yang memberikan nilai tambah bagi kedua belah pihak.

FM Venusiana dalam sambutannya menyampaikan ucapan terima kasih kepada UIII yang telah mempercayakan Telkom untuk menjadi bagian dari transformasi digital. Sebagai kampus yang baru berdiri pada tahun 2016 melalui Peraturan Presiden yang menjadi satu-satunya kampus PTNBH yang ditetapkan dalam proyek strategis nasional, UIII memiliki berbagai tantangan untuk dapat terus meningkatkan kualitas pembangunan nasional dan daya saing dengan negara lain dengan menghasilkan sumber daya yang berkualitas, sesuai dengan visi UIII: terwujudnya dunia yang lebih baik melalui pendidikan pascasarjana dan riset unggulan.

"Sejalan dengan visi Telkom menjadi *digital telecommunication company*,



kami siap mendukung misi UIII dalam menyelenggarakan pendidikan tingkat pascasarjana yang unggul melalui penyediaan infrastruktur, implementasi *Smart Campus Education*, serta pengembangan digitalisasi kampus dan IT yang lebih efektif, efisien, dan aman," ujar Venusiana.

Hal serupa disampaikan juga oleh Rektor UIII Prof. Dr. Komaruddin Hidayat. "Terima kasih atas dukungan Telkom kepada UIII untuk bersinergi dan bekerja sama dalam penyelenggaraan pendidikan, penelitian dasar dan terapan yang inovatif guna menunjang pembangunan dan pengembangan IPTEK UIII sebagai pusat penelitian dengan keahlian khusus untuk menjawab isu-isu strategis dan tantangan ke depan," ujar Prof. Dr. Komaruddin Hidayat.

Prof. Dr. Komaruddin Hidayat menyampaikan harapannya agar Telkom selalu menjadi pemimpin dalam

mendukung transformasi digital di sektor pendidikan. "Kesiapan IT menjadi komponen penting bagi kami dalam membangun UIII. Selain untuk mengembangkan penelitian yang inovatif dan berkontribusi kepada pengembangan ilmu pengetahuan dan kesejahteraan masyarakat, UIII juga merupakan mimpi kita bersama untuk memajukan kebudayaan Islam Indonesia sebagai salah satu bagian dari peradaban dunia," tutup Prof. Dr. Komaruddin Hidayat.

Semoga melalui kerja sama antara Telkom dan UIII 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 kemajuan sektor pendidikan Indonesia melalui program *Smart Campus* berupa penyediaan solusi layanan ICT yang terintegrasi," tutup Venusiana.

Resmikan neuCentriX Sepaku & Digital Community Center, Telkom Dorong Digitalisasi Kelas Dunia di Kawasan IKN



Dalam rangka mendukung percepatan pengembangan kawasan Ibu Kota Nusantara (IKN) khususnya dalam aspek teknologi informasi dan telekomunikasi, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) menghadirkan Digitalisasi Kawasan Sepaku IKN, yang ditandai dengan peresmian Micro Edge DC neuCentriX serta implementasi infrastruktur dan Digital Community Center Desa Bukit Raya oleh Kepala Otorita Ibu Kota Nusantara Bambang Susantono, Komaris Utama Telkom Bambang Brodjonegoro, dan Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah, pada Kamis (18/8). Turut hadir dalam kegiatan tersebut Komaris Telkom Marcelino Pandin, Komaris Independen Telkom Bono Daru Adji, Direktur Wholesale & International Service Telkom Bogi Witjaksono, dan Direktur Network & IT Solution Telkom Herlan Wijanarko, serta perwakilan dari Dinas Kominfo Provinsi Kalimantan Timur.

Dalam sambutannya, Komaris Utama Telkom Bambang Brodjonegoro mengatakan bahwa membangun IKN ini bukan hanya sekedar memindahkan pusat administrasi pemerintahan tapi tentang bagaimana IKN dapat menjadi *role model* bagi pembangunan kota di seluruh Indonesia. "Salah satu aspek penting dalam pengembangan IKN ini adalah bagaimana pemanfaatan teknologi digital. Peresmian neuCentriX Sepaku dan Desa Digital ini merupakan upaya TelkomGroup untuk mengembangkan digitalisasi. Adanya *data center* ini bukan hanya untuk perusahaan teknologi maupun telekomunikasi, tapi lebih kepada bisa membantu perekonomian lokal melalui UMKM. Karena UMKM masa depan hanya bisa naik kelas kalau masuk ke era digital, salah satunya didukung oleh *digital platform*," ungkap Bambang Brodjonegoro.

Kepala Otorita Ibu Kota Nusantara Bambang Susantono mengapresiasi dukungan digitalisasi yang dilakukan TelkomGroup.

"A thousand miles start with the first step. IKN mengangkat konsep 3D yakni desain, dekabornasi dan digitalisasi. Dengan digitalisasi, IKN ke depannya akan menjadi kota cerdas dengan *intelligent transport system, building smart system, smart energy*, dan berbagai kemudahan digitalisasi untuk melaksanakan aktivitas sehari-hari. Ini baru langkah awal dari langkah-langkah selanjutnya. IKN adalah *city for all* yang menunjukkan semangat keBhinneka-an dan Indonesia sehingga menjadi kewajiban kita semua untuk mengembangkannya," jelas Bambang Susantono.

neuCentriX Sepaku merupakan *micro edge data center* untuk mendukung pengembangan ekosistem digital di kawasan IKN. Data center ini menjadi bagian dari ekosistem data center nasional yang tersebar menjadi 7 klaster di seluruh Indonesia. Untuk pengembangan *Digital Center* di Ibu Kota Nusantara akan didukung oleh klaster 6 mencakup Balikpapan, Banjarmasin, Pontianak dan Sepaku yang nanti mendorong implementasi Program Nasional Deployment IKN. Data center di IKN ini akan terintegrasi ke dalam jaringan Telkom dan Data Center lainnya, juga terhubung dengan kabel bawah laut global di timur dan barat Indonesia untuk mengakomodasi berbagai kebutuhan pelanggan dan pelaku bisnis, termasuk *edge computing, platform* dan layanan digital lainnya. Dengan demikian, diharapkan *Digital Hub Ecosystem* ini akan memberikan manfaat dengan menciptakan aktivitas perekonomian yang tidak lagi terpusat di kota-kota besar, dibatasi oleh jarak, waktu, dan lokasi khususnya bagi daerah rural.

Sementara itu, untuk mengembangkan masyarakat digital dan mengantisipasi terjadinya kesenjangan digital di kawasan IKN nantinya, Telkom mengimplementasikan pemanfaatan infrastruktur dan ekosistem digital untuk masyarakat Sepaku, yang meliputi *Smart Village Nusantara* melalui Sistem Pelayanan Desa, *Monitoring* dan Evaluasi, *Digital Community Center* Desa Bukit Raya, teknologi *Augmented Reality* untuk mendukung promosi produk UMKM di Desa Bukit Raya, *Virtual Tour* Titik Nol IKN dan *3D Design* untuk pengembangan

Kawasan wisata Bukit Bangkirai. Telkom menyadari bahwa penyediaan lingkungan digital harus diikuti dengan pengembangan masyarakat digital yang nantinya mampu mendorong akselerasi ekonomi digital. Untuk peningkatan literasi digital masyarakat yang ada di wilayah Sepaku dan kawasan IKN lainnya menjadi salah satu fokus yang akan didukung perusahaan. Digitalisasi Kawasan Sepaku IKN merupakan wujud nyata komitmen TelkomGroup untuk mendukung digitalisasi dan pengembangannya di kawasan IKN. Bukan sekedar wacana, TelkomGroup secara serius membangun infrastruktur dan *platform* yang dilengkapi ekosistem dengan berbagai layanan digitalnya di kawasan ibu kota baru ini. TelkomGroup juga menyiapkan infrastruktur tahap transisi yang mendukung ketersediaan konektivitas IKN selama masa pengembangan.

Secara umum, penyediaan infrastruktur telekomunikasi yang disediakan TelkomGroup untuk IKN mencakup penyediaan jaringan serat optik dan layanan *fixed broadband*, jaringan nirkabel (seluler 4G/5G, satelit dan Starlink, WiFi-6), serta jaringan *backbone* dan *transport* yang saling terhubung dari IKN hingga *gateway* internasional Batam dan Manado. Pada *domain digital platform*, Telkom fokus pada penyediaan *HyperScale Data Center* yang rencananya akan dibangun di kawasan IKN. Sedangkan pada *digital services*, TelkomGroup fokus pada pengembangan *Smart City* dan *Command Center*.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah mengatakan, "Dengan kekuatan infrastruktur konektivitas dan *platform* yang Telkom Group miliki, kami optimistis dapat mendukung terwujudnya IKN sebagai kota cerdas terhubung langsung melalui jaringan serat optik kecepatan tinggi ke internet global melalui *gateway* Batam dan Manado serta ke seluruh ibukota provinsi dan kabupaten/kota. IKN juga kami yakini menjadi percontohan bagi pengembangan kota-kota lainnya di seluruh Indonesia. TelkomGroup pun berkomitmen, melalui digitalisasi akan terus memberikan kontribusi terbaik untuk menjadikan IKN sebagai Ibu Kota Negara kebanggaan kita semua di mata dunia."



Telkom Jalin Kerja Sama dengan Amazon Web Services untuk Perkuat Posisi sebagai B2B IT Services Provider Terdepan di Indonesia

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) resmi menjalin kemitraan strategis dengan Amazon Web Services (AWS). Hal ini ditandai dengan *kick off partnership* antara kedua belah pihak pada kegiatan AWS Cloud Days 2022 di Hotel Ritz Carlton, Jakarta. Kemitraan strategis ini merupakan upaya Telkom untuk mengakselerasi digitalisasi nasional dan mendukung percepatan solusi dan teknologi *cloud computing* kepada pelaku industri digital seperti *startup*, sektor swasta, BUMN, dan institusi pemerintah.

Sebagai *digital telco* sekaligus pengembang inovasi teknologi di tanah air dengan harapan mendukung terwujudnya kedaulatan digital Indonesia, Telkom menjalin kemitraan dengan AWS Indonesia yang memiliki visi sebagai *the core of digital Indonesia* melalui manusia dan teknologi. Dalam mewujudkan hal tersebut, kedua pihak berkomitmen untuk menyediakan akses teknologi dan solusi *cloud*, membangun pemberdayaan digital ekosistem Indonesia melalui berbagai program keterampilan, dan bersama-sama mengembangkan solusi yang dapat dan mempercepat transformasi digital TelkomGroup.

Sebagai bagian dari pilar inti *go-to-market* (GTM), Telkom menunjuk TelkomSigma sebagai pemimpin B2B Digital IT Services dan pengembang solusi layanan *cloud* TelkomGroup untuk bekerja sama dengan AWS dan mitranya dalam rangka mendukung percepatan solusi berbasis *cloud computing* untuk semua pelaku usaha di Indonesia.

Sebelumnya, Telkom telah menyuntikkan dana sebesar Rp2,59 Triliun kepada TelkomSigma pada April 2022 guna mempercepat kapabilitas dan kapasitas untuk melayani permintaan *cloud* yang berkembang pesat di Indonesia. TelkomSigma telah meningkatkan kapasitas dan kapabilitas *cloud services* dengan kemampuan untuk menyediakan *cloud hybrid* melalui kolaborasi strategis dengan mitra global. TelkomSigma sendiri telah terdaftar sebagai mitra AWS bersertifikat di Indonesia yang memungkinkannya dapat menyediakan layanan *cloud computing* AWS untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kebutuhan penyediaan layanan cloud AWS dari pelanggan melalui TelkomSigma untuk memperoleh layanan *cloud* yang andal dalam melayani kebutuhan transformasi digital mereka. Tentunya ini sejalan dengan visi TelkomSigma sebagai *"The Preferred Digital Transformation Partner."*

"Kemitraan strategis ini diharapkan dapat menyinergikan strategi *go-to-market* kami di mana AWS akan membawa *Cloud Technology Leadership* dan Telkom di sisi lain akan memberikan integrasi solusi pada *cloud*, keamanan siber & konektivitas melalui TelkomSigma. Kami juga berharap kemitraan ini dapat mempercepat implementasi inisiatif strategis perusahaan, serta memastikan TelkomSigma dapat terus memimpin segmen pasar IT B2B di Indonesia," ungkap Budi Setyawan Wijaya selaku Direktur Strategic Portfolio usai *kick off partnership* Telkom dan AWS di Jakarta.

Selanjutnya TelkomSigma juga terus mengembangkan kemampuan untuk mengelola *cloud* dengan AWS melalui peningkatan kemampuan sumber daya manusia ke tingkat yang lebih tinggi. Dalam pelaksanaannya, kemitraan strategis dan pembangunan berkelanjutan ini ditargetkan tercapai pada pertengahan tahun 2023, seiring dengan pertumbuhan bisnis *cloud* yang tumbuh secara berkelanjutan di Indonesia serta diprediksi akan mencapai Rp30,5 Triliun pada tahun 2023.

"Seremoni penandatanganan hari ini dengan Telkom menunjukkan komitmen kami untuk mendukung Indonesia bertransformasi secara digital," kata Gunawan Susanto, Country Manager Indonesia AWS. "AWS tetap fokus untuk mendukung pelanggan dan mitra kami di Indonesia dengan terus membangun komunitas mitra yang kuat, mendukung pelanggan baru menggunakan AWS, memperkenalkan lebih banyak produk dan layanan kepada pelanggan kami, dan membantu membangun kumpulan talenta digital yang kuat di kawasan ini," tambah Gunawan Susanto.

Kerja sama antara Telkom dengan AWS ini merupakan bagian dari upaya Telkom mendukung ekonomi digital Indonesia untuk mencapai visi Indonesia Emas 2045 yang telah dicanangkan oleh Presiden Jokowi.

Perkuat Pasar Global, Telin dan Expereo Umumkan Kemitraan Strategis

PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin), anak perusahaan PT Telkom Indonesia, Tbk (Telkom) yang berfokus pada bisnis telekomunikasi internasional bersama Expereo International B.V. (Expereo), provider global managed Internet dan jaringan hybrid, SD-WAN, serta solusi konektivitas cloud, mengumumkan penandatanganan *Memorandum of Understanding (MoU)* di World Trade Center Amsterdam, dalam rangka kolaborasi untuk mengembangkan strategi *go-to-market* bersama dalam hal penyediaan konektivitas internet dan layanan akselerasi serta optimalisasi *cloud* SD-WAN.

Dengan disaksikan Menteri BUMN Erick Thohir didampingi Duta Besar Indonesia untuk Belanda Mayerfas serta Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah, penandatanganan MoU oleh Chief Executive Officer Telin, Budi Satria Dharma Purba bersama Chief Executive Officer Expereo, Irwin Fouwels berjalan lancar.

Menteri BUMN Erick Thohir menyampaikan, "Kami terus mendorong agar BUMN Go Global. Tentunya dengan kunci kolaborasi. Semoga kerja sama ini bisa mengantarkan Telkom untuk terus memperluas jejak digitalnya ke seluruh dunia."

Kemitraan strategis antara Telin dan Expereo diharapkan dapat menciptakan nilai tambah, harga kompetitif & model komersial, yang berujung pada strategi *go-to market* untuk memungkinkan Expereo menawarkan layanan Telin kepada pelanggan potensial secara global.



Direktur Utama Telkom, Ririek Adriansyah menjelaskan, "Eropa merupakan salah satu fokus perusahaan untuk mengembangkan bisnis ke depan. Bisnis Telin di Belanda berkembang sangat baik dengan pertumbuhan lebih dari 32%. Selain layanan kepada *wholesaler* dan *global carrier operators*, Telin juga memberikan layanan dan solusi kepada segmen *Enterprise*, di antaranya perusahaan Indonesia yang memiliki cabang di luar negeri serta kantor pemerintahan Indonesia seperti Kedutaan Besar. Penandatanganan MoU antara Telin dan Expereo ini merupakan momentum yang baik dalam rangka meningkatkan kapabilitas kedua belah pihak sehingga dapat memberikan layanan terbaik kepada *customer* serta munculnya peluang lain ke depan."

Lebih lanjut, Ririek menyampaikan, "Kolaborasi Telin dengan Expereo diharapkan saling memperkuat kapabilitas serta mempercepat transformasi digital

Indonesia. Lebih jauh lagi, kerjasama ini sangat relevan untuk memungkinkan perkembangan instansi pemerintah dan perusahaan multinasional Indonesia di Eropa & Afrika".

Dalam kesempatan yang sama CEO Telin, Budi menambahkan, "Di era digital saat ini dengan jaringan yang 'selalu aktif', konektivitas yang nyaris sempurna dan tanpa gangguan sangat penting untuk keberlanjutan bisnis. Dengan kolaborasi Telin dan Expereo, kami berharap Telin dapat memberikan solusi SD-WAN terbaik dikelasnya dengan penyediaan konektivitas jaringan dan menyediakan *platform* manajemen satu atap, untuk mendukung mitra kami menjadi lebih efisien dan produktif."

Sementara itu, CEO Expereo Irwin Fouwels, mengatakan, "Sebagai bagian dari percepatan pertumbuhan Expereo ke pasar, penting bagi kami untuk menjalin kemitraan dengan perusahaan seperti Telin, yang berkomitmen untuk mengembangkan kemampuan teknis yang mendalam dan berkomitmen untuk pendekatan yang mengutamakan pelanggan untuk membantu pelanggan mencapai tujuan mereka di era globalisasi yang cepat ini".

Dengan jangkauan global Telin dan Expereo, kedua perusahaan berkomitmen untuk bekerja sama dalam memajukan transformasi digital Indonesia dan melengkapi layanan Telin untuk negara-negara di luar Indonesia.



Agree Perluas Pasar Kopi Indonesia Sampai ke Belanda



Platform digital Agree yang dikembangkan oleh Leap-Telkom Digital (Leap) berhasil menjembatani kerja sama penjualan kopi antara *stakeholder* dari Indonesia dengan para importir yang berada di wilayah Belanda dan sekitarnya, dengan nilai transaksi mencapai angka USD5,6 juta atau lebih dari Rp83 miliar. Hal ini ditandai dengan penandatanganan kerja sama antara PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) dan Roemah Indonesia BV (RIBV), yang turut disaksikan secara langsung oleh Menteri BUMN Republik Indonesia Erick Thohir di Pameran Pasar Kopi bersama Roemah Indonesia BV, Amsterdam beberapa waktu lalu. Dalam pameran yang berlangsung di Posthoornkerk, Amsterdam, Belanda pada awal September 2022 tersebut, Agree berperan sebagai *Data and Information Hub* yang meliputi *product listing*, *traceability*, *cashier*, dan *transaction report*.

Direktur Digital Bisnis Telkom Muhamad Fajrin Rasyid menuturkan bahwa pada pelaksanaan pameran tersebut, Agree bersama RIBV dan PTPN III sebagai inisiator Project Management Kopi (PMO) Kopi

Nusantara membawa beragam jenis sampel kopi yang berasal dari berbagai *supplier* kopi di seluruh Indonesia untuk dicicipi para pengunjung. Selain itu, untuk memberikan kemudahan dan menambah pengetahuan para pengunjung yang mayoritas adalah para importir, informasi terkait kopi Indonesia termasuk proses produksi dapat dilihat menggunakan layanan Agree Partner. "Jadi bisa dilihat siapa petaninya, ditanam di mana, diolah seperti apa, semua info bisa didapat dengan cara *scan QR* yang ada di kemasan kopi," tutur Fajrin.

Lebih lanjut Tim Produk Agree Bayhaqi menerangkan bahwa Agree mengakomodasi semua kebutuhan informasi yang dibutuhkan para importir yang datang. Jika importir sudah menemukan sampel yang tepat dan ingin membeli kopi tersebut dalam jumlah banyak, importir dapat langsung memesan kopi tersebut melalui *platform Agree Market*. "Agree will help you to get the best coffee beans from Indonesia for your business," imbuh Bayhaqi.

Pada kesempatan yang sama, Menteri BUMN RI Erick Thohir turut menjelaskan penjualan ini merupakan inisiasi PMO Kopi Nusantara sebagai proyek gabungan dari berbagai BUMN, perusahaan swasta, dan lembaga riset yang ada di tanah air. Lebih lanjut Erick menjelaskan, peluncuran PMO Kopi Nusantara merupakan inisiatif dari

pemerintah untuk mendukung kebangkitan industri kopi nasional. "PMO Kopi Nusantara menjadi bagian dari program yang memberikan akses untuk finansial, pendampingan, jaminan gagal panen dan pasar. Sebesar 96% dari industri kopi adalah perkebunan rakyat. Maka tujuan akhir kita adalah memberikan kesejahteraan para petani," tegas Erick.

Sementara itu, Ketua PMO Kopi Nusantara Dwi Sutoro menuturkan bahwa sejak diluncurkan pada Januari 2022, PMO Kopi Nusantara telah memiliki *pilot projects* di 6 provinsi di Indonesia, yaitu Jawa Timur, Jawa Barat, Lampung, Sumatera Utara, Sumatera Selatan, dan Aceh, yang mencakup lebih dari 7.000 hektar lahan perkebunan kopi dan melibatkan lebih dari 4.000 petani. Dwi mengungkapkan, kopi yang dibawa di Pameran Pasar Kopi berasal dari 11 daerah di Indonesia, yakni Ijen, Gayo, Mandailing, Karo, Kerinci, Lampung, Java Preanger (meliputi area Garut dan Bandung), Dieng, Bali, Kintamani, Flores, dan Toraja.

Atas pencapaian ini, Telkom melalui *platform Agree* yang mengusung *sustainability food ecosystem*, berupaya terus berperan dalam melakukan digitalisasi ekosistem pangan di Indonesia dengan cara penyediaan *platform* dan *smart farming* yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh *stakeholder* dari hulu ke hilir.



Telkom Genjot Profitabilitas dan Pertumbuhan Berkelanjutan Melalui Lima Strategi Utama

Untuk menggenjot *competitive advantage* demi *sustainability growth* dan mempertahankan posisi pemimpin di industri, Telkom terus mempercepat realisasi lima strategi utama perusahaan. Demikian disampaikan Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom), Heri Supriadi pada *Public Expose Live 2022*. Turut hadir Direktur Strategic Portfolio Telkom Budi Setyawan Wijaya, VP Financial Planning and Analysis Telkomsel Aditya Yulid Sriyadi Raharja, PGS VP Investor Relations Telkom Achmad Faisal, serta VP Corporate Communication Telkom Andri Herawan Sasoko.

Sepanjang Semester I 2022, Telkom membukukan pendapatan konsolidasi sebesar Rp72T atau tumbuh 3,6% dibanding tahun lalu. Telkom mencatat EBITDA dan laba bersih sebesar Rp39,4T dan Rp13,3T. Baik EBITDA maupun laba bersih tumbuh positif masing-masing sebesar 4,5% dan 6,9% YoY. IndiHome dan Telkomsel Digital Business terus menjadi mesin pertumbuhan, dengan pencapaian masing-masing sebesar Rp13,8T atau tumbuh 7,4% YoY dan Rp35,1T atau tumbuh 5,2% YoY. Diversifikasi mesin pertumbuhan serta kolaborasi antara bisnis *mobile* dan *fixed broadband* menjadi upaya untuk mendorong pertumbuhan kinerja dan profitabilitas. Kinerja cemerlang Perseroan juga terlihat dari sisi operasional. Telkom terus mengembangkan infrastruktur, *platform* maupun layanan digitalnya untuk mendukung berbagai aktivitas di setiap segmen dan lapisan masyarakat. Sepanjang 171.654 km serat optik milik Telkom tergelar dengan jaringan akses yang menjangkau hingga 499 Ibukota Kabupaten Kota (IKK).

Infrastruktur ini didukung pula dengan 2 satelit yang memiliki 109 transponder, 255.107 BTS Telkomsel dan 36.787 menara telekomunikasi. Selain itu, Telkom juga memiliki *platform* digital seperti 27 fasilitas DC di antaranya 22 domestik dan 5 luar

negri. Pertumbuhan industri bisnis *digital life & smart platform, enterprise ICT*, dan layanan *broadband* pada 2021 – 2025 mencapai persentase di atas 10%. Untuk itu, Telkom terus fokus pada 3 pilar utama bisnisnya, yakni mengukuhkan *digital connectivity* untuk maksimalisasi arus kas perusahaan, investasi pada *digital platform* dan pengembangan kapabilitas bisnis, dan selektif dalam investasi di *digital services* untuk menangkap peluang bisnis dan *value creation*.

“Kami menjalankan strategi *five bold moves* sebagai upaya Perseroan mendapatkan potensi maksimal dari ketiga pilar bisnis yang dijalankan demi memaksimalkan peluang, meningkatkan daya saing dan *value creation*,” ungkap Heri.

Pertama, strategi *Fixed & Mobile Convergence* (FMC) di mana Telkom terus memperkuat penetrasi pasar, efisiensi biaya dan keunggulan operasi, seiring dengan upaya meningkatkan pengalaman terbaik pelanggan. Sebelumnya, telah dilakukan penandatanganan MoU antara Telkom dan Singtel untuk pengembangan inisiatif FMC dan pengembangan DC regional. Selain itu, juga dilakukan komunikasi intensif dengan *stakeholder* dan penyiapan tim transformasi di lingkungan internal.

Kedua, strategi *Infra Co* merupakan inisiatif Perseroan untuk membuka potensi konsolidasi aset infrastruktur yang dimiliki, mencakup infrastruktur jaringan akses optik dan tower. Setelah diawali dengan IPO Mitratel pada tahun lalu dan langkah akuisisi aset tower diselesaikan, Mitratel menjadi perusahaan tower terbesar dan pemimpin di pasar Asia Tenggara dengan kepemilikan lebih dari 35 ribu tower.

Ketiga, pada strategi *Data Center Co*, Telkom melakukan proses konsolidasi aset dan peningkatan kapasitas bisnis DC. Untuk mempercepat pertumbuhan

bisnis DC, Telkom bekerja sama dengan *hyperscaler* dan juga berkolaborasi dengan Singtel untuk memperluas pasar regional. Selanjutnya Telkom akan melakukan konsolidasi DC domestik dan internasional.

Keempat, inisiatif B2B IT Service yang diawali langkah transformasi baik secara internal maupun eksternal melalui kemitraan dan kolaborasi dengan perusahaan teknologi seperti Microsoft dan AWS. Telkomsigma disiapkan menjadi pemain terdepan B2B IT Service untuk melayani pasar korporasi, BUMN, Pemerintah, dan UMKM.

Terakhir, strategi utama yang akan direalisasikan Telkom adalah mengembangkan perusahaan digital atau DigiCo yang fokus pada segmen bisnis B2B dan B2C. Telkomsel melalui PT Telkomsel Ekosistem Digital mengembangkan portofolio bisnis vertikal di sektor digital, yakni kesehatan (*health-tech*) melalui layanan aplikasi Fita, pendidikan (*edu-tech*) melalui layanan aplikasi Kunci, dan sektor *mobile gaming* melalui anak usaha Majamojo, yang akan memiliki potensi besar dalam mendorong perekonomian digital nasional.

Terkait dengan proyeksi kinerja Telkom tahun buku 2022, Heri meyakinkan bahwa Telkom mempertahankan dan terus berupaya menjadi *market leader* melalui pendapatan yang bertumbuh di kisaran *mid-single digit* dengan tingkat profitabilitas EBITDA yang terjaga. Secara berkelanjutan, Perseroan pun mencari upaya-upaya dalam peningkatan operasional *excellence* dengan digitisasi, digitalisasi, proses bisnis yang ringkas, cepat dan *agile* serta didukung talenta unggulan. Telkom berupaya mengoptimalkan *Capital Expenditure* di sekitar 25% dari total pendapatan dengan penggunaan sebagian besar pada penguatan digital infrastruktur.

Genjot Digitalisasi Ekosistem Pariwisata, Telkom dan InJourney Kembangkan Tourism Collaborative Platform

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk atau Telkom dan PT Aviawi Pariwisata Indonesia (Persero) atau InJourney bekerja sama membangkitkan sektor pariwisata Indonesia, salah satunya melalui akselerasi digitalisasi ekosistem pariwisata yang sejalan dengan program pemerintah dalam mempercepat transformasi digital nasional. Upaya ini ditunjukkan melalui penandatanganan nota kesepahaman atau *memorandum of understanding* antara InJourney dengan Telkom untuk mengembangkan *Tourism Collaborative Platform*. Penandatanganan dilakukan oleh Direktur SDM dan Digital InJourney Herdy Harman dan Plt Direktur Enterprise & Business Service Telkom FM Venusiana di Kantor InJourney, yang terletak di Gedung Sarinah, Jakarta Pusat.

Nota kesepahaman antara InJourney dan Telkom ini mencakup kerja sama terkait layanan pengembangan *Tourism Collaborative Platform* untuk memenuhi kebutuhan teknologi dan layanan telekomunikasi dengan fitur yang dapat memfasilitasi perjalanan wisatawan secara *real time*.

Plt Direktur Enterprise & Business Service Telkom FM Venusiana R mengungkapkan, kolaborasi ini dilakukan dalam rangka mendukung aktivitas pelaku industri pariwisata dan *traveller* secara *end to end*, sehingga para pengusaha wisata dan wisatawan dapat merasakan kemudahan

experience berwisata melalui suatu *platform* yang terintegrasi. "Pengembangan *platform* ini juga disiapkan untuk mendukung kesuksesan acara Presidensi KTT G20 yang akan diselenggarakan pada November mendatang," tambahnya.

Pada kesempatan yang sama, Direktur SDM dan Digital InJourney Herdy Harman mengatakan bahwa, sinergi ini merupakan penggabungan kapabilitas bisnis dari InJourney dan Telkom. "InJourney sebagai Holding BUMN Pariwisata dan Pendukung merupakan ekosistem pariwisata multi sektor yang terdiri atas layanan bandar udara dan kargo, destinasi pariwisata, hotel, hingga manajemen *retail* serta industri kreatif memiliki komitmen besar untuk menciptakan pengembangan *super platform* perjalanan dan pariwisata. Untuk itu, kolaborasi dengan Telkom yang memiliki kapabilitas di bidang jasa layanan teknologi komunikasi dan jaringan telekomunikasi terluas di Indonesia diharapkan mampu menjadi langkah besar kebangkitan sektor aviawi dan pariwisata," jelas Herdy.

Platform hasil sinergi InJourney dan Telkom ini akan menyuguhkan sebuah *Tourism Collaboration Platform* yang memfasilitasi 4 *experience* pariwisata; *Pre-Trip*, *Booking*, *On-Trip*, dan *Post Trip*. Pada *Pre-Trip*, wisatawan sebagai *user* dapat membuat rencana perjalanan melalui *Tourism Hub*, yaitu promosi digital berbasis *big data* di mana *user* dapat mencari info mengenai wisata

yang diinginkan berdasarkan destinasi, pembuatan *itinerary* perjalanan sendiri, serta *virtual tour*.

Lalu, di fase *Booking*, wisatawan dapat melakukan *booking* terhadap objek wisata, akomodasi, transportasi, dan sebagainya yang diinginkan. Setelahnya, saat wisatawan sedang melakukan perjalanan wisata di fase *On-Trip*, wisatawan dapat mencari rekomendasi spot foto yang *instagramable* atau wisata-wisata *hidden gem* lainnya yang ada di daerah wisata sekitar.

Terakhir pada *Post-Trip*, *user* dapat melakukan *rating & review* terhadap pengalaman berwisatanya. *Platform* ini tidak hanya memfasilitasi wisatawan saja, namun juga para pengelola bisnis pariwisata, mulai dari pengelola objek wisata, kuliner, akomodasi, *event*, paket *tour*, *tour guide*, dan lain-lain. Melalui *platform* ini, digitalisasi bisnis pariwisata akan dilakukan untuk para pengelola bisnis pariwisata yang masih beroperasi secara manual dan belum terhubung secara *online*.

Harapannya, *platform Integrated Travel & Tourism* dapat meningkatkan *experience* berwisata baik bagi para wisatawan maupun para pengelola bisnis pariwisata. Selain itu, dengan adanya *platform* ini dapat meningkatkan nilai devisa pariwisata, kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) Pariwisata di Indonesia, serta meningkatkan nilai ekspor produk ekonomi kreatif.





Kolaborasi Antares dan Everynet Perkuat Ekosistem IoT di Indonesia

Akselerasi revolusi industri 4.0 sebagai inisiatif dari pemerintah menjadi rencana strategis untuk mengembangkan berbagai potensi bangsa lewat pemanfaatan teknologi, terutama dengan memaksimalkan penggunaan teknologi *Internet of Things* (IoT). PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) melalui *umbrella brand* Leap-Telkom Digital (Leap) secara aktif turut berkontribusi mempercepat terwujudnya kemajuan tersebut salah satunya melalui kerja sama Antares dengan Everynet selaku perusahaan global sekaligus operator untuk menyediakan jaringan *Long Range Wide Area Network* (LoRaWAN).

Melalui kerja sama tersebut banyak perusahaan di Indonesia dapat menikmati manfaat IoT dari jaringan LoRaWAN nasional untuk berbagai kebutuhan. LoRaWAN juga berperan dalam membuka jaringan untuk area telekomunikasi nirkabel yang menyuguhkan komunikasi jarak jauh dan berdaya rendah.

Direktur Digital Bisnis Telkom Muhamad Fajrin Rasyid menjelaskan bahwa pemanfaatan IoT memberikan kemudahan proses konektivitas sebagai komponen

utama yang membantu perangkat untuk terhubung ke jaringan yang ditentukan.

Melalui IoT, koneksi bisa dilakukan dengan lebih cepat dan juga praktis tanpa menggunakan kabel. "IoT menggunakan teknologi cerdas yang memastikan koneksi jaringan dan perangkat berjalan dengan lancar. Tentunya ini membuat pekerjaan apapun menjadi mudah. Tanpa adanya sebuah hubungan jaringan konektivitas tersebut, IoT tidak akan bisa berfungsi dengan baik," ujar Fajrin.

Sebagai penyedia solusi IoT *end-to-end* dengan biaya murah, kolaborasi Antares dan Everynet menghadirkan jaringan yang telah berkembang pesat. Hingga saat ini cakupan jaringannya sudah mencapai 219 kota yang mewakili 47% dari PDB negara dan akan terus diperluas untuk mencakup tempat-tempat potensial baru. CEO Everynet Lawrence Latham menyampaikan, "Kemitraan antara Everynet dan Telkom terus menjadi hal yang sangat positif berkat peran sentral Telkom di pasar telekomunikasi Indonesia. Banyak perusahaan di Indonesia sudah menikmati manfaat jaringan LoRaWAN nasional sebagai

koneksi yang andal, aman, hemat biaya, dan masa pakai baterai yang lama yang menghubungkan miliaran perangkat ke *cloud*".

Selain itu, masifnya penggunaan jaringan IoT dapat menjadi inisiatif berkelanjutan. Menurut Latham, IoT dapat dimanfaatkan untuk sistem peringatan dini saat banjir dan deteksi dini kebakaran hutan yang diharapkan mampu membantu meminimalisir kerusakan dan melindungi lingkungan. "Kami berharap dapat memberikan solusi yang bermanfaat ke lebih banyak organisasi di seluruh Indonesia untuk mendorong transformasi digital dan keberlanjutan," tegas Latham.

Ke depannya, pasar IoT di Indonesia diperkirakan masih akan semakin berkembang dan menjadi salah satu ekosistem yang sangat potensial di Indonesia. Untuk itu, Telkom berencana mengembangkan *Center of Excellence* untuk *Research and Development* IoT di Indonesia dan membuka kolaborasi guna memperkuat *coverage*, *capability*, serta *capacity* bersama.

Jadikan Generasi Melek Digital untuk Ekonomi Indonesia yang Lebih Kuat

Pada 8 September lalu kembali diperingati sebagai Hari Literasi Sedunia. Sebagaimana yang diproklamirkan oleh UNESCO pada tahun 1966, Hari Literasi Sedunia bertujuan untuk mengingat pentingnya literasi bagi individu, komunitas dan masyarakat, dan perlunya upaya intensif menuju masyarakat yang lebih melek huruf. Kini, seiring dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat diiringi dengan pola hidup masyarakat yang turut berubah, literasi dipandang tidak hanya sekedar melek huruf namun lebih kepada melek dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital untuk berbagai aktivitas.

Sebagai perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) memiliki tanggung jawab untuk mendukung digitalisasi di Indonesia melalui penyediaan infrastruktur, platform, dan layanan digital.

Menteri BUMN Republik Indonesia, Erick Thohir mengatakan, "Pembangunan ekonomi digital Indonesia akan menjadi elemen penting dari target pertumbuhan dengan potensi mencapai Rp4.500 triliun yang jauh lebih cepat 8 kali dari pertumbuhan GDP negara. Sementara itu, saat ini BUMN di Indonesia baru memiliki total 1% *digital talent*, sedangkan minimal total yang dibutuhkan adalah 20%.

Untuk itu, Telkom dan Telkomsel sebagai perusahaan telekomunikasi digital harus menjadi tulang punggung ekonomi digital Indonesia dengan berbagai inovasinya. Karena dengan terus berinovasi, ekosistem digital Indonesia bisa dimiliki kembali oleh negeri."

Sejak awal perjalanan transformasi di bawah kepemimpinan Erick Thohir, Telkom secara kontinyu terus fokus pada bisnis digital dan menjadi perusahaan telekomunikasi terbesar di Asia Tenggara. Langkah transformasi di bisnis digital ini sejalan dengan misi Pemerintah Indonesia terkait pemerataan akses digital di seluruh pelosok Indonesia. Hingga Juni 2022, Telkom telah membantu menghadirkan berbagai infrastruktur seperti 171.654 kilometer kabel *fiber optic* yang membentang di sepanjang Nusantara dan 255.107 *Base*

Trasceiver Station (BTS), yang melayani 8,9 juta pelanggan IndiHome dan 169,7 juta pelanggan Telkomsel yang terhubung dengan dunia melalui sambungan internet.

Untuk mencapai kedaulatan digital tersebut, setidaknya ada tiga ranah yang harus diciptakan yaitu lingkungan, masyarakat, dan ekonomi digital. Lingkungan digital salah satunya bisa diciptakan melalui pemenuhan kebutuhan infrastruktur telekomunikasi yang merata. Berdasarkan data Kementerian Keuangan, sejak 2019 hingga 2022 investasi APBN untuk pembangunan infrastruktur digital telah mencapai Rp75 triliun.

Dalam pembangunan kedaulatan digital, literasi dan inklusi digital masyarakat harus terus ditingkatkan demi menambah kualitas digitalisasi dan mendukung langkah transformasi digital Indonesia. Transformasi digital menjadi salah satu agenda prioritas yang dibahas dalam agenda Presidensi G20 Indonesia. Telkom secara aktif turut serta dalam berbagai agenda G20, khususnya yang terkait digitalisasi. Bahkan Direktur Utama Telkom, Ririek Adriansyah mendapat amanat sebagai *Chairman B20 Task Force Digitalization*.

Mengacu data Kementerian Komunikasi dan Informatika, indeks literasi digital Indonesia ada di angka 3,49 dari rentang 0-5. Ini menandakan tingkat literasi digital masyarakat kian matang dan siap menjadi modal kuat untuk bersaing di *era society* 5.0. Upaya membentuk masyarakat digital yang tangguh telah dilakukan Telkom melalui penyediaan berbagai produk dan layanan.

Melalui kolaborasi dengan berbagai pihak dan BUMN, Telkom berupaya meningkatkan literasi digital melalui pengembangan aplikasi PeduliLindungi, pelaksanaan pendampingan melalui Rumah BUMN, penyediaan sarana inkubasi Amoeba dan Indigo, serta berbagai upaya lain.

Selanjutnya lingkungan dan masyarakat digital tersebut bisa mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi digital yang kuat. Melalui digitalisasi, taraf kehidupan masyarakat dapat semakin meningkat dan berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut

laporan Google, Temasek, dan Bain & Company, pada 2021 lalu nilai transaksi digital yang terjadi di sektor *e-commerce* Indonesia mencapai Rp1.000 triliun atau US\$70 miliar. Angka ini diprediksi akan terus meningkat hingga US\$146 miliar pada 2025. Untuk menyokong pertumbuhan ekonomi digital, berbagai produk dan layanan dibutuhkan masyarakat dan pelaku usaha.

Karena itu, Telkom telah menghadirkan sejumlah solusi seperti PaDi UMKM (UMKM), Agree (pertanian dan perikanan), Logee (Logistik), BigBox (Satu Data Indonesia), MySooltan, dan banyak layanan digital lainnya.

Telkom memiliki tiga misi untuk membantu perusahaan mewujudkan visi tersebut. Pertama, mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomi, dan dapat diakses semua kalangan. Kedua, mengembangkan talenta digital untuk mendorong kemampuan serta tingkat adopsi digital masyarakat. Ketiga, memimpin pembentukan ekosistem digital yang memberi pengalaman terbaik bagi pengguna.

"Masa depan Indonesia akan tergantung pada seberapa mampu negara ini mengoptimalkan kekayaan dan potensinya di ranah digital. Dengan talenta terbaik, teknologi mumpuni, dan ekosistem bisnis yang kuat, Indonesia bisa menjadi pelaku utama ekonomi di regional bahkan dunia dalam beberapa tahun ke depan. Telkom akan berdiri bersama masyarakat dan pemerintah Indonesia untuk mewujudkan cita-cita tersebut," tutup Ririek.



BATIC 2022 TelkomGroup

Perkuat Ekosistem Konektivitas Indo-Pasifik Menjadi Regional Digital Hub

Rangkaian konferensi internasional Bali Annual Telkom International Conference (BATIC) 2022 resmi dibuka hari ini, (21/9) di Nusa Dua, Bali. BATIC 2022 dibuka oleh Komisariss Telkom Marcelino Pandin, Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah, Direktur Wholesale & International Service Telkom Bogi Witjaksono, dan CEO Telin Budi Satria Dharma Purba. Setelah vakum selama dua tahun akibat pandemi, BATIC kembali hadir dan memiliki potensi sebagai ajang *showcase* dan kolaborasi untuk akselerasi transformasi digital Indonesia yang menjawab evolusi dunia telekomunikasi.

Mengusung tema “*Reconnecting Regions, Reviving Digital Ecosystem*”, tahun ini Batic menekankan peran strategis posisi Indo-Pacific sebagai hub konektivitas dan digital, sehingga diperlukan pembangunan ekosistem yang memadai dan menyeluruh untuk mewujudkan ini.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah memaparkan tentang digitalisasi yang menjadi faktor utama penggerak perekonomian dunia dan peran TelkomGroup dalam mendorong digitalisasi Indonesia. “Transformasi digital menjadi aspek yang krusial untuk meningkatkan daya saing nasional lintas ekonomi, pemerintah dan masyarakat. Dalam memperkuat digitalisasi nasional, Indonesia harus bergerak, tidak lagi hanya sebagai konsumen dari teknologi tapi mulai membangun industri digital lokal yang akan menjadi *enabler* digitalisasi berbagai industri vertikal. Dan TelkomGroup berkomitmen untuk mewujudkan digitalisasi tersebut melalui penyediaan infrastruktur digital yang menjangkau seluruh Indonesia bahkan ke mancanegara,” kata Ririek.



Ririek menjelaskan bahwa Telkom secara berkelanjutan telah dan akan terus berkontribusi dalam mendukung agenda nasional pemerintah. “Kami sangat terbuka untuk berkolaborasi dengan banyak *partner* strategis yang akan mendukung langkah transformasi perusahaan dan bersama membangun digitalisasi Indonesia,” ungkap Ririek.

Menurut Ririek, *digital economy* Indonesia sejauh ini telah tumbuh lebih tinggi dari negara-negara ASEAN dan Indonesia terus mempercepat transformasi digital untuk meningkatkan daya saing. Peranan digitalisasi ekonomi menjadi penting karena dipastikan menjadi peluru perak (*silver bullet*) untuk pencapaian seluruh 17 sasaran SDG pada 2030. Apalagi pertumbuhan ekonomi digital telah menyumbang 15,5% dari PDB global, tumbuh 2,5 Kali lebih cepat dari pertumbuhan PDB dunia selama 15 tahun terakhir.

“Beberapa negara juga telah mengembangkan strategi digital nasionalnya untuk memperkuat daya saing perekonomiannya seperti India, Tiongkok, Brasil, Uni Eropa, dan Swiss,” jelasnya. Ekonomi digital Indonesia diperkirakan tumbuh dari Rp 632 triliun tahun 2020 menjadi Rp 4.531 triliun pada tahun 2030 atau tumbuh 8 kali lipat. Laju PDB nasional tumbuh 1,5 Kali lipat dari Rp 15.400 triliun menjadi Rp 24.000 triliun, yang dimotori oleh ekonomi digital. Dibandingkan kawasan ASEAN, ekonomi digital akan mencapai USD 323,6 miliar pada tahun 2030, terbesar di antara negara-negara ASEAN. Selain itu, menurut Ririek, dalam 6 tahun terakhir, indeks daya saing digital Indonesia sejauh ini telah naik 7 peringkat. Demikian juga dengan *indeks network readiness* yang naik 13 peringkat.

Untuk mewujudkan hal ini, Ririek mengatakan, Indonesia telah dan harus mempercepat transformasi ekonomi digitalnya untuk memperkuat daya saingnya. Kedua, agar dapat menjadi ekonomi yang unggul (*leading economy*), Indonesia harus bertransformasi dari negara konsumen menjadi produsen teknologi melalui pengembangan *research & design*,

manufaktur ICT, dan pengembangan *software* serta memperkuat konektivitas.

TelkomGroup, lanjut Ririek, telah dan terus berkontribusi terhadap agenda digital nasional melalui agresif investasi pada infrastruktur konektivitas, pengembangan aplikasi PeduliLindungi yang memiliki 100 juta pengguna, membuat *platform* Satu Data Indonesia, mengembangkan *platform* pendidikan Pijar dengan 1 juta *monthly active users/MAU*, dan *data center* berkapasitas 40 MW.

Selain itu, TelkomGroup mengembangkan *digital services*, *digital platform*, dan *digital connectivity* untuk memperkuat transformasi digital gaya hidup, pemerintahan, dan perusahaan.

Telkom berkontribusi terhadap agenda pengembangan digital nasional melalui infrastruktur yang telah dimiliki yakni 171.654 km Jaringan *fiber optic*, 109 *transponder*, 255.107 BTS, dan 36.787 *unit tower*.

Di kesempatan yang sama, Direktur Wholesale & International Business Telkom Bogi Witjaksono juga menyampaikan terkait adanya adopsi digital di Indonesia yang sangat luar biasa. Ia mengatakan bahwa tercatat total pengguna internet mencapai 204,7 juta atau 73,7% dari total populasi, kemudian ada 370,1 juta pengguna selular, dan 191,4 juta pengguna aktif media sosial. Selain itu, sebanyak 94,1% pengakses internet menggunakan telepon selular dan 40,2 juta pengakses *content provider*.

TelkomGroup, lanjut Bogi, melihat tren ke depan pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia akan didorong oleh *content providers* dan *hyperscale* dan mereka membutuhkan akses *bandwidth* internasional yang besar serta *data center*. Melihat hal ini, TelkomGroup sudah sedari awal mengembangkan dan membangun jaringan Sistem Komunikasi Kabel Laut (SKKL) alternatif. Tujuannya agar memindahkan beban akses jaringan dari wilayah Barat ke Timur Indonesia, selain untuk memitigasi jika ada gangguan jaringan *gateway* di wilayah Barat.

“Besarnya pengguna digital di Indonesia ini akan membuat penggerak *traffic* data akan berasal dari *content providers*. Belanja akan terus meningkat dan yang terpenting adalah bagaimana menyeimbangkan pengalaman pengguna dengan belanja investasi,” jelas Bogi Witjaksono. Selanjutnya adalah bagaimana membangun ekosistem digital dan mengembangkan para pelaku *content providers* nasional ke depannya. Sementara agar ada ketertarikan investasi dari penyedia *content providers* ke Indonesia, perlu ada netralitas, kemudian ada penyedia konektivitas, dan *hyper scale data center*.

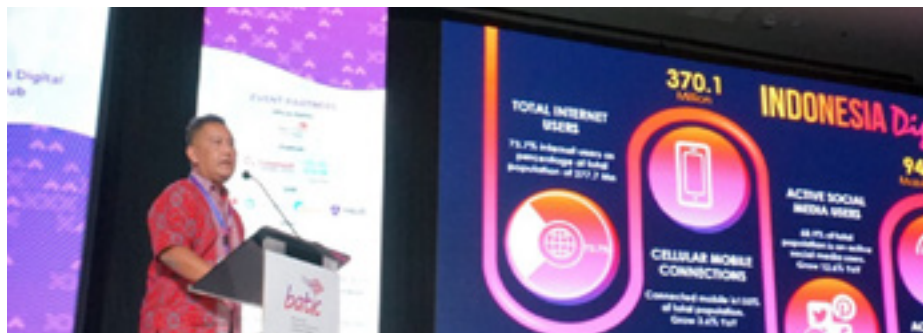
Hal inilah yang sedang dan telah dilakukan oleh TelkomGroup, yakni membangun konektivitas yang *seamless* dan rendah latensi, menghubungkan ekosistem digital domestik ke global, dan memperkuat ASEAN sebagai hub strategis melalui sistem kabel laut yang melintasi seluruh sepuluh negara-negara ASEAN.

“Dengan dijadikannya Manado sebagai jaringan komunikasi *gateway* kedua dan hub kabel bawah laut, maka dapat menghubungkan Indonesia dengan *global content providers*, serta memperbaiki latensi dan kinerja kualitas jaringan ke Amerika Serikat dan Hong Kong sebesar 43%. Selain menyeimbangkan dan mendiversitaskan *traffic* dari wilayah Barat dan Timur Indonesia,” jelas Bogi.

Selain itu, inter *gateway* antara Batam-Manado dan inter-POP Jakarta-Surabaya akan memuat jaringan terkoneksi secara mulus serta akan menumbuhkembangkan secara pesat dan membuat konektivitas stabil melewati Ibukota Negara Nusantara yang memiliki rute yang berbeda dengan Manado dan Batam *gateway*.

“Dengan infrastruktur, *eyeball* dan *platform digital* yang andal, Telkom optimistis dapat memperkuat konektivitas di wilayah Indo-Pacific dan jadikan Indonesia sebagai digital hub baru di Asia Tenggara,” ujar Bogi.

Sementara untuk *data center*, TelkomGroup telah membentuk anak usaha NeutraDC agar dapat menjadi pemain terdepan dalam bisnis *data center* di Indonesia. Ekspansi *data center* baik domestik maupun internasional akan terus dilakukan TelkomGroup dengan proyeksi dapat memiliki 400 MW kapasitas hingga tahun 2030.



Saat ini, Telkom telah memiliki tiga *data center*, yakni di Serpong berkapasitas 8,21 MW, Sentul sebesar 5,3 MW, dan Surabaya sebesar 2,52 MW. Telkom juga memiliki *data center hyper scale* di Cikarang berkapasitas 48 MW, kemudian *data center* internasional di Singapura sebesar 16 MW, Hong Kong 1 MW, dan Timor Leste 0,5 MW. “Pesatnya pertumbuhan penetrasi internet di Asia akan mendorong lonjakan permintaan *data center*. Permintaan *data center* di Indonesia akan mencapai US\$ 7 miliar pada tahun 2026 dengan 18% CAGR sepanjang periode 2021-2026,” jelas Bogi.

Meski memiliki potensi yang besar, tantangan untuk mengembangkan ekosistem digital Indo-Pasifik membutuhkan investasi yang besar dalam membangun jaringan kabel bawah laut dan *data center*, pemilihan mitra yang tepat, dan menentukan lokasi yang tepat untuk *data center* baru dan sumber energi ramah lingkungan. “Kolaborasi untuk pertumbuhan dibutuhkan untuk membangun ekosistem digital konektivitas di Indo-Pasifik ini,” kata Bogi Witjaksono.

Sementara itu, CEO Telin Budi Satria Dharma Purba selaku *host* BATIC 2022 sangat antusias menerima hampir 600 peserta dari 200 perusahaan di berbagai negara. “BATIC didesain sebagai sarana *networking* para pelaku bisnis industri telco, *technology*

owner dan pemain di bisnis digital dari perusahaan ternama dari seluruh dunia. *Event* ini diadakan sebagai wujud kontribusi Telin kepada industri telekomunikasi digital,” jelas Budi Satria.

Senior Managing Director Delta Partners Sam Evans mengapresiasi *event* BATIC 2022 sebagai *event* yang sangat baik, karena dapat menjadi forum penghubung para pelaku ICT di kawasan Asia Pasifik. “Konferensi BATIC 2022 telah dipersiapkan untuk memfasilitasi *networking* yang berkualitas dengan dipadukan nuansa budaya Indonesia. Pengalaman yang sangat mengesankan dibandingkan tempat-tempat lain,” jelas dia.

Sam Evans menilai peranan infrastruktur digital di Asia Pasifik akan terus meningkat secara drastis, dengan fokus pada layanan digital pasca-Covid 19, dimana pembangunan sosial ekonomi akan mendorong investasi di sektor jaringan infrastruktur, *platform*, *data center* dan aplikasi. Harapan konsumen terhadap konten yang berkualitas akan terus meningkat seiring perangkat yang terus mendukung HD dan UHD dan para korporasi akan bermigrasi ke *cloud*. “Ini semuanya membutuhkan infrastruktur digital sebagai pondasinya,” tegas Evans.

Telkom Unjuk Keunggulan Ekosistem Digital di SOE International Conference 2022

Menghadapi era digital yang kian berkembang pesat, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) terus berupaya untuk bertransformasi menjadi digital telco kelas dunia yang dapat selalu beradaptasi dengan berbagai situasi, tantangan, dan kondisi pasar. Percepatan adopsi digital dalam negeri juga semakin terasa pada beragam sektor vertikal mencakup logistik, perawatan kesehatan, pendidikan, pertanian, dan layanan keuangan yang saat ini sudah banyak memanfaatkan layanan digital. Untuk itu Telkom menghadirkan digitalisasi di berbagai sektor untuk memberikan kemudahan dan solusi bagi segala kebutuhan masyarakat.

Sebagai BUMN telekomunikasi yang tengah fokus bertransformasi, Telkom mendapatkan amanat untuk menjadi lokomotif digitalisasi yang mampu mendorong perkembangan ekosistem digital di Indonesia. "Telkom memiliki tanggung jawab dan berkomitmen untuk mendukung digitalisasi. Kami membangun infrastruktur dan menyediakan konektivitas di seluruh negeri, dilengkapi dengan *platform* dan berbagai layanan digital," ungkap Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah melalui sesi wawancara bersama SEA Today pada acara SOE International Conference 2022 yang digelar di Nusa Dua, Bali.

Langkah transformasi yang dilakukan Telkom dinilai telah berhasil dalam mendukung pemerintah dalam misi mendigitalisasikan bangsa melalui beragam *platform* dan layanan digital. Salah satu keberhasilan terbesar Telkom hingga saat ini adalah pengembangan aplikasi PeduliLindungi untuk mendukung pemerintah dalam menyukseskan penanganan pandemi Covid-19 di Indonesia. Hingga saat ini aplikasi PeduliLindungi menjadi salah satu aplikasi digital dengan jumlah pengguna terbesar.

Hal ini juga dibenarkan oleh Wakil Menteri BUMN II Kartika Wirjoatmodjo pada kesempatan diskusi panel dengan tema *Economic Transformation through Digitalization: Impact to Nation's Trade and Investment*. Kartika mengatakan bahwa PeduliLindungi menjadi salah satu aplikasi digital terdepan yang fokus pada fungsi *tracking* dan *tracing* yang sangat bermanfaat dalam menangani puncak pandemi Covid. PeduliLindungi juga memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses layanan *telemedicine* sehingga saat ini *telemedicine* menjadi solusi terbaik bagi masyarakat dalam mengakses layanan kesehatan dan berbagai kebutuhan dalam satu aplikasi. "Saat ini kami tengah berdiskusi mengkaji peluang utilisasi aplikasi PeduliLindungi pasca pandemi,

yang memungkinkan menjadi *apps Government to People*," ungkap Wakil Menteri BUMN II Kartika Wirjoatmodjo

Hingga saat ini, Telkom fokus menggarap kompetensi dan kapabilitasnya di bisnis digital melalui tiga pilar utama, yakni *digital connectivity*, *digital platform*, dan *digital services*. Lapisan dasar bisnis Telkom adalah konektivitas digital, dengan memiliki Telkomsel dan IndiHome yang menguasai pangsa pasar yang telah melayani lebih dari 80% pelanggan seluruh Indonesia. Selain itu, Telkom juga memiliki infrastruktur serat optik, menara telekomunikasi hingga satelit yang mumpuni dan menjangkau hingga wilayah pelosok. Lapisan kedua di atas konektivitas digital adalah *platform* digital. Kini Telkom telah memiliki beragam *platform* untuk dimanfaatkan pada berbagai sektor seperti *data center*, *cloud computing*, *Big Data* dengan *platform* Big box, IoT dengan *platform* Antares, Ads dengan *platform* Tadex, serta *payment digital* LinkAja.

Selanjutnya, Telkom memiliki lapisan *digital services* dengan tujuan memberikan beragam solusi digital bagi seluruh lapisan masyarakat, di antaranya sektor pendidikan melalui Pijar, sektor pertanian dengan Agree, sektor logistik dengan Logee, sektor perdagangan dan UMKM melalui PaDi UMKM, serta beragam layanan hiburan. Untuk semakin membangun keunggulan kompetitif perusahaan, Telkom telah mencanangkan lima strategi utama yang dikenal dengan strategi *Five Bold Moves*. Strategi ini dibentuk untuk mencapai tujuan jangka panjang yang dapat memberikan penciptaan nilai yang optimal bagi para pemangku kepentingan dan masyarakat.

Lebih lanjut Ririek menyampaikan bahwa Telkom akan terus bertransformasi mengikuti arus perubahan pasar dan membidik potensi digital kedepan. "Dalam lima tahun ke depan ekonomi digital akan meningkat sangat pesat dan semakin banyak orang yang menggunakan digitalisasi. Telkom siap mendigitalkan bangsa dengan adopsi digital yang lebih baik di Indonesia. Harapannya, bisnis digital Telkom menjadi mitra utama pemerintah





dalam membangun solusi digital bagi masyarakat. Kita sudah tahu bahwa solusi digital telah terbukti menyelesaikan beberapa masalah sosial, seperti pandemi Covid-19 dan pemerintahan. Program bantuan sosial juga tak lepas dari prioritas utama Telkom dalam memberikan kebermanfaatannya yang lebih bagi masyarakat,” pungkaskan Ririek.

Ketiga pilar utama bisnis yang dijalankan Telkom turut didemonstrasikan pada acara SOE International Conference 2022. Telkom juga melaksanakan *business matching*, *investor talk*, dan *corporate day* dengan para calon investor. Sebagai *side event* dari G20, SOE International Conference 2022 berlangsung pada Senin hingga Selasa, 17-18 Oktober 2022 di Bali Nusa Dua Convention Center. Acara dibuka oleh Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Luhut B. Pandjaitan ini dihadiri juga oleh mantan Perdana Menteri Inggris Tony Blair, Menteri BUMN Erick Thohir, Wakil Menteri BUMN I Pahala Mansury, dan Wakil Menteri BUMN II Kartika Wirjoatmodjo, serta jajaran direksi BUMN. Dalam kesempatan itu, Wakil Presiden Ma'ruf Amin secara daring meluncurkan program Indonesia Water Fund (IWF) sebagai upaya untuk memperbaiki akses air bersih bagi seluruh rakyat Indonesia.

Dalam serangkaian acara SOE International Conference 2022, Telkom juga unjuk kebolehan dan keunggulan ekosistem digital yang dimilikinya pada *booth Digital Ecosystem Zone* di *event* SOE International Conference 2022, Nusa Dua, Bali. Direktur Consumer Service sekaligus Plt Direktur Enterprise & Business Service Telkom

FM Venusiana berkesempatan memaparkan dukungan digitalisasi yang Telkom berikan untuk Indonesia di depan Menteri Koordinator Kemaritiman dan Investasi Luhut Binsar Pandjaitan, Menteri BUMN Erick Thohir, dan Mantan Perdana

Menteri Inggris Tony Blair. Pada waktu yang sama, juga didemokan *5G Artificial Intelligence (AI) Robot*.

Mengangkat tema *Economic Transformation through Digitalization: Empowering Society to Accelerate Digital Economy*, Telkom membawa tiga narasi besar dukungan untuk mengakselerasi terwujudnya kedaulatan digital, yakni lingkungan digital, masyarakat digital, dan ekonomi digital. Telkom memperlihatkan bagaimana potensi transformasi ekosistem digital dan kapabilitas BUMN, khususnya Telkom dalam mendukung pengembangan hal tersebut.

Pada lingkungan digital, Telkom membawa semangat dan komitmen perusahaan menyediakan infrastruktur telekomunikasi di seluruh Indonesia hingga wilayah 3T dan mancanegara, seperti *fiber optic*, layanan *fixed* dan *mobile broadband*, sistem komunikasi kabel laut internasional, dan satelit. Saat ini layanan IndiHome telah menjangkau 499 IKK dan Telkomsel lebih dari 98% populasi.

Untuk masyarakat dan ekonomi digital, Telkom menampilkan *platform* dan layanan digital yang memberikan kemudahan bagi berbagai lapisan masyarakat, baik personal, UMKM hingga korporasi. Adapun beberapa produk unggulan yang disajikan adalah PaDi UMKM, BigBox, Agree, Logee, Pijar, dan lainnya. Ketiga aspek penting ini dikemas dalam format video, demo produk dan maket proyeksi.

“Ini adalah bentuk nyata dari implementasi digitalisasi Indonesia. TelkomGroup ingin

memperlihatkan kepada publik dunia bahwa Indonesia adalah negara yang besar, tidak hanya dari potensi ekonomi digitalnya yang akan terus berkembang, tapi juga dari sumber daya khususnya BUMN melalui berbagai inovasi dan transformasi yang dilahirkan,” ungkap SVP Corporate Communication & Investor Relation Telkom Ahmad Reza.

metaNesia *Experience Center* pun turut hadir dalam expo ini. metaNesia, dunia virtual yang menjadi penghubung ekonomi digital Indonesia milik Telkom ini hadir untuk memberikan pengalaman terkini melalui dunia Metaverse yang dapat dimanfaatkan untuk pasar yang masif. metaNesia dapat membantu membangun solusi bisnis dengan cara-cara kreatif yang baru dan khas sehingga para pelaku usaha dapat membangun komunikasi yang lebih mendalam dengan *target audiens*, menciptakan ekonomi digital bagi bisnisnya, dan membangun dampak yang relevan dan berharga bagi audiensnya. Saat ini, metaNesia didukung *smartereye.id* yang sudah berpengalaman dalam mengembangkan *augmented reality* dan *virtual reality*.

Tak ketinggalan, berbagai skenario implementasi 5G (*use-cases*) milik Telkomsel pun turut ditunjukkan, seperti 5G *Smart Mining (5G in The Box, 5G Connected Worker, 5G Computer Vision)* dan 5G *Artificial Intelligence (AI) Robot*. Untuk *use-case* utama, Telkomsel mengusung beberapa teknologi dalam skenario 5G *Smart Mining*, yakni 5G *in The Box, 5G Connected Worker*, dan 5G *Computer Vision*. Teknologi 5G *Smart Mining* tersebut membuka peluang besar terhadap transformasi digital serta peningkatan produktivitas dan efisiensi operasional perusahaan, seperti pada implementasi untuk industri pertambangan bersama PT Freeport Indonesia dan MIND ID melalui penerapan 5G *Underground Smart Mining* pertama di Indonesia pada September 2022 lalu. Selain 5G *Smart Mining*, Telkomsel juga menghadirkan *use-case* 5G AI Robot, sebuah robot dengan kemampuan menyerupai manusia.



Dunia Telkom Metaverse, Perkembangan Internet 1.0 hingga 4.0 dan Sejauh Mana Persiapan Telkom?

Telkom sedang mempersiapkan sebuah dunia meta yang akan membawa perubahan dalam dunia digital.

Seperti sebuah perubahan yang merupakan keniscayaan, keberadaan metaverse yang dibangun Telkom tidak sekedar 'ada' saja, melainkan disiapkan untuk memberi kebermanfaatannya luas bagi kehidupan masyarakat kedepannya. Persis seperti halnya produk-produk digital yang dihadirkan Telkom senantiasa bersifat solutif.

"Kalau tidak ada manfaatnya ya menurut saya metaverse hanya sekedar mimpi yang tidak bisa kita realisasikan," begitu kata Ery Puncta Hendraswara, Deputy EVP Digital Technology & Platform Business - Divisi Digital Business & Technology PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.

Dunia meta yang dibangun Telkom bersifat *platform* sehingga nantinya pengisi dalam dunia tersebut akan terbuka bagi berbagai pihak. Ibarat sebuah 'mal' yang dihidupkan dengan ragam etalase yang gegap gempita, meriah dan menarik pengunjung untuk betah berlama-lama, tentu juga akan menciptakan peluang ekonomi yang tidak kecil. Sekali lagi, siapapun berhak untuk bergabung ke dalam dunia virtual yang sebentar lagi akan *launching* ini!

Buktinya, antusias telah datang dari berbagai pihak di antaranya telah terjadi penandatanganan nota kesepahaman dengan PBESI (Pengurus Besar Esport Indonesia), Honda, Perhutani dan Biofarma selaku *partner* yang akan bergabung dalam *launching* Telkom Metaverse Ecosystem yang akan dilaksanakan 31 Juli 2022 di Istora Senayan, Jakarta.

Ery menjelaskan jika berbicara mengenai digital, tentulah berbicara mengenai sesuatu yang memberikan manfaat. Manfaat yang dimaksud tidak hanya bagi Telkom semata, melainkan bagi siapapun yang bergabung ke dalam ekosistem metaverse Telkom nantinya. Menurut Ery, metaverse yang sedang disiapkan Telkom saat ini masih berada dalam fase awal, pun demikian yang terjadi di global. Seperti halnya jika menilik perjalanan internet, Ery memberi perumpamaan jika keberadaan metaverse saat ini bisa disamakan dengan kondisi internet sebelum memasuki era web 1.0.

Perkembangan Internet Web 1.0 hingga 4.0

Internet semula seperti sekumpulan jaringan-jaringan satu kompleks yang berdiri sendiri dan terpisah-pisah.

Hingga kemudian muncul inisiasi untuk menyatukan atau menyambungkannya antar kompleks, antar daerah, yang semula hanya melakukan pertukaran informasi, perlahan beranjak pada pertukaran data meskipun saat itu masih sangat sedikit.

"Dimulai dari Kementerian Pertahanan Amerika yang pertama kali memunculkan jaringan yang sebelumnya terpisah-pisah menjadi satu jaringan yang memiliki standar dengan satu protokol yang sama. Nah dari situ lah mulai dimungkinkan yang tadinya hanya terkumpul di suatu lokasi tertentu, milik suatu institusi tertentu, menjadi saling terhubung dan kita bisa melakukan *sharing* informasi. Inilah jamannya web 1.0 di mana web untuk pertama kalinya diperkenalkan," terang Ery.

Web 1.0 secara umum dikembangkan untuk mengakses informasi dan memiliki sifat yang sedikit interaktif. Sifatnya adalah 'membaca', pada Web 1.0 aktivitas kebanyakan hanya sekedar browsing untuk mencari informasi tertentu. "Awalnya kita hanya bisa mendapat informasi dari internet tersebut, kemudian muncul kepikiran pada waktu itu, dengan internet bukan mustahil kegiatan orang-orang yang tadinya harus dilakukan di kantor atau *outlet*, berubah dengan melakukan registrasi atau mengisi *form* cukup secara *online*. Di situlah mulai terjadi digitalisasi untuk proses-proses yang tadinya dilakukan secara manual, tatap muka sampai akhirnya bisa dilakukan secara elektronik".

Kemudian masuklah era website atau disebut Web 2.0. yang mulai dikembangkan sekira tahun 2004. Web 2.0 merupakan teknologi web yang menyatukan teknologi-teknologi yang dimiliki dalam membangun web, gabungan dari HTML, CSS, JavaScript, XML dan tentu saja AJAX, di mana kriteria utama website adalah berisi kolaborasi di mana isi utama website adalah pengunjung website itu sendiri, bukan dari pemilik atau penyelenggara website.

"Semua bilang kita bisa mengembangkan bisnis besar, muncullah .com company sampai seterusnya muncul web 2.0 di mana kita memasuki era *user generated content*, yaitu satu orang bisa memiliki pengikut. Dia bisa punya satu konten dan diikuti oleh orang yang lainnya," tambah Ery.

Ery menjelaskan jika dalam fase ini, internet bersifat sebagai *platform* semata. Inilah fase dunia media sosial saat kita bisa menyampaikan dan berinteraksi di mana yang dikapitalisasi adalah pengguna atau *follower*-nya. Sementara *startup* atau *value* sebuah perusahaan dilihat dari keaktifan penggunaannya, seperti apa *daily active user*-nya, *monthly active user*-nya, bahkan si kreator, baik youtuber ataupun Instagram dinilai dari seberapa besar *follower* dan berapa *endorse* yang muncul dari sana.

Memasuki era Web 3.0 muncul satu hal yang membedakan apa yang sudah berlaku sebelumnya dengan yang baru. "Ini yang membuat arah munculnya metaverse di mana di sini diperkenalkan unsur kepemilikan. Di sini era-nya muncul pengenalan suatu bentuk yang orang-orang biasa sebut dengan aset digital. Kalau sebelumnya aset itu berupa *follower*, sekarang kita bisa memiliki suatu aset berupa aset digital. Digital asset jika sebelumnya diperkenalkan bernama token atau koin, maka sejalan dengan pertumbuhan *blockchain*, *crypto*, orang mulai bisa memiliki suatu aset yang sebenarnya digital".

Konsep Web 3.0 dapat diandaikan sebuah website sebagai sebuah intelektual buatan atau *artificial intelligence*, yang mana aplikasi-aplikasi *online* dalam website dapat saling berinteraksi. Dengan interaksi ini seolah-olah dunia digital menjadi semacam asisten pribadi kita, yang dapat memahami bahkan menyediakan apa yang kita butuhkan. Dengan menggunakan teknologi animasi 3D, kita bisa membuat profil avatar sesuai dengan karakter yang kita inginkan sehingga disebut kembaran digital milik kita. Kita pun dimungkinkan untuk membawa aktivitas di dunia nyata ke dalam dunia maya. Masuknya kita ke dalam dunia digital itulah fase kita masuk ke dunia metaverse.

Secara sederhana, Ery memberi pengertian terhadap metaverse, yaitu sebagai dunia yang lain di mana Telkom menyiapkan satu digital metaverse yang di dalamnya terdapat interaksi yang berbeda jika dibandingkan dengan interaksi di dunia digital yang lain. "Dalam dunia metaverse itu kita bisa melakukan pekerjaan seperti melakukan aktivitas kita saat ini, kelak di dunia metaverse, kita bisa punya kembaran digital.

Kalau di saat ini kita hanya berkomunikasi dengan tatap muka lewat *video call* misalnya, nanti di metaverse kita akan masuk ke dalam suatu dunia dan di sana kita bertemu di ruang *meeting* bersama, interaksinya jelas berbeda".

Sedang masuknya era Web 4.0 berkonsep *private secretary* dalam bentuk organisme buatan. Di mana rutinitas seseorang direkam menggunakan aplikasi atau *tools* tertentu yang dijalankan secara *online* yang kemudian data ini disimpan untuk suatu pencarian tertentu bahkan mempertemukan orang-orang yang mencari hal yang sama.

Apa yang sedang Dipersiapkan Telkom?

Metaverse banyak dikenalkan *drivernya* dari *games*, ada yang menyebut dengan *play to earn*. Jadi kita bisa bermain *game* untuk mendapat aset digital tertentu seperti *skin*, senjata dan lain-lain yang bisa kita perjual-belikan kembali.

"Semakin ke depan kalau saya lihat arahnya makin ke *hybrid*, jadi ada *online* dan *offline*-nya. Kondisi pandemi yang sekarang menuju endemi membantu terjadinya percepatan digitalisasi atau elektronifikasi, semua orang menjadi pintar melakukan transaksi *cashless*, semua orang menjadi pintar melakukan kerja secara *remote*, secara virtual. Tetapi ke depan kita akan menghadapi situasi ketika *online* dan *offline* bertemu dan kita tidak akan merasakan bedanya, jembatan akan terbentuk di mana yang *online* dan *offline* tidak akan membedakan lagi antara *online* dan *offline*, *that's the future of metaverse!*," tegas Ery.

Telkom memosisikan diri sebagai hub. Yang menghubungkan dunia satu dengan dunia lain dan Telkom menjadi *enabler* ekosistem yang masih baru ini untuk sama-sama membangun Indonesia kedepannya.

"Kekuatan Telkom adalah pada pondasi untuk aset digitalnya, yaitu *platform* nya, di NFT sampai dengan dunia yang kita siapkan yakni Dunia Telkom Metaverse yang memungkinkan para *creator*, UMKM, pemilik *brand* bisa bergabung di dalam 'dunia kita' di mana itu bisa terhubung dengan virtual mal dan plaza Telkom menjadi satu bagian di dalam 'mal' tersebut. Dan di situ juga ada unsur *edutainment*.

Kita bisa menyelenggarakan *virtual concert*, kemudian ada tempat untuk belajar dan juga berbisnis dengan menjadi area pertemuan untuk melakukan bisnis *meeting*. Ada juga pameran untuk produk-produk yang kalau kita lihat secara fisik ada hal yang sulit dilakukan tetapi di dalam metaverse akan lebih mudah dan kita bisa membuat suatu bentuk interaksi yang berbeda dengan sebelumnya," kata Ery optimis.

Masih menurut Ery, kelak bukan tidak mungkin akan ada 'pekerja metaverse' dan 'talent metaverse' yang akan membangun dunia meta di dalamnya. Karena menurut ia, membangun sesuatu di metaverse tidak sekedar membuat apa yang tampak saja, melainkan dibutuhkan keahlian yang sama seperti arsitek dan *designer*. Mulai dari membangun, developer pun perlu menyiapkan suatu tempat atau *venue* agar ketika membangun kelak sisi *utility* atau kebermanfaatannya menjadi jelas.

Menepis anggapan bahwa metaverse sekedar *euforia* belaka, ajang *launching* di akhir Juli kelak akan menjadi pembuktian bahwa Telkom tidak sedang bermain-main. Semua sudah dipersiapkan oleh tim internal yang berkomitmen dan berdedikasi untuk hal ini. Kehadiran Metaverse Telkom ditujukan untuk memberi kontribusi nyata dan memastikan nilai-nilai dari teknologi digital ini bisa memberikan manfaat ke banyak pihak terlebih yang bergerak di industri kreatif seperti musik, desain, *game* dan lain sebagainya.

Telkom membangun dunianya, mempersiapkan *connectivity*-nya, *virtual world*-nya, kemudian *payment system* dan *blockchain*-nya. "Telkom mempersiapkan *platform*nya, Telkom juga menyediakan satu *showcase* sebagai penggerak. Di waktu dekat kita bikin suatu tempat untuk *exhibition*. Ketika bicara ekosistem, orang yang membangun terang harus mendapat sesuatu, orang yang datang bergabung harus mendapat jawaban atau solusi atas masalah mereka. Dan sebagai penyedia infrastruktur, Telkom juga harus bisa memberikan jaminan atau kenyamanan. Jadi, di sini mestinya kita tidak sendiri dan dengan terbentuknya ekosistem, otomatis akan memberikan suatu nilai dan kebermanfaatannya," pungkas Ery.

Dorong Ekosistem Digital yang Inklusif, TADEX Berikan Angin Segar Bagi Industri Periklanan

Seiring dengan berkembangnya digitalisasi saat ini, banyak aspek dalam bisnis dituntut untuk bisa menyesuaikan, tak terkecuali dalam Industri periklanan. Situasi seperti inilah yang melatarbelakangi munculnya periklanan dalam bentuk digital atau dikenal dengan *digital advertising*. Dengan *digital advertising*, sebuah badan usaha dapat dengan mudah menjangkau pasar dan juga bisa bersaing secara maksimal.

Sebagai salah satu bentuk inovasi dalam dunia teknologi, *digital advertising* pun kini semakin berkembang melalui beragamnya strategi pemasaran digital. Salah satunya dalam bentuk *programmatic advertising*, yaitu iklan digital terprogram yang memanfaatkan kecanggihan *artificial intelligence (AI)*. *Programmatic advertising* digunakan oleh banyak sektor bisnis untuk menysasar target pasar yang lebih spesifik.

Menurut penelitian, tren *programmatic advertising* akan memiliki pengaruh besar di dunia digital marketing dalam beberapa tahun ke depan. Diperkirakan pada tahun 2027, 89% pendapatan dari periklanan digital justru diperoleh dari *programmatic advertising*. Tak hanya itu, tren ini juga diprediksi akan mengalami perkembangan hingga 13.7% dari CAGR di tahun 2030.

Berkaitan dengan adanya tren tersebut, kini hadir layanan digital bernama TADEX (Tanah Air Digital Exchange), *platform programmatic advertising* premium terbesar di Indonesia. *Platform* ini merupakan hasil kolaborasi antara dua anak perusahaan

Telkom Group, yakni Telkomsel dan Metranet bersama dengan Dewan Pers, Task Force Media Sustainability, serta Asosiasi Periklanan sebagai solusi periklanan bagi para *publisher* dan *advertiser*.

Apa saja manfaat yang bisa didapatkan dengan beriklan melalui TADEX?

1. Iklan Lintas *Platform* yang Terintegrasi
Anda dapat dengan mudah mengontrol serta mempersingkat interaksi dari *omnichannel* yang terintegrasi, karena iklan akan langsung terhubung ke *desktop*, *mobile web*, aplikasi, dan layanan media OTT.
2. Berbagai Pilihan Unit dan Format Iklan
TADEX menyediakan berbagai macam unit dan format iklan yang *programmatic-friendly* untuk memaksimalkan jangkauan serta meningkatkan efektivitas penyampaian pesan.
3. Beriklan Tepat Sasaran
Melalui TADEX, anda dapat menargetkan *audiens* lewat *insight first-party cookies* dan data telko agar iklan lebih presisi dan tepat sasaran.
4. Hemat Biaya
Melalui TADEX, Anda dapat menempatkan iklan di satu *platform* dan menyebarkannya ke berbagai inventaris dengan harga lebih hemat dan efisien.

Demi memudahkan para pengiklan dan penerbit saat memasang iklan, menentukan target, sekaligus mengatur harga dari masing-masing slot yang ditawarkan,

TADEX #LebihBanggaLebihIndonesia bekerjasama dengan lebih dari 70 rekan media lokal maupun nasional terverifikasi, seperti Kompas, Kumparan, KapanLagi.com, IDNtimes.com, Katadata.co.id, hingga harianjogja, dst agar dapat menjangkau lebih banyak target iklan sesuai segmen dan tepat sasaran.

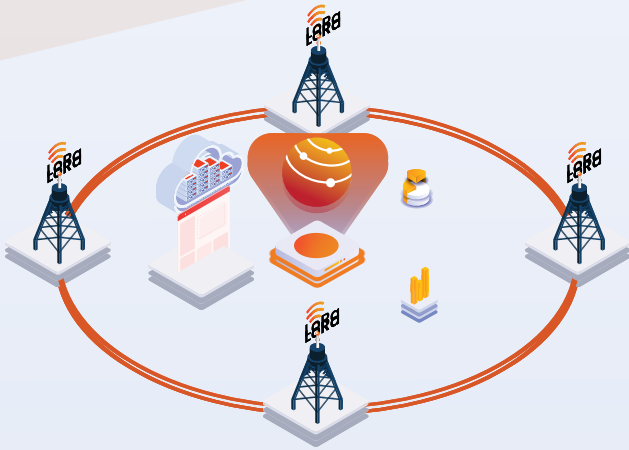
TADEX menyediakan beberapa slot dan format yang bisa dipilih sesuai kebutuhan, seperti *display banner* untuk *desktop* dan *mobile* dengan ukuran 728x90, 300x250, 320x50, 300x600 serta *display video* untuk *desktop* dan *mobile* menggunakan format VAST atau VPAID. Tak hanya itu, untuk menarik perhatian penerima iklan, tersedia juga *interactive banner mobile* berukuran 300x600 yang dapat meningkatkan CTR dengan investasi optimal.

Sebagai *platform programmatic advertising* #LebihBanggaLebihIndonesia yang telah berjalan selama kurang lebih satu tahun, TADEX sudah dipercaya oleh banyak *brand* besar untuk meningkatkan performa iklan dengan CTR rata-rata hingga 0.15%–0.20%, di antaranya adalah Traveloka, Blibli.com, CIMB Niaga, GRAB Indonesia, dan masih banyak lagi.

Dengan terus berkembangnya industri periklanan, TADEX ingin menciptakan solusi untuk skema periklanan digital yang sehat sebagai wujud kontribusi dalam membentuk ekosistem pers nasional yang berkelanjutan.

TADEX
(Tanah Air Digital Exchange)
#LebihBanggaLebihIndonesia





ANTARES

Antares is an IoT trademark under PT Telkom Indonesia Tbk. Antares has two care pillars, the IoT platform, and IoT connectivity. It is an honor for us to be in a position to serve you throughout the world.

Why You Should Use Antares?



Secure

Implementation of implement information security features that avoid elements of SARA and user data Security



Reliable

Various reliable features and facilities to assist in creating IoT applications



Real-time Data

Can see real-time data transfer from IoT devices to widget systems available on ANTARES



Fully Control

Have full control over the IoT devices and applications you create via the ANTARES console



Open API

You can not only control your application through the dashboard but also use the provided API



Extensive Infrastructure

The network infrastructure that we provide is on a national scale



Easy To Connect

Ease of authentication from your device to our network in order to send data to ANTARES



Various Connectivity

We provide various types of connectivity to be able to send data from your device to ANTARES

TOTAL AVAILABLE MARKET

444 Billion

IoT Market Potential in 2022

SERVICEABLE AVAILABLE MARKET

64,8%

Targeted market segments that are within geographic reach is of the total population

SHARE OF MARKET

40%

Market segments that can be served



Intip Keindahan Golden Sunrise di **GUNUNG BROMO!**

Siapa yang gak kenal sama destinasi wisata yang satu ini? Taman Nasional Bromo Tengger Semeru atau Gunung Bromo ini menjadi salah satu destinasi yang didambakan banyak orang dan merupakan 1 dari 10 destinasi wisata prioritas di Indonesia. Keeksotisannya selalu menarik minat para wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk berkunjung dan menikmati kemegahan alam Bromo. Siapapun yang berkunjung pasti akan terpesona dengan keindahan alam yang membentang mulai dari hamparan bukit savanna, pasir berbisik, kawah gunung Bromo, dan masih banyak lagi! Yuk intip destinasi yang wajib Anda kunjungi saat berlibur di kawasan Gunung Bromo!



Source: IDN Times

1. Pananjakan Gunung Bromo

Berada di ketinggian 2.770 mdpl, lokasi Pananjakan ini menjadi salah satu *sunrise view point* yang paling sering dijadikan titik untuk menyaksikan sunrise dari atas Gunung Bromo atau biasa disebut dengan *Golden Sunrise* Bromo. Untuk bisa mencapai ke *view point* yang satu ini, Anda perlu menaiki mobil Jeep yang menjadi satu-satunya kendaraan yang digunakan oleh para wisatawan saat berkunjung ke berbagai destinasi di Bromo. Lokasinya yang berada di dataran yang cukup tinggi, membuat udara di atas *view point* sangatlah sejuk dan dingin. Bagi Anda yang ingin

menyaksikan *golden sunrise* dari atas Pananjakan, jangan lupa untuk memakai jaket yang cukup tebal, apalagi Anda akan berjalan menyusuri Pananjakan saat dini hari sebelum *sunrise* muncul.

Selain lokasi Pananjakan, ada juga *view point* lainnya yang tak kalah ramai dikunjungi yaitu Bukit Cinta dan Bukit Kingkong. Dari Bukit Cinta atau *Love Hills*, Anda bisa melihat keeksotisan puncak gunung tertinggi di Pulau Jawa, yakni Gunung Mahameru. Sedangkan Bukit Kingkong atau biasa disebut oleh masyarakat sekitar dengan Bukit Kedaluh yang berasal dari

bahasa Sansekerta, memiliki bentuk tebing batu yang menonjol, serta ceruk yang menyerupai kepala dan hidung dari Kingkong. Jika hendak berkunjung ke Bromo dan menikmati *golden sunrise* dari atas bukit, waktu terbaik ada di bulan April hingga Agustus.

2. Gunung Widodaren Bromo

Lokasinya yang masih berada di dalam kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru ini sering dijadikan tempat bertapa penduduk asli Tengger untuk mencapai tingkat Muksha (kesempurnaan) di puncak gunung Widodaren. Selain itu, lokasi ini juga seringkali dijadikan tempat berfoto karena menjadi salah satu spot terbaik yang ada di kawasan Gunung Bromo. Jika beruntung, disini Anda bisa mengabadikan Bromo *Milky Way* yang muncul di waktu-waktu tertentu. Namun, lokasi ini belum banyak dikunjungi wisatawan sehingga kesan tenang dan alami masih sangat terjaga jika Anda berkunjung ke Gunung Widodaren.

Dengan ketinggian 2.641 mdpl, Anda bisa naik ke puncak gunung untuk menyaksikan

secara langsung kecantikan panorama alam yang memukau. Apalagi pada saat *sunrise* tiba, Anda bisa melihat proses terbitnya matahari dari langit timur yang sangat cantik. Tak hanya menyaksikan momen *sunrise*, Anda juga bisa mengunjungi destinasi wisata yang ada di Gunung Widodaren seperti Laut Pasir Gunung Widodaren dan juga Goa Widodaren. Di dalam Goa Widodaren, terdapat air suci yang dipercaya oleh masyarakat sekitar memiliki nilai lebih untuk membersihkan diri. Tepatnya pada saat upacara Melasti atau pengambilan air suci berlangsung. Selain itu, masyarakat juga meyakini bahwa di dalam Goa tersebut terdapat dua ceruk goa yang terpisah, yakni Goa Lanang dan Goa Ladon yang konon merupakan tempat pertapaan sepasang kekasih yang sedang memohon keturunan kepada Hyang Widhi Wasa. Kisahnya yang menarik dengan perjalanan menuju Goa yang cukup menantang, membuat siapapun yang berkunjung tak akan lupa dengan destinasi yang satu ini!

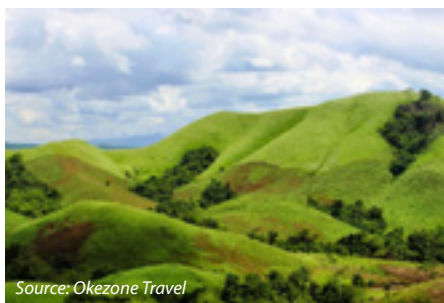


Source: Indonesian-Travel

3. Bukit Teletubies

Pernah menyaksikan program televisi Teletubies? Begitulah kira-kira pemandangan Bukit Teletubies yang menjadi salah satu destinasi wisata paling banyak dikunjungi oleh para wisatawan. Bukit Teletubies ini merupakan lereng gunung dengan bukit-bukit kecil yang dipenuhi dengan rerumputan hijau. Lokasinya yang masih berada di dalam kawasan Gunung Bromo ini bisa diakses dengan mudah oleh para wisatawan dengan menggunakan mobil Jeep yang disewa saat melakukan kunjungan. Siapapun yang berkunjung ke bukit ini akan disuguhkan hamparan bukit hijau yang membentang dan menyejukkan mata.

Namun, tidak setiap waktu bukit ini terlihat hijau nan asri. Terdapat waktu-waktu terbaik di musim yang tepat untuk wisatawan



Source: Okezone Travel

berkunjung sehingga dapat menikmati keindahan alam yang sangat memukau. Anda bisa berkunjung pada saat kisaran bulan April sampai dengan Oktober. Tidak perlu lama-lama berada di bukit ini, satu sampai dua jam saja Anda sudah bisa menyegarkan pikiran dengan udara yang cukup dingin dari atas bukit. Nah, karena udaranya yang dingin jangan lupa untuk memakai jaket tebal dengan syal yang dapat melindungi tubuh Anda dari udara dingin Gunung Bromo.

4. Kawah Gunung Bromo

Gunung Bromo tidak hanya memiliki bukit-bukit yang membentang luas, tetapi juga Kawah yang terbentuk akibat letusan Gunung Bromo yang dikategorikan sebagai salah satu gunung aktif/berapi di Indonesia. Aktivitas vulkanologi yang masih sering terjadi, membuat wisatawan dapat melihat kepulan asap tebal yang berasal dari dasar kawah. Awal mula terbentuknya Gunung Bromo ini adalah akibat letusan dahsyat yang membentuk kaldera atau lubang besar sedalam 500 meter. Kaldera ini disebut dengan Kaldera Tengger yang menjadi salah satu kaldera purba yang meletus ratusan tahun yang lalu. Seiring berjalannya waktu, kaldera ini membentuk beberapa gunung yang salah satunya merupakan Gunung Bromo yang kita lihat saat ini, dengan kawah aktif didalamnya.

Setelah Anda menikmati keindahan *golden sunrise* dari bukit Pananjakan dan bukit-bukit lainnya di sekitar Bromo, biasanya para wisatawan dapat menikmati aktivitas



Source: Royal Tour Bromo

wisata seperti naik ke kawah Gunung Bromo. Untuk bisa mencapai puncaknya, Anda bisa menunggangi kuda-kuda cantik sambil berfoto diantara gunung-gunung yang membentang luas. Setelah sampai di kaki bukit, para wisatawan biasanya akan berjalan menaiki anak-anak tangga untuk bisa sampai ke puncak bukit. Sesampainya di atas, Anda akan disuguhkan pemandangan alam yang luar biasa menakjubkan! Aktivitas kawah aktif dapat Anda lihat secara langsung dengan kepulan asap yang terbawa hingga ke atas. Namun, wisatawan diperkenankan tidak terlalu lama berada di atas, mengingat kawah yang masih aktif ini bisa mengeluarkan kepulan asap dan partikel lainnya kapanpun.



Source: Shutterstock

5. Pasir Berbisik

Gunung Bromo menyimpan banyak sekali pesona alam yang menakjubkan, bahkan hampir di setiap titik gunung ini selalu memiliki daya tarik tersendiri. Area Pasir Berbisik ini awalnya terbentuk dari letusan gunung ratusan tahun yang lalu. Dinamakan pasir berbisik, karena adanya hembusan angin yang menerpa area berpasir sehingga terdengar sayup-sayup seperti orang yang sedang berbisik. Lautan pasir Bromo ini memiliki luas mencapai lebih dari 5.900 hektar yang membentang mengelilingi gunung Bromo, Gunung Widodaren dan area Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

Untuk menikmati keindahan area pasir berbisik ini, Anda bisa berjalan di atasnya sambil mengarah ke Kawah Bromo atau bisa menyewa kuda untuk ditunggangi berkelilingi mengitari area tersebut. Tak hanya itu, di sekitarnya juga terdapat Pura yang dijadikan sebagai area penyembahan bagi masyarakat yang menganut agama Hindu. Bagi Anda yang berkunjung kesana, Anda bisa melihat dan berfoto di depan Pura sambil mengabadikan momen diantara gunung-gunung yang membentang luas.



6 Rekomendasi Ice Cream Culinary!

Bagi Anda para penggemar makanan manis atau biasa disebut sweet tooth pasti sudah tidak asing lagi dengan culinary dessert yang satu ini! Yes, ice cream! Tentu saja ice cream sangat cocok dinikmati sebagai makanan penutup setelah menyantap makan siang. Umumnya, pilihan rasa yang ada pada ice cream tidak terlepas dari vanilla, chocolate, dan juga strawberry yang kini dapat dipadukan dengan topping yang sangat beragam. Bahkan, kedai-kedai yang menjual ice cream pun kini berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi baru pada rasa ice cream yang dijual. Dengan munculnya rasa-rasa unik baru yang ada pada ice cream, membuat siapapun rela mencicipinya supaya tidak ketinggalan dengan tren yang ada! Penasaran, kuliner ice cream apa saja yang wajib Anda coba? Yuk simak ulasannya berikut ini!



Instagram : @ragusa.jkt

1. Ragusa

Kedai es krim legendaris ala Italia yang satu ini merupakan salah satu kedai es krim tertua di Jakarta dan berdiri sejak tahun 1932. Artinya, es krim ini sudah berusia lebih dari 89 tahun! Pemilik dari kedai es krim Italia ini merupakan warga negara Italia asli yang dikenal dengan nama Ragusa Bersaudara. Toko es krim yang berlokasi di Jalan Veteran, Gambir Jakarta Pusat ini memiliki 12 varian es krim yang bisa Anda pilih dengan kisaran harga Rp 20.000 – Rp 100.000,-.

Mulai dari Single Flavour (Vanilla, Strawberry, Chocolate), Mix Flavours (Special Mix dengan paduan 4 rasa es krim

vanilla, strawberry & nougat, serta Coupe de Maison yang merupakan perpaduan rasa es krim vanilla dan nougat dengan taburan kacang di atasnya), Premium Flavours (es krim Durian Medan, Nougat, serta Mint Raisin dengan es krim rasa mint dan topping kismis), hingga Fancy Flavours (Cassata Sicilliana, Chocolate Sundae, dan Tutti Fruitti). Es krim Ragusa ini juga tersedia dalam ukuran 1 liter yang bisa Anda nikmati bersama keluarga atau teman!

Rasa manis yang pas di lidah ini menjadi nilai tambah dari es krim Ragusa karena proses produksinya tanpa menggunakan bahan pengawet dan pemanis buatan. Uniknyalah lagi, pembuatan es krim ini masih menggunakan mesin es krim pertama untuk mempertahankan konsistensi rasa sejak pertama kali berdiri. Dan, gak perlu khawatir, es krim Ragusa ini bisa Anda pesan lewat e-Commerce seperti Tokopedia, dan juga layanan delivery via Gosend.

2. One Dollar Ice Cream Singapore

Es krim satu Dollar Singapore ini merupakan salah satu trademark atau icon jajanan es krim favorit para wisatawan setiap kali berkunjung ke Singapore. Memiliki berbagai

varian rasa seperti vanilla, strawberry, mocca, coconut, cookies & cream, green tea, durian, blueberry dan masih banyak lagi, es krim yang satu ini dipotong dan diapit menggunakan wafer ataupun roti tawar dengan 2 jenis roti yakni rainbow dan gandum yang bisa Anda pilih. Jika Anda sedang berlibur ke Singapore, Anda bisa menemukan kuliner ice cream yang satu ini di sepanjang Orchard Road Singapore.

Namun, ternyata One Dollar Ice Cream Singapore ini sudah banyak bermunculan di Indonesia, khususnya Jakarta. Anda gak perlu jauh-jauh lagi untuk bisa menikmati es krim yang satu ini karena dapat dengan mudah dijangkau, seperti salah satunya di Mayestik. Rasanya yang gak kalah nikmat pun membuat kedai-kedai ice cream ini ramai dikunjungi dan menjadi favorit banyak orang.



Cookin.id



3. Tempo Gelato

Kedai es krim lainnya yang gak kalah hits adalah Tempo Gelato yang selalu menjadi destinasi favorit para wisatawan yang sedang berkunjung ke Jogja. Terdapat di tiga lokasi utama yakni Prawirotaman, Jalan Kaliurang, dan Tamansiswa, outlet Tempo Gelato ini tak pernah sedikitpun sepi pengunjung. Anda bisa memilih 2 jenis es krim yang terdiri dari Gelato berbentuk cup, dan juga Sorbet dengan cone yang berukuran panjang. Varian rasanya pun unik dan bermacam-macam, seperti Speculoos, Vanilla Choco, Cappucino Tempo, Matcha Tea, Oreo, dan masih banyak lagi.

Selain rasa dari es krim yang sangat menggiurkan, lokasi setiap outlet Tempo Gelato ini memiliki design interior yang Instagram-able dan sangat luas. Tak heran jika pengunjung yang datang selalu menyempatkan waktu untuk berfoto bersama es krim di berbagai spot yang ada di dalamnya. Nah, Tempo Gelato ini bisa Anda nikmati hanya dengan kisaran harga mulai dari Rp 30.000 saja!



4. Milk by Artemy

Berada di kota yang sama dengan Tempo Gelato, Milk by Artemy juga menjadi salah satu destinasi kuliner ice cream yang sering diincar para wisatawan. Milk by Artemy menyuguhkan menu utama ice cream dengan varian yang sangat beragam seperti Cream Cheese, Marie Biscuit, Earl

Grey, Mango Lemon, Tutti Fruity, Houjijah, dan masih banyak lagi. Selain itu, kedai ini juga menjual beragam menu lainnya yang bisa Anda nikmati sambil mencicipi ice cream seperti Fluffy Pancake, Beef Burger & Pomtato, Toasted Marshmallow, aneka Pasta, serta ragam cookies dan doffle lainnya. Tak hanya itu, sesuai dengan namanya Milk by Artemy ini juga menawarkan aneka fresh milk strawberry, green tea, coffee, dan chocolate.

Kedai ice cream yang memiliki konsep café minimalis ini dapat Anda kunjungi mulai pukul 10.00 – 21.00 WIB di Jalan Kranggan, Yogyakarta. Letaknya yang tidak jauh dari pusat kota Jogja ini membuat kedai Milk by Artemy seringkali di kunjungi oleh para wisatawan. Uniknya lagi, Anda bisa mengoleksi berbagai merchandise dari Milk by Artemy yang sangat unik! Jadi, jika Anda sedang berlibur ke kota Jogja jangan lupa sempatkan diri untuk mampir ke kedai ice cream yang satu ini, ya!

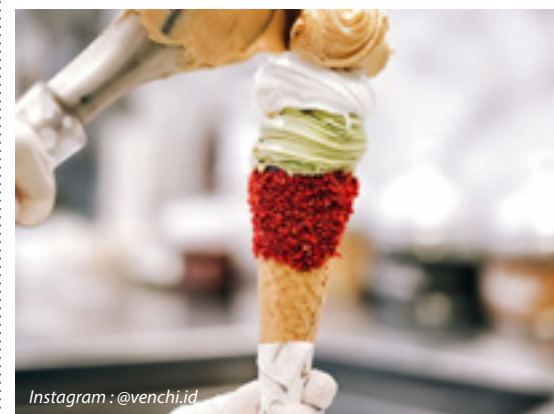


5. Vilo Gelato

Nah, ini dia salah satu dari banyak kedai ice cream kekinian yang hits di kalangan netizen! Ya, Vilo Gelato! Kedai ini menawarkan pengalaman berbeda saat memakan ice cream. Disuguhkan menggunakan packaging berbentuk jar dengan 2 ukuran yang berbeda, yakni 500 ml (Rp 135.000,-) dan 250 ml (Rp 75.000,-), ice cream yang satu ini memiliki banyak varian rasa yang wajib untuk Anda coba. Seperti Butter Coffee, Salted Caramel, Yoghurt with Mandarin Orange, Choco Mint, Ferrero Rocher, Cookies & Cream, dan masih banyak lagi menu menarik lainnya.

Jangan khawatir, bagi Anda yang vegetarian, Vilo Gelato juga menyediakan jar Vegan Gelato yang mengandung dairy free, gluten free, dan pure indulgence. Varian rasa ice cream yang ditawarkan juga gak kalah menarik, yakni Soy & Coffee, Soy

& Cocoa, dan Soy & Caramel. Anda bisa mengunjungi kedai Vilo Gelato di banyak lokasi mulai dari Jakarta, Alam Sutra, Depok, Puncak dan juga Bandung. Uniknya, masing-masing kedai ini memiliki design interior yang berbeda-beda dan sangat Instagram-able! Tak heran jika kedai ice cream yang satu ini ramai pengunjung untuk mencicipi ice cream khas Vilo sambil berfoto di berbagai spot yang disediakan.



6. Venchi

Belakangan ini, di social media tengah heboh ice cream 'sultan' yang berasal dari Italia. Silvano Venchi yang menciptakan brand Venchi ini mengawali percobaannya dengan membuat cokelat. Jika Anda mengunjungi kedai ice cream yang satu ini, Anda bisa mencoba berbagai jenis cokelat favorit, ice cream dan juga aneka coffee dan signature drinks lainnya. Anda bisa menikmati ice cream 'sultan' ini dengan 3 pilihan ukuran, Small (Rp 70.000 dengan 2 flavours), Regular (Rp 85.000 dengan 3 flavours) dan Large (Rp 99.000 dengan 4 flavours). Selain itu, Anda juga bisa menambahkan extra topping seperti XV Suprema Chocolate Spread, Gourmet Cone/Cup, dan juga Whipped Cream untuk menambah cita rasa dari ice cream yang satu ini.

Dengan memiliki varian rasa Gelato yang sangat menarik seperti Mango, Blueberry, Cuor di Cacao, Fior de Latte, Pistachio, dan lainnya, Venchi dapat Anda order via Whatsapp Personal dan juga mengunjungi langsung store Venchi di Plaza Indonesia, PIM 3, Senayan City serta PIK Avenue. Jangan lupa juga untuk mencicipi gelato favoritnya yaitu Cuor di Cacao dan Gianduiotto Venezuela jika Anda hendak berkunjung ke store Venchi, ya!

Cermat Dalam Konsumsi Obat Itu Penting!

Hingga saat ini, banyak sekali beredar obat-obat yang dapat membantu mengurangi dan menyembuhkan penyakit akibat virus dan bakteri baik pada orang dewasa maupun anak. Beragam jenis obat dengan varian rasa khususnya untuk anak-anak dibawah usia 7 tahun, dikonsumsi guna membantu proses penyembuhan pada anak. Namun, akhir-akhir ini terdapat isu-isu terkait munculnya bahan-bahan terlarang dalam kandungan obat terutama pada obat sirup anak. Munculnya beberapa bahan kimia pada obat ini mengakibatkan hal yang fatal terhadap kondisi kesehatan anak-anak, seperti salah satunya gagal ginjal akut.

Hal ini bermula di akhir bulan Agustus 2022, dimana Kementerian Kesehatan dan Ikatan Dokter Anak Indonesia menerima lonjakan kasus gangguan ginjal progresif cepat atau *Acute Kidney Injury* (AKI) yang menyerang anak-anak khususnya anak dibawah usia 5 (lima) tahun. Dalam kasus ini ditemukan jejak senyawa beresiko terhadap sisa sampel obat yang mengakibatkan pasien mengalami gangguan AKI.

Gejala yang mengarah kepada kemungkinan gagal ginjal akut meliputi diare, mual, batuk – pilek, demam selama 3-5 hari, sering mengantuk, jumlah air seni/air kecil semakin sedikit bahkan sampai tidak bisa buang air kecil sama sekali, serta perubahan warna urine menjadi pekat/kecokelatan. Hingga 18 Oktober 2022, sebanyak 189 kasus telah dilaporkan dengan kondisi anak yang mengalami gejala serupa.

Kasus gangguan ginjal akut misterius pada anak-anak di Indonesia ini membuat sebagian masyarakat yang merupakan orang tua menjadi sangat khawatir. Pasalnya, kasus tersebut masih belum bisa dipastikan dan diketahui penyebab pastinya. Terlebih, pada saat yang bersamaan juga

terjadi kasus gangguan ginjal akut pada anak di Gambia diduga terkait dengan obat sirup yang terkontaminasi.

Mengutip informasi dari BPOM RI terkait isu di Gambia tersebut, WHO (*World Health Organization*) menyebutkan beberapa obat sirup anak yang ternyata diproduksi oleh Maiden Pharmaceuticals Limited India, meliputi *Promethazine Oral Solution*, *Kofexmalin Baby Cough Syrup*, *Makoff Baby Cough Syrup*, dan *Magrip N Cold Syrup*. Setelah ditelusuri, keempat produk asal India tersebut tidak terdaftar di Indonesia.

Keempat sirup tersebut memiliki kandungan berbahaya yang dilarang penggunaannya, yakni *dietilen glikol* (DEG) dan *etilen glikol* (EG). Guna menjaga keamanan produksi obat sirup anak di Indonesia, BPOM sendiri telah menetapkan persyaratan pada saat registrasi bahwa seluruh obat sirup untuk anak maupun dewasa tidak diperbolehkan menggunakan dua bahan kimia tersebut. Sirup obat yang menggunakan cemaran EG dan DEG kemungkinan besar berasal dari empat bahan tambahan yaitu *propilen glikol*, *polietilen glikol*, *sorbitol*, dan *gliserin/glisierol* yang bukan merupakan bahan berbahaya dalam pembuatan sirup obat. Dikutip

dari halaman website BPOM RI, bahwa Farmakope dan standar baku nasional yang diakui, ambang batas aman atau *Tolerable Daily Intake* (TDI) untuk cemaran EG dan DEG sebesar 0,5 mg/kg berat badan per hari.

Namun, hasil sampling terhadap 39 bets dari 26 sirup obat menunjukkan adanya kandungan cemaran EG yang melebihi ambang batas aman pada lima produk. Kemenkes dan BPOM RI juga menyebut bahwa hasil uji terhadap cemaran EG tersebut masih belum dapat mendukung terjadinya gangguan ginjal akut yang terkandung pada obat sirup anak. Beberapa faktor lain yang juga bisa mempengaruhi dan menjadi penyebab gangguan tersebut adalah seperti infeksi virus, bakteri *Leptospira*, dan *multisystem inflammatory syndrome in children* (MIS-C) atau sindrom peradangan multisistem pasca COVID-19.

Kemudian, sebagai tindak lanjut dari BPOM RI terhadap kasus tersebut, per tanggal 24 Oktober 2022 telah dibuktikan terdapat sebanyak 113 sirup obat yang aman untuk dikonsumsi dan tidak menggunakan *Propilen Glikol*, *Polietilen Glikol*, *Sorbitol*, dan *Gliserin/Glisierol*.

5 Sirup obat dengan kandungan cemaran EG yang melebihi ambang batas

1. Termorex Sirup (obat demam), produksi PT Konimex dengan nomor izin edar DBL7813003537A1, kemasan dus, botol plastik @60 ml.
2. Flurin DMP Sirup (obat batuk dan flu), produksi PT Yarindo Farmatama dengan nomor izin edar DTL0332708637A1, kemasan dus, botol plastik @60 ml.
3. Unibebi Cough Sirup (obat batuk dan flu), produksi Universal Pharmaceutical Industries dengan nomor izin edar DTL7226303037A1, kemasan Dus, Botol Plastik @60 ml.
4. Unibebi Demam Sirup (obat demam), produksi Universal Pharmaceutical Industries dengan nomor izin edar DBL8726301237A1, kemasan Dus, Botol @60 ml.
5. Unibebi Demam Drops (obat demam), produksi Universal Pharmaceutical Industries dengan nomor izin edar DBL1926303336A1, kemasan Dus, Botol @15 ml.

(source: pom.go.id)

133 Obat Sirup yang dinyatakan aman oleh BPOM

1. Aficitrin
2. Alerfed
3. Alergon
4. Amoxicillin Trihydrate
5. Amoxsan
6. Asterol
7. Avamys
8. B-Dex
9. Bdm
10. Bufagan Expectorant
11. Bufagan Expectorant
12. Cazetin
13. Cefadroxil Monohydrate
14. Cetirizine Dihydrochloride
15. Cetzin
16. Citocetin
17. Cohistan Expectorant
18. Colfin
19. Colsancetine
20. Combicitrine
21. Constipen
22. Constuloz
23. Coredryl Ekspektoran
24. Cotrimoxazole
25. Daryazinc
26. Decatrim
27. Deferiprone
28. Diakids
29. Domino
30. Domperidone
31. Durafer
32. Erlamycetin
33. Etamoxul
34. Extropect
35. Garkene
36. Glisend Expectorant
37. Grafazol
38. Guanistrep
39. Hislorex
40. Interzinc
41. Itrabat
42. Komix Expectorant Jahe
43. Komix Expectorant Jeruk Nipis
44. Komix Expectorant Peppermint
45. Komix Obh
46. Komix Obh Kid (Rasa Madu)
47. Komix Rasa Jahe
48. Komix Rasa Jeruk Nipis
49. Komix Rasa Peppermint
50. Koniidin Obh
51. Lactulax
52. Lactulax (Rasa Coklat)
53. Lactulose
54. Lapicef
55. Laxalosan
56. Levopront
57. Maltofer
58. Mefamesis
59. Metagan Expectorant
60. Methadone Hydrochloride
61. Metronidazole Benzoat
62. Mucobat
63. Neo Emkanadryl
64. Nipe Expectorant Adult
65. Nipe Expectorant Kids
66. Norages
67. Nystatin
68. Obat Batuk 8 Dewa
69. Obat Batuk Hitam
70. OBH Afi
71. OBH Afi (Rasa Lemon)
72. OBH Afi (Rasa Mint)
73. OBH Berlico (Rasa Jeruk Nipis)
74. OBH Combi Batuk Berdahak Rasa Jahe
75. OBH Combi Batuk Berdahak Rasa Menthol
76. OBH Ika
77. OBH Molex
78. OBH Nutra
79. OBH Rama
80. OBH Surya
81. Ondane
82. Pedialyte
83. Pedialyte (Aroma Bubble Gum)
84. Pralax
85. Procaterol Hydrochloride Hemihydrate
86. Pyrantel Pamoate
87. Ramadryl Expectorant
88. Renasistin Od
89. Rhinathiol
90. Rhinos Neo
91. Rotarix
92. Rotateq
93. Salbron Ekspektoran
94. Salbugen
95. Salbugen Ekspektoran
96. Salbutamol Sulfate
97. Saldextamin
98. Saltrim Forte
99. Sucralfate
100. Supramox
101. Survanta
102. Synflorix
103. Valved
104. Valved Dm
105. Ventolin
106. Ventolin Expectorant
107. Vertivom
108. Winasal
109. Zenicold
110. Zentris
111. Zinc Go Forte
112. Zinc Sulfate Monohydrate
113. Zinfion

Upaya Pencegahan

Sebagai tindak upaya terhadap pencegahan dari kasus gangguan gagal ginjal pada anak, Kemenkes menghimbau utamanya para orang tua untuk tetap memastikan perilaku hidup bersih dan sehat, menerapkan cuci tangan, makan-makanan yang bergizi seimbang, tidak jajan sembarangan, pastikan imunisasi anak rutin, selalu meminum air yang matang, dan menggunakan obat dengan baik dan benar sesuai dengan resep maupun informasi yang ada.

Selain itu, para orang tua juga dihimbau untuk tetap waspada dan memperhatikan

kandungan obat sebelum dikonsumsi. Kenali juga ciri-ciri obat yang terjamin layak dan aman kualitasnya. Sebab, obat yang tidak layak konsumsi itu sangat berbahaya karena memiliki kandungan yang tidak stabil dan rawan terkontaminasi kuman, sehingga dapat berakibat meracuni tubuh. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) melansir ada beberapa penyebab obat rusak yakni obat yang disimpan di tempat lembab, terpapar oleh sinar matahari secara langsung, serta suhu penyimpanan yang tidak sesuai dengan aturan. Untuk itu, hindari obat-obat yang telah lewat kadaluwarsa, kemasan obat yang rusak,

perubahan warna, bau dan tekstur pada obat, serta munculnya bintik-bintik pada obat. Tetap cermat dalam mengonsumsi obat, dapat membantu menghindari hal-hal yang tidak diinginkan!





aboutamazon.com

Biometric Payment: AMAZON ONE

Sering dengan perkembangan zaman yang semakin bergeser ke arah digital, teknologi pun ikut berkembang menyesuaikan alur zaman yang kian canggih. Berbagai macam aktivitas manusia didorong dengan penggunaan teknologi, termasuk salah satunya dalam sistem pembayaran.

Pernahkah Anda memanfaatkan fitur *face recognition* atau pun *finger scan* dalam melakukan transaksi secara *online*? Nah, inilah yang disebut dengan *Biometric Payment*. Sistem ini merupakan teknologi *point-of-sales* yang menggunakan *system biometric authentication* berdasarkan karakteristik fisik untuk mengidentifikasi pengguna dan mengizinkan pemotongan dana melalui rekening bank yang didaftarkan. *Face recognition* dan *finger scan* menjadi dua contoh metode *biometric payment* yang paling umum dan sering digunakan.

Saat ini, *Mastercard* sedang menguji coba teknologi terbaru tersebut yang memungkinkan transaksi dilakukan hanya dengan menggunakan wajah atau tangan. Sementara sejak tahun 2020, Amazon telah melakukan *launching* teknologi bernama *Amazon One* yang merupakan salah satu teknologi yang mendukung *system contactless* sehingga *payment* apapun dapat diproses secara lebih cepat. Teknologi ini memperkenalkan cara baru dalam melakukan transaksi menggunakan telapak tangan.



aboutamazon.com

How Amazon One Works?

Amazon One bekerja menggunakan sensor yang dapat mengidentifikasi telapak tangan pelanggan hanya dalam hitungan detik. Telapak tangan Anda terdiri dari fitur-fitur kecil yang berbeda, baik di dalam dan di bawah permukaan, karena banyak yang tidak terlihat oleh mata manusia atau bahkan kamera standar. Teknologi ini membuat '*signature*' telapak tangan Anda menggunakan *machine learning* untuk mengidentifikasi pelanggan, yang kemudian di enkripsi dan dikirimkan ke suatu *server* untuk dicocokkan.

Langkah pertama yang diperlukan untuk bisa menggunakan Amazon One adalah dengan memasukkan *credit card* ke perangkat Amazon One, kemudian arahkan telapak tangan ke atas sensor perangkat dengan mengikuti petunjuk untuk

membuat *signature* yang dibentuk oleh teknologi visi computer secara *real time*. Saat mendaftar, Anda bisa memilih hanya menggunakan satu telapak tangan atau dengan keduanya. Setelah terdaftar, Anda hanya perlu meletakkan telapak tangan di atas sensor perangkat Amazon One, kemudian *payment* dan *gate* apapun akan dengan cepat di proses sesuai fungsinya.

Beberapa alasan mengapa telapak tangan menjadi salah satu cara yang digunakan dalam *biometric* ini salah satunya karena pengenalan telapak tangan atau *palm recognition* dianggap lebih *private* jika dibandingkan dengan *biometric* lainnya. Berbeda dengan *biometric* lainnya seperti *Face ID* atau pun *Touch ID* yang diduga menyimpan informasi *biometric* pada perangkat pengguna, Amazon One mengunggah informasi *biometric* pengguna ke dalam *cloud* sehingga dinilai mampu meningkatkan risiko keamanan yang unik.

Teknologi ini di desain untuk meningkatkan *customer experience* terutama pasca pandemi COVID-19. Dimana semua aktivitas menjadi sangat terbatas dan *zero touch*. Selain itu, Amazon One juga di desain untuk menciptakan kesan *fast* dan *lightweight*. Anda tidak lagi memerlukan akun Amazon untuk bisa mengakses Amazon One, tetapi hanya membutuhkan *credit card* dan juga nomor ponsel. Unikny lagi, Anda bisa membuat permintaan untuk menghapus

data yang terkait dengan Amazon One melalui perangkat itu sendiri atau pun melalui portal *online*.

Amazon memperkenalkan teknologi terbarunya ke beberapa sektor industri termasuk ritel. Teknologi ini memungkinkan pembeli untuk memasuki toko dengan memindai telapak tangan mereka, yang juga diintegrasikan dalam proses pembayaran di lingkungan ritel. Salah satunya seperti di toko *Whole Foods*, dimana selain pelanggan melakukan *self service payment*, mereka juga menggunakan Amazon One sebagai opsi pembayaran saat *checkout* di kasir. Hal ini dapat diartikan bahwa pelanggan dapat memilih apakah akan menggunakan *biometric payment* atau melalui *credit card/debit payment*.

Melihat antusias dari penggunaan teknologi terbaru tersebut, Amazon hendak meluncurkannya kembali ke tujuh atau lebih toko *Whole Foods* di wilayah yang tersebar. Hingga saat ini, Amazon One telah tersedia di 65 *locator Amazon stores (Whole Foods & Amazon Style)* Austin, Seattle, Los Angeles, Glendale, California, dan New York City.

How Indonesia's Use The Biometric Payment Feature

Di Indonesia, *biometric payment* juga semakin marak digunakan terlebih dalam menghadapi pasca pandemi COVID-19 saat ini. Fitur ini biasa diterapkan untuk melakukan *sign in* ke dalam suatu aplikasi dan juga melakukan proses pembayaran secara digital. Pelanggan tidak perlu lagi merasa khawatir akan deretan *password* dan PIN yang harus selalu dalam ingatan. Kini, pembayaran dapat diproses dengan lebih cepat menggunakan *biometric face*



Instagram : @amazononeid

recognition atau pun *fingerprint*. Salah satu penerapan yang kini telah banyak digunakan adalah dalam aplikasi *mobile banking* dan juga *services app*.

Terdapat banyak penggolongan jenis data *biometric* yang dilakukan oleh berbagai Lembaga dan organisasi. Namun setidaknya terdapat 3 (tiga) jenis data *biometric* di Indonesia, yakni *Biometric Biologis*, *Biometric Morfologi*, serta *Biometric Perilaku*.

1. Biometric Biologis

Data ini merupakan sifat pada tingkat *genetic* yang dimiliki oleh seseorang. Hal ini termasuk di dalamnya DNA, darah, atau *sample* cairan tubuh. Meski tidak dapat terlihat dari kasat mata manusia, namun dengan menggunakan *system* yang canggih, data ini dapat menjadi sebuah kunci untuk mengenal dan mengidentifikasi seseorang.

2. Biometric Morfologi

Jenis *biometric* yang kedua ini menjadi jenis data yang mungkin paling terkenal dan banyak digunakan. Data ini mencakup struktur dan profil fisik seseorang, seperti bentuk mata, sidik jari, hingga profil dan struktur wajah seseorang.

3. Biometric Perilaku

Ketika *biometric* biologis dapat mengidentifikasi sifat dan *genetic* seseorang, dan *biometric* morfologi mencakup profil fisik seseorang. Maka, *biometric* perilaku mampu mengidentifikasi perilaku yang dimiliki oleh seseorang. Jika ketiga jenis data *biometric* ini diolah maka akan dapat menghasilkan identifikasi *user* atau pengguna dengan lebih optimal dan tingkat akurasi yang kuat.

Sign up in-store at checkout or the kiosk. Just takes a minute.

Follow the welcome text to sign in to your Amazon account or create one.

Look for an email to claim your reward. Use it on any products sold by Amazon.com.

Use Amazon One wherever your day takes you. Coming soon to more locations.

techcrunch.com



01

Telkom Dukung Digitalisasi BRI untuk Sektor Pertanian Melalui Layanan AGREE

Telkom bekerja sama dengan PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) untuk penyediaan solusi layanan agrikultur terpadu di sektor pertanian, perikanan dan peternakan melalui layanan AGREE, sebuah platform digital untuk pengembangan ekosistem agrikultur secara digital. EVP Divisi Enterprise Service PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) Teuku Muda Nanta beserta EVP Small & Medium Business Development Division BRI Arie Sus Miyantie melakukan penandatanganan Nota Kesepahaman (MoU) tentang Kerja Sama dalam Rangka Pemanfaatan Layanan Agree di Menara Multimedia Jakarta. Tujuan dari Nota Kesepahaman ini adalah untuk meningkatkan kerjasama antara Telkom dan BRI yang saling menguntungkan dalam menunjang bisnis kedua belah pihak serta mendukung untuk pengembangan bisnis dan lainnya ke depannya. Teuku Muda Nanta dalam sambutannya menyampaikan ucapan terima kasih atas kepercayaan BRI kepada Telkom untuk bersinergi dan bekerja sama. Sejalan dengan apa yang tengah Telkom lakukan untuk terus bertransformasi menjadi *digital telecommunication company* yang semakin kompeten. Di kesempatan yang sama Arie Sus Miyantie juga menyampaikan apresiasinya atas inisiasi dan respon cepat Telkom dalam mendukung digitalisasi BRI. Kerja sama ini merupakan salah satu bentuk sinergi antara Telkom dan BRI. "Kami berharap, apa yang menjadi inisiasi bersama dapat memberikan manfaat bagi kedua belah pihak dan Agree dapat semakin menjangkau para petani yang ada di daerah atau pelosok nusantara," ungkap Arie.

02

Telkom dan Bank Raya Lakukan Penandatanganan PKS Layanan Agree



Telkom bekerja sama dengan salah satu anak usaha PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI), yakni Bank Raya Indonesia (Bank Raya) yang bergerak di bidang perbankan mikro, melalui penyediaan layanan Agree untuk solusi layanan digital agrikultur terpadu ekosistem sektor pertanian secara digital. Hal ini ditandai dengan penandatanganan Perjanjian Kerja Sama (PKS) antara Executive Vice President Divisi Enterprise Service (DES) Telkom Teuku Muda Nanta dan Direktur Bisnis Digital Bank Raya Indonesia Tbk (Bank Raya) Bhimo Wikan Hantoro tentang Kerja Sama dalam Rangka Pemanfaatan Layanan Agree. Tujuan dari penandatanganan kerja sama ini adalah untuk dapat saling memberikan manfaat bagi dalam menunjang bisnis kedua belah pihak serta mendukung pengembangan bisnis ke depannya. "Kami mengucapkan terima kasih atas kerjasama yang telah terjalin dengan baik selama ini antara Telkom dengan Bank Raya. Dengan kapabilitas yang dimiliki, kami siap berkolaborasi untuk mendukung pengembangan ekosistem bagi UMKM yakni dengan mengintegrasikan ekosistem pasar, ekosistem desa dan ekosistem digital," ujar Nanta. Direktur Bisnis Digital Bank Raya dalam sambutannya menyampaikan apresiasinya atas inisiasi dan respon cepat Telkom dalam mendukung digitalisasi Bank Raya. "Semoga dengan penandatanganan kerja sama ini, pemanfaatan layanan Agree di Bank Raya dapat diimplementasikan sesuai dengan target yang telah ditetapkan serta dapat bertumbuh bersama untuk memberikan kontribusi terbaik bagi Indonesia," ungkap Bhimo.



03

Telkom Dukung Digitalisasi RSUP H Adam Malik (RSUP HAM)

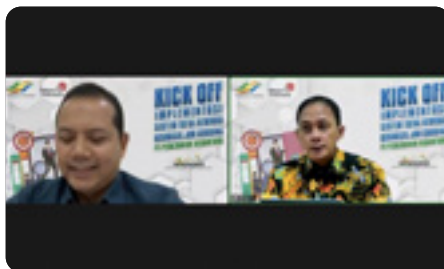
Dalam rangka mendukung transformasi digital di berbagai sektor industri termasuk salah satunya di sektor Kesehatan, Telkom melakukan kerja sama dengan Rumah Sakit Umum Pusat H Adam Malik (RSUP HAM) yang ditandai dengan penandatanganan Nota Kesepahaman (MoU) tentang Realisasi *Smart Hospital* Berbasis Sistem Informasi pada hari Jumat, (24/6). Penandatanganan dilakukan oleh EVP Divisi Enterprise Service Telkom Teuku Muda Nanta dan Direktur Utama RSUP HAM dr. Zainal Safri, SpPD-KKV, SPJP (K). Turut hadir dalam kesempatan tersebut Direktur Medik, Keperawatan dan Penunjang Dr. dr. Fajrinur SpP(K), M.Ked (Paru), Direktur Perencanaan, Keuangan dan Barang Milik Negara Supomo, SE, M.Kes, Direktur SDM, Pendidikan dan Umum Drs. Jintan Ginting, Apt, M.Kes beserta jajaran para Koordinator dan Kepala Instalasi RSUP H Adam Malik. Sementara itu, dari Telkom hadir pula Direktur Marketing AdMedika M Rhizal Hakim beserta jajaran. Dalam sambutannya, Teuku Muda Nanta berharap kolaborasi ini tidak hanya menjadi semangat dalam memberikan kemudahan untuk melayani masyarakat, namun juga mampu meningkatkan peran dalam menjaga ketahanan kesehatan nasional. Hal ini juga selaras dengan arahan Menteri Kesehatan Indonesia Ir. Budi Gunadi Sadikin bahwa transformasi digital menjadi agenda penting untuk mendorong terwujudnya Indonesia Sehat melalui pemanfaatan data dan teknologi. Zainal Safri turut menyampaikan ucapan terima kasih atas inisiasi Telkom untuk bersinergi dan bekerja sama, sejalan dengan apa yang tengah RSUP HAM lakukan untuk terus bertransformasi menjadi rumah sakit pilihan masyarakat yang semakin kompeten.

04

Telkom Dukung Digitalisasi BPD Jateng Melalui Layanan Agree & E-Tax



Sebagai bentuk dukungan digitalisasi terhadap Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah (BPD Jateng), Telkom lakukan kerja sama untuk layanan solusi agrikultur terpadu untuk sektor pertanian, perikanan dan peternakan. Kerja sama ini ditandai dengan penandatanganan Nota Kesepahaman yang dilakukan oleh EVP Telkom Regional 4 Rijanto Utomo bersama Direktur Bisnis Dana, Jasa dan UMKM BPD Jateng Irianto Harko tentang Kerja Sama dalam Rangka Pemanfaatan Layanan Agree. Di kesempatan yang sama, EVP Telkom Regional 4 juga sekaligus melakukan penandatanganan PKS tentang Kerja Sama Layanan E-Tax bersama Direktur Bisnis Kelembagaan, Treasuri dan Unit Usaha BPD Jateng Ony Suharsono. Turut hadir dalam acara tersebut EVP Divisi Enterprise Service Telkom Teuku Muda Nanta, Direktur Utama Finnet Rakhmad Tunggal beserta tim terkait. Selain itu, hadir Kepala Divisi Bisnis Ritel & UMKM Ulfah beserta segenap jajaran BPD Jateng. Adapun penandatanganan ini bertujuan untuk meningkatkan kerjasama antara Telkom dan BPD khususnya BPD Jateng yang saling menguntungkan dalam menunjang bisnis kedua belah pihak serta mendukung pengembangan bisnis dan lainnya ke depannya. Irianto dalam sambutannya menyampaikan apresiasinya kepada Telkom dalam mendukung digitalisasi BPD Jateng. Ia berharap semoga kolaborasi ini dapat menjadi percontohan bagi BPD lainnya terkait implementasi digitalisasi terutama melalui layanan Agree. "Kedepannya, tren digitalisasi akan mampu meningkatkan *customer experience* nasabah dan TelkomGroup siap mendukung upaya BPD Jateng" tutupnya.



05

Telkom Terus Dukung Transformasi Digital PTPN

Sebagai tindak lanjut dari implementasi penyediaan *Managed Service* sistem manajemen Perusahaan Agro Industri Berbasis ERP, PT Perkebunan Nusantara III (PTPN) melakukan kegiatan *Kick Off* Implementasi Sistem Total *Reward* Berbasis *Job Grading* secara daring melalui media *video conference*. Turut hadir Executive Vice President Divisi Enterprise Service Telkom Teuku Muda Nanta, EVP EBS Sigma Arief Purnomo, VP SDMO Sigma Ferry Firmansyah beserta tim. Hadir pula Direktur SDM PTPN Seger Budiarmo, KADIV IT PTPN Idham Haryadi dan para Direktur PTPN I sampai XIV beserta jajaran senior leaders PTPN. EVP DES Teuku Muda Nanta menyampaikan Telkom siap mendukung transformasi digital PTPN untuk mengembangkan fundamental dan bisnis PTPN. Hal ini sejalan dengan visi PTPN untuk menjadi perusahaan agribisnis kelas dunia dengan kinerja prima dan melaksanakan tata kelola bisnis terbaik. Ia juga menambahkan bahwa pendampingan dan diskusi akan terus dikawal oleh Telkom untuk kelancaran dan kesuksesan program ini. Kegiatan *kick off* ditandai dengan pemutaran video kepada Jajaran Direksi, perwakilan manajemen dan Project Manager (PM) oleh Direksi Holding PTPN. Prosesi ini sekaligus mengukuhkan komitmen PTPN Holding untuk menyukseskan program ini dalam rangka digitalisasi PTPN. Dengan begitu, Telkom senantiasa terus mendukung penuh transformasi digital PTPN yang mengusung pendekatan teknologi dalam melaksanakan aktivitas perkebunan dan pabrik kelapa sawit perusahaan milik negara tersebut. Melalui kolaborasi ini, kedua belah pihak dapat saling memberikan manfaat dan nilai tambah sesuai dengan kapabilitas masing-masing.

06

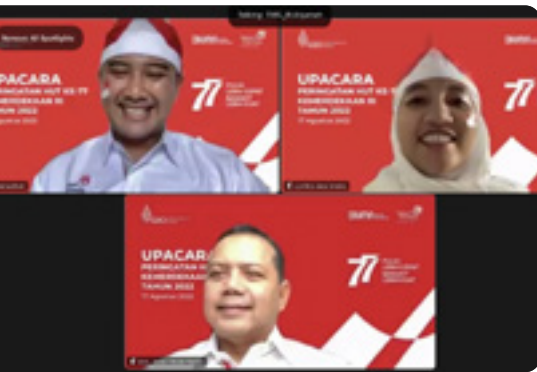
Bangun Smart Hospital, Telkom Jalin Sinergi dengan RSUP Kariadi



Guna mendukung sektor Kesehatan dalam mewujudkan *Smart Hospital*, Telkom melakukan penandatanganan Nota Kesepahaman (MoU) dengan Rumah Sakit Umum Pusat Kariadi (RSUP Kariadi). Penandatanganan ini dilakukan oleh EVP Divisi Enterprise Service Telkom Teuku Muda Nanta dan Direktur Utama RSUP Kariadi drg. Farichah Hanum. Di kesempatan tersebut hadir Direktur Perencanaan, Organisasi & Umum drg. Sri Yuniarti Rahayu, Direktur KUG & Barang Milik Negara Yulis Quarti, S.E., Akt., Direktur Pelayanan Medik serta Plt. Direktur Sumber Daya Manusia dr. Agoes Oerip Poerwoko. Dalam perjanjian tersebut, kedua belah pihak menandatangani kesepakatan untuk mengembangkan kerja sama layanan *Smart Hospital* Berbasis Sistem Informasi, khususnya di RSUP Kariadi. Langkah ini menjadi sebuah terobosan bagi kedua belah pihak sebagai salah satu strategi jangka panjang dalam rangka menciptakan sinergi usaha yang saling menguntungkan dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki masing-masing, serta penajakan untuk menyelesaikan permasalahan kesehatan lainnya yang berfokus pada ekosistem kesehatan, efisiensi layanan, dan integrasi data. Dirut RSUP Kariadi dalam sambutannya menyampaikan ucapan terima kasih atas kesediaan Telkom untuk bersinergi dan bekerja sama, sejalan dengan apa yang tengah RSUP Kariadi lakukan untuk terus bertransformasi menjadi rumah sakit pilihan masyarakat yang semakin kompeten. Hanum juga berharap kerja sama ini dapat mewujudkan cita-cita RS Kariadi sebagai RS Vertikal dengan kapabilitas yang tidak kalah dengan RS Swasta lainnya.

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.



DES One Squad Meriahkan Perayaan HUT RI ke-77

Dalam rangka memperingati HUT RI ke-77, seluruh jajaran Divisi Enterprise Service mengikuti upacara Peringatan Kemerdekaan Republik Indonesia ke-77 secara virtual melalui siaran langsung yang diselenggarakan di Istana Negara. Mengusung slogan "Pulih Lebih Cepat, Bangkit Lebih Kuat", diharapkan masyarakat Indonesia semakin kuat menghadapi segala rintangan yang ada terutama pasca pandemi Covid-19. EVP DES Teuku Muda Nanta menyampaikan pesan motivasi tentang kemerdekaan yang dapat kita maknai dalam tiga hal. "Pertama, sebagai momen untuk menghargai jasa para pahlawan. Kedua, sebagai Insan BUMN yang diharapkan kita dapat mengaktualisasikan esensi dari kemerdekaan dengan pondasi *core values* AKHLAK. Ketiga, hari kemerdekaan ini dapat menjadi pemacu semangat DES One Squad sebagai digital *enabler* dalam membangun dan mengembangkan kedaulatan digital di Tanah Air," ungkap Nanta. Meskipun dilaksanakan secara luring, hal ini tidak menyurutkan semangat DES One Squad untuk mengikuti upacara secara khidmat. Berbagai *games* berhadiah menarik juga digelar untuk memeriahkan perayaan HUT RI.

DES Raih Dua Penghargaan The Good News Awarding

Dalam rangka menggiatkan kembali upaya untuk menyebarluaskan secara masif seluruh aktivitas strategis yang telah dilakukan oleh TelkomGroup, khususnya guna meningkatkan citra Telkom serta mewujudkan tujuan, visi dan misi TelkomGroup ke seluruh pelosok Indonesia, maka dibentuklah *Digital Warrior Team* melalui acara *Kick Off Digital Warrior Team 2022* secara *hybrid*. Dalam serangkaian agenda tersebut, DES berhasil meraih 2 penghargaan dalam kategori *The Good News Awarding* yang diantaranya meliputi, *The Highest Traffic Generator* dan *The Most Active Unit*. Penghargaan diserahkan secara langsung oleh Plt. Direktur Enterprise and Business Service Venusiana kepada EVP DES Teuku Muda Nanta. Venusiana berharap, para *digital talent* dapat meningkatkan kapasitas dan kemampuan diri terkait berbagai aspek seperti *produk and service offering, perencanaan dan implementasi, digital marketing* serta kemampuan komunikasi. Nanta pun menyampaikan apresiasinya atas prestasi yang telah ditorehkan DES untuk mendukung implementasi B2B IT Service melalui penguatan komunikasi internal maupun eksternal. Nanta berharap DES dapat terus memberikan kontribusi terbaik dalam mengaktifkan berbagai program dan *campaign digital enterprise* secara masif.



Sambut HPN, EVP DES Kunjungi Sejumlah Corporate Customer

Dalam rangka Hari Pelanggan Nasional (HPN), Manajemen DES melakukan kunjungan secara langsung untuk menyapa berbagai Corporate Customer Telkom yang dikelola oleh DES, sebagai bentuk apresiasi dan ucapan terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada Telkom dalam mendukung digitalisasi bisnis pelanggan. EVP DES Teuku Muda Nanta beserta jajaran berkesempatan untuk mengunjungi Garuda Indonesia, PTPN VIII, Coca Cola EP, Biofarma, Kimia Farma, KB Bukopin, JNE, Pertamina Internasional Shipping dan Waskita Karya dan BTN. Melalui momen ini, DES secara khusus berharap dapat semakin meningkatkan *engagement* dengan para pelanggan yang telah bersama Telkom hingga saat ini, dimana Telkom dapat terus memberikan inovasi-inovasi terbaiknya serta dapat mendukung perusahaan dalam mengakselerasi transformasi digitalnya. "Semoga kedepan, Telkom dapat semakin fokus dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Kami berkomitmen untuk terus melakukan orkestrasi ekosistem digital guna memberikan pengalaman digital terbaik bagi pelanggan," tutup Nanta.



Agree, Gain more control, Gain more profit!

Solusi untuk pertanian, perikanan, dan peternakan ada dalam genggaman dan dapat dinikmati hanya dalam satu platform



Beragam Layanan yang Agree Sediakan:

1. Agree Partner & Agree Fishery

Platform digital yang digunakan untuk memonitoring proses kemitraan perusahaan dengan petani, pembudi daya, dan peternak termasuk kegiatan budi daya dilengkapi dengan dashboard untuk mitra dan perusahaan. Selain itu, terdapat pendamping lapangan yang akan membantu penggunaan aplikasi Agree.

Agree Partner & Agree Fishery Dashboard Fitur yang didapatkan:

- Data mitra, lahan, komoditas, pendaftaran calon mitra
- Data monitoring budi daya, target panen vs realisasi
- Informasi panen terdekat dan rekomendasi panen

Agree Partner & Agree Fishery Pendampingan Lapangan Fitur yang didapatkan:

- Pendaftaran kemitraan ke perusahaan
- Pelaporan progress budi daya
- Poin penilaian atau rating mitra

2. Agree Modal

Platform digital yang menghubungkan petani, pembudi daya, dan peternak serta perusahaan agribisnis untuk mendapatkan akses permodalan

Benefit yang didapatkan:

- Terintegrasi dengan credit scoring lembaga jasa keuangan
- Cukup sekali input untuk pengajuan berulang
- Proses pengajuan lebih mudah
- Pengumpulan berkas lebih ringkas

Apa aja sih kelebihannya?



Mudah untuk daftar jadi petani, pembudi daya, peternak mitra, pembeli hasil budi daya, penjual hasil budi daya dan pembeli kebutuhan harian



Bisa ajukan permodalan untuk pertanian, perikanan, dan peternakan serta perusahaan agribisnis



Monitoring hasil produksi pertanian, perikanan, dan peternakan lebih mudah



Dapatkan kepastian harga jual sesuai kontrak

3. Agree Market B2B

Benefit yang didapatkan:

- Kategori produk lengkap untuk pertanian (hasil budi daya, olahan, saprotan dan alsintan)
- Bisa Melakukan negosiasi harga
- Metode pembayaran yang mudah dan aman
- Adanya legalitas penjual dan pembeli

4. Agree Mart B2C

Benefit yang didapatkan:

- Penerimaan dana transaksi yang real time bagi penjual
- Kelengkapan dan variasi produk dan penjual
- Transaksi aman menggunakan payment gateway
- Layanan antar pesanan menjaga kesegaran pesanan

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

 www.telkomdigitalsolution.com

 @TelkomSolution  @telkomdigitalsolution  Telkom Digital Solution

 Telkom Digital Solution  Telkom Digital Solution