



IndiHome

DIGITAL HOME EXPERIENCE

Paket Prestige

Internetan, nelson dan nonton TV jadi makin seru

- Internet super cepat
- Nonton ratusan channel populer di TV Interaktif IndiHome dan ribuan film box office
- Bebas nelson hingga 1000 menit.



Langganan sekarang di

indihome.co.id

myIndiHome



Cost Leadership: Business Strategy to Gain Competitive and Cooperative Advantage

Pelanggan Telkom Indonesia yang terhormat,

Mencapai tujuan bisnis perusahaan tanpa strategi hanyalah akan menjadi impian belaka. Bisnis yang dibangun tidak akan bertahan lama tanpa strategi yang direncanakan dengan baik. Seiring dengan meningkatnya persaingan, strategi dalam bisnis perusahaan menjadi sangat penting untuk perencanaan dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

Dalam bukunya berjudul *'Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance'*, Michael E. Porter mengatakan bahwa terdapat tiga landasan strategi yang dapat membantu perusahaan memperoleh *competitive advantage* yaitu *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus*. Strategi *cost leadership* menekankan pada upaya memproduksi barang maupun jasa dengan biaya yang sangat rendah. Strategi *differentiation* mendorong perusahaan untuk menemukan keunikannya tersendiri dalam pasar yang menjadi targetnya. Sedangkan strategi *focus* digunakan untuk membangun keunggulan bersaing dalam suatu segmen pasar yang sempit.

Untuk dapat menjalankan strategi *cost leadership*, perusahaan harus mampu memenuhi beberapa persyaratan diantaranya (i) *low cost base*, termasuk tenaga kerja, material, fasilitas, (ii) *efficient* dengan menggunakan teknologi, (iii) organisasi yang ditata dengan baik dan distribusi yang *cost-effective*, serta (iv) mempunyai akses *capital* atau padat modal yang tinggi.

Implementasinya tentu meliputi *front end* dan *back end system* perusahaan. Sebagai contoh untuk pengelolaan kegiatan operasional perusahaan. Dapat dilakukan

melalui *sharing resources*, standarisasi dan digitalisasi proses, konsolidasi, integrasi sistem, serta *self-service* sehingga dapat meningkatkan produktivitas perusahaan dengan membuat proses menjadi lebih *lean*, efisien dan efektif. Dan masih banyak lagi implementasi lainnya.

Semua hal ini sangat berkaitan dengan penggunaan teknologi digital dan transformasi bisnis yang mau tidak mau harus dilakukan oleh perusahaan untuk masuk ke ekosistem digital di era bisnis digital saat ini. Perusahaan tidak dapat bertumpu hanya pada kekuatan perusahaan sendiri (*comparative dan competitive advantage*), melainkan harus berkolaborasi untuk mengoptimalkan peluang, *benefit*, dan mengurangi risiko dengan cara mulai memadukan strategi *co-creation (cooperative advantage)* dan mengembangkan inovasi di bisnis model perusahaan.

Untuk mendorong transformasi digital di Indonesia, pemerintah menekankan terhadap tiga pilar yang disoroti yaitu pembangunan infrastruktur, regulasi dan ekosistem. Salah satu diantaranya adalah pembangunan infrastruktur jaringan telekomunikasi Indonesia melalui Palapa Ring dan satelit yang menghubungkan dan meratakan jaringan telekomunikasi di Indonesia.

Seperti yang pernah diungkapkan Presiden Joko Widodo bahwa 'Ide-ide cerdas butuh eksekusi yang cerdas. Ide-ide cerdas itu hanya akan ditinggalkan jika tidak diikuti dengan eksekusi'.

Untuk itu, kami siap menjadi *partner* bisnis yang menghasilkan inovasi-inovasi digital yang diperlukan perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan agar dapat bersaing di kancah domestik dan global.

Together, we are unstoppable!

we are
unstoppable!

Judi Achmadi
EVP Divisi Enterprise Service
Telkom Indonesia



INDEX

05

ACHIEVEMENTS

Telkom dinobatkan sebagai Corporate of the Year 2020 sekaligus raih penghargaan Indonesia Digital Innovation Award 2020. Baca selengkapnya untuk mengetahui pencapaian Telkom Indonesia.

07

ARTICLES

Telkom dukung percepatan digitalisasi hingga pelosok Indonesia melalui *modern broadband city*, serta komitmen Telkom dalam mendukung akselerasi ekosistem digital Indonesia melalui solusi dari Bosnet, Nutech, Sprinthink, Vutura, Telkompajakku. Baca juga artikel lainnya!

17

CUSTOMER TESTIMONY

Impact digitalisasi tidak hanya dirasakan oleh perusahaan namun juga bagi *customer*. Melalui digitalisasi, akan lahir pelayanan yang lebih cepat, lebih mudah dan lebih murah. Baca selengkapnya terkait transformasi digital yang meremajakan wajah Pegadaian.

20

SOLUTION

Telkom Digital Solution membantu perusahaan melakukan transformasi digital melalui *integrated end-to-end digital ecosystem solution*. Baca selengkapnya terkait solusi layanan digital dalam Katalog Produk Telkom Digital Solution 2020 yang terbaru.

22

TRAVEL

Tak hanya *instagramable spot* saja yang banyak diminati, kini wisata budaya pun menjadi daya tarik para wisatawan. Yuk simak ulasan jelajah ragam Festival budaya di Indonesia!

24

CULINARY

Banyaknya *review food blogger* yang membahas tentang *trend* makanan di Jakarta menjadi salah satu alasan para pengunjung untuk menikmati jajanan kaki lima dengan rasa bintang lima. Yuk intip ulasan seputar *Street Food Culinary* di Jakarta!

28

HOT ISSUES

Pada akhir Januari 2020, World Health Organization (WHO) mendeklarasikan wabah Coronavirus sebagai *Global Public Health Emergency* dan mendorong kekhawatiran seluruh dunia akan penyebaran dan penularan virus tersebut. Simak juga ulasan ponsel lipat dengan konsep masa depan yang lebih canggih!

32

GALLERIES

Lihat dukungan TelkomGroup dalam upaya melakukan digitalisasi perusahaan serta deretan kegiatan program Kipas Budaya Telkom.



Telkom dinobatkan Sebagai Corporate of The Year 2020



Dipandang mampu dan berhasil mengelola pembangunan reputasi perusahaan secara efektif di tengah era digitalisasi, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) meraih dua penghargaan sekaligus di ajang Indonesia Corporate Secretary & Corporate Communication Award (ICCA) 2020. Telkom dinobatkan sebagai Corporate of The Year 2020 - Non Finance Company dan 1st The Best Corporate Secretary & Corporate Communication untuk kategori *Public Company* di sektor *Telecommunication*.

Penghargaan tersebut diserahkan langsung oleh Sekretaris Jenderal Kementerian Komunikasi dan Informatika RI Rosarita Niken Widiastuti dan Guru Besar IPMI

International Business School Roy Sembel didampingi Pemimpin Redaksi Economic Review Irlisa Rachmadiana kepada Senior Vice President Corporate Secretary Telkom Afriwandi di Gedung IPMI International Business School, Jakarta (7/2).

Usai menerima penghargaan tersebut, Afriwandi menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak dan *stakeholder* yang telah mendukung pencapaian ini. "Penghargaan ini menjadi salah satu pencapaian penting sekaligus pengakuan bagi Telkom khususnya dalam aktivitas pengelolaan reputasi perusahaan. Hal ini juga menjadi kalibrasi kinerja bagi perusahaan dalam mengelola reputasi dan komunikasi perusahaan," ujar Afriwandi. ICCA 2020 merupakan penghargaan yang diselenggarakan setiap tahun oleh Economic Review, Ideku Group dan Indonesia-Asia Institute. Penghargaan ini diberikan sebagai apresiasi kepada perusahaan Indonesia yang dinilai mampu terus membangun reputasinya dan memiliki tingkat *employee engagement* yang baik, mampu berkomunikasi secara digital dan mampu membangun daya tarik konsumen baik *offline* maupun *online*.

Metode penilaian dilakukan melalui analisis data, pengisian kuesioner dan penilaian dewan juri yang dipimpin oleh Roy Sembel. Penilaian didasarkan pada 11 kriteria penilaian, yaitu Organization Structure; Innovation Award; Website; Digital Social Media Analysis and Report; Annual Report and Company Profile; Performance Report; Government Relation, Media/Press Relation, Stakeholder and Shareholder Relation; Action Plan and SWOT Analysis; Corporate Secretary; Corporate Communication; dan Public Relation.

Lebih lanjut Afriwandi menambahkan bahwa penghargaan ini diperuntukkan kepada seluruh karyawan TelkomGroup yang berkontribusi dalam pengelolaan komunikasi dan perusahaan. "Ini menjadi bukti kolaborasi yang baik seluruh insan TelkomGroup. Semoga penghargaan ini menjadi motivasi untuk terus meningkatkan kapasitas dan kualitas kinerjanya menjadi yang terbaik di masa yang akan datang," tutup Afriwandi.

Telkom Raih Penghargaan Indonesia Digital Innovation Award 2020

Telkom berhasil meraih penghargaan Indonesia Digital Innovation Award 2020 kategori Telekomunikasi sebagai Innovative Company For Digital Edutainment Services. *Event* yang digelar oleh Warta Ekonomi ini merupakan *event* kelima yang diselenggarakan di UOB Plaza, Jakarta, Rabu, (12/2).

Penghargaan tersebut diterima oleh Deputy Executive Vice President Digital Exploration Ery Punta yang diserahkan langsung oleh Founder Warta Ekonomi Fadel Muhammad bersama Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Widodo Muktiyo serta Pemimpin Redaksi Warta Ekonomi Muhammad Ihsan.

Dengan bertemakan "Embracing Culture through Collaboration", Indonesia Digital Innovation Award 2020 memberikan apresiasi kepada 73 perusahaan yang dapat menghasilkan inovasi terbaik dalam produk dan layanan berbasis digital sehingga mampu bertahan dan berkembang di tengah sengitnya persaingan industri.

Perusahaan-perusahaan tersebut berasal dari berbagai sektor, seperti perbankan, asuransi jiwa, asuransi umum, jasa keuangan, *security*, telekomunikasi, properti & konstruksi, ritel, *startup*, teknologi informasi, farmasi & kesehatan, migas, *logistic* serta *poultry*. Penilaian ini dilakukan berdasarkan perusahaan yang telah menerapkan teknologi digital dan



berdampak baik untuk perusahaan secara khusus serta perekonomian atau masyarakat luas secara umum.

Pemberian penghargaan ini diharapkan dapat mendorong perusahaan-perusahaan lainnya untuk terus melakukan inovasi dalam mengembangkan bisnisnya agar semakin terdigitalisasi.



Hadapi Bencana Banjir, Telkom Siagakan Perangkat Jaringan dan Siapkan Posko Bantuan untuk Masyarakat

Di awal tahun 2020, Indonesia memasuki musim dengan curah hujan yang cukup tinggi. Bencana banjir melanda beberapa wilayah, khususnya di Jakarta dan sekitarnya. Mengantisipasi hal tersebut, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) telah menyiapkan seluruh perangkat telekomunikasi dan tim operasional demi memastikan layanan TelkomGroup tetap berjalan normal.

Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah bersama seluruh direksi mengunjungi lokasi-lokasi yang terdampak banjir, seperti Bekasi, Cengkareng, Srengseng dan Tangerang. "Dalam kunjungan ini, kami fokus untuk meninjau kondisi perangkat jaringan Telkom yang terdampak banjir, rumah pelanggan, karyawan dan masyarakat serta lokasi yang menjadi posko bantuan TelkomGroup," jelas Ririek saat mengunjungi lokasi banjir di Bekasi.

Ririek mengatakan, secara umum jaringan TelkomGroup dalam kondisi aman walaupun sempat ada gangguan pada layanan IndiHome dan BTS dikarenakan

catuan listrik yang terputus. Untuk itu, Telkom telah menyiapkan genset sebagai *back up* catuan agar semua layanan dapat kembali normal. Begitupun halnya dengan kondisi perangkat di Sentral Telepon Otomat (STO) Juanda Bekasi yang sempat tidak beroperasi dikarenakan genangan air yang cukup tinggi. "Alhamdulillah saat ini air sudah mulai surut dan perangkat di STO Juanda Bekasi sudah menyala. Kami mengupayakan percepatan pemulihan perangkat tersebut agar dapat segera kembali beroperasi melayani pelanggan," ungkap Ririek.

Selain memastikan keamanan perangkat jaringan, Telkom juga turut memberikan bantuan kepada masyarakat dan pelanggan yang terdampak banjir di daerah Jabotabek sebagai bentuk dukungan kepedulian kepada masyarakat. Untuk di wilayah

Jakarta dan sekitarnya, Telkom menyediakan 1.500 paket sembako untuk masyarakat di beberapa titik pengungsian, seperti Bekasi, Tangerang dan Jakarta Utara serta mengerahkan 5 perahu karet untuk mendukung kebutuhan evakuasi. "Kami juga menyediakan Posko Bantuan sementara di kantor-kantor Telkom bagi masyarakat yang membutuhkan bantuan. Kami pun berharap semoga musibah banjir ini dapat segera berlalu sehingga masyarakat pun bisa melakukan aktivitasnya kembali," tutup Ririek.



Dukung Percepatan Digitalisasi Hingga Pelosok Indonesia Melalui Modern Broadband City

Pembangunan infrastruktur merupakan satu dari lima aspek utama yang menjadi fokus Pemerintah untuk lima tahun ke depan. Hal ini menjadi langkah penting untuk memperkuat posisi Indonesia dalam menghadapi tantangan perubahan global.

Menjawab tantangan ke depan, sebagai BUMN telekomunikasi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) menyadari betul pentingnya pembangunan infrastruktur terhadap pembangunan masyarakat dan ekonomi Indonesia. Untuk itu Telkom secara agresif membangun infrastruktur telekomunikasi dari Sabang sampai Merauke hingga pelosok yang memiliki akses langsung ke mancanegara, demi memastikan konektivitas dan akses informasi dapat diperoleh secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat guna terciptanya masyarakat digital Indonesia yang berdaya saing global.

Guna mewujudkan digitalisasi serta memberikan pengalaman digital terbaik bagi pelanggan, Telkom melakukan modernisasi jaringan telekomunikasi dengan menggunakan teknologi berbasis 100% *fiber optic* di kota dan kabupaten seluruh Indonesia, yang dikenal dengan istilah *Modern Broadband City*. Adanya modernisasi jaringan ke *fiber optic* menjadi landasan penting dalam penyediaan layanan digital baik digital *platform* maupun *services*, yang dapat diakses melalui jaringan *fixed broadband* maupun seluler berkecepatan tinggi 3G/4G. Hal ini sekaligus menjadi langkah TelkomGroup dalam mempersiapkan hadirnya layanan 5G. Tersedianya infrastruktur digital yang berkualitas dan handal tersebut diharapkan dapat mengembangkan potensi ekonomi lokal, regional, dan nasional guna mendukung pembangunan ekonomi digital Indonesia. Hingga saat ini, telah terealisasi 215 *Modern Broadband City* dan 8 *Modern Province*.

Direktur Network & IT Solution Telkom Zulhelfi Abidin mengungkapkan, program modernisasi jaringan ini merupakan salah bentuk komitmen Telkom untuk



meningkatkan kualitas layanan ICT bagi masyarakat serta mempercepat terwujudnya digitalisasi Indonesia. "Pada era digital saat ini, tergelarnya infrastruktur 100% fiber optik tersebut, diharapkan dapat menjawab kebutuhan masyarakat terhadap layanan broadband berkualitas, sehingga masyarakat dapat menikmati layanan digital yang jauh lebih baik," ujarnya.

Komitmen Telkom untuk melakukan modernisasi jaringan ini diapresiasi oleh para pejabat daerah baik provinsi maupun kota dan kabupaten. Gubernur Kalimantan Selatan H. Sahbirin Noor mengapresiasi Kalimantan yang sudah terhubung *fiber optic* 100%. Diharapkan kehadiran konektivitas *fiber optic* ini dapat mendukung peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, khususnya di wilayah Kalimantan.

Tidak jauh berbeda, Walikota Mataram Ahyar Abduh juga mengapresiasi realisasi *Modern Broadband City* yang telah menyejajarkan Kota Mataram dengan kota besar lainnya. Walikota Denpasar Ida Bagus Rai Dharmawijaya Mantra menambahkan kehadiran konektivitas *fiber optic Modern Broadband City* dapat mendukung peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sejalan dengan visi dan misi Kota Denpasar. "Infrastruktur ICT berbasis *fiber optic* yang disediakan Telkom ini diharapkan juga dapat membantu Pemkot untuk meningkatkan layanan kepada masyarakat, meningkatkan

kualitas Indeks Pembangunan Manusia di Kota Denpasar serta mendukung Kota Denpasar menjadi *Smart City* terbaik," ujar Ida Bagus Rai Dharmawijaya Mantra.

Adanya modernisasi jaringan dapat mendukung penerapan ICT yang terintegrasi di lingkungan pemerintah daerah baik provinsi maupun kota dan kabupaten, sehingga semakin efektif dan efisien dalam melayani masyarakat, serta merangsang pertumbuhan pengguna layanan ICT, khususnya internet berkecepatan tinggi guna mendorong geliat ekonomi lokal berbasis digital termasuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Selain itu, melalui modernisasi jaringan ini diharapkan dapat memberikan *digital experience* terbaik bagi pelanggan TelkomGroup dan masyarakat pada umumnya. "Layanan *Triple Play* IndiHome akan semakin maksimal setelah digelarnya jaringan *fiber optic*," lanjutnya. Telkom saat ini telah menyediakan layanan IndiHome dengan kecepatan hingga 1 Gbps. Lebih lanjut Zulhelfi menegaskan, bahwa modernisasi jaringan ini akan berlanjut hingga seluruh kota di Indonesia bertransformasi menjadi *Broadband City*. Telkom berkomitmen terus membangun masyarakat digital Indonesia dan mendukung kemajuan ekonomi digital nasional melalui penyediaan infrastruktur dan konektivitas yang merata bukan hanya di wilayah perkotaan, tetapi juga di wilayah terdepan, terluar, dan tertinggal.



Sinergi Bersama Telkom Group, Telkomsel Dukung Gerakan #IndonesiaButuhAnakMuda

Kemajuan bangsa Indonesia di era digital tidak terlepas dari peran generasi muda sebagai *digital native* dan menjadi agen perubahan untuk mewujudkan pemerataan ekosistem digital di Indonesia dengan berbagai inovasi yang dihasilkan. Hal tersebut menginspirasi Telkomsel bersama generasi muda dalam mengakselerasikan negeri melalui implementasi teknologi digital secara luas. Komitmen tersebut kini ditunjukkan oleh Telkomsel yang bersinergi sebagai bagian dari Telkom Group dengan mendukung perhelatan Indonesia Butuh Anak Muda (IBAM) yang diselenggarakan di Ciputra Artpreneur, Jakarta.

Vice President Corporate Communications Telkomsel Denny Abidin mengatakan, "Generasi muda bertalenta selalu menjadi inspirasi bagi Telkomsel dalam berkontribusi positif untuk negeri. Kami terus bercermin dari mereka untuk merancang berbagai inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan yang salah satunya berfokus pada pengembangan talenta digital muda dalam negeri agar menjadi sumber daya unggul yang memiliki daya saing. Kesamaan komitmen kami dengan tujuan penyelenggaraan IBAM membuat kami yakin bahwa IBAM menjadi tempat yang tepat bagi generasi muda untuk

menyalurkan minatnya dan bertukar pikiran dengan orang lain yang memiliki spirit yang sama."

IBAM sendiri merupakan gerakan dari Narasi yang menyediakan ruang dialog, interaksi, serta akses kolaborasi dan bertukar gagasan untuk mendorong anak muda ikut aktif sebagai bagian dari ekosistem solusi untuk membentuk Indonesia yang lebih baik.

Sejumlah pembicara seperti Direktur Digital Business PT Telkom Indonesia Faizal R. Djoemadi, Nadiem Makarim, Wishnutama, Erick Thohir, Pandji Pragiwaksono, Kunto Aji hingga Fiersa Besari hadir memberikan inspirasi kepada anak muda untuk memberikan aksi nyata bagi perkembangan bangsa. Pada perhelatan IBAM kali ini, Telkomsel menghadirkan *showcase program The NextDev Hub* dan *Digital Creative Millennials (DCM)* yang merupakan bagian kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) Telkomsel terkait segmen anak muda dalam mengembangkan kapasitasnya melalui pemanfaatan solusi berbasis teknologi digital.

Pada *showcase The NextDev Hub*, Telkomsel menggandeng pengembang aplikasi "Cakap" sebagai salah satu lulusan The

NextDev 2018 yang aktif membantu generasi muda produktif di wilayah Terluar, Terdepan, dan Tertinggal (3T) untuk memperoleh keterampilan bahasa asing. Selain itu, Telkomsel juga berkolaborasi dengan NAH *Project* untuk menghadirkan *showcase* terkait program Digital Creative Millennials (DCM) yang sukses menjadi pelopor di Indonesia dalam menerapkan metode *transparency pricing*.

"Kami optimis bahwa generasi muda sebagai *digital native* mampu membawa Indonesia menjadi negara dengan ekosistem digital yang merata dan berkelanjutan. Maka dari itu, Telkomsel sebagai *digital telco company* yang didukung sinergi aktif bersama Telkom Group secara konsisten akan terus bergerak maju mengakselerasikan negeri untuk mengembangkan kapasitas anak-anak muda melalui inisiatif berbasis teknologi digital di berbagai bidang, baik itu memperkuat *soft skill* maupun *hard skill*. Kami juga percaya kegiatan IBAM akan semakin memperluas kesempatan bagi generasi muda sebagai SDM Unggul untuk lebih aktif menjadi agen perubahan untuk Indonesia yang lebih baik," tutup Denny.

2020 Momentum Emas Implementasi SD-WAN, Jangan Sampai Tertinggal



Ekosistem digital memungkinkan terjadinya perubahan mendasar dalam aktivitas bisnis. Lanskap bisnis yang berubah dengan cepat itu menuntut penggunaan teknologi baru dan manajemen yang lebih efektif untuk membangun organisasi siap digital yang akan mencari solusi jaringan yang gesit, fleksibel, dan terukur untuk memaksimalkan operasi bisnis di berbagai kantor cabang. Optimalisasi jaringan dengan pengelolaan yang terukur akan memastikan produktivitas dan kualitas layanan ke jaringan cabang, seiring dengan upaya strategi efisiensi biaya operasional yang signifikan.

Software Defined Wide Area Network (SD-WAN) merupakan teknologi transformasional di era digital untuk merancang, menyebarkan, dan mengoperasikan jaringan perusahaan. SD-WAN bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan *bandwidth* jaringan. Selain itu, penggunaan solusi jaringan terdepan ini juga dapat meningkatkan kinerja aplikasi dan meningkatkan visibilitas jaringan di cabang yang lebih luas.

IDC memperkirakan pasar SD-WAN akan tumbuh lebih dari US\$ 6 miliar pada tahun 2020. IDC juga memperkirakan bahwa penerapan SD-WAN akan meningkat secara signifikan di seluruh dunia dengan pertumbuhan tahunan (*compound annual growth rate/CAGR*) sebesar 69,6% hingga 2021. Bisa dikatakan, ini merupakan momentum emas bagi SD-WAN.

Teknologi IoT dan *cloud* akan menjadi dua penggerak utama untuk implementasi SD-WAN, mendorong lebih banyak *bandwidth* yang dibutuhkan serta arsitektur jaringan

yang ramah untuk teknologi dalam organisasi. SD-WAN dapat dirancang untuk mengakomodasi kinerja dari berbagai aplikasi *cloud* terdepan pada aplikasi publik yang digunakan perusahaan, seperti *video conference* dan *desktop sharing*.

Kemudahan Operasional dan Fleksibilitas SD-WAN

Perusahaan dengan kantor cabang yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, tidak cukup mengandalkan teknologi WAN tradisional untuk menghubungkan jaringan antara pusat data, kantor pusat, dan kantor cabang yang jaraknya terpisah jauh. Kenapa? Karena pengoperasian WAN tradisional membutuhkan banyak perangkat dengan kompleksitas dan biaya tersendiri. Kekurangan WAN tradisional adalah pengendalian, konfigurasi, pengelolaan perangkat di semua lokasi jaringan perusahaan harus dilakukan di setiap kantor cabang. Hal ini menyebabkan perusahaan harus menempatkan beberapa tenaga ahli di kantor cabang, akibatnya biaya operasional menjadi mahal. Belum lagi aspek *network security* yang dipertanyakan di tengah meningkatnya ancaman *cyber security* di Indonesia.

SD-WAN pada dasarnya mampu mensimplifikasi WAN tradisional dengan mengemas beberapa fitur terpenting dari perangkat yang dibutuhkan seperti *bandwidth management*, performansi aplikasi, *security* dan juga biaya.

Simplifikasi teknologi di SD-WAN dengan *cloud* kemudian dapat memberi kekuatan kepada perusahaan untuk mendistribusikan aturan, melakukan perubahan *policy*, dan konfigurasi baru di seluruh jaringan dengan skala apa pun dalam hitungan

detik dari tempat di mana saja. Sehingga pembaharuan kebijakan (*update policy seperti security, credential info dll*) akan dipermudah dengan SDWAN.

Hal ini memberikan keuntungan kepada *enterprise* dari sisi biaya operasional untuk tenaga kerja. Perusahaan tidak perlu lagi mengirimkan atau menaruh banyak tenaga ahli perusahaan di kantor cabang untuk mengendalikan maupun mengontrol jaringan di setiap lokasi perusahaan, dimana semua bisa dilakukan melalui aplikasi SD-WAN via *cloud*.

Reliabilitas tinggi juga merupakan kekuatan utama dari SD-WAN. Untuk memberikan layanan dan aplikasi yang diperlukan untuk menjalankan fungsi bisnis utama, perusahaan dengan multi-lokasi memanfaatkan WAN untuk menghubungkan kantor cabang yang berjarak jauh ke pusat data dan kantor pusat. Namun, ketika jarak jaringan diperpanjang semakin jauh dan beragam, tantangan operasional seperti *jitter, packet loss, network congestion*, dan *outages* sering kali terjadi. Teknologi jaringan yang tersedia untuk mengatasi masalah ini biasanya memerlukan biaya tinggi dan tidak efisien untuk diterapkan, sehingga menjadi suatu batasan untuk perusahaan dengan bisnis operasional serba cepat yang berfokus pada efisiensi dan ekspansi.

Kehadiran SD-WAN memberikan kemampuan untuk menggabungkan beberapa koneksi WAN yang berbeda termasuk Internet secara menyeluruh untuk bertindak sebagai satu bagian. Ini berarti bahwa jika satu koneksi gagal, SD-WAN dapat meng-*issue automatic failover* ke koneksi cadangan. Dengan kata lain, SD-WAN memberikan jaminan performansi layanan untuk konektivitas anda secara *real time*.

Dengan keunggulan utama dalam kemudahan operasional dan fleksibilitas, SD-WAN boleh jadi merupakan teknologi terdepan yang saat ini menjadi *backbone* transformasi digital. Hal inilah yang menjadikannya diprediksi sebagai *the golden age* pada 2020 dan selanjutnya.

Komitmen Telkom Dukung Akselerasi Ekosistem Digital Indonesia

Sebagai agenda tahunan untuk melihat tren bisnis ke depan, MDI Venture tahun ini melangsungkan acara “Digital Trends 2020 from The Eyes of VC’s and Telcos” di GoWork FX Sudirman, Jakarta (17/2). Acara yang dihadiri lebih dari 100 partisipan ini memberikan pandangan mengenai *digital landscape* tahun 2020. MDI Ventures merupakan perusahaan modal ventura, anak usaha PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom), yang telah berinvestasi di 38 *startup* dari 11 negara dan telah berkontribusi secara signifikan terhadap transformasi digital TelkomGroup. Hadir sebagai panelis pada acara ini, antara lain Founder Bukalapak, Achmad Zaky; dan 3 *startup* yang mewakili portfolio MDI, yaitu Co-Founder Kredivo (fintech *startup* yang diproyeksikan menjadi *unicorn* dalam waktu dekat), Akshay Garg; CEO & Co-Founder Kata.ai (*Artificial Intelligence startup*), Irzan Raditya; dan COO PrivyID (*Digital Signature startup*), Amanda Novia. Sebelumnya, acara dibuka dengan *keynote speech* dari Direktur Strategic Portfolio Telkom, Achmad Sugiarto dan Direktur Portfolio MDI Ventures, Sandhy Widyasthana.

Direktur Strategic Portfolio Telkom, Achmad Sugiarto sekaligus memaparkan peran penting TelkomGroup dalam membangun ekosistem digital di Indonesia. “Menyadari pesatnya perkembangan teknologi yang turut mempengaruhi bisnis TelkomGroup, kami saat ini tengah bertransformasi menjadi *digital telco company*. Tak hanya membangun *digital connectivity* melalui infrastruktur telekomunikasi, Telkom juga terus membangun *digital platform* dan *digital services*. Ruang inovasi para *startup*

Indonesia untuk menjadi *the next digital entrepreneur* tahun 2020 masih sangat besar sekali potensinya dan TelkomGroup siap berkolaborasi,” ujar Achmad Sugiarto. Sementara itu, Direktur Portfolio MDI Ventures, Sandhy Widyasthana menyampaikan pandangan dan fokus perusahaannya pada tahun 2020. “Tahun ini kami terus mencari *startup* potensial dengan fokus utama pada sektor *fintech, healthcare, logistics, new retail, edutech*, dan *deep tech*, dan kemungkinan portfolio lainnya. Yang utama adalah akan memberikan *benefit* buat para *startup* agar di-*alignment*-kan dengan *delivery channel* TelkomGroup, seperti Telkomsel, *Enterprise, Consumer, Wholesale* dan *International*,” ujar Sandhy.

Kemudian, acara dilanjutkan dengan sesi panelis yang memberikan pandangan mengenai *trends*. Achmad Zaky, sebagai representasi dari pelaku bisnis *e-commerce*, menyampaikan pendapat bahwa ekosistem digital yang sekarang sudah jauh lebih maju sehingga membuat para pemain lebih mudah untuk mengembangkan *startup*. Menurut Akshay Garg, saat ini Indonesia sedang memasuki era *second wave digital revolution*. *Startup* tidak hanya wajib memiliki *product-market fit*, tetapi juga harus dapat melihat regulator sebagai *partner*.

Dalam panel tersebut Irzan Raditya mengungkapkan, “Kami berterima kasih kepada MDI Ventures dan Telkom yang telah mendukung Kata.ai sejak awal, dan memberikan akses ke TelkomGroup untuk memperkenalkan teknologi kami kepada klien *enterprise* yang lebih luas.” Ungkapan serupa juga diutarakan oleh Amanda,

“PrivyID bersyukur dapat menjadi bagian dari sinergi yang dihasilkan oleh MDI Ventures dengan TelkomGroup”. Lebih lanjut, Achmad Sugiarto menyampaikan, “5R *Startup Principles* menjadi penting buat *startup* untuk menjadi *unicorn* Indonesia, antara lain *Right Market, Right Business Model, Right Management & Team, Right Moment and Right Strategic Partner*, di sanalah peran Telkom Indonesia untuk Indonesia.”

Telkom berkomitmen membangun dan mengembangkan *digital platform* dan *digital services*. Bahkan Telkom siap menghadirkan *National Digital Platform* sebagai *platform digital* di mana semua pelaku industri termasuk *startup* dapat memanfaatkannya. Telkom saat ini tengah fokus mengembangkan *digital platform*, seperti *Data Center, Big Data, Internet of Things (IoT), Artificial Intelligence, Cloud, Security* dan *Payment/Blockchain*. Diharapkan inisiatif ini dapat mendukung pemerintah mengakselerasi ekonomi digital, serta mendukung industri 4.0. Ini menjadi kontribusi Telkom untuk mendukung Indonesia menjadi Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara.

Berikut ini merupakan beberapa artikel solusi digital dari Telkom Digital Solution yang mendukung akselerasi ekosistem digital Indonesia.

1. Digitalisasi proses bisnis distribusi PT Sinarmas Distribusi Nusantara menggunakan *Distribution Management System BOSNET*.
2. Implementasi *Design Thinking SPRINTHINK* di BNI, ASDP Indonesia Ferry, BRI Corporate University, dan Pertamina Shipping.
3. Digitalisasi transportasi dan layanan publik melalui sistem tiket elektronik *NUTECH* di KCI, LRT Jakpro, serta Kereta Bandara Railink Kualanamu dan Soetta.
4. Layanan chatbot *VUTURA* berbasis AI di Kimia Farma, Telkom Indonesia, dan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).
5. Digitalisasi perpajakan di Biofarma menggunakan solusi **TELKOMPAJAKKU**.





Milestone: Automisasi Proses Mencapai 80% Setelah Menggunakan BOSNETTM - PT Sinarmas Distribusi Nusantara

Transformasi digital sudah tidak bisa dielakkan lagi dan telah mempengaruhi hampir seluruh lini bisnis di semua sektor usaha. Begitu pula dengan perusahaan yang memiliki keterkaitan proses bisnis distribusi, dimana mereka dihadapkan dengan tantangan untuk bisa meningkatkan performa, sehingga dituntut untuk memunculkan cara-cara baru yang inovatif dengan memanfaatkan pesatnya perkembangan teknologi guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan. Telkom Group melalui anak usahanya BOSNET Distribution Indonesia menawarkan solusi ICT System Integration yang meliputi Distribution Management System.

PT. Sinarmas Distribusi Nusantara atau (SDN) merupakan anak usaha dari Sinarmas Group yang bergerak dalam bidang penjualan dan layanan distribusi dengan pengalaman lebih dari 20 tahun. SDN selalu berusaha untuk memberikan layanan terbaik bagi pelanggan. Dengan visi misi menjadi perusahaan distribusi nomor 1 di Indonesia dengan jaringan distribusi terluas dan menerapkan manajemen distribusi *modern* yang didukung oleh kemampuan teknologi informasi terbaru, SDN memilih PT BOSNET Distribution Indonesia sebagai penyedia solusi yang memiliki pengalaman belasan tahun di dunia distribusi. Hal tersebut sejalan dengan komitmen SDN,

yaitu mengutamakan kepuasan pelanggan yang didukung oleh jangkauan dan jaringan yang luas, profesional yang sangat terlatih serta fasilitas yang canggih.

BOSNETTM adalah Distribution Management System utama yang digunakan oleh SDN sejak tahun 2016. Menurut Mita Ariani sebagai kepala ITPB SDN, "BOSNET menjadi sistem yang memberikan perubahan pada digitalisasi bisnis". BOSNETTM terdiri dari sistem *back office* dan *mobile* yang terintegrasi dalam *backend ERP (Enterprise Resource Planning)* dengan memanfaatkan SAP yang dapat menghasilkan informasi yang tersedia untuk diproses dari tingkat transaksi ke tingkat strategis. Sebagai sistem pertama yang digunakan oleh SDN, BOSNETTM dengan fitur otomatisasi pesanan penjualan juga sangat mengoptimalkan SDM yang ada untuk senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik.

"Sebelum menggunakan BOSNETTM distributor, kami melakukan banyak proses order penjualan secara manual dan banyak media berbasis dokumen yang mengakibatkan sulit atau bahkan hampir mustahil untuk melacak transaksi. Dengan BOSNETTM, kami dapat mengotomatiskan pesanan dan penjualan yang dikirimkan langsung

oleh pelanggan. Hingga saat ini, kami telah mampu mengkonversi 70-80% dari proses manual menjadi otomatis yang memberikan banyak manfaat bagi tim kami, dimana mereka dapat langsung memasukkan pesanan ke dalam SFA (*Sales Force Automation*). Otomatisasi PO (*Purchase Order*) ini juga dapat mengurangi tingkat kesalahan dibandingkan dengan sistem pengiriman manual. Di sisi lain, dalam hal pendistribusian, SDN juga menggunakan sistem POD (*Prove of Delivery*) yang dapat memudahkan dalam menentukan rute terbaik yang tersedia dan secara otomatis menghasilkan laporan status pengiriman".

BOSNETTM memastikan untuk memberikan peningkatan dan pengembangan modul untuk mengikuti perkembangan teknologi dan bisnis secara global di masa depan.



Mayapada Tower
Jl. Jenderal Sudirman 11th floor, Kav.28
Jakarta Pusat 12920, Indonesia
T : +62 21 8370 2981 | F : +62 21 829 5704

Design Thinking Sebagai Enabler dan Katalisator Transformasi Digital

Dewasa ini kita seringkali mendengar kata VUCA (*Volatile, Uncertainty, Complexity dan Ambiguity*) sebagai gambaran dari keadaan *market* yang saat ini sulit untuk diprediksi dan dapat berubah dengan sangat cepat. Hal ini yang membuat istilah *digital disruption wave* muncul, dimana terdapat gelombang baru yang menjadi potensi ancaman bagi *market existing* melalui cara-cara digital. Salah satu contohnya adalah aplikasi *Over The Top* (OTT), seperti WhatsApp maupun Line yang akhirnya menggantikan telepon rumah maupun SMS.

Digital Disruption ini tidak bisa dibendung dan dampaknya pun memang menguntungkan dan mempermudah masyarakat umum. Namun, disisi lain hal ini menjadi salah satu faktor ancaman pada *core business* perusahaan *incumbent*. Fakta ini yang akhirnya memaksa para perusahaan *incumbent* untuk mencari cara bertransformasi digital agar tetap relevan dengan *market* saat ini dan *survive* dari *digital disruption wave*. Namun pertanyaannya adalah bagaimana kita memulai *digital transformation*?

“*Digital is analog, analog means people, so culture and people is your biggest asset*” yang dikutip dari Gartner, memperlihatkan kepada kita bahwa digital itu dimulai dari manusia, dimana dalam konteks perusahaan berarti karyawan perusahaan tersebut. Sehingga, *digital transformation* dapat di mulai dari merubah karyawan dan juga budaya yang ada di dalam perusahaan dan dapat dengan mudah dipahami melalui logika sederhana, karena apapun teknologi yang diimplementasikan oleh suatu perusahaan, jika karyawannya tidak berubah, maka teknologi tersebut tidak akan dapat terutilisasi dengan maksimal. Lalu bagaimana membentuk karyawan yang siap menghadapi *digital disruption wave* dan membantu perusahaan? Jawabannya adalah dimulai dari *mindset*.

Gartner (2019) mengatakan bahwa *GROWTH MINDSET* merupakan cara terbaik untuk mempercepat proses pembentukan *culture*

dalam mendukung *Digital Transformation*. Membentuk *GROWTH MINDSET* memang tidak mudah, namun terdapat suatu metode yang cepat, mudah dan *impactful* untuk membiasakan serta menumbuhkan *GROWTH MINDSET* pada karyawan perusahaan, yaitu melalui *DESIGN THINKING*.

Design thinking sebagai salah satu metode atau pendekatan untuk menyelesaikan suatu masalah yang berorientasi pada *people*. Metode ini menuntut kita untuk melakukan proses ideasi mencari solusi yang sesuai dengan *voice of customer* dalam waktu yang cepat. *Design Thinking* dibagi menjadi 5 tahapan utama, yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype* dan *Testing* dimana 5 tahapan ini dilakukan secara *sequential* dan berulang hingga menemukan solusi yang tepat untuk menjawab permasalahan yang ada. Mengacu pada Gartner, terdapat 3 prinsip utama *design thinking*, yaitu:

1. **User centric Framing**, prinsip yang mengacu pada *customer* baik dalam pendefinisian masalah maupun solusi yang dibentuk.
2. **Generative Interactions**, prinsip yang mengharuskan terbentuknya interaksi yang *fun* dan apa adanya tanpa memperdulikan jabatan maupun usia guna menyelesaikan masalah yang ada.
3. **Iterative Experimentation**, menjunjung tinggi prinsip bahwa eksperimen merupakan hal yang penting melalui pendekatan *fail fast succeed faster*.

Dengan mengimplementasikan *design thinking*, perusahaan dapat membuat produk sesuai dengan kebutuhan *user* dan tidak memaksakan produk untuk dapat *fit* dengan *market*, sehingga kepuasan pelanggan yang merupakan hal utama dapat terpenuhi secara maksimal. Selain itu, *design thinking* juga dapat menumbuhkan *mindset innovator* untuk berani bereksperimen tanpa takut gagal maupun terjebak dalam *hierarchy*. Telkom melalui produknya, Amoeba – Sprinthink telah mengimplementasikan, membantu ke lebih



Kegiatan Design Sprint bersama dengan para Innovation Manager dari BNI



Kegiatan Design Sprint & Innovation Clas bersama dengan para Corporate Innovator dari ASDP Indonesia Ferry



Kegiatan Design Sprint & Innovation Class bersama dengan para Corporate Innovator dari BRI Corporate University



Kegiatan Design Sprint bersama dengan Pertamina Shipping

dari 1500 karyawan di 15 perusahaan di Indonesia selama kurang dari 2 tahun serta memberikan *real impact* bagi perusahaan baik berupa *revenue generator* maupun *cost efficiency*. Telkom percaya bahwa *Digital is Analog, Analog Means People, So People and Culture is Your Biggest Assets* dan *design thinking* sebagai *enabler* dalam merubah *mindset* perusahaan untuk dapat tetap *sustain* dan tumbuh di era digital.

Nutech Digitalkan Transportasi dan Layanan Publik Indonesia

Sejak berdiri pada tahun 2006 dan bergabung dengan Telkom Group pada akhir 2017, PT Nutech Integrasi atau Nutech terus melakukan inovasi dan meningkatkan kompetensi di industri *Information & Communication Technology* (ICT) dalam segmen transportasi dan pelayanan publik.

Dalam rangka mengimbangi pesatnya perkembangan teknologi saat ini, Nutech menfokuskan kompetensi dalam memberikan solusi *Intelligent Transportation System* (ITS), *security system*, *sensor & telemetry* dan *e-payment integrator* dengan pelayanan sistem integrasi yang berbasis teknologi informasi.

Nutech berkomitmen untuk mengembangkan dan menghasilkan produk dalam negeri yang berkualitas sesuai dengan program pemerintah melalui pemberdayaan masyarakat lokal dalam pengembangan *platform*, aplikasi dan perangkat seperti sistem *ticketing*, *payment integration* dan *front end solution*. Selain itu, dalam hal memberikan pelayanan kepada *customer*, Nutech menyediakan

layanan *operation & maintenance* yang meliputi layanan yang kompeten dalam hal pemeliharaan perangkat.

Nutech telah berhasil memberikan solusi yang terintegrasi bagi *customernya*, yaitu PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) yang menggunakan sistem tiket elektronik dan merupakan pionir digitalisasi transportasi umum di Indonesia sejak tahun 2009. Selain itu, *pedestrian gate system*, *ticket vending machine*, *point-of-sale system*, *back-end system* dan *monitoring system* merupakan komponen yang juga disediakan Nutech untuk PT. Kereta Commuter Indonesia yang saat ini melayani lebih dari 1.000.000 pengguna per harinya. Solusi sejenis juga diberikan Nutech untuk Kereta Bandara Railink Medan – Kualanam, Jakarta – Soekarno Hatta, kontribusi pada Sistem Tiket Elektronik LRT JAKPRO Velodrome - Kelapa Gading, serta layanan kompleks sistem *ticketing* ASDP yang diimplementasikan di Merak, Bakauheni, Ketapang dan Gilimanuk.

Solusi *end to end* yang disediakan Nutech untuk ASDP ini meliputi pelayanan

pembelian tiket *non cash* yang dilengkapi manifes baik untuk pejalan kaki, kendaraan kecil hingga truk pengangkut barang. Selain itu, Nutech juga memberikan solusi yang terdiri dari *back end system*, *front end*, integrasi pembayaran, *gate system*, *Vending Machine*, *manless validator*, sensor untuk klasifikasi kendaraan hingga jembatan timbang.

Tak hanya itu, Nutech terus berkomitmen mengembangkan solusi layanannya untuk *public*. Saat ini, Nutech terlibat dalam digitalisasi area *public* seperti *museum*, *event music* serta lahan parkir yang memanfaatkan *platform ticketing on cloud* yang dibangun oleh Nutech. Dengan solusi ini, masyarakat akan merasa dimudahkan dalam melakukan pembayaran *cashless* dan operator pun akan lebih mudah menjangkau pengelolaan areanya.

Gedung Philips baru It 1
Jl. Warung Buncit Kav. 99, Pejaten Barat
Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12510
T : +62 21 27808111
Email : info@nutech-integrasi.com

INTELLIGENT TRANSPORTATION SYSTEM

▶ Automated Fare Collection (AFC) System

- Railway AFC
- Bus Rapid Transit AFC
- Seaport AFC
- ThemePark e-Ticketing

▶ Reservation & Queueing System

- Bus Management System

▶ Electronic Toll Collection System

- RFID-Based Collection System
- DSRC - Based Collection System
- Prepaid-Based Collection System

▶ Smart Parking System

- On Street Parking System
- Man-less Parking System



Vutura Luncurkan Aplikasi Chatbot Berbasis AI



Vutura by Telkom Indonesia meluncurkan sebuah inovasi produk AI (*Artificial Intelligence*) yang menghadirkan solusi bisnis cerdas bagi pelaku bisnis berupa *platform chatbot* yang berfungsi sebagai alat perantara komunikasi perusahaan dengan konsumen.

Dengan memanfaatkan teknologi *Natural Language Processing (NLP)*, asisten *virtual* Vutura tidak hanya mampu meningkatkan interaksi antara manusia dengan mesin, namun juga memberikan solusi bagi pelaku bisnis untuk berkomunikasi secara mudah dan fleksibel dengan konsumennya.

Aplikasi *chatbot* Vutura yang dikembangkan menggunakan teknologi AI ini memungkinkan para pelaku bisnis di Indonesia untuk dapat meningkatkan aktivitas *customer support* dengan memanfaatkan kolaborasi antara teknologi *chatbot* dan manusia, sehingga pelaku bisnis dapat melakukan interaksi yang lebih cepat, meningkatkan kepuasan pelanggan serta dapat meningkatkan *revenue* untuk

keuntungan jangka panjang. Di Indonesia, *chatbot* menjadi investasi teknologi yang sangat menjanjikan dan inovasi AI yang dihadirkan Vutura menjadi pilihan tepat untuk beragam bisnis.

"Vutura ingin mengenalkan bagaimana

AI dapat dimanfaatkan ke dalam banyak aspek bisnis terutama *customer engagement* sesuai bisnis yang dijalankan. Vutura dikembangkan sedemikian rupa untuk dapat dimanfaatkan oleh pebisnis secara mudah, fleksibel dan *insightful*," ujar Riztama Prawita CEO Vutura.

Riztama juga menambahkan, "Vutura tidak hanya mudah digunakan karena pengguna dapat membuat *chatbot* sesuai kepentingan bisnis yang ada, namun juga dapat digunakan kapan saja dan dimana saja serta menghemat biaya pengeluaran perusahaan (*capable, accessible & affordable*). Selain itu, Vutura dianggap fleksibel karena *chatbot* dapat terhubung dengan aplikasi pengirim pesan," tambahnya.

Lanjutnya, demi meningkatkan *customer engagement experience*, Vutura dapat diintegrasikan dengan aplikasi *instant messaging* yang populer digunakan oleh masyarakat Indonesia seperti WhatsApp, Facebook Messenger,

LINE dan Telegram. Vutura bahkan juga dapat dihubungkan dengan *website* atau pun *mobile apps* milik klien.

Menurut Riztama, sejumlah institusi besar di Indonesia telah memanfaatkan Vutura, diantaranya adalah Global Komunika, Halofina, Kimia Farma, Telkom Indonesia serta Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

Digital Fundraising Manager BAZNAS Hafiza Elfira Nofitariyani menyampaikan, "Zavira (*chatbot* olahan Vutura) memberikan begitu banyak manfaat. Cukup dengan menambahkan @BAZNASIndonesia sebagai teman di menu *official account* LINE, pengguna dapat bertanya berbagai pengetahuan seputar zakat, infaq dan juga sedekah.

Bandung Digital Valley,
Jl. Gegerkalong Hilir No. 47 Bandung,
Jawa Barat, Indonesia - 40152
T : (+62)813 1585 4320
Email : hello@vutura.io

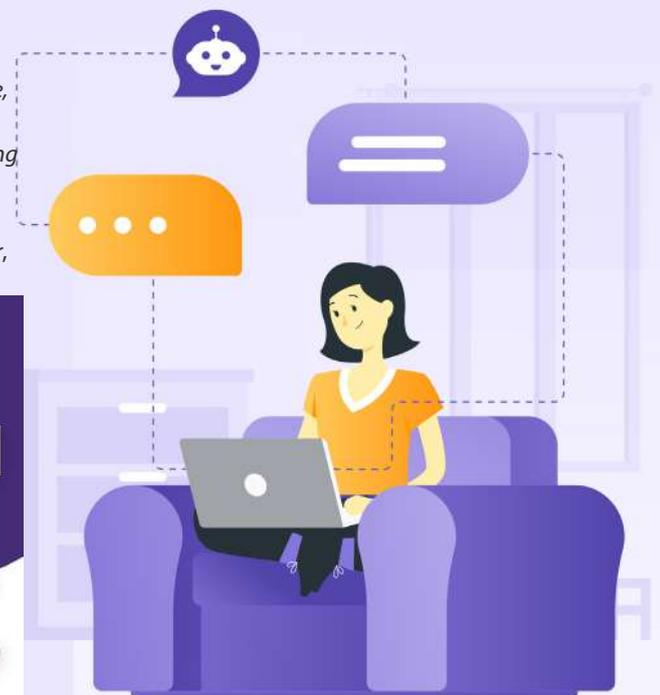
Vutura

Chatbot For Every Purposes!

Create Your Own

only at

vutura.io



YOU NEED ONLY FOCUS ON YOUR TAX PLANNING, WE'LL MANAGE YOUR DIGITAL TAX ECOSYSTEM ACCORDINGLY

Membantu Perusahaan Dalam Digitalisasi Perpajakan

Tantangan disrupsi digital dalam perekonomian dapat berubah menjadi peluang dengan responsivitas otoritas pajak dalam memperbaiki infrastruktur teknologi perpajakan. Peningkatan efektivitas dan efisiensi proses bisnis organisasi diharapkan dapat berdampak secara menyeluruh. Selain itu, otoritas pajak dapat memposisikan diri lebih baik untuk membantu serta membimbing Wajib Pajak dalam pemberian pelayanan perpajakan.

Untuk itu Telkompajakku yang merupakan SBU dari TelkomMetra-Telkom Indonesia muncul untuk membantu wajib pajak perusahaan untuk dapat melakukan digitalisasi perpajakan, agar dapat membantu perusahaan dalam peningkatan efektivitas dan efisiensi proses perpajakan dengan digitalisasi perpajakan. SBU Telkompajakku dapat membantu wajib pajak perusahaan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dari divisi perpajakan, mempermudah dalam proses "Hitung, Laporkan dan Bayar" serta mempermudah proses integrasi ERP dengan aplikasi digital perpajakan.

Layanan Digital Perpajakan Tanpa Kendala

Telkompajakku menyediakan layanan secara "Host-to-Host" langsung dengan DJP, sehingga proses "Hitung-Lapor-dan Bayar" dapat dilakukan tanpa kendala

Dengan teknologi digital terkini, mengusung teknologi "microservicequeuing management", serta aplikasi "agent" pajak yang selalu di update secara berkala, membuat pelaporan pajak menjadi "seamless" dan tanpa kendala yang berarti bagi wajib pajak. Hingga saat ini, sudah banyak BUMN yang sudah menggunakan layanan Telkompajakku, dimana kemudahan dalam melakukan proses "Hitung-Lapor-Bayar" menjadi *value added* utama untuk mencapai efektivitas proses perpajakan perusahaan secara keseluruhan.

Hingga saat ini, Telkompajakku terus melakukan inovasi dengan menyediakan layanan perpajakan secara menyeluruh, sesuai dengan situasi perpajakan Indonesia.

Telkompajakku

ICT Hub in Digital Tax Ecosystem

ALL IN ONE SERVICES

Wajib Pajak tidak memerlukan Investasi yang signifikan untuk melakukan Digitalisasi Data Perpajakan

Tax Compliance Melalui Integrasi Data Perpajakan

Berpartisipasinya Wajib Pajak ke dalam program Integrasi Data Perpajakan, dapat menekan resiko "Cost of Compliance" kepada Wajib Pajak:

- ▶ **Menekan Resiko "Cost of Compliance"**
Solusi Telkompajakku dapat membantu Wajib Pajak menekan biaya "Cost of Compliance" agar terhindar dari sanksi Pajak
- ▶ **Kemudahan Integrasi ERP Wajib Pajak**
Telkompajakku memiliki kompetensi untuk mewujudkan otomatisasi ERP pada Wajib Pajak
- ▶ **Teknologi Tax Digitalisation yang Mutakhir**
Teknologi mutakhir yang kami miliki merupakan teknologi terdepan yang mendukung digitalisasi perpajakan

"Dengan Bantuan Telkompajakku, semua pekerjaan dan proses perpajakan pada Biofarma Menjadi sangat Efektif dan Effisien"

M. YUSHAR – TAX MANAGER PT BIOFARMA

Telkompajakku juga menyediakan "pipe" khusus kepada wajib pajak yang berlangganan, guna memberikan *previlage* utama dalam proses perpajakan tanpa kendala, dengan jaminan SLA.

Kemampuan melakukan integrasi dengan ERP (*Enterprise Resource Planning*) dari wajib pajak, merupakan keahlian dari Telkompajakku. Hingga saat ini, Telkompajakku telah berpengalaman dalam melakukan integrasi dengan berbagai macam ERP seperti SAP, Oracle, JDEdwards, odoo, FORCA, dan ERP lainnya, sehingga turut mensukseskan program Integrasi Data Perpajakan dengan Dirjen Pajak (DJP)

Telkommetra
by Telkom Indonesia

Telkompajakku
ICT Hub in Digital Tax Ecosystem



Tech Talk: Perkuat Customer Relationship dengan Big Data dan AI

Telkom Indonesia kembali menyelenggarakan *event* Tech Talk yang memasuki episode kedua dengan mengangkat tema seputar penggunaan *Big Data* dan *Artificial Intelligence* (AI) dalam meningkatkan performansi bisnis, khususnya menjalin hubungan dengan pelanggan. Acara dibagi menjadi empat sesi, diawali dengan *keynote speech* oleh Tribe Leader Smart Platform Telkom Indonesia Faisal Yusuf yang dilanjutkan *panel discussion* dengan menghadirkan pembicara dari Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko Kementerian Keuangan Ratri Yunita.

Faisal Yusuf menyampaikan mengenai bagaimana upaya perusahaan dalam meningkatkan *customer intimacy* melalui penggunaan AI dan *big data*. Sementara itu, dalam sesi diskusi panel Faisal juga memaparkan tentang bagaimana melakukan pendekatan *digital fund raising* melalui teknologi tersebut.

Pakar teknologi Onno W. Purbo memberikan penjelasan mengenai cara memanfaatkan *big data* secara sederhana. Onno memberikan contoh menggunakan *case* analisa naskah pidato pejabat negara

menggunakan *word cloud*, sehingga diperoleh kata yang sering digunakan sebagai inti dan maksud dari pidato tersebut. Selanjutnya di sesi terakhir, dilaksanakan *focus group discussion* yang menyajikan tiga pilihan tema, yaitu *chatbot*, *big data analytics* dan *customer profiling*.

Event ini juga menampilkan *showcase* dari beberapa teknologi *big data* dan AI yang dikembangkan oleh Telkom Indonesia, yang meliputi BigBox, BagiData, dan Vutura.



BigBox hadir sebagai *platform* yang menyatukan *big data*, *artificial intelligence* dan *social media analytic* secara terintegrasi serta didukung oleh *full stack toolbox* yang bisa membantu untuk mendapatkan analisa yang mendalam. *Platform* BigBox ini sudah digunakan oleh perusahaan ternama seperti Pertamina, Kimia Farma dan juga Pegadaian.



BagiData yang menyebut dirinya sebagai *personal analytic platform*, menawarkan keuntungan sebesar-besarnya kepada pengguna melalui teknologi *big data*, dimana mereka dapat menemukan kebutuhan pemilik data dan pengguna data sehingga bisa menjadi sebuah *personal analytic platform*. Tidak hanya itu, BagiData juga membantu mengendalikan, melindungi dan menjaga data berharga yang dimiliki perusahaan.



Vutura, yang bergerak dalam layanan *platform chatbot*, menghadirkan solusi bisnis melalui teknologi AI. Dengan *dashboard* yang intuitif dan mudah digunakan, Vutura menyediakan keleluasaan bagi bisnis ataupun personal untuk memiliki sebuah *chatbot* pintar yang beroperasi selama 24 jam melalui *channel* Telegram, Line, Facebook dan lainnya. Teknologi ini pun sudah digunakan dan diimplementasikan antara lain oleh Baznas dan Kimia Farma.



Teguh Wahyono
Direktur Teknologi Informasi dan Digital Pegadaian



Transformasi Digital Meremajakan Wajah Pegadaian

Impact digitalisasi tidak hanya dirasakan oleh perusahaan namun juga bagi *customer*. Melalui digitalisasi, akan lahir pelayanan yang lebih cepat, lebih mudah dan lebih murah.

Pegadaian telah berubah. Pandangan tersebut setidaknya dibuktikan melalui tampilan *Transformation Office* Pegadaian yang berada di bilangan Rasuna Said, Kuningan, Jakarta Selatan. Sebuah ruang kerja yang amat nyaman bergaya “zaman now” tampil berbeda dari sisi *design* kantor, cara kerja, serta *tools* yang digunakan guna menerapkan pola *Agile Office*. Interior ruang *meeting* yang dipoles bergaya milenial dan minimalis serta tak lupa sebuah *coffee shop* yang menyambut hangat di bagian muka membuat lingkungan kerja ini begitu menyenangkan.

Keberadaan *Transformation Office* merupakan salah satu upaya Pegadaian untuk beradaptasi di era digital yang serba dinamis. Terdapat tiga hal yang ditonjolkan, yakni *innovation* yang berperan untuk men-digitalisasi produk *existing* dengan produk baru, *change management* yang berfungsi sebagai *interface* antara bisnis lama dengan inovasi baru, serta *culture* sebagai pendorong untuk mengubah pola pikir sekaligus pola kerja.

Perubahan yang timbul di era industri 4.0 tentu mendorong berbagai perusahaan dan pelaku bisnis untuk melakukan transformasi digital. Tak terkecuali bagi PT Pegadaian (Persero), yang meyakini bahwa transformasi digital menjadi sebuah harga yang tak bisa ditawar lagi.

Pegadaian memahami hal tersebut, untuk itu sejak penyusunan desain transformasi perusahaan, Manajemen Pegadaian menyusun *blueprint* transformasi (2019-2023) dengan tiga prioritas utama yaitu transformasi bidang bisnis, transformasi bidang teknologi, dan transformasi budaya kerja.

Ditemui di ruang kerjanya, Direktur Teknologi Informasi dan Digital Pegadaian Teguh Wahyono menyebut bahwa era digitalisasi menciptakan hubungan tanpa sekat dan membuka peluang tanpa batas. Bersamaan dengan itu pula, era disrupsi mendorong semua pihak untuk selalu siap menghadapi serangan kompetitor dari berbagai arah yang tak terduga.

“Pegadaian harus adaptif. Mengambil istilah “*outside in*”, artinya bagaimana kita meng-*adopt* solusi dari luar ke dalam, bagaimana kita membawa *insight* dari luar untuk dijalankan oleh perusahaan,” jelas Teguh.

Perusahaan yang kini berusia 119 tahun itu berkomitmen terus bertumbuh mengikuti perkembangan zaman tanpa meninggalkan bisnis gadai sebagai *core business* perseroan. Mengawali semangat transformasi, Pegadaian menyiapkan lima strategi utama yang disebut “G5star (5Gs) Strategy”.

Pertama, *Grow Core*, yakni menumbuhkan bisnis gadai melalui digitalisasi produk *existing* menjadi lebih relevan dan efisien (4L – Lebih Baik, Lebih Mudah, Lebih Cepat, Lebih Murah) serta diversifikasi produk dan perluasan *channel*. Kedua *Grab New*, dengan mengembangkan bisnis baru yang potensial dengan dukungan *big data analysis* dan penguatan manajemen risiko. Dalam rencana bisnis 5 (lima) tahun ke depan, Pegadaian secara bertahap akan mengubah portofolio bisnisnya menjadi 60 persen portofolio gadai dan 40 persen non gadai (*lending*).

Berikutnya *Groom Talent*, berupa penjarangan karyawan potensial serta meningkatkan kompetensi sesuai dengan kebutuhan. Kemudian Gen Z Technology, berupa penggunaan sistem teknologi terkini yang menunjang proses bisnis dan analisis data. Terakhir, *Great Culture*, yakni mengubah *mindset* dan budaya kerja karyawan untuk lebih mendorong peningkatan kinerja perusahaan. Salah satunya dengan menerapkan media komunikasi internal antara lain ; Gashela (Gade Share and Learn-sosial media internal), The Gade TV, Gade Meet serta menerapkan *tools* kerja seperti JIRA (Aplikasi *Project Management*), G-Work (*Communication and Collaboration tools*) yang memungkinkan untuk mengirim dan menerima *email*, *schedule meeting*, *sharing file* agar tercipta pola kerja *Agile*.

Melalui strategi tersebut, Pegadaian berusaha mengembangkan berbagai produk yang relevan memberikan solusi sesuai kebutuhan nasabah. Dengan menerapkan digitalisasi dalam bisnis gadai, kini para nasabah tidak perlu lagi datang ke *outlet* Pegadaian untuk melakukan transaksi melainkan dapat dilakukan lewat aplikasi di *gadget*-nya. Saat ini, contohnya, terdapat *Mobile Apps* ‘Pegadaian Digital’ sebagai salah satu layanan berbasis aplikasi yang membantu nasabah melakukan transaksi Gadai dan beragam transaksi lain melalui *smartphone*.

Tumbuhnya Inovasi Produk

Posisi Pegadaian di sektor industri jasa keuangan menunjukkan kinerja bisnis yang tumbuh konsisten dan inovatif. Hal ini tercermin dari pemanfaatan teknologi yang mampu mempermudah akses produk keuangan serta didukung sistem pemasaran dengan berbagai *distribution channel*.

Saat ini, Pegadaian gencar menyasar kaum milenial. Perusahaan juga terus memperluas jalinan kerjasama, antara lain dengan perbankan anggota Himbara (BRI, BNI, Mandiri dan BTN). Dalam menggaet nasabah milenial, Pegadaian menggandeng Tokopedia untuk menggenjot program Tabungan Emas. Program inilah yang paling banyak diminati oleh nasabah baru Pegadaian dari kalangan muda.

Hasil kolaborasi dengan *e-commerce* tersebut, tahun lalu Pegadaian berhasil menambah nasabah baru Tabungan Emas sejumlah 1,2 juta orang. Dari sisi *outstanding* perusahaan tumbuh 23 persen, sementara *outstanding* di industri *multifinance* rata-rata hanya tumbuh *Single Digit*.

Inovasi produk digital lainnya adalah *G-Cash*. Produk yang mendorong program *cashless* ini merupakan akun *virtual* untuk melakukan transaksi digital tanpa perlu memiliki rekening bank. Melalui layanan tersebut, nasabah bisa melakukan layaknya transaksi perbankan seperti mentransfer uang, tarik tunai, isi ulang saldo, pembayaran belanja *online* maupun produk Pegadaian. Nasabah Pegadaian bisa membuka rekening *virtual G-Cash* melalui aplikasi *Pegadaian Digital Service* (PDS) selayaknya rekening bank biasa.

Selanjutnya, perseroan juga telah meluncurkan program *Gadai on Demand* (GoD) yang merupakan inovasi kreatif Pegadaian untuk meningkatkan pelayanan. Dengan menggandeng ojek *online*, layanan yang telah diresmikan sejak bulan April lalu bertepatan dengan HUT ke 118 Pegadaian ini diharapkan mampu mempermudah nasabah yang tidak memiliki waktu ke Pegadaian, saat akan menggadaikan barang maupun benda berharga lainnya.

“Saat ini nasabah bisa menggadaikan barang lewat *Go-send*, yakni bagian layanan pengiriman barang dari aplikasi Gojek itu sendiri. Kemudian, barang gadai akan

di-*pick up* oleh *driver* ojek *online* (ojol). Sementara dana hasil gadai akan langsung ditransfer ke rekening nasabah,” lanjutnya seraya menjelaskan bahwa program GoD masih dijadikan percontohan di area Jakarta dengan total nilai gadai maksimal sebesar Rp10 juta.

Masih dalam lingkup inovasi produk, Pegadaian akan meluncurkan produk kartu *Gold Card* pada kuartal pertama 2020. Kartu tersebut akan terhubung dengan Tabungan atau titipan Emas Pegadaian. “Bagi nasabah Tabungan Emas bisa gunakan kartu ini untuk belanja di *merchant*, atau bisa tarik tunai di ATM serta fungsi lain yang seperti layaknya kartu kredit, tentu saja lebih murah, aman dan nyaman karena tidak ada *debt collector* dan sudah terjamin oleh emas yang sudah disimpan di Pegadaian,” jelas Teguh.

Kartu tersebut akan memiliki limit yang sesuai dengan saldo yang ada di Tabungan Emas. Ia menyampaikan portofolio Tabungan Emas naik cukup signifikan. Per 2019, jumlah nasabahnya mencapai lebih empat juta akun dengan saldo total lebih dari empat ton emas. “Tahun ini kita targetkan penambahan minimal 1,5 juta nasabah, jadi emasnya mungkin nambah 1-2 ton,” katanya.

Pada tahun 2020 dan selanjutnya, Pegadaian akan terus menghadirkan inovasi-inovasi baru untuk meningkatkan kinerja bisnis. Salah satunya dengan mengembangkan *digital lending* untuk menyalurkan pinjaman modal kerja berdasarkan *invoice* yang fokus pada dua segmen, yakni *consumer* dan UMKM. Menariknya, program besutan Pegadaian ini menawarkan jangka waktu tenor yang singkat, yakni maksimal enam bulan dengan jumlah pinjaman tertinggi Rp2 miliar.

Mengubah Mindset

Tantangan terbesar yang dihadapi Pegadaian untuk bertransformasi adalah mengubah pola pikir karyawan yang sebelumnya berada di zona nyaman karena monopoli bisnis perusahaan. Berjalannya waktu, gempuran kompetisi dan digitalisasi memaksa Pegadaian untuk berubah. Sehingga tantangan selanjutnya adalah bagaimana kesiapan SDM Pegadaian

mentransform bisnis yang ada ke ranah digital.

“Mengubah *mindset*, budaya kerja dan meningkatkan kapabilitas itu tidak mudah. Kami butuh waktu sekitar setahun untuk meyakini mereka bahwa transformasi ini bisa dilakukan dan berhasil, memastikan bahwa mereka bisa meng-*adopt* cara baru dari luar dan mengoptimalkan potensi dari dalam,” ungkap Teguh.

Itulah mengapa, ia menekankan strategi 4T yang dibangun di lingkungan *Transformation Office*. Pertama, *Team* yang solid. Manajemen ditantang untuk melebur dua kultur yang berbeda, yakni antara generasi milenial yang paham akan model digitalisasi dengan *talent-talent expert existing* Pegadaian yang mahir di *product knowledge*. Kedua generasi ini memiliki latar belakang, usia, cara kerja dan kultur yang jauh berbeda.

Kunci kedua adalah *Tools* yang berfungsi agar para karyawan bekerja di *platform* yang sama, transparan dan terukur. Absensi tidak lagi menjadi tuntutan yang harus dipenuhi, namun lebih kepada efektivitas penyelesaian pekerjaan.

Selanjutnya, *Technology*. Perusahaan fokus meningkatkan kinerja menggunakan teknologi terkini dengan memanfaatkan *data analytic* dan *artificial intelligence*. Yang terakhir *Timing*. Untuk mengerjakan sesuatu yang besar diperlukan waktu yang lama, oleh karena itu solusi produk *quick win* ini di implementasikan dalam rangka membangun kepercayaan tim serta memberikan motivasi untuk mengejar sesuatu yang lebih besar.

Enam Fokus Strategi Inisiatif Teknologi Informasi

Untuk mendukung keberlangsung transformasi digital, Pegadaian menyroti enam fokus strategi inisiatif yang meliputi *People*, *Process*, dan *Technology*. Pertama terkait penguatan kapabilitas organisasi dengan merombak pengaturan dan tata kelola IT. Kedua, melakukan modernisasi arsitektur aplikasi dengan meningkatkan kualitas *Core Application* dan *Application Programming Interface (API)* menjadi berbasis arsitektur *microservices*, membangun *Lead Management System* dan

Customer Relationship Management (CRM), serta *Enterprise Resource Planning (ERP)* di seluruh fungsi.

Ketiga, melakukan *upgrade* infrastruktur TI untuk membangun dan mengembangkan aplikasi secara lebih cepat, menggabungkan teknologi *cloud* dan *non cloud*. Keempat, peningkatan ketahanan *cyber security* yang dimulai sejak proses pengembangan hingga operasional.

Selanjutnya, perusahaan fokus membangun dua pusat inovasi berupa *Digital Center of Excellences* untuk melakukan studi dan *prototyping* terhadap proses pengembangan produk baru, model bisnis baru dan adopsi konsep baru, serta *Analytics Lab Big Data* untuk mengelola *Big Data* yang menghasilkan *use case* berbasis *Artificial Intelligence* dan *Machine Learning*. Berikutnya, fokus keenam yang dilakukan adalah membangun *Next Generation Data Management*, termasuk di dalamnya adalah *Enterprise Data Warehouse*, Tata Kelola Data dan *Master Data Management*, pengembangan *self service reporting*, serta *Credit Scoring & Predictive Analysis*, menggandeng Telkom baik dari sisi infrastruktur maupun *expertise*.

Jauh sebelumnya, sinergi antara Pegadaian dengan Telkom sudah berlangsung cukup lama. Salah satunya dalam hal pengelolaan infrastruktur *connectivity* di lebih 4.200-an titik *outlet* milik Pegadaian. “Telkom memiliki *coverage network* yang sangat luas, yang mampu

menjangkau hingga pulau-pulau yang berada di pelosok. Kita juga mengetahui bahwa Telkom memiliki grup yang besar dan solusi ICT yang cukup lengkap melalui anak-anak perusahaannya,” ungkap Teguh mengumbar alasan mempercayai Telkom sebagai mitra strategisnya.

Di sisi lain, Telkom memiliki *data center* dengan sistem keamanan yang sangat baik. Pegadaian juga memilih bekerjasama dengan Telkom untuk mengelola *call center* hingga *digital marketing*. Sementara tahun lalu, kerja sama antar dua perusahaan berlanjut ke implementasi ERP/SAP.

“Selain sebagai *provider* dan *advisory* ICT yang memiliki lini bisnis *end to end*, alasan kami memilih Telkom adalah karena kami memiliki semangat yang sama dalam membangun GCG dengan mengutamakan integritas, *fairness* dan independen. Kami sepakat untuk membangun kerjasama bisnis tanpa ada celah untuk kepentingan pribadi. Ini *value* yang sangat penting bagi saya,” imbuh Teguh.

“Kerja sama bisnis Pegadaian dan Telkom tidak dilihat dari besaran nilai nominal semata, namun kerja sama bisnis ini juga harus ditempatkan sebagai aspek strategis yaitu bagaimana kami bisa tumbuh berkembang bersama melalui penyediaan produk dan layanan yang mudah diakses dan memenuhi harapan seluruh masyarakat,” pungkasnya.



KATALOG PRODUK

Telkom Digital Solution

2020

Telkom Digital Solution membantu perusahaan melakukan transformasi digital melalui *integrated end-to-end digital ecosystem solution* dengan selalu mengedepankan *customer experience* dan *business value* terbaik yang diperlukan perusahaan. Didukung oleh lebih dari 20 anak perusahaan Telkom Group yang sangat kompeten di bidang ICT, Telkom Digital Solution mampu menjadi *one stop digital solution* yang menjangkau seluruh wilayah di Indonesia serta 11 negara di USA, Middle East, Asia dan Australia.

Berikut merupakan solusi layanan yang disediakan oleh Telkom Digital Solution.

Device/Hardware & Mobility Management

Salah satu faktor penunjang operasional bisnis perusahaan adalah tersedianya infrastruktur teknologi informasi seperti perangkat *hardware*, *software*, dan *network* dengan kualitas yang prima. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, perangkat tersebut akan usang (*obsolete*) dalam periode waktu yang singkat.

Solusi ini meliputi:

1. **Seat Management**
2. **Enterprise Mobility Management**

Satellite Services

Kondisi wilayah dengan topografi kepulauan seperti Indonesia menjadi tantangan dalam pembangunan infrastruktur telekomunikasi.

Solusi ini meliputi:

1. **VSAT**
2. **Mobile Satellite Services**
3. **Broadband Satellite**
4. **Broadcast Services**

Digital Advertising

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, perusahaan mau tidak mau harus mengikuti *trend* demi meningkatkan pelayanan maupun mendekati diri kepada calon konsumen. Makin tingginya penetrasi pengguna internet di Indonesia, termasuk media sosial, menjadikan perusahaan tidak dapat lagi hanya mengandalkan cara konvensional saja dalam menjalankan bisnis.

Solusi ini meliputi:

1. **Online Advertising**
 - Social Media Marketing
 - Digital Media Advertising
 - Media Placement Service
 - Mobile Advertising
2. **TV Advertising**
 - TV Placement Advertising
 - Creative Ads
 - Insertion Ads
 - Media Hub
 - TV Program
 - Blocking Channel
 - Studio Hall
3. **Big Data Analytic Advertising**
 - Smart Social Media
 - Smart Advertising
4. **Digital Out Of Home (DOOH)**

Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) merupakan sistem yang dibangun perusahaan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan maupun calon pelanggan secara efektif menggunakan semua data interaksi perusahaan dengan pelanggan, sehingga *engagement* dengan pelanggan dapat meningkat.

Solusi ini meliputi:

1. **Digital CRM Channel**
 - Chatbot
 - Email Management System
 - Live Chat
 - Contact Center
 - Cloud Contact Center
 - Social Media Management
 - Multichannel Communication
2. **Digital CRM Omnichannel**
3. **CRM Analytics**
 - Sales Analytics
 - Social Media Analytics
 - Customer Voice Management
4. **Order Management System**
5. **CRM Walk In**
6. **Market Survey**
 - Market Research
 - Telesurvey
7. **Virtual Reality**

Data Center & Cloud Services

Infrastruktur Teknologi Informasi (TI) telah menjadi bagian penting dalam bisnis perusahaan. Inilah sebabnya perusahaan mencari solusi layanan *data center* dan *cloud* yang aman dan handal, dengan ketersediaan koneksi yang tinggi. Membangun *Data Center* sendiri (*in-house*) bukanlah pilihan yang tepat karena akan membebani *cost* dan sumber daya TI perusahaan.

Solusi ini meliputi:

1. **Data Center Services**
 - Colocation
 - Site Construction
 - Disaster Recovery Planning
2. **Cloud Services**
 - IaaS (Infrastructure as a Service)
 - SaaS (Software as a Service)
 - e-Office
 - Email Collaboration Platform
 - e-Akademik
 - e-Project
 - Web Hosting
 - Domain Hosting
 - PaaS (Platform as a Service)
 - Private Cloud
 - Public Cloud
 - Hybrid Cloud
3. **Cloud Consulting**

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

 Telkom Solution  @TelkomSolution  Telkom Digital Solution www.telkomdigitalsolution.com

Communication, Data & Internet Connectivity

Aspek kehandalan konektivitas jaringan sangatlah penting, terlebih lagi dengan semakin berkembangnya teknologi internet. Letak lokasi kantor cabang perusahaan yang tersebar di dalam maupun luar negeri dan terkadang di lokasi terpencil menjadi sebuah tantangan tersendiri untuk penyediaan koneksi jaringan yang handal.

Solusi ini meliputi:

1. **Voice Services**
 - SIP Trunking
 - Web Conference Service
 - Closed User Group (CUG) Service
2. **VPN IP**
3. **Metro Ethernet**
4. **Dedicated Internet**
5. **IP Transit**
6. **Content Delivery Network (CDN)**
7. **Global Connectivity**
 - Global VPN IP
 - Global Ethernet
 - Global IPLC (International Private Private Leased Circuit)
8. **Wifi Services**
 - Wifi Station
 - Wifi Hospitality
9. **Radio IP**

BPO/BPM

BPO/BPM merupakan kegiatan pengalihdayaan sebagian proses bisnis perusahaan kepada pihak ketiga dengan tujuan untuk efisiensi biaya serta mengurangi resiko pada perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih fokus bisnis intinya.

Solusi ini meliputi:

1. **Shared Service Operation**
 - Finance & Accounting
 - Human Resources
 - General Affair
 - Cash Management
 - ATM Managed Service
 - Others
2. **Health Services**
 - Employee Health Services
 - Integrated Health Claim Management

Payment Services

Kemudahan dan variasi pilihan *channel* pembayaran menjadi hal yang sangat penting dan mempengaruhi jumlah *collection* serta penjualan. Perkembangan IT telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang termasuk sistem pembayaran.

Solusi ini meliputi:

1. **Billing Payment Aggregator**
 - Payment Point
 - Billing Payment
2. **e-Payment Platform**
 - Remittance
 - Settlement and Reconciliation
 - e-Money White Label/ Co-Branding
 - QR Code
3. **Transaction Switching**
 - ATM & Debit Switching
 - Payment Gateway

Managed Network & Security Services

Mengelola jaringan yang kompleks dengan tetap mengutamakan *security* merupakan tantangan yang dihadapi perusahaan. Sering kali perusahaan harus bekerjasama dengan lebih dari satu *partner* dengan tingkat layanan yang berbeda. Ketika terjadi masalah, perusahaan harus mengidentifikasi dari mana sumber masalah tersebut, dan *partner* mana yang harus dihubungi.

Solusi ini meliputi:

1. **Billing Payment Aggregator**
 - Payment Point
 - Billing Payment
2. **e-Payment Platform**
 - Remittance
 - Settlement and Reconciliation
 - e-Money White Label/ Co-Branding
 - QR Code
3. **Transaction Switching**
 - ATM & Debit Switching
 - Payment Gateway

ICT System Integration

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, solusi ICT System Integration mendukung proses bisnis perusahaan berjalan dengan efektif dan efisien.

Solusi ini meliputi:

1. **Application Platform**
 - Enterprise Resources Planning
 - e-Ticketing System
 - Digital Tax Hub
 - Integrated Core Banking Solution
 - Integrated Talent Management System (ITMS)
 - Employee Self Service Portal
 - Custom Application Platform
 - Sistem Informasi Akademik
 - Sistem Informasi Management Rumah Sakit
 - Hotel Management System
 - Service Desk Management
 - API Services
2. **Sales, Distribution & Supply Chain Management**
 - Mobile Workforce Management
 - Warehouse Management System
 - Fleet Management System
 - e-Commerce Platform
 - Distribution System
3. **Digital Seaport Solution**
 - Vessel Information System
 - Vessel Management System
 - Terminal Operating System
4. **Big Data Analytics Solution**
 - ID Verification
 - Geographical Information System (GIS) Analytics
 - People Movement
 - Health Profiling Analytics

M2M/IoT

M2M (*Machine to Machine*) dan IoT (*Internet of Things*) merupakan solusi yang dibangun untuk digitalisasi proses kerja dengan tujuan efisiensi dan efektivitas sumber daya. Teknologi M2M/IoT menghubungkan perangkat melalui jaringan IP agar dapat dimonitor dan dikontrol oleh perusahaan sehingga lebih banyak informasi yang dapat dimanfaatkan dari perangkat yang saling terkoneksi tersebut. Teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk memperoleh informasi secara *real time* dan memastikan semua perangkat berjalan baik.

Solusi ini meliputi:

1. **Building & Infrastructure Automation**
 - Smart Building
 - Smart Home
 - Smart Office
 - Smart Lighting
 - Smart Water
2. **Custom IoT Solution**
 - Heavy Machinery Monitoring System
 - Airport Operation Control Center
 - High Precision Tracking
3. **M2M/IoT Network Monitoring**



Jelajah Ragam Festival Budaya *Di Indonesia*

Tak hanya lokasi *instagramable* saja yang banyak diminati pengunjung, kini wisata budaya pun menjadi daya tarik bagi para wisatawan untuk sekedar mencari tahu dan mempelajari seluk beluk budaya Indonesia. Yuk simak jelajah ragam Festival Budaya yang ada di Indonesia!

Festival Gandrung Sewu Banyuwangi

Festival Gandrung Sewu merupakan kesenian khas Kota Gandrung di Banyuwangi yang konon dilakukan sebagai perwujudan rasa kagum dan terpesona-nya masyarakat kepada Dewi Sri yang dianggap sebagai Dewi Padi pembawa kesejahteraan bagi masyarakat. Tarian ini dipersembahkan atas rasa syukur setelah diberikannya nikmat panen yang melimpah. Awalnya, penari Gandrung Sewu ini dilakukan oleh seorang laki-laki yang berdandan seperti wanita. Namun, seiring berkembangnya zaman tarian yang dilakukan oleh laki-laki ini



semakin pudar, hingga akhirnya saat ini didominasi oleh penari wanita karena dalam falsafah Islam, laki-laki dilarang untuk berdandan seperti wanita.

Tarian Gandrung Sewu ini telah resmi dijadikan sebagai ikon daerah Banyuwangi dimana Gandrung juga dinobatkan sebagai maskot Kabupaten Banyuwangi. Festival Gandrung Sewu Banyuwangi yang diselenggarakan pada bulan Oktober setiap tahunnya, menjadi salah satu daya tarik wisatawan karena melibatkan lebih dari 1000 penari yang menari diatas hamparan pasir pantai Marina Boom dari siang hingga matahari terbenam, berlatarkan pemandangan indah selat Bali. Hal ini merupakan salah satu bukti nyata pelestarian kesenian yang memberikan pertunjukkan tari kolosal dengan tema yang selalu berbeda dari tahun ke tahun.



Dieng Culture Festival

Festival yang rutin diselenggarakan di bulan Agustus ini menjadi acara tahunan yang ditujukan untuk melestarikan budaya Ruwatan Rambut Gimbal yang merupakan

upacara pemotongan rambut pada anak-anak berambut gimbal yang berusia 40 hari hingga 6 tahun di daerah Dataran Tinggi Dieng, Jawa Tengah. Hal tersebut dilakukan guna membersihkan dan membebaskan anak-anak berambut gimbal dari kesialan ataupun malapetaka. Pemotongan rambut anak yang gimbal tidak boleh dilakukan sembarangan karena dipercaya akan

membawa bencana bagi anak tersebut dan keluarganya.

Sebelum diadakannya ruwatan, wisatawan bisa berkunjung ke beberapa lokasi ritual

doa seperti Candi Gatot Kaca, Candi Bima, Kawah Sikidang, Goa Telaga Warna, Candi Dwarawati, tempat pemakaman Dieng dan yang lainnya. Dieng Culture Festival ini tak hanya menyajikan ritual budayanya, tetapi juga terdapat serangkaian acara yang paling banyak diminati para wisatawan, yakni pertunjukkan musik bertajuk Jazz Di atas Awan, Festival Film Dieng, Pesta kembang api, Pameran Seni Budaya serta pelepasan Lampion di malam hari. Uniknya, bagi para wisatawan yang ingin mengikuti rangkaian acara selama tiga hari berturut-turut, bisa menyewa lahan *Camping* yang disediakan oleh panitia. Disana wisatawan dapat menikmati pemandangan dari dataran tinggi Dieng yang sangat menakjubkan, apalagi jika melakukan *tracking* ke Bukit Sikunir untuk menyaksikan keindahan *sunrise* di puncak bukit tersebut.



Festival 1000 Lampion Borobudur

Festival 1000 Lampion yang diadakan di Candi Borobudur ini merupakan salah satu puncak acara yang banyak dinantikan oleh para wisatawan bahkan yang bukan penganut agama Buddha sekalipun. Festival ini diadakan dalam rangka menyambut Hari Raya Waisak. Prosesi diawali dengan upacara untuk mendapatkan air suci dari mata air di Umbul Jumprit, Temanggung. Ritual akan diikuti dengan menyalakan obor Waisak yang konon diambil dari api abadi di Mrapen, Desa Grobogan, Purwodadi. Selanjutnya, air suci yang sudah dikemas dalam kendi dan obor Waisak tersebut kemudian disimpan di Candi Mendut dan digunakan saat upacara Hari Raya Waisak.

Ritual selanjutnya, yang disebut Pindapatta, para biarawan menerima persembahan makanan dari jemaat Buddha. Bagi para biarawan, ritual ini merupakan salah satu cara untuk menghargai pemberian dan melatih hidup sederhana. Pada puncak perayaan hari raya Waisak, para Biksu dan jemaat melakukan upacara dengan berdoa di Candi Mendut dan berjalan ke Candi Borobudur dengan membawa berbagai macam persembahan seperti air suci, lilin api dan dupa untuk diletakkan di altar utama tepat di sebelah barat Candi Borobudur. Diiringi doa suci, jemaat melakukan sembahyang dengan mengelilingi Candi Borobudur searah jarum jam sebanyak tiga kali. Kemudian, ritual ditutup dengan pelepasan lampion ke angkasa yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Momen ini menjadi hal yang sangat sakral karena pelepasan lampion tersebut melambangkan doa dan harapan jemaat yang diantarkan kepada Tuhan di bawah langit malam yang bercahaya.

Festival Lembah Baliem

Festival Lembah Baliem yang berlokasi di Wamena, Kabupaten Jayawijaya, Papua ini telah diselenggarakan setiap bulan Agustus sejak tahun 1989. Festival ini banyak mendorong para turis baik domestik maupun mancanegara untuk menyaksikannya secara langsung. Untuk sampai ke Wamena, pengunjung memang perlu merogoh kocek cukup banyak karena lokasinya yang jauh dan sulit untuk dijangkau. Hal tersebut menjadikan Papua sebagai destinasi impian bagi para wisatawan karena keindahan panorama dan ragam suku yang belum banyak tersentuh oleh budaya asing.

Festival Lembah Baliem yang diselenggarakan selama tiga hari ini merupakan ritual adat perang antar suku Dani, Yali dan Lani yang turun-temurun dan dilambangkan sebagai sebuah kesuburan dan kesejahteraan. Setiap suku memiliki kekhasannya masing-masing, hal tersebut diperlihatkan dengan perbedaan kostum dan koteka yang mereka gunakan. Festival ini diawali dengan skenario pemicu perang seperti penculikan, pembunuhan antar suku dan hal lainnya yang menyebabkan suku lainnya saling balas dendam dengan melakukan perang atau penyerbuan. Puncak acara terjadi ketika Suku Dani, Yali dan Lani mengirimkan para prajurit terbaiknya ke lapangan perang dengan memperlihatkan tanda-tanda kebesaran mereka. Festival ini pun turut dimeriahkan dengan adanya pameran seni dan kerajinan tangan asli Papua untuk dijual. Dengan menghadiri Festival Lembah Baliem di Wamena ini, pengunjung akan mengenal beragam suku pedalaman Papua tanpa harus menjelajah ke pedalaman karena terdapat kurang lebih 40 ragam suku di Papua yang berkumpul.



Cap Go Meh Singkawang

Perayaan Cap Go Meh merupakan tradisi budaya asal Tionghoa yang dirayakan dalam rangka menutup hari raya Imlek. Istilah Cap Go Meh berasal dari kata "Cap Go" yang berarti lima belas dan "Meh" yang berarti malam. Dengan demikian, Cap Go Meh dapat diartikan sebagai malam ke lima belas setelah hari raya Imlek dilaksanakan. Cap Go Meh dirayakan hampir di seluruh dunia, namun berbeda halnya dengan pelaksanaan tradisi di daerah Singkawang, Kalimantan Barat. Disana, terdapat atraksi Pawai Tatung yang merupakan hasil bauran antara budaya lokal dari Suku Dayak dengan budaya Tionghoa.

Tatung dalam bahasa Hakka berarti orang yang dirasuki roh, leluhur dan dewa yang sudah meninggal. Roh-roh yang dipanggil dianggap berupa roh baik yang terdiri dari roh pahlawan Tiongkok, seperti panglima perang, hakim, pangeran dan roh baik lainnya. Untuk bisa memenuhi syarat sebagai Tatung, mereka diwajibkan untuk berpuasa selama tiga hari dengan tujuan agar mereka dalam keadaan suci sebelum dan ketika hari perayaan berlangsung. Para Tatung kemudian di arak dan melakukan berbagai atraksi kesaktian kekebalan tubuh. Menariknya, tidak ada satu orang pun dari para Tatung yang tergores ataupun terluka. Namun, sebelum puncak perayaan Cap Go Meh berlangsung, terdapat pawai lampion, arak-arakan Barongsai dan pawai Naga yang turut meramaikan festival di kota cantik Singkawang. Rute pawai diawali dari Lapangan Kridasana dan akan berakhir di altar pusat perayaan Cap Go Meh untuk melakukan sembahyang menyembah Thian.

Jakarta

STREET FOOD CULINARY

Kini, banyak sekali *review* yang dikeluarkan oleh orang-orang yang ingin meng-*explore* kota metropolitan, Jakarta, terutama yang berkaitan dengan *instagramable spot*. Namun, tak kalah populer beberapa kawasan kuliner di Jakarta pun menjadi salah satu tempat sasaran *review food blogger*. Yuk intip ulasan seputar *Street Food Culinary* di Jakarta!

THAMRIN 10

Beberapa waktu lalu, Pemprov DKI Jakarta menyulap *park and ride* di jalan Thamrin menjadi *food and creative park* yang dinamai Thamrin 10. Sebelumnya, tempat ini merupakan lahan parkir yang digunakan oleh masyarakat yang hendak beralih ke moda transportasi lainnya. Namun, kini lahan tersebut berubah menjadi kawasan kuliner yang dipenuhi dengan *tenant* makanan ala *street food culinary*. Dihiasi dengan deretan *food truck* dan lampu kelap kelip, Thamrin 10 kini banyak dikunjungi masyarakat terutama menjelang *weekend*. Kawasan yang dibuka mulai pukul 10.00 hingga 22.00 ini menasar kalangan anak muda dengan *instagramable spot* dan juga pekerja kantor yang hendak mencari makan siang.

Selain lokasi dan spot menarik, harga makanan di pusat kuliner Thamrin 10 masih sangat terjangkau. Anda bisa menemukan makanan dibawah harga Rp30.000 dengan metode pembayaran yang *cashless* seperti, JakCard, LinkAja, Go-Pay dan juga OVO. Nah, penasaran seperti apa sih makanan yang tersedia di Thamrin 10? Ini dia beberapa *list* yang wajib Anda coba!



travelingyuk.com

KOPI ES TAK KIE

Kedai kopi legend yang berpusat di Gang Gloria, Glodok, Jakarta Barat ini merupakan tongkrongan yang melegenda sejak tahun 1927. Nama kedai tersebut memiliki makna tersendiri, yaitu 'Tak' yang berarti orang bijaksana dan sederhana, sedangkan 'Kie' artinya mudah diingat. Kedai kopi dengan pemilik asal Tiongkok ini masuk menjadi salah satu tenant di pusat kuliner Thamrin 10. Hanya dengan harga kisaran Rp 25.000, Anda bisa menikmati berbagai pilihan menu kopi susu di Kedai Kopi Es Tak Kie.



food.everywhere.id

ES DAWET IRENG DOLPHIN

Minuman yang terdiri dari santan dan susu dengan *topping* cendol yang disiram dengan cairan gula jawa ini menjadi pematik tersendiri bagi pecinta minuman tradisional. Tak hanya itu, penjual Es Dawet ini juga menawarkan menu dengan *topping* tambahan, yaitu durian untuk menambah kenikmatan dan memperkaya rasa dari Es Dawet Ireng Dolphin tersebut. Dijual dengan harga kisaran Rp25.000, Anda sudah dapat menikmati minuman lezat khas Jawa Barat untuk melengkapi menu jajanan kuliner Anda.



pergikuliner.com

GELATO COMEAGAIN

Kudapan ala internasional juga terdapat di kawasan kuliner Thamrin 10. Salah satunya adalah Gelato Comeagain yang merupakan kedai *ice cream* gelato dengan berbagai menu pilihan. Anda dapat *me-request mixing* rasa sesuai *mood* dan kesukaan, mulai dari matcha, bubble gum, coco coffee, mint, vanilla dan rasa lainnya dengan harga yang terjangkau (kisaran harga Rp25.000/scoop hingga Rp.40.000/double scoop). Gelato Comeagain sangat cocok untuk Anda nikmati sebagai *dessert* setelah mencoba menu makanan lainnya di Thamrin 10.

KULINER JALAN SABANG

Berburu *street food* di Jalan Sabang memang tidak akan ada habisnya. Deretan penjual makanan kaki lima mencoba membuat Anda melirik dan tergoda oleh aroma yang tersebar sepanjang jalan Sabang. Isinya cukup lengkap, mulai dari jajanan tradisional hingga makanan *modern* berjajar dengan daya tariknya masing-masing. Tidak salah jika Jalan Sabang seringkali disebut sebagai 'surga kuliner'. Ini dia jajanan tradisional Jalan Sabang yang paling banyak diminati pengunjung!



KOPI OEY

Kedai kopi yang didirikan oleh Bondan Winarno sejak tahun 2009 ini telah membuka lebih dari 40 cabang di berbagai wilayah Indonesia. Kopi Oey yang berpusat di jalan Sabang, tetap mempertahankan kesan klasik dan memiliki unsur Cina Peranakan yang menonjol. Menu makanan serta minuman yang unik juga menjadi pilihan, seperti Roti Bakar Italia, Roti Telor Blanda, Koffie Soesoe Indotjina dan banyak menu lainnya. Kedai kopi ini dibuka mulai pukul 7 pagi dan sangat cocok untuk menjadi spot sarapan yang nikmat.



PEMPEK CAWAN PUTIH

Berbagai macam jajanan tradisional tersedia sepanjang jalan Sabang. Nah, jika Anda sedang mencari makanan khas Palembang, Anda bisa mengunjungi Pempek Cawan Putih yang cukup terkenal. Uniknya, pempek ini berbeda dengan pempek lainnya, karena pempek ini diracik dengan komposisi 60% ikan dan 40% aci. Karena itulah rasa ikan tenggiri dalam pempek tersebut sangat terasa. Selain itu, terdapat menu tambahan Pindang Ikan Patin dengan kuah gurih yang menambah daya tarik kedai makanan yang satu ini.



SATE KAMBING JAYA AGUNG

Sate Kambing Jaya Agung atau biasa disebut dengan Sate Sabang ini telah melegenda sejak tahun 1963. Cita rasa sate kambing Lamongan yang memiliki tekstur daging yang lembut dan empuk serta dipadukan dengan rawon menjadi sangat kental. Kedai Sate Kambing yang buka mulai pukul 08.00 hingga 24.00 ini mempunyai kisaran harga Rp25.000 sampai Rp60.000, Anda bisa menikmati lezatnya sate dengan perpaduan bumbu kacang dan kecap yang memikat.

KULINER BLOK M

Dahulu, Blok M dikenal karena dianggap sebagai pusat tongkrongan dan perbelanjaan di era 80-an. Kawasan kuliner malam Blok M memang tidak perlu diragukan lagi karena dipenuhi banyak deretan angkringan yang melegenda hingga saat ini. Namun, selain banyaknya deretan angkringan dengan rasa bintang lima, kini Blok M menawarkan sesuatu yang berbeda dengan tongkrongan yang cukup *hits* ala generasi *millenials*. Yuk, simak tongkrongan kuliner yang wajib dikunjungi!



GULAI TIKUNGAN

Gulai Tikungan atau biasa disebut Gultik yang berada di sekitaran Blok M Plaza ini memadukan gulai dengan kuah gurih dan daging sapi empuk disertai jeroan yang nikmat. Dilengkapi pilihan sate tusuk seperti sate telur puyuh, sate usus, sate ati ampela serta berbagai jenis lainnya bisa Anda nikmati dengan harga Rp5.000/tusuk, sedangkan harga Gultik-nya sendiri hanya dihargai Rp10.000/porsi. Setiap malam, para penjual Gultik ramai berjajar di atas trotoar dan hampir tidak pernah sepi pengunjung.



ROTI BAKAR EDDY

Roti Bakar Eddy merupakan pelopor roti bakar di Indonesia. Kedai makanan yang berada di Blok M ini telah berdiri sejak tahun 1971 dan memiliki banyak cabang di berbagai wilayah seperti Depok, Serpong, Cibubur dan wilayah lainnya. Roti yang dipanggang garing ini memiliki tekstur yang empuk karena roti ini merupakan roti olahan sendiri. Berukuran cukup besar, roti ini diisi dengan berbagai *topping* yang dapat Anda pilih. Harganya pun sangat terjangkau, yaitu kisaran Rp15.000 – Rp25.000 saja.



M BLOC

Tempat nongkrong sekaligus kuliner *café* bernuansa *modern* yang berada di kawasan Blok M ini merupakan area baru yang dikelola oleh Ruang Riang Milenial dan Peruri. Area ini diciptakan sebagai area *public* untuk melakukan banyak aktivitas, salah satunya kuliner ke beberapa *café* yang terdapat di dalamnya seperti Kedai Tjikini, Titik Temu Coffée, Suwe Ora Jamu, Padang to Go, Katong (spesialis makanan Indonesia Timur) dan masih banyak lagi lainnya.

KULINER PASAR SANTA

Pasar yang dahulu merupakan pasar tradisional ini kembali meraih kejayaannya. Kini, Pasar Santa menjadi salah satu destinasi pengunjung terutama anak muda. Bagaimana tidak? Pasar Santa yang berada tidak jauh dari Kawasan Blok M dan Senayan ini telah dipenuhi deretan makanan dengan *food court modern*-nya. Penasaran seperti apa jajanan makanan yang tersedia? Yuk intip ini dia ulasannya!



ANIMO BREAD CULTURE

Jika Anda hendak mencari cemilan di deretan jajanan Pasar Santa, Anda bisa mengunjungi Animo Bread Culture yang terletak di Lantai Dasar. Disana, Anda akan menemukan berbagai macam menu *pastry* seperti donat tradisional dengan *topping* meises dan gula halus. Teksturnya yang *fluffy* membuat donat ini sangat cocok dinikmati bersamaan dengan kopi susu Animo dan seringkali disebut sebagai *coffee & donut to-go*. Selain donat, juga terdapat *butter croissant*, *crème brulee*, *cinnamon roll* dan aneka *pastry* lainnya.



KOKA SIKKA SEI SAPI

Makanan yang berasal dari Nusa Tenggara Timur ini terdiri dari daging yang diiris dan dimasak dengan diasapi. Tidak perlu jauh-jauh untuk pergi ke NTT, Anda bisa mendapatkannya di Pasar Santa lantai 1. Kedai makanan ini akan memberikan kenikmatan dengan daging asap sapi yang super empuk dan lembut. Kelezatan dari Koka Sikka Sei Sapi ini akan semakin bertambah apabila disantap dengan sambal matah yang pedas. Selain sambal matah, Anda juga bisa memilih jenis sambal lainnya yang tentunya amat menggoda selera.



TOKO KOPI TUKU

Jika Anda pecinta kopi susu tentunya tidak akan asing dengan kedai kopi yang satu ini. Selain berlokasi di Cipete, Toko Kopi Tuku juga membuka cabangnya di Pasar Santa. Es kopi yang satu ini memiliki menu andalan, yaitu Es Kopi Susu Tetangga karena kualitas rasanya yang dinilai konsisten. Kopinya yang *creamy* dan *strong* ini menghasilkan citarasa cukup manis dan pahit yang tidak berlebihan, sehingga terasa sangat pas di lidah. Selain itu, harganya yang terjangkau juga menjadi pilihan bagi pecinta kopi untuk mengkonsumsinya.

KULINER GLODOK

Kawasan Glodok, Taman Sari, Jakarta Barat ini sudah sejak dulu menjadi tempat kuliner yang cukup terkenal. Makanannya yang melegenda membuat pengunjung berbondong-bondong penasaran akan masakan ala Glodok. Memang, disini terdapat banyak sekali pilihan makan mulai dari masakan halal hingga yang non halal. Tapi jangan khawatir, masakan halal dapat Anda temui dengan mudah dan tentunya tak kalah gurih dengan kawasan kuliner lainnya!



SOTO BETAWI NYONYA AFUNG

Soto Betawi yang satu ini sudah lama menjadi idola para pengunjung yang berburu kuliner ke Glodok. Soto Betawi Nyonya Afung telah berdiri sejak tahun 1982 dan menjadi salah satu usaha yang berkembang karena memiliki beberapa cabang di Jakarta. Makanan ini dilengkapi dengan potongan daging sapi dan kuah santan yang gurih. Bagi Anda yang kurang menyukai santan, Anda bisa memilih soto Betawi dengan kuah bening.



RUJAK SHANGHAI ENCIM

Pernah mencoba rujak dengan campuran ubur-ubur atau cumi? Jika belum, Anda harus mencoba Rujak Shanghai Encim yang terletak di Kawasan Glodok ini. Selain campuran ubur-ubur dan cumi, rujak ini berisi campuran kangkung, dan lobak. Rujak ini dimakan dengan menggunakan saus yang tidak biasa yang terbuat dari campuran kacang tanah halus dicampur dengan sagu dan tomat. Rasanya pasti terasa sangat unik dan jarang sekali ditemukan.



PANTJORAN TEA HOUSE

Pantjoran Tea House merupakan satu-satunya restaurant yang memiliki *design* unik. Gedungnya yang berarsitektur ala Tiongkok dan Belanda ini membuat tempat ini sering dijadikan sebagai spot foto. Pilihan makanan khas ala Chinese food sangat beragam disini, seperti aneka *soup*, daging, dimsum bahkan menu Kodok Goreng pun tersedia. Rasanya yang gurih dan *ambience*-nya yang unik membuat pengunjung betah menghabiskan waktu disini.

BIGBOX

Sovereignty | Holistic | Agility

Big Box hadir sebagai solusi penerapan *platform* dan analisa *big data* untuk menghasilkan pemahaman mendalam (*insight*) yang sesuai dengan kebutuhan operasional dan bisnis perusahaan, sehingga dapat mendukung dalam pengambilan keputusan, tata kelola, strategi dan kemajuan perusahaan Anda.

"End to End Enterprise Business and Data Solution With Big data Platform"
Solusi platform dan analisa big data on-premise secara universal untuk enterprise

MENGAPA BIGBOX



Cepat

Hanya dengan *drag-n-drop* membuat *dashboard* tak lagi harus *coding*



Mudah

Memahami data kini tak lagi jadi momok menakutkan, siapa saja dan kapan saja bisa



Ringan

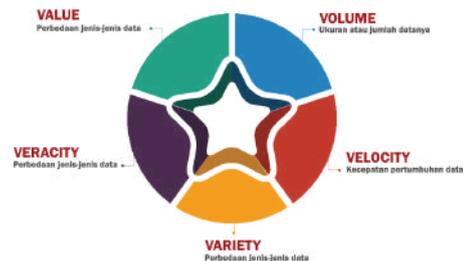
Tidak membutuhkan komputer dengan spesifikasi tinggi karena semuanya serba *online*



Efisien

Mendapatkan semua *tools* yang dibutuhkan tanpa biaya tambahan dan tanpa ketentuan dan syarat yang berarti

SIFAT BIG DATA



Perkembangan dan perubahan yang terjadi di dalam data perusahaan, mendorong perusahaan untuk mempersiapkan, membuat, mengolah, menganalisis dan menggunakan data yang sangat besar (*big data*) untuk mendukung keperluan bisnis.

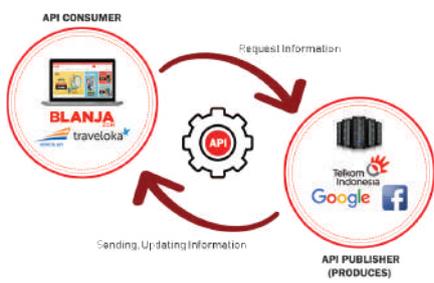
VISUALISASI DASHBOARD



Membuat *Dashboard* semudah membuat presentasi. Cukup dengan *Drag n Drop*, visualisasi data dapat dengan mudah disajikan dan juga membantu *user* untuk membuat keputusan yang tepat dan cepat berdasarkan dari data yang ada.

API UNTUK BISNIS

Application Programming Interface (API) adalah suatu *interface* memungkinkan suatu produk/*service*/*software* dapat "berkomunikasi" dengan produk/*service*/*software* lainnya. API dapat memudahkan dalam mengembangkan produk/*layanan* secara lebih efektif dengan "memanfaatkan" *resource* produk lainnya tanpa perlu membangun sendiri kapabilitas yang dibutuhkan (*less resources, optimal result*). Selain itu, dapat memberikan kemudahan dan kelengkapan fitur pada *user* pengguna suatu produk/*layanan* (aplikasi maupun *website*). Jika *user* sudah tertarik/nyaman menggunakan suatu produk, maka akan meningkatkan trafik atau penggunaan produk atau *layanan* tersebut



Covid-19

NOVEL CORONAVIRUS

Kasus Coronavirus (Covid-19) telah meningkat cukup pesat dalam beberapa waktu terakhir dan mendorong kekhawatiran tentang bagaimana virus ini menyebar dan dapat menular dengan cepat. Menurut data *Worldometer*, hingga 4 Maret 2020 terdapat total 93.526 kasus dimana 17% kasus aktif yang mengalami gejala kritis dan yang telah meninggal dunia sebanyak 6%. Hal yang menjadi *focus* utama pada penularan virus adalah apakah virus ini dapat menyebar selama masa inkubasi, dimana masa seseorang belum tampak sakit atau pun pada orang yang tidak ada keluhan sakit sebelumnya.

How Novel Coronavirus (Covid-19) Spreads and Turns Globally

Menurut *World Health Organization* (WHO), Novel Coronavirus (Covid-19) merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada saluran pernapasan. Coronavirus diidentifikasi sebagai zoonosis, yaitu jenis penyakit menular yang menyebar di antara hewan dan manusia seperti virus Middle East Respiratory Syndrome (MERS-CoV) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS-CoV). Chinese Center for Disease Control and Prevention (CDC) terus melakukan investigasi karena virus ini dapat menular dan bahkan menyebabkan kematian pada manusia.

Sama halnya dengan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS-CoV) yang terjadi di China pada tahun 2003 yang lalu,



sumber penyebaran Coronavirus disebut berawal dari hewan yang dijual di pasar setempat. Sementara itu, penyebaran virus *person-to-person* dapat terjadi ketika orang yang terinfeksi batuk atau flu menyemprotkan tetesan atau kontak langsung hingga dapat menularkan virus kepada siapapun yang berada didekatnya.

Pada akhir Januari 2020, World Health Organization (WHO) telah mendeklarasikan wabah Coronavirus sebagai Global Public Health Emergency, dimana Wuhan merupakan salah satu kota di China yang menjadi pusat penyebaran Novel Coronavirus (Covid-19). Menurut data dari *Worldometer*, hingga 4 Maret 2020 kewaspadaan Coronavirus semakin meningkat dan telah menyebar hingga ke 80 negara di dunia. Tercatat lebih dari 90.000 orang terjangkit Coronavirus dengan total 3.204 orang meninggal dunia akibat terjangkit virus tersebut. Virus ini terus berkembang dan total angka kematian pun semakin bertambah. Beberapa negara selain China, yaitu Korea Selatan, Jepang, Italy, Iran, France dan 74 negara lainnya termasuk di dalamnya Indonesia yang awal Maret lalu mengumumkan kasus pertamanya terhadap Coronavirus. Presiden Republik Indonesia Joko Widodo mendeklarasikan bahwa terdapat dua orang Warga Negara Indonesia (WNI) yang positif terjangkit virus Corona setelah berinteraksi atau melakukan kontak secara langsung dengan warga asing asal Jepang yang tinggal di Kuala Lumpur, Malaysia.

Pemerintah China berkomitmen untuk menahan wabah virus tersebut dengan melakukan isolasi dan karantina warganya yang berada di Wuhan, Provinsi Hubei. Sementara pemerintah Negara di seluruh dunia turut mengevakuasi warga negaranya yang tinggal di Wuhan, termasuk salah satunya Indonesia yang berhasil mengevakuasi Warga Negara Indonesia (WNI) terutama yang berada di Wuhan, Korea dan Jepang. Setelah berhasil dievakuasi, WNI yang dibawa tersebut ditempatkan di Pulau Natuna, Kepulauan Riau dan Pulau Sebaru untuk menjalani proses karantina.

SITUATION IN NUMBERS total and new cases in last 24 hours

Globally

88 948 confirmed (1804 new)

China

80 174 confirmed (206 new)

2915 deaths (42 new)

Outside of China

8774 confirmed (1598 new)

64 countries (6 new)

128 deaths (24 new)

WHO RISK ASSESSMENT

China	Very High
Regional Level	Very High
Global Level	Very High

Based on WHO Data: 03 March 2020

Symptoms



Batuk



Demam



Sesak Nafas



Gangguan Pernafasan

Gejala penularan Novel Coronavirus (Covid-19) diidentifikasi memiliki kesamaan dengan penyakit terdahulu, SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) yaitu dengan gejala-gejala seperti demam, batuk, sesak napas dan gangguan pernapasan ringan hingga berat. Chinese Center for Disease Control and Prevention (CDC) menyatakan bahwa gejala virus Covid-19 dapat muncul dalam kurun waktu 2 hari atau setelah 14 hari terkena paparan virus.

Penyakit ini biasanya menyerang paru-paru dan mengalami tiga fase, yakni *viral replication*, *immune hyper-reactivity* dan *pulmonary destruction*. Namun, tidak semua pasien mengalami ketiga fase tersebut, faktanya hanya 25% pasien SARS yang mengalami sesak napas tanda gejala yang parah. Sedangkan pada Coronavirus, ketika seseorang terjangkit, virus tersebut akan dengan cepat menyerang sel-sel pada paru-paru manusia. Sel-sel tersebut dapat berupa lendir dan rambut-rambut seperti silia. Matthew B. Frieman, yang mempelajari patogen Coronavirus menjelaskan bahwa proses terjangkitnya manusia akan virus SARS sama halnya dengan yang terjadi pada kasus Coronavirus dimana virus tersebut menginfeksi dan membunuh sel silia yang kemudian menyumbat saluran udara manusia dengan cairan. Hal tersebut ditunjukkan melalui studi awal pada Coronavirus yang menunjukkan pasien mengalami gejala sesak napas hingga muncul Pneumonia.

Fase kedua akan muncul ketika *system* kekebalan tubuh masuk dan melawan penyakit dengan membasahi paru-paru menggunakan sel-sel imun untuk membersihkan dan memperbaiki jaringan paru-paru. Apabila *system* kekebalan tubuh manusia rusak, maka virus tersebut akan merusak dan membunuh sel serta jaringan tubuh manusia.

Bagaimana kita tahu kalau seseorang telah terinfeksi Coronavirus? Infeksi tersebut dapat diketahui dengan melakukan diagnosa melalui suatu *test* yang disebut PCR (*Polymerase Chain Reaction*) yang didasari oleh *generatic fingerprint*. Hingga saat ini, belum ada pengobatan khusus dan vaksin yang digunakan untuk menangani kasus Coronavirus.

Prevention

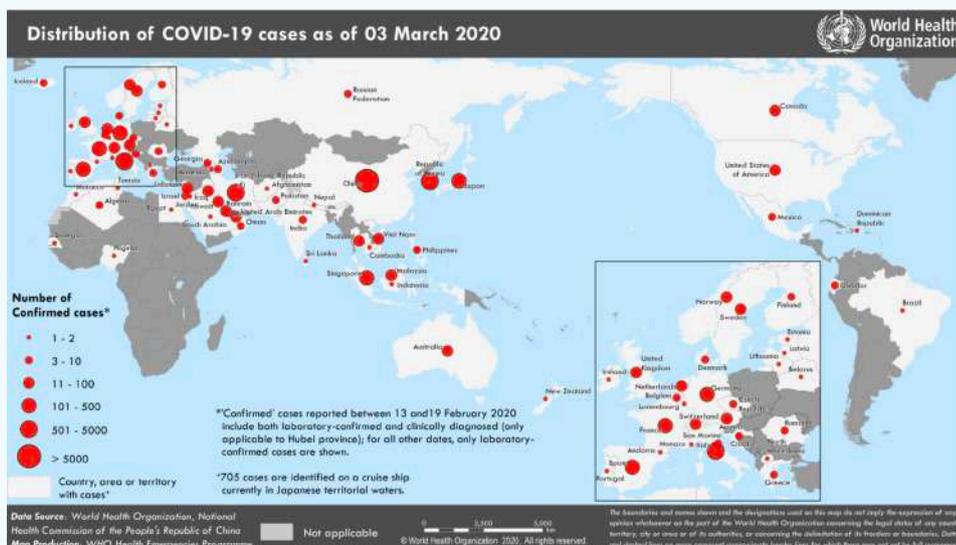
Lalu, bagaimana cara kita mencegah penyebaran Coronavirus? Pencegahan dapat dilakukan dengan beberapa *standard hygiene* yang direkomendasi untuk melindungi diri dari masuknya virus tersebut. Beberapa diantaranya, yaitu:

- Menggunakan masker saat bepergian atau sedang sakit,
- Sering mencuci tangan dengan sabun,
- Hindari menyentuh bagian seperti wajah, hidung, mata saat tangan dalam keadaan kotor,

- Hindari kontak langsung atau berdekatan dengan orang yang sakit
- Hindari menyentuh hewan atau unggas liar.
- Hindari *travelling* jika merasa kurang sehat (demam/flu/batuk).
- Gunakan pisau atau alat dapur yang berbeda saat memasak daging dan makanan lainnya.



Sumber:
www.who.int | www.cdc.gov
www.nationalgeographic.com



The Return of Folding Phone

Kembalinya Ponsel Lipat dengan Konsep Masa Depan

Sepertinya sudah lama sekali kita tidak melihat ada orang yang menggunakan ponsel lipat di sekitar kita. Selama ini perkembangan *gadget* selalu mengarah kepada kebutuhan layar yang lebih besar, sehingga ponsel lipat pun ditinggalkan. Tentu sebagian dari kita masih ingat bahwa banyak orang memilih ponsel lipat dikarenakan ketika sedang tidak digunakan, bentuknya yang kecil akan memudahkan pengguna untuk membawanya kemana-mana, dan menyimpannya di saku baju atau celana.

Semakin membesarnya layar mengarah pada keluhan pengguna yang harus membawa *device* dengan ukuran lebih besar. Para penggiat inovasi teknologi pun terus mencari cara untuk memecahkan masalah ini, dan kini telah hadir solusinya yaitu dengan cara melipat layar besar tersebut. Hal ini didukung dengan ditemukannya layar fleksibel, seperti telah diulas di beberapa edisi lalu mengenai TV yang bisa digulung layarnya. Nah, produsen apa saja yang sudah memasarkan ponsel lipat tersebut? Dan apakah kita sudah bisa membelinya?

Samsung

Samsung sudah mengeluarkan beberapa prototipe, dan dua diantaranya sudah *go to market*. Setahun yang lalu mereka meluncurkan Galaxy Fold yang jika dalam keadaan tertutup, pengguna bisa memanfaatkan layar berukuran 4,6 inci dibagian luarnya. Sedangkan ketika dibuka, pengguna akan dimanjakan dengan sebuah layar besar berukuran 7,3 inci.

Layar ini sendiri menggunakan teknologi *dynamic AMOLED* sehingga bagian yang menampilkan warna hitam akan mati, yang kemudian berujung kepada penghematan baterai. Dan kapasitas baterai pun meningkat drastis karena semakin besarnya area *body* yang bisa disematkan komponen baterai, serta mendukung kemampuan untuk *wireless charging*. Tak hanya layar dan baterai, ponsel ini juga memiliki 6 (enam) buah kamera yang tersebar di bagian luar dan dalam.

Samsung merupakan salah satu *merk* yang pertama mengeluarkan seri ponsel layar lipat, tetapi hal ini bukan tanpa resiko. Peluncurannya diawal sempat mengalami beberapa penundaan setelah *test device* yang dibagikan ke beberapa *tech youtuber* mengalami masalah di layar. Lapisan pelindung yang tidak seharusnya dilepas,



Samsung Galaxy Fold
(sumber : www.samsung.com)

ternyata terlihat seperti bagian yang harus dilepas dan membuat layar rusak ketika beberapa orang mencoba melepasnya.

Layar yang diusung pun bukan tanpa kelemahan. Keunggulan layar yang bisa dilipat berakibat kepada terlihatnya efek bekas kertas dilipat dibagian tengah layar ketika dibuka penuh. Samsung pun menempatkan *disclaimer* bahwa hal ini merupakan hal yang biasa mengingat karakteristik layar, dan pengguna tidak perlu khawatir mengenainya. Pada akhirnya ponsel ini pun diluncurkan di Indonesia dengan harga yang masih sangat luar biasa mahal, yaitu seharga Rp 30,8 juta.

Sadar akan mahalnya Galaxy Fold ini, maka Samsung pun terus berinovasi untuk mengeluarkan seri penerus yang lebih *affordable*. Awal tahun ini Samsung mengumumkan membuka *pre order* untuk Galaxy Z Flip dengan ukuran layar 6,7 inci, dan Samsung menyebutnya dengan *Infinity Flex Display*. Berbeda dengan predesesornya yang memiliki format layar *landscape*, ponsel ini hadir dengan bentuk *portrait* yang lebih natural di tangan.

Teknologi engselnya pun disebut mengalami beberapa peningkatan. Ketika dilipat, ponsel ini mampu mempertahankan posisinya di berbagai sudut sehingga

diklaim bisa memberikan kemudahan saat mengambil foto dengan *low angle*. Posisi lipatan baru ini pun memberikan pengguna pengalaman yang baru, dengan membagi layar untuk tampilan di atas, dan layar untuk kendali di bagian bawah. Bisa dibayangkan mode ini menyerupai ketika kita sedang bekerja di laptop. Di Indonesia sendiri, ponsel ini masih dipasarkan dalam masa *pre order* dengan harga Rp 21,8 juta.



Galaxy Z Flip
(sumber : www.samsung.com)

Huawei

Huawei memperkenalkan produk layar lipatnya yaitu Mate X hampir bersamaan dengan Samsung Galaxy Fold, sehingga bisa dibayangkan kedua merk ini merupakan pionir ponsel dengan layar lipat. Meski demikian, terdapat perbedaan konsep yang sangat mendasar antara kedua raksasa teknologi ini. Jika Samsung menggunakan konsep layar yang dilipat ke dalam, maka Huawei mengambil pendekatan yang berbeda dengan menekuk layar keluar, sehingga ketika ponsel dilipat, kedua layar masih dapat digunakan. Konsep ini disebut oleh Huawei sebagai desain Falcon Wing.

Ketika ditutup, layar normalnya berukuran 6,6 inci, namun ketika dibuka penuh, pengguna akan dimanjakan dengan layar super besar berukuran 8 inci. Sekilas fitur lain yang ditawarkan kurang lebih sama dengan kompetitor lainnya, dari sisi teknologi layar OLED, kemudian hasil kamera yang menawan, dan kapasitas prosesor serta RAM yang berlimpah. Satu hal yang menarik, ponsel ini sudah siap beraksi di network 5G.



Huawei Mate X
(sumber : www.huawei.com)

Banderol harga yang diberikan pun tidak jauh berbeda. Huawei Mate X dijual di daratan China dengan harga sekitar Rp 33 juta. Namun sangat disayangkan, dengan embargo yang dikeluarkan oleh pemerintah AS, semua ponsel Huawei tidak bisa menggunakan Google Services, meskipun masih menggunakan *Operating System* berbasis Android. Hal ini tentunya merugikan kita sebagai pengguna karena semakin berkurangnya opsi yang bisa kita pilih.

Motorola

Kemunculan Motorola di segmen ponsel layar lipat memang terbilang cukup mengejutkan. Pasalnya memang di industri ponsel, Motorola sudah mulai kurang terdengar gaungnya, dan tidak banyak produk yang dipasarkan. Kalaupun ada produk yang diluncurkan hanya mengikuti tren teknologi yang sudah ada, dan kalah inovatif dibandingkan dengan merk lainnya. Akan tetapi mereka berhasil mencuri perhatian dengan meluncurkan ponsel layar lipat yang punya konsep mirip dengan Galaxy Z Flip tetapi bisa hadir lebih awal.

Berbeda dengan Samsung dan Huawei yang mengembangkan *form factor* baru sebagai bentuk penyegaran jajaran produk layar lipatnya, Motorola mengambil cara yang cukup unik. Tidak hanya bentuk yang menggunakan siluet ponsel legendaris Motorola terdahulu, penamaannya pun

sama. Motorola Razr hadir dengan bentuk yang mengizinkan para pengguna untuk bernostalgia ke masa lalu.

Kalau dulu ketika ponsel lipat dibuka, dibagian bawah tersedia *keypad* numerik, maka disini semua terdiri atas layar yang bisa dilipat. Motorola sepertinya tidak ingin berlomba-lomba untuk menggelontorkan *hardware* paling canggih, namun memilih untuk sekedar mencukupi kebutuhan pengguna dengan prosesor *mid hi-end* dan RAM yang cukup 6 (enam) GB saja. Pun begitu, ponsel ini dipasarkan dengan harga yang lumayan tinggi, yaitu sekitar Rp 21 juta.



Motorola Razr
(sumber : www.motorola.com)

Bagaimana dengan merk lain?

Memang tidak banyak pabrikan yang mampu memberikan inovasi terkait layar lipat ini. Ditengarai hal ini dikarenakan biaya riset yang pastinya sangat tinggi, dan belum tentu pasar akan menerima konsep ini begitu saja. Banyak juga yang masih menunggu dalam *mode wait and see*, jika pasar bereaksi positif, maka bukan tidak mungkin akan muncul merk-merk lainnya, seperti contohnya Royole FlexPai yang bisa ditemukan di salah satu *marketplace online* terbesar di Indonesia dengan harga Rp. 30 juta.

01

Fun Run The Ramp:
Sehat itu TelkoMedika

Dalam rangka memeriahkan Hari Ulang Tahun TelkoMedika yang ke-6, TelkoMedika mengadakan Fun Run The Ramp dengan Tema “Sehat Itu TelkoMedika” yang diselenggarakan di kawasan Vertical Garden Telkom Landmark Tower, Jakarta, Sabtu (18/1). Fun Run tersebut turut dihadiri Direktur Digital Business Faizal R Djoemadi, Direktur Enterprise and Business Service Bogi Witjaksono, bersama CEO PT Sarana Usaha Sejahtera Insan Palapa Bambang Lusmiadi, CEO PT Administrasi Medika Budi Setyawan Wijaya, Ketua Yayasan Kesehatan Telkom Aris Hartoni dan Executive Vice President Telkom Regional 2 Teuku Muda Nanta. Acara Fun Run The Ramp ini dibuka untuk umum dan diikuti oleh hampir 500 peserta termasuk di dalamnya pelari profesional. Kompetisi lari yang diselenggarakan melintasi Gedung Telkom Smart Office menaiki Ramp Parkir hingga ke Lantai 3 / P3 sebanyak 3 kali putaran yang masing-masing jarak tempuhnya sejauh 1,6K dengan total 5K – COT (Cut Off Time) 1 jam. Acara ini dimaknai TelkoMedika sebagai komitmen untuk terus mendukung penyediaan dan pengembangan sinergi layanan di bidang kesehatan, salah satunya melalui dukungan Telkom dalam penyediaan sarana dan prasarana layanan kesehatan yang terintegrasi melalui teknologi telekomunikasi, terintegrasi secara *online* melalui EDC maupun AdPass AdMedika serta dukungan dari jaringan *provider* (Rumah Sakit dan Klinik dan Laboratorium kesehatan) yang tersebar di wilayah Indonesia.



02

Telkom Click 2020,
Tumbuhkan Semangat
Hadapi Tantangan Bisnis

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, Telkom Click 2020 kembali hadir sebagai bentuk kesiapan kerja yang akan memotivasi seluruh insan TelkomGroup dalam menghadapi tahun 2020. Di dalamnya turut hadir seluruh jajaran Board of Executive (BoE) TelkomGroup, Direksi anak perusahaan serta Senior Leader TelkomGroup lainnya. CEO TelkomGroup Ririek Adriansyah memimpin acara yang diselenggarakan di Auditorium Telkom Landmark Tower, Jakarta, Jumat (31/1). Dalam arahannya, Ririek secara langsung mengenalkan *Purpose* yang diusung oleh Telkom yaitu Mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan dengan visi Menjadi Digital Telco Pilihan Utama untuk Memajukan Masyarakat. Dengan mengusung visi misi serta *purpose* tersebut, Telkom saat ini mengkategorikan *portfolio*-nya dalam tiga hal diantaranya *Digital Connectivity*, *Digital Platform*, dan *Digital Services* dengan *Strategic Initiatives* baru, yaitu WIN DIGITAL. Mengakhiri sesi pemaparan, Ririek memberikan sebuah kutipan untuk menyemangati seluruh insan TelkomGroup, “Tahun 2020 menjadi semangat baru dan pilihan baru untuk diri kita masing-masing. Semua bergantung pada keinginan untuk belajar dan kemauan yang kuat untuk berubah. *Good Planning without a Good Execution is Useless*,” tutup Ririek.

03

Kemenhub Launching
Aplikasi Ticketing Online
Penyeberangan ASDP

Dalam serangkaian acara tahunan Rapat Koordinasi Teknis (Rakornis) Direktorat Perhubungan Kementerian Perhubungan yang diselenggarakan di Hotel Bidakara Grand Pancoran, Jakarta, Senin (2/3) sekaligus menjadi ajang peluncuran dua aplikasi baru, yakni *Digitalization Passenger System* (Dipass) dan Ferizy, yang merupakan wadah pembelian tiket ferry di lintasan Merak-Bakauheni dan Ketapang-Gilimanuk secara *online*. “Pengguna kini dimudahkan hanya tinggal mengakses www.ferizy.com,” jelas Dirjen Perhubungan Darat Budi Setiyadi. Dalam layanan *e-Ticketing*, PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) bekerjasama dengan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk dengan melakukan penambahan *channel* pembayaran, dimana tidak hanya melalui bank transfer, tetapi juga via Finpay dan *vending machine* yang tersedia di pelabuhan. Layanan pembelian tiket berbasis digital yang dihadirkan oleh PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) ini merupakan upaya digitalisasi dan peningkatan layanan kepada pengguna jasa yang memberikan kemudahan dalam membeli tiket.

04

Kembangkan Bisnis Berbasis IT, Bank Mega Syariah Gandeng Telkom

Direktur Bisnis Bank Mega Syariah

Beserta Rombongan

Telkom Landmark Tower

Telkom Hub

Jakarta, 11 Februari 2020



Dalam mengembangkan bisnis di era digital ini, Bank Mega Syariah (BMS) menggandeng Telkom yang bergerak di bidang digitalisasi. Hal ini diawali melalui kunjungan yang dilakukan oleh Komisaris Utama BMS Moh. Nuh dan didampingi oleh Direktur Utama BMS Yuwono Waluyo, Direktur Bisnis BMS Denny S Karim dan Direktur Operasional BMS Slamet Riyadi ke Telkom Landmark Tower, Jakarta, Selasa (11/2). Hal tersebut tentunya disambut baik oleh Direktur Enterprise and Business Service Telkom Bogi Witjaksono yang didampingi Direktur Consumer Service Telkom Siti Choiriana, Deputy EVP Divisi Enterprise Service Telkom Suhartono, Direktur Utama Finnet Paulus Djatmiko serta tim TelkomGroup lainnya. Dalam paparannya, Nuh berharap kedepan kerjasama ini dapat berkembang dalam segala aspek yang mencakup kebutuhan perusahaan. Waluyo menambahkan, "Mudah-mudahan kita baik Bank Mega Syariah maupun Telkom dapat terus bertumbuh dan berkembang," imbuh Waluyo. Bogi Witjaksono turut menyampaikan mengenai beberapa *subsidiary* TelkomGroup yang memiliki bisnis digital. Salah satunya adalah Finnet yang bergerak di bidang Fintech. Dengan visi menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat, Telkom berkomitmen untuk selalu mendukung perusahaan dalam mengembangkan bisnis digital nya di era Industri 4.0 ini.



05

IndiHome Targetkan 8,3 Juta Pelanggan di Tahun 2020

IndiHome yang merupakan bisnis *fixed broadband* Telkom Indonesia terus bertumbuh sangat pesat dan menutup tahun 2019 dengan sangat baik. Mengawali tahun 2020, IndiHome semakin menguatkan posisinya sebagai *market leader fixed broadband* dengan target 8,3 juta pelanggan serta pertumbuhan *revenue* hingga 20%. Hal ini dilakukan IndiHome melalui peningkatan pelayanan pelanggan, inovasi produk dan juga program menarik yang akan meningkatkan kualitas pengalaman digital pelanggan. Sebagai langkah untuk mencapai target, IndiHome fokus pada penetrasi penjualan melalui digital aktivasi yang terintegrasi dengan *new platform digital marketing*, mengoptimalkan alat produksi, serta mengemas penjualan dengan berbagai *gimmick* yang menarik. Program *marketing* IndiHome pun tidak luput dari inovasi. Di tahun 2020 ini, IndiHome meluncurkan tema *campaign* "Semua Rumah Semua Bisa" untuk membangun keyakinan setiap keluarga Indonesia bahwa mereka mampu menembus dunia dari rumah melalui layanan dan konten IndiHome. Siti Choiriana selaku Direktur Consumer Service Telkom Indonesia mengatakan, "IndiHome selalu mengedepankan kepentingan dari pelanggan dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan hingga produknya agar dapat mewujudkan masyarakat digital serta menghapus kesenjangan digital di Indonesia. IndiHome juga berharap dapat selalu menjadi bagian dari langkah keluarga Indonesia untuk terus menjadi bangsa yang maju dan berdaya saing global," tutupnya.

06

Mangoesky Dukung Sektor Retail Wilayah Indonesia Timur



Pada awal tahun 2020, Mangoesky mendapatkan angin segar dalam perkembangan bisnisnya dengan kembali menggandeng pelanggan baru yang menggunakan layanan internet satelitnya. Kali ini pelanggan berasal dari sektor retail, yaitu PT Indomarco Prismatama atau yang lebih kita kenal dengan sebutan Indomaret. Untuk pertama kalinya Indomaret menggunakan layanan Mangoesky pada salah satu tokonya yaitu Toko Mambi Mamasa yang berada di Kecamatan Mambi, Kabupaten Mamasa, Sulawesi Barat untuk mendukung kegiatan operasional toko. Adanya Mangoesky memberikan manfaat kemudahan dan kelancaran dalam kegiatan operasional harian toko. Oleh karena itu, sasaran Mangoesky bukan hanya satu toko saja, tetapi juga toko Indomaret lainnya yang tersebar di wilayah timur Indonesia seperti wilayah Nusa Tenggara, Sulawesi, dan Maluku. Mangoesky yang merupakan produk dari Telkomsat memang terus berupaya mendukung sektor retail khususnya untuk wilayah timur Indonesia dengan kualitas internet satelitnya yang stabil dan berkualitas. "Potensi sektor retail di wilayah timur masih sangat besar" ujar Hari Usmayadi selaku VP Commerce Segment 2 Telkomsat. "Kami berharap layanan internet Mangoesky dapat menjadi pendorong pertumbuhan sektor tersebut" sambungnya.

PERKUAT NILAI 3S - SOLID SPEED SMART, TELKOM IMPLEMENTASIKAN PROGRAM KIPAS BUDAYA

Telkom Group mengimplementasikan program Kipas Budaya (Komunitas Provokasi Aktivasi Budaya) yang menjadi wadah ekspresi perilaku seluruh karyawan sehari-hari yang menginduksi cara kerja baru dengan ekspresi Kreatif, Semangat, Fun, Cara Baru, Solusi, dan Terukur. Makna Kipas ini diharapkan dapat menciptakan suasana kerja yang sejuk dan menyenangkan, memelihara semangat berperilaku The Telkom Way dalam keseharian, mengakselerasi pencapaian kinerja unit dengan menciptakan cara kerja baru yang lebih *smart* dan cepat.



Divisi Enterprise Service Gelar Apel Kesiapan Kerja 2020

Executive Vice President Divisi Enterprise Service Telkom Judi Achmadi bersama dengan Deputy Executive Vice President Divisi Enterprise Service Suhartono, para Senior Leader dan segenap karyawan Divisi Enterprise Service (DES) melaksanakan Apel Kesiapan Kerja DES 2020 dengan tema “Strengthen Market Leadership, Build Digital Capabilities, Improve Profit And Business Integrity” yang dilaksanakan di Ballroom Hotel Aryaduta Jakarta, Jumat (3/1).

Agenda tersebut diisi dengan pemaparan mengenai pencapaian serta apresiasi terhadap kinerja DES di tahun 2019. Selain persiapan program kerja di tahun 2020, Apel Kesiapan Kerja ini sekaligus sebagai ajang Kick Off Kipas Budaya DES di tahun 2020 dengan jargon, DES ONE (*One Family, One Spirit, One Action*) yang dilakukan oleh Judi Achmadi.

Dalam pemaparannya, Judi turut memberikan motivasi bagi seluruh karyawan DES untuk senantiasa melakukan yang terbaik dan optimis dalam mencapai target baru di tahun 2020. “Mari kita upayakan untuk terus meningkatkan kesolidan dan menerapkan budaya kerja yang baik demi kemajuan kita bersama di tahun 2020 ini,” ujarnya.

Sebelum menutup serangkaian acara, secara simbolis Judi memberikan santunan kepada Yayasan Panti Asuhan Muslimin sebagai bentuk kepedulian dan rasa syukur atas pencapaian kinerja yang telah diraih DES di tahun 2019 yang lalu.



Senior Leader DES Kunjungi Karyawan yang Terdampak Banjir

Deputy Executive Vice President Divisi Enterprise Service Telkom Suhartono beserta para Senior Leader DES mengunjungi para korban banjir yang merupakan pensiunan maupun karyawan di Divisi Enterprise Service untuk memberikan semangat dan dukungan atas terjadinya bencana banjir yang melanda Jakarta dan sekitarnya. Beberapa daerah yang dikunjungi meliputi wilayah Jabodetabek yang sempat terendam banjir cukup tinggi. Dalam kunjungannya, Suhartono menyampaikan rasa kepedulian dan perhatiannya terhadap para korban yang terdampak. “Semoga banjir yang melanda Jakarta dan sekitarnya cepat berlalu dan para karyawan yang dilanda banjir agar tetap diberikan kesabaran dan keselamatan,” ujarnya.

Sebagai bentuk kepedulian, di akhir kunjungan, Suhartono dan para Senior Leader turut memberikan bantuan berupa dana dan peralatan rumah tangga yang dapat digunakan untuk membantu pemulihan area rumah dan sekitarnya agar

kembali tertata dengan baik, sehingga karyawan yang terdampak banjir dapat kembali beraktivitas dengan normal.



Pelaksanaan Apel HUT SEKAR Telkom ke-20

Dalam rangka memperingati Hari Ulang Tahun Serikat Karyawan (Telkom) ke-20, TelkomGroup melaksanakan apel dengan tema “Kolaboratif Mewujudkan Generasi Tangguh dan Inovatif demi Kejayaan Telkom, Kesejahteraan Karyawan, dan Kemajuan Bangsa” di Gedung Telkom STO Gambir, Jakarta, Senin (2/3) yang dihadiri oleh karyawan di area Jakarta Pusat meliputi DES, DGS, dan Witel Jakarta Pusat.

Dalam sambutannya, CEO Telkom Group Ririek Ardiansyah menyampaikan bahwa tema ini mengandung makna yang tepat untuk mendorong pertumbuhan bisnis serta kemajuan bangsa yang merupakan tujuan perusahaan, yaitu mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan.

Sebagai penutup, Ririek memberikan pesan kepada seluruh jajaran karyawan TelkomGroup, “Saya percaya, dengan semangat bersama antara jajaran manajemen dan Sekar Telkom, kita akan semakin *solid* dan dapat memberikan kontribusi positif untuk mewujudkan visi perusahaan, yaitu menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat”.

QUICKLY CREATE & ADD REAL-TIME COMMUNICATIONS WITH PROGRAMMABLE APIs TO YOUR APPS

Permudah Komunikasi Omnichannel Pelanggan Anda dengan NeuAPIX

FULL STACK CPaaS

COMMUNICATIONS PLATFORM AS A SERVICE

in Telin | f Telin | @Telin_Official | Telin_Official

FITUR PRODUK



- Automatic Voice Broadcast
- Voice Call Number Masking
- Perekaman Panggilan
- Text to Speech
- Build IVR Call
- Speech to Text
- Conference Call
- AI Voice Bot



- Panggilan Video P2P yang aman & terenkripsi
- WebRTC yang terintegrasi dengan workflows



- Otentikasi 2FA
- Notifikasi Alert Pelanggan
- Two ways SMS
- Private SMS (Number Masking)
- ChatBot on Messaging



SCAN ME TO KNOW MORE ABOUT NEUAPIX

Contact Us

PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin)
Telkom Landmark Tower Tower 2 Floor 16th & 17th
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 52, Jakarta 12710 – Indonesia
Tel: +62 21 2995 2300

marketing@telin.co.id www.telin.net

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

 www.telkomdigitalsolution.com

 Telkom Solution  @TelkomSolution  Telkom Digital Solution