TELKOMSEL

by Telkom Indonesia

Sustainability Report 2009

Telkomsel's 2009 Sustainability Report

Bertumbuh Bersama Indonesia secara Berkelanjutan

Growing Sustainably With Indonesia

Table of Contents

Contents	Page
Kata Pengantar dari CEO Telkomsel Letter from Telkomsel CEO	2
Profil Perusahaan PT Telekomunikasi Selular Compant Profile of PT Telekomunikasi Selular	7
Profil Laporan Report Profile	30
Tata Kelola Perusahaan Company Management	32
Para Pemangku Kepentingan Our Stakeholders	41
Telkomsel untuk Negeri Telkomsel for the Country	44
Telkomsel untuk Pelanggan Telkomsel for the Customer	72
Telkomsel untuk Lingkungan Telkomsel for the Environment	90
Pembinaan dan Pengembangan Karyawan Employee Encouragement and Development	94
GRI Content Index	100
Report Application Level	102

Kata Pengantar dari CEO Telkomsel

Letter from Telkomsel CEO

" Sebagai operator selular yang terdepan di Indonesia, kami sadar bahwa saat ini semua mata di industri telekomunikasi tertuju kepada Telkomsel dan kinerja finansial yang kuat tidaklah cukup untuk kelangsungan bisnis kami. "

" We realize that currently everyone in the telecommunication industry eyeing Telkomsel as the leading cellular operator in Indonesia and we understand that our financial performance alone will not be enough to sustain our business in this highly competitive industry with 11 telecommunication operators in Indonesia. "

Sarwoto Atmosutarno
CEO Telkomsel

Dengan penuh rasa syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa dan sebagaimana yang telah dipaparkan dalam laporan tahunan Telkomsel, kami sampaikan bahwa tahun 2009 merupakan tahun yang menggembirakan bagi Telkomsel dalam hal kinerja finansial. Di akhir tahun, keuntungan bersih kami meningkat dari Rp 11,42 triliun di tahun 2008, menjadi Rp 13,96 triliun di tahun 2009. Dari segi pelanggan, Telkomsel telah menjadi operator telekomunikasi pertama di Indonesia dengan jumlah 81,64 juta pelanggan di akhir tahun 2009, yaitu sekitar 49 persen dari pangsa pasar seluler. Kinerja yang sangat baik ini sejalan dengan komitmen Telkomsel dalam terus memelihara tingkat kepuasan pelanggannya dan tetap menjadi yang terdepan di industri seluler Indonesia.

Sebagai operator selular yang terdepan di Indonesia, kami sadar bahwa saat ini semua mata di industri telekomunikasi tertuju kepada Telkomsel dan kinerja finansial yang kuat tidaklah cukup untuk kelangsungan bisnis kami. Terlebih lagi dalam industri yang sangat kompetitif dengan adanya 11 operator telekomunikasi di Indonesia. Keadaan ini menyadarkan kami bahwa pertumbuhan yang harus ditempuh oleh Telkomsel adalah pertumbuhan yang berkelanjutan. Di dunia bisnis modern sekarang ini, makna berkelanjutan sendiri berarti melibatkan 3 aspek kinerja, yaitu kinerja finansial, sosial, dan lingkungan, atau apa yang disebut oleh triple bottom line. Dengan demikian, Telkomsel sejak awal telah berkomitmen untuk mencapai kinerja terbaik di semua aspek dengan terus bertumbuh selaras dengan harapan dan tuntutan dari para pelanggan, pegawai, masyarakat dan lingkungan hidup. Kinerja di semua aspek itulah yang menjamin pertumbuhan berkelanjutan Telkomsel.

With praise to God Almighty, the year 2009 has been a successful year for Telkomsel, as is shown in the company's 2009 Annual Report. Telkomsel is now the leading telecommunication operators in terms of customer base with a total of 81.64 million at the end of 2009, approximately 49 percent of the cellular market. This excellent performance is aligned with the company's commitment to continue maintaining customers' level of satisfaction and becoming the leader of the Indonesian cellular industry. As a result of our growth, at the end of the year, our net income increased from Rp 11.42 trillion in 2008 to Rp 13.96 trillion in 2009.

We realize that currently everyone in the telecommunication industry eyeing Telkomsel as the leading cellular operator in Indonesia and we understand that our financial performance alone will not be enough to sustain our business in this highly competitive industry with 11 telecommunication operators in Indonesia. In operating in this kind of environment, we realize that Telkomsel's growth must be sustainable.
In the modern business world, we believe being sustainable means doing so financially, socially, and environmentally, or what is more commonly known as the triple bottom line. Since the beginning, Telkomsel has always been committed to obtain the best performance in all aspects of its business by growing in line with the hopes and demands from the customers, employees, society and the surrounding environment. Our performance in all of these aspects of our business is what will support Telkomsel's sustainable growth.

Dalam upaya untuk terus bertumbuh secara berkelanjutan, Telkomsel melihat adanya tiga tantangan besar yang dapat berpengaruh terhadap kinerja dan kelanjutan pertumbuhannya. Tantangan pertama terkait masalah kebijakan, khususnya yang terkait dengan industri seluler. Tantangan kedua adalah masalah kemajuan teknologi, khususnya yang terkait dengan industri telekomunikasi seluler, dan tantangan ketiga adalah kompetisi yang semakin ketat dengan operator lainnya.

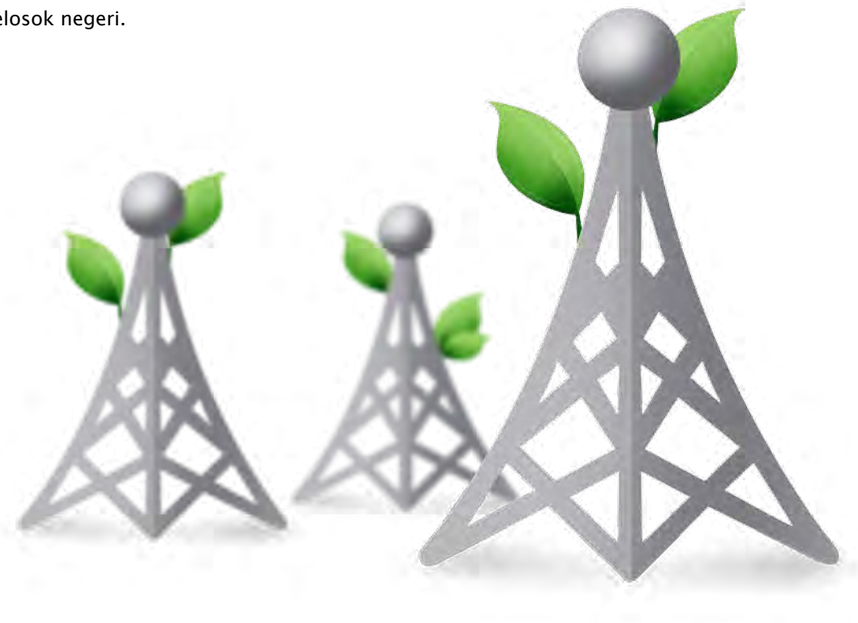
In an effort to increase sustainably, Telkomsel sees three main challenges that can affect the company's performance and continuous growth. The first is government policy, specifically policies related with the cellular industry. The second is advances in technology, specifically new innovations related to cellular telecommunication industry. The third is intense competition with the other operators.

Untuk dapat menjamin kelangsungan pertumbuhannya, Telkomsel menjalankan beberapa pendekatan strategis. Sebagai perusahaan Indonesia yang juga diakui dan disegani di tingkat regional, Telkomsel pertama-tama terus meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi yang ada, di samping ikut aktif memberikan masukan kepada pihak pembuat kebijakan. Kedua, Telkomsel melakukan sejumlah investasi strategis untuk menjadi selalu yang terdepan di bidang teknologi selular. Ketiga, Telkomsel meningkatkan ragam produk yang bernilai tambah kepada para pelanggan, sekaligus menjalankan program sosial yang bermanfaat kepada masyarakat, dan program lingkungan hidup yang berkontribusi dalam upaya global mengatasi perubahan iklim serta Mendukung program peningkatan kualitas hidup masyarakat.

For Telkomsel to be able to sustain its continuous growth, the company uses several strategic approaches. First, as an Indonesian company that is acknowledged and revered in the region, Telkomsel continues to comply with the existing regulations, while at the same time, actively providing inputs to policy makers. Second, Telkomsel is making multiple strategic investments in order to maintain its position as the leader in cellular technology. Third, Telkomsel is increasing its product range that provides added value to customers, as well as applying social and environmental programs that benefit society and contribute to the global effort in battling climate change. We are also working with a specific focus on programs aimed to eradicate poverty in Indonesia.

Sejak berdirinya Telkomsel, telah banyak inisiatif yang dilakukan untuk mendukung peningkatan potensi ekonomi daerah serta perhatian dalam bidang sosial dan lingkungan. Di tahun 2009 sendiri kami memperkuat beberapa inisiatif perusahaan baik itu untuk turut melestarikan lingkungan maupun berkontribusi kepada kehidupan sosial masyarakat Indonesia terutama dalam bidang pendidikan ICT. Dari segi lingkungan, penerapan "Konsep Ekonomi Hijau" Telkomsel telah digunakan untuk membangun dan mengoperasikan 132 Green BTS, yakni BTS yang memanfaatkan energi matahari, dengan jumlah terbanyak di Asia. Dari segi sosial, kami bekerjasama dengan pemerintah Indonesia untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di daerah-daerah terpencil dengan membangun jaringan telekomunikasi di tempat-tempat tersebut. Telkomsel juga memberikan pelatihan keahlian dan wirausaha kepada teknisi seluler guna mendorong jumlah wirausahawan di Indonesia. Selain itu, Telkomsel juga melaksanakan inisiatif untuk memperluas lapangan kerja dengan memperbanyak jumlah reseller kami hingga pelosok negeri.

Since the company first started, Telkomsel conducted many initiatives to support the improvement of rural economic conditions and provide assistance in improving social and environmental issues. In 2009 alone, we increased our involvement in these causes, as well as our work in ICT education. From the environmental aspect, Telkomsel's "Green Economy Concept" has been used to build and operate 132 green BTSs that utilize solar power, the highest number of green BTSs in Asia. From the social aspect, we partner with the Indonesian government to improve the standard of living of people in remote areas by establishing telecommunication networks in these regions. Telkomsel also provides skill and entrepreneurship training for cellular technicians to boost the number of Indonesian entrepreneurs. Additionally, the company also contributes to provide employment opportunities by increasing the number of our reseller across the country.



Walaupun sudah banyak yang dilakukan, Telkomsel menyadari bahwa dalam penyajian kinerja triple bottom line kami diperlukan bahasa yang dapat dimengerti oleh kebanyakan pemangku kepentingan di tingkat internasional. Oleh karena itu kami menyajikan Laporan Keberlanjutan Telkomsel 2009 dengan menggunakan kaidah Global Reporting Initiative (GRI) Index.

We realize that in communicating our performance in the triple bottom line, there is a need to use the same language as of the majority of our international stakeholders. For that reason, we present Telkomsel's 2009 Sustainability Report by adhering to the Global Reporting Initiative (GRI) Index.

Bukan hanya untuk penyajian tapi Telkomsel berkomitmen juga untuk menggunakan Laporan, yang mengikuti GRI Index ini, sebagai langkah awal perusahaan guna memantau dan mengembangkan bisnis perusahaan yang berkelanjutan secara sistematis dan membawa manfaat bagi para pemangku kepentingan secara umum dan masyarakat Indonesia secara khusus.

More than just simply reporting, Telkomsel is also committed to use this report as the company's starting point to monitor and develop the company's sustainable business in a systematic way and provide benefits to all stakeholders in general and Indonesian people specifically.

Kami sebutkan masyarakat Indonesia secara khusus karena sudah lama menjadi keinginan kami agar apa yang dilakukan Telkomsel dapat bermanfaat bagi Bangsa Indonesia. Sebagai anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom), yang merupakan salah satu BUMN strategis terbesar di Indonesia, kami sadar bahwa ada tanggung jawab sosial perusahaan untuk berpartisipasi dalam kemajuan Indonesia dan rakyatnya.

Our desire is to empower the Indonesian people and bring benefits to the nation through our work in the country. As the subsidiary of PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom), which is one of the largest strategic Indonesian state-owned enterprises, we realize that the company must engage in social responsibility in helping Indonesia, and its people, to advance.

Melalui tema "Bertumbuh Bersama Indonesia secara Berkelanjutan," kami harapkan Laporan Keberlanjutan Telkomsel yang pertama ini dapat menjadi langkah awal dari komitmen perusahaan untuk terus bertumbuh seiring dengan pertumbuhan dan meningkatnya kebutuhan komunikasi Indonesia, tapi secara berkelanjutan dan bertanggungjawab.

Through the theme of "Growing Sustainably With Indonesia," we hope Telkomsel's first sustainability report can be the beginning of the company's commitment to continue to grow in a sustainable and responsible manner in line with Indonesia's increasing demand for communication.

Profil Perusahaan PT Telekomunikasi Seluler

Company Profile of PT Telekomunikasi Seluler

Visi Kami Our Vision

Menjadi penyedia gaya hidup dan solusi komunikasi bergerak terkemuka dan terbaik di regional

Best and leading mobile lifestyle and solutions provider in the region.

Misi Kami Our Mission

Memberikan layanan gaya hidup dan solusi komunikasi bergerak dengan kualitas terbaik yang melampaui harapan pelanggan, serta menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan dan pembangunan ekonomi bangsa.

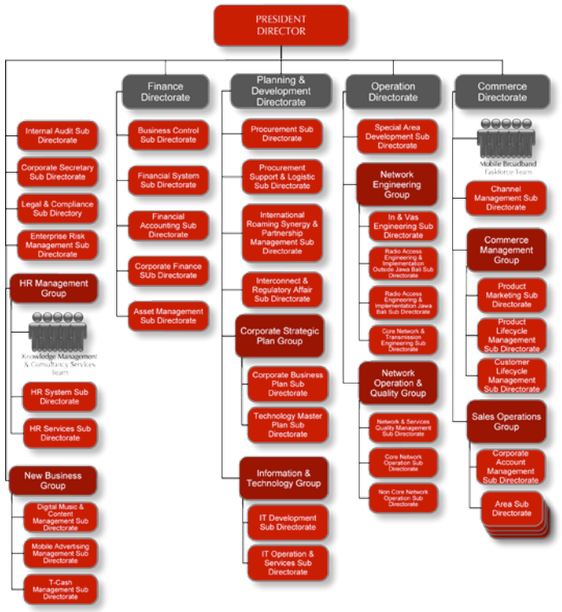
Deliver mobile lifestyle services and solution in excellent way that exceed customer expectation, create value for all stakeholders and the economic development of the nation.

PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) Resmi didirikan tahun 1995 dengan kantor pusat di Jakarta. Kepemillikan Telkomsel terbagi menjadi 65% PT Telekomunikasi Indonesia (TELKOM: JSX:TLKM; NYSE:TLK;LSE:TKID) dan 35% SingTel Mobile, yang dimiliki 100% oleh Singapore Telecommunications, Ltd. (SingTel: SGX:TELE.SI). Selama tahun 2009 tidak ada perubahan signifikan terkait kepemilikan dan bentuk badan hukum perusahaan Telkomsel.

PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) was officially established in 1995 with headquarter in Jakarta. Telkomsel is for 65% owned by PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. ("Telkom": JSX:TLKM; NYSE:TLK; LSE: TKID) and for 35% SingTel Mobile, a 100% owned subsidiary of Singapore Telecommunications Ltd. ("SingTel": SGX: TELE.SI). During 2009 there were no significant changes regarding Telkomsel's ownership and company's legal form.

Struktur organisasi

Organizational Structure



PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) adalah salah satu operator jasa telekomunikasi selular yang beroperasi di Indonesia. Berdasarkan market share dan revenue share, Telkomsel adalah Market Leader dengan basis customer sebesar 72,1 juta pelanggan. Angka tersebut diperkirakan mewakili kurang lebih 50% dari total market Indonesia. Telkomsel adalah operator telekomukasi selular pertama di Asia yang memperkenalkan layanan GSM pra-bayar dan 3G service. Telkomsel memiliki jaringan terluas dibandingkan operator lain. Jaringan Telkomsel mampu menjangkau 95% dari populasi Indonesia. Telkomsel mampu menjangkau seluruh propinsi, kotamadya, kabupaten dan kecamatan di pulau Sumatera, Jawa, Bali, dan Nusa Tenggara. Tahun ini, Telkomsel melakukan peningkatan broardband di Indonesia bagian timur. Telkomsel berkomitmen untuk menghantarkan ICT kepada 100% populasi Indonesia.

Telkomsel is one of cellular telecommunication provider operates in Indonesia. Based on market share and revenue share, Telkomsel is the market leader with customer basis reaches 72,1 million customers. This number represents approximately 50% of Indonesia total market. Telkomsel is the first operator in Asia who introduced pre-paid GSM and 3G services. Telkomsel has the most extensive network compared to other operators. Telkomsel's network able to reach 95% of the entire Indonesia's population. Telkomsel's network able to reach entire provinces, municipalities, districts and sub-districts in Sumatera, Java, Bali and Nusa Tenggara. This year, Telkomsel improved broadband network in eastern Indonesia. Telkomsel is committed to deliver ICT to 100% Indonesia population.

Ikhtisar Keuangan

Financial Highlights

Dalam Miliar Rupiah						In billion Rupiah
Deskripsi	**2009**	**2008**	**2007**	**2006**	**2005**	**Description**
Neraca						Balance Sheets
Aset Lancar	**7.085**	4.257	5.059	3.971	3.048	Current Assets
Aset Tetap-Bersih	**50.346**	46.359	38.251	31.706	21.993	Fixed Assets-Net
Aset Lain-lain	**1.796**	1.315	1.367	1.624	706	Other Assets
Jumlah Aset	**59.227**	51.931	44.677	37.301	25.747	**Total Assets**
Kewajiban Jangka Pendek	**18.991**	17.761	12.403	10.588	6.545	Current Liabilities
Kewajiban Jangka Panjang	**9.181**	7.137	6.082	3.640	1.462	Non-Current Liabilities
Ekuitas Pemegang Saham	**31.056**	27.033	26.192	23.073	17.740	Stockholders' Equity
Jumlah Kewajiban dan Ekuitas Pemegang Saham	**59.227**	51.931	44.677	37.301	25.747	**Total Liability and Stockholders' Equity**
Laporan Laba Rugi						Income Statements
Pendapatan Usaha (*)	**41.582**	37.199	36.670	29.145	21.133	Operating Revenue (*)
Beban Usaha (termasuk Depresiasi)	**22. 792**	20.401	16.791	12.836	8.772	Operating Expenses (incl. Depreciation)
EBITDA	**27.331**	24.062	25.604	20.737	15.408	EBITDA
EBIT	**18.790**	16.798	19.879	16.309	12.361	EBIT
Laba Bersih	**13.160**	11.422	13.624	11.182	8.647	Net Profit
Arus Kas						Cash Flows
Arus Kas Usaha	**21.690**	18.769	20.660	16.339	12.915	Cash Flow from Operations (**)
Arus Kas dari Aktifitas Investasi	**(13.364)**	(12.322)	(13.180)	(13.149)	(8.461)	Cash Flow from Investing Activities
Arus Kas dari Aktifitas Pembiayaan	**1.875**	2.142	3.349	2.678	(936)	Cash Flow from Financing Activities
Dividen	**(7.715)**	(10.210)	(10.137)	(5.645)	(4.616)	Dividends
Arus Masuk/Keluar Bersih	**2.486**	(1.621)	692	224	(1.098)	Net Cash In/Out Flows
Rasio Keuangan						Financial Ratios
Marjin EBITDA	**66%**	65%	70%	71%	73%	EBITDA Margin (1)
Marjin Laba Bersih	**32%**	31%	37%	38%	41%	Net Income Margin (2)
Pengembalian Aktiva	**24%**	24%	33%	35%	38%	Return on Assets (3)
Pengembalian Ekuitas	**45%**	43%	55%	55%	55%	Return on Equity (4)

Catatan:
(*) Bersih dari biaya interkoneksi
(**) Termasuk efek dari perubahan nilai tukar mata uang pada kas dan setara kas
(1) EBITDA dibagi dengan Pendapatan Usaha
(2) Laba Bersih dibagi dengan Pendapatan Usaha
(3) Laba Bersih dibagi dengan Rata-rata Jumlah Aset
(4) Laba Bersih dibagi dengan Rata-rata Ekuitas

Notes:
(*) Net of interconnection charges
(**) Include effect on exchange rate changes on cash & cash equivalents
(1) EBITDA divided by Operating Revenues
(2) Net Income divided by Operating Revenues
(3) Net Income divided by Average Total Assets
(4) Net Income divided by Average Equity

Laba Bersih dibagi dengan Rata-rata Ekuitas

Operational Highlights

Deskripsi	2009	2008	2007	2006	2005	Description
Pelanggan-dalam ribuan						Customer-in thousands
Jumlah Pelanggan						**Customer Base**
kartuHALO Paskabayar	**2.035**	1.940	1.913	1.622	1.471	Postpaid kartuHALO
simPATI Prabayar	**57.993**	43.033	23.986	21.378	16.004	Prepaid simPATI
Kartu As Prabayar	**21.616**	20.327	21.991	12.557	6.794	Prepaid Kartu As
Jumlah	**81,644**	65,300	47,890	35,597	24,269	Total
Tambahan Bersih						**Net Additions**
kartuHALO Paskabayar	**94**	27	251	191	143	Postpaid kartuHALO
simPATI Prabayar	**14.960**	19.047	2.608	5.374	4.447	Prepaid simPATI
Kartu As Prabayar	**1.289**	(1.664)	9.434	5.763	3.389	Prepaid Kartu As
Jumlah	**16.344**	17.410	12.293	11.328	7.979	Total
Minutes of Usage (MOU/Waktu Penggunaan) - dalam miliar menit						Minutes of Usage (MOU) - in billion minutes
MOU	**130,3**	90,2	25,2	18,2	10,5	MOU
ARPU - dalam ribuan Rupiah						ARPU -in thousand rupiah
Total ARPU (1)						Total ARPU (1)
kartuHALO Paskabayar	**214**	216	264	274	291	Postpaid kartuHALO
simPATI Prabayar	**48**	63	84	83	84	Prepaid simPATI
Kartu As Prabayar	**31**	37	57	54	45	Prepaid Kartu As
Campuran	**48**	59	80	84	87	Blended
ARPU non-suara						Total ARPU (1)
kartuHALO Paskabayar	**49**	40	49	47	47	Postpaid kartuHALO
simPATI Prabayar	**14**	16	25	24	25	Prepaid simPATI
Kartu As Prabayar	**15**	18	23	18	15	Prepaid Kartu As
Campuran	**15**	17	25	23	24	Blended
ARPU Efektif (2)	**47**	55	77	81	87	Effective ARPU (2)

Deskripsi	2009	2008	2007	2006	2005	Description
Data Jaringan						Network Data
BTS/Kapasitas						BTS/Capacity
Base Station	**30.992**	26.872	20.858	16.057	9.895	Base Station
Kapasitas NW Keseluruhan (dalam jutaan pelanggan)	**48**	63	84	83	84	Overall NW Capacity (in million subs)
Kualitas Layanan						Quality of Service
Tingkat Kesuksesan Telepon	**97,84%**	93,98%	94,24%	94,43%	94,32%	Call Success Rate
Tingkat Penyelesaian Telepon	**98,84%**	98,73%	99,20%	99,42%	99,30%	Call Completion Rate
Data Pegawai						Employee Data
Jumlah Pegawai	**4.210**	4.129	4.080	3.797	3.566	Total Employees
Rasio Efisiensi (pelanggan/pegawai)	**19.393**	15.815	11.738	9.375	6.806	Efficiency Ratio (subscriber/employee)

Catatan Notes

(1) ARPU mengacu kepada rata-rata Average Revenue Per User (ARPU) per bulan untuk tahun tersebut yang dihitung dengan mengambil jumlah dari ARPU untuk tiap bulan di tahun itu dan dibagi 12. ARPU dihitung dengan membagi jumlah pendapatan seluler baik untuk pelanggan paskabayar maupun prabayar (tidak termasuk biaya koneksi, pendapatan interkoneksi, pendapatan roaming internasional dari pendatang, potongan harga, dan pajak dari penjual) untuk tiap bulan dengan rata-rata jumlah bulan.

ARPU refers to average monthly ARPU (anerage revenue per user) of the year which is calculated by taking the sum of the ARPU for each month of the year and divided by 12. ARPU is computed by dividing total cellular revenues for either postpaid or prepaid subscribers (excluding connection fees, interconnection revenues, international roaming revenues from visitor, dealer discounts and tax) for each month by the respective average number of month.

(2) ARPU Efektif dihitung dari pendapatan usaha bersih yang dibukukan (termasuk potongan harga) dibagi dengan rata-rata jumlah pelanggan (jumlah pelanggan di awal tahun ditambah dengan jumlah pelanggan di akhir tahun, kemudian dibagi 2) dan kemudian dibagi 12.

Effective RSPU is calculated from booked net operating revenues (included discount) divided by the average number of subscribers (number of subscribers at the beginning of the year added with number of subscribers at the end of year divided by 2) and then divided by 12.

Data Penghargaan

Awards

Penghargaan Top Brand untuk kartuHALO, Kartu SIM Paskabayar

Top Brand Award for kartuHALO, postpaid simcard

10 Februari 2009

Marketing & Frontier

Penghargaan Top Brand untuk simPATI, Kartu SIM Paskabayar

Top Brand Award for simPATI, prepaid simcard

10 Februari 2009

Marketing & Frontier

Penghargaan Call Center 2009 untuk Pencapaian Kinerja Layanan yang Unggul

Call Center Award 2009 for Achieving Excellence Service Performance

12 March 2009

Marketing & CCSL

Penghargaan WOMM 2009 untuk kartuHALO – Kartu GSM Paskabayar yang Paling Direkomendasikan

WOMM Award 2009 for kartuHALO – The Most Recommended Postpaid GSM Card

16 April 2009

SWA & onbee Marketing Research

Penghargaan WOMM 2009 untuk simPATI – Kartu GSM Prabayar yang Paling Direkomendasikan

WOMM Award 2009 for simPATI – The Most Recommended Prepaid GSM Card

16 April 2009

SWA & onbee Marketing Research

Penghargaan Kualitas Layanan untuk GraPARI Telkomsel

Service Quality Award for GraPARI Telkomsel

7 May 2009

Marketing & CCSL

Penghargaan Seluler Indonesia 2009 – Pertumbuhan Pelanggan Terbaik

Indonesia Cellular Award 2009 – The Best Customer Growth

14 June 2009

Tabloid Sinyal

Penghargaan IBBA 2009 untuk kartuHALO, Merk Paling Berharga untuk Kategori Produk Penyedia Seluler GSM Prabayar

IBBA Award 2009 for kartuHALO, Most Valuable Brand for Postpaid GSM Cellular Provider Product Category

28 July 2009

SWA & MARS

Penghargaan IBBA 2009 untuk simPATI, Merk Paling Berharga untuk Kategori Produk Penyedia Seluler GSM Paskabayar

IBBA Award 2009 for simPATI, Most Valuable Brand for Prepaid GSM Cellular Provider Product Category

28 July 2009

SWA & MARS

Data Penghargaan

Awards

Penghargaan Diamond ICSA 2009 untuk kartuHALO, Kategori Kartu SIM Paskabayar

Diamond ICSA Award 2009 for kartuHALO, postpaid Sim Card Category

4 September 2009

SWA & Frontier

Penghargaan Diamond ICSA 2009 untuk simPATI, Kategori kartu SIM Prabayar

Diamond ICSA Award 2009 for simPATI, prepaid Sim Card Category

4 September 2009

SWA & Frontier

Penghargaan ICSA 2009 untuk Telkomsel Flash, Kategori Layanan Internet Mobile

ICSA Award 2009 for Telkomsel Flash, Mobile Internet Service Category

4 September 2009

SWA & Frontier

Penyedia Layanan Mobile Terbaik Tahun Ini

Mobile Service Provider of The Year

11 November 2009

Frost & SUllivan

Penghargaan Tujuan Pengembangan Milenium – Kategori Pendidikan Sekolah Dasar Semesta

Millenium Development Goals Award – Universal Primary Education Category

25 November 2009

Metro TV

Penghargaan Marketing 2009 – Experiential Marketing Terbaik

Marketing Award 2009 – The Best Experiential Marketing

9 Desember 2009

Majalah Marketing

Penghargaan Gadget, GSM dengan Inovasi Terbaik

Gadget Award, Best Innovation GSM

16 Desember 2009

Gadget Magazine

Produk Telkomsel

Telkomsel Products

Kami memiliki tiga merek kuat untuk melayani pangsa pasar yang berbeda-beda. KartuHALO untuk pelanggan pascabayar, simPATI dan Kartu As untuk pelanggan prabayar. Kami juga menyediakan pelayanan luas berbasis GSM yang menguntungkan para pelanggan, yang mencakup:

- Call waiting
- Call forwarding
- Voice mail
- International roaming
- Short message service (SMS)
- IDD/International Service
- Flash
- Blackberry

We have three strong brands to serve different markets. KartuHALO for postpaid customers, and simPATI and Kartu As for prepaid customers. We also provide a wide range of GSM-based services that can benefit customers, including:

- Call waiting
- Call forwarding
- Voice mail
- International roaming
- Short message service (SMS)
- IDD/International Service
- Flash
- Blackberry

KartuHALO

KartuHALO ditawarkan kepada pelanggan untuk memberikan jawaban atas kebutuhan pelanggan dari berbagai spektrum yang mempunyai kepentingan berbeda-beda. KartuHALO terdiri dari:

KartuHALO is offered for customers to answer the needs of different spectrums with varied interests. KartuHALO includes:

HALOkeluarga, untuk anggota keluarga yang sering berkomunikasi satu sama lain melalui telepon selular.

HALOkeluarga, for family members who frequently communicate with each other.

HALObebas, yang memberikan kebebasan untuk para pelanggan memilih paket-paket yang memiliki keunggulan produk berbeda.

HALObebas, giving freedom for customers to choose several different packages with different advantages.

HALOhybrid, didesain khusus agar pelanggan dapat menikmati keuntungan dari fitur-fitur yang terdapat pada dua layanan sekaligus, prabayar dan pascabayar.

HALOhybrid, specially designed so that customers can enjoy benefits from features of both services, prepaid and postpaid.

Sedangkan simPATI merupakan pelayanan prabayar yang lengkap dengan biaya paling murah. Terdapat beberapa produk simPATI: simPATI PeDe dan simPATI M@X

Meanwhile, simPATI is a comprehensive prepaid service with the lowest fee. There are several simPATI products: simPATI PeDe and simPATI M@X.

SimPATI menawarkan paket program pembicaraan yang paling populer melalui program Talkmania Reguler, yang dapat digunakan secara nasional dan Talkmania 1000, yang mencakup daerah-daerah tertentu. Produk populer lainnya adalah Mobile Campus, yang merupakan layanan pertama Mobile Campus di tanah air.

simPATI offers a chat program package that is highly popular through the Talkmania Reguler program that can be used nationwide, and Talkmania 1000 that includes certain areas. Another popular product is Mobile Campus, which is the first service of its kind in the country.

Adapun Kartu As disajikan kepada segmen pasar yang lebih memperhitungkan biaya. Kartu ini menawarkan aturan inovatif dan biaya efektif seperti tarif per detik yang tetap, serta fasilitas transfer kredit yang memungkinkan pelanggan mentransfer kredit pelanggan Kartu As lainnya dengan perintah melalui SMS. Terdapat dua paket perdana yang dapat digunakan: Kartu As dengan kartu perdana Rp10.000 dan Kartu As perdana permanen seharga Rp 5.000. Program Kartu As yang paling terkenal adalah paket murah yang menawarkan berbagai fitur dengan harga hanya Rp1.000.

Kartu As is provided for particular markets that estimate cost more than other markets do. This card offers innovative arrangements and innovative fees, such as the flat per-second fee, as well as credit transfer facilities that allow customers to transfer credits to other Kartu As customers by using SMS. There are two principal packages that can be used: Kartu As, a Rp 10,000 principal package, and Kartu As, a permanent principal for Rp 5,000. The most famous Kartu As program is an economic package that offers various features for only Rp 1,000.

Telkomsel-iPhone 3G

Kami meluncurkan Telkomsel iPhone 3G di Pacific Place, Jakarta, pada Maret 2009, yang diikuti dengan penjualannya di tempat yang sama. Terdapat dua paket perencanaan iPhone yang kami tawarkan: paket perencanaan kartuHALO untuk perusahaan dan paket perencanaan simPATI untuk pelanggan prioritas. Saat penjualan perdana itu, sekitar 1.800 paket terjual, kebanyakan adalah paket perencanaan kartuHALO.

In May 2009, we launched the Telkomsel iPhone 3G at Pacific Place, Jakarta, followed by on-the-spot sales. We offer two iPhone planning packages: the kartuHALO planning package for companies and the simPATI planning package for priority customers. At that initial sales event, about 1,800 packages were sold, mostly kartuHALO planning packages.

Paket layanan BlackBerry Lifestyle itu merupakan inovasi pertama di Indonesia yang menyediakan unlimited chatting, melalui BlackBerry Messenger, Yahoo Messenger, Google Talk, Windows Live Messenger, serta layanan jaringan sosial semisal Facebook dan My Space.

The BlackBerry Lifestyle service package is a pioneering innovation in Indonesia that provides unlimited chat, via BlackBerry Messenger, Yahoo Messenger, Google Talk, Windows Live Messenger, and social networking services such as Facebook and My Space.

Inovasi Paket Hemat BlackBerry Telkomsel

Peningkatan jumlah pelanggan BlackBerry Telkomsel yang fantastis, mendorong kami untuk terus memberikan layanan yang lebih baik, sekaligus mewujudkan visi sebagai operator selular penyedia layanan mobile lifestyle terbaik di Asia Pasifik. Kami mencatat, pada awal tahun 2009 hanya terdapat 35.000 pelanggan BlackBerry Telkomsel. Namun menjelang akhir 2009, pelanggannya mencapai 180.000 atau meningkat sekitar 500 persen.

Kami segera meningkatkan kapasitas jaringan layanan BlackBerry menjadi 100 Mbps, selain menyediakan jaringan terluas hingga pelosok yang meliputi hampir 100 persen populasi Indonesia. Kami juga menghadirkan paket bundling BlackBerry Curve 8520 dan inovasi paket layanan BlackBerry dengan harga yang semakin terjangkau.

Telkomsel Blackberry Economic Package Innovation

The phenomenal surge in the number of Telkomsel Blackberry customers has encouraged us to consistently provide better services, while at the same time realizing our vision to be the best mobile lifestyle service provider in the Asia Pacific region. We recorded a mere 35,000 Telkomsel Blackberry customers in early 2009. However, toward the end of 2009, this figure had increase to 180,000 customers, an increment of approximately 500 percent.

We immediately boosted our Blackberry service network capacity to 100 Mbps, in addition to providing the most extensive network to cover almost 100 percent of Indonesia's population. We also introduced the Blackberry Curve 8520 bundling package and Blackberry service package innovation at more affordable prices.

Paket layanan BlackBerry Lifestyle itu merupakan inovasi pertama di Indonesia yang menyediakan unlimited chatting, melalui BlackBerry Messenger, Yahoo Messenger, Google Talk, Windows Live Messenger, serta layanan jaringan sosial semisal Facebook dan My Space. Pelanggan dapat memilih paket hemat harian seharga Rp 3.000 atau paket mingguan Rp 20.000. Untuk paket hemat bulanan, pelanggan dikenakan Rp 50.000 untuk bulan pertama dan selanjutnya Rp 65.000 per bulan.

The BlackBerry Lifestyle service package is a pioneering innovation in Indonesia that provides unlimited chat, via BlackBerry Messenger, Yahoo Messenger, Google Talk, Windows Live Messenger, and social networking services such as Facebook and My Space. Customers can choose from the daily affordable package for Rp 3,000 or the weekly package for Rp 20,000. For monthly service packages, customers are charged Rp 50,000 for the first month and subsequently Rp 65,000 per month.

Kehadiran paket BlackBerry Lifestyle dan Business ini melengkapi paket BlackBerry Unlimited yang telah ada sebelumnya. Latar belakang menghadirkan ragam pilihan paket layanan BlackBerry ini karena kami melihat ada tiga karakter para pengguna BlackBerry yang menonjol. Kelompok pertama adalah pelanggan yang membutuhkan layanan penuh; kelompok kedua hanya membutuhkan untuk mengobrol (chatting) dan jejaring sosial; serta kelompok ketiga yang menggunakan untuk email dan chatting.

The availability of the BlackBerry Lifestyle and Business packages completes the already existing BlackBerry Unlimited packages. We deliver a diverse selection of BlackBerry service packages as we notice three main groups for BlackBerry users. The first group comprises customers who need full service; the second group comprises those who use the service to chat and make use of social networking, while the third group comprises those that use the service for email and socializing (chatting) purposes.

Untuk mempermudah pelanggan menikmati beragam paket hemat tersebut, Telkomsel menyediakan layanan aktivasi BlackBerry via UMB. Dengan metode ini, pelanggan cukup menekan *303# dan memilih paket yang diinginkan.

To facilitate our customers to enjoy a variety of service packages, Telkomsel provides the BlackBerry service activation via UMB. Through this method, customers can simply press * 303 # and select their desired package.

Telkomsel Priority

Lebih jauh, seluruh pelanggan Telkomsel (kartuHALO, simPATI, dan Kartu As) berkesempatan mendapat layanan eksklusif Telkomsel Priority yang merupakan layanan eksklusif dan berfungsi sebagai 'identitas plus'. Melalui program ini pelanggan menikmati berbagai diskon dan layanan eksklusif dengan menunjukan identitasnya. Program ini juga merupakan wujud komitmen Telkomsel kepada pelanggan untuk memberikan nilai tambah.

Furthermore, all of Telkomsel customers (kartuHALO, simPATI, and Kartu As) have opportunities to get Telkomsel Priority exclusive service, which is an exclusive service that can be used as an 'additional identity.' Through this program, customers can enjoy discounts and exclusive services by revealing their identity. This program also shows Telkomsel's commitment to provide extra benefits for customers.

Telkomsel Priority merupakan pengembangan program HALOclub, yang sebelumnya hanya berlaku bagi pelanggan kartuHALO. Anggota Telkomsel Priority akan mendapatkan fasilitas-fasilitas eksklusif yang diberikan secara langsung dalam bentuk prioritas pelayanan di GraPARI dan call centre; double Telkomsel Poin; gratis ganti kartu; gratis berlangganan konten bisnis dan majalah Telkomsel Priority; airport lounge, airport handling, airport transfer; serta harga spesial atau diskon dari berbagai mitra usaha yang tersebar di seluruh Indonesia.

Telkomsel Priority is the development of the HALOclub program, which previously was only available for kartuHALO customers. Telkomsel Priority members will receive exclusive facilities given directly as a priority services at GraPARI and call centers, double Telkomsel points, free card renewal, free subscription of content related to business and Telkomsel Priority magazine, access to airport lounges, airport handling, airport transfers, as well as special prices and discounts from our partners nationwide.

Selain itu, anggota Telkomsel Priority bisa memperluas jaringan pergaulan melalui undangan atau tiket gratis menghadiri acara-acara khusus, yang sesuai dengan minat, profesi, hobi, dan usia.

Additionally, Telkomsel Priority members can expand their social networking through invitations and free tickets for special events, depending on their interests, professions, hobbies and age groups.

Keanggotaan Telkomsel Priority didasarkan pada rata-rata penggunaan tiap bulan selama 6 bulan berturut-turut. Telkomsel menyediakan dua kategori membership yakni Gold dan Platinum. Pelanggan Gold adalah mereka yang penggunaannya Rp 1 sampai 3 juta per bulan, sedangkan Platinum harus di atas Rp 3 juta per bulan.

Telkomsel Priority membership is based on average monthly usage for six months in a row. Telkomsel offers two membership categories, which are Gold and Platinum. Gold members are those with a usage of 1 to 3 million rupiah per month, while Platinum members have to exceed 3 million rupiah per month.

Keanggotaan Telkomsel Priority berlaku 1 tahun. Pelanggan secara otomatis akan mendapatkan SMS yang mengabarkan bahwa ia telah menjadi anggota Telkomsel Priority dan tersedia akses khusus *555# dari ponsel untuk mengetahui status keanggotaannya.

Telkomsel Priority membership is good for one year. Customers automatically receive SMS informing their eligibility to become a Telkomsel Priority member and are provided with the special *555# access code from cell phones to know their membership status.

Kartu Kredit Citibank-Telkomsel

Berangkat dari tujuan untuk sama-sama berfokus kepada kepuasan pelanggan, Citibank dan Telkomsel bersinergi meluncurkan inovasi layanan berupa kartu Citibank-Telkomsel pada Desember 2005. Kartu ini memberikan gabungan kenyamanan layanan kartuHALO Telkomsel dan kartu kredit Citibank dengan fasilitas istimewa. Pemegang kartu co-brand ini akan mendapatkan gabungan semua keuntungan yang melekat pada kartu kredit Citibank dengan kehematan kartuHALO plus kemanfaatan khusus.

Sinergi ini dilakukan setelah diperoleh data bahwa kartu kredit yang paling banyak diminati pelanggan kartuHALO adalah Citibank. Dengan kartu kredit Citibank-Telkomsel, pelanggan dapat menikmati tiga kali lipat poin Citibank Rewards untuk setiap Rp 2.500 tagihan kartuHALO dan kelipatannya. Lebih dari itu, tersedia pula Citibank satu bill; layanan pembayaran tagihan kartuHALO otomatis melalui kartu kredit Citibank-Telkomsel dan fasilitas EazyPay 0% khusus, serta asuransi pembelian barang.

Citibank-Telkomsel Credit Card

Sharing the same desire to focus on customer satisfaction, in December 2005, Citibank and Telkomsel in collaboration launched an innovative service, the Citibank-Telkomsel card. This card provides a combination of ease, services and special privileges of the Telkomsel kartuHALO and Citibank credit card. Cardholders will receive combined advantages inherent in the Citibank credit card with the affordability of the kartuHALO and other special benefits.

This collaboration was carried out based on customer survey data that showed most kartuHALO customers desire Citibank as their credit card. Through the Citibank-Telkomsel Card, customers can enjoy more Citibank Rewards points for every Rp 2,500 kartuHALO usage billed. We also provide the Citibank one bill service, which enables automatic kartuHALO bill payments via the Citibank-Telkomsel credit, EazyPay 0% special facilities, and insurance for purchased items.

Sebagai tambahan, transaksi di luar tagihan kartuHALO tetap mendapatkan satu poin Citibank Rewards untuk transaksi Rp 2.500 dan kelipatannya. Poin Citibank Rewards yang terkumpul bisa ditukar menjadi potongan biaya tagihan kartuHALO, SMS gratis, voucher pulsa simPATI, ataupun ditukar dengan barang-barang pilihan yang tersedia dalam katalog Citibank Rewards.

Di samping itu, pemegang kartu kredit Citibank-Telkomsel dapat berlangganan paket HALObebas komunitas dengan Paket Bebas Abonemen yang memberikan fasilitas roaming nasional gratis, tarif menelepon flat ke lima nomor favorit senilai Rp. 650, tarif SMS ke nomor favorit senilai Rp 100 per SMS, fasilitas roaming internasional otomatis, dan persetujuan otomatis aplikasi kartuHALO bagi pemegang kartu kredit Citibank apabila menggunakan pembayaran satu bill.

In addition, transactions other than kartuHALO bills are still eligible to receive Citibank Rewards points for every Rp 2,500 spent. Accumulated Citibank Rewards Points can be redeemed for kartuHALO bill discounts, free SMS, simPATI vouchers, or exchanged for items of various selections available in the Citibank Rewards catalog.

Citibank-Telkomsel Credit Cardholders may subscribe to HALObebas community with no monthly charge. This package provides free national roaming facilities, a flat Rp 650 call rate to five favorite numbers per call, a flat Rp 100 SMS rate to favorite numbers per SMS, automatic international roaming facility, and automatic approval for kartuHALO applications for Citibank-Telkomsel Card one bill service users.

Masih ada juga asuransi perjalanan cuma-cuma Sign and Flight, yang memberikan asuransi kecelakaan dan perlindungan lain seperti kompensasi ketingggalan pesawat, bagasi hilang atau terlambat.

This card also benefits customers of Sign and Flight free travel insurance, which provides insurance and other protection for accidents, missed flights, lost luggage or delayed flights.

Kartu kredit Citibank-Telkomsel ini memiliki akses di lebih dari 16 juta lokasi di seluruh dunia dan mendapatkan penawaran khusus melalui Citibank Worldwide Privileges di lebih dari 30 negara. Bersamaan dengan itu, para pemegang kartu kredit ini memperoleh kenyamanan dan kehematan menggunakan kartuHALO paket khusus Telkomsel yang didukung jaringan aliansi terluas di seluruh dunia.

The Citibank-Telkomsel Credit Card can be accessed at more than 16 million locations worldwide. Cardholders can receive special offers through Citibank Worldwide Privileges at more than 30 countries. Simultaneously, cardholders are given the ease to benefit from Telkomsel kartuHALO special packages supported by the largest networks alliance in the world.

Setelah layanan kartu kredit Citibank-Telkomsel berlangsung lancar selama empat tahun, layanan ini ditambah dengan fasilitas unggulan yang diberi nama TALK+, yang memungkinkan pelanggan menelepon berkali-kali ke sesama pelanggan Telkomsel selama 60 menit atau 3.600 detik hanya dengan biaya Rp 5.000. Caranya pun mudah, cukup kirim SMS, ketik TALK, lalu kirim ke 2484.

Following the success of the Citibank-Telkomsel credit card for four years, we enriched this service with additional excellent facilities called TALK+, which allows customers to call as many times as they would like to fellow Telkomsel subscribers for 60 minutes or 3,600 seconds at a mere cost of only Rp 5,000. Customers simply need to subscribe via SMS by typing TALK and send to 2484.

Tambahan lagi, pelanggan juga bisa mentransfer pulsa Rp 50.000 atau Rp 100.000 ke nomor simPATI atau HALOHybrid dan menikmati layanan data 3 MB per bulan secara gratis. Kemudian, pelanggan mendapat kenyamanan menukar Citi Point Rewards melalui SMS untuk diskon tagihan kartuHALO, SMS Gratis, dan Voucher simPATI. Pelanggan juga mendapatkan penawaran menarik dari Citi dan Telkomsel untuk produk elektronik dan layanan komunikasi.

As an additional benefit, customers are able to transfer credits of Rp 50,000 or Rp 100,000 to simPATI or HALOHybrid users and enjoy free 3 MB data services monthly. Customers can also redeem their Citi Point Rewards via SMS to enjoy discounts on their kartuHALO bills or simPATI vouchers. Customers may also enjoy other exciting offers from Citi and Telkomsel.

Layanan GraPARI yang Mumpuni

Kami menyediakan kantor pelayanan GraPA RI yang memfokuskan diri untuk melayani pelanggan. Salah satu tugas GraPARI adalah menerima pengaduan dan keluhan. Kini terdapat 84 GraPARI yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Qualified GraPARI Services

We provide GraPARI service centers that focus on assisting customers. One of GraPARI's available services is to receive reports and complaints. We currently maintain 84 GraPARI nationwide.

Berdasarkan data dari Divisi CLM Perfomance Management Telkomsel tahun 2009, diketahui bahwa jenis pengaduan yang paling banyak masuk ke GraPARI adalah mengenai: (1) suara; (2) layanan pesan pendek; (3) general packet radio service; (4) sinyal, dan; (5) nada sambung pribadi. Kemudian, berdasarkan data sistem antrian Qmatic diketahui bahwa 99,5 persen dari total jumlah pelanggan yang datang ke GraPARI Telkomsel selama tahun 2009 memperoleh pelayanan (service level visit). Sedangkan jumlah pengaduan yang masuk pada 2009 menurun 26,3 persen dibanding tahun sebelumnya.

Based on Telkomsel's CLM Performance Management Division in 2009, the highest reports to GraPARI concerned: (1) sound quality (2) short messages service or SMS (3) general packet radio service (4) signal and (5) personal dial tones. Additionally, based on the Qmatic waitlist system, 99.5 percent of the total clients making their way to GraPARI Telkomsel in 2009 were able to receive services (service level visits). Meanwhile, the amount of complaints in 2009 lowered as much as 26.3 percent compared to the year before.

Sebagai kantor pelayanan, GraPARI diakui kepiawaiannya oleh berbagai pihak. Hal ini terlihat dari penghargaan Service Quality Award untuk GraPARI yang diberikan lembaga Marketing & CCSL pada Mei 2009.

As a service center, GraPARI is known for its capability by many stakeholders, as proven by the Service Quality Award for GraPARI from Marketing & CCSL in May 2009.

Di samping pelayanan, GraPARI menyediakan penjualan produk sendiri seperti kartuHALO dan simPATI, tetapi tidak menjual perangkat telepon selular, kecuali jika ada kebijaksanaan tertentu untuk menjual dalam bentuk paket produk Telkomsel. Dengan demikian, jika ada pelanggan yang ingin membeli perangkat telepon selular terpisah dari produk Telkomsel, maka GraPARI akan menyarankan untuk mendapatkannya pada dealer resmi, outlet eksklusif, maupun ritel yang telah bekerjasama dengan Telkomsel.

In addition to services, GraPARI provides its own products, such as kartuHALO and simPATI, but not cell phones, unless there are certain regulations for selling such products in bundles together with Telkomsel products. Therefore, for customers keen to purchase cell phones separate from Telkomsel products, GraPARI will suggest purchasing them from authorized dealers, exclusive outlets, as well as retail stores affiliated with Telkomsel.

Adapun nama GraPARI sesungguhnya merupakan singkatan dari Graha Pari Sraya atau yang berasal dari Bahasa Sansekerta. Nama ini diberikan Sri Sultan Hamengkubuwono X untuk kantor pelayanan Telkomsel sebagai tanda penghargaan atas diresmikannya kantor pelayanan Telkomsel di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sejak itu seluruh kantor pelayanan Telkomsel ditetapkan dengan nama GraPARI Telkomsel atau Graha Pari Sraya Telkomsel.

The name GraPARI essentially stands for Graha Pari Sraya, which is derived from Sanskrit. Sri Sultan Hamengkubuwono X bestowed this name to Telkomsel service centers as a reward for the official opening of the Telkomsel service center in the Special Region of Yogyakarta. Ever since, all of Telkomsel service centers feature the GraPARI Telkomsel name or Graha Pari Sraya Telkomsel.

Gerai HALO

Telkomsel telah menyediakan berbagai pusat pelayanan pelanggan, di antaranya adalah GraPARI dan pilihan akses pelayanan on-line 24 jam berupa call center, website, email, dan SMS. Sungguhpun demikian masih terdapat daerah-daerah yang tidak terjangkau pelayanan Telkomsel, terutama di luar pulau Jawa. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan GraPARI untuk mengisi kekosongan pelayanan tersebut, terutama karena permasalahan sumber daya manusia.

Telkomsel provides several customer service centers, including GraPARI, as well as additional choices of 24-hour online service access through call centers, our Web site, email, and SMS. However, there are still areas that are out of reach of Telkomsel's service, especially outside the island of Java. This is mainly because of GraPARI's limitation to fill the void of service, due to the lack of human resources.

Untuk meningkatkan jangkauan penjualan dan pelayanan, Telkomsel membuka Gerai HALO, yaitu GraPARI dalam skala lebih kecil yang dimiliki oleh mitra penjualan Telkomsel dengan ketentuan penjualan dan pelayanan pelanggan menggunakan sumber daya pihak ketiga dan merek serta standar Telkomsel. Selain menjadi pusat pelayanan pelanggan, Gerai HALO bertujuan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

In order to increase the reach of our sales and service, Telkomsel opens Gerai HALO, which is similar to GraPARI on a smaller scale, owned by Telkomsel's sales partners. The new customer service uses third party resources but still incorporates Telkomsel's brand and standards. In addition to its serving as a customer service center, Gerai HALO also aims to provide employment opportunities to people.

Konsep ini merupakan solusi yang sangat efektif. Melalui Gerai HALO, Telkomsel dapat memperbaiki jangkauan penjualan dan pelayanan pelanggan dengan biaya yang efektif untuk daerah-daerah yang selama ini belum terlayani. Secara keseluruhan Telkomsel telah menghadirkan lebih dari 510.356 titik pelayanan sebagai upaya lebih dekat dengan pelanggan dan memberikan kemudahan akses pelayanan, berupa: call center (4 area), GraPARI/Branch (84 unit), Gerai HALO (268 unit), Plasa GraPARI (34 unit), KiosHALO (2.633 unit), Retail Nasional (22.267 unit), outlet dealer Telkomsel (4.350 unit), dan M Kios (480.732 unit).

This concept is proven to be an effective solution. Through Gerai HALO, Telkomsel improved the reach of its customer sales and service to areas which has not been covered before in a cost-effective manner. On the whole, Telkomsel has provided more than 510,356 service centers in an effort to be closer to the customers and provide easy access to services. These service centers are in the form of call centers (four areas), GraPARI branches (84 units), Gerai HALO centers (268 units), GraPARI Plaza (34 units), Kios HALO (2,633 units), National Retail (22,267 units), Telkomsel Outlet Dealer (4,350 units) and M Kios (480,723 units).

Call Center Telkomsel 24 Jam

Mengingat pelanggan kami mencapai 81,64 juta, maka sudah menjadi kewajiban kami untuk memperhatikan dan menangani kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh. Sehubungan dengan itu, Telkomsel menyediakan empat lokasi call center on line yang terletak di Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Pusat layanan ini didukung lebih dari 4.500 petugas yang bekerja 24 jam tanpa henti. Rata-rata, panggilan telepon yang masuk ke call center tersebut mencapai 1,5 juta per hari; berarti 45 juta per bulan. Menyimak angka ini, tak heran bila call center Telkomsel menjadi pusat layanan pelanggan online terbesar dan teraktif di Indonesia.

Keeping in mind our customer base of 81.64 million, it is our obligation to truly care and address the needs of our customers. Therefore, Telkomsel provides four on-line call center located in Jakarta, Surabaya, Bandung, and Medan. More than 4,500 officers who work 24 hours non-stop support these service centers. On average, incoming calls recorded at our call center reached 1.5 million per day; 45 million calls per month. When observing these figures, it is no surprise to say that Telkomsel's call center is the largest and most active online customer service center in Indonesia.

Di samping itu, pelanggan Telkomsel dapat memilih layanan sesuai dengan keperluannya. Bisa dengan mendatangi langsung GraPARI atau memilih layanan online melalui website, email, dan SMS.

In addition to the call center service, Telkomsel customers may choose from a range of various services customized to their needs. Customers may directly visit our GraPARI or choose online services by visiting the Telkomsel website or send emails or SMS.

Lebih jauh, call center menyediakan layanan menu browser *111# dan *116#. Melalui layanan menu browser ini pelanggan dapat dengan mudah dan cepat mendapatkan berbagai informasi yang diinginkan, seperti informasi tagihan, aktivasi berbagai fitur (GPRS, MMS, 3G, NSP), dan berbagai informasi lain.

Furthermore, Telkomsel's call center provides the *111# and *116# browser menu service. Through this service, customers can easily and rapidly receive various information, i.e., billing info, activation of various features (GPRS, MMS, 3G, NSP), and other information.

Call center Telkomsel telah meraih sertifikat ISO 9001 dari lembaga sertifikasi internasional dan meraih gelar sebagai Best Call Center Award selama empat tahun berturut-turut, serta meraih International Best Asia Pacific Call Center Award.

Telkomsel's call center has achieved much international recognition such as the ISO 9001 certification from renowned international certification body, The Best Call Center Award for four consecutive years, and the International Best Asia Pacific Call Center Award.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, Telkomsel menetapkan parameter pelayanan yang terukur, toleransi kecepatan pelayanan, hingga menyediakan ruang pelayanan yang sangat nyaman bagi para petugasnya.

In order to increase and maintain our service quality, Telkomsel has set various measureable service parameters while also providing comfortable service areas for both Telkomsel customers and officers.

Berdasarkan data yang kami miliki, call center merupakan akses pelayanan yang paling sering dihubungi pelanggan dengan prosentase mencapai 85 persen. Akses lainnya menggunakan layanan online (website, email, SMS) sebanyak 13 persen; sedangkan pelanggan yang datang langsung ke kantor pelayanan GraPARI hanya 2 persen.

Based on our data, our call center is the most contacted service point with a percentage of almost 85 percent of our customers. Other customer service points appear as online services (website, email, SMS) and make up 13 percent. Only 2 percent of our customers choose to directly visit our GraPARI.

Kami menyadari, pusat pelayanan pelanggan memegang peran yang sangat penting sebagai garda depan perusahaan yang bersentuhan langsung dengan pelanggan. Oleh sebab itu, kami senantiasa menyediakan fasilitas yang baik dan memuaskan pelanggan.

We are aware that customer service centers hold a very important role as Telkomsel's front liner in servicing and understanding customers. Thus, Telkomsel are committed to provide the best facility and service to maintain customer satisfaction.

T-CASH: "Dompet Bergerak"

Telkomsel menghadirkan layanan T-Cash atau "dompet bergerak" (mobile wallet) yang pertama di Indonesia pada November 2007. Layanan ini memungkinkan pelanggan melakukan berbagai transaksi dengan telepon selularnya, seperti membeli barang, mengecek saldo, membayar jasa, serta mengecek riwayat transaksi. Layanan T-Cash memungkinkan telepon selular pelanggan berfungsi layaknya dompet penyimpanan uang (digital cash), yang bisa digunakan untuk melakukan transaksi di tempat-tempat bertanda khusus dengan nominal kecil (micropayment) di bawah Rp 1 juta.

Dalam menghadirkan layanan ini, Telkomsel menjadi integrator sekaligus service provider yang didukung Bank Indonesia (regulator); para mitra Telkomsel dalam penjualan barang dan jasa; serta bank sebagai tempat penyimpanan dana. Melalui T-Cash, pelanggan Telkomsel, bertransaksi di 1.000 gerai Indomaret di Provinsi Lampung, Pulau Jawa, dan Pulau Bali.

Secara keseluruhan terdapat dua tipe pelanggan T-Cash; pertama, Basic Service, yakni pelanggan simPATI/Kartu As yang melakukan aktivasi melalui SMS bisa melakukan transaksi T-Cash sampai dengan Rp 1.000.000 (satu juta rupiah). Kedua, Full Service, yang bisa melakukan transaksi T-Cash sampai dengan Rp 5.000.000 (lima juta rupiah). Pelanggan Basic Service dapat meningkatkan layananannya menjadi Full Service dengan melakukan registrasi di GraPARI Telkomsel terdekat. Semua informasi dan transaksi menggunakan T-Cash dapat dilakukan dengan menghubungi *828#.

T-CASH: "Mobile Wallet"

In November 2007, Telkomsel introduced the T-Cash service or the first "mobile wallet" in Indonesia, which allows customers to perform various transactions using their cell phones, such as making a purchase, checking one's balance, paying for services, and checking transaction history. The T-Cash service transforms a customer's cell phone into a wallet that stores digital cash that can later be used to perform micropayment transactions (less than one million rupiah) at certain places.

In providing this service, Telkomsel becomes both the integrator and service provider supported by Bank Indonesia as regulator. Telkomsel partners in selling goods and services; as well as banks that store funds. Through T-Cash, Telkomsel customers are able to perform transactions in 1,000 Indomaret chains in Lampung, Java, and Bali.

Overall, there are two types of T-Cash customers; first, the Basic Service – which consists of simPATI/ Kartu As customers who use short message services – who can perform T-Cash transactions up to one million rupiah. Second, is the Full Service – those who can perform T-Cash transactions up to five million rupiah. Basic Service customers can upgrade to Full Service by registering through any available GraPARI Telkomsel. All information and T-Cash transactions can be done by contacting *828#.

Profil Laporan

Report Profile

Penyusunan dan publikasi Laporan Keberlanjutan Telkomsel 2009 ini merupakan upaya menunjukkan tekad dan tanggung jawab kami kepada para pemangku kepentingan. Laporan Keberlanjutan Telkomsel 2009 ini merupakan laporan yang pertama. Dalam laporan ini kami menyajikan dan membahas berbagai program, kebijakan, dan interaksi perusahaan dengan lingkungan yang telah kami laksanakan sepanjang tahun 2009 dalam rangka mendukung pertumbuhan bisnis dan kepentingan para pemangku kepentingan.

The Telkomsel 2009 Sustainability Report development and publication is one example of our effort to show our commitment and responsibility to our stakeholders. We also want to add that this is our first sustainability report. Within this report, we are proud to present and discuss various programs, policies, as well as the company's focus on the environment, which we began in 2009 to support our business growth and stakeholders' interests.

Terkait dengan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis, kami terus berupaya melaksanakan program tanggung jawab sosial kami, yang ditekankan pada bidang pendidikan. Sebagaimana diketahui, pemerintah RI memusatkan perhatiannya pada bidang pendidikan. Sejalan dengan itu, fokus kegiatan tanggung jawab sosial Telkomsel juga di bidang pendidikan. Sesungguhnya, sebagai pemimpin pasar dan operator yang melayani pelanggan di seluruh Indonesia, kami sudah lama melaksanakan tanggung jawab sosial tersebut.

In relation with our business growth and sustainability, we continue our effort to carry out the company's CSR program that emphasizes education. This is also in line with the Indonesian government's focus on education. As a market leader and operator that provides service to customers throughout Indonesia, we have conducted CSR activities for quite some time.

Bersamaan dengan itu, kami juga melakukan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Salah satu kegiatan penting di luar bidang pendidikan adalah membangun jaringan untuk menghubungkan daerah-daerah yang terisolasi. Kegiatan ini tercakup dalam program Telkomsel Merah Putih bersama-sama dengan Kewajiban Pelayanan Universal pemerintah Republik Indonesia.

We have also carried out several activities that aim to increase the Indonesian's standard of living. One of the important activities outside the field of education is building the network to connect isolated areas. This is included in the Telkomsel Merah Putih program together with Indonesian government's Universal Service Obligation.

Laporan ini disusun dalam dua bahasa, Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, dengan mengacu kepada Sustainability Reporting Guidelines (SRG) dan Telecommunication Sector Supplement yang dikeluarkan Global Reporting Initiative (GRI) dan akan dipublikasikan tiap tahun.

This report is developed in both Indonesian and English, adhering to Sustainability Reporting Guidelines (SRGs) and Telecommunication Sector Supplement issued by the Global Reporting Initiative (GRI), and will be published each year.

Laporan ini mencakup aktivitas Telkomsel di seluruh Indonesia dengan berfokus pada para pemangku kepentingan. Data-data yang disajikan dalam laporan ini bersifat kuantitatif dan kualitatif. Kami menyadari bahwa data kuantitatif yang disajikan masih terbatas. Kami berkomitmen untuk terus memperbaiki presentasi data ini pada laporan-laporan berikutnya.

This report covers Telkomsel's activities throughout Indonesia focusing on our stakeholders. Data presented in this report are quantitative and qualitative data. We are aware that quantitative data presented in this report are still limited. We are committed to continuously improve data presentation in our subsequent reports.

Kami bersikap terbuka kepada para pemangku kepentingan yang hendak menyampaikan saran-saran dan mereka dipersilakan menyampaikannya ke alamat di bawah ini:

We encourage stakeholders to provide suggestions, which can be sent to the following address:

CSR Program & Support Management Division PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel)
Wisma Mulia
Jl. Jend. Gatot Subroto No. 42
Jakarta 12710, Indonesia
Tel: 62 21 5240811 ext. 11656 / 11666
Fax: 62 21 52906112

Tata Kelola Perusahaan

Company Management

Untuk melindungi kepentingan para pemilik saham dan pemangku kepentingan, kami memiliki standar komitmen yang tinggi terhadap tata kelola perusahaan. Standar komimen ini harus dibangun dalam nilai-nilai budaya perusahaan dan imbalan untuk pribadi, serta integritas perusahaan, maupun berupa standar etik dan perasaan saling menghormati yang patut dicontoh.

To protect shareholders and stakeholders, we uphold high commitment in managing the company. This commitment is built through the company's cultural values and personal compensation, the company's integrity, as well as ethical standards and mutual respect that should be set as an example.

Komitmen yang jelas terhadap tata kelola perusahaan merupakan hal yang esensial bagi seluruh karyawan, termasuk anggota Dewan Komisaris dan Direksi. Dewan Komisaris dan Direksi bertanggung jawab kepada para pemilik saham untuk menjamin bahwa Telkomsel beroperasi sesuai dengan tata kelola perusahaan yang baik. Telkomsel mematuhi peraturan dan hukum pemerintah RI dan karena itu mematuhi UU Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007. Sebagai anak perusahaan PT Telkom, Telkomsel juga wajib mematuhi berbagai peraturan dan prinsip tata kelola perusahaan yang ditentukan grup TELKOM.

An apparent commitment to company management is essential for all employees, including those in the Board of Commissioners and Directors. The Board of Commissioners and Directors are responsible to shareholders in making sure that Telkomsel is operating under proper company management. Telkomsel complies to regulations and laws in Indonesia, thus obligating to The 2007 Law of Limited Liability Company no. 40. As a subsidiary of PT Telkom, Telkomsel is responsible to adhere to management regulations and principles set by TELKOM group.

Dewan Komisaris

Dewan Komisaris secara kolektif bertanggung jawab mengawasi manajemen Telkomsel yang dijalankan Direksi. Dalam peraturan Telkomsel, Dewan Komisaris terdiri dari enam anggota, termasuk Presiden Komisaris.

Board of Commissioners

Board of Commissioners is collectively responsible to oversee the Telkomsel management run by the Board of Directors. According to Telkomsel regulations, the Board of Commissioners consists of six members, including the President of the Commissioners.

Kesepakatan para pemegang saham menetapkan bahwa Presiden Komisaris dipilih dari kandidat yang dinominasikan oleh TELKOM.

Shareholders agreed to select President of the Commissioners from candidates nominated by TELKOM.

Dewan Komisaris bertanggung jawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Para anggota Dewan Komisaris diangkat para pemegang saham Telkomsel untuk jangka waktu tertentu. Para pemegang saham mengajukan beberapa nominasi kandidat sebagai komisaris dan merekomendasikan penggantian komisaris sesuai dengan proporsi saham mereka masing-masing.

The Board of Directors has a responsibility to the General Meeting of Shareholders (GMS). Members of the Board of Commissioners are chosen by Telkomsel shareholders for a certain period of time. These shareholders propose several potential candidates and make recommendations for changes among commissioners based on each of their proportion in share ownership.

TELKOM menominasikan empat komisaris, sedangkan SingTel Mobile menominasikan dua komisaris. Pada akhir tahun 2009, TELKOM hanya menunjuk tiga wakilnya di Dewan Komisaris, sementara satu posisi Dewan Komisaris masih kosong. Pada Maret 2010, TELKOM menunjuk satu anggota tambahan untuk mengisi kekosongan tersebut.

TELKOM nominates four commissioners, while SingTel Mobile nominates two. At the end of 2009, TELKOM only appointed three representatives in the Board of Commissioners, while one position remained vacant. In March 2010, TELKOM appointed one extra member to fill such position.

Rapat-rapat Dewan Komisaris harus diselenggarakan sekurang-kurangnya tiga bulan sekali dan diselenggarakan ketika diminta oleh anggotanya. Kuorum dalam seluruh rapat Dewan Komisaris adalah empat orang, termasuk seorang anggota yang dinominasikan SingTel Mobile dan anggota komisaris yang dinominasikan TELKOM. Keputusan rapat Dewan Komisaris diambil berdasarkan suara terbanyak, kecuali mengenai masalah tertentu yang terkait dengan masalah kelompok minoritas yang membutuhkan kesepakatan bulat. Jika suara Dewan Komisaris berimbang, permasalahan tersebut akan dibahas dalam RUPS untuk dicarikan penyelesaiannya.

The Board of Commissioners meetings must be held at least once every three months and should be based on the request of members. The quorum for all Board of Commissioners meetings is four people, including one nominated by SingTel Mobile and one commissioner nominated by TELKOM. Decisions in the Board of Commissioners meetings are decided based on majority, except with regards to particular issues related with minorities that call for full agreement. If a decision is balanced, the issue would be addressed at the GMS in the hope of finding a solution.

Kegiatan Dewan Komisaris

Pada tahun 2009, Dewan Komisaris melaksanakan tugas-tugasnya dengan mengawasi kebijakan yang diputuskan Direksi. Dewan Komisaris mengelola perusahaan dengan konsisten, sesuai dengan strategi bisnis jangka panjang dan berkomitmen menerapkan sistem pengelolaan yang transparan dan berkualitas tinggi.

Untuk menjalan tugasnya, Dewan Komisaris melaksanakan rapat sesuai dengan kebutuhan. Melalui rapat rutin yang dilakukan hampir tiap bulan, Dewan Komisaris dapat memonitor kinerja Telkomsel dan menyediakan arahan dan petunjuk bagi Direksi untuk mengelola Telkomsel. Dalam menjalankan pengawasan, Dewan Komisaris dibantu oleh komite yang telah didirikan. Komite ini disebut Komite Audit, Komite Belanja Modal, dan Komite Remunerasi. Dewan Komisaris juga membantu Direksi dalam:

- Meninjau dan Mengesahkan Rencana Bisnis Telkomsel 2010-2014
- Meninjau dan Mengesahkan Anggaran Telkomsel 2010
- Meninjau dan Mengesahkan Laporan Tahunan Telkomsel 2009

Board of Commissioners Activities

In 2009, the Board of Commissioners succeeded in overseeing policies decided by the Directors. The Board of Commissioners manages the company consistently based on a long-term business strategy and is committed to implementing a transparent and excellent management system.

To accomplish their tasks, the Board of Commissioners carried out meetings based on its needs. Through annual meetings done every three months, the Board of Commissioners can monitor Telkomsel's effectiveness and provide guidance for Directors in managing Telkomsel. In overseeing the company, the Board of Commissioners was assisted by established committees. The committees were called the Audit Committee, the Capital Expenditure Committee, and the Remuneration Committee. The Board of Commissioners also assisted the Directors with the following:

- Observing and Confirming 2010-2014 Telkomsel Business Plan
- Observing and Confirming 2010 Telkomsel Budget
- Observing and Confirming 2009 Telkomsel Yearly Report

Direksi

Direksi secara individu maupun kolektif bertanggungjawab meningkatkan keberhasilan Telkomsel dengan mengarahkan dan mengawasi kebijakan serta strategi Telkomsel. Peran Direksi adalah mengelola bisnis Telkomsel setiap saat dan mempertanggungjawabkan tugas-tugasnya pada RUPS. Direksi terdiri dari lima direktur; seorang di antaranya adalah Presiden Direktur.

Para pemegang saham berhak mengusulkan lebih dari seorang kandidat sebagai direktur dan berhak merekomendasikan pergantian direktur sesuai dengan proporsi pemilikan saham mereka masing-masing. TELKOM berhak mengajukan tiga direktur, sedangkan SingTel Mobile berhak menominasikan dua direktur. Presiden Direktur, Direktur Keuangan, dan satu direktur lainnya harus mewakili pemegang saham mayoritas (TELKOM).

Board of Directors

The Board of Directors, both individually and collectively, is responsible in improving Telkomsel's excellence by guiding and supervising Telkomsel's regulations and strategies. The Board of Directors serves the role of managing Telkomsel's business at each instance while assigning responsibilities to the GMS. The Board of Directors consists of five directors; in which one of them is the President Director.

Shareholders hold a right to propose more than one candidate for director and hold a right to recommend changes for directors based on each of their proportion in the share ownership. President Director, Finance Director, and one other director must represent the majority shareholder (TELKOM).

Rapat Direksi harus diselenggarakan sekurang-kurangnya tiap dua bulan atau kapan pun berdasarkan permintaan seorang direktur. Kuorum rapat direktur berjumlah empat orang anggota yang hadir atau diwakili dalam rapat, termasuk seorang direktur yang dinominasikan SingTel Mobile dan TELKOM.

Keputusan rapat Direksi diambil berdasarkan pada suara mayoritas anggotanya, kecuali untuk masalah tertentu dengan menghormati dan melindungi persoalan-persoalan minoritas yang membutuhkan persetujuan secara tertutup. Ketika tidak diperoleh suara mayoritas, suara direksi sama kuat, maka keputusan mesti diajukan pada rapat dengan Dewan Komisaris.

Remunerasi

Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi ditentukan dalam RUPS Telkomsel. Tidak ada honor untuk Komisaris atau Direksi ketika mereka menghadiri rapat pada masing-masing dewan. Pada tutup tahun, 31 Desember 2009, jumlah kompensasi yang dibayarkan Telkomsel kepada seluruh komisaris dan direksi sekitar Rp 31 miliar, sebagaimana ditentukan RUPS.

Benturan Kepentingan

Anggota Direksi dilarang menerima posisi lain di luar Telkomsel yang mungkin secara langsung atau tidak langsung menimbulkan benturan kepentingan dengan Telkomsel dan/atau melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan. Peraturan juga menyatakan jika Telkomsel mempunyai benturan kepentingan dengan seorang anggota Direksi, maka Telkomsel akan diwakili oleh anggota Direksi yang lain.

The Board of Directors meeting must be held at least once every two months or any other time based on a director's request. The quorum for the Board of Directors meetings is four people in attendance or represented in a meeting, including one nominated by SingTel Mobile and TELKOM.

Decisions in the Board of Directors meetings are based on majority votes, except those regarding particular issues that respect minority issues and require a closed agreement. When a majority cannot be reached, the Board of Directors has equal voice, thus the decision must be forwarded to a meeting with the Board of Commissioners.

Remuneration

Remuneration of Board of Commissioners and Directors is settled in the Telkomsel GMS. There is no compensation for commissioners and directors for attending meetings for each Board. At the end of the year on December 31, 2009, the amount of compensations paid by Telkomsel for all commissioners and directors was roughly Rp 31 trillion, as determined by the GMS.

Conflict of Interests

Members of the Board of Directors are not permitted from holding other positions beyond Telkomsel that may directly or indirectly cause a conflict of interests with Telkomsel and/ or violation of laws. The rules also state that if Telkomsel has a conflict of interests with any members of the Board of Directors, other members of the Board of Directors will act on behalf of Telkomsel.

Seandainya Telkomsel mempunyai benturan kepentingan dengan seluruh anggota Direksi, Telkomsel akan diwakili oleh Dewan Komisaris.

If Telkomsel has a conflict of interests with all members of the Board of Directors, the Board of Commissioners will then act on behalf of Telkomsel.

Hubungan Keluarga

Tidak seorang pun anggota Dewan Komisaris dan Direksi memiliki hubungan keluarga.

Relatives

Not one member of the Board of Commissioners and Directors is related with another.

Komite-komite

Dewan Komisaris membentuk atau mengesahkan formasi anggota-anggota komite-komite untuk menangani berbagai masalah yang berhubungan dengan, atau bantuan untuk masalah pemberhentian, tanggung jawab dan kewajiban yang menyangkut Dewan. Setiap komite sekurang-kurangnya harus diisi satu orang yang dinominasikan oleh SingTel Mobile. Berikut ini adalah komite-komite yang kini didirikan di Telkomsel, yang semuanya dibentuk oleh Dewan Komisaris.

Committees

The Board of Directors formed or authorized members of committees to handle issues related with, or assist in dismissal issues, responsibilities, and obligations related with the Board. Each committee must at least be filled with one person nominated by SingTel Mobile. These are the committees currently established in Telkomsel, all of which were formed by the Board of Commissioners.

Komite Audit

Komite ini bertanggung jawab meninjau audit laporan keuangan Telkomsel dan mendiskusikannya dengan auditor eksternal. Komite Audit diketuai oleh Arief Yahya, dengan Lim Chuan Poh (kemudian diganti Paul O'Sullivan), Daru Mulyawan dan Agus Suryono sebagai anggotanya. Komite Audit diatur berdasarkan Piagam Komite Audit. Komite Audit juga berinteraksi secara rutin dengan Ketua Audit Internal untuk membahas masalah-masalah pengawasan internal.

Audit Committee

This committee is responsible in overseeing Telkomsel's financial report audit and discussing the issue with an external auditor. The head of the Audit Committee is Arief Yahya, with Lim Chuan Poh (then replaced by Paul O'Sullivan), Daru Mulyawan, and Agus Suryono as members. The Audit Committee is regulated under the Audit Committee Charter. The Audit Committee also constantly interacts with the head of Internal Audit to discuss internal audit issues.

Komite Remunerasi

Komite ini membantu Dewan Komisaris menentukan sistem remunerasi yang cocok yang akan menarik dan mempertahankan sumber daya manusia yang cakap untuk menjamin tercapainya tujuan-tujuan Telkomsel. Komite Remunerasi dipimpin oleh Loso Judijanto, dengan Lim Chuan Poh (kemudian diganti Yuen Kuan Moon) dan Arief Yahya sebagai anggota.

Remuneration Committee

This Committee assists Board of Commissioners in selecting suitable remuneration systems that can attract and maintain human resources that are capable of securing the accomplishment of Telkomsel goals. The head of Remuneration Committee is Loso Judijanto, with Lim Chuan Poh (then replaced by Yen Kuan Moon) and Arief Yahya as members.

Komite Belanja Modal, Keuangan, dan Proses Manajemen

Komite ini bertanggung jawab meninjau pengeluaran belanja modal Telkomsel, keuangan, dan proses manajemen. Komite ini dipimpin oleh Rinaldi Firmansyah, dengan Ng Kwon Kee (kemudian diganti Yuen Kuan Moon) dan Herfini Haryono sebagai anggota.

Capital Expenditure, Finance, and Managerial Committee

This committee is responsible in reviewing Telkomsel's capital expenditure, finance, and managerial process. The head of this committee is Rinaldi Firmansyah, with Ng Kwon Kee (then replaced by Yen Kuan Moon) and Herfini Haryono as members.

Perencanaan Bisnis dan Penyiapan Anggaran

Direksi dan tidak lebih dari dua perwakilan dari tiap pemegang saham mengadakan pertemuan setiap tahun sebelum tanggal 30 September untuk mempersiapkan anggaran baru pada tahun mendatang dan memutakhirkan Rencana Bisnis. Jika anggaran dan/atau Rencana Bisnis disetujui dengan suara bulat oleh Tim Rencana Bisnis, tim akan mengajukan Anggaran dan Rencana Bisnis itu kepada Dewan Komisaris untuk ditinjau. Pertimbangan dan persetujuan Dewan Komisaris dilakukan sebelum tanggal 30 November tiap tahun.

Business Planning and Budget Preparation

Directors and no more than two representatives from each shareholder held an annual meeting before September 30 to prepare the new budget for the year ahead and to update the Business Plan. If the budget and/ or Business Plan is approved with full agreement by the Business Planning Team, the Team will then propose the Business Plan and Budgeting to the Board of Commissioners for review. The Board of Commissioners' consideration and approval are completed before November 30 of each year.

Transparansi dan Pengungkapan Laporan

Telkomsel melaporkan operasi dan kinerja keuangannya kepada Dewan Komisaris dan para pemegang sahamnya setiap bulan. Tiap catur wulan, Telkomsel melaporkan operasi dan kinerja keuangannya kepada publik dengan mengeluarkan Pokok-pokok Laporan Catur Wulanan. Laporan ini dapat dilihat di website perusahaan (http://www.telkomsel.com) dan dikirim melalui email kepada siapapun yang telah mendaftar untuk memperoleh layanan email kami. Layanan database Telkomsel mencakup lembaga-lembaga investasi utama, manajer keuangan yang terkait reksa dana, para analis, dan individu-individu dari pihak swasta. Tiap tahun, kami menyusun Laporan Tahunan untuk memenuhi persyaratan pelaporan kepada para pemegang saham dan menyediakan informasi kepada kelompok investor yang sedang berkembang, para analis, dan pihak ketiga. Laporan Tahunan ini berisi tinjauan atas kinerja pada tahun sebelumnya.

Transparency and Report Disclosure

Telkomsel reports its operation and financial performance to the Board of Commissioners and shareholders each month. Quarterly, Telkomsel reports its operation and financial performance to the public by revealing the Quarterly Report Highlights. This report can be accessed through the company's website (http://www.telkomsel.com) and sent via email to whoever registered for the company's email service. Telkomsel database service includes major investment organizations, financial managers related with mutual funds, analysts, and individuals from private sectors. Annually, Telkomsel compiles yearly reports to meet the requirements from shareholders and to provide information to burgeoning investors, analysts, and third parties. This yearly report is an observation of the previous year's performance.

Para Pemangku Kepentingan

Our Stakeholders

Kami membangun nilai-nilai fundamental budaya korporat, yang mencakup kerjasama tim, profesionalisme, keakraban dengan pelanggan, dan integritas. Upaya memperkuat keakraban dengan pelanggan dan integritas itu akan melahirkan sikap karyawan Telkomsel yang profesional, memiliki integritas, bertanggung jawab, jujur, terbuka, transparan, dan adil dalam berhubungan dengan para pemangku kepentingan dan kolega. Hal ini merupakan implementasi dari budaya korporat kami.

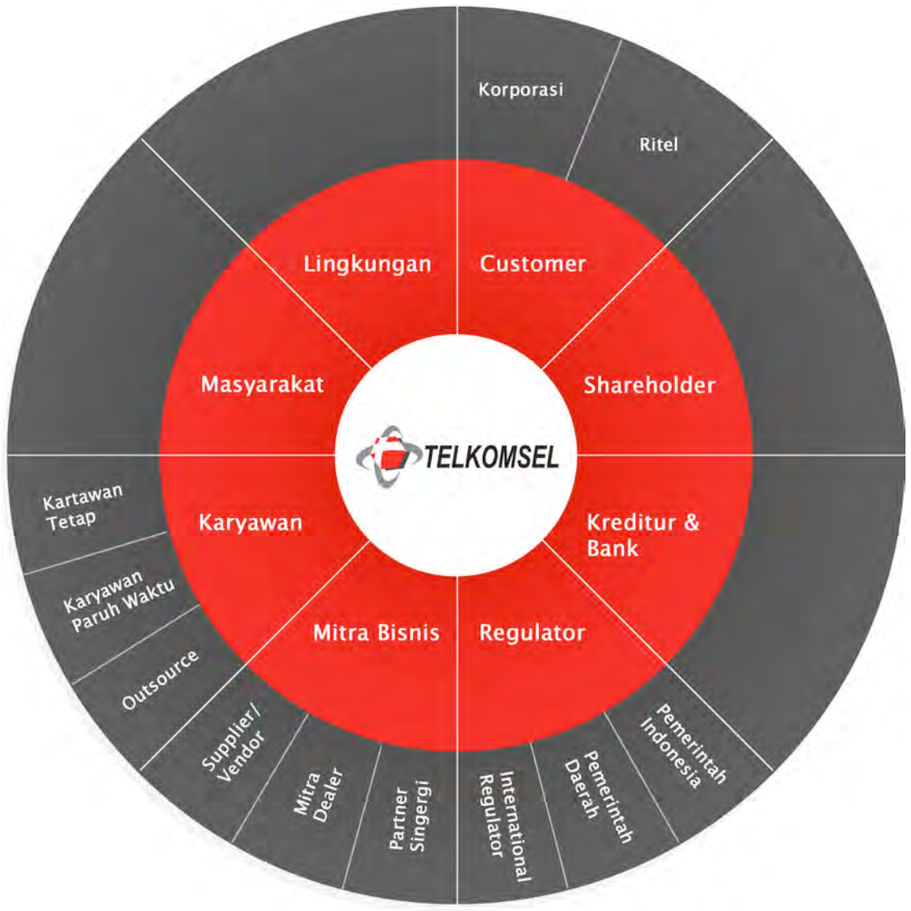
We established our corporate culture fundamental values, which include team work, professionalism, customer intimacy and integrity. Efforts to strengthen customer intimacy and integrity will enhance Telkomsel employees' professionalism, integrity, responsibility, honesty, openness, transparency and fairness in engaging with stakeholders and colleagues. This is the implementation of our corporate culture.

Meski Telkomsel adalah perusahaan swasta, yang bukan perusahaan publik, kami telah memiliki unit tersendiri untuk mendukung dan melaksanakan program-program perusahaan yang berkaitan dengan aspek sosial, budaya, dan lingkungan serta secara aktif menyediakan materi informasi bagi para pemangku kepentingan, yaitu tim CSR Program & Support Management Division.

Although we are not a publicly-listed company, we have our own unit to support and execute company's programs related to social, cultural, and environmental aspects, as well as proactively providing information materials to stakeholders through the CSR Program & Support Management Division team.

Peta Para Pemangku Kepentingan Telkomsel

Map of Telkomsel's Stakeholders



Kami mengidentifikasi terdapat delapan kelompok pemangku kepentingan Telkomsel, yaitu: (1) lingkungan; (2) masyarakat; (3) para karyawan, yang terdiri dari karyawan tetap, karyawan paruh waktu, dan outsource; (4) mitra bisnis, yang terdiri dari supplier atau vendor, mitra dealer dan partner sinergi; (5) regulator, yang terdiri dari regulator internasional, pemerintah Indonesia, dan pemerintah daerah; (6) kreditur dan bank; (7) para pemegang saham; dan (8) para customer/pelanggan, yang terdiri dari korporasi dan ritel.

Telkomsel menyadari pentingnya peranan para pemangku kepentingan bagi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Oleh sebab itu Telkomsel senantiasa membina hubungan baik dengan para pemangku kepentingan. Hubungan ini didasarkan pada prinsip tata kelola perusahaan dan nilai-nilai budaya korporat.

We identified eight groups of Telkomsel's stakeholders, who are: (1) Environment; (2) Society; (3) Employees (full-time, part-time and outsourced); (4) Business Partners (suppliers, vendors, dealer partners and synergy partners); (5) Regulators (international regulators, the Indonesian central government and the Indonesian regional governments); (6) Creditors and Banks; (7) Shareholders and (8) Customers (corporate and retail).

Telkomsel realizes the importance of the role of stakeholders in a company's sustainable business growth. Therefore, Telkomsel maintains good relationships with all stakeholders. These relationships are based on good governance principals and corporate culture values.

Telkomsel untuk Negeri

Telkomsel for the Country

Peluncuran Program USO

Bertepatan dengan perayaan hari Kebangkitan Nasional pada 20 Mei 2009, Telkomsel secara resmi meluncurkan program USO (Universal Service Obligation), yakni penggelaran akses telekomunikasi dan informatika pedesaan, serta pengembangan jaringan Telkomsel MERAH PUTIH (MEnembus daeRAH Pedesaan, indUstri TerpencIl dan baHari) di perbatasan Australia dan Papua Nugini. Telkomsel resmi mendapat amanah dari pemerintah untuk program USO membangun jaringan telekomunikasi di 2.056 desa di seluruh Indonesia.

USO Program Launch

In celebrating Indonesia's National Awakening Day on May 20, 2009, Telkomsel officially launched the USO (Universal Service Obligation) program. The USO is a program to deploy telecommunications and informatics access in rural areas. In conjunction with the program, Telkomsel also deployed the Telkomsel MERAH PUTIH (aiming to penetrate rural areas, remote industries, and maritime) at the Indonesian border with Australia and Papua New Guinea. Telkomsel officially received a mandate from the Indonesian government to build a telecommunications networks for the USO program in 2,056 villages across Indonesia.

Peresmian dilakukan langsung oleh Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono, yang ditandai dengan melakukan komunikasi video conference dari Jakarta ke 4 titik desa terpencil, yakni Desa Sekatak di Bulungan Kalimantan Timur di perbatasan Malaysia; Desa Adaud di Saumlaki Ambon di perbatasan perairan dengan Australia; Desa Ubrub, Papua di perbatasan Papua Nugini; dan Desa Ranupani di Lumajang Jawa Timur di kaki Gunung Semeru.

Keseluruhan paket program USO itu meliputi paket 1 di Provinsi NAD, Sumatera Utara, dan Sumatera Barat; paket 2 di Provinsi Jambi, Riau, Kepulauan Riau, Bangka Belitung, Bengkulu, Sumatra Selatan, dan Lampung; paket 3 di Provinsi Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, dan Kalimantan Selatan; paket 6 di Provinsi Bali, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur; dan paket 7 di Provinsi Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Jawa Timur.

The inauguration was personally overseen by Indonesian President Susilo Bambang Yudhoyono, marked by video conferences held from Jakarta with four remote villages, i.e., the Sekatak Village in East Kalimantan at the border with Bulungan Malaysia; Saumlaki Adaud village in Ambon at the border with Australia; Ubrub village at the border with Papua New Guinea, and the Lumajang Ranupani village in East Java at the base of Mount Semeru.

The overall package of the USO program includes package 1 that covers the provinces of Aceh, North Sumatra and West Sumatra; package 2 that covers the provinces of Jambi, Riau, Riau Islands, Bangka Belitung, Bengkulu, South Sumatra, and Lampung; package 3 that covers the provinces of West Kalimantan, Central Kalimantan, East Kalimantan and South Kalimantan; package 6 that covers the provinces of Bali, West Nusa Tenggara and East Nusa Tenggara, and packet 7 that covers the provinces of Banten, West Java, Central Java, Yogyakarta and East Java.

Sepanjang bulan Februari-April 2009, Telkomsel telah melakukan proses tender untuk semua komponen program USO, seperti repeater, devide FWT (Fix Wireless Telephone), satelit VSAT-IP (Internet Protocol), power supply, BSS (Base Station Subsystem), sarana KBU (Kamar Bicara Umum), sign board, serta survey delivery instalation and maintenance. Pekerjaan ini melibatkan 86 mitra vendor lokal dan 5 vendor global khusus untuk tender BSS.

Throughout February to April 2009, Telkomsel conducted a tender process to provide components to be used in the USO program. This component consist of repeaters, FWT divide (Fix Wireless Telephone), VSAT satellite-IP (Internet Protocol), power supply, BSS (Base Station Subsystem), the KBU (Room General Talk) facilities, Sign Board, and survey delivery installation and maintenance. This work involves 86 local vendor partners and 5 global vendors specifically for the BSS tender.

Mulai April-Mei 2009, Telkomsel memulai proses produksi dan instalasi. Sampai dengan Desember 2009 telah terpasang di 20.772 desa. Melalui bertambahnya perluasan jaringan hingga daerah terpencil ini, cakupan pelayanan Telkomsel telah menjangkau hampir 100 persen wilayah populasi Indonesia.

Starting in April and May 2009, Telkomsel began the process of production and installation. As of December 2009, the installation process was successfully done in 20,772 villages. Through the expansion of this network to remote areas, Telkomsel's service coverage has reached nearly 100 percent of the Indonesian population.

Kondisi geografis Indonesia yang unik, memberikan tantangan tersendiri dalam percepatan penggelaran jaringan, mengingat Indonesia sebagai negara kepulauan sepanjang seperdelapan bentangan dunia dengan luas 1,9 juta km persegi yang memiliki 18.000 pulau. Oleh karena itu, Telkomsel menciptakan metode inovatif yang diberi nama MEDIAna (Media Evaluation Deployment Integrated Analysis).

Indonesia's unique geography poses distinct challenges in accelerating the deployment of the network. Indonesia is an archipelago along the stretch of one-eighth of the world with an area of 1.9 million square kilometers, which has 18,000 islands. Taking this into account, Telkomsel created an innovative method called MEDIAna (Media Evaluation Deployment Integrated Analysis).

Dengan adanya aplikasi MEDIAna ini, jajaran Telkomsel dan mitra vendor akan lebih efektif dan efisien dalam menyelesaikan program USO. Aplikasi MEDIAna adalah pusat informasi data kondisi daerah sebagai dasar kebutuhan Solusi Teknologi (ST) di daerah tersebut, sekaligus memiliki kemampuan Manajemen Aset, yakni menghitung secara otomatis nilai aset.

With this application, Telkomsel and vendor partners will be more effective and efficient in completing the USO program. MEDIAna Applications are the regional information centers that are used as a basis for Solution Technology (ST) in the area. This application also has the ability to manage assets, which automatically calculates the value of assets.

Melalui MEDIAna, Telkomsel membagi ST dalam dalam tiga kategori ketersediaan sinyal, yakni ST1 berarti sinyal kuat, ST2 sinyal lemah, ST3 tidak ada sinyal; dan dua kategori ketersediaan listrik, yaitu A berarti ada listrik, B berarti tidak ada listrik.

Through MEDIAna, Telkomsel divides ST into three categories of signal availability. ST1-strong signal, ST2-weak signal and ST3-no signal. MEDIAna also categorizes two categories of electricity availability, i.e., A-electricity available and B-no electricity available.

Sebagai contoh, Telkomsel mengirim tim survei ke suatu desa USO. Sesampainya di sana yang bersangkutan menyampaikan informasi melalui SMS bahwa kondisi desa adalah ST3 B (berarti tidak ada sinyal dan listrik). Informasi tersebut akan diterima oleh aplikasi MEDIAna. Kemudian tim logistik segera mengirimkan paket Solusi Teknologi (ST) yang sesuai dengan kebutuhan desa tersebut, yakni PICO BTS, antene VSAT-IP, solar cell sebagai power supply, FWT, dan perangkat lainnya.

For instance, Telkomsel sent a survey team to a USO village. Upon their arrival, the person in charge sent an SMS informing that the status of the village was ST3 B (no signal and no power). This information was received by MEDIAna application. The logistic teams then sent a Technological Solution (TS) package according to the needs of the village, which were PICO BTS, VSAT-IP antenna, Solar Cell as power supply, FWT, and other sets of equipment.

BTS Pico via VSAT-IP berbasis teknologi selular merupakan inovasi teknologi karya anak bangsa Indonesia berkonsep "Remote Solution System" yang merupakan pertama di dunia, sebagai solusi komunikasi bagi daerah-daerah terpencil di negara kepulauan seperti Indonesia.

Telkomsel uses the PICO BTS via VSAT-IP that harnesses cellular technology. This technology uses the "Remote Solution System" as its concept. It is develop by Indonesia and is the world's first technology solution that can be used to reach remote areas spreading across islands and archipelago.

Desa Berdering

Seiring dengan pelaksanaan USO membangun layanan akses telekomunikasi dan informatika kepada sekitar 25.486 desa, Telkomsel secara resmi mengoperasikan program Desa Berdering di Jakarta pada 30 November 2009. Peresmian program ini dilakukan Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono, yang ditandai dengan berkomunikasi jarak jauh (teleconference) dari Istana Negara di Jakarta ke dua titik Desa Berdering, yaitu Desa Sebandut, Kabupaten Bengkayang, Kalimantan Barat; dan Desa Buwun Mas, Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat.

Telkomsel juga menambahkan manfaat program USO ini dengan menghadirkan layanan Pusyantip (Pusat Layanan Telekomunikasi dan Informasi Pedesaan), Portal Lumbung Desa, serta Desa Pintar yang dilengkapi komputer dan layanan internet.

Desa Berdering

Amid the implementation of the USO, which has successfully built access to telecommunications and informatics services at approximately 25,486 villages, Telkomsel officially launched the Desa Berdering program in Jakarta on November 30, 2009. The inauguration was overseen by Indonesian President Susilo Bambang Yudhoyono, marked by long-distance communication (teleconference) from the State Palace in Jakarta to two points located at villages covered by the Desa Berdering program, i.e., Sebandut village in Bengkayang District, West Kalimantan; and Buwun Mas village in West Lombok regency, West Nusa West-East.

In addition, Telkomsel enhanced the benefits of the USO program by presenting Pusyantip service (Center for Rural Telecommunications and Information Services), Lumbung Desa Portal, and the Desa Pintar, which were equipped with computers and Internet services.

Layanan Pusyantip dan Portal Lumbung Desa ini dimaksudkan untuk memajukan perekonomian daerah, dengan menyediakan fasilitas kepada 24.052 desa USO agar dapat berbagi informasi via SMS, misalnya mengenai kebutuhan pupuk, bibit, hasil panen, hasil laut, dan lain-lain. Informasi itu akan diteruskan ke Portal Lumbung Desa dan website internet, sehingga semua pihak bisa mengetahui potensi dan kendala di suatu daerah.

Sedangkan, Desa Pintar dimaksudkan untuk menghilangkan kesenjangan informasi dan pendidikan, karena dengan adanya komputer yang dilengkapi akses internet, masyarakat dapat mengakses informasi apapun termasuk dunia pendidikan dan pengetahuan lainnya. Pada tahap awal, Telkomsel akan menghadirkan tiga Desa Pintar di setiap propinsi

Melalui penggelaran program USO dan Desa Berdering hingga ke pelosok negeri, Telkomsel berharap layanan yang diberikan dapat menjangkau seluruh wilayah populasi Indonesia. Dengan demikian, Negara Kesatuan Republik Indonesia benar-benar terwujud dengan indah melalui jaringan komunikasi yang telah terbangun.

Pusyantip and Lumbung Desa Portal services are intended to advance regional economic growth, by providing the USO facility to 24,052 villages to enable information sharing via SMS, e.g., requirement for fertilizers, seeds, crops, marine products, and others. Such information will be forwarded to the Lumbung Desa Portal and Internet websites, so that all parties can access the potential and constraints in a particular area.

Desa Pintar serves to eliminate the digital, information and education divide. By providing computers equipped with Internet access, the public can access any information, including education-related and other knowledge enhancing information. In the early stages of the program, Telkomsel will develop three Desa Pintar in each province.

Through the deployment of the USO and the Desa Berdering programs throughout Indonesia, Telkomsel hopes that the provided services will reach the entire Indonesian population. Thus, the Unitary Republic of Indonesia will materialize well through a strongly built communications network.

Peningkatan Broadband Network di Indonesia Timur

Kami meningkatkan kapasitas jaringan broadband network untuk menghubungkan Jawa–Makassar–Ambon–Papua, menggunakan transmisi Satelit IDR (Intermediate Data Rate), mengingat koneksi ke wilayah tersebut tidak terdapat link transmisi fiber optic dan terrestrial. Peningkatan ini merupakan upaya kami menambah kapasitas 930 Mega byte per second (Mbps) agar tercapai High Performance Broadband Network.

Improving Broadband Networks in Eastern Indonesia

We improve the Broadband Network capacity to connect Java–Makassar–Ambon–Papua, using the IDR (Intermediate Data Rate) Satellite transmission, considering that connections to such areas do not have Fiber Optic and Terrestrial transmission links. This improvement is our bid to add a 930 Mega byte per second (Mbps) capacity to attain High Performance Broadband Network.

Program peningkatan kapasitas ini dilakukan bersama mitra Telkomsel dan telah dimulai sejak Juli 2008 hingga selesai April 2009. Sebelumnya, koneksi dari Jawa ke wilayah Indonesia Timur menggunakan transmisi satelit IDR tipe koneksi berbasis E1. Mengingat kebutuhan kapasitas yang sangat besar, maka kami beralih menggunakan tipe koneksi bundling STM–1 (Synchronuse Transfer Mode 1), sebagai gambaran satu STM–1 setara dengan 63 E1 atau 155 Mbps. Penerapan link transmisi dalam bentuk bundling STM–1 berbasis IP (Internet Protocol) ini merupakan yang pertama di dunia.

This capacity improvement program is conducted with Telkomsel's partner between July 2008 and April 2009. Previously, connection from Java and Eastern Indonesia used the E1 based connection IDR satellite transmission. Considering the massive need for capacity, we decided to move to the STM–1 (Synchronuse Transfer Mode 1) bundling connection type. As a comparison, one STM–1 is equal to 63 E1 or 155 Mbps. The application of the transmission link in IP (Internet Protocol)–based STM–1 bundling is the first in the world.

Penambahan STM–1 ini berjumlah enam link transmisi. Untuk mendukung kehandalan kinerja link transmisi tersebut, pada titik hub di Makassar, Surabaya, dan Timika dipasang antena ground station berdiameter 13 meter. Sedangkan di Ambon dan Jayapura dipasang antena berdiameter 9 sampai 13 meter, yang didukung oleh provider satelit mitra Telkomsel.

Dalam pengoperasiannya, setiap STM–1 didukung dua transponder satelit sehingga enam STM–1 tersebut menggunakan 12 transponder, atau separuh kapasitas sebuah satelit. Telkomsel saat ini telah menggunakan tiga satelit untuk melayani berbagai wilayah Indonesia terutama kawasan Indonesia Timur, daerah pedalaman, dan perbatasan negara.

The STM–1 improvement focused on six transmission links. To support the reliability of these transmission links, ground antenna stations with a diameter of 13 meter were attached on the Makassar, Surabaya, and Timika hubs. Meanwhile, antennas with a diameter of 9 to 13 meter are attached in Ambon and Jayapura, supported with Telkomsel's satellite provider partner.

In their operations, each STM–1 is supported with two transponder satellites, thus six STM–1 use a total of 12 transponders, or half of the capacity of a satellite. Telkomsel currently uses three satellites to provide services in several areas in Indonesia, particularly East Indonesia, rural areas, and state borders.

Jangkauan Jaringan Telkomsel

Salah satu hal yang menggembirakan kami pada tahun 2009 adalah jumlah pelanggan kami meningkat secara signifikan. Pada akhir 2008, pelanggan kami berjumlah 65,3 juta, kemudian meningkat menjadi 81,6 juta pada akhir 2009. Seiring dengan itu, kami dipacu meningkatkan kemampuan dalam berbagai hal, antara lain meningkatkan kapasitas jaringan telepon selular, menjamin kelancaran percakapan, serta menggabungkan maupun menyambungkan beraneka sistem jaringan.

Idealnya, jaringan kami mampu menyediakan berbagai pilihan kepada para pelanggan. Artinya, pelanggan memiliki kebebasan untuk memilih berbagai tipe sambungan yang mereka kehendaki, kapan pun dan dimana pun. Untuk mewujudkan kebebasan ini, kami perlu didukung oleh jaringan yang moderen dan dapat diandalkan, satu jaringan yang mampu menawarkan layanan sangat luas berupa suara, teks, data, dan video.

Sehubungan dengan itu, kami menjalankan tiga prakarsa strategis: (a) perluasan kapasitas jaringan secara pesat; (b) manajemen strategi antisipasi dan pencegahan; dan (c) penggunaan teknologi terbaru. Di samping itu, seluruh prakarsa tersebut akan dijalankan seiring dengan "konsep ekonomi hijau" yang sangat ramah lingkungan.

Telkomsel Network Range

One of the joyous moments in 2009 was our significant customer increase. At the end of 2008, our customers totalled 65.3 million, before increasing to 81.6 million at the end of 2009. Additionally, we were encouraged to increase our capability in many areas, one of which is increasing cell phone network capacity, securing smooth conversation, as well as incorporating and connecting varied network systems.

Ideally, our networks are able to provide different choices for customers, enabling each the freedom to choose the type of connection they want, whenever and wherever they may choose. To create such freedom, we need to be supported by a modern and reliable network, one that can offer a variety of services in terms of sound, text, data, and video.

We also implement three different strategies: (a) vast network capacity expansion; (b) anticipation and prevention strategic management; and (c) new technology usage. Apart from that, all of the above initiatives will be operated in line with the environmentally-friendly "green economy concept".

Perluasan Jaringan

Kami telah memiliki basis jaringan yang lebih kuat dan siap menghadapi kompetisi pada 2010 dan tahun berikutnya. Totalnya, pada 2009 kami menambah 4.120 BTS (2G& 3G). Hal ini berarti BTS kami meningkat 15 persen dan kapasitas jaringan kami bertambah 27 persen dari tahun sebelumnya. Tambahan kapasitas ini dapat mengakomodasi pertumbuhan pengguna jasa dan peningkatan jumlah menit percakapan. Pada akhir 2009, kami memiliki 30.992 BTS di seantero negeri ini. Dengan demikian, kami mampu melayani 85,2 juta pelanggan.

Kemudian kami memperluas jaringan di Jawa, Bali, Nusa Tenggara dan Sumatera untuk menjangkau lebih dari 98 persen wilayah Indonesia Timur (termasuk Kalimantan) dan mencakup 80 persen dari populasi. Berkat perluasan tersebut, kami berhasil melayani lonjakan percakapan yang terjadi pada saat puncak, yaitu sewaktu musim Idul Fitri. Kami juga sukses menangani lebih dari 130,3 juta menit panggilan telepon (44 persen lebih tinggi dari tahun 2008) dan lebih dari 100,4 juta SMS (29 persen lebih tinggi dari 2008).

Satu hal yang juga penting dalam perluasan jaringan Telkomsel adalah kami mengerjakan program USO dari pemerintah RI. Dalam program yang juga disebut pengembangan jaringan Telkomsel MERAH PUTIH di perbatasan Australia dan Papua Nugini ini, kami dipercaya pemerintah untuk membangun jaringan di 25.486 desa. Ketika program ini selesai, layanan Telkomsel akan menjangkau hampir 100 persen wilayah populasi Indonesia.

Network Expansion

We currently own a network base that is stronger and prepared for competition in 2010 and the year ahead. In 2009, we added a total of 4,120 BTS (2G & 3G). This means that our BTS improved by 15 percent while our network capacity increased by 27 percent from the year before. This additional capacity can accommodate an increase in the amount of service users and in the amount of conversation minutes. At the end of 2009 we owned 30,992 BTSes nationwide, allowing us to provide services to 85.2 million customers.

We also have expanded our networks in Java, Bali, Nusa Tenggara, and Sumatra to cover more than 98 percent of east Indonesia (including Kalimantan) and 80 percent of the population. With such an expansion, we were able to serve a conversation hike that occurred during the peak season, i.e., Eid al-Fitr. We were also able to serve more than 130.3 million minutes in phone calls (44 percent higher than 2008) and more than 100.4 million SMS (29 percent more than in 2008).

One other important point in Telkomsel's network expansion was that we also accomplished the USO program from the Indonesian government. In this program, otherwise called the Telkomsel RED WHITE network expansion in the border of Australia and Papua New Guinea, we were trusted by the government to develop networks in 25,486 villages. When this program is discontinued, Telkomsel services would by then reach almost 100 percent of the Indonesian population.

Manajemen Strategi Antisipasi dan Pencegahan

Peningkatan ketersediaan dan kehandalan jaringan secara terus-menerus melalui optimalisasi operasional jaringan merupakan salah satu tujuan kami. Terkait dengan operasi dan pemeliharaan atau operation & maintenance (O&M) jaringan itu, kami mengubah fokus "dari memadamkan kebakaran" menjadi "mencegah kebakaran". Strategi antisipasi dan pencegahan kami mencakup standarisasi prosedur O&M, protokol untuk penyebaran elemen jaringan yang baru, dan menyusun indikator kinerja utama berdasarkan pengalaman terbaik di dunia internasional.

Kemajuan kami di bidang O&M tercermin pada sejumlah indikator. Di antaranya adalah Tingkat Keberhasilan Panggilan kami pada 2009 mencapai 97,84 persen, meningkat 3,86 persen dibanding tahun sebelumnya. Berbagai prakarsa dan kemajuan itu tentu didukung oleh perangkat manajemen jaringan yang modern. Pengawasan dan manajemen terhadap seluruh jaringan merupakan hal yang sangat penting. Lebih jauh, dalam upaya menjamin kinerja jaringan, kami membangun tiga Pusat Telekomunikasi Telkomsel atau Telkomsel Telecommunication Centers (TTC) yang baru.

Anticipation and Prevention Strategic Management

Continuous improvement in network availability and reliability through operational network optimization is one of our goals. With regards to network operation and maintenance (O&M), we changed our focus from "putting the fire out" to "preventing the fire". Our anticipation and prevention strategy includes O&M standardization, a protocol to distribute new network elements, and developing a main performance indicator based on the best international experience.

Our advancement in O&M can be seen through several indicators. One of which is our Call Success Rate in 2009 that reached 97.84 percent that represents a 3.86 percent increase compared to the year before. All of these initiatives and improvements are supported with modern network management equipments. We also built three new Telecommunication Centers (TTC) to secure network performance.

Penggunaan Teknologi Terbaru

Dalam usaha menyediakan layanan telepon selular yang modern dan komprehensif agar dapat menyampaikan suara, teks, data, dan video dalam paket yang kreatif, kami terus-menerus mengembangkan teknologi jaringan broadband 3G dan 3,5G.

New Technology Usage

In providing modern and comprehensive cell phone services that can transmit sound, text, data, and video in a creative approach, we continuously improve our 3G and #.5G broadband network technology.

Kemudian kami menerapkan HSDPA, sebagai bagian dari upaya kami menjadi perusahaan yang ramah lingkungan. Kami mencoba berbagai kemungkinan pemakaian energi alternatif, seperti panel sel matahari, turbin angin, dan pembangkit listrik mikro-hidro.

Kami juga mengurangi konsumsi listrik untuk sistem pendingin udara di BTS-BTS tertentu. Pada BTS yang secara teknis memungkinkan, Telkomsel tidak menggunakan shelter yang membutuhkan sistem pendingin udara. Tindakan ini akan mengurangi emisi gas, konsumsi listrik, sekaligus menekan biaya.

Berikutnya, kami bertekad terus-menerus mencoba menggunakan teknologi ramah lingkungan, seperti penggunaan hidrogen sebagai sumber listrik, yang merupakan tonggak penerapan teknologi untuk menyediakan layanan broadband bergerak (mobile) pada kecepatan di atas 14,4 Mbps dan HSDPA +21 Mbps di beberapa kota besar tertentu. Produk broadband ini membuat Telkomsel berada dalam posisi terdepan dalam bisnis telepon selular. HSDPA bersama-sama dengan layanan berbasis 3G seperti video calls, mobile video dan mobile TV merupakan produk-produk baru yang kami perkirakan akan menjadi pendorong pertumbuhan Telkomsel di masa depan.

Sejalan dengan itu, kami terus memperluas penyebaran jaringan 3G dan HSDPA, melengkapi BTS dengan 1.652 Node-B pada 2009, sehingga pada akhir 2009 kami memiliki 4.870 Node-B yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

We then also develop the HSDPA as part of our effort to be an environmentally friendly company. We attempted several possibilities in using alternative energy, such as solar power, wind mills, and micro-hydro power generators.

We also reduce our power consumption for air conditioner system in certain BTSes. For technically-visible BTSes, Telkomsel does not use shelters that require air conditioners. This will reduce gas emission, power consumption, and lower expenses.

Our next step is to continuously attempt to use environmentally friendly technology, such as using hydrogen as power source, which is a technological milestone to provide mobile broadband service at the speed above 14.4 Mbps and HSDPA +21 Mbps in several major cities. This broadband product makes Telkomsel the pioneer in the cell phone business. HSDPA, together with other 3G-based services, such as video calls, mobile video, and mobile TV, is a new product that we predict would promote Telkomsel's growth in the future.

Additionally, we continue to expand 3G and HSDPA networks to complete BTS with 1,652 Node-B in 2009, so that by the end of 2009, we owned 4,870 Node-B spread nationwide.

Penanggulangan Bencana

Program Peduli Banjir Telkomsel -NetApp yang Inovatif

Berbeda dengan program penanggulangan banjir biasa, Telkomsel dan NetApp Indonesia melangkah lebih maju dengan meluncurkan program manajemen bencana banjir berbasis komunitas pada 5 Maret 2009.

Pada tahap awal, program ini dijalankan di Kampung Pulo-Kampung Melayu, Jakarta Timur; Ulujami, Jakarta Selatan; Kampung Klingkit-Rawa Buaya, Jakarta Barat, dan Jatiasih, Bekasi. Lokasi ini dipilih mengingat daerah tersebut merupakan daerah hunian padat penduduk yang menjadi langganan bencana banjir. Jalan menuju lokasi itu pun sulit dijangkau karena banyak berupa lorong sempit.

Program ini tidak hanya memberi bantuan Posko dan berbagai sarana penanggulangan banjir, tapi yang paling utama adalah upaya pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan Community Based Disaster Risk Management (CBDRM). Melalui program ini, masyarakat dilibatkan secara aktif dalam proses identifikasi, analisis, penanggulangan, dan minimalisasi risiko bencana. Masyarakat akan terbantu sehingga lebih tanggap mengantisipasi bencana banjir. Contohnya adalah para relawan yang juga penduduk setempat dilatih mengevakuasi dan diberikan pemahaman tentang siapa yang harus dievakuasi lebih dahulu, yaitu bayi, anak-anak, ibu hamil, lansia, orang sakit, atau penderita cacat.

Disaster Management

An Innovative “Peduli Banjir Telkomsel-NetApp” Program

Different from the common flood management, Telkomsel and Net App Indonesia took a step further by launching a community-based flood management program on March 5, 2009.

In the early stages, this program was conducted in Kampung Pulo-Kampung Melayu, East Jakarta; Ulujami, Jakarta Selatan; Kampung Klingkit-Rawa Buaya, West Jakarta, and Jatiasih, Bekasi. Those locations were chosen with the consideration that they are densely populated areas that are frequently at risk for flooding. These areas are also hard to reach because the access points are mostly narrow alleys.

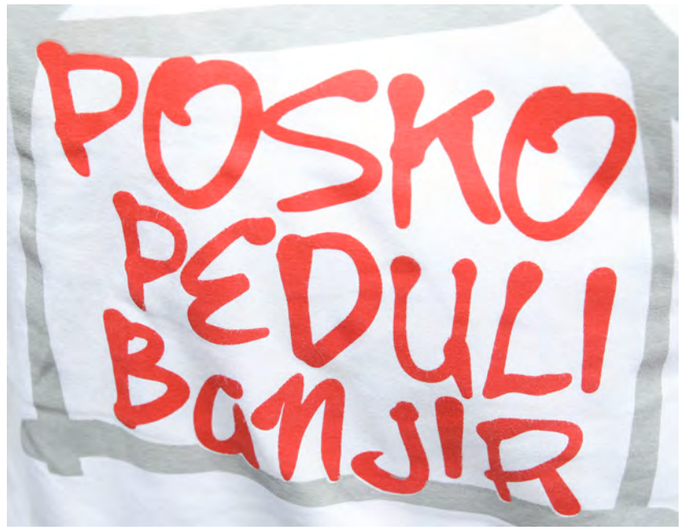
This program does not only provide a communication post (posko) and several flood management facilities, but also empowers people through Community-Based Disaster Risk Management training. Through this program, people were actively involved in the identification process, analysis, tackling, and minimizing of disaster risks. By being more responsive to the threat of flooding, people will be able to assist in the event of an emergency. An example of this is training local volunteers on proper evacuation procedures, including prioritizing evacuating babies, children, pregnant mothers, senior citizens, people with illness, or handicapped individuals first, as they face the highest risk.

Berkat program CBDRM, masyarakat akan mempunyai sistem penanganan bencana yang efektif. Di wilayah rawan banjir tersebut telah dibangun jalur evakuasi dengan tanda yang mudah dimengerti, berupa tiang, tali, dan bandul pelampung berwarna terang yang tetap terlihat walau terendam air. Masyarakat juga dibekali pengetahuan dan ketrampilan tentang penggunaan perahu, tali temali, evakuasi, dan pengelolaan dapur umum.

Thanks to the CBDRM program, people will have a more effective disaster management system. Evacuation paths have been built in flood prone areas with simple signs, such as poles, rope and a bright floating pendulum that can be seen even underwater. People were also taught on how to use boats and ropes, as well as evacuation procedures and public kitchen management.

Program bantuan ini juga dirancang sesuai kondisi dan situasi di lapangan, baik dari sisi sistem manajemen penanganan maupun perlengkapannya. Umpamanya, perahu yang dipakai terbuat dari fiber dengan bentuk yang ramping, sehingga mudah menjangkau ujung gang sempit sekalipun dan tidak mudah rusak terkena benda tajam seperti seng atap rumah.

This assistance program was also adapted with the conditions and situation on the ground, in terms of either specific management or equipment needs. For instance, using narrow-shaped boats made from fiber, so they can pass through narrow alleys and will not be punctured with sharp objects.



Kepedulian Telkomsel terhadap bencana banjir, lantaran musibah ini “langganan” menghantam Jakarta. Pada banjir besar tahun 2007 misalnya, sedikitnya 80 orang tewas setelah terseret arus, tersengat listrik, atau sakit. Warga yang mengungsi mencapai 320.000 orang dan 82.150 meter persegi jalan di Jakarta rusak ringan sampai berat. Kerugian material akibat matinya perputaran bisnis saat itu diperkirakan mencapai Rp 4,3 triliun.

Selain bantuan pengetahuan, teknis, dan manajemen penanganan akibat banjir, bantuan juga diwujudkan dalam bentuk penyediaan ruang posko sebagai pusat koordinasi sekaligus tempat penyimpanan barang, serta bantuan peralatan evakuasi antara lain perahu, pelampung, senter, rompi yang menyala dalam gelap, perangkat dapur untuk keperluan bersama, genset, dan bantuan lainnya.

Other than training, technical, and flood management, help was also given in the form of a posko as a coordination center and place for item storage. Additional help was given through providing evacuation equipment such as boats, lifebelts, flashlights, glow-in-the-dark life vests, public kitchen utensils, power generators and more.

Telkomsel is concerned with the flood disasters that annually hit Jakarta. During the 2007 flood, at least 80 people died drowning, electrocution, or from illness related to the unsanitary water. The number of evacuees reached 320,000 people and 82,150 square meters of roads in Jakarta were either mildly or badly damaged. Due to businesses being forced to close at that time, the material loss is calculated to be approximately Rp 4.3 trillion.

Aksi Cepat Tanggap dan Bantuan untuk Korban Gempa Tasikmalaya dan Padang

Sejak hari pertama gempa bumi berkekuatan 7,3 skala richter (SR) melanda Tasikmalaya dan sebagian Jawa Barat pada 2 September 2009, Telkomsel melakukan berbagai tindakan percepatan pemulihan untuk meminimalisasi dampak bencana. Kami menghadirkan layanan telepon gratis, membuka dua Posko bantuan di Desa Cigorowong dan Desa Lengkong Jaya yang menyediakan fasilitas dapur umum, layanan kesehatan gratis, serta Posko sandang. Di setiap Posko bantuan tersebut, Telkomsel memberikan nasi bungkus, makanan, minuman, serta pengobatan gratis yang cukup untuk melayani sekitar 2.000 korban setiap hari.

Rapid Response and Aid for Tasikmalaya and Padang Earthquake Victims

Immediately following the 7.3 richter scale (RS) which struck Tasikmalaya and several parts of West Java on September 2, 2009, Telkomsel was involved in various recovery operations to accelerate relief and minimize the disaster impact. We provided free phone service for emergency calls, opened two aid poskos in Desa Cigorowong and Desa Lengkong Jaya that provided public kitchens, free healthcare and clothing facilities. In each aid posko, Telkomsel provided food and drink, as well as free treatment to approximately 2,000 people each day.

Tiga hari kemudian, 5 September 2009, Telkomsel melanjutkan kepedulian sosialnya dengan menyerahkan bantuan bagi para korban senilai total Rp 200 juta. Bantuan tersebut berupa dapur umum senilai Rp. 100 juta yang diserahkan melalui Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU), layanan kesehatan sebesar Rp. 50 juta melalui Rumah Zakat Indonesia, dan bantuan untuk kebutuhan darurat seperti: selimut, lampu petromaks, sandal, dan lain-lain sebesar Rp 50 juta yang disalurkan melalui Gada Musa.

Three days later, on September 5, 2009, Telkomsel continued its social care by handing over Rp 200 million in aid to the victims. The aid was in the form of public kitchens, worth Rp 100 million, given through Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU); healthcare as much as Rp 50 million through Rumah Zakat Indonesia; and emergency supplies such as blankets, oil lamps, slippers, and other emergency supplies worth Rp 50 million given through Gada Musa.

Sedangkan gempa besar yang meluluhlantakan ratusan ribu bangunan di Kota Padang dan sekitarnya, serta menewaskan ribuan jiwa pada 30 September 2009, telah mengakibatkan kerusakan pada kantor GraPARI, Gedung Telkomsel Telecommunication Center (TTC) di Padang, serta terganggunya jaringan Telkomsel di wilayah itu.

Later that month, on September 30, 2009, a massive earthquake struck the city of Padang and surrounding areas, killing thousands of people and destroying hundreds of thousands of buildings. The earthquake also damaged the GraPARI office, Telkomsel's Telecommunication Center Building in Padang and disrupted the network in that area.

Sehari setelah gempa, Telkomsel menerbangkan tim khusus dari Jakarta untuk mempercepat pemulihan infrastruktur telekomunikasi, sekaligus membawa suku cadang yang diterbangkan secara khusus dengan pesawat sewaan.

One day after the earthquake, Telkomsel flew in a special team from Jakarta to accelerate the telecommunication infrastructure recovery, and also to bring the specially-flown spare parts with a chartered plane.

Di tengah kerusakan yang melanda kantor GraPARI di Jl. Sudirman, Padang, Telkomsel membuka kantor pelayanan di halaman kantor. Telkomsel juga membuka Posko Peduli berupa Posko Kesehatan dan dapur umum di dua lokasi, yakni Pariaman dan Padang. Posko ini didirikan bekerjasama dengan mitra. Di samping itu, Telkomsel telah mengirim bantuan 1.000 paket darurat berisi selimut, sarung, handuk, sandal, serta lampu petromaks.

Besides opening an aid posko in the GraPARI office on Jl. Sudirman, Padang, Telkomsel also opened a health posko and public kitchens in Pariaman and Padang, working together with other partners. Additionally, Telkomsel also sent 1,000 emergency packages containing blankets, sarongs, towels, slippers and oil lamps to those in need.

Telkomsel memberikan layanan gratis SMS selama tujuh hari bagi seluruh pelanggan yang berada di Padang dan sekitarnya, serta memperpanjang masa aktif dan masa isi ulang bagi seluruh pelanggan prabayar nomor Padang.

Telkomsel provided free SMS service for seven days for all customers in Padang and surrounding areas, as well as extending the active time and top-up period for all prepaid customers with Padang numbers.

Berikutnya, Telkomsel membuka Posko layanan terpadu di kantor GraPARI yang menyediakan charger gratis, telepon umum gratis, kartu perdana gratis, dan pelayanan pelanggan. Tidak ketinggalan, tersedia pula layanan kesehatan gratis dan dapur umum, serta selimut, handuk, sarung, pembalut wanita, dan lain-lain. Telkomsel menyediakan 25.000 kartu perdana gratis dengan pulsa Rp 5.000.

Next, Telkomsel open an integrated service posko in the GraPARI office that provided chargers, public phones, SIM cards and customer service for free. Also in that posko, Telkomsel provided free healthcare and public kitchens, with towels, blankets, sarongs, sanitary napkins and other equipment. Moreover, Telkomsel provided 25,000 free SIM cards with Rp 5,000 in credit.

Untuk mengatasi keterbatasan pasokan listrik, pada hari kelima paska gempa, Telkomsel mengirim 300 genset dari Jakarta, yang diterbangkan menggunakan pesawat sewaan khusus dari Jakarta. Untuk menambah kapasitas penanganan lalu-lintas komunikasi, Telkomsel mendatangkan 10 mobile BTS atau Compact Mobile Base Transceiver (COMBAT) di kota Padang untuk menggantikan BTS yang rusak.

To overcome limited electricity supply, on the fifth day after the earthquake, Telkomsel flew in 300 portable generators from Jakarta, using a chartered plane. To increase communication traffic capacity, Telkomsel brought in 10 mobile BTS or Compact Mobile Base Transceivers (COMBAT) in Padang city to replace the damaged BTS.

Lebih jauh, Telkomsel membantu pembangunan kembali sekolah yang rusak akibat bencana, baik di Sumatera Barat maupun di Jawa Barat, yang disalurkan pada tahun 2010.

Furthermore, Telkomsel also donated aid in 2010 for rebuilding damaged schools in West Sumatra and West Java.

Pemberdayaan Masyarakat Lewat UKM

Hosted Push Mail BlackBerry Enterprise Service

Perkembangan dan kemajuan usaha kecil menengah (UKM) di Indonesia tidak luput dari perhatian Telkomsel. Untuk mendukung perkembangan UKM, Telkomsel menghadirkan layanan Hosted Push Mail BlackBerry Enterprise Service (BES) untuk pertama kalinya di negeri ini. Melalui layanan tersebut, UKM dapat memiliki email korporat tanpa perlu berinvestasi, membeli, meng-install, dan mengelola server, bahkan dapat mengakses informasi perusahaan lewat BlackBerry kapanpun dan dimanapun. Layanan Hosted Push Mail BES membantu UKM menikmati layanan hosting wireless email sekelas perusahaan besar dengan mudah dan relatif murah.

Investasi awal dan pemeliharaan layanan ini akan dikerjakan Telkomsel, sehingga perusahaan dapat lebih fokus kepada bisnisnya dengan memanfaatkan email berkelas perusahaan besar untuk komunikasi lebih efisien dan bekerja lebih efektif. Pihak UKM juga mendapatkan domain atas nama perusahaan mereka masing-masing. Contohnya adalah NamaAnda@Nama Perusahaan.com. Selain fungsi email, pelanggan juga dapat melakukan sinkronisasi, look up, dan task kapanpun dan di manapun mereka berada.

Community Empowerment through SME

Hosted Push Mail Blackberry Enterprise Service

The development and improvement of small to medium enterprises (SME) in Indonesia does not escape Telkomsel's attention. To encourage the development of SMEs, Telkomsel introduced the Hosted Push Mail Blackberry Enterprise Service (BES) for the first time in this country. Through this service, SMEs are able to have corporate email without having to invest, purchase, install, and manage a server. They can even access the company's information through their Blackberry units whenever and wherever. Hosted Push Mail BES helps SMEs to enjoy wireless email hosting services that are equal to those used by major companies in an easy and relatively cheap way.

The initial investment and maintenance for this service will be prepared by Telkomsel, thus, allowing companies to focus on their business by using email equal to those used by major companies to communicate efficiently while working effectively. SMEs will also receive domain names for their companies. An example would be YourName@CompanyName.com. In addition to email, customers can also synchronize, search, and perform tasks whenever and wherever they may be.

Layanan Hosted Push Mail BES menggunakan teknologi Microsoft Exchange Server yang memiliki tingkat keamanan tinggi dalam hal perlindungan data melalui fitur enkripsi, back up, dan recovery. Layanan ini juga menjamin keamanan data perusahaan dengan integrasi teknologi anti-virus, anti-spam, dan anti phising. Bahkan bila BlackBerry pelanggan hilang atau dicuri, fitur remote wipe dapat digunakan untuk menghapus data milik pelanggan agar tidak dapat diakses orang lain.

Selain itu, fitur anywhere access memungkinkan penggunanya mengakses email dari mana saja, baik melalui aplikasi Microsoft Outlook di komputer kantor, melalui web browser di komputer publik, atau melalui BlackBerry dengan fasilitas direct push. Melalui aplikasi tersebut, tidak ada perbedaan signifikan dari sisi tampilan maupun komputasi antara BlackBerry dan komputer personal.

Lebih jauh, untuk melayani kebutuhan solusi korporat masing-masing perusahaan, Telkomsel menyiapkan Tim Corporate Account Management di berbagai wilayah Indonesia, yang siap memberikan pelayanan layaknya konsultan pribadi. Berikutnya tersedia layanan customer care on line khusus untuk korporat melalui akses 128 dari telepon selular, yang siap melayani kebutuhan pelanggan 24 secara gratis

Hosted Push Mail BES uses the Microsoft Exchange Server technology with a high security rate in terms of protecting data using the encryption feature, back up, and recovery. This service also guarantees the security of a company's data by integrating the anti-virus technology, anti-spam, and anti-phising. Even if a customer's Blackberry is lost or stolen, the remote wipe feature can be used to delete a customer's data so they cannot be accessed by other people.

Additionally, the anywhere access feature allows users to access email anywhere, whether through Microsoft Outlook in an office computer, through a web browser in a public computer or through a Blackberry with direct push facility. Through this application, there will be no significant difference in terms of appearance and computation between a Blackberry and a personal computer.

Furthermore, to provide solution needs for each company, Telkomsel prepares Corporate Account Management Teams in several areas in Indonesia that are ready to provide services similar to those by personal consultants. Next is the corporate online customer care service that makes use of the 128 access code from cell phones that are ready to serve customers 24-hours for free.

Kerjasama Telkomsel dengan Dekopin dan Pengusaha Kecil Menengah

Sejak Indonesia merdeka, pemerintah RI telah menetapkan koperasi sebagai soko guru perekonomian negara. Untuk mendukung cita-cita tersebut, Telkomsel bekerjasama dengan Dewan Koperasi Indonesia (Dekopin) untuk menyediakan layanan khusus berupa HALO Koperasi Closed User Group, T-Cash & Remittance, push e-mail, dan layanan untuk pengembangan komunitas koperasi di daerah USO.

Layanan tersebut memberikan solusi komunikasi bagi seluruh anggota Dekopin yang berjumlah lebih dari 30 juta dan tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Melalui kerjasama ini, upaya Dekopin mengembangkan komunitas koperasi di daerah terpencil tentu akan semakin mudah, karena didukung jaringan telekomunikasi terluas yang dilayani 27.500 BTS dan penggelaran program USO yang akan menjangkau 24.056 desa terpencil.

Tahun 2009 Telkomsel juga telah mendukung Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI), terutama para anggota yang umumnya adalah UKM dan wiraswastawan untuk mendapatkan solusi komunikasi untuk meningkatkan produktivitas mereka.

Telkomsel Partnership with Indonesian Cooperatives Board (Dekopin) and SME

Since Indonesia's independence, the government has positioned cooperatives as the cornerstone of the country's economy. To support such goal, Telkomsel partners with Dekopin to provide special services in the form of HALO Closed User Group Cooperatives, T-Cash & Remittance, Push e-mail, and services to develop community based cooperatives in USO areas.

The service provides communication solutions to 30 million Dekopin members spread across Indonesia. Through this cooperation, Dekopin's strides to develop community based cooperatives in isolated areas have no doubt become much easier, as they have the support of the vastest telecommunication networks with 27,500 BTS and USO programs reaching 24,056 isolated villages.

In 2009, Telkomsel also supported the Indonesian Young Entrepreneurs Association (HIPMI), specifically its SME members and entrepreneurs in attaining communication solutions to increase their productivity.

Pendidikan

Penanggulangan Demam Berdarah melalui "Peluk Asa"

Badan Kesehatan Dunia (World Health Organization) mengumumkan bahwa tiap 20 menit terdapat satu anak meninggal dunia karena Demam Berdarah. Di Indonesia sendiri, pada tahun 2008 tercatat 136.399 kasus demam berdarah, yang mengakibatkan 1.170 orang meninggal dunia. Korban penyakit ini kebanyakan adalah anak-anak.

Kenyataan ini menimbulkan keprihatinan Telkomsel, mengingat keberlangsungan hidup generasi muda sangat penting untuk melanjutkan pembangunan bangsa kelak. Sehubungan dengan itu, Telkomsel meluncurkan program "Peluk Asa,"yang merupakan kependekan dari "Perlindungan Keluarga dengan Kasih Sayang," untuk mendukung program penanggulangan penyakit Demam Berdarah yang dilakukan Kementerian Kesehatan.

Program "Peluk Asa" menggunakan metode Communications on Behavior Impact (COMBI), yakni pendidikan dan pelatihan yang bertujuan agar terjadi perubahan perilaku masyakat dalam memerangi Demam Berdarah Dengue (DBD) di wilayahnya sendiri. Sedangkan strategi yang digunakan adalah Community Participatory Based Dengue Reduction Program (CPBDR-P). Melalui strategi ini, dibentuklah tim sukarelawan yang tergabung dalam Awan (Anggota Relawan) Telkomsel. Sukarelawan tersebut melibatkan masyarakat sebagai subyek pelaku yang berperan aktif melaksanakan program ini di wilayahnya sendiri secara terus menerus.

Education

Tackling Dengue Fever through Peluk Asa

The World Health Organization (WHO) announced that for every 20 minutes, a child dies from dengue fever. In Indonesia, 2008 saw 136,399 recorded cases of dengue fever and 1,170 deaths. Most were children.

This reality evokes Telkomsel's concern, as our nation in the future will depend on the survival of the youth. Telkomsel therefore launched the Peluk Asa program, which stands for "Perlindungan Keluarga dengan Kasih Sayang," or "Family Protection with Affection," to support the Ministry of Health's program to tackle dengue fever.

The Peluk Asa program uses the Communications on Behavior Impact (COMBI) method, which is education and training aimed at changes in the community's behavior in tackling dengue fever in its own neighborhood. Meanwhile, the strategy used is the Community Participatory Dengue Reduction Program (CPBDR-P), which saw the formation of the Telkomsel volunteer team (Awan) that involves the community as an active subject who run this program in their neighborhood continuously.

Di samping itu, “Peluk Asa” didukung kampanye menyeluruh yang menggunakan berbagai media, seperti iklan layanan masyarakat, video pendidikan, internet, website, brosur, poster, spanduk, stiker, dan sosialisasi ke pelanggan Telkomsel melalui fasilitas SMS Broadcast. Mitra Telkomsel juga turut berpartisipasi dalam program ini.

In addition, the Peluk Asa was supported by a holistic campaign that utilizes various medium, such as public service announcements, educational videos, internet, websites, brochures, posters, banners, stickers, and socialization to Telkomsel customers through the SMS Broadcast facility. Telkomsel partners are also participating in this program.

peluk asa

Untuk Indonesia dari TELKOMSEL

Tak ketinggalan, Telkomsel juga menyediakan fasilitas layanan telekomunikasi yang dapat dijadikan wadah bagi masyarakat untuk mensosialiasikan program ini. Layanan itu tersedia melalui link website http://pelukasa.telkomsel.com dan UMB (USSD Menu Browser) *999#.

Telkomsel also provides telecommunication service facilities that can act as medium for the public to socialize the program. The service is available through this website http://pelukasa.telkomsel.com and *999# UMB (USSD Menu Browser).

Pada tahap awal, “Peluk Asa” akan dilakukan di 14 titik yang memiliki kasus DBD tertinggi selama tahun 2008, di antaranya adalah Medan, Padang, Bandar Lampung, Jakarta, Depok, Bekasi, Cimahi, Yogyakarta, Surabaya, Mataram, Balikpapan, Manado, Makassar, dan Sorong. Telkomsel mengalokasikan dana sebesar Rp 5,5 miliar untuk menjamin program ini berjalan selama setahun, sejak Agustus 2009 hingga Juli 2010.

In the early stages, the Peluk Asa was conducted in 14 areas that have the highest number of dengue fever cases in 2008, which among them were Medan, Padang, Bandar Lampung, Jakarta, Depok, Bekasi, Cimahi, Yogyakarta, Surabaya, Mataram, Balikpapan, Manado, Makassar, and Sorong. Telkomsel allocated Rp 5.5 billion to ensure that the program would run for a year, from August 2009 to July 2010.

Piranti Lunak Pendidikan

Telkomsel menyediakan piranti lunak (software) pendidikan untuk sejumlah sekolah di Indonesia yang memfasilitasi proses belajar murid-murid melalui metode pembelajaran berbasis permainan. Metode ini membuat pelajaran yang terasa sulit bagi para pelajar, seperti matematika dan fisika, menjadi lebih mudah diakses dan dipelajari. Piranti lunak pendidikan ini merupakan komponen utama dalam pembelajaran berbasis komputer untuk murid-murid SD dan SMP-SMA.

Seiring dengan penyediakan piranti lunak itu, para guru juga dilatih untuk menggunakannya. Pelatihan tersebut mencakup keahlian teknis yang terkait dengan bagaimana mengoperasikan piranti lunak dan keahlian untuk mengajar dengan baik.

Educational Software

Telkomsel provides educational software in several schools in Indonesia, which facilitated the students learning process through game-based learning method. This method allowed several courses perceived to be difficult by students, such as Mathematics and Physics, become accessible and easy-to-learn. This educational software is the main component in the computer base education for Elementary, Junior High, and High School students.

Together with the software, teachers were also trained on their usage. The training includes technical skills related with how to operate the software and also how to improve their teaching skills.

Pelatihan Teknisi Telepon Genggam

Dalam upaya membangkitkan motivasi hidup yang lebih baik, membuka lapangan kerja, dan mengubah status sosial generasi muda di lingkungannya, Telkomsel menggelar pelatihan teknisi telepon genggam dengan melibatkan sekitar 100 pemuda yang 10 di antaranya memiliki keterbatasan fisik.

Cellular Phone Technician Training

In an effort to induce better life motivation, open job opportunities, and change the social status of the youth in their environment, Telkomsel held trainings for cellular phone technicians that involved 100 young people, with 10 of which have physical disabilities.

Para pemuda yang dilibatkan dalam pelatihan ini terutama adalah mereka yang tidak mampu, pengangguran, dan anak jalanan. Mereka dijaring melalui sosialisasi dengan pemerintah setempat, terutama kepada LSM yang khusus menangani anak jalanan, serta membuat pengumuman di surat kabar. Selain itu diterjunkan petugas lapangan untuk mengidentifikasi mereka. Sebelum mengikuti pelatihan, mereka diwajibkan lulus dari seleksi administrasi, tes tertulis mengenai dasar-dasar teori teknis dan psikotes. Mereka yang terpilih adalah yang memiliki motivasi kuat untuk maju, tertarik pada bidang usaha telepon selular, dan tidak cacat mental.

Young people involved in this training were specifically those with limited income, unemployed, and homeless. They were selected through socialization with the local government, NGOs who specifically handle homeless kids, and also with announcements published in newspapers. There were also field officers assigned to identify potential training participants. Before joining the training, they must go through an administration process and written test on basic technical theory as well as a psychological test. Those chosen have strong motivation to progress, are interested in the cellular phone business, and do not have mental disabilities.

Pelatihan ini diselenggarakan pada akhir Agustus 2009 di enam lokasi, yakni Bukit Tinggi, Bandar Lampung, Tawangmangu, Tegal, Ancol, dan Ragunan. Pelatihan ini merupakan bagian dari rangkaian program Telkomsel Siaga 2009. Materi pelatihan teknisi ini mencakup teori dan praktik, mulai dari pengenalan komponen, peralatan reparasi, hingga simulasi berbagai kasus kerusakan telepon genggam dan cara penanganannya.

Setelah mengikuti pelatihan selama dua minggu, mereka langsung mendapat kesempatan untuk mempraktikkan keahliannya di posko-posko Telkomsel Siaga 2009 di 23 titik jalur mudik utama dan tempat wisata yang tersebar di sembilan provinsi, yakni: Sumatera Utara, Sumatera Barat, Lampung, Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, dan Bali. Titik lokasi itu antara lain Jam Gadang Bukit Tinggi, Pelabuhan Bakaheuni, Kebun Binatang Ragunan, Pantai Indah Ancol, Grojogansewu Tawangmangu, dan Guci, Tegal.

Di lokasi tersebut, para pemuda lulusan pelatihan teknisi itu bertugas menjaga konter reparasi telepon genggam gratis pada 11-29 September 2009. Mereka memberikan pelayanan konsultasi dan penanganan reparasi ringan. Di konter tersebut juga tersedia penjualan kartu perdana, isi pulsa, layanan kesehatan, serta hiburan. Sekitar 60 persen dari peserta pelatihan mendirikan konter reparasi telepon genggam milik mereka sendiri.

This training was held at the end of August 2009 in six locations, which are Bukit Tinggi, Bandar Lampung, Tawangmangu, Tegal, Ancol, and Ragunan. This training is part of the Telkomsel Siaga 2009 program. Materials for the training involved both theory and practice, starting from introduction to components, repair equipments, and simulation on several cases of cellular phone problems and their repair.

After two weeks of training, they immediately received the opportunity to demonstrate their skills at the Telkomsel Siaga 2009 health posts in 23 spots along the major homecoming or mudik routes, as well as recreational areas spread in nine provinces, which are: North Sumatra, West Sumatra, Lampung, West Java, Jakarta, Central Java, Yogyakarta, East Java, and Bali. Several of the exact spots were Jam Gadang Bukit Tinggi, Bakaheuni Port, Ragunan Zoo, Ancol Recreation Beach, Grojogansewu Tawangmu, and Guci, Tegal.

In such locations, the young people who passed the technician training were assigned at free cellular phone reparation counters on September 11-29, 2009. They provided consultation and minor repair services. The counter also provided SIM cards, top-ups, healthcare, and entertainment. Some 60 percent of the training participants ended up with their own cellular phone reparation counters.

Telkomsel untuk Pelanggan

Telkomsel for the Customers

Pertumbuhan Pelanggan

Pada akhir 2009, KartuHALO memiliki 2,03 juta pelanggan, simPATI 57,99 juta pelanggan dan Kartu As 22,62 pelanggan. Pelanggan kami seluruhnya berjumlah 81,64 juta atau 49 persen dari total pasar telepon selular, yang kira-kira mencapai 166 juta pelanggan.

Pada 2009 itu pula, simPATI terus menjadi pusat pertumbuhan. Dengan pertambahan pelanggan bersih 14,96 juta, simPATI menetapkan posisinya sebagai merek yang paling kokoh di pasar.

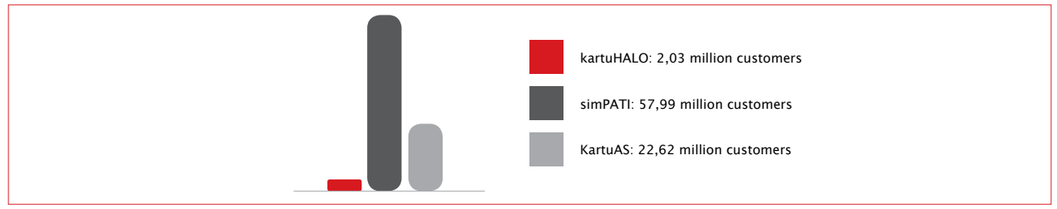
Pertumbuhan simPATI yang luar biasa selama beberapa tahun ini, kendati dalam kondisi sulit, disebabkan oleh merek yang kuat dan strategi pasar yang efektif. Misalnya, simPATI telah menggabungkan sejumlah program-program bersama layanan lainnya.

KartuHALO juga mencetak hasil yang sangat baik selama beberapa tahun. KartuHALO membukukan 94.000 pelanggan baru dan memiliki ARPU (average revenue per user) paling tinggi di pasar telepon selular layanan pascabayar.

Sedangkan Kartu As tumbuh 6 persen dengan pelanggan baru meningkat 1,29 juta. Pertumbuhan ini terutama didorong oleh popularitas program Serba Seribu dan biaya yang murah, yakni Rp 5.000 untuk kartu perdananya. Secara lengkap, data pertumbuhan pelanggan dapat dilihat pada tabel ikhtisar usaha.

Customer Growth

At the end of 2009, Kartu HALO had 2.03 million customers, simPATI had 57.99 million customers and KartuAs had 22.62 customers. The total number of customers is 81.64 million or 49 percent of the total cell phone market that reaches about 166 million customers.



Also in 2009, simPATI kept expanding to be the center of growth. With a net customer increase of 14.96 million, simPATI established its position as the strongest brand in the market.

simPATI's extraordinary growth for the past few years, despite the difficult economic conditions, is a result of the strength of the brand and effective market strategy. For example, simPATI has combined several programs together with other services.

KartuHALO also generated excellent outcome for the past few years. KartuHALO accounted for 94,000 new customers and held the highest ARPU (average revenue per user) in the postpaid cell phone market.

While Kartu As grew by 6 percent, the number of new customers increased by 1.29 million. This growth is particularly due to the popularity of the Serba Seribu program and the affordable price of Rp 5,000 for its SIM card. Complete data on customer growth can be seen in the operational highlight table.

Call Center Telkomsel Meraih ISO 9001

Kami senantiasa berusaha menjamin kualitas pelayanan kepada pelanggan yang menggunakan fasilitas call center Telkomsel. Hal ini dilakukan dengan terus menjaga komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, sesuai dengan sistem manajemen mutu berstandar internasional. Dan sejak tahun 2004, call center Telkomsel telah menerima sertifikat ISO 9001 dari lembaga sertifikasi internasional, sebagai bukti layanan yang diberikan call center sudah memenuhi standar internasional.

Call center Telkomsel merupakan pusat pelayanan pelanggan Telkomsel melalui telepon selular atau telepon yang beroperasi non-stop selama 24 jam. Layanan yang disediakan call center sangat beragam, mulai dari informasi, pengaduan, permintaan aktivasi fitur sampai pembayaran tagihan kartuHALO. Call center Telkomsel dapat dihubungi langsung dari telepon selular tanpa dikenai biaya.

Sertifikasi ISO 9001 berdasarkan pada Delapan Prinsip Manajemen Mutu, yakni:

Pertama, Customer Focus, perusahaan diharapkan dapat memenuhi harapan dan persepsi pelanggan.

Kedua, Leadership, penciptaaan dan pemeliharaan lingkungan internal agar seluruh karyawan terlibat secara menyeluruh dalam mencapai tujuan perusahaan.

Ketiga, Involvement of People, partisipasi aktif dari seluruh karyawan yang merupakan aset perusahaan untuk mendorong laju pertumbuhan perusahaan.

Telkomsel Call Center Obtained ISO 9001

We constantly guarantee our service quality to customers who use Telkomsel's call center facility. This is to maintain our commitment in providing the best service that adheres to the international standards for quality management system. Since 2004, Telkomsel's call center has secured the ISO 9001 certificate from international certification institution, as evidence that the company's call center has complied with international standards.

Telkomsel's call center is the company's customer service center that can be reached through cellular phones or phones that operates non-stop 24 hours. The service provided varies from information, complaints, feature activation, and payment of kartuHALO bills. The call center can be contacted directly from cellular phones free of charge.

The ISO 9001 certification is based on Eight Quality Management Principles.

First is Customer Focus where the company is expected to meet customers' expectation and perception.

Second is Leadership, which is the development and maintenance of the internal environment so that all employees are thoroughly involved in reaching the company's objectives.

Third is Involvement of People, in which active participation from all employees are considered the company's asset to boost corporate growth.

Keempat, Process Approach, suatu hasil yang diinginkan akan tercapai secara efisien apabila aktivitas dan sumber daya yang berkaitan dikelola sebagai suatu proses.

Kelima, System Approach to Management, identifikasi, pemahaman, dan pengelolaan dari setiap proses akan memberikan kontribusi positif pada efektivitas dan efisiensi perusahaan.

Keenam, Factual Approach to Decision Making, keputusan yang efektif berdasar pada analisa data dan informasi untuk menghilangkan akar penyebab masalah, sehingga dapat meningkatkan kualitas perusahaan.

Ketujuh, Mutually Beneficial Supplier Relationship, adanya ketergantungan yang saling menguntungkan dari organisasi dan pemasok untuk menciptakan nilai tambah perusahaan.

Kedelapan, Continual Improvement, proses yang berfokus pada usaha untuk selalu meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam memenuhi tujuan perusahaan.

Fourth is Process Approach, a desired result obtained efficiently should the activities and related resources be managed as a process.

Fifth is System Approach to Management, which is identification, understanding, and management of each process that will deliver positive contribution to the company's effectiveness and efficiency.

Six is Factual Approach to Decision Making, an effective decision based on data analysis and information to eliminate the root of the problem, thus allowing the company's quality to be increased.

Seventh is Mutually Beneficial Supplier Relationship, whereby mutually benefit interdependence from organizations and suppliers to create the company's added value.

Eight is Continual Improvement, the process which focuses on the effort to continuously increase the company's effectiveness and efficiency in meeting its objectives.

Telkomsel Terapkan Standar Dunia NRTRDE

Untuk menghadirkan rasa aman kepada para pelanggan kami ketika mereka berkomunikasi dengan dunia internasional, sejak Oktober 2008 kami menerapkan standar NRTRDE (Near Real Time Roaming Data Exchange), suatu standar yang berlaku secara internasional. NRTRDE adalah sistem pengiriman informasi pemakaian roaming pelanggan untuk meminimalisasi risiko kecurangan dalam international roaming. Penerapan sistem ini mengacu kepada rekomendasi GSM Association, sekaligus mewujudkan komitmen Telkomsel sebagai operator kelas dunia.

Sistem NRTRDE mampu mengirimkan data durasi pemakaian telepon para roamers secara lebih cepat dan akurat. Pada sistem konvensional, pengiriman data durasi itu membutuhkan waktu hingga 36 jam, sedangkan dengan sistem baru ini maksimum pengiriman data adalah empat jam sejak transaksi percakapan dilakukan. Itu sebabnya sistem ini disebut Near Real Time. Kecepatan pengiriman data tersebut, tentu akan mengurangi resiko kecurangan (fraud), sekaligus menambah kenyamanan dan kepastian pelanggan. Hal ini disebabkan karena transaksi komunikasi pelanggan terangkum dalam laporan yang dikirim dengan standar dunia.

Telkomsel merupakan operator telepon selular pertama di Indonesia yang menerapkan NRTRDE. Sedangkan di tingkat internasional, Telkomsel menjadi salah satu dari 160 operator pertama di dunia yang mengimplementasikan NRTRDE dari seluruh operator GSM di dunia yang jumlahnya lebih dari 900.

Telkomsel Applies NRTRDE World Standard

To bring a sense of security to our customers when communicating internationally, we applied since 2008 the NRTRDE (Near Real Time Roaming Data Exchange) international standard. The NRTRDE is a customer roaming usage information sending system to maintain the risk of fraud in international roaming to a minimum. The application of this system adheres to GSM Association's recommendation, as well as realizing Telkomsel's commitment as a world class operator.

The NRTRDE system is capable of sending the duration data of telephone usage among roamers in a faster and more accurate manner. In the conventional system, sending such data requires up to 36 hours, while the new system only requires four hours after the conversation, hence, calling it Near Real Time. Faster data delivery will reduce the risks of fraud and provide customers with comfort and assurance. This is due to the customer's communication transaction sent in a world class report.

Telkomsel is the first cellular operator in Indonesia that applies the NRTRDE. While internationally, Telkomsel became one of the 160 first operators that apply the NRTRDE from the overall figure of 900 GSM operators in the world.

Berdasarkan catatan kami, tiap bulan terdapat lebih dari satu juta pelanggan kami melakukan roaming di luar negeri dan rata-rata 440.000 roamers setiap bulan mempercayakan urusan komunikasinya kepada jaringan Telkomsel. Dengan demikian, peningkatan kapabilitas monitoring dan analisis pemakaian pelanggan melalui implementasi sistem NRTRDE tersebut merupakan wujud nyata komitmen Telkomsel dalam menjaga kepercayaan itu.

Based on our record, there are more than one million of our customers each month that perform overseas roaming and on average, some 440,000 roamers rely their communications on Telkomsel networks on a monthly bases. Therefore, increasing the capability to monitor and analyze a customer's usage through the NRTRDE is proof of Telkomsel's commitment to guard such trust.

Customer Events

Customer Day di Enam Kota

Sebagai salah satu bentuk penghormatan kepada pelanggan kami, pada hari ulang tahun kami ke-14, kami menyelenggarakan sejumlah kegiatan. Satu di antaranya adalah Customer Day. Acara ini diselenggarakan serentak di enam kota besar di seluruh Indonesia pada 6-7 Juni 2009, yakni di Grand Indonesia, Jakarta; Bandung Super Mall, Jawa Barat; GraPARI Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta; Panakukang Mall Makassar, Sulawesi Selatan; Duta Mall Banjarmasin, Kalimantan Selatan; dan SKA Mall, Pekanbaru.

Customer Day juga diisi dengan berbagai acara komunitas pelanggan Telkomsel, memutakhirkan layanan terkini, pemberian harga khusus untuk berbagai produk dan layanan, serta hadiah gratis melalui penukaran poin Telkomsel milik pelanggan.

Berbagai komunitas pelanggan yang hadir adalah Telkomsel School Community, Campus Community, komunitas mobile broadband Telkomsel Flash atau Flashcom, komunitas blogger "My Pulau Live Blogging".

Customer Events

Customer Day in Six Cities

As one example of our appreciation to our customers, on our 14th birthday, we held several events. One of them was Customer Day. This event was held simultaneously all over Indonesia on June 6-7, 2009, specifically in Grand Indonesia, Jakarta; Bandung Super Mall, West Java; GraPARI Yogyakarta, Yogyakarta; Panakukan Mall Makassar, South Sulawesi; Duta Mall Banjarmasin, South Borneo and SKA Mall, Pekanbaru.

During Customer Day, there were also several activities for Telkomsel customers' communities, service upgrades, special prices for various products and service and free gifts to via exchange of Telkomsel customers' points.

The customer communities in attendance included Telkomsel School Community, Campus Community, Telkomsel Flash mobile broadband community (Flashcom) and "My Pulai live blogging" community.

Tak ketinggalan, Telkomsel memberikan berbagai penawaran spesial, seperti potongan Rp 1 juta untuk pembelian iPhone 3G, diskon hingga Rp 500.000 untuk Netbook 3G (telepon selular beserta printer dan laptop Lenovo), harga khusus BlackBerry (Javelin, Bold, dan Storm), serta modem Telkomsel Flash mulai dari harga Rp 1 juta.

Telkomsel also gave special offers, such as a Rp 1 million discount for the purchase of the iPhone 3G, a Rp 500,000 discount for Netbook 3G (cellular phone with printer and Lenovo laptop), specially-priced Blackberry models (Javelin, Bold, and Storm) as well as Telkomsel Flash starting from Rp 1 million.

Penawaran khusus juga diberlakukan untuk aktivasi beberapa fitur layanan dan konten seperti NSP1212 Kreasiku Karaoke, mobile wallet T-Cash, Svara (greeting voice application), layanan Emotion Meter untuk mengetahui perasaan lawan bicara, SMS Nada dan Chatbox, serta layanan Location Based Service (LBS) atau layanan info lokasi dengan menekan *250#.

A special offer was also given for activation of several services and contents such as NSP1212 Kreasiku Karaoke, mobile wallet T-Cash, Svara (Greeting Voice Application), Emotion Meter to measure the opposite end feeling, SMS Nada and Chatbox, also location-based service (LBS) or location info service by pressing *250#.

Berikutnya, pelanggan dapat menukarkan Telkomsel poin miliknya dengan hadiah langsung berupa laser pointer, flash disk, jam digital, dan berbagai hadiah menarik lainnya. Tersedia pula bonus SMS gratis bagi mereka yang mengaktifkan layanan konten dan T-Cash. Bahkan pelanggan berkesempatan mendapat bonus dua kali lipat untuk layanan SMS Gift (memberi SMS kepada orang lain) dan SMS Me (biaya SMS ditanggung penerima).

Customers were also able to exchange their Telkomsel points with gifts such as laser pointers, flash disks, digital clocks and other interesting gifts. Also available was the free SMS bonus for those who activated content and T-Cash services. Customers even had the opportunity to received double bonus through the SMS Gift (giving SMS credit to others) and SMS Me (SMS charge is paid for by receiver) services.

Masih ada pula layanan games online. Melalui layanan ini, pelanggan bisa menikmati permainan yang langsung ditampilkan di layar proyektor lebar, sehingga memungkinkan pengunjung lain menyaksikan permainan online tersebut. Melalui berbagai kegiatan tersebut, Telkomsel berharap bisa lebih dekat dengan pelanggan.

Additionally, there is an online gaming service which enables customers to enjoy games directly projected in large projector screens, allowing other visitors to witness the online game. From these activities, Telkomsel hopes to become closer with our customers.

TELKOMSELsiaga 2009

Menyambut Hari Raya Idul Fitri 1430 H, Telkomsel kembali menggelar TELKOMSELsiaga 2009, melalui menu *123# yang dapat diakses dari telepon selular sebagai yang merupakan layanan Ramadhan dan mudik terlengkap. Dalam program ini Telkomsel dan mitra menggelar 904 posko, yang terdiri atas 55 posko siaga, 50 outlet siaga, 305 posko siaga Polri, 410 posko agen tunggal pemilik merek (ATPM) mobil, dan 84 posko ATPM motor.

Posko tersebut tersebar di sepanjang jalur mudik utama, seperti bandara, stasiun kereta, terminal bus, pelabuhan, rumah makan, dan lokasi wisata. Posko ini memberikan layanan penjualan kartu perdana dan isi ulang, layanan kesehatan, bengkel, serta hiburan.

Adapun pada jalur mudik tersebut, Telkomsel menyediakan 3.500 gerai T-Cash, dan video traffic monitoring di 14 titik strategis yang dapat diakses melalui video call 9119. Dengan demikian, pelanggan dapat memantau situasi lalu lintas secara langsung dari telepon selularnya di 14 titik, yakni di Ciawi, Cianjur, Sadang, Simpang Pasteur, Cileunyi, Nagrek, Bakauheni, Merak, Cikopo, Kanci, Semarang, Ketapang, Gilimanuk, dan di Jembatan Suramadu.

Telkomsel juga mencetak 1,5 juta buku panduan mudik yang mencakup informasi lengkap layanan TELKOMSELsiaga 2009, seperti: peta mudik, peta kuliner, info penerbangan, posko siaga, bengkel, pos polisi, asuransi, SMS infaq, dan konten Islami. Buku panduan mudik tersebut didistribusikan gratis melalui GraPARI, GeraiHALO, outlet resmi Telkomsel, bengkel resmi ATPM kendaraan bermotor, pusat perbelanjaan, pintu tol, dan sisipan di beberapa media cetak.

TELKOMSELsiaga 2009 merupakan sinergi berbagai industri, pemerintah, ATPM kendaraan bermotor, ATPM ponsel, content provider, asuransi, Polri, Dinas Perhubungan, Jasa Marga, maskapai penerbangan, Pelni, dan PT Kereta Api Indonesia.

Di sepanjang bulan Ramadhan, Telkomsel juga menghadirkan ribuan konten Islami dan kuis yang bermanfaat untuk meningkatkan keimanan dan ilmu keagamaan melalui menu *123#, antara lain: jadwal puasa dan sholat, SMS Infaq, Al Qur'an Selular, mobile book Islami, NSP, ringtone, SMS ibadah, video doa, serta Telkomsel Svara (doa melalui suara selebritis). Juga tersedia fitur Telkomsel Info Lokasi, yakni layanan berbasis kecanggihan teknologi selular yang memberikan info lokasi ATM, bank, pom bensin, hotel, dan kantor polisi terdekat dari lokasi pelanggan berada dengan mengakses *250#.

Lebih jauh, Telkomsel menghadirkan perlindungan melalui program asuransi kecelakaan dengan nilai santunan hingga Rp 100 juta bila pemegang polis meninggal dunia saat berkendaraan. Pelanggan cukup mengirim SMS ke nomor 25700 (Asuransi Takaful) dengan biaya asuransi Rp 8.000 untuk 14 hari, dan SMS ke 25800 (Asuransi CIGNA) seharga Rp 10.000 untuk 14 hari. Asuransi ini berlaku sejak pelanggan mendapat jawaban SMS dari Telkomsel yang berisi nomor polis.

TELKOMSELsiaga 2009

Celebrating 1430 Hijriah Eid Al-Fitr, Telkomsel held TELKOMSELsiaga 2009, which was accessible from cellular phones, through the *123# menu option as the complete Ramadan and mudik service. In this program, Telkomsel and our partners opened up 904 poskos, consisting of 550 posko siagas, 50 outlet siagas, 305 posko siagas for police, 410 poskos for sole agent car brand owners and 84 poskos for sole agent motorcycle brand owners.

These poskos were located along the main mudik routes, such as airports, train stations, bus terminals, ports, diners and holiday spots. These poskos provided services such as selling SIM cards, top-up, healthcare, car reparation and also entertainment.

On those mudik routes, Telkomsel provided 3,500 T-Cash centers and video traffic monitoring in 14 strategic locations accessible through the 9119 video call function. As a result, customers could monitor traffic directly from their cellular phones in 14 areas, which were Ciawi, Cianjur, Sadang, Simpang Pasteur, Cileunyi, Nagrek, Bakauheni, Merak, Cikop, Kanci, Semarang, Ketapang, Gilimanuk and Suramadu Bridge.

Telkomsel also printed out 1.5 million guidebooks for mudik which included complete information of the TELKOMSELsiaga 2009 service, such as a mudik map, culinary map, flight info, posko siaga, motor vehicle maintenance, police posts, insurance, SMS infaq and Islamic content. The guidebook was distributed for free through GraPARI, GeraiHalo, Telkomsel's official outlets, the official garages of sole agents for motor vehicle brand owners, shopping centers, freeway gates and inserts in newspapers.

TELKOMSELsiaga 2009 was the result of a parnership of several industries, the government, solo agents for motor vehicle brand owners, sole agents for hand phone brand owners, content providers, insurance providers, the police force, the Department of Transportation, Jasa Marga, airlines, National Indonesian Shipping Company (Pelni) and PT Kereta Api Indonesia.

During the holy month of Ramadan, Telkomsel also provided thousands of updates featuring mobile Islamic content and a quiz to increase individuals' belief and knowledge on religion through the *123# menu. Among the content was a fasting and prayer schedule, SMS Infaq, Cellular Al Qur'an, Islamic mobile book, ringback tone, ringtone, SMS ibadah, prayer video and Telkomsel Svara (prayer through the voices of celebrities). The Telkomsel Info Lokasi feature was also available, which is cellular-based technology that provides information on the locations of ATMs, banks, gas stations, hotels and the nearest police stations from the customer's location by pressing *250#.

Additionally, Telkomsel provided protection with an accident insurance program with compensation of up to Rp 100 million if the insurance holder died while on the road. Customers only need to send an SMS to 25700 (Takaful Insurance) with an insurance fee of Rp 8,000 for 14 days and SMS to 25800 (CIGNA Insurance) as much as Rp 10,000 for 14 days. This insurance is active after customers obtain an SMS reply from Telkomsel containing a polis number.

Telkomsel Memudikkan 7.000 Orang dengan 6 Moda Terlengkap

Sebagai bentuk kepedulian sekaligus dukungan terhadap pemerintah untuk melayani pemudik, kami kembali menyelenggarakan Mudik Bareng Gratis. Tahun ini jumlah pemudik Telkomsel bertambah menjadi 7.133 orang atau 2.000 orang lebih banyak dari tahun sebelumnya. Telkomsel menyediakan enam moda transportasi terlengkap, yang terdiri kereta api, motor, bus, kapal laut, mobil keluarga, dan pesawat terbang. Mudik Bareng Gratis ini merupakan puncak dari rangkaian kegiatan TELKOMSELsiaga 2009.

Telkomsel telah mendapat penghargaan MURI sebagai penyelenggara mudik terlama dan terlengkap. Dan pada 2009 Telkomsel kembali tercatat sebagai satu-satunya operator yang menggelar mudik dengan kapal laut. Para pemudik dengan kapal laut ini sejak tahun 2008 telah dapat menikmati sinyal komunikasi di jalur laut berkat teknologi BTS Pico via satelit VSAT IP, seperti digunakan dalam program Telkomsel Merah Putih maupun USO.

Lengkapnya, program mudik 2009 adalah sebagai berikut:

Telkomsel Helps 7,000 Homecomers with the Complete 6 Modes of Transportation

As the form of our support to government efforts in servicing homecomers, we held Mudik Bareng Gratis, or homecoming together, for free. This year, there are 7,133 Telkomsel homecomers, 2,000 more people than from the previous year. Telkomsel provided the complete six modes of transportation consisting of trains, motorcycles, buses, ships, family cars, airplanes. This Mudik Bareng Gratis is the culmination of the series of events from TELKOMSELsiaga 2009.

Telkomsel obtained the MURI award as the longest and the most complete holder of the homecoming program. In 2009, Telkomsel is again recorded as the only operator that holds homecoming by sea. Homecomers from ship have enjoyed from 2008 communication signals in the sea due to BTS Pico via VSAT IP satellite technology as used by Telkomsel Merah Putih and USO programs.

The following is the complete list of activities in the 2009 homecoming program:

Mudik Bareng Kereta Api TELKOMSELsiaga memberangkatkan 500 pelanggan dari Stasiun Gambir pada 16 September 2009 dengan dua rute utama: Jalur Utara dan Jalur Selatan masing-masing lima gerbong. Mudik Kereta Api ini sekaligus merupakan apresiasi bagi pelanggan Telkomsel, lantaran pelanggan cukup menukarkan Telkomsel Poin-nya untuk Mudik Gratis.	As much as 500 customers joined TELKOMSELsiaga homecoming by train from Gambir Station on September 16, 2009, with two main routes: North and South, with each five railway coaches. This activity is also a show of our appreciation for our customers, as they only need to exchange their Telkomsel Points for free homecoming.
Mudik Bareng Motor TELKOMSELsiaga diikuti oleh 1.500 motor dan 3.000 pelanggan Telkomsel yang sudah mendaftar di GraPARI. Pelanggan diberangkatkan dari Sun City Square Bekasi pada 17 dan 18 September 2009.	TELKOMSELsiaga homecoming, together with motorcycles, was joined by 1,500 motorcycles and 3,000 Telkomsel customers that registered at GraPARI. Customers drove off from Sun City Square, Bekasi, on September 17-18, 2009.
Mudik Bareng Bus TELKOMSELsiaga diikuti 2.500 pelanggan dan frontliner outlet yang diberangkatkan dari Parkir Barat Senayan pada 18 September 2009. Kepada para pemudik tersebut disediakan bus eksekutif, sehingga mereka merasa nyaman selama perjalanan. Mereka melalui delapan jalur tujuan mudik utama di sepanjang Jawa dan Sumatera.	TELKOMSELsiaga homecoming, together with buses, was joined by 2,500 customers and frontline outlets that drove off from Senayan's West Parking Lot on September 18, 2009. The homecomers were provided with executive buses, so they will feel comfortable on their trip. They went through eight homecoming routes across Java and Sumatra.
Mudik Bareng Kapal Laut TELKOMSELsiaga memberangkatkan 200 pelanggan Telkomsel dengan rute Tanjung Priok Jakarta – Belawan Medan dan Tanjung Priok Jakarta – Makassar pada 18 September 2009.	As much as 200 Telkomsel's customers joined homecoming together with sea ships through the route of Tanjung Priok Jakarta-Belawan Medan and Tanjung Priok Jakarta-Makassar on September 18, 2009.
Mudik Bareng Mobil Keluarga TELKOMSELsiaga memberangkatkan 30 kendaraan Toyota Kijang Innova yang masing-masing kendaraan berisi 5 orang atau total 150 pelanggan dari Atrium Mulia, Jakarta, pada 19 September 2009. Para peserta mudik ini diberi kebebasan untuk memilih tujuan mudiknya di sepanjang Pulau Jawa dan mendapat fasilitas pengemudi serta bensin gratis.	TELKOMSELsiaga homecoming, together with family cars, was joined by 150 customers with 30 Toyota Kijang Innovas, each with five people in them and drove off from Atrium Mulia, Jakarta, on September 19, 2009. The participants were given the freedom to choose their own route across Java with driver facilities and free gas.
Mudik Bareng Pesawat TELKOMSELsiaga memberangkatkan 783 pelanggan menggunakan pesawat Lion Air dengan empat rute, yakni Jakarta-Surabaya, Jakarta-Padang, Jakarta-Yogyakarta, dan Jakarta-Semarang. Mudik Bareng Gratis TELKOMSELsiaga dengan pesawat diberangkatkan pada 19 September 2009 dari Bandara Soekarno-Hatta.	TELKOMSELsiaga homecoming, together via airplanes, was joined by 783 customers using Lion Air with four routes: Jakarta-Surabaya, Jakarta-Padang, Jakarta-Yogyakarta, and Jakarta-Semarang. They took off on September 19, 2009 from Soekarno-Hatta airport.

TELKOMSEL IBADAH: Program Kepedulian terhadap Umat Beragama

Telkomsel Berangkatkan 51 Pelanggan Beribadah Umroh

Telkomsel kembali memberangkatkan pelanggannya untuk menunaikan ibadah umroh pada April 2009. Pada pemberangkatan yang keenam kalinya ini terdapat total 51 pelanggan, yang terdiri dari 20 pasang pemenang program seleksi umroh, 10 orang pemenang manasik akbar, dan ustadz Bobby Herwibowo sebagai pembimbing. Para pemenang umroh juga memperoleh uang saku senilai Rp 4 juta dan bantuan pembuatan paspor. Selain melaksanakan umroh, para pemenang berkesempatan melakukan wisata rohani mengunjungi tempat bersejarah di Mesir selama 10 hari.

Kuis Seleksi Umroh itu sendiri diselenggarakan sepanjang September–November 2008, berisi pertanyaan seputar pengetahuan dan sejarah agama Islam. Pelanggan cukup menjawab lima pertanyaaan secara benar melalui SMS ke 2345 dengan tarif Rp 550/SMS. Selanjutnya mereka akan mendapat satu buah nomor PIN dan dapat dikumpulkan sebanyak-banyaknya untuk diikutsertakan dalam pengundian.

Selain hadiah paket umroh plus wisata ke Mesir, tersedia pula hadiah 40 buah telepon selular Pocket Muslim dan 40 tabungan Shar'e masing-masing Rp2 juta dari Bank Muamalat.

TELKOMSEL IBADAH: Religious Community Caring Program

Telkomsel Helped 51 Customers for Umroh Travel

Telkomsel once again assisted its customers in taking the umroh religious service in April 2009. On this sixth occasion, there were a total of 51 customers, which consisted of 20 pairs of winners from the umroh selection program, 10 winners of manasik akbar, and clerk Bobby Herwibowo as the religious leader. The winners also received Rp 4 million of pocket money and assistance in preparing their passports. In addition to umroh, the winners had the chance to take a spiritual trip to historical places in Egypt for 10 days.

The Umroh Selection Quiz was held throughout September–November 2008, containing questions about the knowledge and history of Islam. Customers only need to answer five questions correctly through SMS to 2345 with a tariff of Rp 550/SMS. Afterwards they received one PIN number that could be used for the drawing.

Other than a package of umroh plus a trip to Egypt, 40 Pocket Muslim cellular phones were also provided as gifts with 40 Shar'e savings worth Rp 2 million each from Bank Muamalat.

Layanan Natal dari Pendeta Gilbert

Dalam rangka menyambut Hari Natal 2009, Telkomsel memfasilitasi kebutuhan umat Kristiani dengan menghadirkan layanan Pendeta Gilbert Lumondong. Natal merupakan momen yang sangat spesial bagi umat Kristiani dan biasanya momen itu dimanfaatkan untuk berdoa dan memuji Tuhan. Untuk memudahkan pelanggan dalam meningkatkan keimanan di bulan penuh kasih tersebut, dihadirkan layanan pendeta Gilbert yang dapat diakses langsung dari ponsel melalui akses *122# dari telepon selular. Melalui akses tersebut tersedia konten-konten seperti Moving Bible (ayat-ayat Injil yang dapat diunduh), Tips Iman (tips rohani khas Pendeta Gilbert), Renungan Adam (renungan untuk jemaat laki-laki), Renungan Hawa (renungan untuk jemaat perempuan), dan tips pacaran (tips bagi kaum muda Kristiani untuk berpacaran sesuai dengan ajaran agama).

Telkomsel juga menyediakan berbagai wallpaper Pendeta Gilbert, serta beragam nada sambung khas Pendeta Gilbert, semisal "Aku Anak Raja", "Kerajaan Allah Ada di Sini", "Yes, This is Worship", "Lagu untuk Papa", "Tuhan adalah Gembalaku", dan "Yesus Aku Percaya."

Di samping itu, melalui akses *122# pelanggan Telkomsel juga dapat menikmati konten-konten Natal lainnya, seperti Renungan Tiang Iman, NSP Paket 2 in 1, NSP Spesial Natal, Disney Xmas, A Christmas Carol, dan lain-lain.

Christmas Service from Reverend Gilbert

For Christmas 2009, Telkomsel addressed the need of Christians by providing a service by Reverend Gilbert Lumondong. Christmas is a special moment for Christians and is a time used for prayer and worship. In order to help customers in strengthening their faith during that time of affection, Reverend Gilbert's service could be accessed directly from the cellular phone through the *122# access code. With that access code, contents such as the Moving Bible (downloadable Bible verses), Tips Iman Mobile Updates (Reverend Gilbert's religious tips), Renungan Adam (reflection for men), Renungan Hawa (reflection for women) and dating tips (tips for young Christians on how to date while adhering to religious beliefs)

Telkomsel also provided various Reverend Gilbert wallpapers and ringtones such as Aku Anak Raja, Kerajaan Allah Ada di Sini, Yes, This Is Worship, Lagu Untuk Papa, Tuhan Adalah Gembalaku, and Yesus Aku Percaya.

Also, through the *122# access code, Telkomsel's customers could also enjoy additional Christmas content, like Renungan Tiang Iman, Ringback Tone Package 2 in 1, Special Christmas Riongback Tone, Disney Xmas, A Christmas Carol, and more.

Telkomsel Berbagi Kasih dengan 3.000 Anak

Telkomsel menutup kegiatan Safari Natal 2009 dengan acara Berbagi Kasih di Hari Natal di Kota Solo, Jawa Tengah, pada 21 Desember 2009. Kegiatan ini menjadi puncak rangkaian Safari Natal Telkomsel yang dilaksanakan di tiga kota, yakni Pontianak, Manado, dan Solo.

Acara Berbagai Kasih diawali dengan kunjungan ke salah satu perwakilan panti asuhan dan yayasan sosial. Selanjutnya Telkomsel menghadirkan pendeta untuk memimpin ibadat sekaligus memberikan siraman rohani dan pencerahan tentang hakikat Natal yang diharapkan bermanfaat bagi anak yatim dan anak-anak tidak mampu.

Pada kesempatan tersebut, Telkomsel menyerahkan bantuan kepedulian sebesar Rp 100 juta kepada 17 yayasan sosial yang berlokasi di Solo dan sekitarnya. Telkomsel juga memberikan bingkisan Paket Natal kepada 1.000 anak yatim dan anak tidak mampu berupa t-shirt, tas dan perlengkapan sekolah, topi Sinterklas, serta berbagai makanan ringan.

Rangkaian kegiatan Safari Natal Telkomsel ini merupakan bagian dari program CSR (Corporate Social Responsibility) Telkomsel, di mana Telkomsel memberikan bantuan bagi 3.000 anak dari 40 yayasan sosial di tiga kota senilai total Rp 300 juta.

Telkomsel Shares Love with 3,000 Children

Telkomsel ended the 2009 Christmas Safari with the Sharing the Love on Christmas Day event in the City of Solo, Central Java, on December 21, 2009. This is event is the culmination of a series of events in Telkomsel Christmas Safari conducted in the three cities of Pontianak, Manado and Solo.

The Sharing the Love event started with a visit to representatives from orphanages and social institutions. After that, Telkomsel brought in a reverend to lead the service, and provide the religious sermon to enlighten people on the true meaning of Christmas, which hopefully can benefit the orphans and financially disadvantaged children.

During that occasion, Telkomsel handed aid as much as Rp 100 million to 17 social institutions located in Solo and surrounding areas. Telkomsel also provided Christmas gifts to 1,000 orphans and financially disadvantaged children, consisting of T-shirt, bags and school equipment, Santa Claus hats and various snacks.

The Telkomsel Christmas Safari series of events is part of the company's CSR program, where Telkomsel gave aid to 3,000 children from 40 social institutions in three cities, worth Rp 300 million.

Telkomsel Berangkatkan Umat Hindu ke Tiga Negara

Sebagai bentuk apresiasi terhadap loyalitas pelanggan beragama Hindu, Telkomsel memberangkatkan 10 pasang (20 orang) pemenang program Tirta Yatra 2009 dan seorang pemuka agama Hindu untuk melakukan perjalanan rohani ke tempat suci dan lokasi bersejarah di Thailand, India, dan Nepal pada Maret 2009.

Adapun program Tirta Yatra diselenggarakan Telkomsel pada Agustus-September 2009 bagi seluruh pelanggan Telkomsel (kartuHALO, simPATI, dan Kartu As). Dalam program ini pelanggan diminta menjawab pertanyaan seputar pengetahuan dan sejarah agama Hindu yang bisa diakses melalui SMS interaktif 2345. Pelanggan diminta menjawab lima pertanyaaan secara benar, selanjutnya mendapat satu nomor PIN dan dapat dikumpulkan sebanyak-banyaknya untuk diikutsertakan dalam undian. Selain perjalanan ke tempat suci, para pemenang kuis dibekali uang saku masing-masing Rp 2 juta. Kuis ini juga menyediakan hadiah hiburan berupa telepon selular Nokia E71 bagi 20 orang pemenang.

Lebih jauh, Telkomsel bekerjasama dengan Persatuan Hindu Dharma Indonesia (PHDI) untuk memberangkatkan salah seorang pemuka agama Hindu ke tiga negara tersebut di atas. Kegiatan ini merupakan bentuk apresiasi atas dedikasi pemuka agama tersebut, yang telah melayani umat Hindu di daerah terpencil dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan beragama di Indonesia.

Telkomsel Helped Hindus in Traveling to Three Countries

To show the company's appreciation towards Hindus, Telkomsel flew 10 pairs (20 people) of 2009 Tirta Yatra program and one revered Hindu religious leader on a spiritual journey to holy and historical sites in Thailand, India, and Nepal on March 2009.

The Tirta Yatra program was conducted by Telkomsel on August-September 2009 for all Telkomsel customers (kartuHALO, simPATI, and Kartu As). During the program, customers were asked to answer questions regarding knowledge and history of Hinduism that can be accessed through the interactive SMS of 2345. Customers were asked to answer five questions correctly; afterward they received one PIN number to be included in the drawing. In addition to trips to holy sites, the winners were each given Rp 2 million of pocket money. This quiz also provided consolation prizes such as the Nokia E71 cellular phone for 20 winners.

Furthermore, Telkomsel partnered with the Indonesian Hindu Dharma Association (PHDI) to assist one of the revered Hindu religious leaders in traveling to those three countries. This is part of Telkomsel's appreciation towards these religious leaders, who guided Hindu communities in remote areas in the effort to improve the quality of religious life in Indonesia.

Inovasi untuk Pelanggan

Tarif Roaming Internasional yang Sederhana dan Transparan

Kami menyadari bahwa banyak pelanggan Telkomsel yang acap kali berkomunikasi ke luar negeri. Wajarlah bila kami berusaha mempermudah aktivitas tersebut dan memberikan kenyamanan bagi para pelanggan, dengan menghadirkan skema tarif jelajah international roaming yang lebih mudah, sederhana, dan transparan. Kehandalan jaringan internasional Telkomsel juga telah terjamin, mengingat kami telah bekerjasama dengan 330 operator telepon selular di berbagai belahan dunia

Dalam skema tarif yang mulai berlaku pada 1 Maret 2009, pelanggan kartuHALO lebih mudah menentukan biaya pemakaian jelajah roaming mereka, sesuai anggaran komunikasinya. Telkomsel menyederhanakan tarif dengan membaginya menjadi tujuh zona negara tanpa syarat-syarat pada waktu-waktu tertentu (time band), memakai standar mata uang global yakni Dolar Amerika Serikat, dan penagihan ke pelanggan menggunakan mata uang rupiah yang dikonversikan sesuai tingkat kurs internasional yang tengah berlaku.

Telkomsel membagi negara tujuan jelajah menjadi tujuh zona, yakni: Zona 1 (contoh: Brunei, Makau, Singapura, dan lain-lain), Zona 2 (Irak, Korea, Filipina, dan dan-lain), Zona 3 (Hongkong, Jepang, India, dan lain-lain), Zona 4 (Australia, Kanada, Amerika Serikat, dan lain-lain) Zona 5 (Jerman, Belanda, Inggris, dan lain-lain), Zona 6 (Perancis, Denmark, Swiss, dan lain-lain), dan Zona 7 (Bermuda, Arab Saudi, dan negara lain di luar Zona 1-6).

Innovation for Customers

Simple and Transparent International Roaming Tariff

We realized that many Telkomsel customers often communicate abroad; therefore, it is only natural that we simplify the activity and provide our customers with comfort by providing an easier, simpler, and transparent international roaming tariff scheme. Telkomsel's international network capability is also guaranteed, considering that we are partnering with 330 cellular operators worldwide.

In the tariff scheme, first applied on March 1, 2009, it is now easier for kartuHALO customers to determine their roaming usage bill within their communication budget. Telkomsel simplifies tariffs by dividing them into seven country zones without time band constraints, using the U.S. dollar global currency, and customer billing in rupiah based on the international exchange rate applicable at the time.

Telkomsel divides the destination countries into seven zones, which are: Zone 1 (Brunei, Macau, Singapore, etc), Zone 2, (Iraq, South Korea, the Philippines, etc), Zone 3 (Hong Kong, Japan, India, etc), Zone 4 (Australia, Canada, the U.S, etc), Zone 5 (Germany, the Netherlands, the U.K., etc), Zone 6 (France, Denmark, Swiss, etc), Zone 7 (Bermuda, Saudi Arabia, and other countries not included in Zones 1-6).

Kesederhanaan dan kemudahan tarif baru ini tampak dari biaya penerimaan SMS yang gratis, sementara pengiriman SMS hanya dikenai biaya USD 0,45 di semua negara; time unit untuk voice dan video call per 1 menit; time unit untuk akses data per 10 kb; serta sudah termasuk komponen surcharge. Dengan skema baru yang lebih transparan ini, pelanggan dapat menghitung sendiri tagihan pemakaian roaming-nya sehingga mampu meminimalisasi biaya pemakaian yang tidak diketahui.

The simplicity and ease of this new tariff can be seen from when receiving SMSes for free, while other SMS deliveries would only cost US$ 0.45 in all countries; time unit for voice and video call per one minute; time unit for data access per 10 kb; as well as a surcharge component. With this new more transparent scheme, customers can calculate by themselves their bills for roaming usage, thus, keeping unknown usage bills at a minimum.

Telkomsel untuk Lingkungan

Telkomsel for the Environment

Telkomsel Green Powered BTS

Green BTS

Telkomsel menyadari bahwa perubahan iklim mempengaruhi kualitas jaringan dan operasional secara signifikan. Perubahan iklim ektrim berpotensi merusak infrastruktur telekomunikasi yang telah dibangun dan pada akhirnya menyebabkan terganggunya kinerja sistem telekomunikasi yang dampaknya akan sangat dirasakan oleh pelanggan kami. Oleh karenanya, Telkomsel menjalankan prakarsa strategis dalam upaya perluasan jaringan yang ramah lingkungan, yakni dengan mengadopsi "konsep ekonomi hijau" dalam pengoperasian BTS kami.

Dalam pengoperasian BTS, Telkomsel melangkah lebih maju dengan menerapkan konsep ekonomi/ teknologi ramah lingkungan (Green Economy Concept). Konsep ini sejalan dengan upaya di tingkat nasional dan global untuk menciptakan lingkungan yang bersih, sehat serta mencegah perubahan iklim.

Konsep ekonomi ramah lingkungan telah berulangkali dikampanyekan Menteri Koordinator Perekonomian Hatta Radjasa. Inti konsep ini adalah perkembangan yang seimbang antara ekonomi dan lingkungan. Artinya kegiatan ekonomi terus mengalami kemajuan, namun tanpa merusak lingkungan.

Terkait dengan penerapan konsep tersebut, Telkomsel telah membangun dan mengoperasikan 132 Green BTS, yakni BTS yang memanfaatkan energi matahari. Ratusan BTS ini tersebar di Sumatera (33 BTS), Jawa (22 BTS), Bali-Nusa Tenggara (23 BTS), Kalimantan (18 BTS), dan Sulawesi-Maluku-Papua (36 BTS).

Green BTS

Telkomsel realizes that climate change affects the quality of our network and operations significantly. Extreme climate has the potential to damage telecommunications infrastructure and ultimately leading to disruption of telecommunications systems performance that will affect our customers. Accordingly, Telkomsel implements strategic initiatives in an effort to expand environmentally friendly network by adopting "green economy concept" regarding our BTS operation.

In operating our BTSs, Telkomsel took a step further by applying the Green Economy Concept. This concept is in line with the national and global efforts to create a clean and healthy environment and prevent climate change.

The Coordinating Minister Hatta Radjasa has frequently campaigned for the Green Economy Concept. The core idea of this concept is a balanced development between the economy and environment. This means that the economy can grow without damaging the environment.

In regards with the application of the concept, Telkomsel built and now operates 132 Green BTSs, which are solar powered. These BTSs are spread across Sumatra (33 BTSs), Java (22 BTSs), Bali-Nusa Tenggara (23 BTSs), and Borneo-Maluku-Papua (36 BTSs).

Selain menggunakan tenaga matahari, di wilayah Sumatera, Telkomsel juga menerapkan teknologi fuel cell dengan memanfaatkan bahan bakar hidrogen. Teknologi ini dipakai karena mempunyai keunggulan, seperti tidak bising karena tidak terdapat komponen bergerak, dan tidak bersifat polutan. Keunggulan ini tercipta lantaran zat buangan dari proses fuel cell adalah H2O alias air, yang tidak beracun dan berbau, serta memiliki efisiensi jauh lebih baik dibandingkan sistem konvensional.

In addition to using solar power, in Sumatra, Telkomsel also applied full-cell technology by using hydrogen fuel. This technology is being used due to its advantages, such as noise absence due to having no moving components, and being pollution-free. The advantages come from the non-poisonous and non-odor H2O (water) that is waste in the fuel-cell process. This also has much more efficiency than the conventional system.

Tak ketinggalan, Telkomsel juga akan mengembangkan BTS dengan sumber energi alternatif lain yang sesuai dengan kondisi geografis Indonesia. Misalnya mengembangkan BTS micro hydro yang memanfaatkan aliran sungai di sekitar BTS dan BTS yang memanfaatkan bahan bakar organik (biofuel). Pembangkit listrik mikro hidro lebih murah dari sumber-sumber bahan bakar alternatif lainnya.

Telkomsel is also developing BTSs with alternative energies suited for Indonesia's geographical condition. One example is the micro-hydro BTS that uses the river current surrounding the BTS. There is also the bio-fuel BTS. However the micro-hydro power generators are more cost efficient compared to other alternative energies.

Hingga saat ini, dapat dikatakan Telkomsel merupakan perusahaan yang mengoperasikan Green BTS terbanyak di seluruh Asia. Pemberdayaan energi alternatif ini bertujuan untuk mendukung efisiensi penggunaan listrik dan mendukung masyarakat di wilayah pelosok agar tidak terisolir serta terjangkau alat komunikasi. Yang tak kalah penting adalah Telkomsel berhasil mengurangi gas emisi rumah kaca hingga 1.261,49 ton CO2 per tahun.

At this moment, Telkomsel is the company that operates the most number of green BTSs in Asia. The use of alternative energy is to support power consumption efficiency and support the people in isolated areas so that they can be reached by telecommunication devices. Most importantly, Telkomsel has been able to reduce its greenhouse gas emissions by as many as 1,261.49 tons of CO2 per year.

Green BTS
Nasik Island, Belitung

Pembinaan dan Pengembangan Karyawan

Employee Encouragement and Development

Pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM) Telkomsel merupakan prioritas utama kami. Kami yakin, untuk mengembangkan bisnis, yang pertama kali harus dilakukan adalah mengembangkan SDM dan organisasi, yang akan menjadi pendorong utama kesuksesan kami. Untuk mencapai hal itu, kami menerapkan model manajemen SDM yang terintegrasi secara kultural, struktural dan personal.

Human Research Development is Telkomsel's main priority. We believe that to expand our business, the first objective we need to accomplish is developing human resources and organizations that will promote our success. For this, we apply a HRD managerial model that is culturally, structurally, and personally integrated.

Kami juga terus-menerus melakukan penyesuaian untuk memenuhi kebutuhan pelanggan kami yang sangat besar, jaringan yang begitu luas, dan portofolio produk yang beraneka ragam. Untuk mengetahui kebutuhan, permasalahan, dan mencari jalan keluar dari berbagai persoalan mengenai karyawan, kami menyelenggarakan Survei Kepuasan Karyawan. Pada tahun 2007 dan 2008, survei ini dilakukan Telkomsel sendiri; sedangkan pada tahun 2009 survei dilakukan oleh konsultan.

We also keep adjusting ourselves to meet our customers' growing needs, widespread networking, and varied products portfolio. To identify the needs, issues, and solutions from problems related with employees, we perform the Employee Satisfaction Survey. In 2007 and 2008, the survey was independently done by Telkomsel; while in 2009, a consultant conducted the survey.

Selama tahun 2009, tidak ada pelaporan tekait kecelakaan kerja di Telkomsel

During 2009, there was no reports on occupational accidents in Telkomsel

Karyawan kami seluruhnya berjumlah 4.359 orang, yang terdiri dari 3.211 karyawan laki-laki dan 1.148 perempuan. Telkomsel memberikan kesempatan besar kepada perempuan untuk menduduki jabatan di tingkat manajemen. Pada posisi tertinggi, Direksi, terdapat dua direktur perempuan dari lima orang anggota Dewan Direksi. Artinya 40 persen direksi Telkomsel dijabat perempuan. Pada tingkat Vice President (VP) terdapat lima perempuan dan 37 laki-laki. Artinya terdapat 13,5 persen perempuan yang menduduki jabatan VP. Kemudian pada tingkat Deputy Vice President, terdapat tiga perempuan (33,3 persen); pada tingkat General Manager terdapat 14 perempuan (11,1 persen); dan setingkat Manager terdapat 80 perempuan (18,3 persen). Keterangan lengkap mengenai komposisi karyawan laki-laki dan perempuan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

We have a total of 4,359 employees, where 3,211 are men and 1,148 are women. Telkomsel provides immense opportunities for women to work at managerial level. At the highest position, i.e., Directors, there are two female directors out of the five members of the Board of Directors. This means that 40 percent of Telkomsel's Board of Directors are women. At the Vice President level, there are five women and 37 men. This means that as many as 13.5 percents women hold the VP position. At the Deputy Vice President level, there are three women (33.3 percent); at the General Manager level there are 14 women (11.1 percent); and at the level equal to Manager there are 80 women (18.3 percent). Further explanation on male and female employee composition can be seen in the table below.

Tabel Table

Komposisi Karyawan Telkomsel Berdasarkan Jabatan dan Jenis Kelamin

Telkomsel Employee Composition Based on Position and Gender

Position	Men	Women	Comparison Women to Men (%)
Board of Director	3	2	40
Executive VP	1	0	-
Vice President	37	5	11,9
Deputy Vice President	6	3	33,3
General Manager	112	14	11,1
Manager	359	80	18,3

(per 30 September 2009)

Begitu pula Telkomsel memberi kesempatan kepada orang-orang yang memiliki keterbatasan fisik (disable) di tingkat manajemen. Sejauh yang tercatat, terdapat tiga manager yang memiliki keterbatasan fisik di kantor pusat. Selama tahun 2009, tidak ada pelaporan insiden diskriminatif di Telkomsel.

Telkomsel also offers opportunities for those with disabilities at the managerial level. Records indicate that there are three managers with physical disabilities in the Telkomsel main office. During 2009, there were no reports on discriminative incidents at Telkomsel

Kami juga menyediakan fasilitas makan pagi dan siang untuk karyawan. Makan pagi disediakan mulai jam 07.00 sampai 08.30 dengan jumlah 30 persen dari jumlah karyawan. Anggaran makan pagi ini adalah Rp 10.000 per orang. Adapun makan siang disediakan mulai jam 11.30 dengan anggaran Rp 20.000 per orang.

We also provide breakfast and lunch for employees. Breakfast is served from 07:00 a.m. to 08:30 a.m. with 30 percent of the employee workforce. The budget for breakfast is Rp 10,000 per person. Lunch is served from 11:30 a.m. with a budget of Rp 20,000 per person.

Sehubungan dengan fasilitas kesehatan, Telkomsel menyediakan ruangan Poliklinik dan ruangan untuk menyusui bayi serta ruang kerja dokter perusahaan di lantai 17 kantor pusat. Poliklinik ini dilengkapi dengan fasilitas lemari pendingin untuk menyimpan air susu ibu (ASI), obat-obatan, fasilitas pertolongan pertama (tabung oksigen, bantuan pernafasan), ruang/meja pasien, dan peralatan medis standar kedokteran lainnya.

In terms of health facility, Telkomsel provides health clinic and rooms for breastfeeding and doctors at the 17th floor of the main office. This health clinic is equipped with refrigerators for breast milk, medicines, first aid (oxygen, breathing aid), examination tables, and other standard medical equipments.

Desain dan Struktur Organisasi

Kami menyadari bahwa lingkungan bisnis yang kompetitif ditandai dengan perkembangan teknologi yang cepat, sehingga membutuhkan pembelajaran organisasi dan adaptasi yang cerdas. Manajemen Telkomsel berkomitmen menginvestasikan dan mengembangkan karyawannya. Komitmen tersebut membutuhkan usaha yang komprehensif untuk mencari bakat, merekrut, mengontrak, melatih, mengelola dan memberi imbalan untuk karyawan. Sejalan dengan komitmen tersebut, tema SDM kami pada 2009 adalah bergerak melampaui batas pengembangan sumberdaya manusia. Tema ini tercermin pada upaya kami pada dua bidang: pengembangan organisasi dan pengembangan SDM.

Berkaitan dengan pengembangan organisasi, Telkomsel melakukan perancangan ulang Divisi SDM dan Divisi Komersial agar mampu menciptakan model dan tata kelola organisasi yang mampu menanggapi perubahan kami yang cepat, lingkungan bisnis yang kompetitif, serta memperkuat manajemen SDM kami.

Manajemen pencarian bakat kami dibangun terkait dengan, dan diintegrasikan dalam siklus pengembangan kompetensi, perencanaan kinerja, penelusuran jejak rekam, dan penilaian dari tingkat direksi hingga ke tingkat individu karyawan.

Organizational Design and Structure

We realize that a competitive business environment is marked by fast-growing technology; therefore, requiring an organizational learning process and smart adaptation. Telkomsel management is committed to investing and developing employees. These commitments require comprehensive strides in discovering talents, recruiting, contacting, training, managing, and providing incentives for employees. Along with these commitments, our HRD theme for 2009 was moving beyond human resource development boundaries. This theme can be seen through our effort in: organizational development and HRD development.

Related with organizational development, Telkomsel redesigned its HRD division and Commercial division to achieve organizational model and management that are responsive to changes, competitive business environment, while enforcing our HRD management.

Our talent management is built based on, and integrated with a competence development cycle, performance planning, track record investigation, and assessment from the director level to individual employee level.

Mengingat kepemimpinan merupakan mesin pendorong pertumbuhan, kami merancang program Tiga Pilar Kepemimpinan untuk menumbuhkembangkan pemimpin yang sudah ada dan yang berpotensi sebagai pemimpin. Tiga Pilar itu adalah Pimpinlah Diri Anda Sendiri, Pimpin Tim Anda, dan Pimpin Kesuksesan Bisnis Perusahaan Anda.

Knowing that leadership is a promoter for growth, we designed a program called the Three Pillars of Leadership to encourage available leaders and those with leadership potential. These Three Pillars are Lead Yourself, Lead Your Team, and Lead Your Company's Business Success.

Evaluasi Pekerjaan

Sebagai bagian dari pendorong untuk menciptakan organisasi yang efektif, kami melaksanakan evaluasi kerja sepanjang tahun. Evaluasi kerja ini melibatkan, antara lain bagaimana menentukan apakah suatu pekerjaan itu lebih besar bobotnya secara relatif dibanding pekerjaan lain dalam sebuah perusahaan, sehingga karyawan memperoleh gaji yang pantas dan wajar. Kemudian mengevaluasi bagaimana sistem penggajian yang tepat. Evaluasi kerja tahun 2009 didesain berdasarkan tolok ukur akuntabilitas yang menekankan pada ruang lingkup tanggung jawab pada tiap posisi dan sumbangan masing-masing karyawan terhadap organisasi. Seluruh karyawan Telkomsel telah menerima evaluasi pekerjaan.

Job Evaluation

To encourage the creation of an effective organization, we preformed a year-long performance evaluation that involves, among others, how to decide whether the weight of a job is relatively larger compared to other jobs in a company; hence, ensuring employees receive proper wages. Evaluating suitable payment of wages is also part of the process. The 2009 performance evaluation was designed based on an accountability benchmark that focuses on each position's work scope and each employee's contribution to the organization. All employees have received job evaluation.

Budaya Korporat

Membentuk dan menjaga budaya korporat yang tepat merupakan bagian dari pengembangan SDM. Nilai-nilai fundamental budaya kerja kami meliputi kerja sama tim, profesionalisme, keakraban dengan pelanggan dan integritas. Apapun yang kami lakukan akan sangat baik hasilnya ketika kami berhasil memadukan nilai-nilai kerja sama tim dan profesionalisme dalam budaya korporat kami

Corporate Culture

Developing and maintaining a suitable corporate culture is part of improving HRD. Fundamental values of our work ethics include team work, professionalism, familiarity with customers, and integrity. We will be able to excel by combining team work and professionalism in our corporate culture.

Kebijakan Sistem Sumberdaya Manusia dan Pengembangan Kebijakan

Kami terus-menerus mengembangkan teknologi informasi (TI) dalam fungsi sumberdaya. Kami mencari dan meningkatkan landasan TI, terutama yang berkenaan dengan mekanisme untuk mengukur kinerja karyawan. Kinerja karyawan diukur secara berkala dan dievaluasi. Pada 2009, penilaian kinerja dilaksanakan melalui Informasi Sumberdaya Manusia. Hal ini memungkinkan Departemen Sumberdaya mendeskripsikan, memonitor, dan mengontrol kinerja karyawan.

Sejalan dengan itu, sistem Departemen Sumberdaya menyadari bahwa para karyawan membutuhkan pelatihan dan pengembangan, maka Departemen Sumberdaya senantiasa mengadakan pelatihan yang dibutuhkan. Masukan dari pelatihan tersebut digunakan untuk menyusun katalog pelatihan pada tahun 2010. Sebagai organisasi modern yang bergantung pada teknologi informasi, kami menerapkan sistem informasi sumberdaya manusia Telkomsel yang dimulai tahun 2009, antara lain:

- Menggunakan aplikasi iExpense, terutama untuk menebus biaya pengobatan karyawan.
- Meningkatkan modul-modul pelatihan dan Mekanisme Pelatihan Pendaftaran
- Menyerasikan prosedur pajak yang baru dengan sistem penggajian Telkomsel

Policy of Human Resources System and Policy Development

We continuously develop information technology as a function of resources. We discover and improve information technology base, particularly those related with mechanisms to assess an employee's performance. An employee's performance is measured periodically and then evaluated. In 2009, performance was assessed through Human Resources Information. This allowed the Resources Department to describe, monitor, and control an employee's performance.

In addition, the Resource Department's system realizes that employees need training and development. Therefore, the Department continuously arranges appropriate training. Input from the training is used to construct the training catalog for 2010. As a modern organization reliant on information technology, we apply the Telkomsel human resources information system that started in 2009, which includes:

- Utilizing iExpense application, particularly to reimburse employee medical bills
- Improving training modules and Registry Training Mechanism
- Coordinating the new tax procedure with the Telkomsel payment system

GRI Content Index

Contents		Page
Strategy and Analysis		
1.1	Letter from CEO	2 – 6
Organizational Profile		
2.1	Name of the organization	7
2.2	Primary brands, products, and/or services	16 – 29
2.3	Operational structure of the organization	8
2.4	Location of Organization's Headquarters	Back Cover
2.5	Number of countries where the organization operates	8
2.6	Nature of ownership and legal form	7
2.7	Market Served	8, 50
2.8	Scale of the reporting organization	9, 95
2.9	Significant changes during the reporting period regarding size, structure, or ownership	8
2.10	Awards received during reporting period	12 – 15
Report Parameters		
3.1	Report period	31
3.2	Date of most recent previous report	30
3.3	Reporting cycle	31
3.4	Contact point for questions regarding report	31
3.5	Process for defining report content	30 – 31,43
3.6	Boundary of the report	31
3.7	State any specific limitations on the scope or boundary of the report	31
3.8	Basis for reporting on joint ventures, subsidiaries, leased facilities, outsourced operations, and other entities that can significantly affect comparability from period to period and/or between organizations	8
3.10	Explanation of the effect of any re-statements of information provided in earlier reports, and the reasons for such re-statement	30
3.11	Significant changes from previous reporting periods in the scope, boundary, or measurement methods applied in the report.	30
3.12	GRI content index	100
Governance		
4.1	Governance structure of the organization	32 – 40
4.2	Indicate whether the Chair of the highest governance body is also an executive officer	32 – 40
4.3	For organizations that have a unitary board structure, state the number of members of the highest governance body that are independent and/or non-executive members.	34, 36, 37, 38, 39
4.4	Mechanisms for shareholders and employees to provide recommendations or direction to the highest governance body.	40
4.6	Processes in place for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided	37
4.8	Internally developed statements of mission	7
4.14	Stakeholder groups engaged by the organization	41 – 43
4.15	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage.	30 – 31 41 – 43

Economic Indicators		
EC2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	91
EC6	Local supplier spend at significant locations of operation	44 – 47
EC8	Development and impact of infrastructure investments and services provided primarily for public benefit	44 – 49 50 56 – 66
EC9	Understanding and describing significant indirect economic impacts, including the extent of impacts.	70 – 71
Environmental Indicators		
EN18	Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved	91 – 92
Labor Practices and Decent Work		
LA1	Total workforce by employment type	94 – 96
LA3	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by major operations.	96
LA11	Programs for skills management, lifelong learning that support the continued employability of employees	97 – 99
LA12	Percent employees receiving regular performance and development reviews	98
LA13	Composition of governance bodies and breakdown of employees per category according to gender and other indicators of diversity	94 – 96
Human Rights		
HR4	Total number of incidents of discrimination and actions taken.	96
Society		
SO1	Programs and practices that assess and manage impacts of operations on communities	56 – 71 80 – 87
Product Responsibility		
PR5	Customer satisfaction practices	16 – 29 48 – 56 72 – 78 80 – 89

Telecommunication Sector Supplement

Internal Operation		
IO1	Capital investment in telecommunication network infrastructure broken down by country/ region.	91
IO2	Net costs for service providers under the Universal Service Obligation when extending service to geographic locations and low-income groups, which are not profitable. Describe relevant legislative and regulatory mechanisms.	44 – 47
Providing Access		
PA1	Polices and practices to enable the deployment of telecommunications infrastructure and access to telecommunications products and services in remote and low population density areas. Include an explanation of business models applied.	44 – 47 48 – 49 50 – 51 53, 66
PA6	Programmes to provide and maintain telecommunication products and services in emergency situations and for disaster relief.	54, 63
PA10	Initiatives to ensure clarity of charges and tariffs.	88 – 89

Report Application Levels

Laporan ini menggunakan panduan referensi Global Reporting Initiatives (GRI) versi G3. Penilaian mandiri dan penilaian pihak ketiga telah dilakukan terhadap Laporan ini dengan menggunakan metodologi evaluasi tingkat aplikasi GRI G3. Berdasarkan penilaian tersebut, Laporan ini telah memenuhi tingkat aplikasi Level C.

This report was prepared with reference to the guidelines of the Global Reporting Initiative (GRI) version G3. Following the methodology for evaluation specified in the guide for levels of application of the GRI G3, the self-assessment and third party assessment in this report on the basis of the GRI G3 index leads to the C application level.

Pernyataan ini telah dicek oleh National Center for Sustainability Reporting (NCSR) – organisasi independen pengembang dan pendorong penerapan laporan keberlanjutan di Indonesia.

This statement has been checked by the National Center for Sustainability Reporting (NCSR), an independent organization that develops and encourages the implementation of sustainability reporting in Indonesia.

	2002 in Accordance	C	C+	B	B+	A	A+
Mandatory			Report Externally Assured		Report Externally Assured		Report Externally Assured
Optional							
Optional	**GRI Checked**						

PT TELEKOMUNIKASI SELULAR
Kantor Pusat/Head Office Mezzanine – 19th Floor

Alamat:
Wisma Mulia Mezzanine – 19th Floor
Jln Gatot Subroto No.42
Jakarta 12710 Indonesia
Telepon : +62-21 5240811 (Hunting), 08071811811 (via PSTN)
Fax : +62-21 52906090